

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dengan menggunakan teknik wawancara mendalam, penelitian ini menyimpulkan bahwasannya kelima influencer tersebut menyatakan jika *Personal Branding* yang di bangun di kedua akun yang berbeda seperti *First Account* dan *Second Account* tidak sama, *First Account* adalah sebagai media portofolio *online* yang digunakan dalam keadaan formal serta tidak menampakkan sedikitpun kekurangan yang di *share*. Jika *Second Account* adalah media yang apa adanya tidak di filter untuk urusan *Personal Branding*, dalam akun tersebut mereka jauh lebih bebas dalam memposting apapun itu untuk dapat mengekspresikan diri jauh lebih jauh, lalu karena adanya filterisasi dalam jumlah pengikut yang hanya disetujui oleh para *influencer* tersebut, jika *first account* dapat diketahui oleh pihak publik karena adanya jalinan kerja sama antar *brand* sehingga gambaran diri yang dicerminkan harus sesuai dengan hal yang positif tidak boleh sembarangan untuk di publikasikan.

5.2. Saran

5.2.1 Saran Akademis

Kegunaan untuk sosial adalah untuk memberikan pemahaman kepada pembaca dan masyarakat jika menggunakan media sosial harus didasarkan oleh diri yang bijak baik kedua akun *First* dan *Second*, karena sosial media dapat menjadi *boomerang* tersendiri bagi penggunaanya jika tidak diperoleh dengan baik, mengunggah konten *second account* dengan aktivitas yang buruk walaupun sudah di filterisasi dalam jumlah, bukan suatu hal yang aman karena sampai kapanpun jejak digital tidak akan bisa hilang. Memberikan wawasan atau materi seminar digitalisasi dan Gerakan mengenai *personal branding*.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan *point of view* dari berbagai pihak *influencer* yang dapat memberikan gambaran apakah di media sosial akan selalu berdampak baik dan pastinya dengan adanya *personal branding* di sosial media, anak muda serta masyarakat lainnya bisa jauh lebih *aware* dan mengantisipasi untuk selalu menggunakan sosial media dengan bijak, Memberikan ilmu wawasan dari kacamata *Influencer* agar nantinya bisa dijadikan bahan penelitian atau kampanye serta sosialisasi mengenai digitalisasi dan *personal branding*.

5.2.3 Saran Sosial

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat menjadi kegunaan untuk akademis dapat memberikan pembelajaran mengenai media dan contoh studi kasus yang tertera di dalam penelitian ini, jika menggunakan sosial media dapat mengubah citra diri seseorang dari yang baik menjadi buruk, maupun sebaliknya sehingga dengan adanya pendapat kelima informan yang telah di wawancarai ini dapat memberikan inspirasi dan pandangan dalam menggunakan serta memanfaatkan *platform* media sosial.

