

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kelvin Pua telah mengaplikasikan sebagian besar langkah *online personal branding* berdasarkan konsep *Twelve Steps of Online Personal Branding* sebagaimana yang dipaparkan oleh Ryan M. Frischmann. Tahapan yang diterapkan oleh Kelvin Pua meliputi menyadari minat, kemampuan, dan skill yang dimiliki dirinya, mengembangkan kemampuan miliknya sehingga dapat masuk terus berkarir di industri *beauty and lifestyle* secara jangka panjang, mengenali dan mengidentifikasi target audiens, mengidentifikasi *influencer* dengan bidang yang sama dengannya, membuat profil media sosial di Tiktok, mendapatkan *feedback* dari audiens, membangun koneksi dengan audiens dan *beauty influencer* lainnya, serta memenuhi ekspektasi dari audiens dan pengikut media sosialnya. Kelvin Pua juga turut mengikuti perkembangan tren yang ada, disesuaikan dengan *niche* konten yang dimilikinya. Satu-satunya tahapan yang tidak dilakukan oleh Kelvin Pua adalah tahapan *Build Personal Website*. *Personal website* tidak digunakan oleh Kelvin Pua karena ia lebih menitikberatkan fokusnya pada media sosial untuk melakukan kegiatan *personal branding*. Profil Tiktok miliknya sudah cukup mendeskripsikan dirinya sebagai *beauty and lifestyle influencer*, dan konten-konten yang diunggahnya sudah cukup membangun kredibilitas dirinya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kelvin Pua telah memaksimalkan kegiatan *personal branding* melalui media sosial Tiktok. Kegiatan *personal branding* tersebut membentuk persona dirinya sebagai *beauty and lifestyle influencer* dengan variasi konten yang berkualitas dan kredibel.

## 5.2 Saran

Berdasarkan proses penelitian yang sudah dilakukan, berikut merupakan saran akademis dan praktis yang dapat disampaikan.

### 5.2.1 Saran Akademis

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya akan semakin banyak dan beragam penelitian terkait *personal branding* yang dilakukan melalui media sosial, dikarenakan *personal branding* dan penggunaan media sosial merupakan fenomena yang banyak terjadi di masa kini. Penelitian dapat dikembangkan lebih lanjut dengan meneliti lebih mendalam mengenai dampak *personal branding* terhadap loyalitas merek. Penelitian lanjutan dapat menggunakan metode lainnya seperti kuantitatif maupun *mix method*.

### 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan fakta bahwa Kelvin Pua belum melakukan salah satu tahapan dalam *Twelve Steps of Online Personal Branding* oleh Ryan M. Frischmann, yakni tahapan *Build Personal Website*. Kelvin Pua dapat menerapkan langkah tersebut kedalam kegiatan *personal branding*-nya di masa yang akan datang. Dengan adanya *personal website*, dapat memudahkan Kelvin Pua untuk mempublikasikan portofolionya secara profesional, yang dapat meningkatkan secara lebih lagi kredibilitasnya sebagai *beauty and lifestyle influencer* dan juga *personal branding* yang dimilikinya. Selain itu, Kelvin Pua dapat mencoba untuk menerapkan teknik *micro-content series* secara lebih lagi untuk dapat meningkatkan retensi audiens, misalnya, *micro-content series* seperti #30HariSkincareKelvin atau #SkinCyclingWithKelvin.