

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah berdasarkan rumusan masalah bagaimana *personal branding* akun @natyashina dan @tiffaniafifa sebagai Kpop *Influencer* pada media sosial Instagram. Temuan dalam penelitian ini adalah akun @natyashina memiliki keahlian dalam *dance cover* dan *fashion K-pop*. Dalam berbagai unggahannya @natyashina menampilkan kemampuan menari dengan mengikuti koreografi lagu-lagu populer K-pop, serta sering memperlihatkan gaya *fashion* yang terinspirasi dari *trend K-pop* terbaru. Kemudian akun @tiffaniafifa menunjukkan bakat dalam *sing cover* dan selalu mengikuti trend K-pop terkini. @tiffaniafifa kerap mengunggah video di mana di menyanyikan ulang lagu-lagu K-pop yang sedang populer, menunjukkan kemampuan vokalnya yang mengesankan serta tetap update dengan trend musik dan gaya yang sedang berkembang dalam dunia K-pop. Kedua akun ini tidak hanya menunjukkan keahlian mereka masing-masing, tetapi juga berkontribusi dalam mempopulerkan budaya K-pop melalui media sosial. Hal ini membuktikan bahwa indikator yang ada sesuai dengan indikator *personal branding*

Pertama, sebagian besar *personal branding* dari kedua akun berasal dari branding spesialisasi. Indikator ini menunjukkan bagaimana *personal branding* influencer K-pop berhasil membawa dan mempertahankan branding mereka. @natyashina dan @tiffaniafifa dapat menunjukkan keahlian mereka dalam memahami dan menginterpretasikan budaya K-pop melalui konten yang berfokus pada bidang keahlian mereka. Hal ini membangun otoritas dan kredibilitas di bidang tersebut selain menarik perhatian pengikut mereka. Mereka berhasil mempertahankan reputasi mereka sebagai spesialis dalam K-pop dengan menampilkan konten yang berkualitas tinggi dan relevan secara teratur. Ini membantu mereka menjadi K-pop *influencer* terkenal di media sosial.

Kedua, indikator kepribadian menjadi persentase terbesar kedua yang dimiliki oleh kedua akun subjek penelitian. Dengan menyajikan konten yang mencerminkan momen-momen atau kehidupan pribadi mereka, kedua akun ini berhasil menampilkan sisi kepribadian dan autentik tanpa menghilangkan *personal*

branding mereka sebagai K-pop *influencer*. Konten yang menonjolkan kepribadian ini memungkinkan para pengikut untuk merasa lebih dekat dan terhubung dengan *influencer*, menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat. Hal ini juga memperkuat citra mereka sebagai individu yang *relatable* dan inspiratif, yang tidak hanya memiliki keahlian dalam bidang K-pop tetapi juga memiliki kehidupan yang dapat dijadikan panutan. Dengan memadukan elemen personal dalam konten mereka, @natyashina dan @tiffaniafifa mampu mempertahankan keseimbangan antara profesionalisme sebagai *influencer* dan keaslian sebagai individu.

Ketiga, indikator kepemimpinan menjadi konten yang paling sedikit ditemukan dalam unggahan kedua akun tersebut. Konten ini cenderung menampilkan sisi kepemimpinan yang dimiliki oleh pengguna akun, memperlihatkan bagaimana mereka memimpin dan memberikan contoh yang baik bagi pengikut mereka. Indikator ini menunjukkan sisi panutan dari akun @natyashina, menggarisbawahi kemampuan mereka untuk menjadi teladan serta inspirasi bagi orang lain melalui tindakan dan kata-kata yang mereka bagikan di platform tersebut.

Keempat, unggahan dalam indikator keteguhan merupakan salah satu yang terbanyak karena konten yang diunggah banyak mengikuti *trend* K-pop yang sering diperbincangkan oleh para penggemar K-pop. Hal ini menunjukkan bahwa kedua akun sangat memperhatikan minat dan topik yang sedang populer di kalangan pengikut mereka, sehingga konten yang disajikan menjadi relevan dan menarik bagi *audiens*. Dengan mengikuti *trend* K-pop yang sedang digemari, indikator ini tidak hanya memperlihatkan keteguhan dalam konsistensi konten, tetapi juga menjadi strategi branding yang efektif. Hal ini membantu kedua akun membangun citra yang kuat dan menarik, serta meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengikut, menjadikan indikator keteguhan sebagai elemen penting dalam kesuksesan mereka di media sosial.

Kelima, indikator terakhir yang menjadikan personal branding berhasil adalah Nama Baik. Dengan indikator ini, kedua akun menunjukkan kepribadian mereka yang positif dan integritas yang tinggi, sehingga branding mereka berhasil untuk menjalin kerjasama dengan berbagai merek ternama. Keberhasilan ini tidak hanya terletak pada konten yang mereka unggah, tetapi juga pada cara mereka

berinteraksi dengan pengikut dan menjaga reputasi *online* mereka. Nama Baik sebagai indikator personal branding yang efektif mencerminkan kepercayaan dan rasa hormat yang diberikan oleh pengikut dan mitra bisnis, memastikan bahwa kedua akun tersebut dipandang sebagai mitra yang dapat diandalkan dan profesional. Dengan demikian, mereka mampu menunjukkan personal branding yang kuat, konsisten, dan berdampak positif dalam membangun hubungan yang bermanfaat dengan berbagai *brand*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode wawancara untuk dapat lebih mengetahui dan memahami personal branding dari akun influencer K-pop. Peneliti dapat mengemas indikator personal branding menjadi strategi yang baik
2. Penelitian selanjutnya dapat mengambil metode analisis resepsi untuk mengetahui bagaimana pengikut akun influencer menerima pesan dan memahami konten – konten.
3. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan indikator atau elemen personal branding yang lebih spesifik dan alat ukur penelitian lebih baik.

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah referensi bagi komunitas K-pop dan perusahaan dalam menjalin kerjasama dengan influencer. Dengan memahami temuan dan analisis yang disajikan, perusahaan dapat lebih tepat dalam memilih influencer yang sesuai dengan nilai dan citra merek mereka, serta yang memiliki pengaruh besar di kalangan penggemar K-pop. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi para konten kreator yang ingin melakukan personal branding. Mereka diharapkan dapat lebih memahami pentingnya setiap konten yang dibuat, memastikan bahwa konten tersebut relevan, autentik, dan sesuai dengan target pasar yang ingin dicapai. Dengan strategi *personal branding*

yang tepat konten kreator dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan *audiens* mereka, meningkatkan interaksi, dan menciptakan peluang kerjasama yang lebih luas dengan berbagai perusahaan dan merek yang tertarik untuk berkolaborasi. Ini juga akan membantu mereka dalam memperkuat citra dan reputasi mereka di media sosial, menjadikan mereka sebagai pilihan utama bagi perusahaan yang mencari mitra *influencer* yang efektif.

