

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Dalam penelitian yang merupakan kajian komunikasi, peneliti berusaha untuk memaparkan mengenai presentasi diri *Beauty blogger* dalam mengkomunikasikan *personal branding*. Berdasarkan temuan dan pembahasan penelitian ini, maka didapat kesimpulan yang menjawab tujuan penelitian sesuai dengan yang dipaparkan dalam Bab I.

5.1.1 Presentasi Diri Hani Hikaru dalam *Blog nonahikaru.com*

Hani Hikaru berusaha mengelola kesan dalam *blognya* agar terlihat sebagai *beauty blogger* yang mampu memberikan *review* terpercaya dibanding *beauty blogger* lainnya. Dalam temuan penelitian ini didapatkan beberapa hal mengenai presentasi diri dalam *blognya*. Pertama, pada setiap tulisannya ia ingin menunjukkan nilai kesederhanaan, kejujuran, akrab dengan pembaca, humoris, *up to date* (dengan mereview produk terbaru dan *booming*), profesional, muda, dan detail. Sebagai apoteker yang pernah berkecimpung dalam salah satu klinik kecantikan, sepertinya Hani tahu betul mengenai kandungan baik untuk kulit.

Kedua, Hani memiliki kinerja yang unggul, dimana terlihat pada perencanaannya dalam menulis ia akan mengejakan tulisan dengan melihat foto hasil jepretannya sendiri. Ditambah dengan sumber-sumber yang ia dapat dari brosur produk, website produk, *press release*, *client* dan membaca *review beauty blogger* lain sebagai perbandingan. Hal tersebut dilakukan Hani secara konsisten untuk menunjang karirnya tersebut. Dapat dikatakan Hani melakukan perannya secara profesional sebagai *beauty blogger* dengan menyampaikan *review* yang detail untuk memenuhi informasi pembaca *blog nonahikaru.com*.

5.1.2 Presentasi Diri Hani Hikaru di Balik Panggung *Blog nonahikaru.com*

Bila dalam panggung depannya Hani sebagai *beauty blogger* memperkenalkan diri sebagai apoteker. Di panggung belakangnya, Hani

melakukan hal serupa dengan memperkenalkan diri sebagai *beauty blogger*. Tujuannya, ia ingin menunjukkan bahwa dalam profesinya sebagai apoteker, dirinya mampu memberikan informasi mengenai perkembangan tren dalam dunia kecantikan. Dalam panggung belakangnya ini, Hani ingin mengelola kesan bahwa dirinya merupakan seorang apoteker yang update, sehingga mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Hani menilai bahwa kedua profesi yang ada pada dirinya memiliki keterkaitan. Tidak ada kesulitan yang ia alami ketika melakukan hal tersebut. Ia menganggap bahwa ketika ia melakukan hal tersebut akan menjadi sebuah nilai *plus* untuk masing-masing profesinya. Hani memiliki alasan sendiri untuk mempresentasikan dirinya dalam panggung depan dan panggung belakangnya. Di panggung depan, Hani sengaja menunjukkan panggung belakangnya, yaitu profesinya sebagai apoteker. Begitupun sebaliknya, dalam panggung belakang Hani melakukan hal serupa dengan mempresentasikan diri sebagai *beauty blogger*. Hal tersebut ia lakukan sebagai pembeda dirinya dengan apoteker lain yang mungkin lebih pintar namun tidak memiliki segudang informasi mengenai tren dalam dunia kecantikan.

5.1.3 Personal Branding Hani Hikaru dan Cara Mengkomunikasikannya

Dalam *blog* nonahikaru.com, Hani berusaha untuk menampilkan *personal branding* yang menjadi ciri khasnya sebagai seorang *beauty blogger*. Hani tak hanya melakukan *personal branding* secara konsisten dan profesional. Namun, ia menunjukan ciri khas yang berasalkan dari keahlian dan kualitas yang dimilikinya, yaitu basic apoteker. Hal tersebut menjadikan dirinya berbeda dengan *beauty blogger* lain. Karena sebagian besar, *beauty blogger* hanya menonjolkan dirinya tanpa menunjukan profesinya dalam profile *blog*. Menurut Hani, antara *beauty blogger* dan apoteker memiliki keterkaitan dan nilai *plus* ketika berbicara mengenai *beauty*.

Secara tidak langsung hal yang dilakukan Hani telah membentuk *personal branding* untuk *blog* nonahikaru.com. Sebagai *beauty blogger* Hani berhasil dalam melakukan *personal branding* melalui kompetensi, standar dan gaya yang dimilikinya. Dalam *blog* nonahikaru.com, melihat dari unsur pembentuk *personal*

Anisa Maulida, 2018

PRESENTASI DIRI BLOGGER DALAM MENGGOMUNIKASIKAN PERSONAL BRANDING: Studi Kasus

Beauty Blogger Hani Hikaru

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

branding, Hani memiliki kinerja yang unggul, konsisten, profesional, dan tentunya memiliki ciri khas pada *personal* yang ia miliki.

Pertama, *personal branding* terlihat pada konten yang dipilih oleh Hani. Pada setiap tulisannya ia mereview mulai dari *packaging* luar hingga bagian dalam produk. Pada setiap *review*nya Hani menuliskan tentang *ingredients* dan manfaat pada bahan yang terkandung dalam produk yang sedang di *review*. Hal tersebut, biasanya terlihat ketika Hani mereview *skincare* yang selalu dibahas dengan detail dan tuntas. Dalam kontennya ini Hani memperlihatkan kompetensinya yang memiliki basic apoteker dengan membahas mengenai komposisi pada produk dan *review skincare*. Hal ini menjadi cara untuk Hani mengkomunikasikan *personal branding* sebagai apoteker melalui konten yang ia gunakan dalam tulisannya.

Kedua, *personal branding* yang dilakukan secara sengaja dengan memperkenalkan diri sebagai apoteker dalam profile *blog* nonahikaru.com. Hal tersebut dilakukan untuk menunjukkan nilai *plus* yang dimilikinya sebagai pembanding dengan *beauty blogger* lain. Tujuannya untuk membangun rasa kepercayaan untuk pembacanya, dimana sebagai apoteker tentunya memahami kandungan-kandungan baik pada suatu produk.

Ia meyakini bahwa dengan memperkenalkan diri sebagai apoteker mampu memberikan keuntungan bagi profesinya dan juga bagi karirnya sebagai *beauty blogger*. Dalam wawancara, Hani banyak menceritakan pengalaman yang ia dapat saat dirinya membranding diri sebagai apoteker. Dalam pandangan dirinya sebagai apoteker, menilai bahwa hal tersebut menjadi pembeda dirinya dengan *beauty blogger* lain. Dimana, *beauty blogger* lain tidak akan mengetahui banyak hal mengenai apa yang ia tahu tentang kandungan pada sebuah produk

Hani merasa memiliki gaya/ciri khas yang berbeda antara dirinya dengan *beauty blogger* lain, juga antara dirinya dengan apoteker lain. Meski menulis sejak 2013, namun ia berani memperkenalkan dirinya sebagai apoteker sejak lulus dari Universitas Pancasila pada 2016, setelah itu Hani mulai memberikan identitas pada dirinya di *blog* nonahikaru.com. Dengan memperkenalkan diri sebagai

apoteker dalam profil *blog* nya, Hani merasa bahwa hal itu menjadi pembeda antara dirinya dengan oranglain.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Akademis

Berdasarkan temuan penelitian yang didapatkan, menunjukkan bahwa dalam membangun *personal branding* seseorang terlebih dahulu perlu melakukan presentasi diri yang baik. Dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa *branding* tidak hanya perlu dilakukan oleh suatu perusahaan saja, namun setiap orang kiranya perlu untuk melakukan *branding* bagi diri sendiri untuk menunjang karir. Maka, untuk kajian komunikasi mengenai presentasi diri dan *personal branding* yang dilakukan oleh *beauty blogger* diharapkan dapat lebih diperhatikan pengelolaannya, guna member informasi yang dapat dipercaya dan bermanfaat untuk masyarakat.

5.2.2 Implikasi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pemilik *blog* juga para pembacanya. Pertama, memberikan rujukan bagi pemilik *blog* atau media sosial lainnya dalam berperan aktif untuk mengelola kesan dengan baik dihadapan pengikutnya. Serta mampu memberikan informasi yang bermanfaat tanpa merugikan oranglain. Diharapkan dapat meningkatkan kualitas informasi yang tidak hanya bermanfaat bagi diri sendiri, melainkan bermanfaat bagi orang lain juga. Kedua, bagi pembaca *blog*, dalam hal ini dapat berperan serta dengan tidak membiarkan jika ada *blog* yang mengandung jenis konten yang tidak sesuai untuk diposting dan dapat melaporkannya dengan tatuan ‘Laporkan Penyalahgunaan’ yang terdapat di menu tarik-turun fitur ‘lainnya’.

5.3 Rekomendasi

5.3.1 Rekomendasi Akademis

Penelitian ini memfokuskan pada presentasi diri *beauty blogger* dalam mengkomunikasikan *personal branding* yang dimilikinya. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian selanjutnya yang terkait dengan bagaimana strategi

Anisa Maulida, 2018

PRESENTASI DIRI BLOGGER DALAM MENGGOMUNIKASIKAN PERSONAL BRANDING: *Studi Kasus*

Beauty Blogger Hani Hikaru

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

presentasi diri dalam mengkomunikasikan *personal branding* yang harus dilakukan secara lebih mendetail.

5.3.2 Rekomendasi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi sebagai pihak-pihak yang terkait. Pertama, *beauty blogger* diharapkan mampu melakukan presentasi diri dan *personal branding* dengan baik. Maksud presentasi diri dan *personal branding* yang baik disini mengenai penyampaian informasi yang bermanfaat tanpa merugikan siapapun. Mengingat sosok mereka kini dipercaya sebagai sumber informasi terpercaya mengenai *makeup*, *fashion* dan *lifestyle* bagi banyak orang, terutama pengguna aktif media sosial seperti *blog*.

Kedua, rekomendasi untuk pembaca *blog*, agar lebih meningkatkan kesadaran mengenai konten mana yang layak untuk dibaca dan disebar. Kemudian, ketiga rekomendasi untuk komunitas *beauty blogger*, diharapkan dapat saling bekerjasama dalam menjadikan *blog* sebagai sarana untuk berkreasi melalui tulisan-tulisan yang disampaikan. Dimana tulisannya tersebut tidak hanya dapat memberikan keuntungan bagi diri sendiri, namun yang bermanfaat untuk para pembaca.