

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dari bab IV yang telah dilakukan peneliti mengenai makna *Personal Branding* Yotari Kezia di media sosial Instagram dalam 5 unggahan konten yang di unggah pada laman media sosial Instagram pribadinya (@yotarikezia) dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce maka peneliti dapat memberikan kesimpulan terhadap penelitian ini.

Dalam penelitian terdapat unsur *Personal Branding* yang ingin ditonjolkan yaitu bahwa Yotari Kezia membranding dirinya sebagai musisi pendatang baru yang memiliki karakteristik generasi Z dan bergenre musik POP, yang dimana genre musik POP ini selalu dibawa oleh Yotari Kezia saat mengunggah konten di Instagram maupun dalam penampilan livenya, dan juga *Personal Branding* dari karakteristik Generasi Z, yaitu karakter mandiri, kreatif, pekerja keras, dan tidak jauh dari Gadget, dan tidak lupa dengan gaya berpenampilan yang terbilang simpel dan juga unggahan-unggahan konten pada akun Instagram yang tidak melalui proses *editing* yang terlalu rumit untuk dilakukan, dan juga relate dengan genre musik POP yang selalu dibawakan oleh Yotari Kezia karena memiliki lirik yang pendek hingga sedang, lirik yang menggambarkan cinta, musiknya mudah diingat dan mudah untuk dinyanyikan bersama. Yotari Kezia dianggap mampu mengubah pandangan bahwa anak generasi

Z ini memaknai kata “simpler atau fleksible” bukan berarti malas dan bukan berarti kata “simpler atau fleksible” ini tidak dapat mencapai tujuan setiap anak generasi Z inginkan.

## **5.2 Saran**

Menyadari tidak adanya kesempurnaan dalam penelitian maka peneliti memiliki saran untuk menjadi renungan ataupun untuk ditindak lanjuti para peneliti selanjutnya :

Melihat banyaknya fenomena yang ada mengenai *Personal Branding*, peneliti menyarankan agar penelitian ini tidak berhenti sampai di analisis semiotika milik Charles Sanders Peirce saja. Peneliti berharap agar selanjutnya bisa diteliti lebih dalam melalui jenis penelitian yang lainnya seperti metode semiotika milik Roland Barthes, analisis isi, hingga analisis langsung pada audiens. Selain itu, peneliti juga menyarankan agar peneliti selanjutnya yang juga sedang membahas fenomena ini bisa meneliti secara mendetail dengan literatur tambahan.