

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara *personal branding content creator* Dream terhadap loyalitas penggemar. Penggemar Dream tidak hanya menunjukkan loyalitas melalui tindakan seperti menonton ulang konten, tetapi juga melalui keterlibatan emosional yang mendalam, dimana mereka menganggap Dream sebagai bagian dari identitas mereka. Dengan demikian, personal branding yang kuat dapat menciptakan pengalaman yang lebih bermakna bagi penggemar, memperkuat ikatan antara idola dan penggemar, dan konten mereka lihat. Dapat diartikan jika *personal branding* Dream semakin tinggi, maka loyalitas penggemar juga akan semakin tinggi.

Lebih lanjut, unsur-unsur *personal branding* seperti ide konten yang baru dan menarik, kualitas audio & visual yang baik, tidak takut menunjukkan kepribadian aslinya, serta tidak memberikan *hate speech* dan berkata kasar dalam video yang diunggah 56% berkontribusi pada pembentukan loyalitas penggemar. Dimana, unsur-unsur tersebut menciptakan kepercayaan dan reputasi bahwa *content creator* dapat dikatakan profesional dan berkualitas tinggi. Menunjukkan bahwa keberhasilan *personal branding* dalam menciptakan loyalitas bergantung pada kombinasi unsur-unsur yang saling mendukung dan relevan. Hal ini menegaskan bahwa pentingnya strategi branding di era digital, di mana keberhasilan seorang content creator sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk membangun identitas yang kuat dan autentik.

Akan tetapi, unsur *personal branding* seperti tidak menunjukkan identitas (*faceless*) dan selalu menunjukkan *teaser* dan rasa antusias terhadap konten yang dibuat tidak terlalu mendorong perilaku penggemar untuk terlibat lebih jauh lagi. Ketika seorang *content creator* memilih untuk tetap anonim, akan ada kemungkinan untuk kehilangan kesempatan membangun hubungan emosional yang kuat dengan audiens. Selain itu memberikan *teaser* dan menunjukkan rasa antusias tanpa memberikan informasi atau konten berkualitas akan terkesan sebagai *gimmick* semata dan dapat menurunkan ketertarikan audiens untuk menonton konten tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah diambil, terdapat beberapa saran yang sekiranya relevan dengan penelitian ini. Pertama, bagi *content creator* dapat fokus pada keterlibatan emosional, menjaga reputasi dan standar konten, serta memperkuat norma sosial dalam komunitas penggemar karena berperan penting dan dapat memperkuat loyalitas penggemar. Kedua, bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan atau memperluas variabel-variabel yang akan diteliti, yang nantinya dapat memperluas ruang lingkup penelitian dan dapat mendapatkan hasil yang lebih luas. Ketiga, bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti hal yang serupa dapat menggunakan pendekatan kualitatif, agar hasil penelitian dapat dikaji lebih mendalam. Terakhir, bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang serupa, dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan mengenai bagaimana hubungan *personal branding* terhadap loyalitas penggemar.