

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, menunjukkan Noe Purnomo sebagai seseorang yang membentuk *personal branding* mengenai dirinya sebagai seorang *food vlogger* ke dalam *postingan* konten di akun @gilamakanofficial yang memenuhi 8 indikator konsep *Personal Branding* Peter Montoya. 8 konsep tersebut, yaitu Spesialis, Kepemimpinan, Kepribadian, Perbedaan, Kenampakan, Kesatuan, Keteguhan dan Nama Baik. Data ini telah didapat melalui wawancara yang dijadikan kutipan sebagai penguat data serta menambahkan beberapa gambar yang ada dalam bab sebelumnya untuk menjadi data penguat juga, sehingga mendapatkan hasil kesimpulan :

Dari konsep (Spesialis) Noe Purnomo memenuhi kriteria dalam indikator spesialis, Dimana dirinya memiliki kekuatan, keahlian, pencapaian dan bakat tertentu melalui 7 cara, yaitu *ability, behavior, lifestyle, mission, product, profession* dan *service*. Dari konsep (kepemimpinan) Noe Purnomo memenuhi kriteria konsep tersebut kedalam faktor *position* (posisi) dengan selalu menjadi seseorang yang dapat memberikan rekomendasi mengenai kuliner. Lalu kedalam faktor *recognition* (pengakuan) Dimana menurut verse dirinya mengenai pengakuan, yaitu adanya interaksi dalam konten yang *diposting*. Dari konsep (kepribadian) Noe Purnomo telah memenuhi kriteria dengan menggambarkan dirinya sebagai seseorang laki-laki yang semangat, ceria dan ramah dalam memberikan informasi mengenai dunia kuliner. Dari konsep (kenampakan) Noe Purnomo menggambarkan dirinya sebagai seseorang yang peduli tentang sifat konsisten dan dirinya berupaya melakukan konsistensi dalam pembentukan *personal branding* melalui konsisten dalam pembuatan konten mengenai kuliner serta menjaga ciri khas yang telah diberikan. Dari konsep (Kesatuan) Noe Purnomo memberikan gambaran mengenai kesamaan antara kepribadian yang

dibentuk di dalam *branding* dengan pribadi aslinya. Dari konsep (keteguhan) Noe Purnomo berupaya dalam menjaga *brandingnya* melalui konsistensi pembuatan konten yang diberikan tiap sehari ataupun dua hari. Dari konsep (nama baik) Noe Purnomo berupaya selalu memberikan konten yang dapat membantu orang lain dalam memenuhi kebutuhan mengenai informasi dunia kuliner.

5.2 Saran

Melalui penelitian ini, kepada Noe Purnomo mengenai salah satu tujuan dirinya dalam berupaya membantu UMKM ataupun jajanan pinggir jalan dalam pemasaran online melalui konten yang dirinya buat. Diharapkan dapat lebih memberikan *highlight* mengenai jajanan pinggir jalan ataupun UMKM, sehingga *branding* mengenai seseorang yang berupaya dalam memberikan bantuan dapat lebih terlihat dan maksimal. Diharapkan juga selalu menjaga konsistensi yang ada, sehingga nantinya dapat memberikan *branding* yang kuat dalam ingatan orang lain.