

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data dan informasi yang telah dianalisis, peneliti menarik beberapa poin penting mengenai kesimpulan dari keseluruhan pembahasan penelitian ini yang mengkaji strategi *personal branding freelancer* di *platform Fiverr*. Delapan indikator personal branding menurut Peter Montoya yang digunakan dalam analisis meliputi: spesialisasi (*law of specialization*), kepemimpinan (*law of leadership*), kepribadian (*law of personality*), perbedaan (*law of distinctiveness*), kenampakan (*law of visibility*), kesatuan (*law of unity*), keteguhan (*law of persistence*), dan nama baik (*law of goodwill*). Penelitian ini melibatkan enam informan, namun fokus analisis mendalam diarahkan pada tiga *freelancer* utama, yaitu Hanin, Agnes, dan Sofi. Ketiganya menunjukkan penerapan sebagian besar indikator dalam membangun personal branding melalui profil *Fiverr* mereka. Indikator yang paling menonjol adalah spesialisasi, perbedaan, kepribadian, kenampakan, kesatuan, dan keteguhan. Hal ini terlihat dari kemampuan mereka dalam menyampaikan identitas profesional secara jelas, membedakan diri dari *freelancer* lain, serta mempertahankan konsistensi layanan dan komunikasi yang baik dengan klien.

Sementara itu, indikator nama baik (*law of goodwill*) tidak tampak secara eksplisit pada ketiga informan tersebut. Hal ini disebabkan karena *platform Fiverr* belum menyediakan fitur khusus untuk menampilkan aspek moral, sosial, atau kontribusi reputasional yang lebih luas dari seorang *freelancer*. Citra baik mereka lebih tercermin melalui ulasan dan rating klien, bukan melalui narasi yang dikendalikan secara personal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi *personal branding* yang dibangun oleh *freelancer* di *platform Fiverr* mencerminkan pendekatan yang terstruktur dan komunikatif, meskipun masih terdapat ruang pengembangan dalam aspek keberlanjutan dan dimensi reputasi non-komersial.

## B. Saran

### 1) Saran Akademis

Untuk penelitian lebih lanjut mengenai *personal branding*, dapat dikatakan bahwa elemen-elemen yang diperlukan untuk membangun *personal branding* di platform *Fiverr* tidak lepas dari 8 indikator *personal branding*. Kajian *personal branding* perlu disempurnakan pada beberapa aspek yang masih ada. Diasumsikan penelitian terkait *personal branding* dapat dilakukan di media sosial lain seperti *Twitter*, *Facebook* maupun *Instagram*.

### 2) Saran Praktis

Perkembangan teknologi akan selalu ada, akan selalu ada perkembangan baru yang memanfaatkan media sosial untuk membangun *personal branding* yang positif. Selain itu, siapa pun yang ingin membangun citranya juga harus selaras dengan pandangan umum pengguna *Fiverr*, agar tidak terjadi kesalahan dan membuat dirinya tidak mendapatkan klien baru yang menggunakan jasanya.

