

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan studi kepustakaan, observasi, wawancara, dan analisis data yang dilakukan, disimpulkan bahwa para anggota *fanbase* K-Popers di Kota Padang secara aktif menggunakan platform media sosial, terutama Instagram, untuk mengembangkan identitas *personal* mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa *trend* OOTD di Instagram memainkan peran penting dalam proses *personal branding* di kalangan anggota *fanbase* K-Popers, khususnya NCTzen di Kota Padang. Melalui OOTD, anggota *fanbase* dapat mengekspresikan diri, membangun identitas visual yang kuat, dan menciptakan komunitas yang solid. Mereka juga dapat memanfaatkan *personal branding* untuk membuka peluang komersial dan memperluas jaringan sosial mereka di media sosial. Melalui *trend* OOTD, mereka tidak hanya mengekspresikan diri tetapi juga membangun komunitas yang erat, meningkatkan jangkauan dan pengaruh mereka, serta membuka peluang komersial.

Proses *personal branding fanbase* K-Popers melalui *trend* OOTD di Instagram dapat dilihat dari tiga dimensi utama yakni kompetensi diri, gaya, dan standar diri. Kompetensi diri melibatkan keterampilan dasar seperti menari, yang memperkuat identitas dan citra diri, serta keterampilan tambahan seperti fotografi dan pembuatan konten yang memperluas jaringan sosial dan meningkatkan pengikut. Gaya mencerminkan keunikan dalam menyajikan konten yang estetik dan konsisten dengan minat dan nilai pribadi, sehingga membangun identitas yang kuat dan menarik. Standar diri mencakup konsistensi, keaslian, dan integritas dalam

berinteraksi dan berbagi konten, memastikan bahwa citra yang dibangun adalah autentik dan etis. Tasya, Lovitha, dan Indah masing-masing telah berhasil memanfaatkan aspek-aspek ini untuk membangun *personal branding* yang kuat dan berpengaruh di komunitas K-Pop melalui Instagram.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki beberapa saran yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Penelitian ini masih memiliki ruang untuk pengembangan lebih lanjut oleh peneliti lain terkait Fenomena Ootd (*Outfit Of The Day*) Korean Style *Fanbase* NCTzen Dalam Membentuk *Personal Branding* Di Instagram. Oleh karena itu, peneliti mendorong peneliti-peneliti lain untuk melanjutkan penelitian ini dengan fokus yang lebih mendalam atau dengan metode penelitian yang berbeda.
2. Dalam penelitian ini, terdapat kekurangan karena keterbatasan peneliti dalam mengeksplorasi data lebih dalam terutama dalam hal konsep diri. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya mengenai konsep diri pengunggah foto, disarankan untuk menggali data lebih mendalam mengenai aspek tersebut agar memperkaya pemahaman tentang pengaruh konsep diri terhadap *personal branding* dalam konteks Fenomena Ootd (*Outfit Of The Day*) Korean Style *Fanbase* NCTzen Di Instagram.