

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat peneliti simpulkan bahwa:

1. **Keotentikan**, Keotentikan adalah elemen kunci yang membedakan *public speaker*. Kedua informan telah berhasil menciptakan identitas autentik melalui konsistensi nilai, kepribadian, dan tindakan. Keotentikan mereka tercermin dalam kualitas konten, tema yang relevan, dan interaksi dengan audiens. Informan 1 membangun citra religius dan dakwah serta interaktif terhadap pengikut, yang membangun kepercayaan. Pengalaman sebagai MC berbahasa Inggris semakin memperkuat citranya. Sementara itu, informan 2 menyajikan dan menyampaikan konten secara presisi dan estetik sehingga tidak jarang orang menyukai cara informan 2. Keduanya menunjukkan bahwa keotentikan bergantung pada integritas, konsistensi, dan kemampuan terhubung dengan audiens, sehingga mereka dapat membangun kepercayaan dan memberikan dampak positif dalam dunia *public speaking*.
2. **Integritas**, Integritas adalah elemen kunci dalam membangun reputasi seorang *public speaker*, meliputi kesesuaian antara prinsip, tindakan, dan pesan yang disampaikan, serta membantu membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan audiens. dalam konteks ini, integritas

mencakup kejujuran, tanggung jawab, dan penyampaian informasi yang akurat. Informan 1 menunjukkan integritas melalui konten berkualitas yang relevan dan aplikatif, menggunakan bahasa sederhana, mengangkat tema beragam, serta menerapkan metode kreatif untuk mendidik audiens. Ia juga aktif berinteraksi dengan audiens untuk memastikan konten memenuhi kebutuhan mereka. Informan 2 mengadopsi pendekatan pragmatis dengan menciptakan konten informatif, mendengarkan umpan balik, dan menyajikan tema beragam yang fokus pada penerapan teknik *public speaking* yang nyata. Ia juga memanfaatkan platform digital untuk membangun integritas dan hubungan dengan audiens. Secara keseluruhan, informan menekankan pentingnya integritas, konsistensi, dan interaksi aktif dalam membangun citra sebagai *public speaker*, meskipun dengan strategi *personal branding* yang berbeda.

3. **Visibilitas**, Visibilitas adalah aspek penting dalam membangun brand seorang *public speaker*, karena tanpa visibilitas yang baik, sulit untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun reputasi. Visibilitas membangun kepercayaan dan kredibilitas, di mana audiens cenderung mempercayai *public speaker* yang sering terlihat. Platform digital merupakan alat efektif untuk meningkatkan visibilitas melalui interaksi, konten berkualitas, dan partisipasi dalam acara online. Strategi untuk meningkatkan visibilitas meliputi aktivitas di platform digital, penulisan konten, berbicara di seminar, dan kolaborasi dengan *influencer*. Konsistensi dan frekuensi unggahan di platform digital sangat penting, serta

memanfaatkan fitur interaktif seperti *live streaming* dan polling untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Kedua informan tersebut memiliki pendekatan berbeda dalam mengukur respons audiens: informan 2 fokus pada metrik kuantitatif seperti like dan views, sedangkan informan 1 lebih mengutamakan kualitas interaksi. Keduanya menunjukkan bahwa keberhasilan dalam *public speaking* bergantung pada kualitas hubungan dengan audiens, dan dengan memahami respons audiens, mereka dapat menciptakan ekosistem edukasi yang lebih kaya dan menarik.

4. Penelitian ini menyoroti pentingnya platform digital dalam pengembangan *personal branding* bagi *public speaker* di Kota Bandung. Dengan memanfaatkan berbagai platform digital seperti platform digital, webinar, dan podcast, *public speaker* mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Penggunaan platform digital tidak hanya memfasilitasi penyebaran konten edukatif, tetapi juga meningkatkan visibilitas dan reputasi *public speaker* secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa era digital memberikan peluang besar bagi *public speaker* untuk membangun dan memperkuat *personal branding* mereka melalui strategi digital yang efektif.

Peneliti **menyimpulkan** bahwa ***personal branding public speaker*** tercermin dari *profesionalitas* dalam penyampaian konten edukasi *public speaking* di berbagai platform digital-nya menjadi motivasi para pengikut untuk menekuni bidang *public speaking*. Meskipun *personal branding public speaker* di Kota

Bandung telah berkembang dengan baik, masih terdapat ruang untuk peningkatan, terutama dalam aspek visibilitas dan interaksi dengan audiens.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat Peneliti berikan berdasarkan hasil hasil penelitian ini adalah:

1. *Public speaker* di Kota Bandung dapat lebih memaksimalkan konten bersifat edukatif dengan penggunaan platform digital terutama konten terkait *public speaking*. Hal ini dapat dilakukan dengan memperluas tema dan materi *public speaking* yang lebih variatif sebagai bentuk pengenalan dasar agar audiens tertarik dengan *public speaking*. Kemudian, mencoba menggunakan metode penelitian yang tidak sama serta memperluas objek penelitian media baru yang lain
2. *Public speaker* dapat meningkatkan dampak edukasi mereka dengan melibatkan pihak eksternal dengan menghadirkan salah satu *public speaker* yang berasal dari *public figure* yang memiliki dan memahami konsep *public speaking* dan *personal branding* yang baik sebagai contoh konkret dalam memotivasi audiens untuk mengenal edukasi *public speaking*.