

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari penelitian Personal Branding Penulis Wattpad Daisy Hae Di Era Literasi Digital, dapat disimpulkan bahwa personal branding Daisy Hae sebagai penulis wattpad dibangun melalui proses pembentukan citra diri secara berkelanjutan melalui karya, pemanfaatan platform digital seperti Wattpad, serta hubungan yang dibangun dengan pembaca.

Daisy Hae membangun personal branding sebagai penulis digital melalui lima kategori yaitu: identitas, media sosial, visibilitas, kredibilitas, reputation.

- Identitas dibangun melalui penggunaan nama, karakteristik karya, serta gaya kepenulisan yang menjadi ciri khas.
- Pemanfaatan wattpad sebagai media digital menjadi sarana bagi Daisy Hae dalam memperkenalkan karya dan membangun interaksi dengan pembaca.
- Selain itu visibilitas karya dibangun melalui penggunaan fitur Wattpad, serta konsisten dalam berkarya dan juga interaksi dengan pembaca.
- Dalam membangun kredibilitas, Daisy Hae menunjukkan upaya menjaga kualitas tulisan, meningkatkan kemampuan menulis, mempertahankan konsistensi, serta menghasilkan karya yang orisinal.
- Sementara itu reputasi dibangun melalui citra positif yang ingin ditampilkan sebagai penulis yang menghargai pembaca dan mampu memberikan pengalaman membaca yang berkesan.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa personal branding penulis wattpad Daisy Hae tidak hanya terbentuk dari jumlah karya yang dihasilkan, tetapi juga melalui kemampuan dalam mengelola identitas diri,

memanfaatkan ruang digital, membangun kepercayaan pembaca, tetapi juga melalui kemampuan mengelolah identitas digital, membangun hubungan dengan audiens, serta mempertahankan kepercayaan audiens. Selain itu penelitian ini juga berkontribusi terhadap kajian ilmu komunikasi, khususnya pada bidang komunikasi digital dan juga personal branding pada platform literasi digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa penulis digital tidak hanya berperan sebagai penghasil karya, tetapi juga sebagai individu yang perlu membangun identitas, menjaga kredibilitas serta membangun hubungan dengan audiens melalui media digital.

Namun pada penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu informan yaitu penulis Wattpad Daisy Hae, sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan secara luas praktik personal branding dari berbagai karakteristik penulis Wattpad lainnya, selain itu penelitian ini lebih menekankan pada perspektif penulis sebagai pengguna platform literasi digital dan belum mengkaji bagaimana pembaca memberikan penilaian atau persepsi terhadap personal branding yang telah dibangun oleh penulis.

5.2 Saran

1. Bagi Penulis Wattpad

Bagi penulis Wattpad diharapkan dapat memanfaatkan berbagai fitur digital yang tersedia pada platform maupun media sosial lainnya untuk memperluas jangkauan pembaca. Selain itu penulis perlu mempertahankan konsistensi dalam berkarya, lebih lagi meningkatkan kualitas tulisan, serta membangun hubungan yang positif dengan pembaca agar personal branding dapat terbentuk secara berkelanjutan.

2. Bagi Peneliti Wattpad selanjutnya

Berdasarkan penelitian di atas, bagi peneliti Wattpad selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian dengan melibatkan lebih banyak

penulis Wattpad dari berbagai genre, penelitian lanjutan juga dapat mengkaji perspektif pembaca agar memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai proses pembentukan citra atau identitas diri, visibilitas, kredibilitas reputasi dan juga media social penulis dalam ruang lingkup platform literasi digital.

3. Bagi Pembaca Wattpad

Bagi pembaca Wattpad di harapkan dapat lebih aktif memberikan apresiasi, tanggapan serta masukan karya yang di baca. Interaksi antara pembaca dan juga penulis melalui fitur komentar, vote maupun bentuk dukungan lainnya tidak hanya menjadi apresiasi terhadap karya tetapi juga berperan dalam membantuk meningkatkan keterlihatan karya serta membangun komunikasi yang positif. Selain itu pembaca di harapkan dapat menghargai proses kreatif penulis dengan mmeberikan respon yang bijak sehingga tercipta lingkungan literasi digital yang mendukung perkembangan karya dan kreatifitas penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmaul Husna, K. H. & A. A. (2024). *IDENTITAS DAN PENCIPTAAN DIRI DI ERA DISRUPSI DIGITAL*. 5.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29103/jspm.v5i1.11590>
- Fazilah, N., Azhari, T., & Pratiwi, R. A. (2024). Dampak Penggunaan Wattpad Terhadap Kemampuan Literasi Membaca Siswa Sma Negeri 1 Dewantara. *Kande : Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(2), 255.
<https://doi.org/10.29103/jk.v4i2.13448>
- Febry, D., Palupi, M. T., Wulandari, A., Wahyuni, P., & Digital, L. (2025). *PENGARUH APLIKASI WATTPAD SEBAGAI MEDIA LITERASI DIGITAL*. 5(2), 138–145. <https://doi.org/10.55215/triangulasi.v4i2.10927>
- Haikal, M., Fachrey, J., Hafandi, A. A., & Dhany, H. W. (2024). Pengembangan Platform Edukasi Literasi Digital Untuk Meningkatkan Kompetensi Digital Warga. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 2111–2115.
<https://doi.org/10.33395/jmp.v13i2.14390>
- Hammi, F., & Rahmawati, H. (2023). Learning to Write in English; EFL Students' Perceptions of Using the Wattpad as Digital Literacy in Writing Classes. *International Journal of Education, Language, and Religion*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.35308/ijelr.v5i1.7325>
- Limilia, P., & Aristi, N. (2019). Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. *Jurnal Komunikatif*, 8(2), 205–222.
<https://doi.org/10.33508/jk.v8i2.2199>
- Nabilatul Leila Ihsani Putri, U. B. 2025. (2021). *STRATEGI AKUN @SHELMADESS DALAM MEMBANGUN PERSONAL BRANDING DAN KARIER MELALUI PLATFORM TIKTOK*. 32(3), 167–186.
- Nur, Ellisya Ramadhani, F., & Rosidah, C. T. (2025). *Pengaruh Literasi Digital terhadap Keterampilan Menulis Teks Deskripsi Peserta Didik Kelas IV di Sekolah Dasar*. 5, 693–701.

- Pianzola, F., Rebora, S., & Gerhard Lauer. (2020). *Wattpad as a resource for literary studies . Quantitative and qualitative examples of the importance of digital social reading and readers ' comments in the margins.*
- Rifka Utami Arofah^{1*}, Noor Kholifah Hidayati², Mintarti³ , Zaida Aqiela Rahma⁴, A. F. N. (2026). *Penguatan Literasi Digital dan Branding Penulis Perempuan melalui Pendampingan Pemasaran Konten Berbasis 5A.* 7(1), 261–271. <https://doi.org/https://doi.org/10.33394/jpu.v7i1.19169>
<https://doi.org/10.33394/jpu.v7i1.19169>
- Sari, W. P., & Irena, L. (2023). Model Self-Disclosure Generasi Z Pengguna Berat Media Sosial. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 146–164. <https://doi.org/10.14710/interaksi.12.1.145-163>
- Sena Kurniawan, & Yuni Siti Sarah. (2023). Meningkatkan Literasi Digital di Sekolah Menengah Atas: Tantangan, Strategi dan Dampaknya pada Keterampilan Siswa. *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 2(4), 712–718. <https://doi.org/10.55123/insologi.v2i4.2321>
- Setiawan, C. D., Chandra, C., Harto, I. R., Anaya, R., & Sahrani, R. (2025). Peran Digital Identity Terhadap Competitive Attitude Dengan Mediasi Social Comparison Pada Generasi Z Pengguna LinkedIn. *Jurnal Empati*, 14, 45–58.
- Widyaputra, F. A. (2025). Strategi Personal Branding dalam Meningkatkan Kredibilitas dan Daya Saing Influencer. *Indonesian Journal of Intellectual Publication*, 5(3), 277–286. <https://doi.org/10.51577/ijipublication.v5i3.666>
- Yudhiantara, R. A., & Martitia, D. (2023). Literasi Digital Mahasiswa di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. *Jurnal Perspektif*, 7(2), 117. <https://doi.org/10.15575/jp.v7i2.225>