

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti kepada informan, yang merupakan masyarakat Belitung yang memiliki berbagai macam personal branding mulai dari seorang aktivis humaniora, creator komedi, serta creator cooking and baking dan lifestyle, yang berdomisili di Kabupaten Belitung yang tentu memiliki citra yang baik yang mereka bangun di media sosial, peneliti kemudian menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tentu memiliki personal branding mendapatkan berbagai macam keuntungan mulai dari financial, kemudian dikenal banyak orang, menambah relasi serta mendapatkan keistimewaan membuat orang banyak berlomba loma membuat citra diri sebaik mungkin dimata masyarakat agar mendapatkan perhatian khusus dari pengguna Instagram lainnya.
2. Dalam membangun personal branding seseorang juga harus memperhatikan citanya dimata masyarakat sebagai bentuk penarik agar eksistensi kita terus meningkat dibalik keunikan yang kita tampilkan walaupun pengikut yang terbilang beragam cukup banyak mampu menjadikan kita sebagai contoh bagi siapa pun yang melihat apa yang kita berikan. Serta yang paling penting tetap menjadi diri kita sendiri tanpa harus mengikuti orang lain terhadap konten yang kita buat selain sebagai identitas juga sebagai pembeda dari pengguna lainnya.
3. Personal branding akhirnya dimiliki oleh tiga informan sebagai seorang pengguna media sosial Instagram memiliki focus yang berbeda. Informan Arry Atisya Yoga merupakan seorang creator yang mengutamakan keestetikaan pada setiap konten ataupun kegiatan

yang diunggahnya pada akun instagramnya, hal ini menurutnya menjadi dampak positif agar masyarakat ikut bergerak menyuaraka kemajuan pulau Belitung. Informan Riski Ruspiandi yang memuat konten komedi yang di balut dengan kearifan local baik peran yang dibawakannya, Bahasa, serta isi yang dikandung di dalam kontennya, selain itu kesukaanya menanyakan hal nyeleneh kepada orang random di Belitung membuatnya terkenal. Dan Informan Nigel Sigit merupakan seorang creator food dan *lifestyle* dengan membuat konten seputar menu simple anak kos serta fashion anak muda saat ini.

4. Personal branding dari ketiga informan mendapat banyak dampak positif dimedia sosial Instagram dalam kehidupan. Tidak hanya keuntungan secara *financial*, namun juga keuntugan lainnya seperti relasi, terkenal dimata masyarakat, dan keistimewaan. Tidak hanya itu berbagaimacam kecempatan untuk bekerja sama dengan berbagai brand dan endorsement mereka lakukan pada akun Instagram mereka.

5.2.Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta kesimpulan yang telah di jelaskan di atas, maka penulis akan memberikan saran dan masukan. Diharapkan dengan saran dan masukan ini nantinya dapat berguna dan bermanfaat bagi setiap individu yang ingin melakukan personal branding di Instagram.

1. Setiap individu bisa melakukan personal branding yang dimana nantinya dapat dikenal oleh khalayak luas dengan menerapkan delapan konsep personal branding.
2. Setiap platform media sosial memiliki peluang sebagai alat dalam menjadikan media personal branding, maka dari itu gunakan setiap peluang yang ada.

3. Setiap individu yang telah melakukan personal branding harus terus menggali potensi yang dimilikinya, membuat hal baru tanpa harus meninggalkan hal yang telah dimilikinya, dimana diharapkan agar para pengikut tidak bosan dan dan pergi dengan setiap kemajuan yang dimiliki orang lain bahkan platform media sosial lain.
4. Perlu ada penelitian lebih lanjut tentang personal branding.