

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai Analisis *Personal branding* Akun *Content creator* @er_bee26 Di Media Sosial TikTok dalam membentuk *personal branding* nya sesuai dengan teori yang digunakan yaitu teori *Eight Laws of Personal branding* yang dikemukakan oleh Peter Montaya dan reputasi dalam pengaplikasiannya, yaitu :

1. *Personal branding* yang dibentuk oleh Rizky Baihaqi yang memiliki kepribadian yang ceria dan baik serta memiliki jiwa sosial di lingkungan masyarakat dapat melekat dengan baik dibenak dan di hati masyarakat yang melihat.
2. Rizky Baihaqi atau Erbe ingin memberikan nilai positif kepada para pengikutnya bahwasanya semua orang itu bisa masak. Tidak hanya Perempuan saja yang bisa masak, tetapi laki-laki juga harus bisa masak.
3. Rizky Baihaqi atau Erbe membuat konten *a day in my life* di lingkungan masyarakat maupun aktifitas kesehariannya sebagai pribadi, seperti ketika bersama teman-teman, sahabat, keluarga atau yang lainnya dengan menggunakan fitur-fitur yang ada di TikTok sebagai saran untuk mengkomunikasikan atau mempublikasikan hal tersebut dengan gaya dan ciri khasnya yang unik sehingga dapat menarik simpatik serta perhatian serta membentuk persepsi yang positif dari masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan mengenai analisis *personal branding* akun *content creator* @er_bee26 di media sosial TikTok, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Harus menentukan target *audiens* dalam membuat video atau konten yang diunggah di media sosial TikTok.

2. *Content creator* @er_bee26 harus mengetahui atau cara kerja algoritma di media sosial TikTok.
3. Harus mempunyai strategi dalam membuat video atau konten yang menarik masyarakat agar target dalam mencapai 5 juta *followers* dapat tercapai.

