

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Akun instagram Muhammad Reja Baihaqqi melakukan kegiatan personal branding, proses pembentukan personal branding dengan menggunakan media sosial instagram diawali dengan pengumpulan data yang dibutuhkan kepada informan untuk bisa melakukan proses personal branding. Kriteria yang digunakan pada penelitian ini yaitu 8 konsep personal branding yang berdasarkan oleh Peter Montoya.

Peneliti menemukan 8 konsep utama dalam melakukan personal branding, yang diantaranya merupakan Spesialisasi (The Law Of Specilization), Kepemimpinan (The Law Of Leadership), Kepribadian (The Law Of Personality), Terlihat (The Law Of Visibility), Perbedaan (The Law Of Distintiveness), Keteguhan (The Law Of Percistence), Nama Baik (The Law Of Goodwill), dan Kesatuan (The Law Of Unity). Dari pemaparan tentang 8 konsep personal branding ini menunjukkan bahwa Muhammad Reja Baihaqqi membangun personal branding sebagai influencer melalui aplikasi instagram. Hal ini terlihat dari unggahan Muhammad Reja yang berisikan berbagai macam konten yang sebagian besar berupa video dan foto tentang dirinya. Personal branding yang Muhammad Reja bangun adalah seorang influencer yang ingin menghibur para pengikutnya dan konsisten mengunggah konten setiap harinya.

Mengingat influencer membentuk persepsi diri dalam media sosial

yang digunakan maka konsistensi merupakan faktor yang sangat penting, dalam penelitian ini, Muhammad Reja Baihaqqi menggunakan aplikasi instagram untuk membentuk presepsi diri yang positif tentang dirinya dihadapan para pengikutnya, Presepsi ini akan sangat berpengaruh terhadap personal branding yang Muhammad Reja bangun.

5.2 Saran

Peneliti memberikan saran terkait pemanfaatan instagram dalam membangun personal branding Muhammad Reja Baihaqqi berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

A. Saran Praktis

Memaksimalkan penggunaan fitur instagram secara lebih sering supaya bisa membangun personal branding, dan lakukan secara konsisten dan sabar karena semua hal tidak ada yang instan.

B. Saran Teoritis

Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu menggunakan teori perspektif audiens untuk menyimpulkan bagaimana presepsi yang terbentuk dari pembangunan personal branding yang dilakukan seseorang.