

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Personal Branding adalah hal penting yang membawa dampak positif bagi manusia. *Personal Branding* di era digital saat ini sangat dibutuhkan untuk melabelkan diri dan mempermudah mencari relasi di dalam dunia kerja. Jharna Bhagwani menggunakan Instagram sebagai wadah untuk membangun *personal branding* sebagai *content creator beauty*. Jharna Bhagwani menyadari bahwa hobinya dalam dunia seni dan tata rias di Instagram jika lebih mendalam dapat membuka peluang pekerjaan baru bagi dirinya. Jharna Bhagwani menyadari bahwa membentuk persepsi diri kepada orang lain sangatlah penting dalam proses membangun *personal branding* di media sosial khususnya Instagram. agar persepsi yang dibentuk sesuai dengan keinginan dan mencapai tujuan yang diinginkan.

Bedasarkan hasil pembahasan mengenai delapan konsep Pembentukan *personal branding* Jharna Bhagwani melalui akun Instagram pribadi @jharnabhagwani. *Personal branding* Jharna Bhagwani di Instagram sudah memenuhi delapan konsep *personal branding* Peter Montoya. Dari kedelapan konsep *personal branding* Peter Montoya bentuk *personal branding* yang paling ditonjolkan oleh Jharna Bhagwani adalah :

1. Spesialisasi : Jharna Bhagwani merupakan *content creator* khususnya dibidang kecantikan.

2. Perbedaan : Jharna Bhagwani merupakan *content creator beauty* yang fokus terhadap *make up* karakter.
3. Keterlihatan : Jharna Bhagwani membuat dirinya terlihat dengan cara sering melakukan kolaborasi dengan artis ataupun selebgram lainnya di *platform* media sosial Instagram.

Dalam proses membentuk *personal branding* memiliki tiga tahapan yang dilakukan oleh Jharna Bhagwani, yaitu memilih peran, mensetting *performance*, *impression management*. Dari ketiga tahapan tersebut, Jharna Bhagwani mempunyai ciri khas yang berbeda untuk membangun *personal branding*.

Jharna Bhagwani memiliki kemampuan penggunaan teknologi khususnya pada media sosial instagram dan memanfaatkan fitur dan fungsi yang ada pada instagram untuk menciptakan *personal branding*. Ketika Jharna Bhagwani mengunggah sesuatu melalui instagram dapat memberikan informasi yang akan diberikan kepada *followers*.

Dengan menggunakan media sosial instagram yang dapat diketahui oleh publik, maka perlu impresi atau citra yang baik untuk ditunjukkan. Karena, dengan sebuah unggahan, *followers* atau orang lain dapat melihat bakat, kepribadian dan nilai diri kita dan itu menjadi sebuah ketertarikan. Serta, dengan melengkapkan sebuah unggahan dengan tagar, caption foto bisa menjadikan kemudian di unggah di instagram

Jharna Bhagwani melakukan pengolahan kesan dengan melalui tahapan membangun *personal branding* Peter Montoya. Selain menerapkan konsep terhadap *personal brand* nya, Jharna Bhagwani juga membangun *personal*

branding melalui tiga tahapan, yaitu memilih peran, mensetting *performance*, dan *impression management*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan prosedur yang telah dilaksanakan, maka peneliti menarik kesimpulan bentuk *personal branding* Jharna Bhagwani sebagai berikut:

1. Jharna Bhagwani menggunakan media sosial instagram sebagai media untuk mem*branding* diri dengan cara menunjukkan bakat yang di punya.
2. Jharna Bhagwani memiliki keunikan, berpenampilan menarik secara berbeda.
3. Jharna Bhagwani mempunyai intensitas tinggi untuk meng-*explore* media sosial Instagram untuk mencari referensi.
4. Jharna Bhagwani memikirkan konsep yang akan mereka unggah ke media sosial Instagram agar menarik perhatian orang lain dan menjadi nilai kepuasan tersendiri.
5. Jharna Bhagwani mulai menunjukkan eksistensinya dalam media sosial Instagram.
6. Citra diri merupakan tujuan akhir dari *impression management* yang dilakukan oleh seseorang didalam kehidupannya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan 8 konsep pembentukan *personal branding*, teori dramaturgi, dan *management impression*. Peneliti memberikan

saran kepada peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang tema yang sama. Perlu diperhatikan lagi penggunaan media sosial, perlu dicari informasi lagi mengenai media sosial dan beberapa fitur yang disediakan oleh media sosial tersebut.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa saran. Saran tersebut adalah :

1. Lebih banyak media sosial yang digunakan dalam membranding diri dan membranding bisnis, jadi tidak hanya fokus ke satu media sosial saja.
2. Lebih meng-*explore* agar dapat meningkatkan citra diri sesuai dengan kenyamanan informan.

5.2.1 Saran Akademis

Saran bagi penulis selanjutnya adalah melakukan penelitian secara mendalam terhadap penggunaan strategi yang tepat untuk meneliti *personal branding* seseorang dan apakah informan yang kita teliti sudah sesuai dengan karakteristik *personal branding* yang berlaku.

5.2.2 Saran Praktis

1. Dari hasil dari penelitian yang dilakukan ini, disarankan bagi pengguna media sosial khususnya Instagram, dapat memanfaatkan sebagai sarana untuk melakukan *personal branding*
2. Untuk Jharna Bhagwani disarankan untuk tetap menjaga *personal branding* yang sudah dibangun dan lebih mendalami bakat yang sudah dimiliki

3. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam terkait *personal branding* yang terdiri dari satu objek penelitiannya

