

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

*Personal branding* adalah hal penting yang membawa dampak positif bagi manusia. *Personal Branding* pada era digital ini sangatlah dibutuhkan dalam banyak hal salah satunya yakni untuk mempermudah dalam membentuk citra diri seseorang dalam dunia pekerjaan. Ibnu Wardani salah satu dari sekian banyak orang yang memanfaatkan media sosial Tiktok sebagai wadah yang digunakan untuk membangun *personal branding* dirinya sebagai seorang *influencer content flexing*.

Ibnu Wardani menyadari bahwa kegemarannya dalam membuat setiap video singkat yang kemudian ia unggah pada media sosial Tiktoknya dapat membuka sebuah peluang bisnis atau sebagai suatu sumber penghasilan untuk dirinya pada masa yang akan datang. Ibnu Wardani menyadari bahwa membentuk pandangan yang baik dimata orang lain sangatlah penting dalam proses membangun *personal branding* di media sosial Tiktok. hal ini Ibnu Wardani lakukan agar pandangan yang telah dibentuk sesuai dengan keinginan agar dapat mencapai tujuannya.

Berdasarkan hasil yang telah dibahas mengenai *eight laws of personal branding* menurut Peter Montoya, Ibnu Wardani melalui media sosial Tiktok pribadinya belum memenuhi kedelapan konsep yang ada. Dari kedelapan konsep *personal branding* Peter Montoya, Ibnu Wardani belum memenuhi salah satu unsur, yaitu pada Kepemimpinan (*The Law of Leadership*) karena Ibnu Wardani

belum menonjolkan keunggulan yang dimilikinya, tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap masyarakat, dan/atau pengakuan sebagai pemimpin di mata khalayak. Bentuk *personal branding* yang paling ditonjolkan oleh Ibnu Wardani adalah :

1. Spesialisasi : Ibnu Wardani sebagai *influencer* sekaligus *content creator* dengan *content flexing*.
2. Perbedaan : Ibnu Wardani merupakan *influencer content flexing* namun dengan menyelipkan *flexing* secara tidak langsung di setiap konten *daily activities*.
3. Kenampakan : Ibnu Wardani merupakan seorang *content creator flexing* yang sangat pandai dalam memanfaatkan segala kesempatan yang mana kesempatan – kesempatan tersebut dimanfaatkannya, dan melakukan *endorsement* pada setiap kesempatan yang Ibnu Wardani miliki.

Dengan menggunakan media sosial khususnya Tiktok dalam membangun sebuah *personal branding* dapat dengan mudah dan efisien seperti yang dilakukan oleh Ibnu Wardani, dikarenakan media sosial Tiktok memiliki bermacam-macam fitur pendukung didalamnya, dan fitur-fitur tersebut dapat diakses oleh seluruh pengguna media sosial Tiktok tanpa terkecuali. Salah satu fitur yang mungkin sangat membantu dalam proses pembentukan suatu *personal branding* ialah fitur FYP atau *for your page* dikarenakan dengan fitur ini seseorang yang mengunggah video hasil editannya dapat dengan mudah dilihat oleh pengguna media sosial Tiktok diseluruh dunia.

Berdasarkan penelitian yang telah Penulis lakukan sesuai dengan prosedur yang telah dilaksanakan, maka Penulis menarik suatu kesimpulan dalam bentuk *personal branding* Ibnu Wardani, sebagai berikut :

- Ibnu Wardani menggunakan media sosial Tiktok sebagai media serta wadah untuk melakukan *branding* dirinya dengan konsisten membuat *content– content* yang selalu di unggahnya.
- Ibnu Wardani memiliki sebuah ciri khas yang unik dan mudah untuk dikenali oleh orang lain
- Ibnu Wardani memiliki kemampuan dalam memanfaatkan berbagai situasi dan keadaan yang sangat baik.
- Ibnu Wardani memikirkan segala konsep dalam setiap proses pembuatan *content* yang di unggahnya
- Ibnu Wardani dapat menunjukkan eksistensinya pada media sosial Tiktok
- Ibnu Wardani berhasil membangun *personal branding* dengan menggunakan jalan yang berbeda yakni dengan memanfaatkan *content flexing* dalam prosesnya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan uraian di atas, penulis melihat pentingnya meningkatkan kualitas dan kemampuan diri kita sendiri sesuai dengan teori *eight laws of personal branding* dengan harapan setiap individu yang mengembangkan dirinya tersebut dapat meraih jenjang karir dan target yang diinginkan. Setiap *content creator* atau *influencer* di Tiktok (terkhusus Ibnu Wardani), pasti memiliki sifat/sikap positif

yang ditunjukkan di media sosial tempat mereka berbagi video. Dengan mempertimbangkan nilai-nilai yang mereka miliki, kita dapat mengimplementasikannya ke diri sendiri sebagai motivasi dalam mengembangkan kemampuan.

Berdasarkan penelitian yang disusun menggunakan teori *eight laws of personal branding* Peter Montoya, penulis perlu menyampaikan saran kepada penulis selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama. Adapun saran tersebut (khususnya pada *personal branding* yang dilakukan Ibnu Wardani), yaitu agar dapat meneliti kembali aspek-aspek *personal branding* dengan lebih banyak sumber. Kemudian perlu juga mendapatkan perhatian lebih dalam penggunaan media sosial dalam berbagai macam kebutuhan lainnya, dan mencari lebih banyak detail informasi seputar fitur– fitur yang ada pada setiap media sosial yang ada.

