

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang mempunyai tujuan mendeskripsikan dari pemanfaatan media sosial Instagram dan Tiktok dalam membantuk *personal branding* pada akun @Meisyasallwa sebagai *Public Speaker* dan public speaking. Berdasarkan hasil dalam penelitian dapat disimpulkan bahwa melakukan *personal branding* di media social mempunyai banyak sekali benefit yang besar dalam pembentukan di social media. Benefit yang dirasakan juga tidaklah main-main yaitu mendapatkan job, dikenal oleh banyak orang lain baik di dunia nyata maupun di dunia maya. Cara meisya memanfaatkan media social dalam melakukan *personal branding* ialah dengan memanfaatkan tools-tools yang sudah disediakan oleh instagram maupun tiktok, diantaranya menggunakan hastag, menggunakan highlights, menggunakan caption, menggunakan penyuntingan video. sebelum meisya melakukan *personal branding* di media social ia harus mengenali dirinya sendiri.

Dalam melakukan *personal branding* Meisya Sallwa hanya bisa mengaplikasikan tujuh dari delapan konsep dalam membangun personal branding sebagai public speaker dan penulis buku. Hal ini dikarenakan dalam membangun personal branding sebagai public speaker dan penulis buku, Meisya Sallwa tidak menampilkan segi kepemimpinan (*the law of leadership*) pada konten-konten yang ia tampilkan sebagai personal branding-nya. Selebihnya meisya mampu mengaplikasikan konsep *personal branding*nya.

Secara keseluruhan, Meisya Sallwa sangat sukses dalam membangun *personal branding*-nya meski mengalami beberapa kemunduran. Bagi peneliti yang tertarik untuk membahas topik serupa dengan peneliti, disarankan untuk lebih spesifik dalam pembahasan konsep-konsep yang muncul dalam pengembangan autentik person dan personal brandnya. Selain itu, peneliti juga bisa berdiskusi tentang cara membangun *personal branding* dengan mengoptimalkan fitur Instagram dan TikTok. Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan membantu peneliti selanjutnya yang ingin membahas penggunaan Instagram dan TikTok dalam personal branding. Selain itu, peneliti selanjutnya yang ingin menyelidiki topik serupa didorong untuk mendiskusikan penggunaan media sosial lain seperti YouTube atau Twitter dalam *personal branding*.

## 5.2 Saran

Dalam penelitian ini, peneliti hendaknya dapat memberikan saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

### 5.2.1 Bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional

Bagi peneliti yang tertarik untuk membahas topik serupa dengan peneliti diharapkan untuk lebih spesifik dalam membahas kepribadian authentic serta konsep yang ada dalam pembentukan personal brandingnya.

### 5.2.2 Bagi Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya mengenai *personal branding* melalui Instagram dan Tiktok. Disarankan bagi peneliti lebih lanjut untuk menyelidiki penggunaan media sosial untuk *personal branding* di luar Instagram, seperti Twitter, Facebook, Youtube, dll.

