

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti dan telah peneliti uraikan di bab sebelumnya, maka dengan ini peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

Personal branding merupakan sebuah seni untuk menciptakan merek diri. *Personal branding* bertujuan untuk membangun afiliasi diri dan atensi khalayak terhadap seseorang yang memiliki *personal branding*. Besarnya resistensi *personal branding* tergantung bagaimana seseorang membentuk dan mempertahankan *personal branding* miliknya.

Strategi Tata Kelola Akun Instagram dalam Membangun *personal branding* seorang selebriti Instagram yaitu @livingthebside secara keseluruhan, bahwa Dita Kusuma Puspitasari mengelola akun Instagram @livingthebside dan menerapkan *personal branding*nya dengan faktor pembentuk *personal branding* (Kompetensi, gaya, standar) dan 8 (delapan) konsep *personal branding* yang dicetuskan oleh Peter Montoya (spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, visibilitas, kesatuan, keteguhan, dan nama baik).

Sebagai selebriti Instagram yang memiliki *taste* dalam mengolah keterampilannya, seseorang yang memiliki personalitas *openness*, dan seseorang yang mengelola konten secara informatif dan konsisten. Kompetensi Dita Kusuma Puspitasari adalah terampil di bidang *homedecor*, gaya atau *style* yang ia terapkan memiliki penampilan yang *stylish* karena ia senang dengan dunia *fashion*, selain itu dalam berkomunikasi ia sangat asertif kepada *followers*nya. Terakhir Dita Kusuma Puspitasari menerapkan standar dalam menerapkan *personal branding* dirinya di Instagram melalui konsistensinya dalam mengunggah konten yang berkualitas serta selalu memiliki penggambaran yang sejenis dan tersusun sehingga memperjelas representasi dirinya pada khalayak.

Dalam membangun *personal branding*, berdasarkan penelitian ini Dita Kusuma Puspitasari menerapkan delapan konsep *personal branding*. Spesialisasi

@livingthebside terampil pada bidang *homedecor*, visibilitas yang ia dapatkan adalah dilirikinya akun @livingthebside oleh khalayak dan penawaran kerjasama dengan media lain, kesatuan yang ia terapkan dalam membangun *personal branding* adalah dengan memberikan konten-konten berisikan *insight* positif, pada bagian kepemimpinan ia berhasil *membranding* dirinya dengan mengedepankan kredibilitas sehingga mampu mempersuasi para *followers*. Komunikasi persuasif dibutuhkan dalam membangun kredibilitas diri di Instagram, karena bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan dan sikap publik terhadap diri kita. Memiliki personalitas *openness* dalam membangun kelayakitasan *followers* @livingthebside juga melakukan interaksi dan berkomunikasi secara asertif. Cara @livingthebside berinteraksi dengan khalayak selalu mengedepankan etika dan pesan yang informatif, memiliki gaya bahasa sopan namun tetap dihiasi bercanda serta memproduksi konten yang berkualitas merupakan masuk ke dalam konsep keteguhan, karena ia konsistensi dalam membangun *personal branding* dirinya sehingga khalayak mengenal dirinya karena memiliki kepribadian dan karakteristik yang positif.

5.2 Saran

Setelah peneliti menyelesaikan penelitian tentang Strategi Tata Kelola Akun Instagram Dalam Konstruksi *Personal Brading* Selebgram (Studi pada Akun Instagram @livingthebside). Maka peneliti akan memberikan saran sebagai berikut:

1. Secara Akademis, penelitian mengenai Stategi Tata Kelola Akun Instagram Dalam Membangun *Personal Brading* Selebgram di Instagram diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya baik dengan subjek penelitian berbeda maupun sama, sehingga dapat ditemukan temuan-temuan baru tentang bagaimana memahami proses membangun *personal branding* di media sosial Instagram.
2. Secara praktis, peneliti berharap penelitian ini menjadi bahan pertimbangan untuk khalayak supaya memahami bagaimana membangun *personal branding* supaya khalayak mengetahui ciri khas dan keunikan yang kita miliki. Hal ini bertujuan supaya seseorang dapat mengendalikan reputasi, dan

orang lain dapat fokus pada kelebihan yang kita miliki sehingga mendapatkan penilaian baik di hadapan khalayak.

3. Untuk membentuk *personal branding*, perlu memiliki ciri khas tersendiri supaya memiliki identitas. Identitas diperlukan untuk pembeda dengan orang lain, sebab menjadi serupa adalah hal yang lumrah tetapi menjadi berbeda merupakan hal yang istimewa.

