

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

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 Selebgram Abel Cantika di Media Sosial Instagram bahwa Abel Cantika membentuk personal branding nya dengan 8 (delapan) konsep personal branding yang dicetuskan oleh Peter Montoya (Spesialisasi, Kepemimpinan, Kepribadian, Perbedaan, Visibilitas, Kesatuan, Keteguhan dan Nama Baik)

Dalam membangun *Personal branding*, berdasarkan penelitian ini Abel Cantika menerapkan konsep *personal branding* Spesialisasi dalam terampil bidang make up dan kecantikan di akun Instagramnya @abellyc, Visibilitas yang ia dapatkan pada akun Instagram nya @abellyc adalah banyak nya penawaran kerjasama dengan brand kecantikan ataupun fashion, Kesatuan yang ia terapkan dalam membangun *personal branding* adalah dengan memberikan konsistensi dan keselarasan antara citra yang ingin ditampilkan oleh Abel Cantika dalam komunikasinya dengan pengikutnya ia berbicara dengan jujur dan autentik, berinteraksi dengan ramah dan antusias, pada bagian kepemimpinan ia berhasil menginspirasi pengikutnya dengan konten make up dan kecantikan yang kreatif dan inspiratif. Cara Abel Cantika berinteraksi dengan followers nya adalah ramah, secara jujur dan autentik dan selalu mengedepankan pesan positif juga memberdayakan konten-kontennya, karena ia konsistensi, kreativitas dan interaksi dalam membangun *personal branding* dirinya sehingga khalayak mengenal dirinya karena memiliki kepribadian dan karakteristik positif.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, tidak menutup kemungkinan akan muncul beberapa fenomena baru di *Instagram* atau bahkan media sosial lainnya. Diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya baik dengan subjek penelitian berbeda maupun sama, sehingga dapat ditemukan temuan baru tentang bagaimana proses membangun *personal branding* di media sosial *Instagram*.

5.2.2 Saran Akademis

Instagram sebagai media sosial dijadikan medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. (Nasrullah, 2015:13)

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