

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait “Analisis *Personal Branding* Vina Muliana di Media Sosial (*Content Analysis* Pada Akun TikTok @vmuliana Periode 2022)”, dapat disimpulkan bahwa dalam membangun reputasi diri atau *personal branding* terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan. Dalam penelitian ini menggunakan konsep *Circle-P* dari buku karya Silih Agung Wasesa yang berjudul *Personal Branding Code* (2018) sebagai acuan dalam menganalisis *personal branding* yang ditunjukkan oleh Vina Muliana selaku objek dalam penelitian ini. Peneliti telah menarik kesimpulan berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini yaitu:

1. TikTok merupakan salah satu media sosial yang memiliki cukup banyak pengguna di Indonesia serta memiliki berbagai fasilitas yang dapat memudahkan penggunaannya untuk dapat bersosialisasi di dalamnya. Salah satu hal yang dapat dimanfaatkan dari TikTok yaitu menjadikannya sebagai sarana membangun *personal branding*. *Personal branding* melalui TikTok dapat dilakukan dengan membuat konten yang bermanfaat dan dapat memberikan kontribusi kepada orang lain atau pengguna TikTok lainnya. Berdasarkan hal tersebut, peneliti juga melihat bahwa Vina Muliana telah memanfaatkan TikTok dengan baik sebagai sarana *personal branding* melalui konten-kontennya.
2. *Personal branding* dapat dilakukan menggunakan konsep *Circle-P* yang terdiri dari *competency*, *connectivity*, *creativity*, *contribution*, dan *compliance*. Konsep tersebut telah terpenuhi oleh Vina Muliana, dilihat dari konten-konten terkait karier yang dibuatnya. Konsep *Circle-P* yang paling menonjol dari kontennya yaitu elemen *competency* dan *contribution*. Hal tersebut berdasarkan hasil analisis dan jumlah konten yang memenuhi elemen *competency* dan *contribution* lebih banyak dibandingkan elemen lainnya. selain itu,

elemen *competency* juga terlihat dari kemampuan yang dimiliki oleh Vina Muliana khususnya dalam hal menilai sebuah CV melalui kontennya, kemudian dari kemampuan tersebut dapat memenuhi elemen *contribution* yang di mana Vina Muliana dapat memberikan kontribusi kepada penontonnya berdasarkan kemampuan yang dimilikinya melalui konten-konten pada akun TikTiknya.

Hasil kesimpulan yang didapatkan dari analisis menggunakan konsep *Circle-P* ini juga memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu, yang di mana pada penelitian ini memfokuskan pada analisis melalui konten dan juga melihat penilaian dari sudut pandang penonton terkait *personal branding* yang dilakukan oleh Vina Muliana melalui media sosial TikTok.

Maka dari itu, dengan membangun atau membentuk *personal branding* yang baik di media sosial dapat memberikan berbagai manfaat seperti mendapatkan popularitas dan juga mendapat kepercayaan dari orang lain atas suatu hal atau kemampuan yang dimiliki.

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti berikan untuk Vina Muliana yaitu agar mempertahankan *personal branding* melalui konten-kontennya di TikTok, selain itu agar kedepannya dapat semakin memperluas pembahasan terkait karier dan menyesuaikan dengan kebutuhan penonton kontennya.

Peneliti juga memberikan saran untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan konsep *Circle-P* dalam membangun *personal branding* pada *content creator* lainnya dan melalui sarana media sosial lainnya agar memperluas pembahasan terkait konsep *Circle-P* tersebut.

Selain itu, sebagai solusi agar dapat memanfaatkan media sosial yang ada saat ini sebagai sarana untuk bersosialisasi dan dapat dimanfaatkan sebagai sarana *personal branding* untuk memperluas relasi serta dapat memberikan kontribusi untuk banyak orang dengan menunjukkan kemampuan yang dimiliki. Dengan hal tersebut maka media sosial dapat lebih bermanfaat serta dapat memberi pengetahuan baru kepada khalayak luas.