BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa dalam membangun personal branding melalui media sosial Instagram, Gibran Marten menerapkan tahapan yang jelas dan terstruktur, yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi.

1. Gibran Marten merencanakan personal branding-nya dengan memilih Instagram sebagai platform utama, mengingat kekuatan visual yang dimilikinya dan audiens yang relevan dengan citra yang ingin ia bangun. Gibran memahami bahwa audiensnya sebagian besar terdiri dari orang-orang muda yang terdidik, sehingga ia memilih untuk berkomunikasi dengan cara yang autentik dan lebih personal. Dalam perencanaan, Gibran juga menetapkan tujuan untuk tetap aktif di mata publik melalui media sosial, bukan hanya lewat media konvensional seperti televisi. Dengan menggunakan Instagram, ia berbagi momen kesehariannya yang lebih humanis untuk memperkuat koneksi dengan audiens.

2. Pada tahap pelaksanaan personal branding, Gibran secara aktif mengunggah konten yang konsisten dan relevan dengan audiensnya. Ia memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti Stories, Feed, dan Reels untuk berbagi momen pribadi dan kegiatan sehari-hari. Gibran juga menjaga interaksi yang aktif dengan audiensnya, baik melalui komentar langsung atau pesan pribadi. Hal ini memperkuat hubungan personal dan menciptakan citra yang lebih humanis. Dengan cara ini, Gibran memastikan bahwa setiap konten yang dibagikan selalu selaras dengan nilai-nilai yang ia tonjolkan, baik di dunia profesional maupun kehidupan pribadinya.

3. Gibran Marten melakukan evaluasi secara teratur untuk mengukur dampak dari konten yang diunggah, berdasarkan interaksi dan feedback dari audiens. Gibran

memantau metrik seperti jumlah likes, komentar, serta pertumbuhan followers melalui fitur Instagram Insights untuk menilai apakah konten yang dibagikan sesuai dengan tujuan personal branding-nya. Melalui hasil evaluasi ini, Gibran menyesuaikan strategi konten dan memastikan bahwa citra yang dibangun tetap relevan dengan audiens serta efektif dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi ini memungkinkan Gibran untuk memperbaiki dan mengoptimalkan konten agar tetap sesuai dengan kebutuhan audiensnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Gibran Marten dalam media social Instagram maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan sebagai saran dan masukan:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang peran komunikasi dalam membangun personal branding melalui media sosial, khususnya Instagram. Model perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini dapat diadaptasi dan diterapkan dalam konteks lain, baik oleh individu maupun organisasi. Penelitian ini juga memperkuat konsep personal branding yang telah ada, serta memberikan wawasan mengenai penerapan hukum personal branding oleh Peter Montoya, yang dapat menjadi pedoman bagi pihak yang ingin membangun citra diri yang konsisten dan autentik di media sosial.

2. Secara Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan panduan bagi individu, selebritas, atau influencer dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi personal branding mereka di media sosial. Dengan menggunakan strategi yang disarankan dalam penelitian ini, seperti memahami audiens, menjaga konsistensi dalam konten, dan memanfaatkan insight media sosial, pihak yang terlibat dalam branding pribadi dapat memperkuat hubungan

dengan audiens mereka dan membangun citra yang lebih kuat. Penelitian ini juga memberi gambaran mengenai pentingnya mengikuti tren dan menjaga otentisitas untuk mencapai kesuksesan dalam membangun personal branding yang efektif dan berkelanjutan.