

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai personal branding Aulia Rizsa Wirizqi melalui akun Instagram @Aulion hingga akhir periode Februari 2018, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Aulia Rizsa Wirizqi membentuk personal branding melalui Instagram dengan fitur-fitur yang terdapat di dalamnya yaitu mengunggah dan membagikan foto atau video, efek foto, arropa, label foto, *geotagging*, pesan dan Instagram *stories* (*Instastories*).
2. Delapan konsep pembentukan personal branding yang dilakukan Aulia Rizsa Wirizqi adalah sebagai berikut.
  - a. Spesialisasi (*The Law of Specialization*): Aulia memiliki ciri khas dalam mengupload foto atau video yang menarik, interaktif, informatif, dan memberikan garis tepi berwarna-warni pada setiap konten Instagramnya.
  - b. Kepemimpinan (*The Law of Leadership*): Aulia memiliki sikap kepemimpinan yang baik dan kooperatif.
  - c. Kepribadian (*The Law of Personality*): Aulia merupakan sosok yang memiliki sifat yang mudah bergaul, ceria, sederhana dan apa adanya.
  - d. Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*): Aulia menunjukkan perbedaan atau diferensiasi dalam hal karakter, dengan karakter pribadinya yang kreatif, humoris serta memiliki jiwa sosial yang tinggi.
  - e. Terlihat (*The Law of Visibility*): Pada setiap kesempatan yang dimiliki, seperti pada saat Aulia mengadakan ataupun mengikuti sebuah *event*/acara, dirinya selalu memiliki antusiasme tinggi, *easy going*, dan berpenampilan sesuai dengan konsep acara yang ada, tanpa mengurangi sisi kreatifitasnya.
  - f. Kesatuan (*The Law of Unity*): kepribadian Aulia yang ditampilkan dalam akun Instagram sesuai dengan karakter Aulia yang baik, *humble*, kreatif, humoris dan santai, hal ini ditunjukkan pada konten Instagramnya.
  - g. Keteguhan (*The Law of Persistence*): Aulia merupakan sosok yang termasuk dalam kriteria orang yang mengikuti perkembangan zaman untuk

membentuk personal brandingnya melalui Instagram dengan menghubungkan link dari media sosial lain atau *website* ke akun miliknya.

- h. Nama Baik (*The Law of Goodwill*): Aulia membentuk nama baiknya melalui Instagram, dengan tidak memfollow, memposting foto dan video yang mengandung SARA dan pornografi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti, mengenai personal branding Aulia Rizsa Wirizqi melalui akun Instagram pribadi Aulion, maka peneliti memberikan saran yaitu sebagai berikut :

1. Memanfaatkan semaksimal mungkin media sosial yang ada secara bijak dan positif dalam pembentukan suatu personal branding, hal ini untuk menjaga personal branding tersebut agar tetap ada dalam benak masyarakat. Dikarenakan pada era sekarang ini, media sosial sangat cepat berkembang dan semakin banyak bermunculan media sosial baru dengan fitur yang unik dan beragam.
2. Membuat sebuah rencana untuk publikasi, terlepas dari benar atau salah, cara yang terbaik adalah tetap bekerja dan menghasilkan sebuah konten yang baik dan bermanfaat. Akan lebih baik bila sewaktu-waktu bertanya atau sekedar meminta penilaian, kritik, saran atau masukan kepada orang lain tentang konten yang akan dibuat.
3. Membangun personal branding dalam suatu media sosial alangkah baiknya memperhatikan konten-konten yang akan di unggah, konten-konten tersebut baiknya memuat hal-hal yang positif, agar dapat memberikan manfaat, informatif dan inspirasi bagi masyarakat. Hal tersebut dikarenakan media sosial dapat diakses oleh semua pengguna tanpa adanya filter.
4. Personal branding memerlukan persepsi secara efektif, mengelola, mengendalikan dan mempengaruhi bagaimana orang lain memandang dan memikirkan seorang individu, serta diperlukan untuk menjadi diri sendirian bersikap positif. Memiliki personal branding yang kuat merupakan aset yang sangat penting di zaman seperti sekarang. Personal brand yang baik tidak dapat dibangun dalam jangka pendek, dibutuhkan konsistensi, niat dan tindakan untuk membangunnya.