

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Personal branding ialah proses untuk membentuk karakter citra yang baik, *personal branding* ini tidak bisa dibentuk secara instant, tetapi membutuhkan waktu yang lama. Berdasarkan hasil penelitian:

1. Konsep *personal branding The eight law of personal branding* milik Peter Montoya, diantaranya ada spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, kesatuan, perbedaan, terlihat, keteguhan, dan nama baik. Dalam postingan yang diunggah di media sosial instagramnya Najwa Shihab memenuhi kedelapan konsep *personal branding* tersebut. dalam berbagai unggahannya dapat menunjukkan Najwa Shihab dari segi keperempuannya, ia merupakan sosok perempuan yang memiliki jiwa pemimpin, jiwa keibuan, ramah, memiliki kepribadian yang terplanning, serta ia dapat membuat karya berupa buku dikala kesibukannya, dan ia bisa bersosialisasi dengan masyarakat luas. Dari berbagai postingan yang diambil untuk melakukan penelitian ini Najwa Shihab telah membangun reputasi sebagai seorang perempuan yang bisa memimpin dengan dibuktikan dia sudah memiliki *followers* 21,4 juta pada akun instagramnya.
2. Najwa Shihab memiliki kekuatan dan kelemahan dalam *personal branding* melalui media sosial instagramnya. Kekuatan yang dimiliki Najwa Shihab dilihat dari segi kepemimpinan yang dia miliki, nama baik yang sudah ia bangun dan kembangkan, kesatuan ini merujuk pada ia merupakan orang yang hangat untuk keluarganya, serta ia seorang

influencer sangat aktif mengunggah kegiatan-kegiatan yang sedang dia lakukan. Adapun kelemahan yang dimiliki oleh Najwa Shihab dalam *personal branding*nya di media sosial, Najwa Shihab ini kurang mengoptimalkan fitur yang ada di Instagram, serta ia kurang berinteraksi dengan *followers*nya di media sosial Instagramnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis yang telah dilakukan oleh peneliti tentang *personal branding* Najwa Shihab melalui media sosial Instagram, ada beberapa saran yang perlu untuk disampaikan oleh peneliti:

1. Saran teoritis

Untuk pembaca dan peneliti selanjutnya tekhusus Mahasiswa/I UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten program studi komunikasi dan penyiaran Islam semoga dapat memahami *personal branding* di media sosial pada hasil penelitian peneliti, kemudian bisa mencari sumber lain yang bertaraf nasional maupun internasional. Selanjutnya juga dapat menganalisis *personal branding* seorang tokoh dengan menggunakan teori *personal branding* yang lain.

2. Saran Praktisi

Personal branding di media sosial merupakan gambaran seorang individu terhadap keahlian atau kemampuan yang dimilikinya. Peneliti berharap kepada tim media Instagram @najwashihab atau instansi terkait, bisa membuka diri untuk mahasiswa yang sedang melakukan penelitian di Instagramnya guna untuk melengkapi keperluan data yang diperoleh