

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian terkait *personal branding* Gibran Rakabuming Raka dengan menggunakan teori *personal branding* Peter Montoya dan metode analisis semiotika Ferdinand de Saussure. Pada bagian ini juga memaparkan implikasi hasil penelitian secara akademis, sosial, dan praktis.

5.1 Kesimpulan

Personal branding tidak terbentuk secara cepat atau instan, melainkan membutuhkan proses yang panjang dan konsisten. Pembentukan *personal branding* membutuhkan proses yang panjang dan konsisten. Pembentukan *personal branding* memerlukan usaha yang terus menerus dengan melibatkan serangkaian aktivitas positif yang relevan dengan nilai-nilai yang ditonjolkan. Selama proses ini, *personal branding* akan menghasilkan kesan yang mendalam, membentuk perilaku, keterampilan, nilai, serta pencapaian yang secara sadar maupun tidak sadar dirancang untuk menciptakan citra diri yang kuat dan berkesan di mata publik. Citra ini kemudian menjadi fondasi yang mempengaruhi bagaimana seseorang dikenal dan dihargai oleh lingkungannya.

Melalui berbagai unggahan di akun Instagram @gibran_rakabuming menunjukkan komitmen untuk melayani masyarakat dengan sepenuh hati dan menjadi teladan bagi rakyatnya. Perjalanan Gibran dalam membangun *personal branding* melalui platform tersebut bukanlah sesuatu yang terjadi dalam waktu singkat. Sejak awal ia membuat akun Instagram, Gibran telah konsisten dalam membangun citranya, yang perlahan membentuk kepercayaan publik terhadap dirinya. Konsistensi ini berperan penting dalam membangun *image* positif di mata masyarakat, yang terbukti dengan terpilihnya Gibran sebagai Wali Kota Solo serta pencalonannya sebagai wakil presiden dalam pemilu 2024, dan akhirnya terpilih menjadi wakil

presiden di pemilu 2024, menunjukkan hasil positif dari upayanya membangun *personal branding*.

Berdasarkan analisis semiotika Ferdinand de Saussure terhadap sejumlah unggahan di akun @gibran_rakabuming di akun Instagram Gibran Rakabuming, dapat disimpulkan bahwa Gibran berhasil membangun *personal branding* yang sesuai dengan konsep *personal branding* Peter Montoya. Delapan konsep *The law of Specialization* (Spesialisasi), *The law of Leadership* (Kepemimpinan), *The law of Personality* (Kepribadian), *The law of Distinctiveness* (Perbedaan), *The law of Visibility* (Keterlihatan), *The law of Unity* (Kesatuan), *The law of Persistence* (Keteguhan), *The law of Goodwill* (Niat baik), akan tetapi Gibran hanya menerapkan tujuh konsep, sementara satu konsep *The Law Of Persistence* atau keteguhan tidak terlihat secara jelas dalam unggahannya.

Hasil Temuan analisis *personal branding* Gibran menunjukkan upaya strategis dalam membangun citra yang autentik, modern, dan relevan. Dengan menonjolkan konsep *The Law of Visibility* (keterlihatan) dan *The law of Goodwill* (nama baik), Gibran berhasil memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperkuat keterlihatannya di masyarakat. Unggahannya menampilkan kombinasi profesionalisme, kedekatan personal dan inovasi, seperti penggunaan teknologi AI dalam kampanye visual, bahasa santai yang menarik perhatian Gen Z, serta keberpihakan pada isu-isu masyarakat seperti UMKM dan ekonomi kreatif. Meskipun beberapa pihak mengkritik pengalaman politiknya, *personal branding* yang dibangun di Instagram mencerminkan strategi komunikasi yang relevan dengan audiens digital, menunjukkan dirinya sebagai pemimpin muda yang adaptif dan visioner.

Unggahan Gibran di akun @gibran_rakabuming yang memanfaatkan fitur-fitur seperti *feed*, *reels*, dan *caption* merupakan salah satu strategi Gibran dalam membangun citra dirinya melalui media sosial. Penggunaan Instagram sebagai sarana untuk membangun *personal branding* merupakan pilihan yang tepat, mengingat jumlah pengguna Instagram di Indonesia

sangat besar dan kontennya mudah dibagikan secara luas. Dengan memaksimalkan berbagai fitur tersebut, Gibran mampu menjangkau masyarakat yang lebih luas dan menyampaikan pesan serta citra yang dibentuk dengan cara yang efektif dan interaktif. Hal ini juga menunjukkan pemahaman Gibran terhadap tren digital dalam membangun hubungan dengan masyarakat.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

5.2.1 Implikasi Akademik

Implikasi akademik dari penelitian *personal branding* Gibran Rakabuming Raka di Instagram memberikan kontribusi penting dalam studi komunikasi, khususnya terkait *personal branding* di era digital. Penelitian ini meningkatkan pemahaman tentang bagaimana media sosial, terutama Instagram, digunakan sebagai alat strategis untuk membentuk citra diri. Selain itu, penggunaan analisis semiotika menunjukkan bahwa tanda dan simbol visual di media sosial dapat mempengaruhi persepsi publik. Penelitian ini juga memperluas teori *personal branding* dan memberikan wawasan baru tentang interaksi digital dalam komunikasi politik, terutama di konteks Indonesia yang memiliki jumlah pengguna media sosial yang besar.

5.2.2 Implikasi Praktis

Implikasi praktis dari penelitian *personal branding* Gibran Rakabuming Raka di Instagram adalah memberikan panduan bagi tokoh publik, politisi, atau individu lain yang ingin membangun citra diri melalui media sosial. Gibran menunjukkan bahwa konsistensi dalam menggunakan fitur-fitur Instagram seperti *feed*, *reels*, dan *caption* dapat membantu menciptakan *image* positif dan meningkatkan kepercayaan publik. Penelitian ini juga menekankan pentingnya strategi komunikasi yang relevan dengan masyarakat, serta pemanfaatan media sosial sebagai alat efektif untuk memperkuat *personal branding* dan membangun koneksi dengan masyarakat.

5.2.3 Implikasi Sosial

Implikasi sosial dari penelitian *personal branding* Gibran Rakabuming Raka di Instagram menunjukkan bagaimana media sosial dapat mempengaruhi persepsi dan hubungan antara tokoh publik dan masyarakat. Gibran berhasil membangun citra yang dekat, dan relevan dengan generasi muda melalui unggahan yang komunikatif dan positif. Hal ini menggarisbawahi peran media sosial sebagai jembatan antara figur publik dan audiens, dimana interaksi online dapat membentuk kepercayaan, menginspirasi, dan menciptakan hubungan yang lebih personal dengan masyarakat luas.