

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menarik kesimpulan bahwa frekuensi dari delapan konsep utama personal branding Wira Nagara di Instagram yang paling banyak terlihat adalah spesialisasi 21% dan kepribadian 20%, di lanjutkan dengan perbedaan 11% dan keteguhan 11%, sementara ada beberapa element yang cenderung tidak terlihat seperti kepemimpinan 9%, terlihat 9%, dan nama baik 9%.

Spesialisasi yang diperlihatkan Wira Nagara adalah sebuah kemampuan untuk melakukan stand up comedy dan sajak yang digabungkan menjadi satu untuk dijadikan sebuah konten di akun instagramnya. Kemudian pada element kepribadian, wira nagara memiliki sifat yang humoris dan kreatif yang selalu ia tampilkan disetiap unggahannya. Dilanjutkan dengan dua element lain yaitu perbedaan dan keteguhan, wira nagara memiliki perbedaan dengan komedian yang lain yaitu ia mampu mengapresiasi sesutu dengan unik sehingga dapat menarik seseorang untuk menonton sebuah karya yang ia buat. Wira nagara juga merupakan sosok yang teguh, keteguhan yang wira bangun mampu dengan konsisten terhadap personal branding yang ia lakukan.

Tiga element lainnya yang cenderung tidak terlihat adalah kepemimpinan, dimana wira nagara di pandang ahli dalam suatu bidang tertentu yaitu komedi dan sajak, sehingga jika seseorang ingin menikmati komedi yang berbobot wira nagara lah seseorang yang harus dituju. Element terlihat dari wira nagara yaitu ia rajin dalam mengunggah konten di akun Instagramnya agar ia terus diingat dan dikenal. Element terakhir yang cenderung kurang terlihat adalah nama baik dimana wira nagara hanya teguh dalam visi dan misinya untuk menghibur para pengikutnya.

## B. Saran

### 1. Saran Bagi Wira Nagara

Diharapkan Wira Nagara dapat mempertahankan kualitasnya sebagai *influencer* dan *personal branding* yang sudah dibangun sejak dulu.

### 2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian selanjutnya yang memiliki topik relevan dengan penelitian ini, dapat lebih rinci dan mendalam dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan *personal branding*, serta meneliti mengenai *personal branding* dari sudut pandang kualitatif dengan data primer dari narasumber langsung.

