

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah mengenai bagaimana strategi komunikasi digital yang digunakan akun *@morenotrisdinata_* dalam membangun *personal branding*, dapat disimpulkan bahwa strategi yang dijalankan bersifat terstruktur, konsisten, dan berorientasi pada nilai kebermanfaatan. Strategi tersebut meliputi penentuan tujuan *content* yang menekankan pada manfaat bagi audiens, identifikasi target generasi muda pengguna Instagram, pemanfaatan fitur *Reels* sebagai media utama distribusi pesan, serta pengembangan format *content* yang repetitif dan mudah dikenali. *Creator* juga menggunakan *insight* sebagai bahan evaluasi untuk menjaga konsistensi performa dan relevansi konten.

Strategi komunikasi digital tersebut diwujudkan melalui penggunaan *hook* yang menarik di awal video, penyampaian pesan yang cepat dan aplikatif, visual sederhana namun jelas, serta gaya bahasa semiformal yang *relatable*. Konsistensi format dan gaya ini membuat *content* memiliki pola yang mudah diingat oleh audiens dan memperkuat identitas akun secara berkelanjutan. Pembentukan *personal branding* yang paling menonjol bukan hanya terletak pada spesialisasi *niche photo & video mobile tips*, tetapi pada nilai yang dibawa dalam setiap konten, yaitu nilai praktis, sederhana, dan membantu. Akun *@morenotrisdinata_* membangun citra sebagai *creator* edukatif yang tidak rumit, tidak teknis berlebihan, dan dapat langsung dipraktikkan oleh audiens. *Personal branding* tersebut terbentuk melalui konsistensi pesan, kesederhanaan penyampaian, serta komitmen untuk menghadirkan *content* yang relevan dengan kebutuhan generasi muda.

Dengan demikian, strategi komunikasi digital yang diterapkan tidak hanya memperkuat *positioning* sebagai *micro content creator* di bidang *mobile photography*, tetapi juga membangun reputasi sebagai *creator* yang membawa nilai kebermanfaatan dan kedekatan dengan audiensnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi *Content Creator*

Disarankan agar *creator* tetap menjaga konsistensi *niche* dan format *content* yang telah terbukti efektif, serta mulai melakukan perencanaan *content* yang lebih terstruktur agar ide *content* dapat dikelola dengan lebih optimal. Selain itu, eksplorasi format baru dapat dilakukan secara bertahap tanpa menghilangkan identitas *personal branding* yang telah terbentuk.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat mengkaji strategi komunikasi digital *micro content creator* dengan pendekatan yang berbeda, seperti analisis kuantitatif terhadap *engagement* atau studi komparatif antara *creator* dengan *niche* serupa. Penelitian juga dapat diperluas pada platform lain seperti TikTok atau YouTube untuk melihat perbedaan strategi komunikasi dan pembentukan *personal branding*.

3. Bagi Akademisi dan Praktisi Komunikasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam kajian komunikasi digital, khususnya terkait strategi komunikasi dan *personal branding* di media sosial. Penelitian ini juga dapat menjadi rujukan praktis bagi individu atau organisasi yang ingin membangun *personal branding* secara efektif melalui *content* digital.