

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai personal branding Yoshua Marcellos sebagai promotor tinju pada event Byon Combat melalui akun Instagram @celloszxx, dapat disimpulkan bahwa Yoshua Marcellos positif dalam membangun personal branding yang kuat, autentik, dan konsisten di mata audiens. Personal branding yang ditampilkan menunjukkan karakter sebagai sosok yang jujur, apa adanya, serta tidak kaku, dengan gaya komunikasi yang humoris, ekspresif, dan nyentrik. Hal ini tercermin dari berbagai konten yang tidak hanya berfokus pada promosi event Byon Combat, tetapi juga menampilkan sisi personal dirinya, sehingga menciptakan citra yang lebih humanis dan mudah diterima oleh audiens.

Selain itu, strategi personal branding yang dilakukan telah mencerminkan penerapan 9 elemen konsep personal branding yaitu *Be Yourself, Be Confident, Be Credible, Be Different, Be Connected, Be Support and Supportive, Be Special, Be Energetic*. Elemen-elemen tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan saling berhubungan dan membentuk identitas personal yang utuh sehingga peneliti menemukan temuan baru mengenai konsep pada *personal branding* yakni *Authenticity, Optimistic, Collaborate, dan Committed*. Pada konsep *Authenticity* mencerminkan sifat-sifat asli dan jati diri yang dimiliki oleh seseorang dan berani untuk tampil berbeda tanpa harus untuk menjadi orang lain. Pada konsep *Optimistic* mencerminkan sifat keyakinan dan kepercayaan diri pada kemampuan dan potensi yang dimiliki. Pada konsep *Collaborate* mencerminkan sikap untuk berani dalam

membuat sebuah hubungan dengan audiens maupun pihak manapun untuk mencapai tujuan bersama. Pada konsep *Committed* mencerminkan sikap untuk menjaga konsistensi terhadap apa yang dimiliki (kemampuan dan potensi) dan tujuan yang ingin dicapai.

Dari 25 konten yang diteliti telah memenuhi setiap elemen pada konsep tersebut. Yoshua Marcellos juga secara aktif membangun hubungan dengan audiens melalui interaksi, kolaborasi, serta keterlibatan emosional dalam setiap konten yang diunggah. Hal ini menunjukkan bahwa personal branding yang dibangun tidak bersifat satu arah, tetapi interaktif dan partisipatif.

Di sisi lain, media sosial Instagram memiliki peran yang sangat penting dalam proses pembentukan personal branding tersebut. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun persepsi, menyampaikan nilai, serta memperkuat citra diri secara berkelanjutan. Melalui konsistensi konten dan pemanfaatan fitur yang ada, Yoshua Marcellos mampu memperkuat posisinya sebagai promotor yang aktif dan kredibel dalam industri sportainment. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan personal branding Yoshua Marcellos dipengaruhi oleh kombinasi antara autentisitas diri, konsistensi konten, strategi komunikasi yang tepat, serta pemanfaatan media sosial secara optimal. Hal ini turut berkontribusi dalam meningkatkan citra dirinya sekaligus mendukung perkembangan Byon Combat di Indonesia.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

5.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini masih terbatas pada analisis isi kualitatif pada satu platform media sosial, yaitu Instagram. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk:

1. Mengembangkan penelitian terkait personal branding dengan menggunakan pendekatan atau teori lain agar memperoleh perspektif yang lebih luas, seperti analisis framing, semiotika, maupun teori konstruksi realitas sosial.
2. Memperluas objek kajian dengan membandingkan beberapa figur sekaligus, sehingga dapat diketahui perbedaan strategi personal branding yang digunakan dalam konteks yang berbeda.
3. Penambahan metode penelitian, seperti wawancara mendalam atau studi kualitatif lainnya, juga disarankan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai proses pembentukan personal branding, baik dari sudut pandang subjek maupun audiens.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi Yoshua Marcellos dan tim Byon Combat, peneliti memiliki saran untuk:

1. Mempertahankan konsistensi identitas visual dan narasi komunikasi yang telah terbukti kuat dalam membangun citra promotor tinju yang energik dan berbeda.
2. Meningkatkan eksplorasi konten edukatif mengenai dunia tinju agar elemen kredibilitas dan spesialisasi semakin kuat.

3. Mengoptimalkan fitur interaktif Instagram seperti live session, Q&A, dan kolaborasi lintas komunitas untuk memperluas jangkauan audiens serta memperdalam *engagement*.

Bagi promotor, *influencer*, maupun individu lain yang ingin membangun personal branding di media sosial, penelitian ini dapat menjadi referensi bahwa keberhasilan branding personal tidak hanya bergantung pada popularitas, tetapi pada konsistensi nilai, diferensiasi yang jelas, serta kemampuan membangun koneksi emosional dengan audiens secara berkelanjutan.