

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Taraf dalam *celebrity status* ini adalah pemain bintang film /aktris/aktor, artis, *influencer*, tokoh terkemuka, tokoh agama, aktivis lingkungan, dan sebagainya. Arief Muhammad sebagai seorang penulis, selebriti dan *influencer*, secara stratifikasi sosial, memiliki posisi dan status yang lebih tinggi dibandingkan dengan masyarakat biasa. Arief Muhammad menggunakan media sosial Instagramnya untuk membangun citra diri atau *personal branding* yang kuat.

Dari hasil analisa *personal branding* Arief Muhammad di media sosial Instagram, dapat ditemukan bahwa Arief Muhammad telah memenuhi delapan konsep dalam pembentukan *personal branding* sebagai pondasi *personal branding* yang kuat yaitu, spesialisasi (*the law of specialization*), kepemimpinan (*the law of leadership*), kepribadian (*the law of personality*), perbedaan (*the law of distinctiveness*), terlihat (*the law of visibility*), kesatuan (*the law of unity*), keteguhan (*the law of persistence*), dan nama baik (*the law of goodwill*). Hal ini dilakukan oleh Arief Muhammad supaya dapat menggunakan status dan perannya dalam masyarakat untuk bisa memenuhi harapan untuk mendapatkan berbagai macam keuntungan dan keistimewaan dari *celebrity status* yang dimilikinya.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Arief Muhammad yang memiliki *celebrity status*, melakukan *personal branding* di media sosial

Instagram untuk mendapatkan *privilege* dari *celebrity status*nya, berupa *interactional privilege*, *normative privilege*, *economic privilege* dan *legal privilege*. Peneliti juga menemukan bahwa hingga saat ini Arief Muhammad sebagai seorang selebriti belum secara maksimal menggunakan *legal privilege* dibandingkan dengan ketiga *privilege* lainnya. Hal ini dikarenakan, memang belum adanya kasus yang memberatkan Arief Muhammad secara hukum, hingga harus menggunakan *legal privilege*-nya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap fenomena *celebrity status* sebagai bentuk *personal branding* Arief Muhammad di media sosial Instagram, peneliti ingin memberikan beberapa saran, yakni :

1. Dengan adanya perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi dan informasi serta hasil industrialisasi *entertainment*, tidak menutup kemungkinan akan munculnya beberapa fenomena yang baru di media sosial Instagram atau di media sosial lainnya. Sehingga fenomena *celebrity status* di media sosial Instagram atau media sosial lainnya, juga akan sangat menarik untuk dieksplorasi dan dipelajari lebih lanjut dalam suatu penelitian, mengingat masih sedikit peneliti yang membahas fenomena ini.
2. Bagi yang akan melanjutkan penelitian terkait *personal branding* maupun *celebrity status*, jika keadaan memungkinkan, maka dapat melakukan

wawancara secara langsung terhadap narasumber, agar analisis data bisa dilakukan secara lebih mendalam.

