

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi *personal branding* Ustadz Ilham Humaidi yang dijalankan oleh tim media melalui media sosial Instagram telah berhasil membangun citra positif yang kuat dan relevan di kalangan audiens, khususnya generasi muda. Tim media telah merancang dan melaksanakan *branding* dengan sangat terstruktur, mengutamakan konsistensi dalam pesan dan keselarasan visual dengan karakter autentik Ustadz Ilham yang dikenal dengan gaya komunikasi lembut, bijak, dan dekat dengan masyarakat.

Proses *branding* ini dimulai dengan perencanaan yang matang, di mana tim media memastikan bahwa konten yang dihasilkan—baik gambar, video, maupun *caption*—selalu mencerminkan nilai-nilai agama, kerendahan hati, serta kedalaman ilmu yang dimiliki oleh Ustadz Ilham. Gaya komunikasi beliau yang mudah dipahami dan menyentuh hati, serta penggunaan simbol personal seperti pakaian gamis dan sorban, semakin memperkuat citra beliau sebagai seorang dai yang autentik dan berwibawa.

Peran Instagram dalam memperkuat *personal branding* Ustadz Ilham sangat penting, tidak hanya sebagai platform dokumentasi, tetapi juga sebagai saluran interaksi yang memungkinkan beliau untuk terhubung

langsung dengan audiens. *Engagement* audiens yang tinggi terhadap konten yang diunggah menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Ilham tidak hanya diterima, tetapi juga membuat dampak positif bagi audiens, mendorong mereka untuk lebih terlibat dalam dakwah yang beliau lakukan.

dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

Strategi Komunikasi yang Efektif
Ustadz Ilham Humaidi dan tim media berhasil menerapkan strategi komunikasi yang efektif dengan memilih Instagram sebagai saluran utama untuk menyampaikan pesan dakwah. Melalui Instagram, pesan dakwah yang disampaikan mencakup ajakan untuk berakhlak mulia, pentingnya sholat, serta edukasi mengenai nilai-nilai Islam yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun tim media telah menjadwalkan konten secara rutin, fleksibilitas dalam pengunggahan konten tetap diperlukan untuk merespons isu terkini dan memastikan relevansi dengan audiens.

Keberhasilan *Personal Branding* Ustadz Ilham Humaidi
Personal branding Ustadz Ilham Humaidi berhasil dibangun dengan sangat kuat melalui konsistensi dalam penyampaian pesan yang autentik dan berkualitas di media sosial. Citra diri beliau sebagai dai muda yang bijaksana, lembut, dan bersahaja tercermin dalam setiap konten yang diposting. Audiens merasa bahwa citra yang ditampilkan di media sosial sangat otentik dan sesuai dengan kepribadian asli beliau, baik di front stage

(penampilan di media sosial) maupun *back stage* (kehidupan pribadi yang sederhana dan penuh ketenangan).

Self-Presentation yang Konsisten dan Otentik

Dalam *self-presentation*, Ustadz Ilham berhasil menjaga konsistensi antara apa yang ditampilkan di media sosial dan perilaku pribadi yang sesuai dengan nilai-nilai yang beliau ajarkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keselarasan antara front stage dan *back stage* Ustadz Ilham sangat kuat, yang menghasilkan citra diri yang otentik dan dapat dipercaya oleh audiens. Meskipun ada tantangan dalam hal konsistensi penjadwalan konten, citra yang terbentuk tetap relevan dengan audiens yang lebih luas dan dapat memperkuat *engagement* secara terus-menerus.

Evaluasi Interaksi di Komentar

Interaksi di komentar pada setiap unggahan di Instagram menunjukkan tingginya keterlibatan audiens dengan pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Ilham. Komentar positif yang muncul dalam setiap konten menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga berinteraksi aktif dalam proses dakwah yang dilakukan melalui media sosial. Hal ini memperkuat keberhasilan strategi komunikasi dan *personal branding*, serta menandakan bahwa pesan yang disampaikan berhasil menjalin hubungan emosional antara Ustadz Ilham dan audiens.

Fleksibilitas Pengelolaan Konten

Meskipun tim media telah merencanakan penjadwalan konten, fleksibilitas dalam pengunggahan konten tetap diperlukan untuk menanggapi isu terkini

atau peristiwa penting. Fleksibilitas ini memungkinkan tim media untuk tetap relevan dengan perkembangan sosial, namun tetap menjaga konsistensi visual dan pesan dakwah yang disampaikan. Hal ini juga menunjukkan bahwa meskipun ada penjadwalan konten, tim media harus mampu beradaptasi dengan dinamika yang terjadi di media sosial dan menjaga keselarasan citra diri.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, berikut adalah beberapa saran yang dapat diterapkan untuk pengembangan lebih lanjut strategi *personal branding* Ustadz Ilham Humaidi:

1. Meningkatkan Keterlibatan Audiens dengan Konten Interaktif
Untuk memperkuat hubungan dengan audiens, disarankan agar tim media mengadakan sesi live di Instagram untuk berdiskusi atau menjawab pertanyaan langsung dari audiens. Hal ini dapat meningkatkan *engagement* serta memperdalam hubungan emosional dengan audiens, khususnya dalam menanggapi isu-isu terkini atau topik-topik tertentu yang relevan dengan masyarakat.
2. Peningkatan Keamanan dan Manajemen Media Sosial
Mengingat pentingnya media sosial dalam membangun citra, penting bagi tim media untuk lebih memperhatikan keamanan akun media sosial Ustadz Ilham. Penggunaan autentikasi dua faktor (2FA) dan pembaruan password secara berkala akan menjaga akun tetap aman dari ancaman yang dapat merusak kontinuitas dakwah yang telah dibangun.

3. Kolaborasi dengan Tokoh Agama Lain dan Influencer

Untuk memperluas jangkauan dakwah, disarankan untuk berkolaborasi dengan influencer atau tokoh agama terkemuka yang memiliki audiens yang lebih luas. Kolaborasi ini dapat meningkatkan kepercayaan dan legitimasi dakwah Ustadz Ilham, serta memperkenalkan beliau kepada audiens yang lebih beragam, baik di dalam maupun luar komunitas dakwah.

4. Mengoptimalkan Umpan Balik Audiens untuk Pengembangan Konten

Disarankan agar tim media lebih sistematis dalam mengumpulkan feedback audiens melalui survei digital atau analitik media sosial. Informasi yang didapatkan dari audiens dapat digunakan untuk memperbaiki dan mengoptimalkan strategi konten yang lebih relevan dengan kebutuhan audiens dan tren yang berkembang. Melalui pendekatan ini, konten dakwah dapat terus diperbarui dan disesuaikan dengan dinamika sosial yang ada.

Penelitian ini dapat diperluas dengan memfokuskan pada platform media sosial lain, seperti YouTube atau Twitter, untuk melihat bagaimana strategi komunikasi dan *personal branding* dapat diterapkan di platform yang memiliki karakteristik berbeda. Selain itu, penelitian lebih mendalam tentang *engagement* audiens di berbagai jenis media sosial dapat memberikan wawasan lebih lengkap mengenai efektivitas dakwah di era digital.

Pengelolaan Konten yang Lebih Terstruktur

Meskipun fleksibilitas dalam pengelolaan konten terbukti efektif, disarankan agar tim media Ustadz Ilham dapat memperkuat konsistensi penjadwalan konten. Penjadwalan yang lebih terstruktur dapat membantu audiens untuk mengharapkan konten pada waktu tertentu, serta memperkuat *engagement* yang lebih stabil dalam jangka panjang. Hal ini juga dapat memperkuat *personal branding* Ustadz Ilham dengan kehadiran yang lebih teratur di media sosial.

Interaksi Lebih Aktif dengan Audiens

Meskipun komentar audiens banyak yang positif, ada ruang untuk interaksi yang lebih aktif antara Ustadz Ilham dan audiens di media sosial. Tim media bisa lebih sering membalas komentar atau bahkan melakukan sesi tanya jawab langsung dengan audiens untuk membangun kedekatan lebih lanjut. Hal ini juga dapat meningkatkan *engagement* yang lebih tinggi serta mempererat hubungan emosional antara dai dan pengikutnya.

Meningkatkan Kualitas Konten Visual

Tim media dapat terus meningkatkan kualitas konten visual di Instagram untuk menarik perhatian audiens yang lebih luas, serta mempertahankan citra visual yang otentik. Dengan memanfaatkan teknologi terbaru, seperti video pendek atau Instagram Live, Ustadz Ilham dapat lebih mudah berinteraksi langsung dengan audiens dan mengundang partisipasi mereka dalam kegiatan dakwah yang lebih dinamis dan interaktif.

Peningkatan Penggunaan Fitur Media Sosial

Untuk semakin memperkuat *personal branding* dan *engagement* audiens, disarankan agar tim media Ustadz Ilham mengeksplorasi fitur-fitur terbaru yang ada di Instagram, seperti IGTV, Reels, atau Instagram Stories. Fitur-fitur ini memungkinkan penyampaian pesan yang lebih interaktif, serta memberikan pengalaman yang lebih personal bagi audiens, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan audiens dalam waktu yang lebih singkat.

Penelitian ini memberikan beberapa implikasi praktis yang dapat diterapkan oleh dai muda atau tokoh agama lainnya dalam membangun *personal branding* dan strategi komunikasi yang efektif di media sosial, terutama di platform seperti Instagram. Beberapa implikasi praktis tersebut adalah:

Penggunaan Media Sosial sebagai Saluran Dakwah

Penggunaan media sosial seperti Instagram sangat efektif dalam menyebarkan pesan dakwah kepada audiens yang lebih luas. Oleh karena itu, dai muda dan tokoh agama lainnya harus dapat memanfaatkan platform ini untuk memperkenalkan diri mereka, menyampaikan nilai-nilai agama, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan umat.

Konsistensi dalam *Personal Branding*

Personal branding yang autentik, konsisten, dan terbuka sangat penting dalam membangun kepercayaan audiens. Dai muda harus menjaga keselarasan citra diri mereka antara penampilan di media sosial dan kehidupan nyata, agar audiens merasa bahwa pesan dakwah yang

disampaikan bukan hanya informasi, tetapi juga merupakan gaya hidup yang dapat diterapkan dalam kehidupan mereka.

Fleksibilitas dalam Pengelolaan Konten

Meskipun konsistensi itu penting, fleksibilitas dalam pengelolaan konten juga sangat diperlukan untuk menjaga relevansi dengan isu terkini dan kebutuhan audiens. Pengelolaan konten yang fleksibel memungkinkan audiens tetap merasa terhubung dengan pembicaraan yang relevan dan up-to-date.