

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti analisis, maka terdapat beberapa kesimpulan yang tentang *personal branding* Ustadz Muzammil Hasballah di media sosial Instagram sebagai berikut:

1. *Personal branding* Ustadz Muzammil Hasballah di media sosial instagram (@muzammilh) sesuai dengan delapan Konsep *personal branding* milik Peter Montoya yaitu: Spesialisasi (*The Law of Specialization*), Kepemimpinan (*The Law of Leadership*), Kepribadian (*The Law of Personality*), Perbedaan (*The Law of Distinciveness*), Terlihat (*The Law of Visibility*), Kesatuan (*The Law of Unity*), Keteguhan (*The Law of Persistence*), dan Nama baik (*The Law od Goodwill*), yang dapat tarik garis besar bahwa *personal branding* Ustadz Muzammil Hasballah di Instagram menunjukkan sisi kharismatik dengan menyampaikan dakwah melalui konten dakwah dengan kreatifitasnya. Konsep *personal branding* milik Peter Montoya membentuk *personal branding* Ustadz Muzammil Hasballah sebagai seorang yang tegas, sopan, dan perfeksionis dengan tujuan yang baik dalam menyampaikan pesan dakwah sehingga dikenal dan memiliki citra baik dari pengikut Instagramnya. Dampak positif dari *personal branding* yang dibentuknya membawa karir lebih baik dari sebelumnya. Ustadz Muzammil Hasballah termasuk pendakwah yang kharismatik.
2. *Personal branding* Ustadz Muzammil Hasballah sesuai dengan konsep Islam sesuai dengan konsep milik Armawati Arbi yaitu Ulil al-baab, Khalifah, orang yang beruntung, seorang pendamai, dan hamba Allah. Seorang pendakwah, Ustadz Muzammil Hasballah memiliki ilmu pengetahuan yang selalu dibagikan ajaran-ajaran Islam melalui media sosial maupun dalam kehidupan sehari-hari. Sikap kepemimpinan Ustadz Muzammil Hasballah juga sudah tidak diragukan lagi, Ustadz Muzammil Hasballah selalu memberikan contoh baik dalam memimpin usahanya maupun memimpin mad'u dalam kegiatan dakwah. Menjadi seseorang yang lahir dan besar dari keluarga religious, Ustadz Muzammil Hasballah termasuk orang yang beruntung karena bisa mengajak diri sendiri maupun orang lain untuk berubah menjadi lebih baik sesuai misinya. Ustadz Muzammil Hasballah juga selalu berani dalam mengambil langkah untuk

berdakwah dengan media sosial sehingga siapapun akan menjadi damai ketika melihat kontennya. Sebagai hamba Allah, Ustadz Muzammil Hasballah selalu taat kepada Allah, mencintai keluarga termasuk bentuk mencintai makhluk ciptaannya, serta percaya bahwa semua yang diberikan Allah akan kembali lagi pada-Nya.

## B. Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian dan mengambil kesimpulan, terdapat saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Bagi pembaca, untuk melakukan *personal branding* tidak harus menjadi da'i terlebih dahulu. Akan tetapi setiap da'i perlu memiliki keunikan dan kelebihan dalam berdakwah di media sosial serta turut aktif dalam mengikuti perkembangan teknologi dan informasi sehingga dapat mempermudah dalam menyiarkan agama Islam dan lebih dikenali oleh mad'u.
2. Bagi Ustadz Muzammil Hasballah diharapkan lebih interaktif dengan mad'u seperti diskusi menggunakan fitur di Instagram atau sekedar membalas komentar pada unggahan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, *personal branding* membutuhkan penelitian secara kontemporer artinya tidak hanya penelitian kualitatif tetapi juga dibutuhkan penelitian kuantitatif. Melalui penelitian kuantitatif dapat menguji ketepatan dan kebenaran dari semua konsep, metode, serta teori yang digunakan sehingga penelitian dan ilmu pengetahuan di bidang *personal branding* lebih dikembangkan dan diperluas.