

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari analisis isi 137 unggahan di akun Instagram @ganjar_pranowo, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini telah menjawab tujuan penelitian untuk mengetahui isi konten dalam akun pribadi Instagram Ganjar Pranowo dari sudut pandang dimensi *The Eights Laws of Personal Branding* di media sosial Instagram. Hal ini tentunya telah dibuktikan melalui berbagai analisis.

Peneliti telah menemukan urutan persentase dari perspektif dimensi *the eights laws of personal branding* di media sosial atas 137 unggahan pada Instagram @ganjar_pranowo. Presentasi dengan penilaian tertinggi adalah dimensi terlihat (*the law of visibility*) 43,7%. Dimensi kepribadian atau *the law of personality* mendapatkan penilaian persentase tertinggi kedua yaitu 25,5%. Persentase tertinggi ketiga yaitu dimensi kepemimpinan atau *the law of leadership* 14,5%.

Dari hasil penelitian yang telah dibahas, kesimpulan dari penelitian ini adalah Ganjar Pranowo cukup maksimal menerapkan konsep personal branding yang ditunjukkan pada media sosial beliau dengan menggunakan konsep *The Eights Laws of Personal Branding* dari Teori *Personal Branding* Montoya (2002). Total perolehannilai yang didapat adalah 97,26% atas *intercoder reliability* atau kesepakatan antardua coder. Dimensi terlihat atau *the law of visibility* merupakan aspek yang secara konsisten muncul dan dominan dalam konten yang diposting di akun Instagram @ganjar_pranowo. Sementara itu, dimensi kesatuan atau *the law of unity* tampaknya kurang diterapkan oleh Ganjar Pranowo dalam konten yang diunggahnya.

Dibandingkan dengan calon presiden nomor satu, yakni Anies Baswedan, yang juga mengalami pengalaman pertama sebagai calon presiden pada tahun 2024, memiliki tiga strategi yang serupa dengan Ganjar Pranowo dalam menerapkan *The Eight Laws of Personal Branding* melalui akun Instagram pribadinya. Dari penelitian Handayani (2023) dengan judul penelitian *Analisis Personal Branding Anies Baswedan Melalui Media Sosial Instagram Pada Akun*

@Aniesbaswedan Sebagai Kandidat Calon Presiden 2024 yang mengacu pada delapan dimensi yang diajukan oleh Peter Montoya, ditemukan bahwa dimensi *the law of leadership*, dimensi *the law of personality*, dan dimensi *the law of visibility* telah menjadi poin kuat dalam personal branding Anies Baswedan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat membawa pembaruan dan manfaat berdasarkan teori *personal branding* di media sosial dengan metode analisis isi. Peneliti berharap akan ada penelitian berikutnya yang melanjutkan penelitian ini lebih dalam namun dengan objek penelitian yang berbeda mengenai *The Eights Laws of Personal Branding*.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan Ganjar Pranowo dapat mempertahankan citra dan identitas personal branding-nya di platform media sosial Instagram dengan tingkat kesesuaian yang tinggi dalam unggahan-unggahan selanjutnya. Selain itu, diharapkan juga bahwa beliau bisa lebih menonjolkan serta meningkatkan jumlah konten yang mengaplikasikan konsep kesatuan (*the law of unity*).

