

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijabarkan diatas, maka dapat ditentukan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Personal brand* yang dibangun pada Edwin Pratama Putra melalui akun Instagram @edwinpapu adalah bahwa konsistensi, keaslian, dan interaksi aktif dengan pengikut merupakan pilar utama dari strategi ini. Konsistensi dalam konten yang dibagikan membantu menciptakan identitas yang kohesif dan mudah dikenali, sementara keaslian dan gaya komunikasi yang santai membuat Edwin terlihat lebih dekat dengan pemilihnya. Interaksi aktif dengan pengikut menciptakan hubungan yang kuat dan rasa kepemilikan di antara komunitasnya. Semua ini membantu mengukuhkan citra positif Edwin di mata pengikutnya.
2. Strategi *personal branding* yang diterapkan selama kampanye politik Pemilu 2019 menyoroti pentingnya perencanaan dan pengelolaan keuangan yang terencana dengan baik. Pendekatan yang terstruktur dalam pengelolaan keuangan kampanye memungkinkan penggunaan sumber daya yang terbatas dengan efisien. Evaluasi rutin kinerja *personal branding* dan kampanye juga merupakan elemen kunci yang membantu tim kampanye terus memperbaiki strategi mereka. Kemampuan untuk merespons isu-isu lokal dan memilih platform media sosial yang sesuai dengan konteks geografis juga menambah keberhasilan strategi ini.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain :

1. Penelitian ini hanya melakukan wawancara kepada 3 responden sebagai *informan* dan *key informan*, sehingga hasil penelitian dirasa kurang mewakili kondisi lapangan yang sebenarnya, ini disebabkan karena terbatasnya waktu dan tenaga peneliti
2. Sedikitnya waktu untuk bertemu langsung dengan *key informan* dan *informan* dikarenakan jadwal para *key informan* dan *informan* yang sangat padat, sehingga banyak wawancara yang dilakukan hanya bersifat online tanpa tatap muka.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian diatas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang akan dibagi menjadi :

5.3.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya dapat lebih mengarah ke dalam peran media sosial dalam *personal branding* politik. Karena dalam era digital dizaman sekarang ini peranan media sosial sebagai wadah untuk mempromosikan *personal branding* memiliki dampak yang sangat baik dan sangat dapat digunakan oleh para politikus untuk menaikkan citra mereka terhadap masyarakat luas. Media sosial juga merupakan alat kampanye yang efektif untuk menjangkau para pemilih muda

yang lebih banyak aktif dengan media sosial. Sehingga Fungsi media sosial jika digunakan dengan tepat dan benar juga dapat mempengaruhi citra politik dan interaksi dengan pemilih. Dalam hal ini juga tentunya harus dipengaruhi dengan bagaimana cara politikus untuk memilih media sosial mana yang kiranya akan cocok menjadi tempat mereka untuk melakukan personal branding tersebut, misalnya bagaimana Twitter mempengaruhi politik di kota besar, sementara Facebook atau Instagram lebih dominan di daerah pedesaan. Penelitian semacam ini akan memberikan wawasan lebih mendalam tentang bagaimana politikus dapat merancang strategi media sosial yang lebih efektif berdasarkan konteks geografis.

5.3.2 Saran Praktis

1. Konsistensi dalam pesan dan keaslian dalam interaksi dengan pemilih adalah kunci dalam *personal branding* politik yang efektif. Politikus dan tim kampanye harus terus menjaga konsistensi dalam citra yang dibangun dan berbicara dengan jujur dan terbuka dengan pemilih. Ini membantu membangun kepercayaan dan kedekatan yang kuat dengan pemilih, sehingga para calon pemilih dapat mempunyai kepercayaan yang baik terhadap politikus yang akan mereka pilih.
2. Politikus harus selalu memahami dan merespons isu-isu yang menjadi kebutuhan daerah atau konstituennya. Hal ini penting untuk menjaga relevansi dan keterlibatan pemilih di tingkat lokal. Dengan berfokus pada isu-isu yang benar-benar penting bagi pemilih, politikus dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan konstituennya. Sehingga para politikus dapat mengambil hati para calon pemilih untuk menjadi wakil dari para pemilih dalam menyalurkan aspirasi dari para masyarakat.
3. Tim kampanye dan politikus harus dapat menentukan komunikasi dengan metode apa yang dikiranya cocok dengan zaman digital dimasa sekarang ini. Dalam hal ini bagaimana cara untuk mengambil hati para pemilih baru yang merupakan para kawula muda dengan cara melakukan pendekatan khusus terhadap mereka lewat media sosial yang sedang marak dikalangan para kawula muda. Sehingga para

pemilih muda yang masih belum memiliki pilihan atau masih baru dalam proses pemilu dapat dengan mudah untuk menentukan pilihan mereka kepada politikus tersebut.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA