

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari analisis terhadap 120 unggahan di akun Instagram @prabowo, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil mencapai tujuannya untuk mengetahui isi konten dalam akun Instagram pribadi Prabowo Subianto berdasarkan dimensi *The Eight Laws of Personal Branding* di media sosial Instagram. Hal ini telah terbukti melalui berbagai analisis yang dilakukan

Peneliti telah menemukan urutan persentase dari perspektif dimensi *the eight laws of personal branding* di media sosial atas unggahan pada Instagram @prabowo. Presentasi dengan penilaian tertinggi adalah dimensi *the law of visibility* 36,6%. Dimensi *the law of distinctiveness* mendapatkan penilaian persentase tertinggi kedua yaitu 20,8%. Persentase tertinggi ketiga yaitu dimensi *the law of specialization* 18,3%.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, dapat disimpulkan bahwa Prabowo Subianto telah secara maksimal menerapkan konsep personal branding yang tercermin di media sosialnya dengan menggunakan konsep *The Eight Laws of Personal Branding* dari Teori Personal Branding Peter Montoya dalam buku *The Master Book of Personal Branding* (Raharjo, 2019). Nilai yang diperoleh untuk *intercoder reliability* atau kesepakatan antara dua coder adalah 129,6%. Dimensi *the law of visibility* menjadi aspek yang paling konsisten dan dominan dalam konten yang diposting di akun Instagram @prabowo. Sementara itu, dimensi *the law of goodwill* kurang diterapkan dalam konten yang diunggah oleh Prabowo Subianto.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat baru bagi pengembangan teori personal branding di media sosial dengan menggunakan metode analisis isi. Peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat memperdalam topik ini dengan objek penelitian yang berbeda, namun tetap berkaitan dengan teori *The Eight Laws of Personal Branding*.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan Prabowo Subianto dapat terus mempertahankan citra dan identitas personal branding-nya di platform media sosial Instagram dengan tingkat konsistensi yang tinggi dalam unggahan-unggahan selanjutnya setelah Prabowo menjabat sebagai Presiden Indonesia periode 2024-2029. Selain itu, diharapkan Prabowo dapat lebih menonjolkan dan meningkatkan jumlah konten yang mengaplikasikan konsep dari dimensi *the law of goodwill*, hal itu dapat memberikan inti pesan untuk memotivasi masyarakat dalam hal baik.