

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pembentukan *personal branding* merupakan sesuatu yang penting bagi para bakal calon presiden Indonesia 2024 untuk melakukan sosialisasi pengenalan diri mereka, serta menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap diri mereka. *Personal branding* mampu mengatur tentang persepsi atau cara pandang masyarakat terhadap diri para bacapres sesuai yang mereka kehendaki. Baik Anies, Ganjar, maupun Prabowo telah melakukan empat strategi yang ada dalam pembentukan dan pengembangan *personal branding*. Strategi tersebut berhasil membuat Anies, Ganjar dan Prabowo menjadi lebih dekat dengan masyarakat dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakatnya. Masing-masing bacapres terlihat menghadirkan *personal branding* yang berbeda satu sama lain. Anies dengan *image* sebagai sosok pemimpin yang akademis dan intelektual, Ganjar dengan sosok pemimpin yang mengayomi masyarakatnya, serta Prabowo dengan *image* sebagai sosok pemimpin yang tegas dalam melindungi warga dan negara Indonesia. Penulis menyadari adanya keterbatasan dalam penulisan artikel ini dikarenakan tidak semua postingan dari akun instagram para bacapres tersebut diteliti, melainkan dipilah sesuai dengan kriteria yang cocok dari teori Al-Ries dan Boush mengenai empat strategi pembentukan dan pengembangan *personal branding*.

5.2 Saran

Disarankan pada penelitian selanjutnya untuk dapat memperdalam kembali mengenai analisis wacana terhadap *personal branding* bakal calon presiden Anies Baswedan, Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto dalam *official* Instagram. Hendaknya para peneliti selanjutnya lebih mengembangkan ruang lingkup penelitian, mengingat penelitian yang dilaksanakan ini belum sepenuhnya bisa menggambarkan *personal branding* dari para bakal calon presiden Anies Baswedan, Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto dalam *official* Instagram. Dalam proses pengumpulan data, hendaknya menggunakan teknik yang diperkirakan dapat lebih optimal dalam mendapatkan data yang diperlukan.

