

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada bab sebelumnya telah dipaparkan bahwa penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui *Personal branding* Ganjar Pranowo @ganjar_pranowo berdasarkan *Five brand personality Traits* dan untuk mengetahui kategori *Personal branding* paling dominan di akun instagram @ganjar_pranowo selama kurun waktu 25 Maret 2023- 17 April 2023 dengan melakukan analisis isi kuantitatif. Berdasarkan penelitian dan hasil pembahasan yang telah disajikan pada bab sebelumnya, kesimpulan yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

- a. Unggahan akun instagram @ganjar_pranowo selama kurun waktu 25 Maret 2023- 17 April 2023 terdapat sebanyak 53 unggahan yang dianalisis berdasarkan *Five brand personality Traits* menurut Kotler & Amstrong. Dari 53 unggahan tersebut kemudian dikelompokkan menjadi 5 kategori dengan 15 sub indikator, dimana dapat ditemukan sebanyak 161 unggahan (30,7%) masuk dalam kategori *Sincerity* (Ketulusan), 147 unggahan (27,1%) masuk dalam kategori *Excitement* (Kegemparan), 84 unggahan (15,4%) masuk dalam kategori *Competence* (Kompetensi), 79 unggahan (14,5%) masuk dalam kategori *Sophistication* (keduniawian), dan 71 unggahan (13,0%) masuk dalam kategori

Ruggedness (ketangguhan). Dari hasil tersebut dapat terlihat bahwa dalam akun instagram @ganjar_pranowo terdapat semua dimensi *Personal branding* berdasarkan *Five brand personality Traits* menurut Kotler & Amstrong.

- b. Berdasarkan hasil analisis pada *Five Brand Personality Traits*, kategori *Sincerity* (ketulusan) menjadi kategori yang mendominasi dalam membentuk *Personal branding* Ganjar Pranowo melalui akun instagram @ganjar_pranowo dengan presentase sebesar 30,7%. Dominasi kategori ketulusan pada *Personal branding* seorang figur politik merupakan nilai positif pada citra diri seseorang. Dalam kategori ini, karakter yang paling mendominasi adalah *Down to earth* (rendah hati) dengan frekuensi kemunculan sebanyak 49 unggahan dari 53 (92,4%) unggahan. Sedangkan karakter lain diurutkan dari yang tertinggi hingga terendah *Cheerful* (genbira) 41 unggahan (77,3%), dan terakhir adalah *Wholesome* (baik memiliki manfaat) sebanyak 29 unggahan (54,7%). Dominasi karakter *Down to earth* (rendah hati) menunjukkan ciri khas dan kekuatan Ganjar Pranowo dalam membentuk *Personal branding*-nya sebagai salah satu untuk mengangkat elektabilitasnya sebagai calon presiden 2024.

5.2 Saran

- a. Penelitian ini masih memiliki kekurangan, salah satunya adalah dengan menggunakan analisis isi kuantitatif hanya bisa melihat seberapa banyak frekuensi kemunculan *Personal branding* yang ada dalam unggahan instagram @ganjar_pranowo, tetapi belum bisa membongkar ideologi *Personal branding* secara luas.
- b. Untuk Ganjar Pranowo memperbanyak unggahan yang menunjukkan *Personal branding* kategori *Sophistication* (keduniawian) yang merupakan kategori terendah yang muncul pada unggahan instagram @ganjar_pranowo. Memiliki sub dimensi yakni karakter *charming* (menawan/memesona) dan *upperclass* (golongan kelas atas). Hal ini dapat memperkuat *Personal branding* yang dibangun.