

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian data yang disajikan, hasil analisa, dan pembicaraan yang telah dijelaskan dalam penelitian ini yaitu mengenai arti personal branding yang dibentuk oleh Agus Harimurti Yudhoyono dalam benak masyarakat dapat dilihat dari wawancara yang telah peneliti lakukan. Pandangan masyarakat terhadap *personal branding* AHY dapat sangat bervariasi tergantung pada individu dan persepsi mereka terhadap figur politik tersebut. Hasil dari penelitian ini, Masyarakat memiliki pandangan positif terhadap personal branding AHY. Mereka melihatnya sebagai upaya untuk memperkenalkan dirinya secara efektif kepada publik, membangun citra yang kuat, dan mengkomunikasikan pesan-pesan atau nilai-nilai yang penting baginya. Pandangan ini mungkin datang dari pendukung politik AHY atau mereka yang sejalan dengan pandangan dan visinya.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, pada bagian ini terdapat hasil yang didapatkan, yaitu sebagai berikut:

- a. Bagi tokoh Agus Harimurti Yudhoyono, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk lebih baik lagi dalam meningkatkan personal branding AHY agar pesan-pesan lebih tersampaikan ke masyarakat.
- b. Bagi masyarakat, diharapkan supaya lebih meningkatkan kesadaran untuk lebih memperhatikan bagaimana pentingnya memilih tokoh yang baik dengan melihat personal branding yang ditampilkan.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat melanjutkan penelitian selanjutnya dengan lebih terperinci dan jelas.

