

BAB V

KESIMPULAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Prabowo Subianto membentuk *personal branding* di media sosial dengan caranya sendiri. *Personal branding* tersebut dibuat untuk memberikan wajah baru ke masyarakat terkait nama besar Prabowo Subianto dengan kegiatan dan sisi lainnya terutama pada bidang politik.
2. *Personal branding* Prabowo Subianto di media sosial termasuk dan memenuhi konsep *personal branding* yang selaras dengan teori Peter Montoya dimana terdapat Spesialisasi, Kepemimpinan, Kepribadian, Perbedaan, Kenampakan, Kesatuan, Keteguhan, serta nama baik.
3. Relevansi teori Peter Montoya dengan *personal branding* Prabowo telah memenuhi karakteristik *personal branding* yang kuat dalam hal khas dan relevan.

B. SARAN

Pada penelitian berikutnya, ada baiknya jika peneliti mampu memberikan perspektif yang lebih dalam tentang jangka waktu konten yang lebih spesifik dan terdapat momentum dalam *personal branding* yang dilakukan