

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan interpretasi dalam bab sebelumnya tentang penggambaran pemimpin pemerintahan melalui akun Instagram Wakil Walikota Surabaya, Cak Ji, terlihat bahwa sosok pemimpin dalam platform tersebut memiliki gaya yang berbeda dari kesan formal yang seringkali diperlihatkan dalam media konvensional. Tampilan Cak Ji terlihat sangat santai, menghibur, dan mengikuti gaya generasi muda, mengingat bahwa mayoritas pengguna Instagram adalah anak muda. Oleh karena itu, sepertinya Cak Ji sukses menarik perhatian para pengikutnya. Fenomena tersebut tidak hanya terlihat pada foto-foto yang diunggah lewat akun pribadinya, melainkan juga terlihat pada judul-judul foto yang ditulis olehnya, yang hampir semua dilengkapi dengan lelucon.

Penelitian akhirnya sampai pada suatu kesimpulan setelah dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan variasi obyek penelitian, yaitu foto. Beberapa kategori tersebut meliputi pemimpin dalam peran politik, pemimpin dengan perhatian sosial, pemimpin dalam waktu senggang, pemimpin sebagai suami dan kepala keluarga, serta pemimpin dalam hal pendidikan dan motivasi. Armuji merupakan individu yang memimpin dalam pemerintahan, di mana posisinya didapatkan melalui proses yang formal dan diresmikan melalui dokumen keputusan. Dia dipilih dan diakui oleh warga untuk menjalankan tugas sebagai wakil walikota.

5.2 Saran

Setelah penelitian ini dilakukan, peneliti menemukan adanya beberapa saran yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian ini, saran tersebut ialah sebagai berikut:

1. Dalam studi ini, penulis menyadari bahwa ada kekurangan dalam mengumpulkan data untuk memenuhi kebutuhan teori *personal branding* yang dikembangkan oleh Peter Montonya. Oleh karena itu, penulis berharap penelitian berikutnya dapat menyelidiki secara lebih mendalam setiap komponen yang terkait dengan setiap konsep, sehingga hasil penelitian dapat maksimal.

2. Kepada tim media instagram @cakj1 atau instansi terkait, saya harap bisa membuka diri untuk mahasiswa yang sedang melakukan penelitian di instagramnya guna untuk melengkapi keperluan data yang diperoleh..

3. Bagi setiap pemimpin yang ingin mengembangkan personal branding, penting bagi mereka untuk tetap autentik dengan keunikan yang membedakan mereka dari pemimpin lainnya. Tidak perlu mencoba untuk menjadi sempurna, tunjukkan dirimu apa adanya beserta kekurangannya agar masyarakat dapat mengenalmu dengan lebih dekat.

4. Dari penelitian yang saya lakukan, personal branding yang dilakukan oleh pemimpin di media sosial tidak selalu baik dan dapat diterima, alasan tersebut karena memang adanya yang tidak suka terhadap postingannya, atau kurang di perhatikan bahkan mungkin ada yang bertugas untuk menjelekan di media sosialnya. Saran untuk peneliti selanjutnya ketika menggunakan teori *personal branding* ini harus mengkaji lebih dalam terhadap respon negatif tersebut dan

dapat menghasilkan penelitian yang berbeda serta bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.