

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian tentang *personal branding* calon presiden RI 2024 pada konten Youtube Mata Najwa berjudul “3 Bacapres Bicara Gagasan”. Peneliti menemukan bahwa Anies Baswedan menunjukkan spesialisasi melalui gaya bicara yang tenang, penuh keyakinan, dan penekanan pada nilai-nilai moral serta keadilan sosial. Beliau memperlihatkan kepemimpinan yang humanis dan *approachable*. Sosok yang cerdas, tenang, kritis, humanis, dan empati. Memiliki gaya bicara yang tenang dan analitis. Digambarkan sebagai pemimpin yang ramah dan komunikatif. Menunjukkan pribadi yang agamis, humanis, dan cerdas.

Prabowo Subianto memperlihatkan gaya bicara lugas dan tegas, serta memiliki kharisma yang mempengaruhi para pendukungnya. Menunjukkan kepemimpinan yang kuat, tegas, dan efektif dalam komunikasi publik. Merupakan sosok yang sopan, responsif, berani, dan jujur dengan gaya bicara yang tegas dan lugas. Digambarkan sebagai pemimpin yang kharismatik dan tegas serta konsisten menunjukkan pribadi yang tegas dan kharismatik.

Ganjar Pranowo menunjukkan gaya bicara yang santai namun tegas, dengan kemampuan merespons emosi audiens melalui cerita-cerita personal. Memiliki kepemimpinan yang inklusif dan mendorong partisipasi masyarakat. Beliau adalah sosok yang sopan, responsif, berani, dan jujur serta cenderung memiliki gaya bicara

yang santai dan ramah. Digambarkan sebagai pemimpin yang sopan, energik, dan empati. Konsisten menunjukkan sikap sopan dan mudah dekat dengan orang lain.

Ketiga capres berusaha menyampaikan visi dan rencana kerja yang diyakini membawa perubahan positif bagi masyarakat, dengan tujuan memperoleh dukungan serta keyakinan dari pemilih. Ketiga capres memiliki ciri khas dan strategi personal branding yang berbeda, namun semuanya berupaya menunjukkan niat baik untuk memajukan Indonesia melalui gagasan dan program kerja mereka. Analisis ini memberikan wawasan tentang bagaimana ketiga capres berupaya membangun citra diri yang kuat dan mempengaruhi persepsi publik melalui gaya komunikasi dan kepemimpinan mereka. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip personal branding ini, individu dapat mengontrol dan mempengaruhi pandangan orang lain terhadap dirinya, menciptakan identitas yang kuat dan terpercaya dalam bidang yang mereka tekuni.

5.2 Saran

Berikut saran yang dapat diajukan terkait dengan temuan dalam penelitian ini:

1. Peneliti berharap ke depannya, akan lebih banyak lagi penelitian tentang analisis semiotika pada video yang menunjukkan tentang adanya *personal branding*.
2. Pada penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema sama, diharapkan dapat menggunakan media sosial lain untuk menganalisa *personal branding* misalnya media sosial Instagram mengingat ketika capres juga memiliki akun media sosial instagram.