

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis akun TikTok @purbayayudhis menggunakan *The Eight Unbreakable Laws of Personal Branding* oleh Peter Montoya, kesimpulan yang dapat diambil adalah masyarakat mengenal personal branding Purbaya Yudhi Sadewa sebagai sosok “teknokrat populis” yang berhasil menghilangkan kesan birokrasi pemerintahan yang kaku dan berjarak menjadi lebih dekat dengan masyarakat. Melalui pemanfaatan platform TikTok, publik tidak lagi melihat Menteri Keuangan sebagai figur yang formal dan sulit dijangkau, tetapi sebagai pemimpin yang humanis, santai, humoris, dan apa adanya. Hal tersebut terlihat dari keberaniannya menampilkan sisi kehidupan sehari-hari serta mengikuti tren budaya digital populer, seperti penggunaan musik remix dan video jedag-jedug.

Di sisi lain, masyarakat juga mengenal beliau sebagai pejabat yang memiliki kemampuan dan kredibilitas yang baik dalam bidang ekonomi dan fiskal. Berbagai isu ekonomi yang rumit mampu disampaikan dengan bahasa yang sederhana, ringan, dan mudah dipahami melalui konten edukasi yang menghibur (*edutainment*). Melalui pengelolaan kesan tersebut, masyarakat digital, khususnya Generasi Z dan Milenial, menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi, merasa memiliki kedekatan emosional, serta menumbuhkan rasa optimisme terhadap masa depan perekonomian Indonesia di bawah kepemimpinan beliau.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Bagi pejabat publik dan praktisi komunikasi pemerintahan, disarankan

untuk mulai mengadaptasi gaya komunikasi partisipatif yang menarik kedekatan secara emosional di media sosial, seperti yang ditunjukkan dalam konten pada akun @purbayayudhis. Penggunaan format video pendek yang tidak kaku, seperti penggunaan format video dan musik viral untuk mengikuti algoritma TikTok dapat menjadi alat bantu untuk menyebarkan kebijakan yang kompleks menjadi lebih mudah diterima oleh audiens, khususnya audiens muda. Selain itu, penting bagi pejabat publik untuk tetap menjadi penampilan personal yang jujur dan adanya demi membangun kepercayaan dan kedekatan emosional dengan masyarakat di ruang digital.

5.2.2 Saran Akademik

Bagi penelitian selanjutnya, diharap untuk memperluas cakupan penelitian dengan meneliti tanggapan dan respon khalayak luas (audiend) untuk mengetahui apakah personal branding pejabat publik di media sosial benar-benar efektif. Selain itu akan menarik jika penelitian berikutnya membandingkan cara branding Purbaya Yudhi Sadewa dengan pejabat publik yang memiliki karakteristik berbeda, untuk memberikan gambaran yang lebih luas tentang efektivitas cara berkomunikasi di media sosial. Alangkah lebih baik jika media sosial yang diteliti berbeda, untuk mendalami apakah branding pejabat publik di platform berbeda akan membangun personal branding yang sama atau berbeda.