

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *social media* dan *active involvement* terhadap *personal branding* pemimpin daerah (Mahyeldi Ansharullah dan Ridwan Kamil). Penelitian dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 180 orang pengguna media sosial terutama media sosial *facebook*, serta mengenal Mahyeldi Ansharullah dan Ridwan Kamil. Penelitian ini diolah menggunakan *SPSS 16.0*.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Media sosial (*social media*) pada pemimpin daerah Mahyeldi Ansharullah dan Ridwan Kamil memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap merek diri (*personal branding*).
2. Keterlibatan aktif (*active involvement*) pada pemimpin daerah Mahyeldi Ansharullah dan Ridwan Kamil memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap merek diri (*personal branding*).

#### **5.2 Implikasi**

Temuan dalam penelitian ini mendapatkan beberapa implikasi untuk pemimpin daerah:

1. Dalam aspek media sosial (*social media*), pada pemimpin daerah Mahyeldi Ansharullah diharapkan untuk lebih berkomunikasi langsung dengan masyarakat dan memiliki interaktivitas yang tinggi di media

sosial (*social media*). Pada pemimpin daerah Ridwan Kamil diharapkan untuk lebih menjaga bahkan lebih meningkatkan lagi dalam hal berkomunikasi langsung dengan masyarakat dan memiliki interaktivitas yang tinggi di media sosial (*social media*) dengan cara berkomunikasi langsung dengan masyarakat di *facebook*, memiliki interaktivitas yang tinggi di *facebook*, mampu menciptakan komunikasi dua arah dengan masyarakat di *facebook*, terhubung dengan masyarakat di *facebook*, memberikan informasi yang dapat dipercaya di *facebook*, memberikan informasi berkualitas melalui *facebook*, postingan di *facebook* menyenangkan masyarakat, dan membuat masyarakat pengguna media sosial *facebook* nyaman mengakses informasi dari *facebook* yang digunakan oleh Mahyeldi Ansharullah dan Ridwan Kamil.

2. Pada aspek keterlibatan aktif (*active involvement*) pada pemimpin daerah Mahyeldi Ansharullah, diharapkan untuk meningkatkan intensitas dan frekuensi keterlibatan aktifnya pada media sosial (*social media*). Pada pemimpin daerah Ridwan Kamil, diharapkan perlu meningkatkan intensitas dan frekuensi keterlibatan aktifnya pada media sosial (*social media*) dengan cara membuat isi postingan di *facebook* menarik dan bermanfaat, memposting berita atau artikel menurut sudut pandang sendiri ketika kejadian tersebut mulai banyak dibicarakan masyarakat, lalu memposting berita yang banyak dibicarakan masyarakat ketika kejadian tersebut telah selesai.

3. Pada aspek merek diri (*personal branding*), pemimpin daerah Mahyeldi Ansharullah dan Ridwan Kamil sebaiknya lebih intens menyeimbangkan penonjolan aspek merek diri (*personal branding*) yang tidak hanya dalam dunia nyata, namun juga dalam dunia maya atau lebih sering disebut media sosial (*social media*) dengan cara memiliki visi yang strategik, perilaku kepemimpinan yang berorientasi pada tugas dan bawahan, memiliki keterampilan dalam memimpin selama masa kepemimpinan, memiliki kredibilitas kepemimpinan yang baik, mampu memasarkan diri dengan baik di *social media*, memiliki *personal branding* atau merek diri yang konsisten sejak awal kepemimpinan, dan memiliki kehidupan pribadi yang sejalan dengan citra yang ingin ditanamkan kepada masyarakat.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diinginkan. Oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk penelitian yang akan datang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan 180 responden yang berdomisili di Kota Padang tentunya masih kurang bisa untuk menggambarkan kondisi di lapangan. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih dari 180 responden.

2. Lokasi penelitian hanya dilakukan di Kota Padang, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menjangkau daerah yang lebih besar sehingga dapat memberikan dampak yang lebih luas juga.
3. Penelitian ini hanya mempertimbangkan pengaruh variabel media sosial (*social media*) dan keterlibatan aktif (*active involvement*) terhadap merek diri (*personal branding*). Sedangkan masih terdapat variabel-variabel lain yang terkait yang belum diteliti pada penelitian ini.

#### 5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan implikasi dan keterbatasan penelitian yang telah disampaikan, maka peneliti mempunyai beberapa saran:

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi merek diri (*personal branding*) selain variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan jumlah sampel agar data yang didapatkan semakin akurat. Untuk penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat melakukan penelitian terhadap pemimpin daerah di luar Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini dapat dibandingkan dan data yang didapat akan lebih akurat.