

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan untuk membangun personal branding Elly Thrisyanti dititikberatkan pada tiga hal, yakni strategi personal branding melalui para Relawan Turun Tangan, strategi personal branding di media sosial yang mana Elly Thrisyanti dan tim sukses nya sangat aktif di facebook serta strategi personal branding melalui penyelenggaraan kegiatan sosial dan bantuan di daerah dapilnya.

Personal Branding Elly Thrisyanti terbentuk karena ada 3 faktor yang selalu menjadi perhatian masyarakat, yang pertama ada skill atau kemampuan, Elly Thrisyanti dan Relawan Turun Tangan dari Partai Politik pengusungnya yaitu Gerindra antara lain tidak melakukan perekrutan sebagai target relawan namun Elly Thrisyanti dengan hanya beberapa tim nya turun langsung ke masyarakat, strategi blusukan yang dilakukan terbukti mampu menampilkan sisi kepemimpinan Elly Thrisyanti, penyebaran aktivitas yang ada di berbagai kota, kegiatan kampanye yang terarah dan terukur oleh tim sukses Elly Thrisyanti.

Selain itu faktor kedua yaitu sikap atau kepribadian yang ditampilkan Elly Thrisyanti di internet, personal branding tentang Elly Thrisyanti dikomunikasikan melalui keberadaan media sosial yaitu facebook dimana Elly Thrisyanti sangat aktif dalam membagikan postingan berupa kegiatan sosial yang dilakukannya serta event event seperti main kim yang menampilkan bahwa Elly Thrisyanti merupakan pemimpin yang dekat dan melekat dengan masyarakat. Sedangkan upaya membangun personal branding melalui event dilaksanakan melalui penyelenggaraan Main Kim di kecamatan Lubuk Kilangan, Lubuk Begalung dan Penggambiran. Dalam kampanye, mereka sama sekali tidak menggunakan iklan media massa, menyampaikan pesan tentang politik bersih, dan juga pendekatan softselling dalam memperkenalkan sosok Elly Thrisyanti.

Hal lain adalah metode pemecahan masalah dimana dalam konsep personal branding terbentuk karena adanya track record yang diberikan oleh seseorang terhadap masyarakat sehingga itu menjadi momen bagi masyarakat mengingat calegnya, Track record Elly Thrisyanti dalam memberikan bantuan kepada masyarakat adalah dengan memberikan 100 unit gerobak usaha kepada masyarakat. Melalui program inilah, citra Elly di tengah masyarakat semakin baik dan menunjang popularitasnya pada Pileg 2019 lalu.

6.2 Saran

1. Personal branding menjadi hal yang penting bagi semua orang terlebih bagi mereka yang ingin merebut jabatan publik. Pembentukan *personal branding* harus didasari kenyataan. Pencitraan berdasarkan hasil polesan semata tidak akan mampu membentuk *personal branding* yang kuat karena *personal branding* bukanlah proses yang instant. Berdasarkan hasil penelitian tersebut disarankan agar kandidat politik lebih memahami dan menggunakan cara-cara politik yang bersih serta efisien dalam melaksanakan kegiatan kampanye sebagaimana yang dilaksanakan oleh Elly Thrisyanti dan tim sukses.
2. Korelasi yang kuat antara iklan dan kinerja serta menjadikan karakter dan kompetensi sebagai basis akan menghasilkan diferensiasi, persepsi, dan asosiasi yang positif dan kuat. Pembentukan *personal branding* tidak hanya terbatas dalam iklan saja namun bisa dilakukan dari berbagai lini dan aspek.