

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dibahas pada uraian sebelumnya terkait dengan Vlog Youtube Presiden Jokowi sebagai Media Personal Branding yang diteliti berdasarkan ikon, indeks dan simbol yang didasarkan pada teori Semiotika Charles Sander Pierce, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

1. Terkait Ikon

- a. Visualisasi

Kesimpulan penelitian ini berdasarkan hasil visualisasi terkait dengan Vlog Youtube Presiden Jokowi sebagai Media Personal Branding pada vlog Trans Jawa yaitu dari 12 *scene* yang diteliti, hampir sebagian besar *scene-scene* tersebut menampilkan visualisasi sosok Presiden Joko Widodo mulai dari cara berpakaian, aktivitas yang dilakukannya serta keberhasilan kerja nyata Jokowi dalam membangun tol Trans Jawa sehingga Personal Branding yang dilakukan oleh Jokowi sangat terlihat dan mencolok. Adapun *scene* yang menampilkan visualisasi sosok Jokowi yaitu *scene* 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, dan 11.

- b. Teknik Pengambilan Gambar

Kesimpulan penelitian ini berdasarkan hasil penelitian teknik pengambilan gambar terkait dengan Vlog Youtube Presiden Jokowi sebagai Media Personal

Branding pada vlog Trans Jawa yaitu dari 12 *scene* yang diteliti, peneliti menemukan terdapat lima teknik pengambilan gambar yang digunakan yaitu *extreme long shot*, *medium close up*, *medium long shot*, *long shot* dan *medium shot*. Kelima teknik tersebut digunakan berdasarkan kebutuhan dan kepentingan tersendiri dalam pembuatan Vlog Trans Jawa baik berupa kebutuhan untuk menangkap gambar mimic muka yang jelas, gestur yang jelas, objek yang difokuskan serta penampilan background.

2. Terkait Indeks

Kesimpulan penelitian ini berdasarkan hasil penelitian indeks terkait dengan Vlog Youtube Presiden Jokowi sebagai Media Personal Branding pada vlog Trans Jawa yaitu pada vlog Trans Jawa ini dapat diketahui bahwa Presiden Jokowi dalam memperkuat personal brandingnya selalu menggunakan cara-cara yang tidak biasa dilakukan oleh politikus lainnya seperti penggunaan pakaian non formal dengan fashion anak muda milenial serta aktivitas vlog yang dilakukan oleh Jokowi bersama masyarakat dengan harapan citra Jokowi yang merakyat, legowo dan menyukai fashion anak muda melekat di benak masyarakat sehingga dapat menarik simpati lebih besar dari masyarakat dan personal branding Jokowi pun semakin kuat.

3. Terkait Simbol

Kesimpulan penelitian ini berdasarkan hasil penelitian simbol terkait dengan Vlog Youtube Presiden Jokowi sebagai Media Personal Branding pada vlog Trans Jawa yaitu pada penelitian ini dapat ditemukan berbagai simbol-simbol

yang digunakan dan ditampilkan pada Vlog Trans Jawa, yaitu simbol jaket bomber hitam bertuliskan *Bulls Syndet Motorcycle*, celana jeans berwarna biru dan sepatu kets, sementara semua menteri yang hadir mengenakan baju formal. Hal tersebut memiliki makna bahwa Presiden Jokowi sangat menyukai aktivitas motor dan menyukai cara berpakaian anak milenial, selain itu Jokowi juga menyukai perbedaan antara dirinya dengan pejabat politik lainnya baik itu dari cara berpakaian, hasil dari pekerjaannya serta aktivitas lainnya. Simbol lainnya peneliti menemukan terdapat simbol peta negara Indonesia berwarna putih yang ada pada *case smartphone* Jokowi memiliki makna bahwa Jokowi merupakan sosok yang patriotisme, dan sosok pemimpin yang cinta tanah air. Berdasarkan hal tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada Vlog Trans Jawa memuat simbol-simbol yang dapat memperkuat personal branding Jokowi.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis :

Saat ini mayoritas media sosial di Indonesia khususnya di youtube sudah digunakan dan dimanfaatkan oleh actor politik sebagai cara memperkuat personal branding, akan tetapi dalam praktiknya terdapat beberapa kekurangan seperti dalam vlog Trans Jawa yaitu Jokowi kurang bisa berakting dengan luwes di depan kamera sehingga terlihat tidak natural. Oleh sebab itu, peneliti memberikan saran kepada para akademisi untuk memberikan pemahaman lebih mengenai cara personal branding pada generasi milenail dan memberikan pemahaman lebih terkait teori Semiotika Charles Sander Pierce kepada mahasiswa. Selain itu,

peneliti memberikan saran kepada para pelaku politik dalam membangun personal branding agar dapat memanfaatkan media sosial khususnya youtube untuk membangun citra dan personal branding, karena berdasarkan data “*We Are Social*” pengguna internet saat ini sudah mencapai 150 juta orang sehingga jika pelaku politik mampu memanfaatkan internet khususnya media sosial dengan baik, akan mendapatkan keuntungan lebih besar dalam membangun personal branding.

5.2.2 Saran Praktis :

1. Bagi Media massa, diharapkan media yang menampilkan Vlog Youtube Jokowi tidak hanya menampilkan sisi unik dari vlog nya saja, tetapi diharapkan untuk membedah dan mengkaji lebih dalam lagi sehingga menjadi informasi penting untuk masyarakat.
2. Bagi Presiden Joko Widodo, diharapkan dalam membuat vlog untuk lebih natural dan tidak kaku di depan kamera, sehingga vlog tersebut akan semakin bagus dan natural.
3. Bagi masyarakat, kepada pembaca dan masyarakat luas, dengan selesainya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi suatu rujukan dan referensi pengetahuan mengenai bagaimana Vlog Youtube yang digunakan sebagai media personal branding yang didalamnya terdapat tujuan-tujuan tertentu demi tercapainya cita dari actor politik. Diharapkan masyarakat agar semakin meningkatkan sikap kritis dan selektif terhadap Vlog Youtube yang dibuat oleh actor politik. Hal tersebut bertujuan, agar khalayak

mampu menganalisis sebuah Vlog dari actor politik lebih jauh dan mendalam.