

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai pembentukan *personal branding* Jazuli Abdillah melalui akun facebook @Bang Jazuli maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Jazuli Abdillah membentuk *personal branding* melalui Facebook dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat di dalamnya yakni:Foto, video, *share*, *like*, komentar dan *mention*.
2. Delapan konsep pembentukan *personal branding* yakni: spesialisasi (*the law of specialization*), kepemimpinan (*the law of leadership*), kepribadian (*the law of personality*), perbedaan (*the law of distinctiveness*), terlihat (*the law of visibility*), kesatuan (*the law of unity*), keteguhan (*the law of persistance*), nama baik (*the law of goodwill*). Konsep yang paling dominan yang dilakukan Jazuli yakni Spesialisasi (*The law of specialization*), kepemimpinan (*the law of leadership*) dan perbedaan (*the law of distinctiveness*).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan kemudian dipaparkan secara komprehensif pada bab sebelumnya, maka berikut adalah beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan.

1. Bagi pejabat publik: Pemanfaatan media sosial facebook oleh pejabat publik digunakan sebagai alat dalam memberikan informasi kepada masyarakat memiliki dampak yang signifikan. Karena itu peneliti menyarankan agar pejabat publik mengelola akun facebook milik pribadi maupun *official* dengan menyampaikan informasi yang dibutuhkan masyarakat daerah jabatan maupun di luar daerah jabatannya.
2. Bagi peneliti selanjutnya: peneliti merasa bahwa peneliti selanjutnya lebih fokus dan menggali lebih dalam mengenai *personal branding* pejabat publik di media sosial.
3. Bagi dosen dan penulis agar meneliti dan mengkaji *personal branding* dalam kehidupan sehari-hari kemudian dituangkan ke dalam karya berupa buku atau jurnal yang memenuhi syarat untuk dijadikan referensi.