

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini menemukan, Anies menggunakan 4 dari 5 taktik *impression management* yang telah dikembangkan oleh Jones and Pittman (1982), Anies paling banyak menggunakan taktik *exemplification*, *ingratiation* dan *self-promotion*. Taktik *supplication* digunakan tetapi sangat jarang yakni hanya 1 cicitan, selama 2019 memimpin Ibu kota. Dengan persentase sebesar *exemplification* 40%, *ingratiation* 35%, *self-promotion* 23,75%, dan *supplication* 1,25%, sementara dalam 80 sampel *tweets* tidak ditemukan taktik *intimidation*. Anies baswedan berusaha menjadi kepala daerah yang memiliki citra diri yang positif seperti layak dan dikagumi, dihormati, dan disukai karena memiliki integritas dan kesopanan moral, dan kompetensi dalam pekerjaannya sebagai kepala daerah. Anies juga mencitrakan kebaikannya seperti tulus dalam bekerja, juga ramah kepada siapa saja, serta mengajak untuk melakukan hal yang positif, dan juga memberikan apresiasi kepada banyak pihak. Sehingga masyarakat, khususnya warga DKI Jakarta. Diharapkan menyukai sosok Anies Baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Penelitian ini bukanlah penelitian yang sempurna butuh beberapa data sebagai penunjang penelitian ini seperti transkrip wawancara dari pihak Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan sebagai konfirmasi yang valid sehingga didapatkan data yang benar-benar konkret dengan begitu diharapkan penelitian ini menjadi penelitian yang sempurna. Dan untuk penelitian selanjutnya dimohon untuk kritis dibandingkan penulis.

5.2.2 Saran Akademis

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya diharapkan membuka kelas diskusi diluar perkuliahan mengenai penelitian terkait *manajemen impression* terkhusus penelitian yang menggunakan metode analisis isi bertujuan agar menambah pengetahuan dan pemahaman yang mendalam bagi mahasiswa yang akan mengambil skripsi menggunakan pendekatan tersebut agar tidak kesulitan saat melakukan penelitian.

