

BAB V

P E N U T U P

5.1 Kesimpulan

Strategi manajemen kesan yang dilakukan oleh Hillary Lasut pada media sosial instagram akun @hillarylasut dalam memperoleh suara pemilih dan mendapatkan kursi di DPR RI pada Pemilu 2019 didasarkan dari teori *impression management* Jones & Pittman (1982) yang meliputi *ingratiation*, *intimidation*, *self promotion*, *exemplification*, dan *supplication*.

Hasil analisis data berupa *post* pada instagram akun @hillarylasut yang diunggah Hillary Lasut selama masa kampanye Pemilu 2019, yaitu tanggal 23 September 2018 hingga 13 April 2019 sebanyak 69 postingan. Dari sebanyak 69 postingan yang diunggah di instagram miliknya yaitu @hillarylasut terlihat bahwa pemakaian strategi *ingratiation* paling banyak digunakan dengan posting yang menunjukkan ramah, menyapa warga, peduli sesama, toleransi beragama, menunjukkan sifat ketulusan dan kejujuran, memiliki wawasan luas, memuji orang lain, mendorong orang lain untuk maju, sependapat dengan orang lain, dan menunjukkan dirinya dapat diandalkan. Kemudian strategi *self promotion* kedua terbanyak dengan posting yang menunjukkan latar belakang dirinya, sifat optimis, mengenal baik tokoh, dan membaur dengan berbagai kalangan. Strategi *exemplification* merupakan strategi ketiga terbanyak dengan posting yang menunjukkan dirinya berjanji akan berjuang demi rakyat, membantu rakyat, layak menjadi contoh orang lain dalam hal pendidikan dan berbakti kepada kedua orang tua. Strategi *supplication* merupakan strategi terbanyak keempat yang digunakan dalam instagram yang menunjukkan permohonan dukungan rakyat, relawan, dan keluarga dalam mensosialisasikan dan memilihnya dalam pemilu 2019. Sedangkan strategi *intimidation* tidak terlihat digunakan dalam postingan di instagram @hillarylasut, karena strategi *intimidation* sangat sensitif di kalangan masyarakat jika digunakan dalam media sosial, karena strategi ini untuk mendapatkan kesan disegani, berwibawa, berkuasa, intimidasi dan ancaman.

Konten-konten media sosial instagram Hillary Lasut cukup efektif dalam membangun citra positif Hillary Lasut di masyarakat khususnya kaum muda Sulawesi Utara. Masyarakat yang melihat dan mengikuti Hillary Lasut di media sosial instagram akan terpengaruh dengan konten-konten Hillary Lasut sehingga nama yang muncul di benak masyarakat bahwa Hillary Lasut adalah calon anggota dewan yang dapat diandalkan untuk mewakili Sumatera Utara sebagai anggota DPR RI.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

5.1.1 Saran Akademik

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian ini, dapat diberikan beberapa saran akademik diantaranya:

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneruskan analisis strategi manajemen kesan Hillary Lasut pada akun instagram @hillarylasut pada periode tahun 2019-2023.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan konsep atau teori terbaru mengenai pengelolaan kesan atau citra selain teori *impression management* dari Jones & Pittman.
- c. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memilih objek penelitian yang berbeda dari penelitian ini, misalnya pada *public figure* yang memiliki *follower* banyak atau tokoh politik selain Hillary Lasut.

5.1.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian ini, dapat diberikan beberapa saran praktis diantaranya:

- a. Strategi manajemen kesan (*impression management*) berdasarkan teori Jones & Pittman (1982) cukup efektif dalam meningkatkan kesan positif bagi masyarakat. Oleh karena itu, disarankan kepada Hillary Lasut dapat terus menggunakan strategi *impression management* sebagai media kampanye pada

Pemilu 2024 yang akan datang sehingga dapat terpilih kembali sebagai anggota DPR RI.

- b. Pemilihan teknik *impression management* harus selektif dan tepat, karena jika kurang tepat dalam pemilihan teknik ini dapat berdampak negatif bahkan menimbulkan kesan buruk di masyarakat. Oleh karena itu, disarankan kepada tokoh perseorangan atau organisasi lebih berhati-hati dalam menggunakan teknik *intimidation*, karena teknik ini sangat sensitif jika digunakan dalam media sosial karena dapat menimbulkan kesan tokoh yang sangat berkuasa, otoriter, intimidasi dan ancaman.

