

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Politik pada Kontestasi Pemilihan Presiden Indonesia Tahun 2024 (Analisis Politik Branding Ganjar Pranowo pada Instagram @ganjar_pranowo)”, telah disimpulkan bahwa analisis branding politik yang dilakukan di instagram @ganjar_pranowo, bahwa Ganjar Pranowo sudah memaksimalkan seluruh kategori dalam branding politik yaitu *policy*, *person*, *party*, dan *presentation* pada postingan atau unggahan pada periode 28 November 2023 hingga 28 Desember 2023. Meskipun Ganjar Pranowo sudah melakukan branding politik pada periode tersebut masih belum membuahkan hasil yang maksimal untuk meningkatkan elektabilitas pasangan Ganjar Pranowo dan Mahfud MD.

5.2 Saran

Bagi peneliti selanjutnya semoga diharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya tentang pemanfaatan media sosial dalam kancah kontestasi perpolitikan di Indonesia dengan sudut pandang maupun metode yang berbeda dalam menginterpretasikan branding politik Ganjar Pranowo maupun aktor politik lainnya dimasa yang akan datang.