

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Personal branding Ganta terbentuk melalui tiga karakteristik utama yang saling berkaitan, yaitu ciri khas, relevan, dan konsisten. Pertama ciri khas, kelenturan tubuh, ekspresi berlebihan, dan suara unik sebagai ciri khas *personal branding* Aganta Ramadanu. Ganta menonjol sebagai *content creator* humor dengan kelenturan tubuh, ekspresi berlebihan, gaya berbicara dan meniru yang unik, serta gerakan tubuh yang energik. Ciri khas ini hadir dalam berbagai jenis konten, baik *cover* lagu, joget, maupun *endorsement*, di mana Ganta selalu menyisipkan elemen komedi yang membedakannya dari *content creator* lain. Keunikan ini memudahkan audiens mengenali dan mengingat brand pribadinya.

Kedua relevansi, konten humor Aganta Ramadanu relevan terhadap pemenuhan kebutuhan emosional *followers*. Ganta tidak hanya mengikuti tren TikTok, tetapi juga mengemasnya secara kreatif dengan gaya humor khas yang memberikan hiburan sekaligus dampak emosional positif. Sebagian besar videonya (32 dari 35) membuat audiens merasa lebih baik, yang terlihat dari interaksi dan respons positif di kolom komentar. Hal ini menunjukkan bahwa kontennya selaras dengan ekspektasi dan kebutuhan audiens TikTok.

Ketiga konsisten, konten humoris Aganta Ramadanu menampilkan ciri khas yang sama secara berulang-ulang. Ganta mempertahankan karakter ceria, aktif, dan humoris secara konsisten dalam hampir seluruh videonya (34 dari 35). Terlepas dari variasi format konten, elemen humor dan energi tetap menjadi benang merah dalam setiap unggahannya. Konsistensi ini memperkuat citranya sebagai *content creator* yang mudah dikenali dan membangun kepercayaan audiens terhadap *personal brand* yang ia bangun.

Secara keseluruhan, Aganta Ramadanu mampu membangun *personal branding* yang kuat dengan mengandalkan keunikan gaya humor, yaitu ekspresi wajah yang berlebihan, gaya berbicara yang khas, serta gerakan tubuh yang energik dan luwes. Selain itu, Ganta menunjukkan relevansi dengan kebutuhan emosional

pengikutnya melalui konten yang mampu menghibur dan memberikan semangat. Konsistensinya dalam menyajikan karakter yang sama di setiap konten semakin memperkuat citranya sebagai sosok yang ceria, aktif, dan humoris. Dengan menjaga ketiga elemen ini, ia tidak hanya mempertahankan eksistensinya sebagai *content creator*, tetapi juga memperkuat hubungan emosional dengan audiens dan menciptakan peluang untuk terus berkembang di TikTok.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran berikut :

5.2.1 Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta memberikan wawasan mengenai *personal branding* dalam kajian Ilmu Komunikasi. Jika penelitian berikutnya masih berfokus pada Aganta Ramadanu, disarankan untuk melakukan wawancara langsung dengan Ganta sebagai informan guna memperoleh data yang lebih mendalam. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperpanjang periode waktu penelitian agar dapat memahami perkembangan *personal brand* Ganta dalam berbagai tren dan perubahan media sosial.

5.2.2 Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat untuk memahami dan memanfaatkan *personal branding* secara positif. Memiliki *personal branding* yang baik sangat bermanfaat, terutama dalam mengenal diri sendiri dan mengoptimalkan potensi yang ada. Ini juga dapat menjadi pertimbangan dalam memasarkan diri secara efektif dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam konteks profesional maupun pribadi. Dengan berkembangnya media sosial sebagai platform yang mempengaruhi banyak aspek kehidupan, *personal branding* menjadi lebih penting dalam menciptakan citra diri yang kuat dan mudah dikenali. Masyarakat, khususnya pengguna media sosial, dapat memanfaatkan *personal*

branding untuk meningkatkan visibilitas diri, memperluas jaringan, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan audiens atau komunitas online.

