

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, *Personal branding* Niky Putra di TikTok terbentuk melalui delapan elemen *The 8 Laws of Personal branding* dengan tingkat dominasi yang berbeda. Elemen yang paling menonjol adalah kepribadian (*The Law of Personality*), yang terlihat dari karakter komedi Niky yang lucu, canggung, spontan, dan apa adanya, sehingga menciptakan kedekatan emosional dan kesan autentik bagi audiens. Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*) juga tampak kuat melalui jargon khas seperti “asek” dan “mihu-mihu”, ekspresi canggung, serta gaya editing mentahan yang menjadi ciri pembeda dari kreator lain. Terlihat (*The Law of Visibility*) konsistensi Niky dalam mengunggah satu hingga dua konten per hari membuatnya tetap hadir diberanda, sementara keteguhan (*The Law of Persistence*) tercermin dari kemampuannya mempertahankan gaya humor khas di tengah perubahan tren. Kesatuan (*The Law of Unity*) terlihat dari keselarasan antara gaya di dalam konten dan interaksi dengan audiens melalui *live* dan komentar. Spesialisasi (*The Law of Specialization*) ditunjukkan melalui fokus Niky pada konten komedi melalui beberapa jenis konten. Kepemimpinan (*The Law of Leadership*) muncul melalui keberhasilannya memelopori tren “mihu-mihu” yang diikuti banyak pengguna TikTok. Nama baik (*The Law of Goodwill*) memperkuat citra positif Niky sebagai kreator yang sopan dan tidak kontroversial, sehingga mendukung kepercayaan audiens terhadap dirinya.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian mengenai analisis strategi *Personal branding content creator @nikyrputra* melalui TikTok, peneliti ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran Praktis

- a) Niky Putra disarankan untuk meningkatkan interaksi langsung dengan audiens melalui fitur komentar dan *Live*. Meskipun karakter Niky sudah kuat, respons yang lebih sering pada komentar atau *live* dapat memperkuat kedekatan dengan pengikut serta meningkatkan *engagement rate*.
- b) Untuk menjaga dan memperkuat *Personal branding* di TikTok, Niky Putra perlu mempertahankan konsistensi dalam gaya komunikasi dan karakter khususnya agar identitas dirinya sebagai kreator tetap mudah dikenali.

2. Saran Akademis

- a) Penelitian berikutnya, disarankan untuk berfokus pada bagaimana pemanfaatan TikTok dapat meningkatkan *engagement rate*. Penelitian dapat difokuskan pada cara Niky Putra menjalin interaksi dengan audiens dan membangun hubungan yang membuat pengikutnya tetap aktif terlibat dalam kontennya.
- b) Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti *Personal branding* Niky Putra dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Untuk mengukur efektivitas strategi *Personal branding* secara lebih terukur, misalnya melalui analisis *engagement rate*, survei persepsi audiens, atau analisis komentar. Metode ini dapat memberikan gambaran yang lebih terukur mengenai efektivitas strategi *Personal branding* yang diterapkan Niky di TikTok.