

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Daffa Ariq membangun *personal branding* di TikTok dengan menerapkan berbagai strategi yang terencana dan konsisten. Ia secara rutin menghadirkan konten komedi yang khas dan mudah dikenali, dengan gaya parodi yang menjadi ciri utamanya. Konsistensi dalam mengunggah konten membuat audiens selalu menantikan karya terbarunya, sehingga kehadiran Daffa di TikTok tetap relevan di tengah persaingan kreator lain. Selain itu, Daffa aktif berinteraksi dengan followers melalui kolom komentar, live streaming, dan membalas pesan, yang membuat pengikutnya merasa dihargai dan dekat secara personal. Ia juga selalu mengikuti tren viral di TikTok, baik dari segi format video, penggunaan musik, maupun tema yang sedang ramai dibicarakan, sehingga kontennya mudah masuk ke *FYP* (For You Page) dan menjangkau audiens yang lebih luas. Kolaborasi dengan kreator lain turut memperluas jaringan dan memperkuat citra dirinya sebagai kreator yang terbuka dan adaptif. Seluruh strategi ini menunjukkan bahwa *personal branding* yang efektif di TikTok bukan hanya soal kreativitas dalam membuat konten, tetapi juga kemampuan membangun hubungan dengan audiens dan beradaptasi dengan perkembangan *platform*

Dalam proses membangun *personal branding*, Daffa Ariq menghadapi berbagai tantangan yang tidak ringan. Salah satu tantangan utama adalah risiko akun terkena *banned* oleh pihak TikTok akibat pelanggaran pedoman komunitas, yang pernah dialami langsung oleh Daffa. Ketika akunnya terkena *banned*, ia harus berjuang untuk memulihkan akses dan menjaga kepercayaan audiens agar tidak kehilangan momentum yang sudah dibangun. Selain itu, Daffa juga kerap menerima komentar negatif dan *hate speech* dari pengguna lain, baik berupa kritik pedas, sindiran, maupun ujaran kebencian yang dapat memengaruhi citra dan motivasinya sebagai kreator.

Tantangan ini tidak hanya berdampak pada eksistensi digital, tetapi juga berpengaruh terhadap kesehatan mental dan semangat Daffa dalam berkarya. Tekanan dari algoritma TikTok yang terus berubah, persaingan dengan kreator lain, serta ekspektasi audiens yang tinggi juga menjadi tantangan tersendiri yang harus dihadapi secara profesional dan strategis. Untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut, Daffa Ariq menerapkan sejumlah langkah strategis dan sikap profesional. Saat menghadapi *banned* akun, Daffa melakukan klarifikasi secara terbuka kepada audiens, menjelaskan situasi yang terjadi, dan tetap menjaga komunikasi agar pengikutnya tidak kehilangan kepercayaan. *Personal branding* terbukti sangat berperan penting ketika Daffa Ariq menghadapi situasi sulit, seperti saat akun TikTok miliknya terkena *banned*. Ketika hal ini terjadi, Daffa tidak memulai dari nol dalam membangun kembali basis pengikutnya.

Reputasi dan citra positif yang telah ia bangun melalui *personal branding* di akun sebelumnya menjadi modal utama untuk bangkit kembali. Masyarakat dan para pengikutnya sudah mengenal Daffa sebagai kreator komedi yang konsisten, kreatif, dan ramah, sehingga ketika ia membuat akun baru, banyak pengikut lama yang langsung kembali mendukung dan mempromosikan akunya. Kepercayaan dan loyalitas audiens yang telah terbentuk berkat *personal branding* yang kuat memudahkan Daffa untuk kembali memperoleh jumlah followers yang besar dalam waktu relatif singkat.

Keberhasilan Daffa dalam membangun kembali eksistensinya di TikTok membuktikan bahwa *personal branding* bukan hanya strategi untuk meraih popularitas, tetapi juga menjadi pondasi penting dalam menjaga kesinambungan karier di dunia digital, terutama saat menghadapi risiko dan perubahan yang tidak terduga. Ia juga belajar dari pengalaman tersebut dengan lebih berhati-hati dalam memilih materi konten agar tetap sesuai dengan pedoman komunitas TikTok. Dalam menghadapi *hate speech* dan komentar negatif, Daffa memilih untuk tetap tenang, tidak terpancing emosi, dan membalas komentar dengan cara yang positif atau bahkan dengan humor khasnya. Ia juga sesekali melakukan edukasi kepada audiens tentang pentingnya saling menghargai di media sosial.

Konsistensi dalam berkarya, kemampuan beradaptasi dengan perubahan tren dan algoritma, serta membangun komunitas pengikut yang loyal menjadi kunci utama Daffa dalam mempertahankan dan memperkuat *personal branding*-nya. Dengan demikian, Daffa mampu menjaga citra positif, memperluas jangkauan audiens, dan tetap eksis di tengah dinamika serta tantangan yang ada di TikTok.

Berdasarkan hasil analisis mendalam melalui observasi dan wawancara terhadap strategi *personal branding* di konten TikTok yang dibuat oleh Daffa Ariq dengan menggunakan delapan konsep *personal branding* dari Peter Montoya (2002), dapat disimpulkan bahwa Daffa Ariq berhasil membangun citra diri yang kuat, autentik, dan konsisten sebagai seorang *comedian influencer*. Keberhasilan ini terlihat dari kemampuannya mengemas konten komedi yang sangat relevan dan dekat dengan kehidupan sehari-hari audiensnya, khususnya kalangan pelajar, mahasiswa, serta masyarakat yang mengikuti tren sosial terkini. Pendekatan ini membuat kontennya mudah diterima dan terasa sangat relatable, sehingga mampu menarik perhatian dan membangun kedekatan emosional dengan pengikutnya.

Daffa Ariq menonjol dengan spesialisasi dalam pembuatan parodi dan sketsa yang mengandung humor ringan namun tetap cerdas dan menghibur. Keahlian ini tidak hanya memperkuat identitasnya sebagai content creator, tetapi juga menjadikannya sebagai sosok yang mampu memimpin dan menciptakan tren baru di *platform* TikTok yang kemudian diikuti oleh banyak kreator lain. Selain itu, Daffa menunjukkan kepribadian yang hangat, ramah, dan menyenangkan dalam setiap interaksi dengan audiensnya, yang semakin memperkuat hubungan personal dan membangun loyalitas pengikut.

Konsistensi visual dan gaya penyampaian yang khas juga menjadi salah satu kekuatan utama dalam *personal branding* Daffa Ariq. Penampilannya yang konsisten serta aktivitasnya yang intens dan terorganisir di TikTok dan media sosial lain meningkatkan visibilitas dan pengenalan mereknya secara luas. Lebih jauh, Daffa juga menunjukkan sikap profesionalisme tinggi dengan merespons kritik dan masukan secara terbuka dan bijaksana, yang menambah tingkat kepercayaan audiens terhadap dirinya. Ketulusan yang ia tunjukkan

dalam menyampaikan konten semakin memperkuat citra autentiknya sebagai seorang *influencer* yang tidak hanya menghibur, tetapi juga jujur dan dapat dipercaya.

Secara keseluruhan, Daffa Ariq telah berhasil memanfaatkan prinsip-prinsip *personal branding* secara efektif untuk membangun reputasi dan posisi yang kuat di dunia digital, khususnya dalam ranah komedi di *platform* TikTok. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pengembangan *personal branding* yang berfokus pada keaslian, konsistensi, serta interaksi aktif dengan audiens merupakan strategi yang sangat efektif dalam membangun dan mempertahankan citra diri di era media sosial yang sangat kompetitif saat ini.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

a. Tentukan Spesialisasi Konten

Influencer disarankan untuk memilih niche yang spesifik sesuai dengan keahlian atau minat mereka, seperti yang dilakukan Daffa Ariq dengan parodi dan komedi keseharian. Menurut Peter Montoya, spesialisasi menjadi fondasi penting untuk membangun kepercayaan audiens secara berkelanjutan.

b. Bangun Kepribadian yang Autentik

Pengguna media sosial lebih tertarik pada figur yang menunjukkan kejujuran dan mudah didekati. Hal ini sesuai dengan pendapat Parengkuan & Tumewu (2015) bahwa kepribadian dan nilai yang konsisten menjadi pilar utama dalam membentuk *personal brand* yang kuat.

c. Manfaatkan Interaksi Sosial

Melibatkan pengikut melalui komentar, fitur live, atau membagikan ulang konten penggemar dapat meningkatkan keterlibatan dan membangun komunitas yang setia. Keterlibatan emosional audiens juga sangat dipengaruhi oleh keaktifan *influencer* dalam berinteraksi (Anjani & Irwansyah, 2020).

d. Responsif terhadap Masukan dan Kritik

Menanggapi komentar negatif atau isu sensitif secara bijak menunjukkan profesionalisme dan penting untuk menjaga reputasi jangka panjang, seperti yang dicontohkan Daffa dengan menghapus konten kontroversial dan memberikan klarifikasi terbuka.

e. Gunakan Visual dan Narasi yang Konsisten

Desain visual yang seragam, gaya konten yang khas, dan narasi yang konsisten memperkuat identitas personal *brand*. Rampersad (2015) menegaskan bahwa konsistensi adalah salah satu karakter utama dalam *personal branding*.

5.2.2 Saran Teoritis

a. Pengembangan Konsep *Personal branding* pada Berbagai Platform

Karena *personal branding* yang efektif di TikTok mungkin berbeda dengan *platform* lain seperti Instagram, YouTube, atau Twitter, penelitian berikutnya dapat mengeksplorasi adaptasi elemen *personal branding* di berbagai media sosial.

b. Pendalaman Studi tentang Algoritma dan Engagement

TikTok menggunakan algoritma unik berbasis *FYP* yang memengaruhi distribusi konten. Penelitian lanjutan dapat menelusuri hubungan antara *personal branding*, algoritma, dan tingkat keterlibatan sebagai indikator keberhasilan konten dengan pendekatan kuantitatif.

c. Studi Komparatif Antar *Influencer* Komedi

Peneliti selanjutnya dapat melakukan perbandingan antara beberapa *comedian influencer* dengan gaya berbeda untuk menemukan pola strategi *personal branding* yang paling efektif, sehingga memperkaya pemahaman teoritis tentang pengembangan citra diri di media sosial.