

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi personal branding yang diterapkan oleh kreator konten @nilakurus dalam membangun citra dirinya melalui konten mukbang di TikTok. Berdasarkan analisis terhadap 30 video dengan tingkat interaksi tertinggi selama Maret–Mei 2025, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. **Strategi personal branding yang dilakukan oleh @nilakurus terbentuk dari konsistensi tema dan gaya narasi yang khas.** Kalimat pembuka seperti “Diet Day 1 makan cuma satu biji” menjadi ciri unik yang dikenali audiens dan selalu digunakan dalam hampir setiap kontennya. Hal ini memperkuat identitas diri kreator dan memudahkan audiens mengenali gaya penyampaianya.
2. **Konten disampaikan dengan pendekatan yang jujur, humoris, dan apa adanya,** yang menjadikan kreator tampak dekat dan relatable di mata pengikutnya. Penonton merasa terhubung secara emosional karena kreator tidak berusaha membangun citra yang sempurna, melainkan menunjukkan kenyataan sehari-hari yang juga dialami oleh audiens, seperti “gagal diet”, “makan tengah malam”, atau “lapar di acara kondangan”.
3. **Interaksi dua arah dengan audiens sangat kuat dan menjadi bagian penting dari strategi branding.** Kreator sering menggunakan call-to-action dalam caption seperti “cerita dong kalian pernah gagal diet?”, serta

aktif menanggapi komentar dan membuat konten berdasarkan masukan audiens. Hal ini menciptakan loyalitas dan keterlibatan yang tinggi dari para pengikutnya.

4. **Nilai-nilai lokal dan keseharian menjadi elemen utama dalam membangun citra diri yang membumi.** Penggunaan makanan khas Indonesia seperti nasi padang, sambal terasi, tahu bulat, dan pecel lele tidak hanya memperkuat kedekatan budaya, tetapi juga menjadikan konten lebih akrab di mata audiens Indonesia, terutama generasi muda.
5. **Keaslian dan keterbukaan kreator menjadi faktor penting yang memperkuat reputasi dan kepercayaan audiens.** Tanpa harus tampil glamor atau berlebihan, @nilakurus mampu membangun reputasi sebagai kreator yang autentik, lucu, dan terbuka terhadap kritik maupun dukungan.

Dari keseluruhan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi personal branding yang dilakukan oleh @nilakurus adalah strategi yang berbasis konsistensi, keunikan narasi, komunikasi terbuka, serta kedekatan budaya dengan audiens. Strategi ini terbukti berhasil membangun citra diri yang kuat dan meningkatkan keterlibatan audiens secara signifikan di platform TikTok.

5.2 Saran

1. Untuk kreator konten lain, penting untuk membangun personal branding secara konsisten melalui gaya narasi yang khas dan autentik. Seperti yang dilakukan @nilakurus, penggunaan humor, kejujuran, dan kedekatan dengan keseharian audiens terbukti efektif dalam menciptakan loyalitas serta memperluas jangkauan konten. Kreator disarankan untuk tidak hanya

mengikuti tren semata, tetapi menemukan ciri khas pribadi yang membedakan dirinya dari kreator lain.

2. Kreator juga disarankan untuk aktif berinteraksi dengan audiens secara dua arah, baik melalui komentar maupun konten responsif. Pendekatan ini dapat memperkuat kedekatan emosional, membangun komunitas yang loyal, dan meningkatkan engagement secara organik.
3. Penggunaan elemen lokal dalam konten, seperti makanan khas daerah atau budaya populer Indonesia, dapat menjadi kekuatan tersendiri dalam membangun koneksi yang lebih mendalam dengan audiens lokal. Nilai-nilai ini memberikan identitas yang kuat dan memperkuat citra kreator sebagai bagian dari komunitas audiensnya.
4. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi strategi personal branding dari jenis konten yang berbeda, atau dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak keterlibatan audiens secara statistik. Penelitian juga dapat diperluas dengan membandingkan beberapa akun kreator mukbang lain untuk melihat variasi strategi yang digunakan.