



PENGARUH *PERSONAL BRANDING* NASYWA RAHMAH PADA AKUN INSTAGRAM @AWLAPAR TERHADAP MINAT KULINER DI KOTA PADANG

FRECYA YOLI AZIZAH



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Pengaruh *Personal Branding* Nasywa Rahmah pada Akun Instagram @Awlapar terhadap Minat Kuliner di Kota Padang” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2025

Frecya Yoli Azizah
J0301211125

ABSTRAK

FRECYA YOLI AZIZAH. Pengaruh *Personal Branding* Nasywa Rahmah pada Akun Instagram @awlapar terhadap Minat Kuliner di Kota Padang. Dibimbing oleh DR. DAVID RIZAR NUGROHO, M.SI dan DR. IKA YULIASARI, M.SI.

Personal branding di era digital merupakan salah satu bentuk memanfaatkan media sosial dengan baik di era digital. Nasywa Rahmah merupakan *content creators* kuliner yang berhasil menarik perhatian audiens melalui kontennya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji sejauh mana pengaruh *personal branding* Nasywa Rahmah pada akun Instagram @awlaparr terhadap minat kuliner di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif-kausal. Data diperoleh melalui kuesioner dengan teknik *purposive sampling* dengan 125 responden yang merupakan pengikut dari akun @awlapar. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *personal branding* dan variabel terikat adalah minat kuliner. Penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *personal branding* Nasywa Rahmah berpengaruh terhadap minat kuliner di Kota Padang yang menunjukkan bahwa *personal branding* melalui media sosial memiliki potensi besar dalam mendukung promosi kuliner lokal.

Kata Kunci: Citra Diri, Minat Kuliner, Instagram, Nasywa Rahmah, Media Sosial.

ABSTRACT

FRECYA YOLI AZIZAH. *The Influence of Nasywa Rahmah's Personal Branding on the Instagram Account @awlapar on Culinary Interest in Padang City.* Supervised by DR. DAVID RIZAR NUGROHO, M.SI and DR. IKA YULIASARI, M.SI.

Personal branding in the digital era is one form of utilizing social media well in the digital era. Nasywa Rahmah is a culinary content creator who has succeeded in attracting the attention of the audience through her content. This study aims to analyze the influence of Nasywa Rahmah's personal branding on the Instagram account @awlaparr on culinary interests in Padang City. This study uses a quantitative method with an associative-causal approach. Data were obtained through a questionnaire with a purposive sampling technique involving 125 respondents who were followers of the @awlapar account. The independent variable in this study is personal branding with three main indicators, namely characteristics, relevance, and consistency, while the dependent variable is culinary interest using the AIDA model. This study uses simple linear regression using SPSS software. The results of this study indicate that Nasywa Rahmah's personal branding has an effect on the culinary interests of the people of Padang City. The results of this study indicate that Nasywa Rahmah's personal branding has an influence on culinary interests in Padang City, which shows that personal branding through social media has great potential in supporting local culinary promotion.

Keywords: Personal Branding, Content Creator, Culinary Interest, Instagram, Nasywa Rahmah, Social Media.

Judul Skripsi : Pengaruh *Personal Branding* Nasywa Rahmah pada Akun Instagram @Awlapar Terhadap Minat Kuliner di Kota Padang

Nama : Frecy Yoli Azizah
NIM : J0301211125

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. David Rizar Nugroho, M.Si

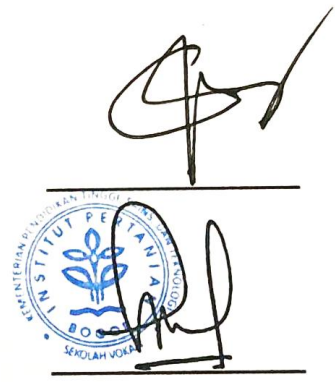
Pembimbing 2:
Dr. Ika Yuliasari, M.Si



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos, M.P
NPI 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayar, M.T
NIP 196607171992031003



Tanggal Ujian:
(05 Juni 2025)

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2025 sampai bulan Mei 2025, dengan judul “Pengaruh *Personal Branding* Nasywa Rahmah pada Akun Instagram @Awlapar Terhadap Minat Kuliner di Kota Padang”.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penyelesaian skripsi ini, yaitu kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Papa dan Mama, terima kasih yang tak terhingga atas kasih sayang, doa yang tiada henti, serta dukungan yang begitu tulus, baik secara materi maupun non-materi. Setiap langkah dalam penyelesaian studi ini tak akan mungkin terjadi tanpa pengorbanan dan cinta kalian. Kalian adalah alasan saya bisa terus melangkah dan bertahan hingga titik ini.
2. Bapak Dr. David Rizar Nugroho, M.Si dan Ibu Dr. Ika Yuliasari, M.Si, selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas segala arahan, bimbingan, dan kesabaran yang telah diberikan dari awal penyusunan hingga selesainya laporan akhir ini. Setiap nasihat dan koreksi kalian menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran saya.
3. Bapak Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P, selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media, terima kasih atas arahan, saran, dan motivasi yang telah diberikan selama masa studi hingga penyusunan skripsi ini.
4. Kakak saya tercinta, Rezka Yoli Amanda, terima kasih yang tulus saya sampaikan atas dukungan, motivasi, dan bantuan yang selalu diberikan sepanjang proses penelitian ini. Kehadiran kakak menjadi penyemangat luar biasa di tengah rasa lelah dan ragu.
5. Bang Kivlan, rasa terima kasih dan hormat atas kesabaran dan ketulusan hati dalam mengajarkan saya dalam pengolahan data, dari tidak memiliki pemahaman tentang statistika hingga akhirnya mampu memahaminya dengan baik, semuanya tidak lepas dari bantuan dan ilmu yang diajarkan.
6. Anes dan Radov, terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya dalam proses dan kelancaran dan penelitian ini.
7. Nasywa Rahmah (@awlapar), terima kasih telah menjadi inspirasi utama dalam penelitian ini. Semangat dan kreativitas dalam berkarya tidak hanya memotivasi saya, tetapi juga memberi warna dalam penelitian ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Komunikasi Digital dan Media, yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan juga kesempatan berharga yang menyenangkan.
9. Teman-teman Komunikasi Digital dan Media 58 yang telah berbagi pengalaman serta cerita semasa kuliah.

Ucapan terima kasih kepada semua pihak atas bantuan, saran, serta masukan yang diberikan. Penulis menyadari keterbatasan dalam penelitian ini dan berharap skripsi ini bermanfaat bagi pihak terkait serta perkembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2025

Frecya Yoli Azizah

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Komunikasi	8
2.2 Komunikasi Digital	8
2.3 Komunikasi Pemasaran	8
2.4 Citra	9
2.5 Reputasi	9
2.6 <i>Branding</i>	10
2.7 <i>Personal Branding</i>	11
2.8 <i>Content Creator</i>	12
2.9 Instagram	13
2.10 Minat Kuliner	14
2.11 Konsep <i>Source of Credibility</i>	15
2.12 Penelitian Terdahulu	16
2.13 Kerangka Pemikiran	17
III METODE	24
3.1 Desain Penelitian	24
3.2 Lokasi dan Waktu	24
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.4 Data dan Instrumentasi	26
3.5 Defenisi Operasional	26
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	28
3.7 Teknik Pengumpulan Data	30
3.8 Analisis Regresi Linear Sederhana	31
3.9 Teknik Analisis Data	32
3.10 Pengujian Hipotesis	35
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Profil Awlapar	37
4.2 Data Karakteristik Responden	38
4.3 Distribusi Responden Variabel X (<i>Personal Branding</i> Nasywa Rahmah pada Akun Instagram @Awlapar)	39
4.4 Distribusi Responden Variabel Y (Minat Kuliner di Kota Padang)	44
4.5 Pengaruh <i>Personal Branding</i> Nasywa Rahmah pada Akun Instagram @awlapar terhadap Minat Kuliner di Kota Padang	50
4.6 Signifikan Teori Dengan Penelitian	54

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



V SIMPULAN DAN SARAN	56
4.1 Simpulan	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	65
RIWAYAT HIDUP	87

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1	Pengikut Akun Instagram @awlapar	4
2	Penelitian terdahulu	16
3	Kriteria Penilaian Skala Likert	33
4	Rentang Kriteria yang digunakan	34
5	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	38
6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
8	Rekapitulasi Variabel X (<i>Personal Branding</i> Nasywa Rahmah pada Akun Instagram @Awlapar)	40
9	Hasil Skor Rataan Ciri Khas	40
10	Hasil Skor Rataan Relevan	41
11	Hasil Skor Rataan Konsistensi	43
12	Rekapitulasi Variabel Y (Minat Kuliner di Kota Padang)	44
13	Hasil Skor Rataan <i>Attention</i>	45
14	Hasil Skor Rataan <i>Interest</i>	46
15	Hasil Skor Rataan <i>Desire</i>	47
16	Hasil Skor Rataan <i>Action</i>	48
17	Hasil Uji Parsial (Uji t)	52
18	Hasil Uji Simultan (Uji F)	53
19	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	53
20	Hasil Uji Koefisien Determinasi	54

DAFTAR GAMBAR

1	Data Penggunaan Internet dan Media Sosial di Indonesia	2
2	<i>Most Used Social Media Platforms</i> Indonesia	2
3	Data Pengguna Instagram di Indonesia pada Januari 2025	3
4	Kerangka Pemikiran	22
5	Rumus <i>Slovin</i>	25
6	Rumus Uji Validitas dengan Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	29
7	Rumus Uji Reliabilitas (<i>Alpha Cronbach</i>)	30
8	Rumus Persamaan Regresi Linear Sederhana	31
9	Rumus Skor Rataan	34
10	Rumus Uji-t	35
11	Rumus Uji-F	36
12	Profil Instagram @awlapar	37
13	Hasil Uji Linearitas	50
14	Hasil Uji Normalitas	51
15	Hasil Uji heterokedastisitas	51

DAFTAR LAMPIRAN

1	Matrix Kegiatan	66
2	Kuisisioner Penelitian	67
3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	76
4	Dokumentasi Penelitian	79
5	Transkrip Wawancara Acak Ke 5 Responden <i>Followers @Awlapar</i>	81

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.