

**PERSONAL BRANDING NASYWA RAHMAH GEGA DI KOTA PADANG  
MELALUI AKUN TIKTOK @AWLAPARR**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Andalas



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2024**

**PERSONAL BRANDING NASYWA RAHMAH GEGA DI KOTA PADANG  
MELALUI AKUN TIKTOK @AWLAPARR**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Andalas



Oleh:

**Witari Drafenza**

**1810863013**

**Pembimbing:**

**Dr. Sarmiati, M.Si.**

**Diego, M.Sos., M.I.Kom**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2024**

## ABSTRAK

### **PERSONAL BRANDING NASYWA RAHMAH GEGA DI KOTA PADANG MELALUI AKUN TIKTOK @AWLAPARR**

**Oleh:**  
**Witari Drafenza**  
**1810863013**

**Dosen Pembimbing:**  
**Dr. Sarmiati, M.Si.**  
**Diego, M.Sos., M.I.Kom**

Perkembangan media di Indonesia telah mendorong munculnya semakin banyak influencer, termasuk di Kota Padang. Salah satu yang terkenal adalah Nasywa Rahmah Gega alias Wawa atau dikenal dengan nama @awlaparr yang merupakan seorang *food vlogger*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses pembentukan *personal branding* @awlaparr yang aktif membagikan konten mengenai kuliner di *platform* media sosial, khususnya TikTok. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Elemen *Personal Branding* oleh Rampersad. Metode yang digunakan adalah kualitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data dari konten unggahan @awlaparr serta informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan beberapa informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @awlaparr berhasil membangun *personal branding* yang kuat dengan menekankan fokus pada dunia kuliner. Melalui konten yang menarik dan informatif, @awlaparr telah memperkuat *personal branding* sebagai *food vlogger* yang berpengalaman dan memiliki wawasan mendalam di bidang kuliner. Selain itu, interaksi aktif dengan pengikutnya juga memainkan peran penting dalam membentuk *personal branding* yang solid. Penelitian ini juga menyoroti bahwa kesuksesan *personal branding* @awlaparr tidak hanya dihasilkan dari konten yang diunggahnya, tetapi juga dari konsistensi dan kualitas konten serta interaksi yang ia bangun dengan audiensnya. Temuan ini menekankan pentingnya elemen-elemen tersebut dalam strategi pengembangan *personal branding* bagi para *influencer* di *platform* media sosial, khususnya TikTok.

**Kata Kunci:** *Personal Branding, Food Vlogger, TikTok*

## **ABSTRACT**

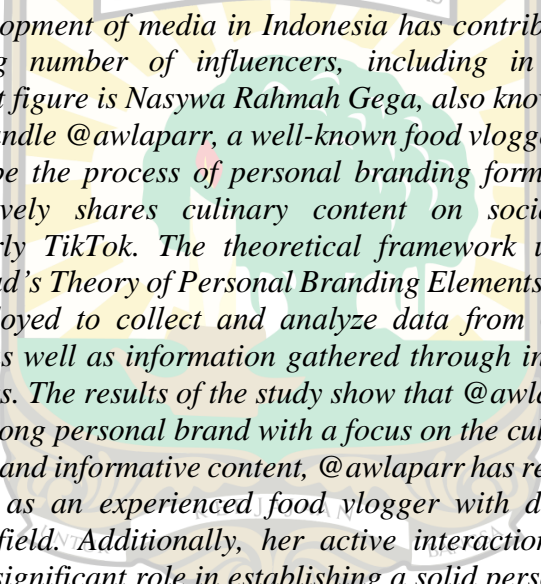
### **THE PERSONAL BRANDING OF NASYWA RAHMAH GEGA IN KOTA PADANG THROUGH THE TIKTOK ACCOUNT @AWLAPARR**

**By:**

**Witari Drafenza  
1810863013**

**Supervisor:**

**Dr. Sarmiati, M.Si.  
Diego, M.Sos., M.I.Kom**



*The development of media in Indonesia has contributed to the rise of an increasing number of influencers, including in Kota Padang. One prominent figure is Nasywa Rahmah Gega, also known as Wawa or by her TikTok handle @awlaparr, a well-known food vlogger. This research aims to describe the process of personal branding formation by @awlaparr, who actively shares culinary content on social media platforms, particularly TikTok. The theoretical framework used in this study is Rampersad's Theory of Personal Branding Elements. A qualitative method was employed to collect and analyze data from @awlaparr's content uploads as well as information gathered through interviews with several informants. The results of the study show that @awlaparr has successfully built a strong personal brand with a focus on the culinary world. Through engaging and informative content, @awlaparr has reinforced her personal branding as an experienced food vlogger with deep insights into the culinary field. Additionally, her active interaction with followers has played a significant role in establishing a solid personal brand. The study also highlights that the success of @awlaparr's personal branding is not only attributed to the content she uploads but also to the consistency, quality of content, and interaction she fosters with her audience. These findings underscore the importance of these elements in personal branding strategies for influencers on social media platforms, especially TikTok.*

**Key Word: Personal Branding, Food Vlogger, TikTok**