

***PERSONAL BRANDING LIFESTLYE INFLUENCER TIKTOK
@RANIAAYAMIN DALAM MEMASARKAN TREN MODE BERKAIN
DAN BERKEBAYA DI KALANGAN GENERASI Z***

SKRIPSI

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

Universitas Andalas



Oleh:

Adlu Aqbar Sathia Novergy

2110862026

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

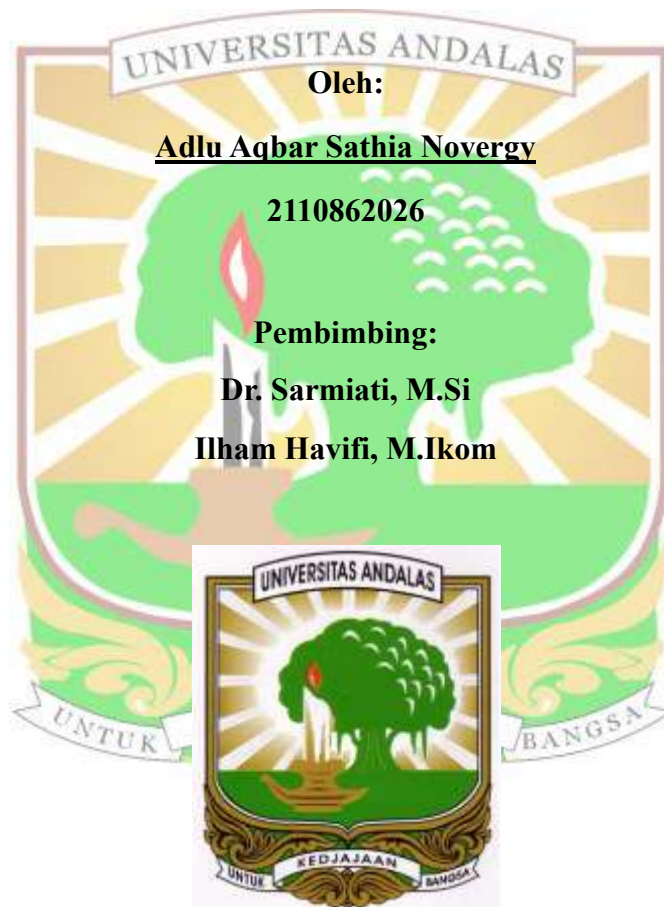
PADANG

2025

***PERSONAL BRANDING LIFESTLYE INFLUENCER TIKTOK
@RANIAAYAMIN DALAM MEMASARKAN TREN MODE BERKAIN
DAN BERKEBAYA DI KALANGAN GENERASI Z***

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
2025**

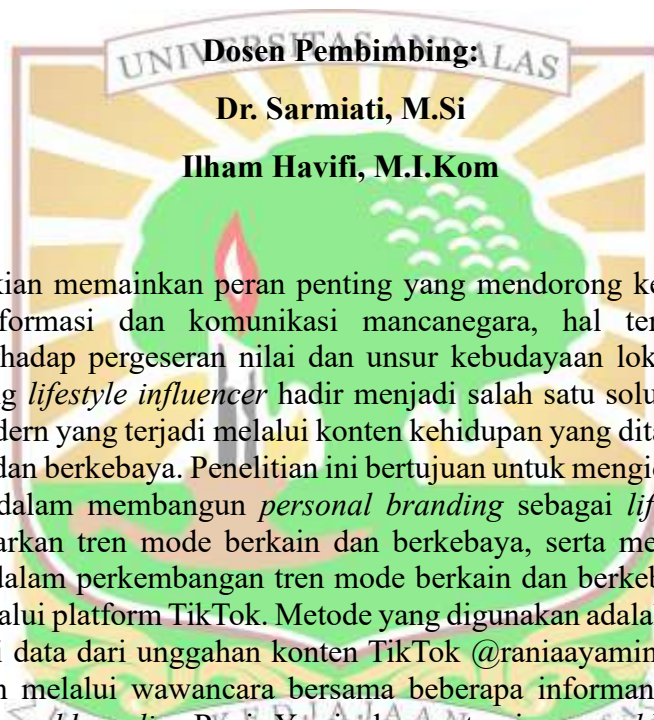
ABSTRAK

PERSONAL BRANDING LIFESTYLE INFLUENCER TIKTOK @RANIAAYAMIN DALAM MEMASARKAN TREN MODE BERKAIN DAN BERKEBAYA DI KALANGAN GENERASI Z

Oleh:

Adlu Aqbar Sathia Novergy

2110862026



Dosen Pembimbing:

Dr. Sarmiati, M.Si

Ilham Havifi, M.I.Kom

Media sosial kian memainkan peran penting yang mendorong kemudahan dalam pertukaran informasi dan komunikasi mancanegara, hal tersebut sekaligus berdampak terhadap pergeseran nilai dan unsur kebudayaan lokal. Rania Yamin sebagai seorang *lifestyle influencer* hadir menjadi salah satu solusi atas dinamika kehidupan modern yang terjadi melalui konten kehidupan yang ditampilkan dengan mode berkain dan berkebaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi upaya Rania Yamin dalam membangun *personal branding* sebagai *lifestyle influencer* dalam memasarkan tren mode berkain dan berkebaya, serta menganalisis peran Rania Yamin dalam perkembangan tren mode berkain dan berkebaya di kalangan generasi Z melalui platform TikTok. Metode yang digunakan adalah kualitatif untuk mengobservasi data dari unggahan konten TikTok @raniaayamin, serta informasi yang diperoleh melalui wawancara bersama beberapa informan terkait. Peneliti menyoroti *personal branding* Rania Yamin dengan teori *personal branding* melalui sembilan elemen diantaranya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya keberhasilan Rania Yamin dalam upaya membangun *personal branding* sebagai *lifestyle influencer* dengan ciri khas yang ditampilkan melalui mode berkain dan berkebaya. Berbagai konten gaya hidup yang dikemas secara kreatif namun tidak lepas dari mode berkain dan berkebaya, serta menghubungkan dengan segala unsur budaya dan tradisi lokal disetiap kontennya, menjadi kunci Rania hingga mampu memperkuat *personal branding*-nya sebagai *lifestyle influencer*. Pengemasan dan segmentasi konten serta kemampuan naratif Rania Yamin, sukses menghasilkan bentuk adaptasi budaya Indonesia di era modernisasi ini yang mampu menarik perhatian audiens generasi Z.

Kata Kunci: *Personal Branding, Lifestyle Influencer, Berkain Berkebaya, TikTok*

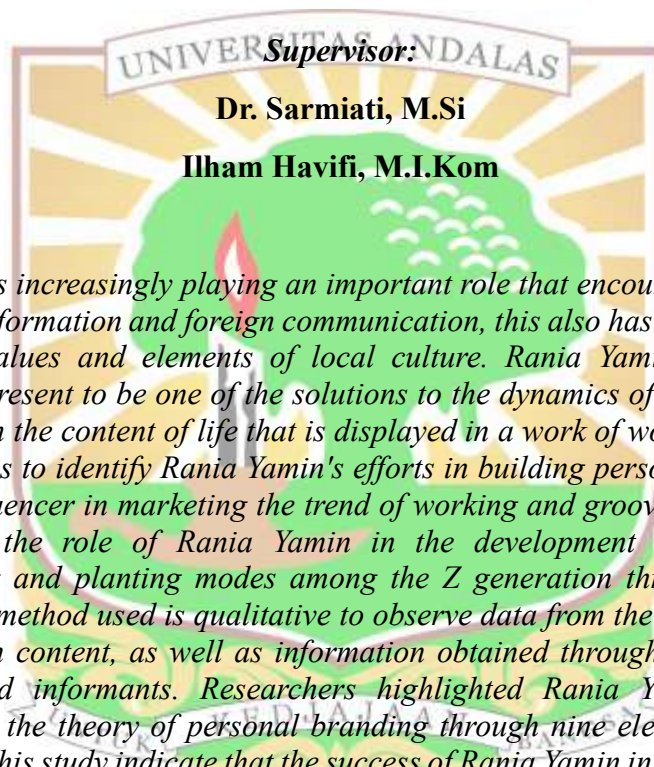
ABSTRACT

THE PERSONAL BRANDING OF LIFESTYLE INFLUENCER TIKTOK @RANIAAYAMIN IN MARKETING FASHION TRENDS BERKAIN AND BERKEBAYA AMONG GENERASI Z

By:

Adlu Aqbar Sathia Novergy

2110862026



Social media is increasingly playing an important role that encourages ease in the exchange of information and foreign communication, this also has an impact on the shift in the values and elements of local culture. Rania Yamin as a lifestyle influencer is present to be one of the solutions to the dynamics of modern life that occurs through the content of life that is displayed in a work of work and berbaya. This study aims to identify Rania Yamin's efforts in building personal branding as a lifestyle influencer in marketing the trend of working and groove modes, as well as analyzing the role of Rania Yamin in the development of the trend of manufacturing and planting modes among the Z generation through the Tiktok platform. The method used is qualitative to observe data from the upload of Tiktok @raniaayamin content, as well as information obtained through interviews with several related informants. Researchers highlighted Rania Yamin's personal branding with the theory of personal branding through nine elements including. The results of this study indicate that the success of Rania Yamin in an effort to build a personal branding as a lifestyle influencer with the characteristics displayed through work and berbaya modes. Various lifestyle content that is packaged creatively but cannot be separated from the fashion of working and berbabaya, and connects with all elements of culture and local traditions in each of its content, being the key to Rania to be able to strengthen its personal branding as a lifestyle influencer. Packaging and segmentation of content and narrative abilities of Rania Yamin, successfully produced a form of Indonesian culture adaptation in this modernization that was able to attract the attention of the generation Z.

Keywords: Personal Branding, Lifestyle Influencer, Berkain Berkebaya, TikTok