

**SKRIPSI**

***FOOD INFLUENCER MEMBANGUN PERSONAL BRANDING  
MELALUI KONTEN***



**NASIFA NOOR RAHMADINI**

**2110415320026**

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI**

**2025**



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### *FOOD INFLUENCER MEMBANGUN PERSONAL BRANDING MELALUI KONTEN*

Disusun dan diajukan oleh:

**NASIFA NOOR RAHMADINI**  
**2110415320026**

Dinyatakan lulus dengan nilai 81 (A) dalam ujian mempertahankan skripsi  
Tingkat Sarjana (S1) Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, pada tanggal: 19 Juni 2025

Menyetujui,  
Pembimbing,

**Dr. Sri Hidayah, S. Pd., M.Sc.**  
NIP. 19720523201801204001

Penguji 1,

**Dimas Asto Aji An'anta S.Pd, M.A**  
NIP. 198909132019031009

Dekan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Lambung Mangkurat

**Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 197301221998021001

Penguji 2,

**Siti Zulaikha S.Sos., M.Sos**  
NIP. 199310162022032000

Ketua Program Studi Sosiologi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Lambung Mangkurat

**Drs. H. Setia Budhi, M.Si. Ph.D.**  
NIP. 196501011990031008

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nasifa Noor Rahmadini  
Nomor Induk Mahasiswa : 2110415320026  
Program Studi : Sosiologi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul,

***“FOOD INFLUENCER MEMBANGUN***

***PERSONAL BRANDING MELALUI KONTEN”***

Merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan peraturan yang mengaturnya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, tanpa paksaan dan intimidasi dari pihak manapun.

Banjarmasin, 19 Juni 2025



**Nasifa Noor Rahmadini**  
NIM. 2110415320026



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,  
DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Kamis, 19 Juni 2025 Pukul 10.30 WITA, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan Surat Tugas Nomor: **3299** UN8.1.13/KP.10.00/2025 Tanggal **19 Juni** 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Nasifa Noor Rahmadini  
NIM : 2110415320026  
Jurusan/Program Studi : Sosiologi  
Judul Skripsi : Food Influencer Membangun Personal Branding Melalui Konten

Tempat Ujian : Ruang Baca Sosiologi  
Waktu Ujian : 10.30 WITA s/d Selesai  
Nilai :  
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~




Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN  
Pada Tanggal : 19 Juni 2025

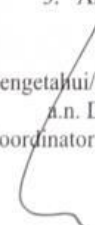
-----  
Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

  
Nasifa Noor Rahmadini

1. Ketua : Dr. Sri Hidayah, S.Pd., M.Sc.  
(  )
2. Sekretaris : Dimas Asto Aji Arjanta, S.Pd., M.A.  
(  )
3. Anggota : Siti Zulaikha, S.Sos., M.Sos.  
(  )

Mengetahui/membenarkan :  
D e k a n  
Koordinator Program Studi

  
Drs. Setia Budhi, M.Si, Ph.D  
NIP 196501011990031008

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kesehatan, kekuatan dan bimbingan dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis. Langkah demi langkah telah penulis lewati dalam perjalanan dalam dunia pendidikan ini, hingga akhirnya tiba dipenghujung, tempat dimana segala usaha dan doa bersatu dalam sebuah pencapaian yang begitu berarti. Tak jarang perjalanan ini terasa berat, penuh dengan keraguan, namun ditengah segala kesulitan, selalu penulis ucapkan dalam diri ini *“tak apa, tak perlu terburu-buru, ini bukanlah sebuah perlombaan, perlahan asal jangan jalan ditempat, maju saat benar-benar sudah siap”*. Perjalanan ini bukanlah sesuatu yang dapat penulis lalui seorang diri.

Dengan penuh rasa hormat dan syukur yang tulus, dalam pengantar ini izinkan penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini, baik melalui doa, dukungan, maupun bimbingan yang tak ternilai Ucapan Terima Kasih penulis sampaikan kepada :

- 1) Prof. Dr. Ahmad, S.E, M.Si, selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
- 2) Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
- 3) Drs. H. Setia Budhi, M.Si. Ph.D. Selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, yang dengan penuh dedikasi telah mengabdikan diri sebagai sosok panutan yang senantiasa berbagi ilmu pengetahuan.
- 4) Dr. Sri Hidayah, S. pd, M.Sc. Selaku pembimbing yang telah menuntun penulis dalam perjalanan penulisan naskah dengan penuh kesabaran,

ketulusan, dan perhatian, serta dorongan semangat di setiap langkah hingga naskah ini dapat terselesaikan dengan baik.

- 5) Seluruh dosen dan staf Program Studi Sosiologi Universitas Lambung Mangkurat, yang senantiasa memberikan ruang dan kesempatan kepada penulis. Terima kasih juga atas segala bentuk bantuan, yang telah penulis rasakan sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
- 6) Kepada dua sosok luar biasa, mama dan abah, terima kasih atas cinta tanpa syarat dan doa yang tak pernah putus. Doa-doa tulus kalian telah menjadi jalan pembuka setiap langkah penulis, serta menjadi sumber kebahagiaan dan harapan yang tak pernah padam dalam hidup penulis.
- 7) Kepada kakak dan adik yang sangat penulis sayangi, yang selalu ada disaat penulis membutuhkan dukungan, menjadi tempat berbagi cerita, di tengah perjalanan ini. Terima kasih atas kebersamaan, kasih sayang, dan semangat yang tak pernah henti.
- 8) Kepada seseorang yang begitu istimewa di hati penulis, terima kasih telah menjadi penguat di setiap langkah dalam perjalanan penulisan ini. Kehadirannya telah memberikan dukungan penuh, merangkul penulis dengan penuh perhatian.
- 9) Kepada dua teman masa kecil penulis yang pertemanannya masih terasa hangat hingga saat ini, terima kasih telah menjadi penyerta di tengah kepenatan saat pengerjaan naskah ini. Panjang umur untuk pertemanan kita.
- 10) Kepada teman-teman seperjuangan Sosiologi, terima kasih atas segala bentuk bantuan, dukungan, dan saling menginspirasi dalam melewati setiap tahapan dan tantangan dalam dunia perkuliahan ini.

Banjarmasin, Januari 2025  
Penulis,

**Nasifa Noor Rahmadini**

## ABSTRAK

**Nasifa Noor Rahmadini.** 2025. *Food Influencer Membangun Personal Branding Melalui Konten*. Skripsi, Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. (Dibimbing oleh Dr. Sri Hidayah, S. pd, M.Sc.)

Di tengah maraknya food influencer di Banjarmasin, @banjarnyaman mencolok dengan gaya komunikasi yang khas dan berbasis lokalitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi personal branding yang dibangun oleh @banjarnyaman serta bagaimana respons *audiens*, khususnya pelaku UMKM kuliner, terhadap gaya komunikasinya. Kajian ini menggunakan teori resepsi encoding/decoding dari Stuart Hall untuk memahami proses konstruksi citra diri serta penerimaan pesan oleh *audiens*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan personal branding @banjarnyaman terletak pada kemampuannya menyampaikan identitas lokal secara komunikatif melalui voice-over ekspresif, campuran bahasa Banjar dan gaul, serta slogan “Endol Takendol Kendol.” *Audiens* merespons secara positif, ditandai dengan kepercayaan, kepuasan, dan keterlibatan aktif dalam konten promosi.

**Kata Kunci:** *Personal Branding, Food Influencer.*

## **ABSTRACT**

**Nasifa Noor Rahmadini.** 2025. *Food Influencer: Building Personal Branding Through Content.* Undergraduate Thesis, Sociology Study Program, Faculty of Social and Political Sciences. (Supervised by Dr. Sri Hidayah, S.Pd, M.Sc.)

*Amid the rise of food influencers in Banjarmasin, @banjarnyaman stands out with a distinctive communication style rooted in local culture. This study aims to examine the personal branding strategy developed by @banjarnyaman and how the audience—particularly culinary MSME actors—responds to this communication style. The study is guided by Stuart Hall’s Reception encoding/decoding theory to understand the construction of self-image and the reception of messages by the audience. This research adopts a qualitative approach using observation, interviews, and documentation techniques. The findings reveal that @banjarnyaman’s strength lies in the ability to communicate a local identity through expressive voice-overs, a blend of Banjar language and slang, and the signature slogan “Endol Takendol Kendol.” The audience responded positively, as shown by trust, satisfaction, and active engagement with the promotional content.*

*Keywords: Personal Branding, Food Influencer.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Uraian Konseptual.....	17
2.2.1. <i>Food Influencer</i> .....	17
2.2.2. <i>Personal Branding</i> .....	18
2.2.3. Tiktok .....	20
2.3 Landasan Teori .....	22
2.3.1 Teori Personal Banding.....	22
2.4 <i>State of the Art</i> Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN .....	24
3.1 Jenis penelitian .....	24
3.2 Sumber data.....	25
3.3 Lokasi penelitian .....	26
3.4 Teknik pengumpulan data.....	27
3.4.1 Observasi .....	27

3.4.2 Wawancara .....	28
3.4.3 Dokumentasi .....	29
3.5 Subjek Penelitian .....	30
3.6 Analisis data .....	31
3.6.1 Reduksi data .....	31
3.6.2 Penyajian data .....	32
3.6.3 Penarikan Kesimpulan / verifikasi .....	32
3.6 Waktu dan Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	33
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	35
4.1 Food Influencer Banjarmasin .....	35
4.2 Profil @banjarnyaman.....	36
4.3 Profil UMKM sebagai mitra @banjarnyaman .....	39
4.3.1 Roti Pisang Cemara .....	40
4.3.2 Pink Taichan & Mie Pedas.....	43
4.3.3 Dhiya Cake .....	46
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
5.1 Citra Diri Yang Terencana .....	49
5.1.1 Gaya konten lokalitas.....	51
5.1.2 Kerjasama dengan UMKM.....	54
5.2 Konsisten membangun citra diri .....	55
5.2.1 Inovasi dalam penyajian konten .....	57
5.2.2 Menjaga ciri khas dan Identitas visual.....	58
5.3 Citra Diri Yang Ter Transmisi .....	60
5.3.1 Kepuasan Audiens.....	61
5.3.2 Kesesuaian Audiens dan Target Pasar.....	63
5.3.3 Identitas yang Dikenali dan Diinternalisasi .....	65
5.4 Decoding Audiens pada konten @banjarnyaman.....	71

BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN .....	67
6.1	Kesimpulan.....	67
6.2	Saran .....	68
DAFTAR PUSTAKA	.....	70

## DAFTAR TABEL

Table 3.1 Matriks Tahapan dan Jadwal Penelitian .....	33
---	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Sosial Media @banjarnyaman.....	37
Gambar 4.2 Sosial Media Roti Pisang Cemara.....	41
Gambar 4.3 Suasana di roti pisang cemara.....	42
Gambar 4.4 Sosial Media Pink Taichan & Mie Pedas.....	44
Gambar 4.5 Suasana di pink taichan & mie pedas.....	45
Gambar 4.4 Sosial Media Dhiya Cake.....	47
Gambar 4.6 Suasana di dhiya cake.....	48
Gambar 5.1 Slogan khas dalam konten @banjarnyaman.....	52
Gambar 5.2 Komentar di konten @banjarnyaman.....	66
Gambar 5.3 Komentar di konten @banjarnyaman.....	68
Gambar 5.4 Komentar di konten @banjarnyaman.....	70
Gambar 5.5 Komentar di konten @banjarnyaman.....	81
Gambar 5.6 Komentar di konten @banjarnyaman.....	83
Gambar 5.7 Komentar di konten @banjarnyaman.....	85