

### ABSTRACT

*In the midst of today's fierce competition, everyone is trying to show their existence and create a positive image in the eyes of the public with their personal branding on social media. Several public figures take advantage of this Instagram social network to form a positive image towards the community, increase reputation, create a sensation that still exists in world entertainment, and as a promotional medium for their business interests. One of the public figures who builds personal branding on Instagram is Mahalini Raharja. The focus of this research is how Mahalini Raharja uses social media Instagram in building her personal branding as a public figure. The purpose of this research is to find out how Mahalini Raharja uses her Instagram social media to build her personal branding. This study uses a qualitative descriptive research method with a case study approach. The results show that the personal branding concept of Mahalini Raharja is in accordance with the nine components of personal branding according to Erwin Parengkuan and Becky Tumewu, namely value, skill and competence, behavior, total look, uniqueness, achievement, strength, authentic, and goals by utilizing Instagram features, namely Instagram feeds, Instagram stories, Instagram highlights, and Instagram reels. The dominant personal branding that Mahalini Raharja displays on his Instagram social media is about skills and competence and achievements during his career as a public figure through the feed and Instagram story features that are often used by Mahalini Raharja in displaying his image on Instagram social media.*

*Keywords: Personal Branding, Instagram, Mahalini Raharja*

### ABSTRAK

Ditengah persaingan yang ketat saat ini, setiap orang berupaya untuk menunjukkan eksistensi dan menciptakan citra positif dimata masyarakat dengan membangun *personal branding*nya di sosial media. Beberapa *public figure* memanfaatkan jejaring sosial instagram ini untuk membentuk citra positif terhadap masyarakat, menaikkan reputasi, membuat sensasi agar tetap eksis dalam dunia *entertainment*, dan sebagai media promosi untuk kepentingam bisnisnya. Salah satu *public figure* yang membangun *personal branding*nya di instagram adalah Mahalini Raharja. Fokus penelitian ini adalah untuk bagaimana Mahalini Raharja memanfaatkan media sosial instagram dalam membangun *personal branding*nya sebagai seorang *public figure*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Mahalini Raharja dalam memanfaatkan sosial media instagramnya untuk membangun *personal branding*nya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep *personal branding* dari Mahalini Raharja sesuai dengan sembilan komponen *personal branding* menurut Erwin Parengkuan dan Becky Tumewu yaitu *value, skill dan competence, behavior, total look, uniqueness, achievement, strength, authentic, dan goal* dengan memanfaatkan fitur-fitur instagram yaitu *instagram feed, instagram story, highlight instagram, dan instagram reels*. Namun *personal branding* yang dominan ditampilkan Mahalini Raharja pada sosial media instagramnya yaitu mengenai *skill dan competence* serta *achievement* selama berkarir sebagai seorang *public figure* melalui fitur *feed dan instagram story* yang kerap digunakan oleh Mahalini Raharja dalam menampilkan citra dirinya di sosial media instagram.

Kata kunci: Personal Branding, Instagram, Mahalini Raharja

---

Universitas Esa Unggul

Universitas  
**Esa Unggul**

Univers  
**Esa**

Universitas  
**Esa Unggul**

Univers  
**Esa**