

## ABSTRAK

Instagram menjadi media sosial yang sering digunakan oleh banyak pengguna, termasuk oleh Mira Rahmani yang berprofesi sebagai *consultant multi level marketing* di PT Jafra *Cosmetics* Indonesia dalam proses pembentukan *personal branding*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep pembentukan *personal branding* @mira\_db3founder, tanggapan *followers* Instagram, serta untuk mengetahui alasan Mira Rahmani menggunakan Instagram sebagai strategi *personal branding*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian studi kasus dan objek penelitiannya adalah Mira Rahmani *consultant* PT Jafra *Cosmetics* Indonesia dengan penentuan informan melalui teknik *purposive sampling*. Perolehan data penelitian ini berasal dari wawancara, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan menggunakan reduksi data, menyajikan data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data dengan cara triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi *personal branding* Mira Rahmani yang dilakukan melalui media sosial Instagram berfokus pada konten mengenai *value* yang ingin disampaikannya dan konten yang bersifat mengedukasi bagi para *downline* agar bisa diduplikasi dan menjadi referensi dalam melakukan *personal branding* dan juga bagi *followers* Instagram dari @mira\_db3founder, sehingga menuai tanggapan dari *followers* bahwa konten yang dibagikan oleh Mira Rahmani dikemas dengan kreatif untuk menunjang proses *personal branding*-nya, serta alasan Mira Rahmani menggunakan Instagram karena dinilai efektif didukung oleh fitur-fitur yang lebih beragam dan sesuai dengan marketnya dibandingkan dengan *platform* lain.

**Kata Kunci** : *consultant, Instagram, multi level marketing, personal branding*

## **ABSTRACT**

*Instagram is a social media that is often used by many users, including by Mira Rahmani who works as a multi-level marketing consultant at PT Jafra Cosmetics Indonesia in the process of forming personal branding. This research aims to find out the concept of forming personal branding @mira\_db3founder, the responses of Instagram followers, and to find out the reasons why Mira Rahmani uses Instagram as a personal branding strategy. This research uses a qualitative approach with a case study research design and the object of research is Mira Rahmani consultant PT Jafra Cosmetics Indonesia with the determination of informants through purposive sampling techniques. The data obtained from this research comes from interviews, observations, literature studies, and documentation. Data analysis techniques using data reduction, presenting data, and drawing conclusions. Test the validity of the data by triangulating the source. The results showed that Mira Rahmani's personal branding strategy carried out through Instagram social media focuses on content about the value it wants to convey and educational content for downlines so that it can be duplicated and become a reference in doing personal branding and also for Instagram followers from @mira\_db3founder, thus reaping responses from followers that the content shared by Mira Rahmani is packaged creatively to support her personal branding process, as well as the reason Mira Rahmani uses Instagram because it is considered effective supported by features that are more diverse and in accordance with her market compared to other platforms.*

**Keywords** : *consultant, Instagram, multi level marketing, personal branding*