

## ABSTRAK

*Personal branding* adalah hal yang penting dilakukan oleh mahasiswa karena memiliki berbagai manfaat, terutama dengan menggunakan teknologi media sosial Instagram. Penelitian ini membahas tentang strategi mahasiswa Kota Bandung dalam membangun *personal branding* melalui media sosial Instagram. Tujuan dari riset ini adalah untuk mengetahui pendapat mahasiswa Kota Bandung dalam melakukan *personal branding* serta mengetahui cara mereka melakukannya melalui media sosial Instagram. Riset penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif mengenai mahasiswa Kota Bandung yang memanfaatkan Instagram sebagai portofolio mereka. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan konsep delapan konsep membangun *personal branding* menurut Peter Montoya (2002) Hasil penelitian ini adalah peneliti menemukan bagaimana cara para mahasiswa Kota Bandung dalam membangun *personal branding* mereka di media sosial Instagram, serta mengetahui perbedaan dari mahasiswa Kota Bandung yang membangun *personal branding* mereka menggunakan konsep delapan membangun *personal branding* milik Peter Montoya dengan mahasiswa Kota Bandung yang tidak membangun menggunakan konsep tersebut. Tetapi tujuan dari membangun *personal branding* berbeda jadi hasilnya juga relatif tergantung dari tujuan mereka membangun *personal branding* di Instagram.

**Kata Kunci :** Mahasiswa Kota Bandung, Media sosial Instagram, *Personal branding*