

ABSTRAK

Banjir yang melanda sejumlah titik di Kota Bandung mengakibatkan banyak ruang publik rusak dan tidak bisa bekerja secara optimal, sehingga kegiatan warga Bandung terhenti untuk sementara. Masyarakat Bandung menyorot sosok Ridwan Kamil sebagai Walikota karena kasus banjir tersebut. Khususnya selama ini akun Instagram Ridwan Kamil selalu memposting keberhasilan yang dicapai oleh Kota Bandung. Hal tersebut pada akhirnya dapat mempengaruhi citra diri Ridwan Kamil sebagai pengusung program *smart city*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan metode riset studi kasus dan menggunakan pengumpulan data berupa wawancara dengan 3 informan dan didukung oleh observasi langsung pada akun Instagram @ridwankamil. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka didapatkan bahwa akun Instagram Ridwan Kamil menggunakan 8 konsep pembentukan *personal branding* mencakup kepemimpinan yaitu berupa upaya cepat tanggap dalam menangani kasus banjir. Spesialisasi berupa ciri khas dari Ridwan Kamil yang meliputi visi dan misinya. Terlihat yaitu berupa mengupdate setiap apa yang dilakukan olehnya. Kepribadian yaitu peka terhadap setiap keluhan yang disampaikan oleh warganya. Keteguhan berupa sifatnya yang tegas selama perkembangan Kota Bandung. Kesatuan berupa dukungan dari keluarganya. Perbedaan berupa penampilan sisi negatif dari Kota Bandung. Nama baik berupa aksi cepat tanggap beserta hasil yang sudah diperolehnya.

Kata Kunci: Instagram, *Personal Branding*