

## ABSTRAK

Pada tahun 2023, perhatian terhadap Sri Mulyani meningkat seiring dengan kondisi ekonomi global pasca pandemi dan terungkapnya praktik korupsi di Kementerian Keuangan. Di tengah sorotan publik, Sri Mulyani tetap aktif di Instagram untuk menguatkan *personal branding* dirinya. Penelitian ini menganalisis *personal branding* Sri Mulyani sebagai Menteri Keuangan Indonesia melalui akun Instagramnya dalam rentang waktu 3 Juli 2023 hingga 3 Agustus 2023. Metode yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif berdasarkan teori persamaan media dari Byron Reeves dan Clifford Nass, serta delapan konsep *personal branding* oleh Peter Montoya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sri Mulyani berhasil memanfaatkan Instagram untuk mempertahankan *personal branding* dirinya sebagai Menteri Keuangan yang berintegritas. Postingan pada akun Instagram Sri Mulyani mencakup delapan konsep pembentukan *personal branding*, dengan dua kategori yang dikuatkan yaitu kategori *The Law of Specialization* dan *The Law of Visibility*. Pada kategori *The Law of Specialization*, Sri Mulyani menunjukkan kemampuannya dalam memimpin, berkomunikasi, berkoordinasi, dan menempatkan diri dalam ranah politik di Indonesia maupun internasional. Pada kategori *The Law of Visibility*, Sri Mulyani secara konsisten memanfaatkan akun Instagramnya untuk membuat dirinya selalu terlihat. *Personal branding* Sri Mulyani tidak dapat dipisahkan dari perannya sebagai Menteri Keuangan, tetapi juga melibatkan aspek pribadi dan keluarga, sehingga mencakup karakteristik personal dan profesional.

Kata Kunci: Personal Branding, Sri Mulyani, Analisis Isi, Instagram

## **ABSTRACT**

*In 2023, the attention towards Sri Mulyani increased in line with the global economic conditions post-pandemic and the exposure of corrupt practices in the Ministry of Finance. Amid public scrutiny, Sri Mulyani remained active on Instagram to reinforce her personal branding. This research analyzes the personal branding of Sri Mulyani as the Finance Minister of Indonesia through her Instagram account from July 3, 2023, to August 3, 2023. The method employed was a quantitative content analysis based on the media equation theory by Byron Reeves and Clifford Nass, alongside eight personal branding concepts by Peter Montoya. The research findings demonstrate that Sri Mulyani successfully utilized Instagram to maintain her personal branding as an integrity-driven Finance Minister. The Instagram posts by Sri Mulyani encompass eight personal branding formation concepts, with two emphasized categories, namely, The Law of Specialization and The Law of Visibility. Under the category of The Law of Specialization, Sri Mulyani showcased her abilities in leadership, communication, coordination, and positioning herself in the political sphere both within Indonesia and internationally. In the category of The Law of Visibility, Sri Mulyani consistently utilized her Instagram account to ensure her continuous visibility. Sri Mulyani's personal branding is inseparable from her role as a Finance Minister but also involves personal and familial aspects, thus encompassing both personal and professional characteristics.*

*Keywords: Personal Branding, Sri Mulyani, Content Analysis, Instagram.*