



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Dwi Renita Suri  
44213110095

Pembentukan *Personal Branding* Jemi Ngadiono Melalui Media Sosial Instagram  
Jumlah Halaman :  
Bibliografi : 35 acuan, Tahun 1994 – 2016

## ABSTRAK

Banyaknya pengungkapan diri yang dilakukan oleh seseorang di media sosial khususnya di Instagram menjadikan apa yang diunggahnya menjadi bentuk *personal branding*nya menjadi suatu hal yang menarik. Jemi Ngadiono merupakan salah satu orang yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk membentuk *personal branding*nya. Jemi Ngadiono adalah seorang lelaki pendiri komunitas 1000 guru dan penerima penghargaan Anugerah Telkomsel sebagai 21 sosok yang menginspirasi yang membentuk *personal branding*nya melalui Instagram. Sosok Jemi yang mengemas dirinya sebagai seorang yang peduli akan pendidikan anak-anak dipedalamannya melalui unggahan-unggahannya tentang kegiatannya banyak sekali mengundang perhatian para *followers*nya.

Pada penelitian ini akan dibahas mengenai bagaimana pendapat *audiens* yang berteman dengan Jemi di media sosial Instagram terhadap unggahan-unggahan yang membentuk *personal branding*nya. Penelitian kualitatif ini menggunakan paradigma konstruktivistik dan akan dibahas dengan metode penelitian deskriptif berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan beberapa informan.

Hasil penelitian ini dapat diketahui hal utama yang harus dilakukan oleh pelaku *personal brand* adalah hadir sebagai pribadi yang asli dan mewakili kesehariannya. Pelaku *personal brand* harus memiliki sebuah kinerja, relavansi, keotentikan, konsistensi, otoritas, keistimewaan, visibilitas, persistensi, *goodwill* dan memiliki spesialisasi dibidang tertentu untuk menunjang *personal brand*nya. Pembentukan *personal brand* dimedia sosial adalah hal yang sangat efektif karena sifatnya yang *real-time* dan sebagai bukti otentik seorang pelaku *personal brand*. Seorang pelaku *personal brand* harus mengatasi segala hambatan-hambatan yang mungkin bisa mengganggu *personal brand*nya.

**Kata kunci : *Personal Branding, media sosial, Instagram, Jemi Ngadiono.***



*Mercu Buana University  
Faculty of Communication  
Field of Study Public Relations  
Dwi Renita Suri  
44213110095*

*The Establishment of Personal Branding Jemi Ngadiono On Social Media  
Instagram*

*Number of Page :  
Bibliografi : 35 reference, 1994 – 2016*

## **ABSTRACT**

*The number of self-disclosure done by someone in social media, especially in Instagram make what them uploaded into their personal branding becomes an interesting thing. Jemi Ngadiono is one of the people who use social media Instagram to form his personal branding. Jemi Ngadiono is a founding man of the 1000 Guru community and Telkomsel Award recipient as 21 inspiring figures who make up his personal branding through Instagram. Jemi figure who packed himself as a person who cares about the education of children inland through his uploads about his activities make a lot of attention his followers.*

*In this research will be discussed about how the opinion of an audience that befriends Jemi in social media Instagram of uploads that form his personal branding. This qualitative research uses constructivist paradigm and will be discussed with descriptive research method based on the results of in-depth interviews with some informants.*

*The results of this research can be known the main thing to be done by personal brand actors present as an original person and representation of everyday life. Personal traders must have a performance, relavance, authenticity, consistency, authority, privilege, visibility, persistence, goodwill and specialization in a particular field to support their personal brand. The formation of a personalized social brand is a very effective thing because it is real-time and as a proof saves a personal brand actor. A personal brand actor must overcome any obstacles that may interfere with his or her personal*

**Keywords:** *Personal Branding, social media, Instagram, Jemi Ngadiono.*