

STRATEGI PERSONAL BRANDING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENGEMBANGAN DIRI PADA KELAS XII AKL DAN DPIB DI SMK PUSPONEGORO 01 BREBES

Nadia Safina Faradis¹⁾, Dessy Ratna Putry²⁾, Syaefani Arif Romadhon³⁾,
Naufal Rakha Savero⁴⁾, Kayla Faiza⁵⁾

^{1,2,4,5)} Program Studi Desain Komunikasi Visual Politeknik Harapan Bersama

³⁾ Program Studi Teknik Mesin Politeknik Harapan Bersama

nadia.safina@poltekharber.ac.id

Abstract

Personal branding is a way to form a perception of what will be conveyed from a person which will later be viewed by other individuals. Personal branding raises the perception of what will be depicted in the individual which will influence how other individuals view it and other individuals begin to understand what the differences are between us and other individuals. The purpose of this service is to find out the personal branding strategy which is a plan to group advantages and come up with an approach to achieve them. The research in this service began by using a pre-test which was used to measure students knowledge and understanding before finally the material presentation activity and using a post-test to measure students knowledge and understanding after the material presentation activity to describe and understand the existing phenomena and take meaning and gain understanding from the case.

Keywords: Personal Branding, Perception, Self.

Abstrak

Personal branding adalah cara untuk membentuk persepsi apa yang akan disampaikan dari diri seseorang yang nantinya akan dipandang oleh individu lain. Personal branding memunculkan persepsi apa yang akan digambarkan pada diri individu yang akan mempengaruhi bagaimana cara pandangan individu lain dan individu lain mulai paham apa perbedaan diri kita dengan individu lain. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk mengetahui strategi personal branding yang merupakan suatu perencanaan untuk mengelompokkan keunggulan dan memunculkan pendekatan untuk mencapainya. Penelitian dalam pengabdian ini diawali dengan menggunakan pre test yang digunakan untuk mengukur pengetahuan dan pemahaman siswa sebelum akhirnya kegiatan pemaparan materi dan menggunakan post test untuk mengukur pengetahuan dan pemahaman siswa setelah kegiatan pemaparan materi untuk mendeskripsikan dan memahami fenomena yang ada serta mengambil makna dan memperoleh pemahaman dari kasus tersebut.

Keywords: Personal branding, Persepsi, Diri.

PENDAHULUAN

Personal branding memiliki faktor penting yang dapat digunakan untuk pengembangan diri. Personal branding merupakan proses pembawaan keahlian, kepribadian dan karakter

individu yang dijadikan sebuah identitas diri pada individu. *Personal branding* memiliki arti kepunyaan pribadi yang dimiliki individu. *Personal branding* ini merupakan suatu aktivitas individu untuk menciptakan sebuah cara pandang

yang menjadi peran penting bagi setiap individu.

Peran dari *personal branding* adalah untuk membentuk persepsi apa yang akan disampaikan dari diri seseorang yang nantinya akan dipandang oleh individu lain. *Personal branding* ini digunakan individu untuk mendorong dan mengembangkan kemampuan yang ada dalam diri individu yang nantinya akan menciptakan nilai pembeda atau keunikan individu satu terhadap individu lainnya. Penggunaan *personal branding* dilakukan dengan memunculkan persepsi apa yang akan digambarkan pada diri individu yang nantinya akan mempengaruhi bagaimana cara pandangan individu lain.

Dikatakan berhasil dalam memunculkan *personal branding* adalah ketika individu lain mulai paham apa perbedaan diri kita dengan individu lain. Dalam hal ini *personal branding* secara tidak langsung akan memunculkan individu tersebut melakukan kompetisi dengan individu lainnya karena *personal branding* memerlukan keahlian untuk melakukan pencapaian tersebut. Dalam prosesnya, *personal branding* dilakukan dengan memahami apa kelebihan dan kemampuan dalam diri. Hal ini dilakukan untuk membentuk perbedaan dan akan memunculkan ciri khas tersebut.

Jika *personal branding* dilakukan dengan baik oleh individu maka individu mendapatkan pandangan yang nilainya positif dari individu lain. *Personal branding* dilakukan individu untuk menyampaikan pesan terhadap pembawaan diri apa yang akan individu sampaikan ke khalayak. Keuntungan yang didapat dari *personal branding* yang baik adalah individu dapat mengontrol individu lain atas apa yang

akan dilakukannya karena aspek dari individu itu merupakan sebuah pegangan yang kuat. Dibangunnya *personal branding* ini tidak dilakukan sementara melainkan secara terus menerus, pembangunan ini juga dibarengi dengan kegiatan promosi dan juga publikasi.

METODE

SMK Pusponegoro 01 Brebes merupakan salah satu sekolah menengah kejuruan yang ada di Kabupaten Brebes. PKM ini dilakukan sebagai program pengenalan dan peningkatan ketrampilan siswa dalam mengekspresikan kelebihan diri sebagai bentuk usaha untuk proses pengembangan diri. Dalam PKM ini, siswa akan dibekali dengan bagaimana mengenali potensi diri melalui saluran edukasi. Disamping itu, tujuan dilaksanakan PKM ini juga untuk pemetaan potensi siswa dalam mempersiapkan siswa dalam memunculkan keunikan diri yang nantinya akan ditularkan melalui karya atau produk yang dibuat.

Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini terdiri dari pemberian materi pelatihan, pembekalan kemudian contoh – contoh terkait *personal branding* yang kuat. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diikuti oleh 2 (dua) kelas yang terdiri dari kelas AKL dan DPIB di SMK Pusponegoro 01 Brebes. Kegiatan pengabdian ini diawali dengan menggunakan pre test yang digunakan untuk mengukur pengetahuan dan pemahaman siswa sebelum akhirnya kegiatan pemaparan materi dan menggunakan post test untuk mengukur mengukur pengetahuan dan pemahaman siswa setelah kegiatan pemaparan materi untuk mendeskripsikan dan memahami fenomena yang ada serta

mengambil makna dan memperoleh pemahaman dari kasus tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilakukan di Ruang Serbaguna di SMK Puspongoro 01 Brebes. Teknis kegiatan dilakukan dengan memberikan materi yang telah diberikan oleh tim dosen dan mahasiswa, menjelaskan satu per satu materi dan membuka ruang diskusi. Selain itu, tim membagikan angket kepada para siswa dan siswi berisikan evaluasi sekaligus observasi terhadap pelaksanaan kegiatan pelatihan yang diberikan. Berikut hasil pre test dan post test yang diberikan oleh para siswa dan siswi terkait kegiatan dan pengalaman selama pelatihan bersama:

Tabel 1. Hasil Pre Test dan Post Test

No	Kuisisioner	Benar	Salah	Total
1.	Pre test	62,5%	37,5%	100%
2.	Post test	87%	13%	100%

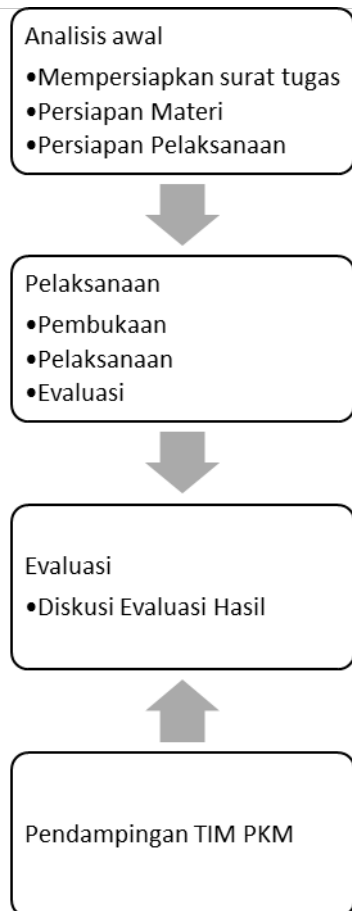
Dari hasil tabel diatas didapatkan hasil yang diperoleh selama penyelenggaraan pelatihan sebagai berikut:

1. Dalam sesi pertama ini diisi dengan pemberian materi tentang *personal branding*, sebelum pemberian materi terlebih dahulu diisi dengan *pre-test* yang memuat pertanyaan terkait dengan *personal branding* yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana para siswa dan siswi mengetahui tentang materi ini. Dalam *pre-test* yang dilakukan sebanyak 62,5% menjawab mengetahui dan 37,5% menjawab tidak mengetahui. Dari banyaknya jawaban yang mengetahui didapatkan jawaban bahwasanya 56,3% menjawab belum

membangun *personal branding*.

2. Dalam sesi kedua ini diisi dengan memberikan materi tentang *personal branding*. Pemberian materi ini dilakukan supaya siswa dan siswi mengetahui tentang *personal branding*. Dalam sesi ini diisi juga dengan memberikan contoh – contoh dari *personal branding* yang kuat yang gunanya tidak hanya untuk meningkatkan pengetahuan tapi juga bagaimana cara memulainya. Pada sesi ini dilakukan sesi praktek di depan kelas.

3. Dalam sesi ketiga ini diakhiri dengan *post-test* yang dilakukan guna mengetahui kemampuan siswa dan siswi setelah menerima materi. Pada sesi ini didapatkan jawaban yang meningkat sangat signifikan dari sebelumnya, jika pada sebelumnya mengatakan sulit untuk membangun akan tetapi setelah mendapat materi tersebut para siswa dan siswi menjawab bahwa membangun dan belajar tentang *personal branding* adalah hal yang tidak sulit dan menyenangkan dengan presentase sebanyak 87%.



Gambar 1. Skema Pelaksanaan

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat “Strategi Personal Branding Sebagai Upaya Pengembangan Diri Pada Kelas AKL dan DPIB di SMK Pusponegoro 01 Brebes” didapatkan simpulan bahwa para siswa dan siswi mengetahui bagaimana pentingnya personal branding pada industri saat ini tetapi tidak tahu bagaimana cara mengaplikasikannya. Hal ini terlihat selama pelaksanaan PKM. Kegiatan PKM ini berupa pelatihan personal branding pada para siswa dan siswi Kelas XII Jurusan AKL dan DPIB SMK Pusponegoro 01 Brebes telah terlaksana dengan lancar yang diharapkan menjadi ilmu yang bermanfaat bagi para siswa dan siswi.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat “Strategi Personal Branding Sebagai Upaya Pengembangan Diri Pada Kelas AKL dan DPIB di SMK Pusponegoro 01 Brebes” didapatkan saran bahwa para siswa dan siswi perlu dibekali terkait pentingnya personal branding dan bagaimana pengaplikasiannya pada industri saat ini. Melalui kegiatan pelatihan personal branding ini diharapkan ke depannya dapat dikembangkan lebih luas guna memperkaya perspektif atau sudut pandang juga tema yang lain bagi para peneliti lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Haroen, D. 2014. Personal Branding, Jakarta, Gramedia Pustaka.
- Afrilia, Ascharisa Mettasatya. 2018. Personal Branding Remaja di Era Digital. Vol. 11 No. 1.
- Arafah, S., dkk 2022. Implementasi Personal Branding Dalam Meningkatkan Kredibilitas Jiwa Entrepreneurship Di Era Digital. Vol. 2 No. 2.
- Furqon, F.F., Romli, R., & Prastowo, A. A. 2020. Personal Branding Andrea Gunawan sebagai Lifestyle Influencer di Instagram. Jurnal Ilmu Komunikasi Andakan. Vol 3 No 1.
- Inami, D., dkk. 2019. Analisis Bentuk Personal Branding Pustakawan Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Media Sosial Pustakawan di Kota Semarang, Salatiga dan Yogyakarta. Vol. 6 No. 4.
- Shabrina, N. 2023. Analisis Personal Branding Viral Aldi Taher

Nadia Safina Faradis,dkk. Strategi Personal Branding Sebagai Upaya Peningkatan...

sebagai Bagian dari Self-
Marketing. Vol. 7 No. 3.

Soewandi, A., dkk. 2021. Personal
Branding dan Diri Otentik
Menurut Sartre. Vol. 4 No. 2.