

## MEMBANGUN PERSONAL BRANDING YANG MENARIK DALAM DUNIA USAHA DI SMK NEGERI 49

**Shandy Puspita**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala

[shandy.puspita@wym.ac.id](mailto:shandy.puspita@wym.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The background of this training is the lack of student motivation to develop personal branding skills. Personal branding has become the key to increasing individual visibility and reputation in an increasingly competitive market. This activity uses lecture and discussion methods. The main target of this activity is grade XII students who have graduated and will enter the world of work. The results of the training show that attractive personal branding requires a combination of in-depth expertise, a consistent professional image, and the ability to adapt to market changes. By understanding and implementing the right strategies, students of SMK Negeri 49 can strengthen their position in the labor market and achieve success in the business world. This training is expected to provide practical guidance for students, educators, and other stakeholders in an effort to build effective personal branding in the educational environment and the business world.*

**Keywords:** *Personal Branding, Training, SMKN 49*

### **ABSTRAK**

Latar belakang dari pelatihan ini adalah kurangnya motivasi siswa untuk mementuk kemampuan *personal branding*. *Personal branding* telah menjadi kunci dalam meningkatkan visibilitas dan reputasi individu di pasar yang semakin kompetitif. Kegiatan ini menggunakan metode ceramah dan diskusi. Sasaran utama dari kegiatan ini adalah para siswa kelas XII yang sudah lulus dan akan menempuh dunia kerja. Hasil dari pelatihan menunjukkan bahwa *personal branding* yang menarik membutuhkan kombinasi antara keahlian yang mendalam, citra profesional yang konsisten, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Dengan memahami dan menerapkan strategi yang tepat, siswa SMK Negeri 49 dapat memperkuat posisi mereka di pasar tenaga kerja dan mencapai kesuksesan dalam dunia usaha. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi siswa, pendidik, dan pemangku kepentingan lainnya dalam upaya membangun *personal branding* yang efektif di lingkungan pendidikan dan dunia usaha.

**Kata kunci:** *Personal Branding, Pelatihan, SMKN 49*

## **PENDAHULUAN**

Keberadaan *Public Relations* dalam suatu organisasi atau perusahaan adalah suatu indikasi bahwa *Public Relations* memiliki peran penting dalam perputaran sistem dan manajemen yang ada dalam perusahaan atau organisasi. *Public Relations* pada praktiknya memiliki keterkaitan dengan ilmu komunikasi karena keduanya merupakan satu kesatuan yang utuh dan mata rantai untuk menunjang kegiatan *Public Relations* yang merupakan metode ilmu komunikasi sebagai salah satu kegiatan yang mempunyai kaitan kepentingan dengan suatu organisasi.

Ilmu komunikasi sangat penting untuk dipelajari karena proses komunikasi merupakan proses yang sangat kompleks. Dibutuhkan pelatihan untuk dapat menggunakan dan menganalisisnya secara efektif. Karena “ Kita tidak punya pilihan selain berkomunikasi”. Komunikasi adalah kegiatan yang merasuki kehidupan kita saat ini dan menentukan kualitas hidup kita sebagai individu, keluarga, professional dan anggota masyarakat. Kemampuan berkomunikasi pada didasari dengan melatih kemampuan untuk berbicara didepan umum atau *public speaking*.

*Public speaking* adalah kemampuan yang harus dimiliki setiap pendidik untuk meningkatkan kualitas dalam hal menyampaikan informasi (Hakim, 2016). Kemampuan berbicara juga dapat menjadikan seseorang menjadi pemimpin karena *public speaking* merupakan komunikasi secara lisan tentang suatu topik di hadapan orang yang bertujuan untuk mempengaruhi, mendidik, memberi penjelasan serta memberi informasi kepada orang lain agar orang tersebut tertarik dengan apa yang kita sampaikan (Sumrahadi, 2019). Hal ini tentu menjadi sebuah keharusan bagi seorang profesional karena berkaitan dengan karir yang dibangun.

Tidak hanya itu, selain kemampuan *public speaking*, hal yang penting dikuasai oleh seorang profesional adalah kemampuan membangun *personal branding* atau membangun citra positif dirinya agar dikenal secara positif oleh masyarakat sehingga timbul kepercayaan. Dewi Haroen (Firmansyah, 2017) mendefinisikan personal brand sebagai persepsi yang tertanam dan terpelihara dan benak orang lain. Sedangkan Erwin Parengkuan dan Becky Tumewu (Firmansyah, 2017) mendefinisikan personal branding sebagai suatu kesan yang berkaitan dengan nilai, keahlian, perilaku, maupun prestasi yang dibangun oleh seseorang baik secara sengaja maupun tidak sengaja dengan tujuan untuk menampilkan citra dirinya. Menurut Montoya & Vandehey (Octavia, 2013) *Personal branding* adalah ketika seseorang mengambil kontrol mengenai bagaimana persepsi orang lain terhadap orang tersebut sebelum mereka bertemu dan melakukan kontak secara langsung.

Definisi ini sekaligus menjadi kerangka berpikir bahwa *personal branding* sangat penting dikuasai oleh generasi muda sebagai persiapan awal untuk meraih sukses karir masa depan. Baik *public speaking* dan *personal branding* kedua merupakan hal esensial yang perlu dipahami dan dikuasai oleh mahasiswa atau generasi muda agar dapat mempersiapkan dirinya dalam menyongsong karir masa depan. Untuk itu, mahasiswa perlu dibekali dengan keterampilan berbicara di depan umum (*public speaking*) dan kemampuan untuk membangun *personal branding*. Kemampuan ini sangat berguna di dalam dunia kerja. *Personal branding* yang dibangun seseorang akan membuatnya

memiliki **identitas yang jelas**. *Personal branding* membantu seseorang mengidentifikasi dan menonjolkan keunikan serta keahlian yang dimiliki, sehingga memudahkan orang lain mengenali siapakah orang tersebut dan apa yang ditawarkan. Membangun *brand* pribadi yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas di mata rekan kerja, atasan, dan klien. Orang cenderung lebih mempercayai individu yang memiliki reputasi baik. *Personal branding* yang efektif dapat membuka pintu untuk peluang karier baru, seperti tawaran pekerjaan, kolaborasi, atau proyek baru, karena orang lebih cenderung merekomendasikan individu yang memiliki citra positif. Dengan memanfaatkan *personal branding*, seseorang dapat membedakan diri dari pesaing dan menciptakan karier yang lebih memuaskan dan sukses.

Kegiatan pengabdian yang merupakan pelatihan *personal branding* yang dilakukan oleh dosen STIE Wiyatamandala untuk memberikan pemahaman kepada siswa, khususnya untuk siswa tingkat akhir, untuk mempelajari cara meningkatkan kepercayaan diri dan membentuk *personal branding* yang akan berguna ketika mereka memasuki dunia profesional kerja.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan ini ditujukan kepada siswa dan siswi dari SMK Negeri 49 yang baru lulus dan sedang mengikuti *job fair* di sekolah. Adapun kegiatan ini diadakan pada hari Senin tanggal 13 Mei 2024. Kegiatan dimulai pada jam 08:00 –10:00 WIB di SMK Negeri 49 Jakarta yang berlokasi di Jalan Sarang Bango No . 1 Kelurahan Marunda Kecamatan Cilincing Jakarta Utara 14150. Peserta yang hadir pada kegiatan ini berjumlah 35 orang.

Pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi 2 bagian dengan menggunakan metode yakni metode ceramah oleh pemateri ( Ibu Shandy Puspita, S.E., M.M. ) untuk menjelaskan materi dasar *personal branding* lalu diteruskan dengan metode diskusi terakhir digunakan untuk memperdalam materi bahasan dalam bentuk tanya jawab secara perorangan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada sesi pertama, pemateri menjelaskan mengenai pentingnya *personal branding*. Di mana *personal branding* ini dibutuhkan dalam dunia usaha hal itu karena:

1. *Personal branding* membantu untuk menonjolkan diri sendiri di antara pesaing. Identitas yang jelas membuat orang lebih mudah mengenali dan mengingat seseorang.
2. Konsistensi dalam pesan dan citra yang ditampilkan membangun kepercayaan di mata audiens. Kepercayaan ini penting untuk hubungan profesional dan personal.
3. *Personal branding* yang kuat dapat membuka peluang kerja atau bisnis. Banyak orang yang mendapatkan tawaran pekerjaan atau kerjasama berkat reputasi yang dibangun.
4. Menjadi ahli di bidang tertentu dapat meningkatkan kredibilitas seseorang. Dengan membagikan pengetahuan dan pengalaman, maka seseorang akan dipandang sebagai sumber informasi yang berharga.

5. *Personal branding* yang baik sangat membantu untuk memperluas jaringan profesional. Orang lebih cenderung terhubung dengan individu yang memiliki citra positif dan jelas.
6. Di era digital, kehadiran online yang kuat dapat memperluas jangkauan audiens. Konten yang menarik dan relevan dapat meningkatkan pengaruh seseorang di media sosial.
7. *Personal branding* dipercaya dapat mengendalikan bagaimana orang melihat dan memahami seseorang. Ini penting dalam membentuk citra positif di masyarakat.
8. Proses membangun *personal branding* juga meningkatkan kesadaran diri. Seseorang akan lebih memahami nilai, kekuatan, dan tujuannya.

Para siswa juga tertarik dengan beberapa contoh *personal branding* yang disampaikan oleh pemateri. Contoh kasus yang menarik perhatian adalah kasus pemilihan DPD tahun 2024, di mana muncul sosok Komeng yang sangat menyita perhatian khalayak umum. Komeng bisa menciptakan *personal branding* yang kuat dengan beberapa strategi, seperti memanfaatkan karakter humoris dan gaya bicara yang khas untuk membuat pemilih mengingat beliau. Selain itu, penggunaan foto di kertas suara yang Komeng pilih memiliki konsep humor sehingga masyarakat ramai membicarakannya. Bahkan menurut artikel dari Kompas.com, Komeng meraih rekor suara DPD tertinggi dengan 5.399.699 suara.

Lalu pada sesi selanjutnya, para siswa belajar untuk memulai membangun *personal branding* untuk dirinya sendiri. Beberapa siswa ada yang mengajukan diri sebagai contoh dan menjelaskan di hadapan para siswa lain cara mereka membangun *branding* melalui sosial media dan keseharian mereka.

Di akhir sesi akan dilakukan sesi tanya jawab terkait materi yang diberikan. Pada tahap terakhir ada evaluasi untuk melihat keberhasilan pelatihan yang telah dilakukan, di mana diperoleh hasil bahwa peserta sebagian besar sudah memahami penjelasan materi pada hari tersebut. Dari hasil evaluasi, kegiatan ini memberikan manfaat bagi siswa selaku peserta pelatihan terlihat dari antusias para siswa dalam bertanya ke pemateri untuk menggali lebih dalam terkait *personal branding*. Para siswa termotivasi untuk lebih memperhatikan *personal branding* mereka untuk dapat mereka gunakan dalam dunia kerja yang akan mereka jalani selanjutnya.



Gambar 1. Pemaparan Materi Personal Branding



## **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian ini memberikan manfaat bagi para siswa khususnya kelas XII yang telah menyelesaikan studinya dan akan menyambut dunia kerja. Pelatihan ini mendapatkan respon yang sangat baik dari seluruh peserta. Diharapkan dengan pembekalan ilmu ini, siswa telah memahami pentingnya *personal branding* dalam kehidupan sehari – hari, terkhususnya dalam dunia kerja. Hasil dari kegiatan ini, banyak peserta yang antusias ingin memulai untuk membentuk *personal branding*. Pertanyaan yang dilontarkan seputar bagaimana cara memulai membangun konsistensi dalam membentuk karakter yang kuat sehingga dapat diingat oleh orang lain. Setelah mereka mengikuti kegiatan ini, mereka mulai membuka diri dan termotivasi untuk lebih percaya diri dalam membangun *personal branding*. Apalagi untuk masuk ke dalam dunia kerja, para siswa ingin dapat ke depannya memiliki karakter yang kuat sehingga dapat membuat kesan yang baik pada saat nantinya ketika mereka memasuki dunia kerja.

Kegiatan pelatihan disarankan untuk rutin dilakukan karena memberikan manfaat yang besar bagi siswa terutama yang berasal dari sekolah menengah kejuruan untuk mempersiapkan diri ke dunia kerja. Untuk pelatihan selanjutnya, kegiatan pelatihan dapat dimulai dari siswa kelas XI, agar para siswa dapat menciptakan *personal branding*nya sendiri sehingga ketika mereka lulus dari sekolah.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Sebagai bagian dari pengabdian masyarakat ini, kami mengucapkan terima kasih kepada SMK Negeri 49, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala yang telah mendukung, mengarahkan, dan memfasilitasi kegiatan ini sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada siswa dari SMK Negeri 49 hadir pada acara ini dan semua yang terlibat dalam kegiatan ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Firmansyah, R. (2017). PERSEPSI VISUAL ELEMEN NILAI PERSONAL BRAND PADA MEDIA KAMPANYE RIDWAN KAMIL. *Jurnal Sosioteknologi*, 288-303.
- Hakim, M. (2016). Pengembangan Materi Bahan Ajar Public Speaking. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat* 5, 29 - 238.
- Octavia, D. (2024). MEMANFAATKAN PR UNTUK MEMBANGUN PERSONAL BRANDING PUBLIC SPEAKING GUNA PENGEMBANGAN KARIR. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8-11.
- PRASETYO, A. Y. (2024, 03 20). *Kompas.com*. Dipetik 10 6, 2024, dari Kompas.com: <https://www.kompas.id/baca/riset/2024/03/20/komeng-dan-rekor-tertinggi-suara-di-pemilu-dpd-sepanjang-masa>
- Sumrahadi, E. A. (2019). Gaya Kepemimpinan Transformasional, Stres Kerja, Kepuasan Kerja, dan Turnover Intention pada Karyawan Perusahaan Penyedia Jasa Konsultasi Pengembangan Sumberdaya Manusia. *Jurnal Ilmu Sosial Politik dan Humaniora* , 1-16.