

Meningkatkan Kesadaran Pembentukan Personal Branding Bagi Siswa SMKN 8 Tangerang Selatan

Gadis Octory, Muhammad Alif Khatami, Octaviani Arin Fadhlha, Jenia Adelheid Lantu, Ardel Bayu Adityo, Adienih Musthofa Afin

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Indonesia

gadisoctory@mercubuana.ac.id, alifkhatami02@gmail.com, octavianiian@gmail.com, jeniaadelheid04@gmail.com, ardelbayuadityo@gmail.com, adiafin09@gmail.com

Article Info:

Article history:

Received Date: 11/12/2024
Accepted Date: 29/12/2024
Published Date: 06/01/2025

Keywords:

Personal Branding
Awareness
Self-Development
Student Creativity Program

ABSTRACT

Personal branding is a crucial element in building a strong and relevant self-image in the digital era. This research aims to enhance individuals' awareness of the importance of personal branding development in various aspects of life, including professional, social, and personal. Based on this, through the Kuliah Peduli Negeri program, Mercu Buana Jakarta students from Bu Gadis Octory's KPN class conducted a socialization on "Increasing Awareness of Personal Branding Formation" on November 20, 2024, at SMK 8 Tangerang Selatan. The methods used were observation, socialization, questionnaire distribution, and documentation. Through an orientation program integrating personal branding materials, students were equipped with the knowledge and basic skills to build a positive self-image in the professional world.

This is a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0)

Corresponding Author:

Gadis Octory
Universitas Mercu Buana
gadisoctory@mercubuana.ac.id

PENDAHULUAN

Setiap individu pasti mempunyai ciri khas yang melekat pada dirinya. Hal itu dapat dilihat, baik dari ciri fisik maupun nonfisik nya. Mulai dari bentuk postur, bentuk wajah tubuh, karakter, hingga bakat yang dimiliki. Ciri khas tersebut dinilai sebagai pembeda antara individu yang satu dengan yang lain. Hal tersebut yang pada akhirnya akan membentuk suatu keunikan diri yang berfungsi sebagai pembeda, Personal branding didefinisikan oleh Montoya dan Vandehey (2008) sebagai "taking control of how other people perceive you before they come into direct contact with you." Sementara itu, Mobrai (2009) mendefinisikan personal branding sebagai "the ability to deliberately use attributes that demonstrate your capability to manage the expectations one will receive from an encounter with you." Di era digital seperti sekarang ini personal branding begitu lumrah dilakukan, namun personal branding mulai dipahami sebagai upaya untuk mengembangkan diri. Termasuk di dalamnya adalah wujud eksistensi/keberadaan sebagai media aktualisasi diri.

Sebagaimana yang telah dinyatakan oleh Chaplin (2002:12), eksistensi merupakan cara untuk menunjukkan keberadaan manusia, situasinya dalam dunia, kebiasaannya memilih tujuan hidup, serta berusaha memahami arti kehidupannya sendiri. Eksistensi diri merupakan segala kemungkinan yang apabila direalisasikan dapat mengarahkan individu pada keberadaan autentik, yaitu manusia menjadi dirinya sendiri, mengambil tanggung jawab untuk menjadi dirinya sendiri dengan menyeleksi kemungkinan-kemungkinan yang ada dan disediakan dalam kehidupannya (Thompson, 2010). Melalui personal branding, dapat disatukan hal-hal utama pada individu yang melibatkan skill, kepribadian, dan karakter yang dibungkus sebagai identitas yang kuat dibanding identitas diri

orang lainnya (Montoya & Vandehey, 2008).

Meskipun personal branding sudah dilakukan sebelumnya, namun di era digital inilah tahapan personal branding yang begitu umum dilakukan, khususnya melalui internet. Berdasarkan laporan Wearesocial (Ramadhan, GNFI, 2018), Internet merupakan salah satu bentuk media baru yang menawarkan beragam platform yang dapat dipilih sesuai kebutuhan dan keinginan penggunaannya.

Media sosial, sebagai salah satu bentuk media baru (new sebagai ruang yang diterjemahkan secara bebas oleh penggunaannya. Seperti dinyatakan oleh Flew (2002) bahwa media baru memunculkan virtual reality. Realitas virtual ini merupakan fenomena yang sering muncul karena new media memungkinkan penggunaannya untuk menggunakan ruang seluas-luasnya. Pada konteks ini, kami ingin membangunkan kesadaran atas pentingnya personal branding pada siswa dan siswi SMKN 8 Tangerang Selatan. Karena dengan memahami konsep personal branding merupakan hal penting sebagai cara untuk meningkatkan 'nilai jual' seseorang

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi yang di terapkan dalam penelitian ini melibatkan pengumpulan data dalam 3 cara, yaitu : Penyebaran kuisoner, Dokumentasi, Wawancara, Proses Observasi

1. Tahap Awal

Pada tahap awal, kami mengidentifikasi tujuan dari penelitian terkait dengan program yang akan dibuat dengan menentukan ruang lingkup penelitian, sasaran target, merencanakan jadwal observasi, mengumpulkan data, dan mempersiapkan berkas -berkas baik itu proposal, serta meminta izin untuk melakukan persiapan survei.

2. Tahap Observasi

Pada tahap observasi ini, kami memilih situs observasi di SMK 8 Tangerang Selatan yang dianggap sesuai dengan target program kami yakni “Meningkatkan Kesadaran Pembentukan Personal Branding”. Kami mengamati secara langsung banyaknya masyarakat yang sesuai dengan target program kami, yakni Siswa dan Siswi yang masih minim pengetahuan terkait dengan Personal Branding.

3. Perencanaan Program

Pada tahap ini, Kami membuat perencanaan tentang materi yang akan di sampaikan dalam program Kuliah Peduli Negeri, Serta merencanakan metode penyampaian yang efektif pada target sasaran seminar kami untuk mencapai tujuan Kegiatan. Hingga mempersiapkan bahan-bahan pendukung seperti presentasi, materi edukasi, alat dokumentasi, dan logistik.

4. Pembuatan Materi

Pada tahap ini, kami membuat materi terkait dengan Personal Branding yang informatif dan mudah untuk di pahami para peserta, serta memastikan materi mencakup penjelasan terkait dengan meningkatkan kesadaran pembentukan personal branding.

5. Pelaksanaan Seminar

Pada tahap pelaksanaan kami melakukan seminar meningkatkan kesadaran pembentukan personal branding dengan rencana yang sudah kami susun, Yakni memberikan pemahaman terkait dengan materi yang kami buat mengenai meningkatkan kesadaran pembentukan personal branding.

6. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Setelah pelaksanaan Kegiatan Seminar, evaluasi efektivitas Kegiatan Seminar terkait dengan Meningkatkan kesadaran pembentukan personal branding berdasarkan kuesioner yang kami berikan kepada para peserta, demi respon dan tanggapan mereka tentang kegiatan seminar kami, serta harapan untuk kedepannya. Lalu untuk tindak lanjutnya adalah kami mulai mengerjakan output dari program ini, berupa luaran artikel, jurnal, dan laporan penanggung jawaban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuliah Peduli Negeri (KPN) ini telah dilaksanakan pada hari Rabu, 20 November 2024 berlokasi di SMK Negeri 8 Tangerang Selatan yang beralamat di Jl. H. Jamat Gg. Rais, Buaran, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15316. Kuliah Peduli Negeri ini diawali dengan pembukaan acara yang dipimpin oleh MC Octaviani Arin Fadhlha (Volunteer) yang kemudian mempersilahkan ibu Zakiah, S. Pd, M. Pd, selaku Wakil Kepala Sekolah dan Kesiswaan di SMK Negeri 8 Tangerang Selatan, lalu dilanjutkan kepada ibu Gadis Octory, S. Ikom, M. Ikom, selaku Dosen Pembimbing Kuliah Peduli Negeri, selanjutnya dipersilahkan kepada Dafina Naila Mazidah selaku Ketua Pelaksana kegiatan Kuliah Peduli Negeri ini untuk memberikan sambutan serta pembukaan resmi

acara.

Rangkaian acara selanjutnya yaitu penyerahan Plakat kepada Pihak Sekolah yang dilanjutkan dengan sesi dokumentasi. Selanjutnya yaitu acara pemaparan materi pertama yang bertema Personal Branding yang dibawakan oleh Muhammad Alif Khatami, Octaviani Arin Fadhla, Jenia Adelheid Lantu, Ardel Bayu Adityo, dan Adienih Musthofa Afin. Sesi pemaparan materi pertama diterima baik oleh audiens (siswa/i) sehingga menimbulkan komunikasi interaktif dan meningkatnya pemahaman audiens terhadap materi yang disampaikan oleh pemberi materi.

Sesi selanjutnya yaitu workshop pembuatan Charmbag yang diikuti 40 siswa yang dibagi menjadi 5 kelompok dan diberikan bahan untuk membuat/merangkai Charmbag. Charmbag itu sendiri terdapat 2 jenis yaitu Charmbag untuk laki – laki dan Charmbag untuk Perempuan sehingga peserta dapat mengkreasi nya secara masing – masing. Setelah pembuatan Charmbag selesai, peserta mulai mempraktikan bagaimana cara mempromosikan Charmbag tersebut dengan membuat konten yang kreatif lalu mempostingnya ke laman akun Media Sosial peserta.

Workshop ini berjalan dengan lancar disertai dengan antusiasme para peserta dalam membuat Charmbag serta membuat konten kreatifnya. Workshop ini menjadi wadah untuk peserta menciptakan peluang bisnis melalui Media Sosial.



Gambar 3.1 Sambutan Ibu Zakiah S. Pd, M. Pd



Gambar 3.2 Sambutan Ibu Gadis Octory S. Ikom, M. Ikom



Gambar 3.3 Penyerahan Plakat kepada Pihak Sekolah



Gambar 3.4 Workshop Charmbag dan Konten

Sesi terakhir yaitu penutupan yang disertai dengan pembuatan konten bersama dengan peserta SMK Negeri 8 Tangerang Selatan. Pada pukul 14.00 WIB, seluruh rangkaian acara Kuliah Peduli Negeri telah berakhir dengan lancar.



Gambar 3.5 Foto dan pembuatan konten bersama

Tabel 3.1 Rekapitulasi Data

No.	Pertanyaan	Jawaban		
		Puas	Netral	Tidak Puas
1.	Apakah anda memahami materi yang disampaikan?	26	4	-
2.	Apakah pemateri menyampaikan materi dengan baik?	23	7	-
3.	Apakah materi ini dirasa bermanfaat untuk masa depan?	29	1	-
4.	Apakah anda mulai memikirkan bisnis anda di masa yang akan datang?	17	13	-
5.	Apakah anda mulai membangun personal branding anda?	22	8	-

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran siswa SMK Negeri 8 Tangerang Selatan tentang pentingnya personal branding. Melalui kegiatan Kuliah Peduli Negeri, siswa diajak untuk memahami konsep personal branding sebagai identitas unik yang dapat membedakan mereka dari orang lain. Kegiatan ini melibatkan berbagai metode, seperti penyebaran kuesioner, observasi, dan pelaksanaan seminar. Materi seminar difokuskan

pada pentingnya personal branding di era digital dan cara membangun personal branding yang kuat melalui media sosial. Selain materi, peserta juga diberikan kesempatan untuk mempraktikkan langsung pembuatan konten kreatif sebagai bagian dari personal branding mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan Kuliah Peduli Negeri berhasil meningkatkan kesadaran siswa tentang personal branding. Sebagian besar peserta menyatakan bahwa materi yang disampaikan mudah dipahami dan bermanfaat untuk masa depan mereka. Peserta juga menunjukkan minat yang tinggi untuk membangun personal branding dan memulai bisnis sendiri. Hal ini terlihat dari antusiasme peserta dalam mengikuti workshop pembuatan charmbag dan membuat konten kreatif. Secara keseluruhan, kegiatan ini dapat dikatakan berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan kesadaran siswa tentang pentingnya personal branding.

Kesimpulannya, penelitian ini menyimpulkan bahwa kegiatan Kuliah Peduli Negeri berhasil memberikan pemahaman yang baik kepada siswa tentang konsep personal branding dan memotivasi mereka untuk mulai membangun personal branding sejak dini.

REFERENSI

- Alcianno, Ghobadi. 2020. "Sejarah Dan Perkembangan Internet Di Indonesia Alcianno
- Elfrida, L. (2019). Strategi personal branding Tsamara Amany dalam membangun citra positif melalui media sosial twitter= Personal branding strategy Tsamara Amany in building a positive image through twitter (Doctoral dissertation, Universitas Pelita Harapan).
- Fitriani, Resa. Dkk. 2024. Penyuluhan Komunikasi Bekal Gizi Seimbang antara Ibu dan Anak di Kelurahan Keranggan.
- Ghobadi Gani, ST." Jurnal Mitra Manajemen 5(Cmc): 68–71.
- Haroen, Dewi. 2014. Personal Branding : Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik.
- Khansa, Shazrin Daniyah, and Kinkin Yuliaty Subarsa Putri. 2022.
- McNally, D., & Speak, K. D. (2002). *Be Your Own Brand: A breakthrough formula for standing out from the crowd*. Buku, 148.
- Srihasnita Rc, R., & Setiawan, D. (2018). Strategi Membangun Personal Branding Dalam Meningkatkan Performance Diri. *SELODANG MAYANG : Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daetah Kabupaten Indragiri Hilir*, 4(1), 19–25.
- Yolanda, Y., Pujaseno, G., Damanik, V. P., Yasmen, A. H. R., & Sofya, R. (2019). Pemuda (Penge Mbangun Mitra Umkm Daerah Lunang Dua) Strategi Penguatan Branding Produk. *Jurnal Ecogen*, 2(2), 141.
- Yunitasari, C., & Japarianto, E. (2013). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari C.Y.N. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1(No.1), 1–8.