

MENINGKATKAN SELF ESTEEM PENYANDANG DISABILITAS MELALUI PERSONAL BRANDING

Ahmad Nafi¹, Galih Fajar Fadillah², Ernawati³, Anni Nurul Hidayati⁴

¹Bimbingan Konseling Islam, Dakwah dan Komunikasi Islam, IAIN Kudus

^{2,3}Bimbingan Konseling Islam, Ushuluddin dan Dakwah, UIN Raden Mas Said Surakarta

⁴Teknik Industri, Fakultas Ekonomi, UNU Surakarta

e-mail: ahmadnafi@iainkudus.ac.id¹, galihfajarf@staff.uinsaid.ac.id², ernawati@staff.uinsaid.ac.id³, anniweasley@gmail.com⁴

Abstrak

Penyandang disabilitas membutuhkan eksistensi diri untuk dapat dikenal oleh masyarakat sebagai ciptaan Tuhan yang sama-sama mempunyai kelebihan dan kekurangan seperti manusia pada umumnya. Dibutuhkan pembinaan dan pendampingan sebagai sarana dalam meningkatkan kapasitas pemahaman personal branding dan self esteem bagi penyandang disabilitas. Metode pengabdian yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR). Tahapan metode ini meliputi mapping sosial, perencanaan program, pelaksanaan program, evaluasi program, identifikasi temuan dan tindak lanjut. Hasil yang dicapai dalam pengabdian ini adalah pemahaman yang baik bagi penyandang disabilitas terkait personal branding dan self esteem. Hal ini terlihat dari hasil pre test dalam kategori rendah, selanjutnya diberikan pembinaan secara menyeluruh tentang personal branding dan self esteem dan hasil post test menunjukkan pemahaman meningkat secara signifikan. Perubahan yang terlihat menonjol adalah pemahaman tentang self esteem dan aspek yang berhubungan dengan penghargaan diri. Pada saat dilakukan pre test, peserta pengabdian hanya dapat menjawab paham berkisar 20%, setelah dilakukan post test naik secara signifikan menjadi 70%. Dengan demikian pembinaan ini menghasilkan pemahaman yang menyeluruh kepada penyandang disabilitas terhadap citra diri dan penghargaan terhadap diri baik kekurangan dan kelebihan diri dari penyandang disabilitas di Forum Komunikasi Disabilitas Kudus.

Kata Kunci: Personal Branding, Self Esteem, Penyandang Disabilitas

Abstrak

Penyandang disabilitas membutuhkan eksistensi diri untuk dapat dikenal oleh masyarakat sebagai ciptaan Tuhan yang sama-sama mempunyai kelebihan dan kekurangan seperti manusia pada umumnya. Diperlukan pelatihan dan pendampingan sebagai sarana dalam meningkatkan kapasitas pemahaman personal branding dan self commerce bagi penyandang disabilitas. Metode pengabdian yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR). Tahapan metode ini meliputi pemetaan sosial, perencanaan program, pelaksanaan program, evaluasi program, identifikasi temuan dan tindak lanjut. Hasil yang dicapai dalam pengabdian ini adalah pemahaman yang baik bagi penyandang disabilitas terkait personal branding dan self tribute. Hal ini terlihat dari hasil pre test dalam kategori rendah, selanjutnya diberikan pelatihan secara menyeluruh tentang personal branding dan self tribute dan hasil post test menunjukkan pemahaman meningkat secara signifikan. Perubahan yang terlihat menonjol adalah pemahaman tentang harga diri dan aspek yang berhubungan dengan penghargaan diri. Pada saat dilakukan pre test, peserta hanya dapat menjawab pemahaman berkisar 20%, setelah dilakukan post test naik secara signifikan menjadi 70%. Dengan demikian, pelatihan ini menghasilkan pemahaman yang menyeluruh kepada penyandang disabilitas terhadap citra diri dan penghargaan terhadap diri baik kekurangan dan kelebihan diri dari penyandang disabilitas di Forum Komunikasi Disabilitas Kudus.

Kata Kunci: Personal Branding, Self Esteem, Penyandang Disabilitas

PENDAHULUAN

Badan Pusat Statistik merilis bahwasanya ditahun 2018, terdapat 0,31% pekerja yang menyandang disabilitas. Kemudian Tahun 2019 turun menjadi 0,28%. Padahal dalam pasal 53 UU No. 8 Tahun 2016, dijelaskan untuk kantor pemerintahan, pemda, BUMN, dan BUMD wajib mempekerjakan paling sedikit 2% penyandang disabilitas. Sedangkan pihak swasta wajib mempekerjakan paling sedikit 1% penyandang disabilitas. Jadi seharusnya terdapat minimal 3% pekerja Indonesia dengan disabilitas baik yang menjadi buruh/pegawai atau pekerjaan lainnya. Dari data ini dapat kita cermati

bahwasanya diskriminatif yang terjadi pada penyandang disabilitas tidak hanya terkait pelabelan saja, akan tetapi mulai dari kehidupan sosial, pendidikan, fasilitas umum bahkan terkait pekerjaan.

Di sisi lain selain masalah eksternal, semacam diskriminasi dari pihak-pihak tertentu, masalah internal penyandang disabilitas seperti kurang percaya diri, gangguan terkait keterampilan komunikasi, kurangnya penguasaan teknik alternatif dan masalah-masalah lainnya. Sering juga ditemukan gangguan pada penyandang disabilitas seperti permasalahan sosial, budaya, ekonomi, pendidikan, psikologi, hingga aksesibilitas. Berkaitan dengan aksesibilitas, masih sedikit dukungan terhadap aksesibilitas penyandang disabilitas di lingkungan masyarakat luas (Tarsidi, 2011). Pemerintah menyadari pentingnya aksesibilitas bagi penyandang disabilitas, sehingga pemerintah membentuk aturan perundang-undangan untuk melindungi hak-hak kaum disabilitas (Umam & Arifin, 2020). Stereotip di tengah masyarakat yang memandang disabilitas sebagai kaum lemah menjadikan mereka termarjinalkan oleh lingkungan sosialnya. Hal ini menghambat interaksi antara disabilitas dengan masyarakat dan berakibat pada rendahnya partisipasi penyandang disabilitas pada forum- forum masyarakat.

Berbagai upaya telah dilakukan untuk memberikan wadah bagi penyandang disabilitas dari level desa hingga pusat. Berbeda dari stereotip yang berkembang selama ini, penyandang disabilitas dapat memberikan motivasi baik sesama penyandang disabilitas maupun masyarakat luas. Selayaknya orang pada umumnya penyandang disabilitas juga memerlukan motivasi dari pihak lain, khususnya keluarga. Dukungan keluarga merupakan salah satu faktor yang menyebabkan penyandang disabilitas berperan dalam kegiatan masyarakat (Murwaningsih, 2019). Melalui dukungan keluarga para penyandang disabilitas merasa diterima, hal ini akan berdampak pada dukungan masyarakat, sebab keluarga merupakan bagian kecil dari masyarakat secara luas.

Beberapa komunitas mulai bermunculan dalam membantu kebermaknaan dari penyandang disabilitas, seperti Forum Komunikasi Disabilitas Kudus (FKDK). Dimana komunitas ini mempunyai tujuan untuk membantu merealisasikan kesejahteraan penyandang disabilitas terutama yang ada di Kudus dalam inklusifitas masyarakat Indonesia secara umum. Keterbatasan hendaknya bukan menjadi penghalang untuk kemajuan seseorang seperti halnya penyandang disabilitas terutama di wilayah Kudus. Seiring berjalannya waktu jumlah anggota FKDK sekitar sekitar 120 orang di Tahun 2021, baik yang mengalami disabilitas fisik maupun disabilitas mental, namun dalam prosentasenya lebih banyak disabilitas fisik. Untuk disabilitas mental rata-rata tidak aktif dalam struktur organisasi melainkan sebagai penerima manfaat dari terbentuknya forum komunikasi disabilitas Kudus ini.

Masalah yang dialami oleh anggota FKDK terutama pemahaman tentang penghargaan diri (self esteem). Penting bagi penyandang disabilitas agar mereka tidak merasa rendah diri dan berani bersaing dengan masyarakat pada umumnya. Di sisi lain self-esteem yang dimiliki oleh penyandang disabilitas khususnya disabilitas fisik erat kaitannya dengan dukungan social (Lestari & Fajar, 2020). Dalam perspektif islam harga diri (self esteem) harus dilengkapi dengan kemuliaan diri atau izzah, kehormatan diri atau muru'ah, dan menahan diri atau iffah. Self esteem dapat diartikan sebagai bentuk evaluasi oleh individu yang berhubungan dengan penghargaan diri, dan menunjukkan dimana individu meyakini bahwa dirinya mampu, berharga, dan penting dalam tatanan kehidupan bermasyarakat (Coopersmith, 1967)

Proses pemberian bantuan yang diberikan dapat berupa pelatihan, pendampingan, pembinaan agar penyandang disabilitas dapat bersaing dengan masyarakat pada umumnya. Namun dalam proses pengabdian ini Abdimas memberikan pembinaan terkait personal branding dimana seseorang sebenarnya mempunyai brand-nya masing - masing, hanya yang menjadi pertimbangan adalah seberapa besar kekuatan dari personal branding ini terekam kuat dibenak orang lain. Jika diartikan secara harfiah personal branding adalah pemasaran diri, maka apa yang bisa ditawarkan oleh penyandang disabilitas agar dapat memasarkan dirinya, membentuk citra diri, sehingga masyarakat dapat menilai tentang apa yang dimiliki oleh penyandang disabilitas.

Dengan pemahaman personal branding yang baik dari penyandang disabilitas, akan berfungsi untuk memberikan perhatian kepada orang lain atas keunikan, potensi, citra diri yang dimiliki oleh penyandang disabilitas. Karena dengan memberikan intervensi berupa pembinaan atau pelatihan dapat meningkatkan kapasitas psikologis penyandang disabilitas khususnya dalam hal personal branding dan self esteem.

Dari hasil observasi dan wawancara yang diperoleh Abdimas, anggota Forum Komunikasi Disabilitas Kudus (FKDK) mengharapkan kegiatan-kegiatan tidak hanya berfokus pada peningkatan skill atau kemampuan-kemampuan teknis saja namun kegiatan seperti pemberian motivasi terutama

tentang penerimaan diri, penguatan diri, pemahaman tentang harga diri juga harus dilakukan, baik oleh pihak internal FKDK maupun pihak-pihak luar yang dapat menguatkan kondisi mental anggota.

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dipahami bahwasanya pemberian bantuan baik berupa, pelatihan, pembinaan, pendampingan kepada penyandang disabilitas dapat membantu meningkatkan potensi diri, pengembangan diri, kemampuan komunikasi, kepercayaan diri yang bertujuan untuk membangun persepsi atau citra diri dari penyandang disabilitas dan menunjukkan bahwasanya penyandang disabilitas mempunyai kemampuan yang dapat diandalkan. Oleh karena itu, fokus pengabdian ini terkait Pembinaan Personal Branding dalam Meningkatkan Self Esteem Penyandang Disabilitas di Forum Komunikasi Disabilitas Kudus.

METODE

Metode pengabdian yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR), metode ini merupakan riset yang dilakukan secara partisipatif di antara warga masyarakat atau komunitas dalam suatu komunitas aras bawah yang semangatnya untuk mendorong terjadinya aksi-aksi transformatif melakukan pembebasan masyarakat dari belenggu ideologi dan relasi kekuasaan (perubahan kondisi hidup yang lebih baik).

Ada beberapa tahap yang dapat dilakukan, yang Pertama, mapping sosial yaitu tahapan diagnosis atau perumusan permasalahan yang dihadapi. Kedua, perencanaan program yang akan dilakukan untuk menyelesaikan masalah yang telah dirumuskan. Ketiga, pelaksanaan program yaitu menjalankan program yang telah disusun dan dirancang dalam tahap perencanaan. Keempat, evaluasi program, yaitu bagaimana pelaksanaan prohran dan dampak yang ditimbulkan dari program yang dilaksanakan. Kelima, identifikasi temuan dan tindak lanjut dari program yang dilaksanakan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dimulai dengan penyebaran pre test untuk mengukur kemampuan awal peserta sebelum mengikuti kegiatan. Tahap selanjutnya adalah pemberian atau treatment berupa pembinaan personal branding dalam meningkatkan self esteem penyandang disabilitas di FKDK. Tahap selanjutnya pemberian post test yaitu merupakan evaluasi yang diberikan untuk melihat ada atau tidak progres dari kegiatan pembinaan tersebut. Kegiatan selanjutnya adalah rencana tindak lanjut (RTL) yang dapat digunakan sebagai acuan untuk melaksanakan kegiatan lanjutan sesuai dengan kebutuhan peserta pengabdian (penyandang disabilitas)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman Penyandang Disabilitas terhadap Personal Branding dan self esteem

Personal branding dan self esteem merupakan dua aspek keahlian yang minimal harus dimiliki oleh penyandang disabilitas, hal ini sebagai bentuk kekuatan dari penyandang disabilitas agar dapat menunjukkan diri mereka ke masyarakat pada umumnya. Keahlian tersebut sebagai modal awal bagi penyandang disabilitas agar mampu membangun diri mereka kearah yang lebih baik. Hal ini menuntun kepada penyandang disabilitas untuk menguasai aspek tersebut sehingga akan terus survive dikehidupan sosial.

Beberapa tahapan dalam pebentukan personal branding atau citra diri antara lain: 1) kekhasan atau ciri khas; menjelaskan sesuatu secara spesifik sehingga kualitas pribadi, keahlian, tampilan diri berbeda dengan orang lain. 2) Relevansi; menjelaskan kesesuaian karakteristik personal kita kepada masyarakat atau orang lain, dengan cara ini dapat membangun mind set positif terhadap personal kita. 3) Konsistensi; output dari personal branding di sini adalah bagaimana kita dapat mencitrakan diri secara konsisten sehingga terbentuk brand equaty yang baik.

Konsep dasar tentang personal branding dan self esteem digunakan sebagai dasar dalam pembuatan pertanyaan yang diformulakan sebagai pembuatan pre test dan post test kepada peserta sehingga di dapatkan jawaban secara kuantitatif.

Tabel 1. Hasil Pre Test Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat Personal Branding dan Self Esteem

No	Jenis Pertanyaan	Akurasi Jawaban	
		Paham	Tidak Paham
1	Apakah anda mengetahui apa itu citra diri dan penghargaan terhadap diri	25%	75%
2	Apakah anda memahami cara membentuk citra diri sendiri	15%	85%
3	Apakah anda memahami bagaimana menghargai	25%	75%

	diri		
4	Apakah Anda memahami bagian-bagian apa yang harus harus kita kembangkan dalam menyukai diri kita sendiri	20%	80%
5	Apakah anda tau manfaat membangun citra diri dan manfaat menghargai diri sendiri	30%	70%
6	Apakah anda mempunyai media sosial dan suka update story dalam media sosial tersebut	55%	45%

Data di atas menunjukkan tingkat pemahaman peserta terhadap dua aspek keahlian personal branding dan self esteem rata rata pada angka 70-85% menjawab tidak paham, hal ini mengindikasikan bahwa mereka belum memahami secara benar dua aspek tersebut. Hanya satu aspek yang menunjukkan skor hampir sama, yaitu pada aspek kepemilikan akun media sosial. Setelah dilakukan pre test maka langkah selanjutnya adalah memberikan treatment atau perlakuan berupa pelatihan tentang personal branding dan self esteem. Kemudian diberikan post test untuk mengukur kemampuan pemahaman peserta. Data tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Post Test Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat Personal Branding dan Self Esteem

No	Jenis Pertanyaan	Akurasi Jawaban	
		Paham	Tidak Paham
1	Apakah anda mengetahui apa itu citra diri dan penghargaan terhadap diri	70%	30%
2	Apakah anda memahami cara membentuk citra diri sendiri	65%	35%
3	Apakah anda memahami bagaimana menghargai diri	65%	35%
4	Apakah Anda memahami bagian-bagian apa yang harus harus kita kembangkan dalam menyukai diri kita sendiri	70%	30%
5	Apakah anda tau manfaat membangun citra diri dan manfaat menghargai diri sendiri	80%	20%
6	Apakah anda mempunyai media sosial dan suka update story dalam media sosial tersebut	65%	35%

Dari tabel di atas dapat dipahami bahwa pemahaman peserta menunjukkan hal yang signifikan dari sebelum dan sesudah disampaikannya materi. Perubahan yang paling menonjol adalah pemahaman tentang penghargaan diri dan aspek yang berhubungan dengan penghargaan diri (self esteem), skor pre test 20% dan post test 70% pemahaman peserta menunjukkan hal yang positif, hal ini menunjukkan bahwa antusiasisme peserta, pemahaman peserta tentang penghargaan diri (self esteem) sangat baik. Pemahaman tentang personal branding juga menunjukkan hasil yang baik hal ini juga dapat dilihat dalam tabel di atas, dan salah satu aspek yang menonjol adalah terkait manfaat dari personal branding yang ditunjukkan dengan 20% nilai pre test dan 80% nilai post test. Selain itu Narasumber dan fasilitator mengajukan pertanyaan secara langsung dan meminta peserta lain untuk merespon sehingga memunculkan rasa penasaran yang tinggi dari internal peserta sendiri. Secara umum dapat disimpulkan bahwa pemahaman peserta sebelum dijelaskan materi tentang personal branding dan self esteem dalam kondisi rendah, maka setelah diberikan materi, pemahamannya meningkat secara signifikan

Upaya yang diperlukan Penyandang Disabilitas Memiliki Personal Brading dan Self Esteem

Dalam bagian ini, abdimas fokus pada poin sebelumnya, yaitu setelah diketahui tingkat pemahaman peserta terkait aspek personal branding dan self estemm, maka diperlukan langkah-langkah yang sesuai dengan struktur kegiatan ini, antara lain:

Tahapan pelaksanaan kegiatan

Tahapan ini merupakan rangkaian kegiatan inti dari semua tahapan, pada tahapan ini, Abdimas mengacu pada tabel rencana kegiatan sehingga terarah dan sistimatis. Kegiatan pertama pada Pembinaan personal branding ini adalah preparation atau persiapan terdiri dari acara pembukaan, pengisian absensi peserta dan melakukan pre test dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran awal

kemampuan peserta. Pada tahapan ini dipandu oleh beberapa fasilitator dalam hal ini dilakukan oleh saudari Nurul, Viktor dan Yoga.

Kegiatan berikutnya adalah penyampaian materi, diawali oleh Bapak Galih Fajar Fadillah, M.Pd (Dosen Program studi bimbingan konseling islam UIN Raden Mas Said Surakarta dan dimoderatori oleh Saudari Farida. Materi pertama tentang “Personal Branding: Bangun Pikiran Positif untuk Percaya Diri”. Materi ini disampaikan secara lugas dan santai oleh narasumber dengan menyajikan contoh dan fakta kegunaan personal branding baik didunia nyata maupun dunia maya. Narasumber memeberikan contoh yaitu terkait penilaian internal dalam diri kita sendiri. Personal branding dapat diartikan sebagai upaya individu untuk mencitrakan dirinya kepada orang lain atau masyarakat secara luas. Oleh sebab itu personal branding erat kaitannya dengan pencitraan diri (Restusari & Farida, 2019)

Sebagai upaya pencitraan diri, pada dasarnya individu juga melakukan penilaian terhadap dirinya sendiri. Adakalanya penilaian antara individu satu dengan yang lainnya itu berbeda, baik yang menilai maupun yang dinilai mempunyai perspektif yang berbeda. Personal branding disini digunakan sebagai upaya untuk menilai diri sendiri. Dan dijelaskan juga terkait personal branding adalah bagaimana menentukan persepsi orang lain, jadi kita dapat membuat orang lain menilai diri kita itu seperti apa. Dan penilaian ini dapat terjadi secara alami maupun kebiasaan, atau secara mudah dipahami tentang personal branding yaitu apa yang orang lain katakan tentang kita. Personal Branding dapat pula diartikan sebagai upaya individu dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang (Haroen, Dewi, 2014).

Narasumber menekankan bahwasanya personal branding itu sangat penting untuk penyandang disabilitas, sebagai upaya dalam membangun kepercayaan diri, potensi diri dan penghargaan terhadap diri meskipun secara praktiknya cukup sulit. Salah satu upaya yang dapat memaksimalkan personal branding melalui media social. Berdasarkan data yang diperoleh rata-rata penyandang disabilitas memiliki media social. Hal tersebut membuktikan bahwa secara tidak disadari penyandang disabilitas melakukan personal branding. Melalui foto dan gambar yang diupload di media social mereka mencoba untuk mencitrakan dirinya. Senada dengan temuan tersebut media social menjadi alternative bagi penyandang disabilitas untuk berkomunikasi dengan masyarakat luas sebagai upaya penerimaan social (Ladipa & Aristi, 2019) Dengan cara pengabdian ini adalah salah satu usaha untuk menguatkan citra diri sebagai bentuk sosial dalam kehidupan bermasyarakat.



Gambar 1. Penyampaian Materi Pertama Pengabdian Kepada Masyarakat

Materi kedua disampaikan oleh Dr. Ernawati, S.Psi.,M.Si. (Dosen Program Studi Bimbingan Konseling Islam Universitas Raden Mas Said Surakarta) materi yang disampaikan adalah tentang “Bersyukur: Mari Belajar Bahagia” materi kedua diawali dengan pertanyaan tentang kebahagiaan, kemudian di lanjutkan dengan ketika kita berpikir positif maka energi-energi kebahagiaan akan keluar. Dari pertanyaan tersebut antusiasme peserta menjadi terguah.

Dengan bersyukur, kita akan mendapatkan sesuatu dengan berlipat ganda. Pemahaman rasa syukur ini harus kita optimalkan sebagai bentuk kekuatan kita. Secara harfiah mungkin kita kurang, namun ada hal-hal positif lain yang dapat kita pakai untuk menunjukkan kelebihan kita. Penekanan penting dari materi yang disampaikan adalah bagaimana kita membangun citra diri kita sebagai bentuk rasa syukur kita sebagai makhluk ciptaan Tuhan salah satunya adalah dengan cara menghargai diri kita, menilai diri kita, memaksimalkan potensi kita dan sebagainya.



Gambar 2. Penyampaian Materi Kedua oleh Dr. Ernawati, S.Psi. M.Si. Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan selanjutnya yaitu bagaimana peserta dilatih untuk dapat menerima diri sehingga kedepanya dapat menghargai diri terutama penyandang disabilitas. Pertama, peserta diminta untuk memejamkan mata kemudia Narasumber memberikan motivasi-motivasi melalui lisan, dan beberapa kali peserta diminta untuk melakukan kegiatan sesuai dengan perintah dari pemateri/narasumber seperti latihan tarik nafas, latihan menggerakkan tangan sesuai dengan arahan, berkata positif untuk diri, berlatih bersyukur dan berlatih menerima diri.



Gambar 3. Latihan Relaksasi Sebagai Bentuk Penghargaan Diri

Selanjutnya kegiatan yang dilakukan adalah diskusi dan tanya jawab mengenai materi yang telah disampaikan dan berkaitan dengan Pembinaan personal branding dalam meningkatkan self esteem penyandang disabilitas forum komunikasi disabilitas Kudus.



Gambar 4. Proses Tanya jawab dan diskusi

Kegiatan selanjutnya adalah pengakhiran/penutup yang didalamnya ada penjelasan mengenai pengisian post test yang dibantu oleh relawan dari mahasiswa. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, peserta diminta untuk mengisi kembali soal dan pertanyaan yang sama dari pre test, dan jawabanya sangat memuaskan dibandingkan pre test. Hal ini memberika gambaran bahwa kegiatan pembinaan personal branding ini memberikan efek positif dan signifikan terhadap pemahaman peserta atas materi dan kegiatan yang dilakukan. Pertanyaan-pertanyaan diakhir pertemuan juga diberikan terkait bagaimana perasaan dari peserta setelah mengikuti kegiatan ini, dan rata-rata menjawab dengan rasa bahagia.



Gambar 5. Kegiatan penutup yang diisi dengan pengisian post test dan foto bersama

Kegiatan terakhir pada sesi ini adalah refleksi, hal ini dimaksudkan supaya peserta dapat menyepakati rencana tindak lanjut (RTL) yang akan dilakukan oleh peserta sebagai bentuk penguatan materi. Hal itu dilakukan untuk menyediakan ruang bagi peserta yang ingin konsultasi dan penguatan secara personal dari materi yang telah disampaikan. Pada tahapan refleksi ini, antara fasilitator dan peserta bersepakat menggunakan media grup whatsapp untuk komunikasi lanjutan terkait kegiatan lanjutan apa yang akan dilakukan dari materi personal branding dan self esteem ini.

SIMPULAN

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan Pembinaan personal branding dalam meningkatkan self esteem bagi penyandang disabilitas di Forum Komunikasi Disabilitas Kudus dapat disimpulkan bahwa; pemahaman peserta pengabdian cukup signifikan dari sebelum disampaikan materi dan setelah disampaikan materi. Perubahan pemahaman yang paling menonjol adalah pemahaman tentang self esteem dan aspek aspek yang berhubungan dengan penghargaan diri. Pada saat dilakukan pre test, peserta hanya mampu menjawab dengan paham berkisar 20%, setelah dilakukan post test naik secara signifikan menjadi 70%, hal ini menandakan antusiasisme peserta memhami tentang self esteem sangat baik. Kegiatan pembinaan ini berdampak positif bagi peserta, terutama pada pemahaman peserta terhadap personal branding dan self esteem. Penyandang disabilitas atau peserta pengabdian perlu disediakan wadah ekspresi agar dapat mengekspresikan kemampuan dari sisi personal branding dan pemahaman yang holistik tentang self esteem..

Bagi penelitian lanjut disarankan untuk mengembangkan pemberian treatment atau modul yang mampu melibatkan penyandang disabilitas untuk menerima kondisinya dan berkembang sesuai dengan tugas perkembangan penyandang disabilitas

DAFTAR PUSTAKA

- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. Freeman and Company.
- Haroen, Dewi, dkk. (2014). *Personal branding : kunci kesuksesan anda berkiprah di dunia politik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ladipa, C., & Aristi, N. (2019). Motif Penggunaan Media Sosial Bagi Penyandang Disabilitas Netra (Studi Kasus Mengenai Motif Penggunaan Facebook Bagi Penyandang Disabilitas Netra Pada Terapis Pijat). *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 197–209.
- Lestari, R., & Fajar, M. (2020). Social support and self-esteem in people with physical disabilities. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(2), 207–217.
- Murwaningsih, S. (2019). Penerimaan Masyarakat Kepada Penyandang Cacat (Studi Desa Inklusi Peduli Dengan Kelompok Rentan di Desa Sidorejo, Kecamatan Lendah, Kabupaten Kulon Progo, DIY). ... *Studi Pembangunan Sosial*, 1(1), 110. <http://repo.apmd.ac.id/726/>
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). Instagram Sebagai Alat Personal Branding Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane). *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 176–186.
- Tarsidi, D. (2011). Kendala Umum yang dihadapi Penyandang Disabilitas dalam Mengakses Layanan Publik. *JASSI Anakku*, 10(2), 201–205.
- Umam, M. M., & Arifin, R. (2020). Aksesabilitas Kaum Difabel Dalam Perlindungan Hukumnya Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia. *Pena Justisia: Media Komunikasi Dan Kajian Hukum*, 18(1), 46–54. <https://doi.org/10.31941/pj.v18i1.1089>