

PENINGKATAN KAPASITAS *PERSONAL BRANDING* DI ERA DIGITAL BAGI SISWA KELAS XI SMA PASUNDAN 1 BANDUNG

Rahmi Aini¹, Trias Pyrenia Iskandar²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan Bandung
e-mail: rahmiaini26@gmail.com

Abstrak

Komunikasi menjadi penting karena merupakan bagian fundamental dalam setiap kehidupan bermasyarakat. Komunikasi pun menjadi kunci utama dalam kesuksesan dalam segala bidang di kehidupan manusia. Dengan demikian, maka menjadi penting bagi siswa untuk memahami tentang komunikasi, khususnya dalam interaktivitas di dunia maya dalam era digital seperti saat ini. Salah satu yang bisa dilakukan adalah dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai bagaimana mempresentasikan diri saat beraktivitas di dunia maya, atau bagaimana menciptakan *personal branding* yang baik sehingga siswa menjadi lebih berhati-hati menampilkan dirinya di dunia maya. SMA Pasundan 1 Kota Bandung merupakan salah satu lembaga pendidikan terkemuka di Jawa Barat yang memiliki potensi untuk terus dikembangkan, namun masih dihadapkan pada permasalahan prioritas meliputi : 1) Minimnya kemampuan *personal branding* pada era digital. 2) Belum mampu melakukan komunikasi efektif. 3) Minimnya pengetahuan mengenai jati diri. Solusi yang ditetapkan yaitu sebagai berikut : 1) peningkatan pengetahuan dan kemampuan mengenai *personal branding* di era digital. 2) peningkatan dalam melakukan komunikasi efektif. 3) peningkatan pengetahuan mengenai jati diri masing-masing siswa. Metode pendekatan yang digunakan untuk mencapai Target Luasan Solusi, yaitu; Pelatihan dan Simulasi. Selain itu ditetapkan Langkah – Langkah solusi untuk mencapai target solusi yang ditetapkan, Tim Pengusul terdiri dari 2 kepakaran dan melibatkan dua mahasiswa. Hasil yang dicapai peningkatan keberdayaan mitra dengan luaran: Meningkatnya Pengetahuan dan Kemampuan *Personal Branding* di Era Digital, Meningkatnya Kemampuan Komunikasi yang Efektif dan Memahami Jati Diri. Target luaran dari kegiatan PKM ini akan dipublikasikan di Jurnal Nasional SINTA 5 dan media massa *online* Tugu Bandung.

Kata Kunci: Personal Branding, Siswa SMA, Era Digital

Abstract

Communication is important because it is a fundamental part of every social life. Communication is also the main key to success in all areas of human life. Thus, it is important for students to understand communication, especially in interactivity in cyberspace in the digital era like today. One of the things that can be done is to provide knowledge and understanding on how to present themselves when doing activities in cyberspace, or how to create good branding questions so that students become more careful about presenting themselves in cyberspace. Pasundan 1 Senior High School Bandung is one of the leading educational institutions in West Java that has the potential to continue to be developed, but is still faced with priority problems including : 1) Lack of personal branding skills in the digital era. 2) Not able to communicate effectively. 3) Lack of knowledge about identity. The solutions set are as follows : 1) Increasing Knowledge and Ability Regarding Personal Branding in the Digital Era. 2) Improvement in Effective Communication. 3) increasing knowledge about the identity of each student. The approach methods used to achieve the Solution Area Target are; Training and Simulation. In addition, the Solution Steps were determined to achieve the set solution targets, the Proposing Team consisted of 2 specialties and involved two students. Results achieved by increasing partner empowerment with output: Increasing Personal Branding Knowledge and Ability in the Digital Era, Improving Effective Communication Skills and Understanding Identity. The output target of this PKM activity will be published in the National Journal SINTA 5 and the online mass media Tugu Bandung.

Keywords: Personal Branding, High School Students, Digital Era

PENDAHULUAN

Komunikasi menjadi penting karena merupakan bagian fundamental dalam setiap kehidupan bermasyarakat. Guna mempersiapkan generasi muda, dalam hal ini adalah para siswa, maka penting bagi mereka untuk memahami dan mempelajari tentang komunikasi dalam berbagai hal dan bentuk.

Komunikasi juga menjadi kunci utama dalam kesuksesan dalam segala bidang di kehidupan manusia, maka menjadi penting bagi siswa untuk memahami tentang komunikasi, khususnya dalam interaktivitas di dunia maya dalam era digital seperti saat ini. Hal tersebut menjadi penting mengingat saat ini remaja usia sekolah merupakan khalayak yang aktif menggunakan Internet di dalam keseharian mereka, atau yang biasa disebut sebagai *native generation of netizen*.

Kemampuan berkomunikasi menjadi hal yang prinsipil dan cukup fundamental bagi makhluk sosial dalam berinteraksi dengan lingkungan di luar dirinya. Komunikasi sendiri mempunyai banyak sekali tujuan dan maksud setiap individu, baik untuk menunjukkan eksistensi diri, untuk memberikan informasi maupun dalam rangka untuk mempengaruhi seseorang agar mengikuti pesan komunikasi yang disampaikan. Bagi siswa sangat wajar jika saat ini masih sering merasa gugup dan panik ketika diminta untuk maju ke depan, baik itu untuk presentasi, maupun berpidato.

Komunikasi efektif merupakan komunikasi yang mampu untuk menghasilkan perubahan sikap pada orang yang terlihat dalam komunikasi. Tujuan komunikasi efektif yaitu untuk memberi kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara pemberi dan penerima sehingga bahasa lebih jelas, lengkap, pengiriman dan umpan balik seimbang, dan melatih menggunakan bahasa non-verbal secara baik. Stewart L. Tubs dan Sylvia Moss (1974) dalam Rakhmat (2001:13) menyatakan bahwa komunikasi yang efektif paling tidak menimbulkan 5 (lima) hal, yaitu pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik, dan tindakan.

Personal branding dapat dikatakan sebagai sebuah konsep pemasaran yang mempunyai korelasi positif terhadap berbagai strategi untuk mempromosikan dirinya. *Personal branding* merupakan proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang, diantaranya yaitu kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai, dan bagaimana semua itu menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran (Haroen, 2014; 13). *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*". (Mobray, 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.*" (Vandehey, 2008).

Setiap fase usia memiliki karakteristik khusus yang membedakan dari fase pertumbuhan lainnya, kelas XI SMA termasuk pada fase remaja yang mana mereka sebentar lagi akan memasuki masa baru dalam kehidupannya, baik itu dalam dunia perkuliahan maupun di dunia kerja. Pada fase ini terjadi ketidakseimbangan emosional dan ketidakstabilan dalam banyak hal. Pada masa ini remaja sedang mencari identitas diri, status tidak jelas, pola hubungan sosial mulai berubah serta kemandirian dan identitas sangat menonjol.

Salah satu hal yang menjadi kendala di setiap diri siswa yaitu dalam menentukan jati dirinya. Timbulnya pertanyaan "Siapa saya sebenarnya?", "Saya ini arahnya mau kemana?", "Akan jadi apa saya kedepannya?". Menjadikan tenaga didik perlu mengarahkan setiap siswa untuk dapat memahami dirinya sendiri dengan cara mengetahui *personal branding* dari masing-masing siswa tersebut.

Peningkatan kapasitas *personal branding* di era digital bagi siswa kelas XI merupakan hal yang penting bagi para siswa karena masih banyak siswa yang belum mengetahui jati dirinya, arah serta tujuan yang akan dicapai setelah mereka lulus SMA. Padahal *personal branding* di era digital merupakan hal yang penting serta berguna tidak hanya untuk di dunia pekerjaan tetapi juga dalam dunia pendidikan agar siswa dapat lebih mengeksplor kemampuan dan menentukan bagaimana publik akan mengenalnya.

Personal branding dapat membentuk jati diri yang khas pada setiap individu, hal ini menjadi penting karena dapat menunjukkan potensi diri dan 'nilai jual' dikemudian hari. *Personal branding* melibatkan *skill*, kepribadian dan karakter yang dibungkus sebagai identitas diri seseorang.

Mengingat pada saat ini merupakan era digital, para siswa dituntut untuk bisa mengikuti perkembangan zaman. Siswa kelas XI merupakan khalayak yang aktif menggunakan internet dalam keseharian mereka. Salah satu yang bisa dilakukan adalah dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai bagaimana cara mempresentasikan diri saat beraktivitas di dunia maya, memiliki *personal branding* yang kuat tampaknya menjadi aset yang sangat penting baik secara *online/virtual*. Hal ini menjadi semakin penting dan merupakan kunci sukses individu.

a. Permasalahan Mitra

Permasalahan prioritas yang terjadi pada siswa/siswi kelas XI SMA Pasundan 1 Kota Bandung menunjukkan minimnya pemahaman mengenai *personal branding* di era digital, belum mampu melakukan komunikasi efektif, dan minimnya pengetahuan mengenai jati diri. Dengan demikian yang menjadi target sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah para siswa/siswa kelas XI SMA Pasundan 1 Kota Bandung yang membutuhkan pemahaman mengenai peningkatan kapasitas *personal branding* di era digital untuk dapat menentukan masa depan para siswa.

METODE

Metode yang digunakan ada 2 yaitu:

1) Pelatihan

Metode pelatihan, ditujukan untuk mentrasfer Ilmu pengetahuan dan teknologi (Ipteks) dalam mengatasi permasalahan melalui peningkatan wawasan, pemahaman bagi mitra. Adapun metode pendekatan ini ditetapkan oleh tim untuk mengatasi permasalahan, dan solusi mencapai target luaran yang telah ditetapkan yaitu 1) peningkatan pengetahuan mengenai jati diri masing-masing siswa. 2) peningkatan dalam melakukan komunikasi efektif. 3) peningkatan pengetahuan dan kemampuan mengenai *personal branding* di era digital.

2) Simulasi

Tim pelaksana melakukan Simulasi permainan dimana peserta yaitu siswa/siswi kelas XI SMA Pasundan 1 Bandung diharuskan tampil di depan dan menjelaskan bagaimana cara mereka *branding* diri mereka dan juga para peserta diharuskan bisa melakukan komunikasi yang efektif dengan lawan bicara mengenai topik-topik tertentu yang sudah disiapkan oleh tim.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan langkah – langkah pelaksanaan PKM, Peningkatan Kapasitas *Personal Branding* di Era Digital bagi Siswa Kelas XI SMA Pasundan 1 Bandung didapatkan hasil yang telah tercapai sebagai berikut :

- 1) Hasil dari kegiatan Tahap 1 : Meningkatnya Pengetahuan dan Skill mengenali jati diri
 - a. Meningkatnya pemahaman siswa terhadap kekuatan yang dimiliki.
 - b. Mengetahui cara untuk mengoptimalkan dan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki bagi pengembangan dirinya.
 - c. Meningkatnya kesadaran dalam mengenali, dan menerima diri untuk menguatkan potensi yang dimiliki di masa depan.
 - d. Meningkatkan kemampuan dalam mengambil keputusan yang tepat untuk dirinya.
- 2) Hasil dari kegiatan Tahap 2 : Meningkatnya Pengetahuan mitra mengenai Komunikasi yang Efektif
 - a. Meningkatnya kemampuan untuk mengungkapkan kata-kata ketika berkomunikasi
 - b. Meningkatnya kemampuan berbicara dengan jelas ketika berkomunikasi
 - c. Meningkatnya kepercayaan diri ketika berkomunikasi
- 3) Hasil dari kegiatan Tahap 3: Meningkatnya Pengetahuan mengenai *Personal Branding*
 - a. Meningkatnya pemahaman dan kemampuan mempresentasikan diri saat beraktivitas di dunia maya
 - b. Mampu menampilkan ciri khas dan keunikan yang dimilikinya
 - c. Meningkatkan kepercayaan diri dalam melakukan *personal branding* di media sosial

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan program kepakaran, bidang pengabdian kepada masyarakat di SMA 1 Pasundan Bandung telah dilaksanakan agar siswa kelas XI lebih terampil dalam melakukan *personal branding* di Era Digital. Adapun beberapa dampak dari pelaksanaan PkM ini dapat kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Meningkatnya kemampuan Mitra dalam mengenali jati diri
- 2) Meningkatnya Pengetahuan Mitra mengenai komunikasi Efektif.
- 3) Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan Mitra mengenai *Personal Branding* di Era Digital

Untuk pengembangan kapasitas *personal branding* pada siswa dibutuhkan program berkelanjutan, untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan *personal branding* siswa di Era Digital, dan dibutuhkan peran serta pihak sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Hurlock. 1998. *Perkembangan Anak* Jilid I. Erlangga
- Kausar, M. , Nurdin., A. S. A. Rizki., Atiah., R. R. Darniarti. 2022. Penerapan Personal Branding pada Siswa SMA 5 Terbuka Cinangka Depok Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi* 2 (3): 83-87.
- Panduan Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Dosen Yang Melibatkan Mahasiswa Edisi I Fisip Unpas 2021)
- Setyanto, Y., S. Winduwati. 2016. Pentingnya Kemampuan Personal Branding di Era Digital. *Seminar Nasional Hasil Penerapan Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat III*
- Siahaan, C., S. Sasongko., E. A. Tribuana., R. Yosia., A. Nerissa. 2021. Getting To Know Personal Branding. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5 (2): 30-39.
- Suprpto, H. A. 2017. Pengaruh Komunikasi Efektif untuk Meningkatkan Hasil Belajar Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Kependidikan* XI (1): 13-24.
- Syaifudin, A. A., Sutinnarto. 2023. Membangun Personal Branding dan Kemampuan Public Speaking untuk Pengembangan Karir Masa Depan Pemuda. *Abdi Makarti* 2 (2): 127-135.