

Strategi Membangun Reputasi Untuk Sukses Karier Dengan Personal Branding di SMKN 1 Cikarang Utara

Inna Nisawati Mardiani¹, N Ika Aprilia², Vina Pratiwi³, Imelda Qorina⁴, Dhea Fatmasari⁵, Jaka Samudra⁶

^{1,2,3,4,5,6} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: N Ika Aprilia

E-mail: aprilliaika082@gmail.com

Abstrak

Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif kepada siswa SMKN 1 Cikarang Utara tentang pentingnya personal branding dalam membangun reputasi yang kuat untuk kesuksesan karier. Personal branding merupakan upaya strategis untuk membentuk dan memproyeksikan citra diri yang positif dan profesional dalam dunia kerja. Melalui kegiatan ini, siswa diharapkan mampu mengenali dan mengembangkan nilai-nilai unik serta keahlian yang dimiliki, yang kemudian dikomunikasikan secara efektif kepada khalayak luas. Materi sosialisasi mencakup definisi dan konsep dasar personal branding, Langkah-langkah praktis dalam membangun brand pribadi, serta strategi penggunaan media social dan jaringan profesional untuk memperkuat reputasi. Selain itu, disampaikan juga pentingnya konsistensi dan autentisitas dalam setiap Tindakan yang dilakukan guna menjaga integritas dan kepercayaan dari berbagai pihak yang berinteraksi. Dengan mengikuti sosialisasi ini, siswa diharapkan dapat mempersiapkan diri lebih baik dalam menghadapi persaingan di dunia kerja, memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi, dan mampu membangun karier yang sukses melalui pencitraan diri yang positif dan profesional.

Kata kunci - Personal Branding, Reputasi, Karier, SMKN 1 Cikarang Utara, Media Sosial, Profesionalisme

Abstract

This socialization aims to provide a comprehensive understanding to students of SMKN 1 Cikarang Utara about the importance of personal branding in building a strong reputation for career success. Personal branding is a strategic effort to form and project a positive and professional self-image in the world of work. Through this activity, students are expected to be able to recognize and develop their unique values and skills, which can then be communicated effectively to a wide audience. The socialization material includes definitions and basic concepts of personal branding, practical steps in building a personal brand, as well as strategies for using social media and professional networks to strengthen reputation. Apart from that, it was also conveyed the importance of consistency and authenticity in every action taken to maintain the integrity and trust of the various interacting parties. By participating in this socialization, students are expected to be able to prepare themselves better to face competition in the world of work, have higher self-confidence, and be able to build a successful career through a positive and professional self-image.

Keywords - Personal Branding, Reputation, Career, SMKN 1 Cikarang Utara, Social Media, Professionalism

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan digitalisasi, persaingan di dunia kerja semakin kompetitif. Lulusan Pendidikan seperti siswa SMK, tidak hanya dituntut memiliki keterampilan teknis yang unggul, tetapi juga kemampuan untuk memasarkan diri mereka secara efektif. Salah satu pendekatan strategis yang dapat membantu mereka mencapai keberhasilan adalah melalui personal branding. Personal branding merupakan proses membangun dan mengelola citra diri yang unik dan konsisten, dengan tujuan menciptakan kesan positif dan profesional di mata orang lain. Konsep ini semakin penting dalam konteks karier, karena membantu individu untuk menonjol di antara kompetitor, membangun reputasi yang solid, dan memperluas jaringan profesional.

SMKN 1 Cikarang Utara, sebagai Lembaga Pendidikan yang berfokus pada pengembangan keterampilan praktis, memiliki peran penting dalam mempersiapkan siswanya untuk menghadapi dunia kerja. Namun, meskipun kompetensi teknis sangat penting, kemampuan siswa untuk membangun dan mengelola citra diri mereka juga menjadi faktor krusial dalam meraih kesuksesan karier. Sosialisasi mengenai strategi membangun reputasi melalui personal branding ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan panduan praktis kepada siswa SMKN 1 Cikarang Utara. Dalam membangun brand pribadi, serta cara efektif menggunakan media social dan jaringan profesional untuk memperkuat reputasi mereka.

Dengan pemahaman dan keterampilan yang diperoleh dari sosialisasi ini, diharapkan siswa dapat lebih siap dan percaya diri dalam memasuki dunia kerja. Mereka akan mampu menonjolkan keunikan dan keahlian mereka, serta membangun reputasi yang kuat dan positif, yang pada akhirnya akan meningkatkan peluang mereka untuk sukses dalam karier. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mempersiapkan siswa SMKN 1 Cikarang Utara untuk menjadi profesional yang kompeten dan memiliki daya saing tinggi di dunia kerja.

METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di SMKN 1 Cikarang Utara. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini terdiri dari beberapa tahap :

1. Observasi langsung

Sebelum kegiatan ini dilakukan diawali dengan persiapan dan observasi, tujuannya adalah untuk menentukan kelas sebagai sasaran sosialisasi serta memperoleh izin pelaksanaan kegiatan. Kami melakukan Langkah ini sebelum sosialisasi berlangsung dengan memberikan instrument (pre-test).

2. Menyelenggarakan presentasi

Memberikan pemahaman dan materi-materi yang berkaitan dengan Personal Branding, dan selanjutnya diberikan waktu untuk tanya jawab. Siswa diajak untuk berpartisipasi dalam diskusi dan studi kasus untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep-konsep personal branding.

3. Evaluasi

Tahap ini dilakukan pembagian kuisioner kepada siswa. Pembagian kuisioner post-test ini digunakan untuk mengukur seberapa efektif dalam menyampaikan materi dan mencapai tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 26 April 2024. Kegiatan dilakukan secara langsung di SMKN 1 Cikarang Utara. Kegiatan dilaksanakan dalam satu hari, dengan pemberian materi melalui presentasi yang disampaikan oleh pemateri. Materi disampaikan melalui presentasi yang ditayangkan menggunakan proyektor oleh para pemateri. Narasumber yang berasal dari program studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa, yaitu Vina Pratiwi, Dhea Fatmasari, N Ika Aprilia, dan Imelda Qorina, menjelaskan mengenai personal branding.



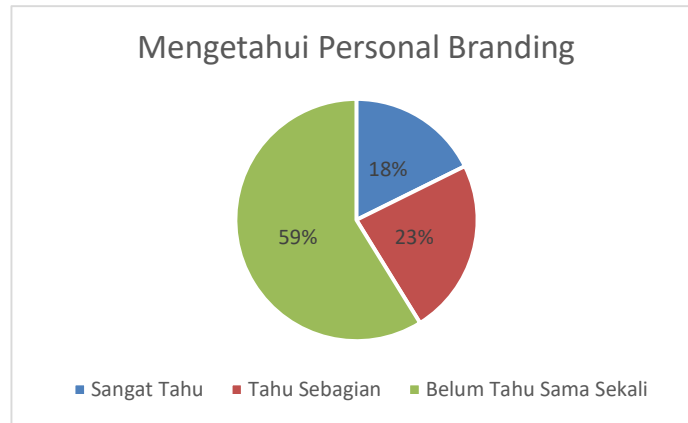
Gambar 1.
Proses Pemaparan Materi Terkait Personal Branding

Pemaparan materi dan tanya jawab yang dilakukan selama kegiatan berlangsung dengan lancar dan baik. Setelah sosialisasi dilakukan, angket kuesioner disebar untuk evaluasi oleh tim pengabdian. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur pemahaman siswa terhadap kegiatan tersebut. Melalui evaluasi ini diharapkan dapat diketahui apakah kegiatan tersebut memberikan dampak positif yang memadai bagi siswa.

Tabel 1.
Kuisisioner Post Test

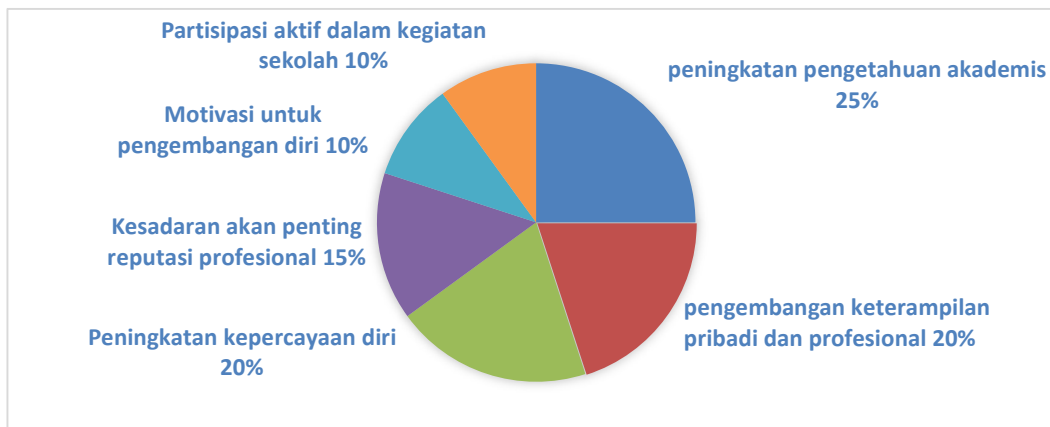
Pertanyaan	Jawaban benar %
Apa itu personal branding?	
Personal branding penting dalam karier?	
Strategi utama dalam personal branding?	
Manfaat penguasaan media sosial dalam personal branding?	
Networking dalam konteks personal branding?	
Langkah-langkah apa yang diperlukan untuk membangun reputasi yang kuat melalui personal branding?	

Sosisalisasi ditunjukkan kepada siswa untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang strategi membangun reputasi untuk kesuksesan karier melalui personal branding. Sosialisasi yang dilakukan terhadap 28 orang siswa menghasilkan beberapa pencapaian yang signifikan. Berikut ini adalah hasil-hasil utama dari kegiatan tersebut:



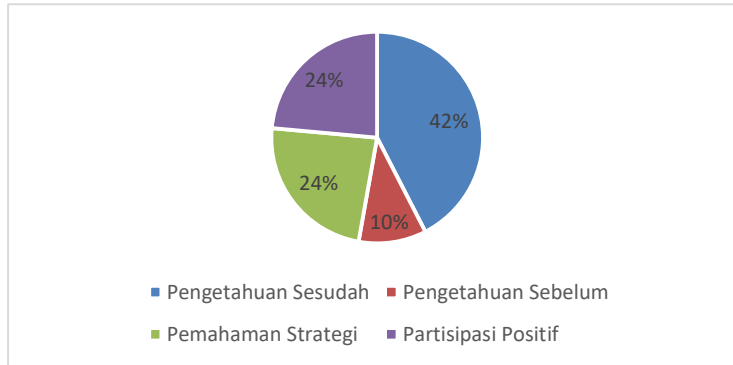
Gambar 1.
Jumlah Siswa Mengetahui Personal Branding

Gambar 1 Diagram pie ini disusun berdasarkan hasil survei terhadap 28 siswa untuk mengevaluasi sejauh mana mereka memahami konsep personal branding. Diagram ini terbagi menjadi tiga sector utama sesuai dengan temuan dari survei tersebut. Dalam diagram pie, sekitar 18% dari total siswa sudah memiliki personal branding. Mayoritas siswa, sekitar 23%, memiliki pengetahuan dasar atau Sebagian tentang personal branding, sedangkan sekitar 59% siswa belum memahami konsep tersebut dan mungkin memerlukan penjelasan lebih lanjut.



Gambar 2.
Potensi Manfaat Personal Branding

Gambar 2 terlihat bahwa personal branding memiliki potensi manfaat dari enam factor, di antaranya siswa dapat mengalami peningkatan pengetahuan akademis (25%): Tujuan utama sosialisasi adalah meningkatkan pengetahuan akademis siswa tentang personal branding. Pengembangan keterampilan pribadi dan profesional (20%): sosialisasi ini juga bertujuan untuk mengasah keterampilan pribadi dan profesional siswa, termasuk kemampuan berkomunikasi dan berpikir kritis. Peningkatan kepercayaan diri (20%): dengan pemahaman yang lebih besar dalam menghadapi karier. Kesadaran akan pentingnya reputasi profesional untuk keberhasilan karier. Motivasi untuk pengembangan diri (10%): kegiatan ini juga memotivasi siswa untuk terus mengembangkan diri dan mencari peluang pembelajaran lebih lanjut. Partisipasi aktif dalam kegiatan sekolah (10%): sosialisasi ini mendorong siswa untuk lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan sekolah dan organisasi.

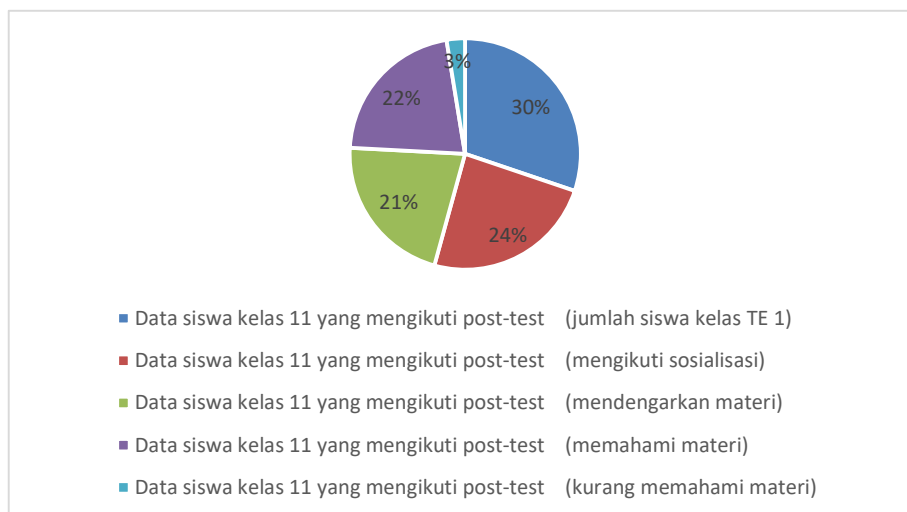


Gambar 3.
Hasil PostTest

Gambar 3 Sosialisasi mengenai personal branding telah memberikan dampak signifikan terhadap pengetahuan dari partisipasi siswa. Sebelumnya, hanya sekitar 10.5% siswa yang memiliki pemahaman dasar tentang personal branding. Namun, setelah sosialisasi, angka ini meningkat menjadi 42.8%, menunjukkan peningkatan yang mencolok dalam pemahaman mereka.

Partisipasi siswa dalam kegiatan ini juga menunjukkan tingkat antusiasme yang tinggi, dengan total 28 siswa yang hadir. Sekitar 24.6% dari mereka memberikan umpan balik positif terhadap kegiatan tersebut, menandakan bahwa materi yang disampaikan dan cara penyampaian digunakan berhasil menarik minat siswa.

Sebanyak 24.1% siswa menunjukkan pemahaman yang baik tentang strategi personal branding setelah mengikuti sosialisasi ini. Mereka dapat mengidentifikasi cara-cara untuk membangun dan memelihara citra diri yang positif, serta memahami pentingnya personal branding dalam mendukung kemajuan karier mereka di masa depan. Secara keseluruhan, sosialisasi ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan siswa tetapi juga mendorong partisipasi aktif serta pemahaman yang mendalam tentang relevansi personal branding



Gambar 4.
Partisipasi Siswa

Gambar 4 Dari data ini dapat disimpulkan bahwa sosialisasi tersebut secara umum efektif, dengan sebagian besar siswa yang mengikuti dapat mendengarkan dan memahami materi yang disampaikan. Tingkat partisipasi yang tinggi menunjukkan minat yang baik dari siswa terhadap kegiatan tersebut. Meskipun ada beberapa siswa yang mengalami kesulitan, jumlahnya relatif kecil dibandingkan dengan jumlah total yang mengikuti sosialisasi.

Hasil menunjukkan pemahaman yang baik terhadap konsep personal branding untuk siswa SMKN 1 Cikarang utara. Dengan Sebagian besar pertanyaan memiliki tingkat jawaban benar diatas 80%, ini menunjukkan bahwa sosialisasi efektif dalam meningkatkan pengetahuan siswa tentang personal branding. Tingginya presentase jawaban benar dalam aspek-aspek penting menunjukkan bahwa materi yang disampaikan relevan bagi masa depan professional mereka.

Dengan mayoritas siswa memahami manfaat personal branding dalam karier mereka, ini menunjukkan bahwa sosialisasi ini tidak hanya informatif tetapi juga relevan bagi masa depan professional mereka.

KESIMPULAN

Sosialisasi mengenai strategi membangun reputasi untuk sukses karier dengan personal branding di SMKN 1 Cikarang Utara pada 26 April 2024, dapat disimpulkan bahwa personal branding memiliki potensi manfaat yang beragam bagi siswa. Berdasarkan kuesioner post-test dengan partisipasi 28 siswa, mayoritas menunjukkan pemahaman yang kuat terhadap konsep-konsep personal branding dengan tingkat jawaban benar mencapai 90% hingga 100%. Metode penyampaian yang interaktif efektif meningkatkan pengetahuan siswa. Sosialisasi ini berhasil meningkatkan pemahaman akademis siswa mengenai personal branding, mengembangkan keterampilan pribadi dan professional mereka, serta meningkatkan rasa percaya diri dalam menghadapi tantangan karier. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan kesadaran siswa akan pentingnya menjaga reputasi professional, mendorong mereka untuk terus berkembang, dan mempromosikan partisipasi aktif dalam kegiatan sekolah dan organisasi. Dengan demikian, sosialisasi ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempersiapkan siswa untuk mencapai kesuksesan di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan rasa syukur yang mendalam, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah turut serta dalam kegiatan sosialisasi mengenai strategi membangun reputasi untuk mencapai sukses karier melalui personal branding di SMKN 1 Cikarang Utara. Kami sangat menghargai partisipasi aktif dari seluruh peserta yang luar biasa, karena kehadiran dan kontribusi kalian sangat berperan dalam kesuksesan sosialisasi ini. Kami juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada para guru, panitia penyelenggara, dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelenggarakan acara ini dengan lancar. Kerjasama dan komitmen dari semua pihak sangat berarti bagi kami. Semoga materi yang telah kami sampaikan dapat memberikan manfaat dan motivasi bagi kalian dalam mempersiapkan masa depan karier. Mari kita terus semangat dan berinovasi untuk mencapai kesuksesan melalui personal branding yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20-30.
- Arai, A., Ko, Y. J. and Ross, S. (2014), "Branding athletes: Exploration and conceptualization of athlete brand image", *Sport Management Review*, Vol. 17 No. 2, pp. 97-106.
- Chandra, S., Verma, S., Lim, W. M., Kumar, S., & Donthu, N. (2022). Personalization in personalized marketing: Trends and ways forward. *Psychology & Marketing*, 39(8), 1529-1562.
- Chen, H.M. and Chung, H.M. (2016), "How to Measure Personal Brand of a Business CEO", *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, Vol. 4, pp. 305-324.

- Lestari, R., Anggraini, N., Sudirman, A., Rahayu, I., Pramayanti, D. I., & Situmorang, S. C. D. U. (2021). *The Art Of Branding*. Zahir Publishing.
- Philbrick, J. L. and Cleveland, A. D. (2015), "Personal branding: Building your pathway to professional success", *Medical reference services quarterly*, Vol. 34 No. 2, pp. 181-189.
- Salam, O. D. (2020). Personal branding digital natives di era komunikasi media baru (analisis personal branding di media sosial instagram). *Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)*, 2(1), 19-30.
- Syaifudin, A. A., & Narto, S. (2023). Membangun Personal Branding Dan Kemampuan Public Speaking Untuk Pengembangan Karir Masa Depan Pemuda. *Abdi Makarti*, 2(2), 127-135.
- Wee, L., & Brooks, A. (2010). Personal Branding and the Commodification of Reflexivity. *Cultural Sociology*, 4(1), 45-62. <https://doi.org/10.1177/1749975509356754>