RECORD : Journal of Loyality and Community Development
E-ISSN : 3032-7946, P-ISSN : 3032-7954
Volume 3 No 2 May - August(2026)

Membangun Personal Branding Menuju Dunia Kerja: Pelatihan Penguatan Citra Diri, Komunikasi Profesional, dan Kesiapan Karier bagi Siswa

Khikmah Nurhidayah[1], Rahmat Kurniawan[2], Suherman Larante[3], Jaya Purnama[4], Anita[5], Din Farisah[6]

Akademi Pariwisata Nusantara Tangerang, Indonesia[1,2,3,4,5,6]

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam membangun *personal branding* sebagai bekal memasuki dunia kerja. *Personal branding* menjadi aspek penting dalam pengembangan karier karena membantu individu mengenali potensi diri, menyusun citra profesional, meningkatkan kepercayaan diri, serta menampilkan kompetensi secara lebih terarah di hadapan calon pemberi kerja. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan, diskusi interaktif, refleksi diri, dan pendampingan penyusunan profil diri profesional. Peserta kegiatan adalah siswa yang sedang mempersiapkan diri memasuki dunia kerja. Materi pelatihan mencakup konsep *personal branding*, pengenalan potensi diri, komunikasi profesional, etika kerja, penyusunan identitas diri, serta strategi memanfaatkan media digital secara positif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya membangun citra diri yang konsisten, autentik, dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja. Peserta juga menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti sesi diskusi, praktik penyusunan profil diri, dan refleksi potensi diri. Kegiatan ini berkontribusi dalam memperkuat kesiapan karier siswa, khususnya dalam aspek kepercayaan diri, komunikasi, kesadaran terhadap potensi diri, dan kemampuan menampilkan nilai personal secara profesional.

Kata Kunci: Personal Branding, Kesiapan Kerja, Pengabdian Kepada Masyarakat, Siswa, Komunikasi Profesional

Corresponding Author:
Auliana Farabbanie A
(khikmahkurniawan77@gmail.com)

Received: March 12, 2025
Revised: April 15, 2025
Accepted: May 01, 2026
Published: May 20, 2026

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

1. PENDAHULUAN

Perubahan dunia kerja yang semakin kompetitif menuntut lulusan pendidikan menengah dan pendidikan tinggi untuk tidak hanya memiliki kemampuan akademik, tetapi juga mampu menampilkan identitas profesional, karakter, keterampilan komunikasi, dan keunggulan diri secara meyakinkan. Dalam konteks ini, *personal branding* menjadi salah satu strategi penting untuk membantu individu membangun citra diri yang positif, autentik, dan bernilai di mata lingkungan sosial maupun dunia kerja.

Personal branding dapat dipahami sebagai proses strategis ketika seseorang mengenali, mengelola, dan mengomunikasikan nilai dirinya kepada orang lain untuk mendukung

tujuan karier dan pengembangan profesional. Gorbatov et al. (2018) menjelaskan bahwa *personal branding* merupakan konsep lintas disiplin yang berkaitan erat dengan karier, presentasi diri, reputasi, diferensiasi, dan pemasaran diri. Dengan demikian, *personal branding* bukan sekadar membentuk kesan luar, melainkan proses membangun identitas diri yang selaras antara potensi, perilaku, komunikasi, dan tujuan karier.

Dalam dunia kerja modern, *personal branding* tidak lagi hanya berlaku bagi tokoh publik, pemimpin, atau profesional senior, tetapi juga penting bagi siswa, mahasiswa, dan calon pencari kerja. Individu yang mampu mengenali kelebihan, minat, nilai, dan kompetensinya akan lebih siap menyusun arah karier serta menampilkan diri secara tepat dalam proses seleksi kerja. Khedher (2014) menjelaskan bahwa *personal branding* berkaitan dengan strategi individu dalam memasarkan dirinya di pasar yang kompetitif. Selain itu, Labrecque et al. (2011) menegaskan bahwa perkembangan media digital telah memperluas ruang bagi individu untuk membangun merek pribadi melalui kehadiran daring, interaksi sosial, dan pengelolaan identitas digital.

Kesiapan kerja tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis, tetapi juga oleh kemampuan komunikasi, berpikir kritis, kerja sama, kepemimpinan, profesionalisme, dan literasi teknologi. National Association of Colleges and Employers (NACE, 2024) mendefinisikan *career readiness* sebagai fondasi bagi individu untuk menunjukkan kompetensi inti yang mempersiapkan keberhasilan di tempat kerja dan pengelolaan karier sepanjang hayat. Kompetensi tersebut meliputi *career and self-development*, komunikasi, berpikir kritis, kepemimpinan, profesionalisme, kerja tim, dan teknologi. Sejalan dengan itu, World Economic Forum (2025) menekankan bahwa keterampilan seperti berpikir analitis, kreativitas, ketangguhan, fleksibilitas, literasi teknologi, kepemimpinan, motivasi, dan kesadaran diri semakin penting dalam menghadapi transformasi dunia kerja.

Permasalahan yang sering dihadapi siswa dalam mempersiapkan diri menuju dunia kerja adalah belum optimalnya kemampuan mengenali potensi diri, rendahnya kepercayaan diri dalam menyampaikan keunggulan pribadi, kurangnya pemahaman mengenai etika komunikasi profesional, serta belum terarahnya penggunaan media digital untuk membangun citra diri. Padahal, media digital dapat menjadi sarana penting untuk menampilkan rekam jejak, portofolio, minat, keterampilan, dan prestasi secara positif. Menurut Bridgstock (2009), pengembangan karier lulusan perlu diarahkan tidak hanya pada penguasaan keterampilan kerja, tetapi juga pada kemampuan mengelola identitas profesional dan membangun jejaring karier.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema "Membangun Personal Branding Menuju Dunia Kerja" dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam meningkatkan kesiapan karier peserta didik. Kegiatan ini dirancang tidak hanya sebagai penyampaian materi, tetapi juga sebagai proses pemberdayaan yang mendorong peserta untuk mengenali diri, menyusun citra profesional, membangun kepercayaan diri, dan memahami pentingnya komunikasi serta reputasi digital dalam memasuki dunia kerja.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif. Pendekatan ini dipilih karena peserta tidak hanya menerima materi secara satu arah, tetapi juga dilibatkan secara aktif dalam diskusi, tanya jawab, refleksi diri, dan praktik sederhana penyusunan *personal branding*. Pendekatan partisipatif relevan digunakan dalam kegiatan pemberdayaan karena memungkinkan peserta menjadi subjek aktif dalam proses pembelajaran, bukan sekadar penerima informasi.

Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan peserta terkait kesiapan memasuki dunia kerja. Tim pelaksana menyusun materi pelatihan yang disesuaikan dengan karakteristik peserta, terutama siswa yang berada pada fase transisi dari dunia pendidikan menuju dunia kerja.

Materi yang disiapkan meliputi konsep *personal branding*, pengenalan potensi diri, komunikasi profesional, etika kerja, penggunaan media sosial secara positif, dan strategi menampilkan diri dalam proses rekrutmen. Selain itu, tim juga menyiapkan media presentasi, lembar refleksi diri, dokumentasi kegiatan, serta perlengkapan pendukung pelaksanaan pelatihan. Koordinasi dengan pihak mitra dilakukan untuk memastikan waktu, tempat, peserta, dan teknis kegiatan berjalan dengan baik.

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk seminar dan pelatihan interaktif di ruang kelas. Kegiatan diawali dengan pembukaan, sambutan pihak mitra, penyampaian materi utama, diskusi, sesi tanya jawab, refleksi diri, dan dokumentasi bersama.

Materi utama yang disampaikan dalam kegiatan meliputi:

1. pentingnya *personal branding* dalam memasuki dunia kerja;
2. cara mengenali potensi, minat, nilai, dan keunggulan diri;
3. strategi membangun citra diri yang autentik dan positif;
4. komunikasi profesional dalam lingkungan kerja;
5. etika berpakaian, sikap, dan perilaku saat wawancara kerja;
6. pemanfaatan media sosial untuk membangun reputasi digital;
7. penyusunan profil singkat diri sebagai calon tenaga kerja.

Tahap Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi partisipasi peserta, respons peserta selama diskusi, serta refleksi terhadap pemahaman peserta mengenai *personal branding*. Evaluasi juga dilakukan dengan melihat keterlibatan peserta dalam menjawab pertanyaan, mengajukan pendapat, dan menyusun gambaran awal citra diri profesional.

Indikator keberhasilan kegiatan meliputi peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep *personal branding*, meningkatnya keberanian peserta untuk menyampaikan pendapat, kemampuan peserta mengidentifikasi potensi diri, serta adanya motivasi untuk mempersiapkan diri memasuki dunia kerja.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Peningkatan Pemahaman Peserta tentang Personal Branding

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai makna *personal branding* dan relevansinya dengan dunia kerja. Sebelum pelatihan, sebagian peserta memahami *personal branding* hanya sebatas penampilan luar atau popularitas di media sosial. Setelah pelatihan, peserta mulai memahami bahwa *personal branding* mencakup kepribadian, sikap, kompetensi, nilai, etika, komunikasi, dan konsistensi perilaku.

Pemahaman ini penting karena *personal branding* bukan sekadar membangun citra palsu, melainkan proses menemukan dan mengomunikasikan nilai diri secara jujur dan strategis. Gorbatov et al. (2018) menekankan bahwa *personal branding* berkaitan dengan proses pengelolaan diri, diferensiasi, dan presentasi nilai profesional yang dapat mendukung

perkembangan karier. Dengan demikian, peserta perlu diarahkan untuk membangun citra diri yang sesuai dengan potensi, karakter, dan tujuan karier masing-masing.
Dalam konteks siswa yang sedang mempersiapkan diri menuju dunia kerja, pemahaman tentang *personal branding* menjadi modal awal untuk menyusun identitas profesional. Identitas tersebut dapat tercermin dalam cara berbicara, berpakaian, berinteraksi, menulis profil diri, menggunakan media sosial, serta menampilkan prestasi dan pengalaman secara tepat.

Penguatan Kesadaran Diri dan Kepercayaan Diri
Salah satu capaian penting kegiatan ini adalah meningkatnya kesadaran peserta untuk mengenali potensi diri. Melalui sesi refleksi, peserta diarahkan untuk mengidentifikasi kelebihan, minat, pengalaman organisasi, keterampilan, dan nilai pribadi yang dapat menjadi modal dalam memasuki dunia kerja. Proses ini membantu peserta memahami bahwa setiap individu memiliki keunikan yang dapat dikembangkan menjadi nilai profesional.
Kesadaran diri juga berkaitan erat dengan kesiapan kerja. World Economic Forum (2025) menempatkan motivasi dan kesadaran diri sebagai bagian dari keterampilan penting dalam menghadapi perubahan dunia kerja. Dengan memiliki kesadaran diri, peserta dapat lebih percaya diri dalam menyampaikan keunggulan pribadi, menyusun tujuan karier, dan menghadapi proses seleksi kerja.
Kepercayaan diri peserta tampak dalam keterlibatan mereka selama kegiatan berlangsung. Peserta menunjukkan antusiasme dalam mendengarkan materi, merespons pertanyaan narasumber, serta mengikuti sesi diskusi. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelatihan yang dikemas secara interaktif dapat membantu peserta lebih berani mengekspresikan gagasan dan mengenali nilai personal yang dimilikinya.

Penguatan Komunikasi Profesional
Materi komunikasi profesional menjadi bagian penting dalam kegiatan ini. Peserta diberikan pemahaman mengenai cara memperkenalkan diri, menggunakan bahasa yang sopan, menjaga sikap tubuh, mendengarkan secara aktif, serta menyampaikan gagasan dengan jelas. Kemampuan komunikasi merupakan salah satu kompetensi utama dalam kesiapan karier. NACE (2024) menempatkan komunikasi sebagai kompetensi inti yang diperlukan untuk keberhasilan kerja, termasuk kemampuan menyampaikan informasi, mendengarkan, bertanya, dan menyesuaikan komunikasi dengan konteks profesional.
Dalam kegiatan ini, peserta tampak antusias mengikuti diskusi dan merespons pertanyaan dari narasumber. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis interaksi dapat mendorong keberanian peserta untuk berbicara dan menyampaikan pendapat. Kemampuan komunikasi yang baik akan membantu peserta ketika mengikuti wawancara kerja, berinteraksi dengan rekan kerja, membangun jejaring profesional, maupun menghadapi situasi kerja yang menuntut kolaborasi.
Komunikasi profesional juga berkaitan dengan etika, sikap, dan cara menampilkan diri. Oleh karena itu, peserta diarahkan untuk memahami bahwa komunikasi bukan hanya soal berbicara, tetapi juga mencakup bahasa tubuh, kerapian, kesantunan, respons terhadap orang lain, serta kemampuan menyesuaikan diri dengan situasi formal.

Pemanfaatan Media Digital untuk Reputasi Positif
Pelatihan juga menekankan pentingnya menggunakan media digital secara bijak. Peserta diarahkan untuk memahami bahwa jejak digital dapat memengaruhi persepsi orang lain

terhadap diri mereka. Oleh karena itu, media sosial sebaiknya digunakan untuk menampilkan aktivitas positif, prestasi, karya, minat, keterampilan, dan nilai-nilai profesional.

Labrecque et al. (2011) menjelaskan bahwa media digital memberikan ruang bagi individu untuk membangun identitas personal secara lebih luas melalui kehadiran daring. Namun, peluang tersebut harus dikelola secara bijak agar identitas digital yang terbentuk tidak bertentangan dengan citra profesional yang ingin dibangun. Dalam konteks dunia kerja, calon pemberi kerja dapat menilai konsistensi, kepribadian, dan profesionalisme seseorang melalui rekam jejak digitalnya.

Literasi teknologi menjadi salah satu kompetensi penting dalam kesiapan karier. NACE (2024) menempatkan teknologi sebagai bagian dari kompetensi *career readiness*, sedangkan World Economic Forum (2025) menyoroti literasi teknologi sebagai salah satu keterampilan yang semakin penting dalam dunia kerja. Dalam konteks *personal branding*, literasi digital membantu peserta tidak hanya menggunakan teknologi, tetapi juga mengelola reputasi diri secara bertanggung jawab.

Relevansi Kegiatan dengan Kesiapan Dunia Kerja

Kegiatan PKM ini relevan dengan kebutuhan peserta yang sedang berada pada fase transisi menuju dunia kerja. Dunia kerja saat ini menuntut calon tenaga kerja untuk mampu menunjukkan kompetensi teknis sekaligus karakter profesional. Kajian Finch et al. (2013) menunjukkan bahwa employability tidak hanya dipengaruhi oleh prestasi akademik, tetapi juga oleh keterampilan interpersonal, kemampuan komunikasi, pengalaman kerja, dan atribut personal yang relevan dengan kebutuhan pemberi kerja.

Melalui pelatihan ini, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan konseptual, tetapi juga dorongan praktis untuk mulai membangun citra diri sejak dini. *Personal branding* dapat menjadi jembatan antara potensi diri peserta dengan peluang kerja yang ingin diraih. Dengan citra diri yang jelas, peserta akan lebih mudah menyusun CV, menghadapi wawancara, membangun jejaring, dan memilih jalur karier yang sesuai.

Tomlinson (2017) menjelaskan bahwa employability dapat dipahami melalui berbagai bentuk modal lulusan, termasuk modal manusia, modal sosial, modal budaya, modal psikologis, dan modal identitas. Dalam konteks kegiatan ini, *personal branding* berkontribusi terhadap penguatan modal identitas dan modal psikologis peserta karena membantu mereka mengenali siapa dirinya, apa nilai yang dimiliki, dan bagaimana menampilkan diri secara percaya diri di dunia kerja.

Dokumentasi Kegiatan

Dokumentasi kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan dilaksanakan dalam suasana kelas yang komunikatif dan partisipatif. Peserta mengikuti kegiatan dengan antusias, baik pada saat penyampaian materi, sesi diskusi, maupun dokumentasi bersama. Dokumentasi juga memperlihatkan keterlibatan narasumber, pihak mitra, dan peserta dalam mendukung keberhasilan kegiatan PKM.

E-ISSN : 3032-7946, P-ISSN : 3032-7954
Volume 3 No 2 May - August(2026)



Gambar 1. Dokumentasi peserta dan tim pelaksana setelah kegiatan pelatihan personal branding.

Keterangan: Foto bersama menunjukkan partisipasi siswa dan tim pelaksana setelah kegiatan selesai dilaksanakan. Dokumentasi ini memperlihatkan keterlibatan aktif peserta dalam program penguatan kesiapan karier.



Gambar 2. Penyerahan cendera mata kepada pihak mitra kegiatan.

Keterangan: Dokumentasi ini menunjukkan bentuk apresiasi dan kerja sama antara tim pelaksana PKM dengan pihak mitra. Penyerahan cendera mata menjadi simbol kemitraan dalam mendukung pengembangan kapasitas siswa.



Gambar 3. Penyampaian materi oleh narasumber dalam sesi pelatihan.

Keterangan: Narasumber menyampaikan materi mengenai personal branding, komunikasi profesional, etika kerja, dan kesiapan menghadapi dunia kerja kepada peserta.



Gambar 4. Suasana diskusi interaktif antara narasumber dan peserta.

Keterangan: Peserta mengikuti sesi diskusi dengan aktif. Kegiatan ini mendorong keberanian siswa untuk bertanya, menyampaikan pendapat, dan merefleksikan potensi diri.



Gambar 5. Keterlibatan peserta dalam kegiatan kelas dan refleksi diri.

Keterangan: Dokumentasi memperlihatkan peserta berada dalam suasana pembelajaran yang kondusif. Kegiatan ini menjadi bagian dari proses pembentukan kesadaran diri dan kesiapan karier.

Luaran Kegiatan

Luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi:

1. meningkatnya pemahaman peserta mengenai konsep dan manfaat *personal branding*;
2. meningkatnya kesadaran peserta dalam mengenali potensi dan keunggulan diri;
3. meningkatnya motivasi peserta untuk mempersiapkan diri menuju dunia kerja;
4. tersusunnya gambaran awal profil diri profesional peserta;
5. tersedianya dokumentasi kegiatan PKM sebagai bukti pelaksanaan program;
6. meningkatnya hubungan kerja sama antara tim pelaksana dan mitra kegiatan.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor pendukung kegiatan ini adalah antusiasme peserta, dukungan pihak mitra, kesiapan narasumber, serta suasana kegiatan yang komunikatif. Dokumentasi kegiatan menunjukkan adanya keterlibatan aktif peserta dan suasana pelatihan yang kondusif.

Adapun faktor penghambat yang mungkin muncul adalah keterbatasan waktu pelaksanaan, perbedaan tingkat pemahaman peserta, serta belum semua peserta memiliki pengalaman menyusun profil diri atau portofolio. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan berupa pendampingan penyusunan CV, simulasi wawancara kerja, pelatihan *public speaking*, dan pelatihan etika digital sangat disarankan.

Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "Membangun Personal Branding Menuju Dunia Kerja" menunjukkan bahwa pelatihan personal branding memiliki relevansi yang kuat dalam meningkatkan kesiapan karier siswa. Hal ini terlihat dari meningkatnya pemahaman peserta mengenai pentingnya mengenali potensi diri, membangun citra positif, mengembangkan komunikasi profesional, serta memanfaatkan media digital secara bertanggung jawab. Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan konseptual, tetapi juga mendorong peserta untuk mulai merefleksikan keunggulan pribadi yang dapat menjadi modal dalam memasuki dunia kerja.

Secara konseptual, personal branding merupakan proses strategis dalam membangun, mengelola, dan mengomunikasikan identitas diri kepada orang lain. Gorbatov et al. (2018) menjelaskan bahwa personal branding berkaitan dengan pengelolaan reputasi, diferensiasi diri, dan presentasi nilai profesional dalam konteks pengembangan karier. Dalam kegiatan ini, peserta diarahkan untuk memahami bahwa personal branding bukanlah upaya menciptakan citra palsu, melainkan proses mengenali diri secara autentik dan menampilkan potensi secara konsisten. Pemahaman tersebut penting bagi siswa karena mereka berada pada tahap transisi menuju dunia kerja, sehingga membutuhkan bekal untuk memperkenalkan diri secara lebih percaya diri dan profesional.

Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian peserta cenderung memahami personal branding secara sederhana, yaitu sebatas penampilan fisik, gaya berpakaian, atau popularitas di media sosial. Setelah pelatihan, peserta mulai memahami bahwa personal branding mencakup aspek yang lebih luas, seperti karakter, sikap, etika, kemampuan komunikasi, kepercayaan diri, keterampilan, pengalaman, dan konsistensi perilaku. Perubahan pemahaman ini menunjukkan bahwa pelatihan mampu memperluas cara pandang peserta tentang pentingnya citra diri dalam konteks dunia kerja. Hal ini sejalan dengan Khedher (2014), yang menyatakan bahwa personal branding dapat menjadi strategi individu untuk menampilkan nilai diri dalam lingkungan yang kompetitif.

Salah satu aspek penting yang muncul dalam kegiatan ini adalah penguatan kesadaran diri peserta. Melalui sesi refleksi, peserta diajak untuk mengenali kelebihan, minat, pengalaman, keterampilan, dan nilai-nilai pribadi yang dimiliki. Proses ini penting karena kesiapan kerja tidak hanya bergantung pada kemampuan teknis, tetapi juga pada kemampuan individu untuk memahami dirinya sendiri. World Economic Forum (2025) menempatkan motivasi dan kesadaran diri sebagai salah satu keterampilan penting yang dibutuhkan dalam menghadapi perubahan dunia kerja. Dengan memiliki kesadaran diri yang baik, siswa akan lebih mudah menentukan arah karier, menyusun tujuan masa depan, serta menampilkan keunggulan diri secara lebih meyakinkan.

Selain kesadaran diri, kegiatan ini juga berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan diri peserta. Kepercayaan diri tampak dari antusiasme peserta dalam mengikuti kegiatan, merespons pertanyaan narasumber, dan terlibat dalam diskusi. Dalam konteks kesiapan kerja, kepercayaan diri merupakan modal penting karena calon tenaga kerja perlu mampu menyampaikan kemampuan, pengalaman, dan potensi dirinya kepada pihak lain, terutama saat mengikuti proses wawancara kerja. Personal branding membantu siswa menyadari bahwa setiap individu memiliki keunikan yang dapat dikembangkan menjadi nilai profesional. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya membangun pengetahuan, tetapi juga memperkuat aspek psikologis peserta dalam menghadapi dunia kerja.

Komunikasi profesional menjadi bagian penting dalam pembahasan kegiatan ini. Peserta diberikan pemahaman mengenai cara memperkenalkan diri, memilih bahasa yang sopan, menyampaikan pendapat dengan jelas, mendengarkan secara aktif, serta menjaga sikap

tubuh dalam situasi formal. Kompetensi komunikasi sangat dibutuhkan dalam dunia kerja karena hampir seluruh aktivitas profesional melibatkan interaksi dengan orang lain. National Association of Colleges and Employers (NACE, 2024) menempatkan komunikasi sebagai salah satu kompetensi inti dalam career readiness. Oleh karena itu, pelatihan komunikasi profesional dalam kegiatan PKM ini menjadi sangat relevan untuk membantu peserta mempersiapkan diri menghadapi proses seleksi kerja, wawancara, kerja tim, dan interaksi di lingkungan kerja.

Pembahasan lain yang penting adalah pemanfaatan media digital dalam membangun reputasi positif. Dalam era digital, identitas seseorang tidak hanya terlihat dari interaksi langsung, tetapi juga dari jejak digital yang ditampilkan melalui media sosial. Peserta diarahkan untuk memahami bahwa media sosial dapat menjadi sarana untuk menunjukkan prestasi, karya, keterampilan, minat, dan aktivitas positif. Labrecque et al. (2011) menjelaskan bahwa media digital memberikan peluang bagi individu untuk membangun personal branding secara luas, tetapi juga menuntut kemampuan untuk mengelola identitas diri secara hati-hati. Oleh karena itu, siswa perlu memahami bahwa konten yang mereka unggah, komentar yang mereka tulis, serta aktivitas digital yang mereka lakukan dapat memengaruhi persepsi orang lain terhadap diri mereka.

Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa pelatihan personal branding memiliki keterkaitan erat dengan kesiapan kerja. Kesiapan kerja tidak hanya berkaitan dengan kemampuan memperoleh pekerjaan, tetapi juga dengan kemampuan mempertahankan dan mengembangkan karier. Finch et al. (2013) menjelaskan bahwa employability dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk keterampilan interpersonal, komunikasi, pengalaman, dan atribut personal. Dalam konteks ini, personal branding membantu siswa menghubungkan potensi diri dengan kebutuhan dunia kerja. Siswa yang mampu mengenali dan mengomunikasikan nilai dirinya akan lebih siap menyusun CV, menghadapi wawancara kerja, membangun jejaring, serta memilih pekerjaan yang sesuai dengan minat dan kompetensinya.

Dokumentasi kegiatan memperkuat temuan bahwa pelatihan berjalan secara partisipatif dan komunikatif. Foto kegiatan menunjukkan adanya keterlibatan aktif peserta, narasumber, dan pihak mitra dalam proses pelaksanaan PKM. Pada sesi penyampaian materi, peserta tampak mengikuti kegiatan dengan perhatian yang baik. Pada sesi diskusi, peserta diberi kesempatan untuk bertanya, menyampaikan pendapat, dan merefleksikan potensi diri. Dokumentasi foto bersama juga menunjukkan adanya hubungan positif antara tim pelaksana, peserta, dan mitra kegiatan. Hal ini menjadi bukti bahwa kegiatan PKM tidak hanya bersifat formal, tetapi juga membangun interaksi sosial yang mendukung proses pembelajaran.

Secara umum, keberhasilan kegiatan ini didukung oleh beberapa faktor. Pertama, tema yang diangkat sesuai dengan kebutuhan peserta yang sedang mempersiapkan diri memasuki dunia kerja. Kedua, metode pelaksanaan yang interaktif membuat peserta lebih mudah memahami materi. Ketiga, dukungan pihak mitra membantu kegiatan berjalan dengan tertib dan kondusif. Keempat, materi yang diberikan bersifat praktis sehingga mudah dikaitkan dengan pengalaman sehari-hari peserta. Faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa kegiatan PKM berbasis pelatihan personal branding dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam meningkatkan kesiapan karier siswa.

Meskipun demikian, kegiatan ini juga memiliki beberapa keterbatasan. Waktu pelaksanaan yang terbatas membuat proses pendampingan penyusunan profil diri belum dapat dilakukan secara mendalam. Selain itu, tingkat pemahaman peserta yang berbeda-beda menyebabkan sebagian peserta masih membutuhkan pendampingan lanjutan, terutama

dalam menyusun CV, membuat portofolio, mempersiapkan wawancara kerja, dan mengelola media sosial secara profesional. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan perlu dirancang dalam bentuk pelatihan praktis yang lebih terstruktur, misalnya simulasi wawancara kerja, praktik public speaking, penyusunan CV kreatif, pembuatan profil LinkedIn, serta pendampingan portofolio digital.

Dengan demikian, kegiatan PKM ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat kesiapan karier siswa. Pelatihan personal branding terbukti relevan untuk membantu peserta mengenali potensi diri, meningkatkan kepercayaan diri, memahami komunikasi profesional, dan mengelola reputasi digital. Kegiatan ini juga mendukung peran perguruan tinggi dalam melaksanakan pengabdian kepada masyarakat melalui program yang berorientasi pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Personal branding dapat menjadi bekal penting bagi siswa agar mampu memasuki dunia kerja dengan identitas diri yang lebih jelas, sikap yang lebih profesional, dan kesiapan karier yang lebih baik.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "Membangun Personal Branding Menuju Dunia Kerja" berhasil memberikan pemahaman dan motivasi kepada peserta mengenai pentingnya membangun citra diri profesional sejak dini. *Personal branding* terbukti relevan sebagai bekal kesiapan kerja karena membantu peserta mengenali potensi diri, meningkatkan kepercayaan diri, memperbaiki komunikasi profesional, serta memahami pentingnya reputasi digital.

Kegiatan ini memberikan kontribusi positif bagi peserta, khususnya dalam membangun kesadaran karier dan kesiapan menghadapi persaingan dunia kerja. Ke depan, program serupa perlu dikembangkan melalui pelatihan lanjutan yang lebih praktis, seperti penyusunan CV, pembuatan portofolio digital, simulasi wawancara kerja, *public speaking*, dan pengelolaan media sosial profesional.

Pihak sekolah atau mitra disarankan untuk menjadikan pelatihan *personal branding* sebagai bagian dari program pembekalan karier siswa. Siswa perlu diberikan ruang untuk mengenali potensi diri, membangun portofolio, dan mempraktikkan komunikasi profesional. Tim pelaksana PKM juga disarankan untuk melakukan pendampingan lanjutan agar dampak kegiatan tidak berhenti pada peningkatan pengetahuan, tetapi berlanjut pada perubahan keterampilan dan perilaku nyata.

Selain itu, kegiatan PKM selanjutnya dapat dilengkapi dengan instrumen evaluasi berupa *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta secara kuantitatif. Pendampingan berkelanjutan juga dapat diarahkan pada penyusunan CV, profil LinkedIn, portofolio digital, simulasi wawancara, dan praktik komunikasi profesional.

DAFTAR PUSTAKA

Bridgstock, R. (2009). The graduate attributes we've overlooked: Enhancing graduate employability through career management skills. *Higher Education Research & Development, 28*(1), 31–44. https://doi.org/10.1080/07294360802444347

Finch, D. J., Hamilton, L. K., Baldwin, R., & Zehner, M. (2013). An exploratory study of factors affecting undergraduate employability. *Education + Training, 55*(7), 681–704. https://doi.org/10.1108/ET-07-2012-0077

Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2018). Personal branding: Interdisciplinary systematic review and research agenda. *Frontiers in Psychology, 9*, Article 2238. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02238

Khedher, M. (2014). Personal branding phenomenon. *International Journal of Information, Business and Management, 6*(2), 29–40.

Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). Online personal branding: Processes, challenges, and implications. *Journal of Interactive Marketing, 25*(1), 37–50. https://doi.org/10.1016/j.intmar.2010.09.002

National Association of Colleges and Employers. (2024). *Competencies for a career-ready workforce*. National Association of Colleges and Employers.

Tomlinson, M. (2017). Forms of graduate capital and their relationship to graduate employability. *Education + Training, 59*(4), 338–352. https://doi.org/10.1108/ET-05-2016-0090

World Economic Forum. (2025). *The future of jobs report 2025*. World Economic Forum.