UNTAR
Universitas Tarumanagara

SNHP3M

SEMINAR NASIONAL HASIL PENERAPAN
PENELITIAN DAN PENGABDIAN
PADA MASYARAKAT III
2016

C

Prosiding

Kolaborasi Pemangku Kepentingan dalam Pemberdayaan Masyarakat untuk Mencapai Kesejahteraan Berkelanjutan (SDGs)

Vol. 3 No. 01 Tahun 2016

P-ISSN: 2356-3176
9 772356 317002

E-ISSN: 2527-5658
9 772527 565003

Prosiding Cetak Prosiding On Line (OJS)
http://lpkmv-untar.org/jurnal/index.php/snhp3m

LPKMV Untar
Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat dan Ventura
Universitas Tarumanagara

PROSIDING

SNHP3M 2016
SEMINAR NASIONAL HASIL PENERAPAN PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT

Vol. 3 No. 01 Tahun 2016
P-ISSN: 2356 – 3176
E-ISSN: 2527 – 5658

22 – 23 September 2016

UNTAR
Universitas Tarumanagara

LEMBAGA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
DAN VENTURA
UNIVERSITAS TARUMANAGARA

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

Pelindung	:	Prof. Dr. Agustinus Purna Irawan Rektor Universitas Tarumanagara
Narasumber	:	Prof. Ir. Roesdiman Soegiarso, M.Sc., Ph.D. Dr. Eko Harry Susanto, MSi Rasji SH, MH
Penanggung Jawab	:	Plh. Ketua LPKMV Universitas Tarumanagara
Penasehat	:	Yusi Yusianto, SE, ME (FE) Arief Adityawan SSn, MSn. (FSRD) Drs. Widayatmoko, MM, M.IKom (FIKOM) Ir. Basuki Anondho, MT (FT)
Ketua	:	Lydiawati Soelaiman, ST. MM. (FE)
Wakil Ketua	:	Sinta Paramita, SIP, MA (FIKOM)
Sekretaris	:	Meiske Yunithree Suparman, M. Psi., Psi.(F.Psi)
Wakil Sekretaris	:	Wulan Purnama Sari JP, M.Si
Bendahara	:	Sutarto (Biro Keuangan)
Seksi Makalah & IT	:	Tony, M.Kom (FTI)
Seksi Acara	:	Dwi Sulistyawati, S.Sn., M.T. (FSRD) Priscilla Epifania Ariaji, ST., M.A. (FT)
Seksi Humas	:	Ir. Irwan Wipranata, M.T. (FT)
Seksi Perancangan Desain	:	Toto Mujio Mukmin., S.Sn., M.Hum (FSRD) Agus Danarto., S.Sn. (FSRD)
Seksi Akomodasi & Konsumsi:		Heru Budi Kusuma, S.Sn., M.Ds (FSRD) Zyad Rusdi, ST., M.Kom. (FTI)
Seksi Dokumentasi dll	:	Sunarjo Leman, ST, MT (FT)

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

PENELAAH/REVIEWER

1. Dr. Nik Norma Nik Hassan	(Universiti Sains Malaysia)
2. Prof. Dr. H. Musa Hubeis, MS,Dipl. Ing., DEA	(IPB)
3. Prof. M. Dwi Maryanto, M.A.	(ISI Jogjakarta)
4. Prof. Dr. Burhan Bungin, PhD.	(UNTAG Surabaya)
5. Dr. Atwar Bajari, M.Si	(UNPAD)
6. Dr. Rosmaraini, ST, MT	(UNHAS)
7. Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy,M.A., APU	(UNTAR)
8. Prof. Dr. Agustinus Purna Irawan, ST, MT.	(UNTAR)
9. Prof. Dr. Dyah Erny Herwindianti, M.Si	(UNTAR)
10. Dr. Rezi Erdiansyah, M.S	(UNTAR)

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

DAFTAR UNIVERSITAS PESERTA

No	Nama Universitas	Kota
1	Unika Atma Jaya	Jakarta
2	Universitas Bakrie	Jakarta
3	Universitas Bina Darma	Palembang
4	Universitas Bina Nusantara	Jakarta
5	Universitas Bunda Mulia	Jakarta
6	Universitas Ciputra	Surabaya
7	Universitas Kristen Duta Wacana	Jakarta
8	Unika Widya Mandala	Surabaya
9	Universitas Mataram	Mataram
10	Universitas Muhammadiyah Malang	Malang
11	Universitas Muhammadiyah Makassar	Makassar
12	Universitas Muhammadiyah Sidoarjo	Sidoarjo
13	Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara	Sumatera Utara
14	Universitas Muria Kudus	Kudus
15	Universitas Negeri Gorontalo	Gorontalo
16	Universitas Padjadjaran Bandung	Bandung
17	Politeknik Manufaktur Negeri Bandung	Bandung
18	Universitas Presiden	Jakarta
19	Universitas Samudra	Aceh
20	Universitas Sanata Dharma	Yogyakarta
21	Universitas Syiah Kuala	Acej
22	Universitas Tarumanagara	Jakarta
23	Universitas Widyatama	Bandung
24	Universitas Wijaya Putra	Surabaya
25	Universitas YARSI	Jakarta

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

DAFTAR ISI

SUSUNAN DEWAN REDAKSI ii
PENELAAH/REVIEWER iii
DAFTAR UNIVERSITAS PESERTA iv
DAFTAR ISI v

C

URUTAN	JUDUL	NAMA	INSTITUSI	HAL
1	Pelatihan Teknologi Informasi dan Komunikasi (T!K) pada Aparatur Desa Kecamatan Bayah Kabupaten Lebak Banten	Zyad Rusdi Chairisni Lubis Agus Budi D	Universitas Tarumanagara	C-470-C-477
2	Diseminasi Teknologi Pemanenan Air Hujan pada Daerah Rentan terhadap Perubahan Iklim dan Variabilitas Cuaca	Dika Supyandi Yayat Sukayat	Universitas Padjadjaran	C-478-C-489
3	Pemanfaatan Kotoran Ternak Dalam Mendukung Kelestarian Lingkungan Serta Implementasi Perda Hewan Lepas	Fenty Puluhulawa Nirwan Junus Sri Nuryatin Hamzah	Universitas Negeri Gorontalo	C-490-C-498
4	Pengaruh Pemasangan Alat Pembuangan Bau Asam Terhadap Kesehatan Pekerja Industri Rumah Tangga "Nodes" di Pasuruan	Prantasi Harmi Tjahjanti Effy Wardati Maryam Edi Widodo	Universitas Muhammadiyah Sidoarjo	C-499-C-506
5	Pelatihan Rangkaian Elektronika Dan Modifikasinya	Suraidi	Universitas Tarumanagara	C-507-C-512
6	Memanfaatkan Data-Data Hasil Dari Pengabdian Kepada Masyarakat	Sunarjo Leman	Universitas Tarumanagara	C-513-C-526
7	*Evaluation and Determining Pcu for Motor Cycle Case Study: Jakarta City*	Najid	Universitas Tarumanagara	C-527-C-536
8	Bimbingan Teknis Pembuatan Peraturan Desa Dan Surat Keputusan di Desa Argamukti Kabupaten Majalengka	Rasji	Universitas Tarumanagara	C-537-C-550
9	Membangun Politik Hukum Penghapusan Penggunaan Merkuri Pada Pertambangan Emas Skala Kecil di	Ahmad Sudiro Ahmad Redi	Universitas Indonesia Universitas Indonesia	C-551-C-561

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

ii
iii
iv
v

	Gunung Botak Kabupaten Buru Provinsi Maluku	Ade Adhari	Universitas Diponegoro	
10	Sistem Informasi Geografis Sebagai Teknologi Pendukung Pemasaran Produk UMKM Kota Bandung	Sri Wiludjeng Gusni	Universitas Widyatama	C-562-C-575
11	Mencari Model Pemberdayaan Masyarakat Desa di Pesisir	Yuwono Prianto, S.H., M.H.	Universitas Tarumanagara	C-576-C-599
12	Dampak Pemberian Imbalan Instristik dan Ekstristik Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Kota Palembang	Dedi Rianto Rahadi Zanial	Universitas Presiden Cikarang Universitas Bina Darma Palembang	C-600-C-607
13	Peningkatan Kemampuan *Public Speaking* dan Presentasi Dalam Menghadapi Tuntutan Profesi di Dunia Kerja	Widayatmoko Wulan Purnama Sari	Universitas Tarumanagara	C-608-C-615
14	Pentingnya Kemampuan *Personal Branding* di Era Digital	Yugih Setyanto Septia Winduwati	Universitas Tarumanagara	C-616-C-626
15	Integrasi Antara Materi Agama Dengan Kesehatan Lingkungan Dalam Kurikulum Pengajaran Pada Taman Pendidikan Al Quran (TPQ) (Studi pada TPQ-TPQ di Daerah Bekasi)	Kholis Ernawati Abdul Salam M. Sofro Aslichan	Universitas YARSI Universitas YARSI STIE GICI Depok	C-627-C-637
16	Profil Kepatuhan Minum Obat Antihipertensi Pada Pasien Hipertensi di Lingkungan Universitas Tarumanagara Periode Juli-Desember 2015	Alfindra Sepalawandika Shirly Gunawan	Universitas Tarumanagara	C-638-C-654
17	Upaya Penurunan Jumlah Penderita Tuberkulosis Warga RT 10/03, Desa Muncung, Kronjo, Tangerang Februari-Maret 2016	Novendy Christine Surbakti Manuel Gideon Pricilla Jemaga Muhammad Faridzi Fikri	Universitas Tarumanagara Puskesmas Kec. Kronjo	C-655-C-662
18	Uji Formalin Pada Makanan Mie di Sekitar Universitas Tarumanagara Jakarta	Silvana Pransisca Tatriatmadja Taty Rusliati	Universitas Tarumanagara	C-663-C-669

HAL
C-470-C-477
C-478-C-489
C-490-C-498
C-499-C-506
C-507-C-512
C-513-C-526
C-527-C-536
C-537-C-550
C-551-C-561

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

		Rusli		
19	Pendampingan Komunitas ODHA (Orang Dengan HIV-AIDS) Dalam Konteks Ketahanan Keluarga Di Kabupaten Sumedang	Evie Ariadne Shinta Dewi	Universitas Padjadjaran	C-670-C-680
20	Seminar *"Learning is Fun"* untuk Guru PAUD	Sesilia Monika Meike Kurniawati	Universitas Tarumanagara	C-681-C-688
21	Pembuatan Dan Pengujian Unjuk Kerja Ruang Pengasapan (*Smooking Kiln*) Ikan Lele	Syamsul Bahri Widodo T. Azuar Rizal	Universitas Samudra	C-689-C-695
		Hamdani Razali Thaib	Universitas Syiah Kuala Banda Aceh	
22	Studi Pengaruh Bentuk Saluran Udara Pendingin Pada Unjuk Kerja Panel *Photovoltaic*	Razali Thaib	Universitas Syiah Kuala	C-696-C-703
		T. Azuar Rizal	Universitas Samudra	
		Hamdani	Universitas Syiah Kuala	
23	Pelatihan Bahasa Rupa kepada Guru Sekolah Dasar untuk Mengembangkan Kreativitas dan Imajinasi Anak	Noeratri Andanwerti	Universitas Tarumanagara	C-704-C-712
24	Maksimisasi Nilai Perusahaan Melalui Kepemilikan Manajerial, Hutang dan *Corporate Social Responsibility* (Perusahaan Perbankan dan Tambang)	Umi Murtini	Universitas Kristen Duta Wacana	C-713-C-726
25	Analisis Dampak Kawasan Industri Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat di Kawasan Jababeka Cikarang	Filda Rahmiati Purwanto Grace Amin	Universitas Presiden	C-727-C-737
26	Pemberdayaan Masyarakat Desa Sukasari Karawang Melalui Pelatihan Budidaya Ikan Lele	Didit Herawan Bambang Purwoko Kusumo Bintoro Mirsa Diah Novianti	Universitas Bakrie	C-738-C-747

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

27	Peningkatan Mutu Usaha Bakso Ikan Tuna Di Desa Bintalahe Kecamatan Kabila Bone	Frahmawati Bumulo Radia Hafid	Universitas Negeri Gorontalo	C-748-C-752
28	Meningkatkan Pemahaman Tentang Seni Rupa Dengan Memanfaatkan Botol Bekas Di SDN Babakan Raden 01 Kp. Palasari Kec. Cariu , Bogor – Jawa Barat	Anastasia Cinthya Gani	Universitas Sanata Dharma	C-753-C-759
29	Pelatihan Dasar-Dasar Fotografi Sebagai Media Untuk Meningkatkan Pemahaman Kesenirupaan Siswa-Siswi SMA/SMU Negeri 96 Jakarta	Ruby Chrissandy	Universitas Tarumanagara	C-760-C-766

C-670-C-680
C-681-C-688
C-689-C-695
C-696-C-703
C-704-C-712
C-713-C-726
C-727-C-737
C-738-C-747

Seminar Nasional Hasil Penerapan Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat III 2016
P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

Pentingnya Kemampuan *Personal Branding* di Era Digital

Yugih Setyanto[1] dan Septia Winduwati[2]

ABSTRACT: *Communication is important because it is a fundamental part in every society. Good skill of communication also a key to our success in all area of human life. Thus, it is important for students to understand communication, particularly in interactivity in cyberspace in today's digital era. One solution is to provide knowledge and understanding of how construct and present in the virtual world, or how to create a good personal branding so that students become more careful to present himself in cyberspace. Based on this, through Community Service, the faculty team of Communication Faculty of Tarumanagara University held personal branding seminar on 25-27 October 2015 at Xaverius Senior High School at Pringsewu, Lampung. Through this seminar, students could have a knowledge and understanding about the importance of personal branding in the digital world so that they can build a good personal branding, especially on social media that they have in cyberspace.*
Keywords: *Community Service, personal branding, students, digital era*

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 mepresentasikan diri saat beraktivitas di dunia maya, atau bagaimana menciptakan *persoal branding* yang baik sehingga siswa menjadi lebih berhati-hati menampilkan dirinya di dunia maya. Berdasarkan hal tersebut, maka melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, tim dosen Fikom Untar mengadakan seminar mengenai *personal branding* pada tanggal 25-27 Oktober 2015 di SMA Xaverius Pringsewu, Lampung. Melalui seminar ini siswa-siswi sekolah tersebut mendapatkan pengetahuan serta pemahaman mengenai pentingnya *personal branding* di dunia digital sehingga mereka bisa membangun personal branding yang baik, khususnya di media sosial yag mereka miliki di dunia maya.
Kata Kunci: PKM, *personal branding*, siswa SMA, era digital

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*. Namun, sangat disayangkan pendidikan penggunaan Internet yang baik dan benar jarang sekali diberikan di sekolah-sekolah. Padahal, kemajuan teknologi dan informasi dengan keberadaan Internet tanpa bisa dipungkiri kini telah menjadi satu unsur penting dalam keseharian remaja saat ini.

Tidak hanya berdampak pada perubahan baik seperti memudahkan aktivitas keseharian masyarakat, tapi juga berdampak buruk, misalnya, kegiatan mengumbar

[1] Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara (yugihs@fikom.untar.ac.id)
[2] Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara (septiaw#fikom.untar.ac.id)

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

privasi orang lain hingga penipuan transaksi keuangan melalui Internet. Menjadi hal yang miris ketika hal-hal tersebut dilakukan marak dilakukan oleh remaja. Remaja sebagai generasi *native* teknologi menghabiskan sebagian besar waktunya dengan berinteraksi satu sama lain melalui jejaring media sosial yang diakses melalui Internet.

Guntarto dkk dalam penelitiannya tahun 2011 mengenai internet dalam kehidupan remaja (di kota Depok) mengungkapkan bahwa para siswa yang merupakan *digital natives* sudah mengenal Internet sejak duduk di SD, kelas 4 sampai kelas 6 dengan diperkenalkan oleh keluarga. Mereka menghabiskan minimal waktu 1,5 jam sampai 3 jam sepulang sekolah untuk mengakses internet dan pada malam hari serta mengakses di jam pelajaran sekolah dengan menggunakan ponsel pintar.

Ponsel pintar yang terhubung dengan jaringan Internet membantu mereka mengakses situs pencarian google(dot)com untuk membantu mereka mencari referensi untuk keperluan tugas-tugas sekolah mereka. Selain membantu proses pengerjaan tugas mereka, para remaja juga aktif mengakses situs media sosial seperti Facebook, Twitter, Youtube, dan situs game *online*.

Pemanfaatan akun pribadi media sosial di Internet yang tidak tepat justru dapat membawa remaja penggunanya ke dalam kejahatan di dunia maya dan berujung pada penindakan hukum. Sebut saja kasus Florence mahasiswa yang menghina masyarakat Jogja di akun media sosial Path miliknya. Selain itu, sejak beberapa tahun belakangan memang pula terdapat kasus yang melibatkan pelajar SMA, misalnya kasus empat siswa SMA di Tanjung Pinang pada tahun 2010 yang mencaci gurunya di akun Facebook berujung keempat siswa tersebut dirumahkan. Setahun sebelumnya, Farah seorang pelajar SMA di Bogor dijerat Pasal 310 dan 311 KUHP dan UU ITE, Pasal 27 ayat 3 dan dijatuhi vonis 2 bulan 15 hari dengan masa percobaan 5 bulan karena menghina teman sekolahnya di akun Facebook miliknya (sumber: merdeka(dot)com, 1/9-2014).

Belum lagi kasus yang terkait dengan pornografi dan pornoaksi yang disebarluaskan di dunia maya. Selama tahun 2013 saja terdapat paling tidak 84 laporan pornografi dan pornoaksi yang masuk ke lembaga Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) yang seluruhnya dilakukan oleh anak-anak yang juga pelajar di bawah umur. Tak berhenti di situ, Jakarta pernah digegerkan dengan penyebaran video mesum aktivitas seks siswa siswi salah satu SMP di ibu kota, masih di tahun yang sama.

Berdasarkan bukti-bukti peristiwa tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa perlu diberikan pengarahan dan pembinaan terkait penggunaan media baru seperti akun media sosial di kemajuan teknologi informasi saat ini sehingga anak didik bisa dengan bijaksana memilih informasi yang mendidik dari Internet serta bisa dengan cerdas memuat wujud kebebasan ekspresinya dengan tepat di dunia maya. Salah satu yang bisa dilakukan adalah dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai bagaimana mepresentasikan diri saat beraktivitas di dunia maya, atau bagaimana menciptakan *personal branding* yang baik sehingga siswa menjadi lebih berhati-hati menampilkan dirinya di dunia maya.

Pengetahuan, arahan serta pengawasan yang tepat sangat dibutuhkan anak didik untuk bisa memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dengan baik. Oleh sebab itu, dalam rangka bina lingkungan dan membantu masyarakat, khususnya adalah penerus generasi muda dalam upaya meningkatkan kualitas hidup, maka Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKom) Universitas Tarumanagara Jakarta (Untar) berencana untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dengan tujuan meningkatkan Kemampuan serta pemahaman mengenai *personal branding* siswa di era digital. Melalui kegiatan ini serta dengan menggunakan pendekatan pemberdayaan

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

siswa sebagai upaya pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan wawasan dan pengetahuan, diharapkan siswa dapat memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang *personal branding* serta bisa mengaplikasikannya dalam kesehariannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka target sasaran dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah: para siswa/siswi sekolah SMA Xaverius Pringsewu. Khususnya adalah para siswa/siswi kelas XII SMA yang sebentar lagi akan memasuki masa baru dalam kehidupannya, baik itu dunia perkuliahan maupun langsung menuju dunia kerja. Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilakukan dengan pendekatan menggali potensi para siswa/siswi SMA Xaverius Pringsewu sehingga dapat menumbuhkan sikap positif, kreatif dan karya nyata bagi perkembangan dan kemajuan setiap peserta, sekolah, dan kota.

Kotler (2002) mengemukakan bahwa, *brand* merupakan nama atau simbol yang bersifat membedakan, dengan maksud mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau sekelompok penjual tertentu. Berbeda dengan produk keluaran yang bisa secara fisik disentuh, *brand* adalah sesuatu yang tidak terlihat (*intangible*), tetapi efeknya sangat nyata. Haroen (2012:1) mengemukakan bahwa, *branding* adalah aktivitas yang dilakukan untuk membangun persepsi dan kepercayaan orang lain dan merupakan kebutuhan dari semua orang yang memiliki kepentingan untuk mendapatkan sesuatu dari orang lain melalui proses-proses komunikasi.

Personal branding adalah proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang, diantaranya adalah kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai, dan bagaimana semua itu menmbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran (Haroen, 2014; 13). Pada dasarnya, *personal branding* adalah sebuah proses agar orang lain mengenal, mengelola dan mempersepsikan *personal brand* yang dimiliki, untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Menurut Montoya (2002), terdapat delapan hukum pembentukan *personal branding* (The Eight Laws of Personal Branding), yakni: 1) *The Law of Specialization* (Spesialisasi) yakni ketepatan pada sebuah spesialisasi, terkonsentrasi hanya pada sebuah kekuatan, keahlian atau pencapaian tertentu; 2) *The Law of Leadership* (Kepemimpinan) yakni sosok pemimpin yang dapat memutuskan sesuatu dalam suasana penuh ketidakpastian dan memberikan suatu arahan yang jelas untuk memenuhi kebutuhan mereka; 3) *The Law of Personality* (Kepribadian) yakni *personal brand* yang hebat harus didasarkan pada sosok kepribadian yang apa adanya, dan hadir dengan segala ketidaksempurnaannya tanpa harus memanipulasi banyak hal atau berpura-pura; 4) T*he Law of Distinctiveness* (Kekhasan) yakni *personal brand* yang efektif perlu ditampilkan dengan cara yang berbeda dengan yang lainnya; 5) *The Law of Visibility* (Visibilitas), yakni *personal brand* harus dapat dilihat secara konsisten terus-menerus, sampai *personal brand* seseorang dikenal; 6) *The Law of Unity* (Kesatuan), yakni kehidupan pribadi seseorang di balik *personal brand* harus sejalan dengan etika moral dan sikap yang telah ditentuka; 7) *The Law of Persistence* (Keteguhan), yakni, p*ersonal brand* membutuhkan waktu untuk "tumbuh"; dan 8) *The Law of Goodwill* (Nama Baik) yakni *personal brand* akan memberikan hasil yang lebih baik dan bertahan lebih lama, jika seseorang di belakangannya dipersepsikan dengan cara yang positif.

Seseorang tersebut harus diasosiasikan dengan sebuah nilai atau ide yang diakui secara umum positif dan bermanfaat. Menurut Khedher (2010) ada tiga proses pembentukan *personal branding* yaitu; 1) Tahap pertama adalah untuk membangun identitas merek (*brand identity*), dalam membangun "merek" orang harus membedakan

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

dirinya dengan orang lain, sementara ekspektasi dan kebutuhan target pasar sesuai; 2) Tahap kedua adalah mengembangkan *brand's positioning*, yang terjadi melalui presentasi diri melalui isyarat nonverbal, pengungkapan verbal, dan jaringan social; 3) Tahap ketiga adalah untuk mengevaluasi citra merek (*brand's image*), bagaimana pun juga seseorang dengan *branding* tertentu membutuhkan pengakuan oleh pasar atau dalam hal ini adalah audiens dari status seperti praktik *personal branding* dapat membantu dalam setiap bidang hubungan manusia seperti keluarga, teman, dan bisnis.

Hal yang mendasar dalam *personal branding* yang kuat menurut McNally & Speak (2004) dalam Haroen (2014) adalah: 1) *Personal brand* yang kuat menjelaskan sesuatu yang sangat spesifik atau khas (melalui kualitas pribadi, tampilan fisik, atau keahlian) sehingga berbeda dengan kebanyakan orang; 2) Relevansi *personal brand* yang kuat menjelaskan sesuatu yang dianggap penting oleh masyarakat dan punya relevansi dengan karakter orang tersebut; 3) Konsistensi *personal brand* yang kuat adalah buah dari upaya-upaya membangun *branding* yang konsisten melalui berbagai cara sehingga terbentuk *brand equity.*

Personal branding dalam kehidupan, seperti dalam bisnis, *branding* bisa jadi kekuatan yang efektif untuk membuat diri lebih tampak ketimbang orang lain, khususnya pesaing. Menciptakan identitas *brand* berarti mengaitkan persepsi dan perasaan tertentu dengan identitas. *Branding* tidak hanya untuk perusahaan lagi tapi kini muncul tren baru yang di tengah masyarakat yakni *personal branding.*

Personal branding memerlukan pengelolaan persepsi orang lain secara efektif khususnya dalam mengendalikan dan mempengaruhi bagaimana orang lain memandang dan memikirkan kita. Hal tersebut berguna tidak hanya bagi orang dengan profesi tertentu atau yang sedang mengembangkan karir di lini bidang tertentu, tapi juga oleh semua orang di beragam rentang usia. Tidak terkecuali pelajar yang kini merupakan *Native Technology* dan *Netizen* yang aktif. Di era digital seperti saat ini, memiliki *personal pranding* yang kuat tampaknya menjadi aset yang sangat penting di hari ini baik secara *online*, virtual, Hal ini menjadi semakin penting dan merupakan kunci sukses individu.

Beberapa keuntungan dari memiliki *personal branding* yang baik adalah menjadi "top of mind" di tengah khalayak yang menjadi audiens, meningkatkan wewenang dan kepercayaan dalam keputusan, menempatkan diri dalam peran leadership, meningkatkan prestis atau kebanggaan diri, mendapatkan pengakuan dan mempermudah diri dalam mencapai tujuan.

Vaccarino (2010), menyatakan bahwa pada dasarnya setiap orang bisa dan harus membangun identitas *brand* dirinya. Ia menambahkan bahwa *"Individuals have a need to build brand equity in their own names more than any company. No matter what company a person is with, or what company a person will join in the future, individuals will always take their names and their reputations with them*".

Rampersad (2008:8) juga berpendapat bahwa *personal brand* harus dikombinasikan dengan sarana yang tepat sehingga menghasilkan kinerja puncak dan menciptakan dasar yang stabil bagi keandalan, kredibilitas, dan karisma diri. Artinya, dalam membangun *personal brand* dibutuhkan media yang efektif sebagai saluran informasi. Penggunaan saluran (*channel*) yang tepat mampu mengkomunikasikan *personal brand* menjadi lebih efektif. Oleh karena itu, saluran yang digunakan harus disesuaikan dengan karakteristik publik (audiens) yang dituju serta mempertimbangkan pola komunikasi publik tersebut.

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

Perkembangan zaman dan teknologi membuat pola komunikasi masyarakat saat ini jauh berbeda. Oleh karena itu, *personal branding* seseorang pun perlu hadir secara online (Rampersad, 2008:132). Menurut Singh (2010:9), penggunaan internet telah menjadi aktivitas sosial yang mainstream bagi masyarakat sosial, khususnya masyarakat Indonesia.

Sebelum muncul keberadaan *new media*, media tradisional berbentuk cetak seperti koran, majalah, tabloid, dan lain-lain merupakan media yang dimanfaatkan masyarakat luas. New media yang merupakan bentuk media yang dianggap baru menjadi media digital seperti social media, blog, website, instant messaging (IM). Kehadiran *new media* ini memberikan kemudahan bagi manusia yang mobilitasnya semakin tinggi karena dapat diakses tanpa terikat oleh ruang dan waktu.

Menurut Ravi (2012), teknologi new media termasuk di dalamnya adalah sebagai berikut : a) Internet, yang merupakan komunitas global dari jutaan jaringan komputer yang saling berhubungan, menghubungkan baik pribadi maupun publik dalam komunitas elektronik dengan jutaan orang terkait bersama – sama dalam jalur informasi yang super cepat; b) Multimedia, yang kini merupakan bagian lain dari new media dengan menggunakan kombinasi atau gabungan dari bentuk konten yang berbeda dari media yang berbeda (termasuk di dalamnya adalah kombinasi dari teks, suara, gambar, animasi, video, dan bentuk interaktif); c) *Mobile telephone*, atau sering disebut dengan telepon seluler, yang telah secara dramatis mengubah bentuk komunikasi dan interaksi melalui ruang dan waktu (Mortberg dalam Ravi, 2012). Media sebagai inovasi yang baru ini berdampak pada muncul kehidupan sosial yang baru dan lingkungan yang intelek.

Sebagai salah satu bentuk new media yang besar, telepon seluler menempati tempat yang penting dalam kehidupan anak muda, bukan sebagai sarana diferensiasi sosial tetapi sebagai bagian penting dari komunikasi sosial melalui pemeliharaan dari kunci pekerjaan sosial. Saqib Riaz (vol.1) menyatakan *"Today we are living in the age of web where world is moving on the tips of our fingers. The New Media Technologies have changed the world drastically. Even the traditional print and electronic media have been influenced significantly by the new media technologies."* Pernyataan di atas menunjukkan bahwa dampak dari new media sangat besar, terutama internet. Dampak dari *new media* juga terlihat jelas ketika keberadaan internet dapat mempengaruhi citra personal dari seseorang

Metode Penelitian

Metode atau cara yang digunakan dalam melakukan Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat ini adalah pertama dengan menggunakan studi kepustakaan untuk mencari tahu data dan profil sekolah yang menjadi tempat tujuan Kegiatan Pengabdian Masyrakat. Selain itu, tim melakukan wawancara dengan pihak sekolah melalui telepon, surat menyurat elektronik sebagai pengumpulan data awal. Wawancara ini dilakukan pada tahap awal dalam rangka mengumpulkan data dan mencari permasalahan sebelum memutuskan kegiatan pengabdian seperti apa yang sesuai dengan khalayak sasaran.

Wawancara dilakukan dengan kepala sekolah dan guru dari sekolah SMA Xaverius Pringsewu selaku perwakilan dari pihak sekolah. Selain itu, tim juga mewawancarai beberapa siswa/siswi untuk melihat antusiasme khalayak dan mencari kendala yang dihadapi para siswa/siswi secara langsung. Selanjutnya dilakukan audiensi dengan pihak sekolah sebelum kegiatan PKM dilaksanakan. Hal tersebut dilakukan

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

sebagai salah satu upaya menjalin kerja sama dan mengkoordinasikan pelaksanaan PKM antara tim dari FIKom Untar dengan pihak sekolah SMA Xaverius Pringsewu Lampung.

Berikut adalah tahapan-tahapan yang dilakukan dalam melaksanakan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat:

1. Melakukan studi literatur mengenai manfaat dan pentingnya kemampuan *personal branding*, serta mencari teori mengenai teknik-teknik dalam melakukan *personal branding* di media sosial. Hasil dari studi literatur ini menunjukkan kurangnya kesadaran generasi muda saat ini akan pentingnya *personal branding*,. Atas dasar itu perlu dilakukannya usaha untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran tersebut dalam bentuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.
2. Pemilihan lokasi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kota Pringsewu, dengan alasan kota tersebut merupakan kota yang sedang berkembang pesat, sehingga edukasi untuk pengembangan kualitas sumber daya manusia, khususnya siswa-siswi SMA yang masih menginjak usia remaja sangat dibutuhkan.
3. Pemilihan khalayak sasaran siswa/siswi SMA Xaverius Pringsewu yang berada di Kota Pringsewu Lampung, dengan alasan bahwa SMA Xaverius Pringsewu merupakan salah satu SMA Swasta yang sedang berkembang di kota satelit yang berdekatan dengan pusat kota Bandar Lampung.
4. Melakukan studi kepustakaan untuk mencari tahu data dan profil sekolah yang menjadi tempat tujuan Kegiatan Pengabdian Masyarakat.
5. Tim melakukan wawancara dengan pihak sekolah melalui telepon, surat menyurat elektronik sebagai pengumpulan data awal. Wawancara ini dilakukan pada tahap awal dalam rangka mengumpulkan data dan mencari permasalahan sebelum memutuskan kegiatan pengabdian seperti apa yang sesuai dengan khalayak sasaran. Wawancara dilakukan dengan kepala sekolah dan guru dari sekolah SMA Xaverius Pringsewu selaku perwakilan dari pihak sekolah.
6. Mewawancarai beberapa siswa/siswi untuk melihat antusiasme khalayak dan mencari kendala yang dihadapi para siswa/siswi secara langsung.
7. Melakukan audiensi dengan pihak sekolah sebelum kegiatan PKM dilaksanakan. Hal tersebut dilakukan sebagai salah satu upaya menjalin kerja sama dan mengkoordinasikan pelaksanaan PKM antara tim dari FIKom Untar dengan pihak sekolah SMA Xaverius Pringsewu Lampung.
8. Menyusun proposal kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.
9. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di SMA Xaverius Pringsewu, dengan tema **"Kemampuan *Personal-Branding* dalam Era Digital"**.
10. Penyusunan laporan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Hasil Dan Pembahasan

Acara Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan di SMA Xaverius Pringsewu Lampung mulai dari tanggal 25 – 27 Oktober 2015, dengan rincian seperti yang telah dijelaskan dibagian sebelumnya. Kegiatan pengabdian ini bermula dari adanya intensi tim untuk mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan topik kemampuan personal branding yang ditujukan kepada generasi muda, khususnya pelajar SMA.

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

Setelah serangkaian proses diskusi siswa/siswi SMA Xaverius Pringsewu dipilih untuk menjadi khalayak sasaran. Kemudian dilanjutkan dengan melakukan audiensi awal dengan pihak sekolah, pembuatan proposal, dan akhirnya pelaksanaan kegiatan.

Tim melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada 26 Oktober 2015. Pada saat tim yang terdiri dari Yugih Setyanto, S.Sos., M.Si. dan Septia Winduwati, S.Sos., M.Si. datang ke SMA Xaverius Pringsewu, tim disambut oleh pihak sekolah.

Gambar 1: Audiensi dengan pihak SMA Xaverius Pringsewu (Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)

Gambar 2: Audiensi dengan pihak SMA Xaverius Pringsewu (Sumber: dokumentasi tim)

Kegiatan yang berupa ceramah dan penyuluhan mengenai *personal branding* diikuti oleh 200 siswa/siswi kelas XI SMA Xaverius Pringsewu. Kegiatan ini diadakan di aula sekolah SMA Xaverius Pringsewu. Acara diawali dengan pembukaan dan kata sambutan dari pihak sekolah. Kemudian dilanjutkan dengan pembukaan dan pemberian ceramah olehYugih Setyanto, S.Sos., M.Si. selaku ketua tim pengabdian.

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

Gambar 3: Pembukaan dan pemberian ceramah oleh Ketua Tim Pengabdian (Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)

Setelah itu acara dilanjutkan dengan presentasi ceramah mengenai *personal branding* oleh Septia Winduwati, S.Sos, M.Si. Presentasi diawali dengan menjelaskan perkembangan zaman berkat kemajuan teknologi yang mengubah gaya hidup dan pola komunikasi di masyarakat. Tim menjelaskan bahwa berkat perkembangan teknologi kini masyarakat khususnya remaja bisa saling berkomunikasi di dunia online, misalnya melalui media sosial. Media sosial yang dikenal dan awam dipakai para remaja misanya Path, Fb, Snapchat, Twitter, dll. Status dan bagaimana remaja saling berinteraksi sesama pengguna berujung pada terbentuknya citra diri atau personal branding.

Gambar 4: Pemberian ceramah oleh Tim Pengabdian (sumber: dokumentasi Tim Pengabdian)

Kemudian dilanjutkan dengan memaparkan kasus-kasus beberapa tahun terakhir terkait dengan pembentukan citra diri yang terlanjut tidak baik di media sosial. Misalnya kasus pencantuman makian terhadap pihak tertentu, self disclosure yang berlebihan, hingga kasus kriminalitas yang tertangkap media. Dari kasus-kasus tersebut para peserta diajak menyadari pentingnya memiliki kemampuan membangun personal branding yang baik dan benar, khususnya dalam berinteraksi di dunia maya.

Untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam, tim memaparkan definisi dari *personal branding* itu sendiri dan seluk beluknya. Setelah itu, dilanjutkan dengan memberikan tips-tips untuk membangun personal branding yang baik di dunia maya.

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

Presentasi pun ditutup dengan memutarkan video personal branding. Di sesi selanjutnya, peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan untuk didiskusikan bersama. Dari diskusi, tanya jawab tampak sekali bahwa animo antusiasme peserta sangat besar. Hal tersebut terbukti dari masih adanya beberapa siswa yang mengejar tim yang menjadi narasumber untuk bertanya dan berkonsultasi lebih lanjut terkait dengan pengalaman membangun personal branding yang mereka lakukan.

Gambar 5: Presentasi mengenai *Kemampuan Personal branding* (Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)

Gambar 6: Siswa Kelas XI SMA Xaverius Pringsewu sebagai Peserta Seminar (Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)

Para siswa/siswi yang berpartisipasi dalam sesi Tanya-Jawab tersebut diberikan *goody bag* dan *souvenir* oleh Tim. Pada akhir kegiatan dilakukan pembagian *souvenir* kepada siswa/siswi SMA Xaverius Pringsewu yang menjadi peserta dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

Gambar 7: Siswa mengajukan pertanyaan pada sesi Tanya-Jawab dan pemberian *goody bag* (Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)

Setelah ceramah dan presentasi materi selesai dilaksanakan. Tim Pengabdian menutup acara dengan foto bersama para peserta. Rangkaian pelaksanaan PKM tersebut pun dilanjutkan dengan penyerahan plakat, *goody bag,* dan *souvenir* sebagai bentuk simbolis ucapan terima kasih kepada pihak SMA Xaverius Pringsewu atas kesediaannya dan kerjasamanya dalam membantu tim untuk mewujudkan acara Pengabdian Kepada Masyarakat di kota tersebut. Penyerahan plakat ini dilakukan oleh ketua tim pengabdian, Yugih Setyanto, S.Sos., M.Si. kepada kepala sekolah SMA Xaverius Pringsewu, Drs. M. Suharto.

Gambar 8: Acara Pemberian Plakat Kepada Pihak SMA Xaverius Pringsewu (Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)

Kegiatan ditutup oleh kepala sekolah SMA Xaverius Pringsewu, yang menyampaikan ucapan terima kasih kepada tim pengabdian dan berharap acara seperti ini dapat dilakukan secara berkesinambungan. Kegiatan pengabdian ini juga mendapatkan tanggapan yang sangat baik dari pihak peserta maupun pihak sekolah. Acara ini dianggap mampu dan berhasil meningkatkan pemahaman para siswa/siswi mengenai berinternet sehat, khususnya dalam membangun personal branding yang positif di dunia maya terutama untuk menjadi masukan bagi mereka sebagai remaja dan generasi muda yang sangat aktif.

P-ISSN: 2356-3176
E-ISSN: 2527-5658

Simpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari diadakannya kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut: 1) Kegiatan ceramah dan penyuluhan mengenai *kemampuan membangun personal branding* sangat bermanfaat bagi para peserta untuk memberikan pemahaman dan masukan bagi mereka sebagai remaja yang aktif menggunakan internet; 2) Pelatihan ini berhasil membuat para peserta menjadi sadar akan pentingnyamembangun personal branding yang baik dan tepat di dunia maya; *3)* Aktivitas ini menjadi sarana para peserta untuk belajar dan menambah wawasan serta pengetahuan, khususnya pemahaman tentang *personal branding di online media*; 4) Kegiatan ini menjadi sebuah jembatan penghubung untuk terjalinnya kerjasama bagi pihak tim pengabdian FIKom UNTAR dan sekolah SMA Xaverius Pringsewu, terutama untuk mengadakan kegiatan pengabdian lainnya. 5) Kegiatan ini berhasil memperkenalkan eksistensi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

Daftar Pustaka

Haroen, Dewi. (2012). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management. 10thedition.* Prentice Hall International. New Jersey. Lock

Hubert. K. Rampersad. (2008). *Authentic Personal Branding: A New Blueprint for Building and Aligning A Powerful Leadership Brand.* Information Age Publihsing Inc.

Khedher, Manel. (2010). *Personal Branding: Towards Conceptualization.* International Conference on Business, Economics, Marketing & Management Research (BEMM'13) Volume Book: Economics & Strategic Management of Business Process (ESMB) Copyright _ IPCO 2013.

Montoya, Peter. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah.* US: Personal Branding Press Publishing.

Riaz, Saqib. *Effects of New Media Technologies on Political Communication.* Journal of Political Studies, Vol. 1, Issue 2, 161-173.

Sarathu, Ravi. (2012). *International Marketing.* Naper Publishing Group LLC.

Vaccarino, Patricia. (2010). *Pr for People: Be Famous for Who You Are and What You Do.*Book Publisher Network.

William Arruda, Kirsten Dixson. (2007). *Career Distinction: Stand Out by Building Your Brand.*