

PENGUATAN *PERSONAL BRANDING* UNTUK PENGEMBANGAN KARIR MANAJEMEN

*Cesy Iola Kariza¹

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Bhakti

*Corresponding author: cesy.kariza@upb.ac.id

E-ISSN: 3089-2139

DOI:

10.54035/dianmas.v2i2.

591

VOLUME: 2

Abstract

Digitalization has transformed the way individuals build their professional identity, where personal branding has become a crucial factor in enhancing career competitiveness. However, students of the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Panca Bhakti still lack a comprehensive understanding of this concept, which may lead to challenges in entering the workforce. This Community Service Program (PKM) aimed to provide relevant knowledge aligned with career development in management. The method involved material preparation, coordination with partners, and the implementation of an interactive seminar combined with self-reflection sessions. The solution offered was to equip students with knowledge of the fundamentals of personal branding, strategies for building it in the digital era, and reflective practices to help them identify their unique values and competencies. The seminar was attended by 144 students from different semesters, featured Cesy Iola Kariza, S.M., M.M., as the main speaker, and was conducted interactively to encourage active engagement and reflection. Qualitative evaluation through observation and feedback indicated a noticeable increase in awareness, motivation, and understanding of personal branding as a key element in career readiness. The results revealed an improvement in students' understanding of the importance of personal branding, active participation in discussions, and new awareness of presenting an authentic and consistent professional image. Therefore, this program successfully bridged theory and practice while also providing recommendations for students and institutions to continue developing advanced initiatives to strengthen personal branding. The overall impact of this activity was observed through students' enthusiasm, reflective insights, and commitment to begin applying personal branding strategies in their academic and professional environments.

Keywords: *personal branding; digitalization; career; students; community service.*

Article history:

Received : 22 Sep 2025

Revised : 06 Okt 2025

Accepted : 07 Okt 2025

Abstrak

Digitalisasi telah mengubah cara membangun identitas profesional, dimana *personal branding* menjadi faktor penting dalam menunjang daya saing berkarir. Namun, mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Bhakti masih belum menunjukkan pemahaman yang komprehensif terhadap konsep ini sehingga berpotensi menghadapi kesulitan dalam memasuki dunia kerja. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang relevan dengan kebutuhan karir manajemen. Metode yang digunakan adalah persiapan materi,

koordinasi dengan mitra, serta pelaksanaan seminar interaktif yang dipadukan dengan sesi refleksi diri. Membekali mahasiswa dengan pengetahuan tentang konsep dasar *personal branding*, strategiembangunya di era digital, serta praktik refleksi yang membantu mereka menemukan nilai dan kompetensi unik merupakan Solusi yang ditawarkan. Seminar ini diikuti oleh 144 mahasiswa yang terdiri dari berbagai semester ini menghadirkan Cesy Iola Kariza, S.M., M.M. sebagai pembicara utama, dan dilaksanakan secara interaktif untuk mendorong keterlibatan aktif serta refleksi diri peserta. Evaluasi melalui observasi dan umpan balik menunjukkan peningkatan kesadaran, motivasi, serta pemahaman mahasiswa mengenai *personal branding* sebagai elemen penting dalam kesiapan karir. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mahasiswa mengenai pentingnya *personal branding*, partisipasi aktif dalam diskusi, serta kesadaran baru untuk menampilkan citra diri yang autentik dan konsisten. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil menjembatani teori dan praktik, sekaligus memberikan rekomendasi bagi mahasiswa dan institusi untuk terus mengembangkan program lanjutan dalam penguatan *personal branding*. Dampak keseluruhan kegiatan ini juga terlihat dari antusiasme mahasiswa, kedalaman refleksi yang dihasilkan, serta komitmen untuk mulai menerapkan strategi *personal branding* di lingkungan akademik maupun profesional.

Kata Kunci: *personal branding*; digitalisasi; karir; mahasiswa; pengabdian kepada Masyarakat.

PENDAHULUAN

Digitalisasi membawa perkembangan dunia kerja berubah secara signifikan terhadap bagaimana cara individu membangun dan menampilkan identitas profesionalnya. Kompetensi akademik yang cemerlang tidak lagi cukup untuk menjamin keberhasilan karir. Perusahaan kian memperhatikan aspek non-teknis, seperti citra diri, reputasi, serta kemampuan komunikasi yang ditunjukkan oleh individu. Fenomena ini menunjukkan bahwa *personal branding* telah menjadi faktor strategis dalam menentukan daya saing lulusan perguruan tinggi.

Visibilitas, kredibilitas, dan peluang dalam berkarir dapat ditingkatkan dengan *personal branding* sebagai bentuk baru dari capital. *Personal branding* dipahami sebagai upaya sadar dan strategis yang dilakukan individu untuk membangun serta mengelola citra diri di mata publik dan lingkungan profesional. *Personal branding* kini tidak sebatas pencitraan, melainkan mencerminkan nilai, kompetensi, melainkan juga konsistensi perilaku yang membedakan seseorang dari individu lain. (1)

Dominasi teknologi digital dan media sosial juga turut memperkuat pentingnya *personal branding* baik dalam interaksi sosial maupun profesional. Di era society 5.0, media sosial menjadi medium utama untuk membangun *personal branding*. (2) Melalui berbagai platform digital, individu memiliki kesempatan besar untuk menampilkan keunikan, kompetensi, dan identitas profesionalnya kepada audiens yang lebih besar. Tetapi, hal ini turut membawa tantangan, seperti kebutuhan akan konsistensi, keaslian, juga keterampilan dalam mengelola konten digital agar pesan dapat diterima oleh publik sesuai dengan citra yang ingin dibangun. Membangun *personal branding* secara *online* membutuhkan strategi yang terarah, terutama dalam menentukan identitas digital yang autentik dan kredibel. (3)

Mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Bhakti memiliki kesadaran dan pemahaman yang rendah terkait pentingnya *personal branding* untuk karir masa depan. Masih banyak mahasiswa yang berfokus pada pencapaian akademik semata, sementara aspek pembentukan citra diri profesional belum menjadi prioritas mereka. Hal ini mengakibatkan lulusan berpotensi kalah bersaing dengan kandidat lainnya yang tidak hanya unggul secara akademis namun juga mampu menunjukkan *personal branding* yang juga kuat.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini berangkat pada kebutuhan untuk membekali mahasiswa dengan pemahaman dan keterampilan praktis dalam membangun *personal branding* sejak dini. Mahasiswa harus segera mengembangkan strategi *personal branding* yang efektif untuk memitigasi risiko menghadapi kesulitan dalam memperoleh pekerjaan, membangun jaringan profesional, serta mengembangkan karir. Mahasiswa yang mampu menampilkan *personal branding* yang konsisten akan lebih mudah dikenali, diingat, dan dipercaya oleh pihak eksternal terkait, termasuk calon pemberi kerja.

Kegiatan ini menekankan bahwa *personal branding* bukan hanya tren, melainkan kebutuhan nyata yang memiliki dampak langsung pada keberhasilan karir. Melalui penguatan *personal branding*, mahasiswa diharapkan mampu menyelaraskan kompetensi akademik dengan citra profesional yang positif, maka dapat memberikan kontribusi optimal bagi dunia kerja dan Masyarakat.

Mahasiswa sebagai generasi muda dan calon pemimpin memiliki kebutuhan besar untuk memahami konsep *personal branding*. Walaupun mereka masih berada pada tahap eksplorasi diri, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan ruang untuk menggali potensi, menetapkan nilai personal yang ingin ditonjolkan, dan mempelajari strategi praktis dalam membangun *branding*, baik secara langsung maupun melalui digital. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi jembatan yang menghubungkan teori *personal branding* dengan praktik nyata yang dapat diterapkan oleh mahasiswa dalam kehidupan akademik maupun profesional.

METODE PENGABDIAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi dalam menjawab kebutuhan mahasiswa dalam memahami dan membangun *personal branding* yang kuat, khususnya dalam kaitan dengan pengembangan karir di bidang manajemen. Masih terbatasnya pemahaman mahasiswa mengenai konsep *personal branding*, strategi pengembangannya, serta relevansi pada persaingan dunia kerja menjadi permasalahan utama yang teridentifikasi pada mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Bhakti.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, maka metode pelaksanaan PKM dirancang melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. **Persiapan Kegiatan**

Tahap persiapan meliputi berkoordinasi dengan pihak mitra, yaitu Himpunan Mahasiswa Manajemen Universitas Panca Bhakti, dengan tujuan untuk menyepakati tema, waktu, tempat, serta sasaran peserta kegiatan. Persiapan juga meliputi penyusunan materi presentasi, perangkat evaluasi, serta kebutuhan logistik acara. Materi berfokus pada pengenalan konsep *personal branding*, pentingnya *personal branding* dalam karir manajemen, strategi penguatan *personal branding* di era digital, serta studi kasus tokoh-tokoh public yang berhasil membangun *personal branding* secara konsisten.

2. **Pelaksanaan Seminar**

Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 13 September 2025, bertempat di Universitas Panca Bhakti, Pontianak, dengan melibatkan mahasiswa semester 1,

3, 5, dan 7 sebagai peserta utama. Adapun bentuk kegiatan PKM ini adalah seminar interaktif, dimana pemateri menyampaikan konsep dasar *personal branding*, peran media digital, dan relevansi *personal branding* terhadap prospek karir manajemen. Adapula sesi partisipatif, dimana peserta akan diberi ruang untuk melakukan refleksi diri. Dalam sesi ini, mahasiswa diminta untuk menjawab pertanyaan pemantik utk refleksi diri. Pertanyaan tersebut bertujuan untuk membantu peserta menggali nilai, kompetensi, dan citra diri yang ingin ditampilkan kepada publik. Setelah itu, peserta diminta untuk melakukan refleksi terkait Langkah konkret apa yang bisa mereka lakukan dalam membangun *personal branding* tersebut. Refleksi diri pada sesi ini mencakup tiga aspek utama yaitu nilai diri, kompetensi, dan strategi komunikasi digital. Hal ini dilakukan dalam sesi tanya jawab terbuka, dengan tujuan agar peserta dapat menyampaikan kendala dan peluang yang mereka lihat terkait *personal branding* dalam dunia akademik maupun profesional.

Metode yang digunakan dirancang untuk menjawab kebutuhan mitra dalam membekali mahasiswa dengan keterampilan non-teknis (*soft skills*) yang relevan dengan dunia kerja. Melalui seminar ini diharapkan mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis tentang *personal branding*, namun juga kesempatan untuk melakukan Latihan praktis membangun citra diri yang konsisten, autentik, dan berdaya saing. Dengan pendekatan ini, diharapkan mahasiswa mampu menyadari pentingnya *personal branding* sebagai aset tak berwujud yang dapat memperkuat posisi mereka dalam menghadapi persaingan karir di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini berhasil dilaksanakan pada Sabtu 13 September 2025 di Gedung Grha Universitas Panca Bhakti, Pontianak. Peserta kegiatan ini merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dari berbagai Angkatan (semester 1, 3, 5, dan 7) dengan total kehadiran 144 orang mahasiswa. Kegiatan ini menghadirkan narasumber tunggal, yaitu Cesy Iola Kariza, S.M., M.M., yang juga merupakan dosen tetap pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Bhakti.



Pelaksanaan berlangsung dalam bentuk seminar interaktif yang dipadukan dengan sesi partisipatif. Mahasiswa tidak hanya menerima teori, namun juga diajak secara langsung mengeksplorasi nilai dan identitas diri mereka. Kegiatan ini mendapatkan dukungan penuh dari Himpunan Mahasiswa Manajemen sebagai mitra utama.

Adapun materi yang disampaikan pada kegiatan PKM ini terdiri atas empat pokok bahasan utama:

1. Konsep dasar *personal branding*: bagaimana *personal branding* berbeda dengan pencitraan palsu, dikarenakan berakar pada nilai, kompetensi, dan konsistensi diri.
2. Pentingnya *personal branding* dalam karir manajemen: mahasiswa diperkenalkan pada fakta bahwa dunia kerja bukan hanya menilai dari capaian akademik, namun juga dari reputasi, profesionalitas, dan citra diri yang dibangun.
3. *Personal branding* di era digital: pemanfaatan media sosial sebagai sarana utama dalam membangun citra diri, dengan menekankan pentingnya originalitas, konsistensi, dan keterampilan dalam mengelola konten digital.
4. Studi kasus tokoh publik: membahas strategi dari tokoh-tokoh nasional dalam membangun *personal branding* yang kuat, relevan, dan berpengaruh di bidang masing-masing.

Selain pemaparan teori, selanjutnya mahasiswa diajak untuk refleksi diri. Pada sesi ini, peserta diminta untuk mendeskripsikan diri mereka dalam tiga kata yang ingin diingat oleh orang lain. Tujuan dari sesi ini yaitu untuk membantu mahasiswa menyadari nilai inti yang akan mereka bawa sebagai identitas profesional di masa yang akan datang.



Kegiatan ini menghasilkan beberapa capaian utama:

1. Peningkatan pemahaman mahasiswa: sebelum kegiatan, sebagian besar peserta menganggap *personal branding* berkaitan erat dengan popularitas di media sosial dan tidak begitu penting dalam mencari kerja dan berkarir nantinya. Namun,

melalui pemaparan dan diskusi, mahasiswa mulai memahami bahwa *personal branding* melibatkan aspek nilai, kompetensi, dan konsistensi.

2. Refleksi diri: hasil refleksi menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menemukan kata kunci untuk mendeskripsikan diri mereka. Hal ini menunjukkan munculnya kesadaran akan identitas diri.
3. Partisipasi aktif: antusiasme dari peserta terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan dalam sesi tanya jawab.
4. Penguatan relevansi dengan karir manajemen: mahasiswa menyadari bahwa *personal branding* bukan sekedar pelengkap, namun aset penting yang mendukung daya saing dalam dunia kerja yang semakin kompetitif.

Dampak nyata dari kegiatan ini terlihat dari adanya perubahan pola pikir dan sikap mahasiswa terhadap pentingnya membangun *personal branding*. Berdasarkan hasil pengamatan dan umpan balik lisan dari peserta pada akhir kegiatan, terlihat peningkatan pemahaman dan motivasi mahasiswa untuk mulai mengelola *personal branding* mereka secara lebih profesional.

Dengan demikian, kegiatan PKM ini berhasil mencapai tujuannya, yaitu membantu mahasiswa memahami pentingnya *personal branding*, membekali mereka dengan strategi praktis, serta menumbuhkan kesadaran untuk membangun citra diri yang positif dan konsisten sedini mungkin.



Dengan demikian kegiatan PKM ini berhasil mencapai tujuannya yaitu membantu mahasiswa memahami pentingnya *personal branding*, membekali mereka dengan strategi praktis, serta menumbuhkan kesadaran untuk membangun citra diri yang positif sedini mungkin.

KESIMPULAN

Kegiatan PKM ini berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Bhakti mengenai pentingnya *personal branding* dalam membangun kesiapan karir. Melalui seminar interaktif, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, namun juga pengalaman reflektif untuk mengenali nilai, kompetensi, dan strategi komunikasi diri. Adanya peningkatan kesadaran dan motivasi mahasiswa dalam mengembangkan citra diri yang autentik dan konsisten. Diharapkan kedepannya, mahasiswa untuk terus berlatih mengelola *personal branding* secara berkelanjutan, sementara kampus dapat memfasilitasi program lanjutan seperti *workshop* atau *mentoring* agar keterampilan ini semakin terasah, relevan, dan aplikatif dalam menghadapi tantangan dunia kerja modern.

DAFTAR PUSTAKA

1. Gorbatov S, Khapova SN, Lysova EI. Get Noticed to Get Ahead: The Impact of *Personal branding* on Career Success. *Front Psychol.* 2019 Dec 9;10.
2. Bisri Mustofa M, Shiddiq F, Miftakhudin K, Rahmawati H, Wuryani S. Utilization of Social Media in Building *Personal branding* for Career Women in the Society 5.0 Era. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi.* 2022;16(1):2548–9496.
3. Pawar A, Kusmiati M, Sundari S. BUILDING OF ONLINE *PERSONAL BRANDING*. *Journal of Business and Management Inaba.*