

MODUL PENGABDIAN MASYARAKAT



PENYULUHAN MANAJEMEN MEDIA SOSIAL PADA SANTRI DI TPQ DARUL HIKMAH

**Program Studi Manajemen
Universitas Bina Sarana Informatika
Agustus 2026**

1. Pendahuluan

Media sosial pada masa ini merupakan satu wadah yang sangat penting dalam tatanan kehidupan masyarakat, hal ini karena dengan media sosial tentunya akan membantu setiap orang agar senantiasa dapat terhubung baik dengan orang yang dikenal maupun dengan orang yang belum dikenal. Selain itu pula media sosial memiliki fungsi dalam mengembangkan hobi dan minat, sehingga dengan manfaat media sosial maka dunia akan dapat melihat apa yang penting bagi manusia itu sendiri.

Media sosial telah menjadi salah satu alat yang sangat berpengaruh dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia olahraga dan seni bela diri. Perguruan Pencak Silat Walet Puti Cinere Depok, sebagai salah satu institusi yang bergerak dalam pengembangan seni bela diri tradisional Indonesia, dihadapkan pada tantangan dan peluang baru yang muncul akibat perkembangan teknologi informasi. Pemanfaatan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi sarana yang efektif untuk membangun citra dan reputasi perguruan.

Personal branding atau penjenamaan diri menjadi hal yang penting untuk dicapai oleh setiap individu, termasuk para atlet dan pengurus perguruan pencak silat. Dengan membangun personal branding yang kuat, individu maupun organisasi dapat menciptakan identitas yang khas, meningkatkan kepercayaan publik, serta memperluas jaringan sosial. Sebagai upaya untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam mencapai tujuan tersebut, kegiatan penyuluhan ini dirancang untuk memberikan pemahaman dan keterampilan khusus kepada anggota Perguruan Pencak Silat Walet Puti Cinere Depok.

Melalui modul kegiatan ini, peserta akan memperoleh wawasan tentang berbagai platform media sosial, strategi konten yang efektif, serta cara berinteraksi dengan audiens yang tepat. Selain itu, penyuluhan ini juga bertujuan untuk menggugah kesadaran pentingnya kehadiran online dalam mendukung perkembangan dan prestasi perguruan, serta memperkenalkan nilai-nilai budaya pencak silat kepada masyarakat luas. Dengan demikian, diharapkan perpaduan antara teknik personal branding yang efektif dan penggunaan media sosial yang tepat dapat memberikan dampak positif bagi perguruan serta anggotanya.

Namun yang terpenting lagi bahwa media sosial itu sendiri memiliki arti sebagai bentuk dari ekspresi diri, karena dengan media sosial tentunya setiap orang akan dapat menunjukkan kepada dunia siapa dirinya, apa yang menjadi dirinya unik, bagaimana perasaan tentang suatu hal, dan juga bagaimana suatu hal tersebut dapat dianggap penting.

Kalau kita artikan mengenai media sosial, bahwa istilah ini terdiri dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. Media sendiri dapat diartikan sebagai alat komunikasi, sedangkan kata sosial dapat diartikan sebagai kenyataan sosial dari setiap individu yang melakukan tindakan nyata dan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini tentunya menegaskan seperti pernyataan dari (Mulawarman, 2017) bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. Dari pengertian masing-masing kata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial.

Menurut (LPPM IPB: 2012), Pengabdian masyarakat, salah satu Tridarma Perguruan Tinggi (PT) yang semestinya merupakan satu kesatuan dengan dua darma yang lain, belum memperoleh apresiasi secara memadai. Hal itu dapat diketahui dari data DIKTI sampai dengan tahun 2010 kurang 5% populasi dosen dan kurang dari 1% guru besar yang aktif melaksanakan

pengabdian masyarakat. Demikian pula besarnya alokasi dana PPM di DP2M masih berkisar sekitar 15% dari alokasi dana riset dosen. Alokasi tersebut belum mampu ditingkatkan sampai mencapai 20-25%. Menurut Mukhidin (2010), Institusi Pendidikan memiliki tanggung jawab untuk memberikan penerangan dan informasi mengenai pemanfaatan hasil teknologi secara baik dan aman.

Menurut laman (Robbins: 2001) bahwa pada hakikatnya modal yang paling dari suatu organisasi ataupun perusahaan adalah Sumber Daya Manusia (SDM) yang merupakan menjadi satu penggerak utama dari sumber daya lainnya. Oleh karena itu perlunya peningkatan optimalisasi SDM dalam meningkatkan kontribusi untuk organisasi tersebut.

Di era digital seperti sekarang ini, tentunya personal branding menjadi satu hal yang sangat penting dalam membangun citra diri dan tentunya untuk dapat mencapai kesuksesan, baik itu dalam hal pekerjaan maupun juga di dalam kehidupan sehari-hari. Hal itu tentunya bukan lagi suatu hal yang terdengar futuristic, namun sebaliknya bahwa hal tersebut sudah menjadi suatu keharusan bagi setiap individu yang menginginkan satu identitas yang baik di tengah keramaian media sosial yang kian hari kian sangat padat.

Dalam pemahaman yang lebih mendalam mengenai personal branding ini, harapannya adalah setiap pengurus TPQ Darul Hikmah Depok ini siap untuk dapat mengukir citra diri yang kuat dan juga mampu memimpin dengan kepercayaan diri dalam dunia yang penuh dengan informasi dan juga persaingan yang sangat sengit kedepannya

Dalam rangka mempersiapkan program pengembangan yang baik bagi setiap pengurus TPQ, maka diperlukan suatu perencanaan yang matang. Dalam hal ini setiap sekolah ataupun pengelola Pendidikan senantiasa menginginkan satu iklim dan juga proses Pendidikan yang dapat

tampil baik, nyaman, dan mampu memberikan dukungan yang baik kepada semua pihak yang terlibat dalam segala bentuk kegiatannya.

Penguatan *personality branding* dan juga kemampuan komunikasi dari SDM merupakan kemampuan yang tentunya akan memberikan dampak signifikan terhadap kontribusi dari SDM terhadap iklim organisasi yang nyaman dan juga dinamis.

Oleh karena itu, modul ini diharapkan dapat menjadi panduan dalam pelaksanaan kegiatan penyuluhan yang bermanfaat dan aplikatif, sehingga tujuan peningkatan pemahaman dan keterampilan di bidang media sosial dapat tercapai dengan baik.

2. Tujuan Empiris

Dari permasalahan di atas, maka didapatkan tujuan empirisnya sebagai berikut:

- a. Strategi yang diterapkan oleh pengurus Perguruan Pencak Silat Walet Puti untuk meningkatkan *personal branding* dan kemampuan komunikasi?
- b. Dampak pelatihan *personal branding* dan peningkatan komunikasi terhadap iklim kinerja organisasi

3. Pembahasan

Pembahasan dalam modul kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk meningkatkan personal branding di Perguruan Pencak Silat Walet Puti Cinere Depok

Sebelum kita memahami apa itu personal branding, maka harus kita pahami terlebih dahulu mengenai apa itu arti dari brand. Brand sendiri menurut (Muhamad Fadhol Tamimy, 2017) merupakan suatu identifikasi berupa nama ataupun symbol yang akan mempengaruhi proses

pemilihan suatu produk ataupun jasa, yang membedakannya dengan produk pesaing dan memiliki nilai bagi para pembeli maupun juga penjualnya.

Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dan dikaji lebih dalam:

1. Peran Media Sosial dalam Era Digital

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Dengan jutaan pengguna aktif, platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube memberikan peluang besar untuk membangun jaringan, berbagi informasi, dan mempromosikan aktivitas organisasi. Dalam konteks Perguruan Pencak Silat Walet Puti, media sosial dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan nilai-nilai dan tradisi pencak silat, sekaligus menunjukkan keberhasilan dan prestasi yang diraih oleh anggota perguruan.

2. Konsep Personal Branding

Personal branding adalah proses di mana individu membangun citra dan reputasi mereka di mata publik. Dalam konteks pencak silat, baik pelatih, practitioner, maupun anggota pengurus perlu memahami pentingnya menciptakan citra yang positif. Melalui penyuluhan ini, peserta diharapkan dapat belajar cara menyusun strategi personal branding yang efektif, mulai dari penentuan nilai-nilai yang ingin diangkat, hingga cara berkomunikasi dengan audiens di media sosial.

3. Strategi Konten di Media Sosial

Konten adalah kunci utama dalam keberhasilan penggunaan media sosial. Dalam pembahasan ini, akan disampaikan berbagai jenis konten yang dapat diproduksi, seperti video tutorial, kisah inspiratif, testimoni anggota, dan informasi terkait kegiatan perguruan. Peserta akan diajarkan teknik pembuatan konten yang menarik dan relevan, serta cara menggunakan elemen visual yang dapat menarik perhatian audiens, seperti foto dan infografis.

4. Interaksi dengan Audiens

Interaksi yang baik dengan audiens merupakan bagian penting dari strategi personal branding. Penyuluhan akan membahas teknik-teknik berkomunikasi di media sosial, termasuk cara membalas komentar, menangani kritik, dan memperkuat hubungan dengan pengikut. Interaksi yang positif akan meningkatkan engagement dan membangun loyalitas, baik dari anggota perguruan maupun masyarakat luas.

5. Analisis dan Pengukuran Kinerja

Untuk menyusun strategi yang efektif, penting bagi anggota perguruan untuk dapat menganalisis kinerja konten yang dipublikasikan. Dalam modul ini, peserta akan diperkenalkan dengan alat analisis media sosial yang dapat membantu mereka memahami dampak dari setiap postingan. Pemahaman tentang metrik seperti jangkauan, interaksi, dan pertumbuhan pengikut akan membantu dalam mengevaluasi keberhasilan taktik personal branding yang diterapkan.

6. Etika dan Tanggung Jawab dalam Beraktivitas di Media Sosial

Dalam penggunaan media sosial, penting untuk memahami etika dan tanggung jawab. Peserta akan diajarkan mengenai isu-isu seperti privasi, hak cipta, dan dampak negatif dari penyebaran

informasi yang salah. Hal ini penting untuk memastikan bahwa promosi pencak silat melalui media sosial dilakukan secara profesional dan bertanggung jawab.

7. Penerapan dan Rencana Tindak Lanjut

Setelah memahami semua aspek yang dijabarkan di atas, peserta akan diajak untuk merancang rencana tindak lanjut yang konkret. Ini mencakup penjadwalan konten, pengaturan tim pengelola media sosial, dan pembentukan kebijakan internal tentang penggunaan media sosial di Perguruan Pencak Silat Walet Puti. Dengan adanya rencana yang terstruktur, diharapkan pemanfaatan media sosial dapat berjalan berkelanjutan dan memberikan hasil yang signifikan.

Sementara itu menurut *American Marketing Assosiation (AMA)* dalam sebuah artikelnya yang berjudul “*What is Branding and How Important is it your Marketing Strategy*”, mendefinisikan bahwa brand ataupun merk dengan nama, istilah, tanda, symbol maupun desain, atau kombinasi dari semuanya itu yang memiliki tujuan untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari suatu perusahaan dan untuk membedakan mereka dari perusahaan lainnya.

Sedangkan yang dimaksud dengan branding itu sendiri menurut (Muhamad Fadhol Tamimy, 2017) merupakan suatu upaya untuk memperkenalkan produk sehingga produk itu dapat dikenal, diakui, dan digunakan oleh khalayak ramai. Branding juga merupakan dapat dipandang sebagai satu strategi yang dapat dilakukan untuk dapat menyampaikan sebuah pesan dengan jelas, mengonfirmasi kredibilitas dari pemilik brand itu sendiri, menghubungkan dengan target pemasaran, yang lebih personal, memotivasi peminatnya, sehingga pada akhirnya akan tercipta sebuah kesetiaan.

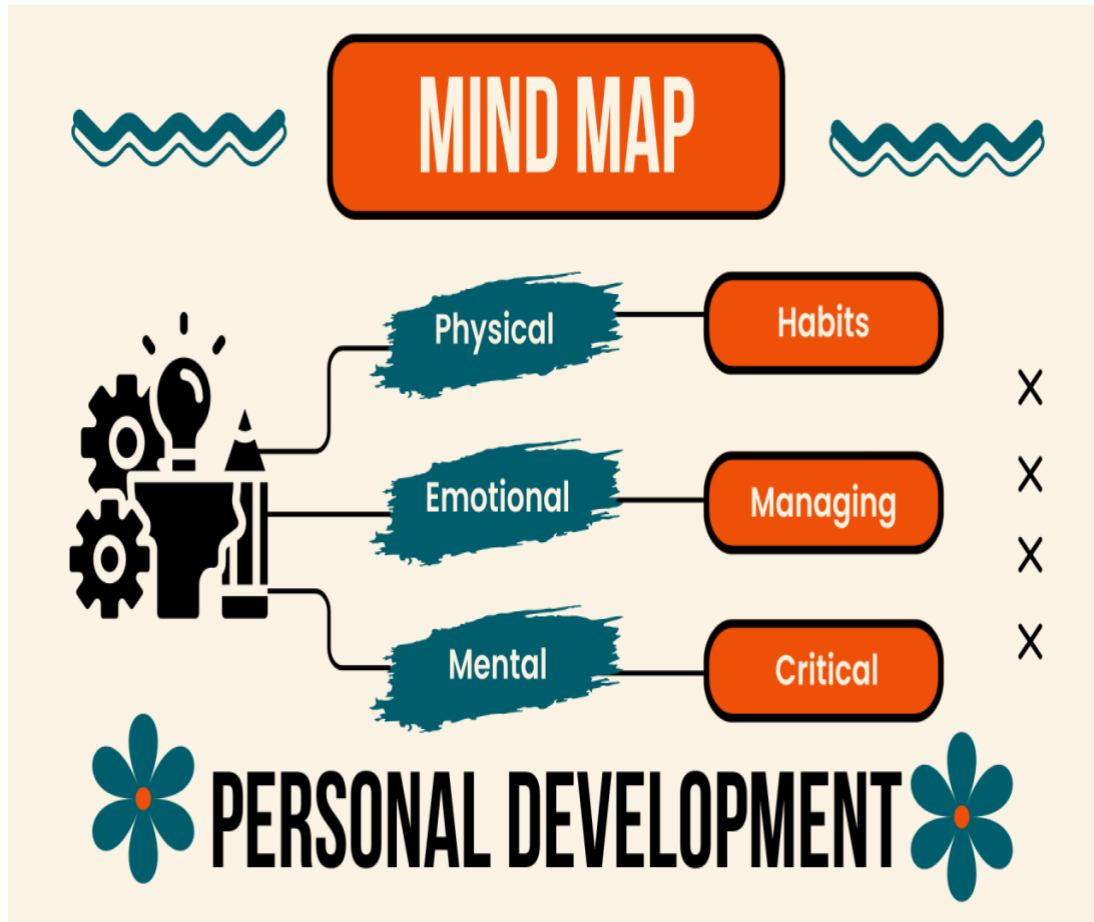
Branding juga menurut (Dewi Haroen, 2014) berarti keseluruhan aktivitas untuk menciptakan brand yang unggul (*brand equity*), yang mengacu pada ketentuan-ketentuan suatu

brand berdasarkan loyalitas, kesadaran, persepsi kualitas, dan asosiasi dari suatu brand. *Branding* pada dasarnya bukan hanya untuk dapat menampilkan keunggulan dari produk semata, namun juga lebih kepada menanamkan brand kedalam benak para konsumen.

Persaingan pada era ini, sudah sangat mengharuskan kepada setiap individu untuk dapat menggali dan juga menumbuhkan brand yang dimiliki dengan menggunakan metode yang lebih jitu, karena setiap kemunculan suatu brand baru sebagai suatu pesaing dalam mendapatkan hati di dalam masyarakat. Dan tentunya salah satu metode yang baik digunakan yakni *personal branding*.

Timothy P. O'Brien, menuturkan bahwa *personal branding* merupakan suatu identifikasi dari respon emosional terhadap orang lain terkait dengan kualitas dan juga nilai yang didapat dan dimiliki oleh orang tersebut. Dengan kata lain bahwa *personal branding* merupakan suatu proses dimana persepsi masyarakat dapat terbentuk terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang, diantaranya adalah kepribadian, kemampuan ataupun nilai-nilai dan juga bagaimana hal tersebut dapat menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang ada dan pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat untuk pemasaran.

Pelaksanaan program pengembangan diri meliputi kegiatan yang meningkatkan kesadaran dan identitas, mengembangkan bakat dan juga potensi, mengembangkan sumberdaya manusia serta memfasilitasi kelayakan kerja, meningkatkan kualitas hidup dan berkontribusi pada realisasi impian dan juga aspirasi ketika bekerja, hidup, berinteraksi dengan seluruh individu di dalam organisasi.



Sumber: mikamoney.com, 2022

Secara garis besar dari gambar di atas bahwa pengembangan diri merupakan satu ilmu untuk mengembangkan potensi, sikap, dan juga perilaku seseorang dalam menjalani kehidupan, hal ini karena manusia pasti akan mengalami pertumbuhan dan juga perkembangan baik dari segi fisik, social, dan juga spiritual serta pengembangan pola pikir dari seseorang tersebut.

Dengan demikian motivasi merupakan aspek yang cukup penting dan sangat diperlukan untuk membantu seseorang dalam mengembangkan dirinya. Karena sejatinya memang setiap individu butuh untuk dapat berkembang dalam segi spiritual, karir, dan juga kehidupan social,

karena tidak jarang juga seseorang itu dapat kehilangan motivasi dan berhenti untuk mampu menggapai segala mimpinya.

Personal branding, menurut apa yang dibahas oleh (Franzia et al., 2018) senantiasa didasarkan pada nilai-nilai kehidupan dan memiliki relevansi yang tinggi terhadap siapa sesungguhnya seseorang tersebut. *Personal branding* tentunya akan menjadi semacam label dari pribadi seseorang yang tentunya melekat dalam pikiran seseorang karena memiliki keunikan dan juga kekhasan yang tidak dimiliki oleh orang lain atau dengan kata lain sesuatu yang berbeda yang dianggap unik oleh orang lain. Menurut McNally dan Speak (Franzia et al., 2018) bahwa ada 3 (tiga) dimensi utama dalam unsur pembentuk *personal branding*, yakni:

- 1) Kompetensi atau kemampuan individu;
- 2) Gaya atau style personal; dan
- 3) Standar personal seseorang.



Gambar. 2. Tiga Dimensi Utama Pembentuk *Personal branding*
Sumber: (Cindy & Edwin, 2006)

Menurut McNally dan Speak dalam (Dewi Haroen, 2014), menyatakan bahwa *personal branding* yang kuat selalu terdapat tiga hal, yakni:

1) Kekhasan

Personal branding yang kuat tentunya akan mampu menjelaskan sesuatu yang spesifik atau khas sehingga akan berbeda dengan kebanyakan orang. Yang dimaksud kekhasan disini adalah mampu mempresentasikan kualitas pribadi, tampilan fisik, ataupun keahlian. Contohnya Ir. Soekarno ketika beliau berpidato senantiasa tampil dengan suara yang menggelegar, membangkitkan rasa nasionalisme dan patriotisme rakyat Indonesia pada masa awal-awal kemerdekaan.

2) Relevansi

Personal branding yang kuat tentunya akan mampu menjelaskan sesuatu yang dianggap penting oleh masyarakat dan juga relevansi dengan karakter orangnya. Jika relevansi itu tidak ada maka, akan sulit sekali terjadi penguatan pada *mind* masyarakat.

3) Konsistensi

Personal branding yang kuat biasanya buah dari upaya-upaya *branding* yang konsisten melalui cara-cara sehingga akan terbentuk apa yang kelak dinamakan dengan *brand equity*.

Sedangkan kemampuan berkomunikasi pun demikian sangat penting artinya dalam meningkatkan kontribusi SDM dalam suatu organisasi ataupun lingkungan. Hal ini karena manusia memang diciptakan sebagai makhluk sosial yang senantiasa akan berkomunikasi satu dengan lainnya sebagai suatu ungkapan untuk menyatakan sesuatu tersebut.

Konsep Pembentuk *Personal Branding*

Menurut Peter Montoya (Muhamad Fadhol Tamimy, 2017) ada delapan konsep pembentukan *personal branding*, yakni:

- ***Spesialisasi (The law of specialization)***, yakni ciri khas dari sebuah personal branding yang hebat adalah ketepatan pada sebuah spesialisasi, terkonsentrasi hanya pada sebuah kekuatan, keahlian atau pencapaian tertentu. Spesialisasi dapat dilakukan melalui beberapa cara yakni: *ability, behavior, lifestyle, mission, product, profession*, dan *service*.

- ***Kepemimpinan (The law of leadership)***, sebuah personal branding yang dilengkapi dengan kekuasaan dan kredibilitas sehingga mampu memposisikan seseorang sebagai pemimpin yang terbentuk dari kesempurnaan seseorang.
- ***Kepribadian (The law of personality)***, sebuah personal branding yang hebat harus didasarkan pada sosok kepribadian yang apa adanya, dan hadir dengan segala ketidaksempurnaannya. Konsep ini mengharuskan beberapa tekanan yang ada pada konsep kepemimpinan (*The law of leadership*), seseorang harus memiliki kepribadian yang baik namun tidak harus menjadi sempurna.
- ***Perbedaan (The law of distinctivines)***, personal branding yang baik dan efektif perlu ditampilkan dengan cara yang berbeda.
- ***Terlihat (The law of visivility)***, personal branding tentunya harus terlihat secara konsisten, sampai personal branding seseorang terlihat. Agar terlihat, tentunya seseorang harus mampu memasarkan atau mempromosikan dirinya dalam setiap kesempatan.
- ***Kesatuan (The law of unity)***, kehidupan pribadi seseorang dibalik personal branding tentunya harus sejalan dengan etika dan moral serta sikap yang telah ditentukan dari merek tersebut.
- ***Keteguhan (The law of persistence)***, setiap personal branding membutuhkan waktu untuk tumbuh, dan selama proses tersebut berjalan, adalah untuk selalu memperhatikan setiap tahapnya.
- ***Nama baik (the law of goodwill)***, jika ingin personal branding memberikan hasil yang baik dan bertahan lebih lama maka seseorang tersebut haruslah diasosiasikan dengan sebuah ide atau nilai yang diakui secara umum positif dan bermanfaat.

Ada beberapa manfaat dari *personal branding* ini, menurut (Puspita, 2023) yakni:

1) Membangun reputasi

Dalam *personal branding*, tentunya akan memungkinkan seseorang untuk dapat membangun dan juga mengelola reputasi dengan sangat cermat. Dengan memilih bagaimana seseorang ingin dapat dilihat oleh orang lain secara konsisten dapat memancarkan citra tersebut, seseorang tentunya dapat mengendalikan bagaimana seseorang tersebut dapat orang itu. Karena hal ini merupakan satu dasar dari reputasi yang baik yang tentunya akan terwujud nantinya.

2) Kredibilitas

Tentunya dengan memiliki *personal branding* yang kuat dan juga terpercaya, maka seseorang akan dapat membangun kredibilitas yang baik diantara teman, partner, rekan bawahan maupun atasannya. Dengan begitu orang akan lebih cenderung mempercayai seseorang tersebut ketika mereka melihatnya sebagai seorang ahli ataupun sumber yang dapat diandalkan dalam bidang tertentu.

3) Membangun koneksi

Dengan adanya *personal branding* yang jelas dan juga tertata dengan baik ini, maka seseorang akan lebih mendapatkan nilai plus dari masyarakat. Selain itu pula koneksi yang dimiliki oleh seseorang akan menjadi sangat luas. Hal ini disebabkan karena ketika membangun *personal branding* tentunya tidak aneh jika pada akhirnya tawaran kolaborasi akan senantiasa berdatangan dengan lancar.

4) Membangun kejujuran dan kepercayaan diri

Ada dua hal yang sangat penting dalam membangun *personal branding*, agar nantinya orang akan mengakui bagaimana nilai diri ini sangat baik, yakni kejujuran dan juga kepercayaan diri. Hal ini karena jika seseorang itu tidak dapat jujur tentang aspirasi apa

yang dipikirkannya, maka akan merembet pada kepercayaan diri yang tentunya tidak akan muncul dengan baik pada diri seseorang tersebut. Ketika citra diri yang ditampilkan oleh seseorang tersebut dengan penataan yang benar, maka tentunya akan lebih meningkatkan kepercayaan diri untuk dapat tampil dihadapan public karena tidak ada hal yang menggajal yang harus ditutupi.

5) Meningkatkan citra sosial media

Hal ini perlu dilakukan karena *personal branding* yang kuat tentunya akan meningkatkan keterlibatan dari seseorang di dalam *platform* media sosial. Tentunya orang akan lebih tertarik untuk dapat mengikuti dan berinteraksi dengan seseorang jika mampu memberikan konten yang konsisten, relevan, dan juga bermanfaat. Ini tentunya dapat memperluas jaringan dan juga meningkatkan pengaruh secara *online*.

Lantas sekarang bagaimana cara kita mampu membangun *personal branding*, agar menjadikan seseorang tersebut memiliki citra diri yang baik. Hal ini penting dilakukan karena tentunya citra diri tidak begitu saja muncul, namun perlu beberapa hal yang harus dilakukan agar seseorang memiliki citra diri yang sangat kuat dan juga mengakar di dalam benak setiap orang.

Menurut (Puspita, 2023), ada beberapa point penting yang harus dilakukan oleh seseorang dalam membangun *personal branding* agar mendapatkan manfaat yang maksimal, yakni:

1) Kenali diri sendiri

Ini merupakan langkah awal yang sangat penting dalam mengenali dan menggali potensi diri sendiri dengan baik. Kita perlu mempertimbangkan terkait nilai-nilai, minat, keahlian, dan juga sifat yang tentunya akan membuat seseorang itu menjadi sangat berbeda dari yang lain.

2) Tentukan tujuan

Sebelum memulai membangun *personal branding*, tentunya langkah selanjutnya adalah harus menentukan dulu tujuan, hal ini juga tidak kalah pentingnya karena dengan menentukan tujuan yang jelas tentunya akan sangat membantu seseorang tersebut untuk dapat merancang strategi yang sesuai dengan keinginannya.

3) Melakukan riset

Kenapa hal ini perlu dilakukan, karena sebelum kita merancang citra ataupun pesan dari *personal branding*, perlu kita melakukan riset atau penelitian tentang siapa yang akan menjadi target audiens terlebih dahulu. Tentunya riset ini akan sangat membantu kita dalam menentukan posisi yang lebih baik untuk menciptakan strategi yang sangat efektif.

4) Menciptakan karakter yang sesuai

Hal ini perlu sekali dilakukan, karena berdasarkan riset yang ada dan juga pemahaman diri, maka ketika menciptakan karakter yang sesuai dengan kepribadian dan nilai-nilai yang dimiliki. Tentunya akan menjadi satu pondasi yang sangat kuat dari *personal branding*, hal ini karena dalam setiap tindakan dan juga komunikasi akan memperlihatkan karakter yang sangat konsisten.

5) Konsisten dan berkualitas

Konsistensi merupakan kunci utama, hal ini karena dapat dipastikan bahwa pesan, penampilan dan juga interaksi yang kita lakukan secara konsisten dengan citra yang ingin kita bangun dan juga proyeksikan. Selain itu juga, kita perlu memastikan dari konten yang akan dibagikan baik itu berupa tulisan, gambar, ataupun video, tentunya akan berkualitas tinggi dan juga memiliki nilai relevan yang sangat sesuai dengan target audiensnya.

6) Jujur dan jangan cepat merasa puas

Hal ini disebabkan karena integritas dan kejujuran merupakan aspek yang sangat penting. Jangan pernah mencoba untuk menciptakan citra yang sama sekali tidak dapat mencerminkan diri kita atau dalam kata lain berbohong kepada orang lain mengenai siapa diri kita. Selalu bersikap jujur dan juga autentik, tentunya akan lebih memudahkan kita dalam membangun *personal branding*. Selain itu pula, kita jangan cepat puas dengan pencapaian saat ini, hal ini perlu dilakukan agar kita terus berusaha untuk memperbaiki dan juga mengembangkan *personal branding*-nya.

7) Selalu koreksi dan evaluasi

Personal branding merupakan sesuatu yang terus akan berkembang, hal ini harus selalu ditinjau dan juga dievaluasi apakah citra kita masih sesuai dengan tujuan. Koreksi jika perlu, dan teruslah belajar dari pengalaman dan serta umpan balik dari orang lain.

Cara Meningkatkan kemampuan Komunikasi

Memiliki kemampuan komunikasi yang baik memang penting untuk seseorang, terlebih jika individu tersebut bekerja di dunia profesional. Namun demikian seiring dengan peningkatannya dari waktu ke waktu yang juga merupakan kewajiban bagi setiap individu yang ingin terus berkembang secara optimal. Hal ini dapat dilakukan dan akan sangat berguna jika seseorang yang memang mengincar karier yang tinggi dan sangat bergantung pada kemampuan komunikasi.

Menurut Annisa (2020), setidaknya terdapat 12 cara untuk seseorang agar dapat meningkatkan kemampuan komunikasi secara efektif sebagai berikut:

1. Jadilah pendengar yang baik

Kemampuan mendengar tentunya akan menjadi modal yang sangat berharga dalam memahami orang lain sekaligus juga hal tersebut menunjukkan bahwa orang yang

mampu mendengarkan dengan baik tersebut sangat menghargai orang. Semakin orang lain merasa dihargai, tentunya akan semakin mudah pula dalam membangun hubungan yang baik dengan orang lain. Agar kemampuan komunikasi setiap individu terus dapat berkembang, maka cobalah untuk berlatih bagaimana menjadi seorang pendengar yang baik ketimbang banyak bicara. Tentunya dengan mendengarkan secara seksama, kita tentu akan dapat memberikan tanggapan yang baik kepada lawan bicara kita.

2. Pahami dengan siapa kita bicara

Salah satu hal yang utama yang perlu kita lakukan dan pahami adalah bagaimana mengembangkan kemampuan berkomunikasi yaitu dengan cara memahami dengan siapa kita bicara atau dalam arti lain bagaimana cara memahami siapa lawan bicara kita. Latar belakang yang berbeda tentunya juga akan membentuk karakter yang juga berbeda-beda. Tentunya ini akan sangat berpengaruh pada cara kita berkomunikasi dengan semua orang. Mulai dari bagaimana Bahasa yang kita gunakan hingga apa yang akan kita ceritakan. Penyesuaian cara kita berkomunikasi dengan latar belakang lawan bicara tentunya akan sangat membantu kita dalam membangun hubungan yang baik dengan lawan bicara kita nantinya.

3. Menunjukkan Bahasa tubuh yang baik

Bahasa tubuh yang baik tentunya akan menggambarkan emosi dan juga perasaan saat kita berbicara. Bahkan, gerak-gerik tubuh yang muncul tanpa disadari dapat juga menampilkan emosi yang sebenarnya tidak ingin kita tunjukkan. Misalnya, gestur tidak nyaman ataupun tidak percaya diri. Untungnya, kita dapat melatih Bahasa tubuh kita sendiri. Caranya adalah dengan mencoba membiasakan diri mengatur posisi duduk dan juga posisi berdiri agar tetap tegak. Posisi ini akan membuat kita semakin percaya diri.

Namun demikian, jangan sampai lupa untuk dapat mempertahankan kontak mata pada saat yang tepat untuk menunjukkan bahwa kita juga tegas.

4. Berbicara langsung ke intinya

Orang yang banyak bicara belum tentu memiliki kemampuan komunikasi yang baik, jika ketika berbicara terlalu banyak bertele-tele. Kemampuan yang baik justru akan dimiliki oleh mereka yang mampu menyampaikan inti dari pembicaraan secara lugas dan juga efektif. Hal ini bukanlah suatu kemampuan yang mudah, namun demikian hal tersebut bukanlah hal yang mustahil untuk dapat diasah. Cobalah berlatih ketika sebelum berbicara, dimulai untuk memikirkan apa yang akan dikatakan, dan juga membayangkan pula apa alasan mengapa kita harus berkomunikasi dengan lawan bicara kita, serta apa yang menjadi inti dari hal yang akan kita sampaikan.

5. Ketahui waktu dan tempat yang tepat untuk berbicara

Memiliki selera humor yang baik memang terkadang dapat membantu kita ketika menjalin komunikasi, namun demikian hal ini perlu diingat bahwa komunikasi yang dilakukan dengan jenaka tentu tidak selalu dapat dilakukan di tempat kerja. Demikian pula ketika kita akan menyampaikan suatu topik di tengah-tengah diskusi yang sangat serius. Ketahui kapan waktu yang tepat bagi kita untuk dapat membawa topik tersebut. Kenali pula apakah lawan bicara kita adalah orang yang tepat untuk membicarakannya

6. Awali dan akhiri percakapan dengan topik yang kita bahas

Aspek lain yang tentunya tak kalah penting dalam meningkatkan kemampuan berkomunikasi adalah kita harus mampu menyampaikan maksud secara efektif, caranya adalah dengan menghindari pembicaraan-pembicaraan yang bertele-tele dan

harus focus dalam membahas topik inti. Kemampuan ini amat penting, khususnya saat kita mempresentasikan suatu topik. Sampaikan topik yang akan kita bahas pada awal presentasi agar audiens mendapatkan gambaran mengenai topik tersebut. Kemudian, rangkum kembali apa yang telah kita jelaskan tadi agar mereka semakin memahaminya.

7. Meninta saran dan masukan

Masukan, saran, dan juga bahkan kritik, baik itu dari rekan kerja maupun dari pimpinan, akan sangat penting fungsinya dalam mengembangkan kemampuan berkomunikasi. Pasalnya, mereka merupakan orang-orang yang dapat melihat potensi dan juga kelemahan-kelemahan yang kadang tidak kita sadari. Kembangkanlah setiap masukan positif yang kita terima, disaat yang sama, teruslah untuk berusaha agar dapat memperbaiki kelemahan pada cara kita dalam berkomunikasi. Bila perlu, kita dapat meminta bantuan kepada rekan kerja kita untuk mau memperbaiki dari kelemahan-kelemahan tersebut.

8. Kurangi mengandalkan visual

Cara lain dalam meningkatkan kemampuan berkomunikasi yang dapat kita praktikkan adalah dengan cara mengurangi ketergantungan pada bahan visual, seperti menggunakan *power point*, ketika kita melakukan presentasi. Bahkan Steve Jobs pernah membuat peraturan di perusahaannya dulu, untuk melarang penggunaan *power point* bagi karyawannya ketika melakukan presentasi, hal ini disebabkan karena menggunakan *tools* tersebut dapat dipercaya menghambat komunikasi dibanding dengan memperlancarnya.

9. Perhatikan detail

Apa yang mungkin tampak seperti detail kecil dapat membuat banyak perbedaan jika kita hanya memahami hal-hal besar saat menyampaikan ide maupun berkomunikasi. Metode ini juga berlaku saat kita mendengarkan orang lain berbicara. Pastikan kita memperhatikan setiap detail yang diungkapkan orang lain sehingga dapat digunakan dalam membangun nuansa tertentu di suatu saat. Orang lain akan merasa dihargai saat detail kecil dari apa yang diungkapkannya diingat atau diperhatikan oleh orang lain.

10. Perhatikan kualitas suara dan nada bicara

Saat berbicara dengan orang lain, penting bagi kita untuk menggunakan suara yang dapat didengar dengan jelas serta nada intonasi yang tepat. Kita perlu memperhatikan ini untuk meningkatkan kemampuan komunikasi sebab rendahnya kualitas suara akan dapat menimbulkan ide yang tak tersampaikan dengan baik. Begitu pula jika kita berbicara dengan intonasi yang terkontrol maka dapat menimbulkan salah paham maupun penafsiran bagi lawan bicaramu.

11. Gunakan kata-kata yang akurat sesuai konteks

Akurasi penggunaan kata ataupun diksi dapat meningkatkan kemampuan komunikasi sebab hal ini penting demi tersampainya pesan ataupun ide yang kita sampaikan. Penggunaan kata yang tepat akan memudahkan orang lain untuk dapat memahami pendapat kita. Hal ini juga berlaku pada penyesuaian konteks, karena penggunaan kata yang baik kontekstual akan membuat komunikasi menjadi tidak fokus.

12. Melatih kelengkapan dan kejelasan pesan

Komunikasi adalah penyampaian dan penerimaan pesan secara berkesinambungan, oleh karena itu, penting bagi kita untuk dapat memastikan bahwa pesan yang akan disampaikan telah lengkap dan jelas. Kita perlu melatih hal ini, sebelum melakukan presentasi dengan orang lain di dunia kerja.

4. Kesimpulan

Dari Analisa di atas bahwa proses *personal development* dan juga kemampuan berkomunikasi merupakan factor yang penting dalam menunjang karier dan juga kehidupan sehari-hari, seperti yang di uraikan sebagai berikut:

1. *Personal development*, merupakan peningkatan kapabilitas diri melalui kemampuan seseorang lewat satu pelatihan yang tepat yang dinamakan sebagai *employee development program* atau EDP yang merupakan bagian dari *reward* non fiscal, yang tentunya memiliki manfaat luar biasa bagi peningkatan kontribusi dari setiap individu dalam satu perusahaan dan juga organisasi
2. Kemampuan komunikasi yang tepat tentunya akan memberikan efek terhadap ketertarikan orang lain terhadap kita, dan juga mampu menempatkan diri sesuai dengan lawan bicara yang sedang dihadapi.

Kemampuan *personal development* dan juga kemampuan berkomunikasi tentunya akan sangat bermanfaat, terutama bagi orang yang memang berkecimpung di dunia professional. Manakala harus berhadapan dengan banyak orang, sehingga harus mampu menempatkan diri dan juga menyesuaikan diri dengan siapa yang akan jadi lawan bicaranya nanti.

Personal branding juga merupakan kunci dari kesuksesan di era digital, karena dengan mengenal diri, menetapkan tujuan, dan berkomitmen pada konsistensi, maka kita akan dapat membangun citra yang kuat dan juga berarti. Yang terpenting lagi, hal tersebut merupakan investasi dalam diri kita sendiri untuk mendapatkan peluang yang lebih besar lagi. Oleh karena itu teruslah untuk berkembang dan mempertahankan integritas, sehingga kita akan terus memanen hasil yang lebih luar biasa dan menjadikan kita seseorang yang memiliki nilai serta keunikan yang berbeda dan memiliki nilai terbaik.

Referensi:

- Cindy, Y., & Edwin, J. (2006). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding Dari C.Y.N. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 35–45.
- Dewi Haroen. (2014). *Personal Branding*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Franzia, E., Desain, P., Visual, K., Rupa, S., Desain, D., & Trisakti, U. (2018). PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL. In *Seminar Nasional Pakar ke 1 Tahun*. www.the-marketeers.com
- Muhamad Fadhol Tamimy. (2017). *Sharing-mu Personal Branding-mu*. Visimedia.
- Mulawarman. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 23–70.
- Puspita, D. (2023, September 21). *Personal Branding : Definisi, Manfaat, Cara Membangunnya*. <https://ikom.umsida.ac.id/Personal-Branding-Pengertian-Manfaat-Cara-Membangun/>.
- Harim, Sidiq. 2019. Potensi Diri: Pengertian, Jenis & Contohnya. Artikel Online pada <http://sosiologis.com/potensi-diri>
- LPPM IPB.2012. pelatihan pengelolaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bermutu dan berdampak di Universitas Indonesia. [online] pada <https://lppm.ipb.ac.id/pelatihan-pengelolaan-kegiatan-pengabdian-kepada-masyarakat-yang-bermutu-dan-berdampak-di-universitas-indonesia/>. Diunduh pada 26 agustus 2021
- Mikamoney. 2022. *Pentingnya Personal Development, dan Pengertian Pengembangan Diri*. Artikel Online pada: <https://mikamoney.com/pentingnya-personal-development-dan-pengertian-pengembangan-diri/>

- Team Money+. 2020. *Personal Development, seberapa Penting bagi Karir Kamu?*. Artikel online pada: <https://blog.amartha.com/personal-development-seberapa-penting-bagi-karir-kamu/>
- Wahyuli, Renny Vidya. 2012. *Program Personal Development Planning Untuk Meningkatkan Received Investment In Employee Development dan Kepuasan Kerja (Studi Pada Salesperson di PT X)*. Tesis. Depok: Program Studi Psikologi Profesi Universitas Indonesia
- Tim Zurich. 2019. *5 Cara Mengembangkan Potensi Diri yang Bisa Dilakukan*. Artikel Online pada: <https://www.zurich.co.id/id-id/blog/articles/2019/08/5-cara-mengembangkan-potensi-diri-yang-bisa-dilakukan>
- Annisa, Tsalis. 2021. *8 Cara Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Demi Kemajuan Karier*. Artikel Online pada: <https://www.ekrut.com/media/kemampuan-komunikasi>