

# MEMORANDUM OF AGREEMENT

BETWEEN



**KOLEJ ISLAM DARUL ULUM (KIDU), MALAYSIA**

AND



**FKIP – COLLEGE OF TEACHER TRAINING AND  
EDUCATION  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU  
BENGKULU, INDONESIA**

This Agreement ("MoA") is made pursuant to the Memorandum of Understanding (MoU) signed on 24 September 2025 between KIDU and Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB).

### **Objective**

The objective of this MoA is to foster cooperation in education, teacher training, and student development.

### **Scope of Collaboration**

The Parties agree to cooperate in the following areas:

- 3.1 Student exchange and mobility programs.
- 3.2 Faculty exchange for teaching and training.
- 3.3 Joint development of curriculum and teaching modules.
- 3.4 Collaborative teaching practice (micro-teaching, school-based practicum).
- 3.5 Organization of international seminars, workshops, and summer schools.

### **Implementation**

Activities will be jointly planned and executed by coordinators appointed by both Parties.

### **Financial Arrangements**

Unless otherwise agreed, each Party shall bear its own costs related to the activities under this MoA.

### **Duration**

This MoA shall remain in effect for three (3) years from the date of signing and may be extended upon mutual written agreement.

### **Termination**

Either Party may terminate this MoA with written notice of three (3) months. Ongoing projects shall be completed or otherwise settled by mutual consent.

SIGNED FOR AND ON BEHALF OF

DEKAN FKIP UM BENGKULU

  
DR. SANTOSO, M.Si

SIGNED FOR AND ON BEHALF OF

CEO KOLEJ ISLAM DARUL ULUM

  
ZAWAWI HJ AHMAD

Validated by : OCIA UM Bengkulu  
Index Control: 004/ MoA/ OCIA-UMB/ IX/2025  
Timestamp : September 22, 2025  
Validator : Andi Azhar, Ph.D.



**LAPORAN AKHIR  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**SOSIALISASI PERSONAL BRANDING BAGI SISWA  
DI KOLEJ DARUL ULUM (KIDU) MALASYIA**

**RISNANOSANTI  
NIDN: 0021016801**

**JAYANTI SYAHFITRI  
NIDN: 0005076807**

**TITI DARMI  
NIDN: 0026126301**

**Dibiayai dari DIPA LPPM Universitas Muhammadiyah Bengkulu  
Kegiatan SKIM Pengabdian Pemberdayaan Berbasis Masyarakat  
Sumber Pendanaan Institusi Universitas Muhammadiyah Bengkulu  
Tahun Anggaran 2025/2026  
Nomor Kontrak : 139.2.P/LPPM UMB/2025**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU  
2025**

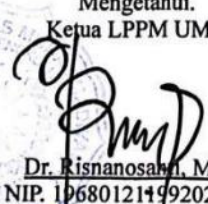
## HALAMAN PENGESAHAN

|                                  |                                                                                      |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Judul Pengabdian pada Masyarakat | : Sosialisasi Personal Branding bagi Siswa di Kolej Islam Darul Ulum (KIDU) Malaysia |
| Dosen Pelaksana                  | :                                                                                    |
| Nama Lengkap                     | : Dr. Risnanosanti, M.Pd                                                             |
| NIDN                             | : 0021016801                                                                         |
| Jabatan Fungsional               | : Lektor Kepala                                                                      |
| Program Studi                    | : Pendidikan Matematika                                                              |
| Nomor HP                         | : 0811733568                                                                         |
| Alamat Surel                     | : risnanosanti@umb.ac.id                                                             |
| Anggota (1)                      | :                                                                                    |
| Nama Lengkap                     | : Dr. Jayanti Syahfitri, M.Si                                                        |
| NIDN                             | : 0229019001                                                                         |
| Perguruan Tinggi                 | : Universitas Muhammadiyah Bengkulu                                                  |
| Anggota (2)                      | :                                                                                    |
| Nama Lengkap                     | : Dr. Titi Darmi, M.Si                                                               |
| NIDN                             | : 0218086801                                                                         |
| Perguruan Tinggi                 | : Universitas Muhammadiyah Bengkulu                                                  |
| Biaya Tahun Berjalan             | : Rp. 25.000.000,-                                                                   |
| Biaya Keseluruhan                | : Rp. 25.000.000,-                                                                   |

Bengkulu, 30 September 2025

Mengetahui,  
Dekan FKIP  
  
Drs. Santoso, M.S.  
NIP. 196706151993031004

Ketua  
  
Dr. Risnanosanti, M.Pd  
NIDN. 0021016801

Mengetahui.  
Ketua LPPM UMB  
  
Dr. Risnanosanti, M.Pd  
NIP. 19680121492022001

## **RINGKASAN**

Kegiatan sosialisasi personal branding yang dilaksanakan di sekolah merupakan salah satu upaya strategis dalam meningkatkan kualitas diri siswa dan mempersiapkan mereka menghadapi tantangan perkembangan zaman. Kegiatan ini dirancang sebagai respon terhadap kebutuhan peserta didik untuk memahami pentingnya mengenali, mengembangkan, serta menampilkan potensi diri secara positif, baik dalam lingkungan akademik maupun sosial. Dalam konteks pendidikan modern, personal branding tidak lagi menjadi keterampilan tambahan, tetapi telah menjadi elemen penting dalam membentuk karakter, identitas diri, serta kesiapan siswa dalam menghadapi persaingan global. Oleh karena itu, kegiatan ini dilaksanakan sebagai bagian dari penguatan kompetensi non-akademik siswa yang menjadi salah satu prioritas pengembangan sekolah. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sosialisasi personal branding ini memberikan dampak positif yang signifikan pada diri siswa. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar siswa belum familiar dengan istilah ini dan menganggap personal branding hanya sekadar pencitraan di media sosial. Namun setelah mendapatkan pemahaman yang komprehensif melalui pemaparan materi, diskusi, dan contoh-contoh nyata, siswa mampu memahami bahwa personal branding mencakup proses mengenali potensi diri, mengelola perilaku, dan menampilkan identitas diri secara positif sesuai nilai dan karakter masing-masing. Kegiatan ini juga berdampak pada peningkatan rasa percaya diri siswa. Banyak siswa yang sebelumnya tidak berani tampil atau merasa ragu terhadap kemampuan diri, akhirnya mampu berdiri di depan kelas dan mempresentasikan profil personal branding mereka. Keberanian ini muncul karena lingkungan kegiatan yang suportif dan pola pendampingan yang tidak menghakimi. Setiap siswa difasilitasi untuk menampilkan potensi mereka tanpa rasa takut dibandingkan. Secara keseluruhan, kegiatan sosialisasi personal branding di sekolah ini dapat disimpulkan sebagai program yang berhasil memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan karakter, keterampilan komunikasi, kepercayaan diri, dan kesiapan masa depan siswa. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga pengalaman praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, kegiatan ini sangat layak untuk diteruskan dan dikembangkan dalam skala yang lebih luas sebagai bagian dari program pembinaan kesiswaan dan penguatan profil pelajar berkarakter.

## **PRAKATA**

Alhamdulillahirabbil'alamin Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan pengabdian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Laporan pengabdian ini disusun sebagai bentuk pertanggung jawaban atas kesempatan tim penulis mendapatkan hibah pengabdian Program Kemitraan Masyarakat yang merupakan stimulus dari Institusi Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Dengan terselesaikannya laporan pengabdian ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung kegiatan pengabdian ini mulai dari awal sampai dengan penyusunan laporan ini. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Bengkulu, September 2025

## DAFTAR ISI

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL                       | i   |
| HALAMAN PENGESAHAN                  | ii  |
| RINGKASAN                           | iii |
| PRAKATA                             | iv  |
| DAFTAR ISI                          | v   |
| BAB 1 PENDAHULUAN                   | 1   |
| 1.1 ANALISIS SITUASI                | 2   |
| 1.2 PERMASALAHAN MITRA              | 4   |
| 1.3 TUJUAN KEGIATAN                 | 7   |
| BAB 2 TARGET DAN LUARAN             | 8   |
| 2.1. TARGET                         | 8   |
| 2.2. LUARAN                         | 11  |
| BAB 3 METODE PELAKSANAAN            | 12  |
| BAB 4 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI | 19  |
| 4.1. HASIL                          | 19  |
| 4.2. LUARAN                         | 26  |
| BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN          | 17  |
| 5.1. KESIMPULAN                     | 27  |
| 5.2. SARAN                          | 27  |
| DAFTAR PUSTAKA                      | 31  |

## BAB 1 PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini menciptakan persaingan individual maupun kelompok menjadi semakin kompetitif. Diperlukan beberapa keunggulan individual yang harus dimiliki agar bisa bersaing dan salah satunya adalah memiliki citra diri yang positif melalui *Personal Branding*. *Personal branding* menjadi hal penting sebagai cara untuk meningkatkan ‘nilai jual’ seseorang (Afrilia, 2018). *Personal branding* merupakan pandangan yang ada dalam diri seseorang tentang bagaimana orang lain dilihat dari segi positifnya dalam menggunakan jasanya (Hakim et al., 2017). *Personal branding* merupakan proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang, diantaranya yaitu kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai, dan bagaimana semua itu menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran (Haroen, 2014). Hal ini menekankan bahwa setiap individu harus mengelola citra diri mereka agar dapat bersaing dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, karir, dan jaringan sosial. Era globalisasi ini telah membawa perubahan yang pesat sehingga diperlukan elemen kunci bagi individu yaitu, keterampilan, pengembangan diri dan kualitas pribadi yang memadai agar dapat berhasil menghadapi tantangan masa depan (Nugraha et al., 2023). *Personal branding* atau pembentukan citra diri merupakan pengembangan diri yang mencerminkan keterampilan dan kualitas pribadi seseorang. *Personal branding* menjadi bekal yang penting dalam mempersiapkan diri untuk bersaing dimasa depan, jika ini dibentuk dengan baik maka akan memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan. Oleh sebab itu, membangun *personal branding* sejak dini menjadi sangatlah penting, terutama bagi generasi muda yakni pelajar yang sedang berada dalam fase mencari jati diri dan mengembangkan potensi mereka. *Personal branding* berperan penting dalam dunia pendidikan yang mendukung siswa untuk mempersiapkan karirnya dan mencapai kesuksesan yang diinginkan di masa depan. Siswa yang berada di fase transisi menuju dunia dewasa juga mengalami masalah yakni rentan terhadap kenakalan remaja. *Personal branding* yang bertujuan membentuk citra diri yang positif berguna untuk mencegah siswa melakukan kenakalan remaja yang dinilai negatif. Kemampuan dan pemahaman mengenai *personal branding* menjadi sangatlah penting dimiliki oleh para pelajar untuk dikembangkan sejak dini. Disamping itu *personal branding* berkaitan erat dengan kepercayaan diri yang dimiliki oleh siswa. Tingkat kepercayaan diri yang dimiliki oleh siswa akan mencerminkan kemampuan *personal branding*



dirinya. Kepercayaan diri adalah sikap positif seorang individu yang memungkinkan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif, baik terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan atau situasi yang dihadapinya (Fatimah, 2010). Kepercayaan diri adalah karakteristik pribadi seseorang yang didalamnya terdapat keyakinan akan kemampuan diri dan mampu mengembangkan serta mengolah dirinya sebagai pribadi yang mampu menanggulangi suatu masalah dengan situasi terbaik (Komara, 2016). Orang yang percaya diri merasa dirinya cakap secara sosial, matang secara emosi, cukup memadai dalam hal kecerdasan, sukses, memuaskan, tegas, optimis, tidak bergantung, percaya diri, yakin, terus bergerak, dan memiliki kualitas kepemimpinan (Goel & Aggarwal, 2012). Tanpa kepercayaan diri yang memadai, siswa mungkin mengalami kesulitan dalam menghadapi tantangan, mengambil keputusan, dan mencapai potensi penuh mereka. Kepercayaan diri berperan penting dalam pembentukan *personal branding* karena keduanya saling berkaitan dan mempengaruhi satu sama lain. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi cenderung lebih mampu menampilkan kepribadian, keterampilan, dan nilai-nilai mereka secara positif kepada orang lain, yang pada akhirnya membantu membangun citra diri yang baik. Kepercayaan diri memungkinkan individu untuk mengambil inisiatif, berani menunjukkan kemampuan, dan tampil percaya diri di depan publik, semua itu adalah aspek yang diperlukan dalam membentuk *personal branding* yang kuat. Sebaliknya, *personal branding* yang baik juga dapat memperkuat kepercayaan diri seseorang karena mereka merasa dihargai dan diakui atas kualitas yang mereka miliki. Oleh karena itu, proses pengembangan *personal branding* membutuhkan kepercayaan diri sebagai fondasi utama agar individu dapat secara efektif menunjukkan potensi terbaik mereka dan menciptakan persepsi yang positif di mata masyarakat.

### **1.1. ANALISIS SITUASI**

Namun, kenyataannya berbeda di lapangan. Data menunjukkan bahwa kesadaran siswa dalam mengembangkan diri melalui *personal branding* sejak dini masih sangat minim, bahkan banyak siswa yang belum mengetahui tentang konsep *personal branding*. Rendahnya tingkat kepercayaan diri siswa secara langsung mempengaruhi sikap dan keterampilan mereka, terutama saat berada di dalam kelas dan saat jam pelajaran berlangsung. Oleh karena itu, proses pengenalan *personal branding* melalui penguatan kepercayaan diri menjadi sangat penting untuk

meningkatkan kesadaran siswa tentang pentingnya pengembangan diri sejak dini demi karier mereka di masa depan. Dalam jangka panjang, kepercayaan diri akan menjadi bekal bagi mereka untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan berikutnya, sementara penguatan *personal branding* dibutuhkan untuk unggul dalam persaingan yang semakin kompetitif pada era saat ini. Para siswa yang berusaha mengembangkan diri untuk menjadi SDM yang unggul dan berkualitas akan menjadi aset penting bagi negara dalam proses pembangunan bangsa di masa depan, terutama untuk mewujudkan visi Indonesia Emas 2045. Pada tahun 2023, data Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) menunjukkan bahwa terdapat sekitar 45 juta siswa yang terdaftar di jenjang pendidikan dasar dan menengah. Angka ini mencerminkan betapa besarnya peran siswa dalam demografi generasi muda Indonesia. Para siswa ini merupakan tulang punggung pembangunan bangsa di masa depan, terutama dalam mewujudkan masyarakat yang makmur. Mereka tidak hanya berperan sebagai penerima pendidikan, tetapi juga sebagai pelopor perubahan yang akan membawa inovasi, kreativitas, dan keterampilan ke berbagai sektor kehidupan. Hal ini tidak hanya relevan bagi kebutuhan pribadi, tetapi juga sebagai bagian dari strategi nasional untuk menciptakan SDM berkualitas yang mampu mewujudkan cita-cita suatu negara sebagai negara maju pada tahun 2045. Berdasarkan pemaparan di atas, perlu ada langkah konkret untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengembangan diri sejak dini, khususnya terkait *personal branding* dan penguatan kepercayaan diri bagi siswa. Oleh sebab itu, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan mengadakan sosialisasi penguatan kepercayaan diri melalui pengenalan *personal branding* bagi siswa-siswi di Kolej Islam Darul Ulum (KIDU) Malaysia. Hal ini bertujuan untuk membekali siswa dengan keyakinan dan keterampilan yang diperlukan dalam menghadapi persaingan kompleks di masa depan serta mengoptimalkan potensi yang mereka miliki. Fokus utama sosialisasi ini adalah membangun rasa percaya diri yang kuat guna mendukung pengembangan *personal branding* yang efektif. Diharapkan, program ini dapat mengurangi kesenjangan kepercayaan diri yang dialami oleh siswa. Selain itu, pengembangan diri yang dimulai sejak dini dalam hal *personal branding* dan penguatan kepercayaan diri ini akan mempersiapkan mereka menjadi SDM unggul dan berkualitas, yang pada akhirnya akan mendukung kesuksesan karier mereka di masa depan.

## 1.2. PERMASALAHAN MITRA

Beberapa permasalahan mitra diantaranya adalah:

### a. Ketidakjelasan Identitas Diri (Self-Identity Confusion)

Banyak siswa kesulitan menemukan **siapa diri mereka**, apa kekuatan mereka, nilai apa yang ingin mereka tonjolkan, dan apa tujuan jangka panjangnya. Pada fase remaja, identitas masih berkembang sehingga personal branding kerap bersifat **imitatif**—mereka meniru tokoh idola, tren media sosial, atau teman sebayanya tanpa pemahaman mendalam tentang karakter diri.

### b. Minimnya Rasa Percaya Diri

Personal branding menuntut kemampuan tampil, berbicara, dan menunjukkan karya. Namun banyak siswa:

- 1) malu menampilkan kemampuan,
- 2) takut salah atau diejek,
- 3) merasa dirinya “tidak cukup baik”.
- 4) Akhirnya mereka membuat personal branding yang pasif, standar, atau bahkan tidak konsisten.

### c. Ketidakmampuan Mengidentifikasi Kekuatan dan Potensi

Siswa sering tidak mampu menjawab pertanyaan penting seperti:

- 1) Apa kelebihanmu?”
- 2) “Apa yang membuatmu unik?”
- 3) “Bidang apa yang kamu kuasai atau minati?”

Padahal personal branding yang kuat bermula dari **kecerdasan intrapersonal**, refleksi diri, dan kesadaran kompetensi.

#### **d. Terlalu Fokus pada Pencitraan Formal / Tampilan Luar**

Beberapa siswa menganggap personal branding hanya sebatas:

- 1) membuat CV yang bagus,
- 2) feed Instagram yang estetik,
- 3) menyebutkan “passion” secara klise.

Namun mereka kurang memahami **makna esensial personal branding**, yaitu reputasi yang dibangun dari perilaku, kompetensi, dan konsistensi jangka panjang.

#### **e. Kurang Konsisten**

Branding butuh konsistensi. Siswa sering berubah-ubah dalam:

- 1) tujuan,
- 2) gaya komunikasi,
- 3) citra diri yang ingin ditampilkan.

Ketidakkonsistenan ini muncul karena mereka masih eksploratif dan belum memiliki tujuan jangka panjang yang terarah.

#### **f. Dipengaruhi Tekanan Sosial dan Perbandingan**

Media sosial membuat siswa mudah terjebak:

- 1) *social comparison* (membandingkan diri dengan orang lain),
- 2) tekanan untuk terlihat “sempurna”,
- 3) kebutuhan untuk mengikuti tren.

Akibatnya, personal branding menjadi tidak autentik dan justru membuat siswa tertekan.

#### **g. Kurang Literasi Digital dan Etika Bermedia**

Dalam konteks era digital, banyak siswa belum memahami prinsip:

- 1) jejak digital (*digital footprint*),
- 2) keamanan informasi diri,
- 3) cara membangun portofolio online yang etis,

4) batasan privasi.

Akibatnya, personal branding mereka berpotensi menimbulkan risiko seperti cyberbullying, oversharing, atau citra negatif.

#### **h. Tidak Mampu Mengkomunikasikan Diri dengan Efektif**

Personal branding memerlukan kemampuan:

- 1) menulis profil diri,
- 2) berbicara di depan umum,
- 3) menyampaikan portofolio,
- 4) membangun jaringan,
- 5) dan mempresentasikan karya.

Banyak siswa memiliki potensi, tetapi tidak dapat “mengkomunikasikan nilai diri” dengan tepat.

#### **i. Minimnya Dukungan Lingkungan Sekolah**

Sering terjadi:

- 1) guru hanya fokus pada akademik,
- 2) sekolah belum menyediakan ruang untuk eksplorasi minat bakat,
- 3) tidak ada kegiatan yang membantu siswa mengenali diri (misalnya asesmen bakat, refleksi, portofolio).

Akibatnya, siswa membangun personal branding secara spontan tanpa bimbingan.

Banyak siswa kesulitan menemukan siapa diri mereka, apa kekuatan mereka, nilai apa yang ingin mereka tonjolkan, dan apa tujuan jangka panjangnya. Pada fase remaja, identitas masih berkembang sehingga personal branding kerap bersifat imitatif meniru tokoh idola, tren media sosial, atau teman sebayanya tanpa pemahaman mendalam tentang karakter diri.

### **1.3. TUJUAN KEGIATAN**

Personal branding pada dasarnya adalah proses mengenali, mengembangkan, dan menampilkan keunikan diri agar orang lain memahami siapa kita, apa nilai kita, dan apa potensi kita. Tujuan utama personal branding bukan sekadar pencitraan, tetapi membangun reputasi diri yang kuat, autentik, dan bermanfaat bagi perkembangan karier maupun kehidupan sosial.



## **BAB 2 TARGET DAN LUARAN**

### **2.1. TARGET**

Sosialisasi personal branding di sekolah merupakan salah satu langkah strategis untuk membekali siswa dengan keterampilan hidup yang sangat penting di era informasi dan teknologi. Di tengah arus globalisasi, keterbukaan akses informasi, dan persaingan yang semakin ketat, siswa tidak hanya dituntut untuk menguasai aspek akademik, tetapi juga mampu menampilkan diri secara efektif, positif, dan autentik. Personal branding memberikan ruang bagi siswa untuk mengenali potensi mereka, menggali kekuatan yang mungkin selama ini tersembunyi, dan menyusunnya menjadi identitas diri yang kuat serta bermakna. Oleh karena itu, sosialisasi personal branding tidak boleh dilakukan secara seremonial saja, tetapi perlu diarahkan pada pencapaian sejumlah target yang komprehensif, mendalam, dan berkesinambungan.

Target pertama yang seharusnya dicapai dalam sosialisasi personal branding di sekolah adalah terbentuknya kesadaran diri (self-awareness) siswa. Banyak peserta didik yang bahkan tidak mengetahui siapa dirinya secara utuh—baik dari sisi kelebihan, kekurangan, minat, bakat, nilai-nilai yang diyakini, maupun cara mereka memandang dunia. Dengan sosialisasi personal branding, siswa diharapkan mampu mengenal dirinya secara lebih mendalam melalui kegiatan refleksi, pengenalan karakter, asesmen minat dan bakat, hingga diskusi terbimbing. Kesadaran diri ini merupakan fondasi awal yang sangat penting, sebab personal branding yang kuat tidak akan terbangun jika seseorang tidak memahami dirinya. Ketika siswa mampu menyadari potensi dan keterbatasannya, mereka akan lebih siap merancang citra diri yang sesuai dan realistis. Kesadaran diri juga membantu mereka untuk menghindari pembentukan brand diri yang hanya sekadar mengikuti tren atau tekanan lingkungan.

Target berikutnya adalah tumbuhnya rasa percaya diri. Dalam realitas pembelajaran, masih banyak siswa yang memiliki kemampuan baik, namun tidak berani tampil, tidak percaya diri menunjukkan keunggulannya, atau merasa dirinya tidak cukup layak. Personal branding dapat menjadi sarana bagi siswa untuk memupuk keberanian, terutama dalam konteks mengekspresikan karakter dan kemampuan pribadi. Sosialisasi personal branding di sekolah harus mampu mendorong siswa untuk menghargai dirinya sendiri, bangga terhadap pencapaian kecil maupun besar, dan mampu menerima kritik sebagai bagian dari proses pertumbuhan. Rasa percaya diri ini berhubungan erat dengan bagaimana siswa menampilkan dirinya dalam berbagai

kesempatan, baik akademik maupun non-akademik. Jika sekolah berhasil menumbuhkan rasa percaya diri tersebut, maka kegiatan sosialisasi personal branding telah mencapai salah satu target penting dalam perkembangan personalitas siswa.

Selain itu, sosialisasi personal branding di sekolah harus mengarah pada pemahaman yang benar tentang konsep personal branding itu sendiri. Banyak orang, termasuk siswa, keliru memahami bahwa personal branding hanya sebatas pencitraan di media sosial atau sekadar menampilkan sisi terbaik tanpa keaslian. Padahal personal branding jauh lebih luas daripada itu. Personal branding menyangkut nilai diri, konsistensi perilaku, reputasi yang dibangun dari waktu ke waktu, dan bagaimana seseorang memberikan pengaruh positif dalam lingkungannya. Target ini perlu dicapai agar siswa tidak salah kaprah dalam menyusun identitas pribadinya. Mereka perlu memahami bahwa personal branding bukanlah topeng, melainkan refleksi autentik dari siapa mereka sebenarnya. Pemahaman ini akan membantu siswa membangun brand diri yang kuat, berkelanjutan, dan tidak mudah goyah oleh tekanan sosial.

Target berikutnya adalah meningkatnya keterampilan komunikasi siswa. Kemampuan berkomunikasi, baik secara verbal maupun nonverbal, merupakan salah satu elemen penting dalam personal branding. Siswa perlu belajar cara memperkenalkan diri secara efektif, menyampaikan gagasan dengan jelas, menunjukkan bahasa tubuh yang baik, serta membangun relasi yang sehat. Sosialisasi personal branding di sekolah harus mampu memberikan ruang bagi siswa untuk berlatih memperkenalkan diri, berpidato, menulis profil diri, serta menyusun portofolio yang menggambarkan keunggulan mereka. Keterampilan ini tidak hanya akan memengaruhi cara mereka menampilkan brand diri, tetapi juga akan berdampak pada kepercayaan diri, kemampuan beradaptasi, serta keberhasilan akademik di masa depan.

Selain itu, literasi digital menjadi target yang tidak bisa diabaikan dalam sosialisasi personal branding di sekolah. Di era digital saat ini, jejak digital seseorang menjadi salah satu faktor penting yang menentukan citra dirinya. Siswa perlu memahami bahwa apa yang mereka unggah hari ini, baik berupa foto, komentar, maupun video, dapat menjadi rekam jejak jangka panjang yang memengaruhi bagaimana orang memandang mereka. Oleh karena itu, sosialisasi personal branding harus membekali siswa dengan pemahaman tentang pentingnya menjaga reputasi digital, memilah konten sebelum mengunggahnya, serta membangun portofolio online yang bermanfaat. Kesadaran ini akan membantu siswa lebih bijak dan bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial, sekaligus memaksimalkan peluang melalui platform digital.

Target lainnya yang harus dicapai adalah terbentuknya kemampuan siswa dalam merencanakan masa depan. Personal branding tidak hanya berbicara tentang bagaimana seseorang tampil hari ini, tetapi juga bagaimana ia memproyeksikan dirinya ke masa depan. Melalui sosialisasi ini, siswa perlu diarahkan untuk menetapkan tujuan jangka pendek maupun jangka panjang yang realistis dan relevan dengan potensi mereka. Kegiatan seperti penyusunan visi diri, rencana karier, roadmap pengembangan diri, atau bahkan pengelolaan prestasi dapat membantu siswa merancang masa depan secara lebih matang. Target ini sangat penting karena tanpa tujuan yang jelas, personal branding cenderung menjadi kabur dan sulit dipertahankan konsistensinya.

Selain berfokus pada individu, sosialisasi personal branding juga harus mencakup target penguatan karakter dan nilai-nilai positif. Brand diri yang kuat tidak hanya diukur dari prestasi atau keterampilan, tetapi juga dari integritas, sikap, dan etika seseorang. Oleh karena itu, target yang ingin dicapai adalah menanamkan nilai seperti tanggung jawab, kejujuran, kerja keras, disiplin, dan empati. Ketika siswa memahami pentingnya nilai-nilai tersebut, mereka akan mampu membangun personal branding yang lebih bermakna dan diterima di masyarakat. Nilai karakter inilah yang nantinya akan membedakan brand diri siswa dan memberikan pengaruh positif dalam kehidupan sosialnya.

Selain itu, sosialisasi ini juga memiliki target untuk mendorong siswa mengembangkan kreativitas dan kemampuan inovatif. Personal branding memungkinkan siswa mencari cara unik untuk menampilkan dirinya. Dengan demikian, kegiatan ini harus mendorong siswa untuk berpikir kreatif, tidak hanya mengikuti cara orang lain, tetapi mampu menciptakan sesuatu yang baru sesuai dengan keunikannya. Kegiatan seperti pembuatan konten edukatif, presentasi kreatif, atau penyusunan portofolio visual dapat menjadi sarana yang efektif untuk mencapai target ini. Kreativitas yang berkembang akan membantu siswa menjadikan personal branding mereka lebih menarik dan mudah diingat.

Target selanjutnya yang perlu dicapai adalah peningkatan kemampuan siswa dalam membangun relasi atau jaringan sosial. Personal branding tidak dapat berdiri sendiri, melainkan perlu disebarluaskan melalui interaksi sosial yang konstruktif. Siswa perlu dibimbing bagaimana menjalin hubungan baik dengan teman sebaya, guru, komunitas, atau bahkan jaringan profesional yang relevan. Keterampilan networking ini dapat dilakukan melalui kegiatan organisasi, kolaborasi proyek, atau aktif dalam komunitas digital yang positif. Melalui interaksi

ini, siswa akan belajar bagaimana menjaga citra diri, mengembangkan reputasi, serta membuka peluang baru.

Tidak kalah penting, sosialisasi personal branding juga harus mencakup target untuk mengembangkan portofolio pribadi siswa. Portofolio merupakan bukti nyata dari kompetensi dan prestasi yang mereka miliki. Melalui portofolio, siswa dapat mendokumentasikan berbagai kegiatan, keterampilan, prestasi akademik maupun non-akademik, karya kreatif, hingga pengalaman berorganisasi. Portofolio menjadi salah satu alat utama bagi siswa untuk memperlihatkan brand diri mereka secara objektif. Target ini tidak hanya membantu siswa memperoleh kesempatan seperti beasiswa atau lomba, tetapi juga melatih mereka untuk membangun kebiasaan mendokumentasikan pencapaian.

Target lain yang juga penting adalah mengembangkan konsistensi siswa dalam membangun brand diri. Personal branding bukan sesuatu yang dibangun sekali lalu selesai, tetapi memerlukan kesabaran, konsistensi perilaku, dan kesadaran untuk selalu memperbarui diri. Sosialisasi personal branding harus mampu mengajarkan siswa bahwa brand diri dibentuk dari tindakan-tindakan kecil yang dilakukan secara berulang dalam kehidupan sehari-hari. Sikap konsisten dalam belajar, disiplin, bersikap sopan, atau berperilaku positif akan mendukung brand diri jangka panjang mereka.

Terakhir, sosialisasi personal branding di sekolah harus mampu menciptakan lingkungan yang mendukung siswa untuk berkembang. Sekolah perlu menjadi ruang aman bagi siswa untuk mengekspresikan diri tanpa takut dihakimi, serta memberikan fasilitas seperti pelatihan, workshop, mentoring, dan kesempatan tampil. Lingkungan yang positif ini akan membantu siswa menerapkan apa yang mereka pelajari dalam sosialisasi, sekaligus mendorong mereka untuk terus mengembangkan identitas diri yang kuat dan positif.

## 2.2. LUARAN

Luaran dari kegiatan ini diantaranya adalah:

| No | Jenis Luaran                                                | Indikator Capaian |
|----|-------------------------------------------------------------|-------------------|
| 1. | Perubahan Kemampuan Siswa dalam melakukan personal branding | Tercapai          |
| 2. | Artikel Jurnal Nasional                                     | On proses         |
| 3. | Poster Kegiatan                                             | Tercapai          |
| 4. | HKI Hak Cipta                                               | Tercapai          |

### BAB 3 METODE PELAKSANAAN

Program sosialisasi dilaksanakan selama satu hari. Kegiatan yang dilakukan meliputi sosialisasi, dan presentasi dari tim pengabdian pada masyarakat FKIP UM Bengkulu. Adapun kegiatan dilakukan pada tanggal 25 September 2025 dengan jadwal adalah sebagai berikut.

**Tabel 1 Jadwal Aktivitas Pendampingan**

| Aktivitas                                   | Waktu         |
|---------------------------------------------|---------------|
| Sosialisasi                                 | 08.00 - 09.30 |
| Pendampingan personal branding setiap siswa | 09.30 - 12.30 |
| Presentasi                                  | 13.30 - 15.30 |
| Evaluasi                                    | 15.30 - 17.00 |

Langkah pertama adalah **sosialisasi**: Kegiatan sosialisasi personal branding merupakan langkah awal yang sangat penting dalam keseluruhan rangkaian program pengembangan identitas diri siswa. Sosialisasi ini berfungsi sebagai pintu masuk untuk mengenalkan konsep, manfaat, dan strategi personal branding kepada seluruh peserta didik secara komprehensif. Kegiatan ini biasanya dilakukan melalui sesi pemaparan materi, diskusi, dan penayangan contoh-contoh relevan yang dekat dengan kehidupan siswa. Dalam tahap ini, guru atau fasilitator bertindak sebagai narasumber utama yang menjelaskan secara jelas dan menarik tentang apa yang dimaksud dengan personal branding, mengapa siswa perlu membangunnya sejak dini, serta bagaimana cara sederhana untuk mulai mengenali potensi diri yang dapat diangkat sebagai ciri khas masing-masing individu. Pada kegiatan sosialisasi, peserta didik diberikan pemahaman dasar bahwa personal branding bukan sekadar pencitraan, tetapi merupakan proses panjang mengenali, mengembangkan, dan menampilkan karakter, nilai, dan potensi diri secara autentik. Fasilitator menekankan bahwa personal branding tidak boleh dipahami sebagai hal yang dibuat-buat atau meniru orang lain, melainkan harus lahir dari kesadaran diri siswa tentang siapa

mereka sebenarnya. Penekanan pada nilai keaslian (authenticity) ini sangat penting agar siswa tidak terjebak pada pencitraan palsu yang justru dapat memengaruhi kepercayaan diri mereka. Selain menjelaskan teori dasar mengenai personal branding, sosialisasi juga memberikan wawasan mengenai pentingnya membangun identitas yang positif di era digital. Peserta didik diajak memahami bahwa media sosial yang mereka gunakan setiap hari, seperti Instagram, TikTok, atau Facebook, merupakan ruang publik yang mencerminkan identitas diri mereka, baik secara sadar maupun tidak. Narasumber menjelaskan tentang konsep *digital footprint*, yaitu jejak digital yang tidak bisa dihapus begitu saja dan dapat memengaruhi reputasi di masa depan. Dengan memberikan contoh nyata tentang dampak positif dan negatif jejak digital, siswa dapat memahami betapa pentingnya menjaga perilaku di ruang digital. Pada tahap sosialisasi ini juga diperkenalkan konsep-konsep penting seperti nilai diri (personal values), kekuatan dan kelemahan, gaya komunikasi, karakteristik kepribadian, dan potensi unggulan. Fasilitator biasanya mengajak siswa mengikuti sesi refleksi awal untuk membantu mereka mulai memikirkan pertanyaan-pertanyaan dasar seperti: “Apa kekuatan saya?”, “Apa hobi dan minat yang membuat saya merasa hidup?”, “Bagaimana teman dan guru melihat diri saya?”, atau “Prestasi apa yang sudah pernah saya raih?”. Tujuan dari sesi refleksi ringan ini adalah agar siswa mulai berpikir tentang diri mereka secara lebih mendalam. Sosialisasi juga memberikan gambaran tentang langkah-langkah strategis untuk membangun personal branding, misalnya melalui penyusunan profil diri, pengembangan keterampilan komunikasi, penguatan karakter positif, serta pengelolaan media sosial secara bijak. Fasilitator menunjukkan contoh profil diri yang baik, portofolio sederhana siswa, atau contoh figur inspiratif yang mampu membangun personal branding sejak sekolah. Dengan cara ini, siswa memperoleh gambaran nyata mengenai apa yang harus dilakukan. Salah satu bagian penting dari sosialisasi adalah mengajak siswa memahami bahwa personal branding bukan hanya tentang “menjadi dikenal”, tetapi juga tentang memberikan dampak dan kontribusi kepada lingkungan. Siswa didorong untuk memikirkan bagaimana identitas diri mereka dapat memberi manfaat bagi teman, sekolah, maupun masyarakat. Tanpa pemahaman ini, personal branding dapat menjadi aktivitas yang bersifat individualistik. Oleh karena itu, aspek empati, etika, dan tanggung jawab sosial juga disampaikan dalam sosialisasi agar siswa memahami bahwa personal branding harus selaras dengan nilai-nilai kebaikan. Melalui kegiatan sosialisasi ini, siswa diharapkan memiliki kesadaran awal tentang pentingnya mengenali serta mengembangkan identitas diri. Selain itu, kegiatan ini juga

menyiapkan mereka untuk mengikuti tahap berikutnya yaitu pendampingan personal branding secara lebih mendalam. Sosialisasi adalah tahap fundamental yang menjadi dasar bagi keberhasilan seluruh rangkaian kegiatan berikutnya, karena pemahaman yang kuat di awal akan memudahkan siswa dalam mengikuti proses pendampingan dan presentasi dengan lebih percaya diri dan terarah.

Langkah Kedua **Pendampingan** : Pendampingan personal branding merupakan tahap lanjutan dari sosialisasi, di mana setiap siswa dibimbing secara lebih intensif dan individual untuk menyusun, mengembangkan, dan mematangkan identitas diri mereka. Tahap ini menjadi inti dari keseluruhan program karena keberhasilan personal branding siswa sangat bergantung pada proses pendampingan yang terstruktur, personal, dan mendalam. Jika sosialisasi memberikan pemahaman umum, maka pendampingan adalah proses internalisasi dan aplikasi yang dilakukan secara personal sesuai karakter dan kebutuhan masing-masing siswa. Dalam pendampingan, fasilitator berupaya membantu siswa menggali jati diri mereka secara lebih konkret. Proses ini biasanya dimulai dengan sesi asesmen diri, di mana siswa mengisi lembar refleksi mendalam, melakukan analisis SWOT pribadi, serta mendiskusikan minat, nilai, bakat, kelebihan, dan aspek yang masih perlu dikembangkan. Pendampingan memberikan ruang aman bagi siswa untuk menceritakan tentang diri mereka tanpa takut dinilai atau dibandingkan dengan orang lain. Fasilitator bertindak sebagai mentor yang memberikan arahan, pertanyaan reflektif, dan umpan balik yang membangun. Salah satu fokus penting pendampingan adalah membantu siswa menemukan *unique value proposition* atau nilai unik yang membedakan mereka dari orang lain. Nilai unik ini dapat berupa kemampuan akademik tertentu, keahlian praktik, karakter baik, pengalaman organisasi, atau hobi yang dikembangkan secara konsisten. Untuk membantu siswa menemukan nilai unik ini, fasilitator dapat menggunakan berbagai metode seperti wawancara terbimbing, analisis pengalaman masa lalu, atau mengajak siswa melihat umpan balik dari teman dan guru. Proses ini sangat penting karena identitas yang kuat selalu berawal dari keunikan yang autentik. Setelah siswa mengenali jati diri dan nilai unik mereka, tahap berikutnya dalam pendampingan adalah membantu siswa menyusun profil diri yang mencerminkan identitas tersebut. Profil diri ini biasanya mencakup biografi singkat, visi dan tujuan hidup, nilai-nilai pribadi, kekuatan, pencapaian, serta rencana pengembangan diri ke depan. Pendampingan dilakukan dengan sabar dan mendetail, memastikan bahwa profil diri yang mereka susun benar-benar merepresentasikan diri mereka secara tepat dan jujur. Selain menyusun profil diri,

pendampingan juga membantu siswa mengembangkan keterampilan komunikasi yang mendukung personal branding. Fasilitator memberi latihan cara memperkenalkan diri dengan baik, berbicara di depan umum, dan menyampaikan gagasan secara runtut. Siswa diajak berlatih membuat narasi personal branding yang kuat, misalnya bagaimana mereka menjelaskan keunggulan diri, pengalaman berharga, serta apa yang ingin mereka capai. Semua ini bertujuan melatih siswa menjadi komunikator yang percaya diri, jelas, dan meyakinkan.

Pendampingan juga menyentuh aspek penting lainnya yaitu pengelolaan portofolio. Siswa diarahkan untuk mengumpulkan berbagai bukti prestasi, sertifikat, karya, atau pengalaman penting untuk dijadikan portofolio pribadi. Fasilitator membantu mereka memilih konten yang relevan, merapikan tampilan portofolio, dan memastikan bahwa portofolio tersebut menggambarkan capaian terbaik mereka. Dalam era digital, portofolio ini dapat disusun dalam bentuk presentasi visual atau profil daring sederhana. Selama pendampingan, fasilitator juga membantu siswa mengidentifikasi langkah-langkah pengembangan diri jangka panjang. Siswa diajak membuat rencana aksi (action plan) yang berisi tujuan jangka pendek, menengah, dan panjang, serta strategi realistis untuk mencapainya. Pendampingan memastikan bahwa siswa tidak hanya mengetahui kelebihan mereka, tetapi juga tahu bagaimana memanfaatkannya secara strategis. Proses pendampingan bersifat interaktif, reflektif, dan penuh dialog. Fasilitator memberikan kesempatan kepada siswa untuk bertanya, berdiskusi, dan mengevaluasi prosesnya secara berkala. Dengan pendampingan yang baik, personal branding siswa menjadi lebih matang dan siap untuk dipresentasikan pada tahap berikutnya.

Langkah Ketiga **Presentasi**: Tahap presentasi siswa merupakan momen penting dalam rangkaian kegiatan personal branding, karena pada tahap inilah siswa diberi kesempatan menampilkan identitas diri, potensi, serta hasil pendampingan mereka di hadapan guru, teman, atau audiens yang lebih luas. Presentasi personal branding tidak hanya bertujuan untuk menilai sejauh mana hasil pendampingan, tetapi juga melatih kemampuan siswa dalam mengomunikasikan diri mereka secara percaya diri dan profesional. Kegiatan presentasi ini biasanya diawali dengan pengenalan singkat tentang tujuan presentasi dan mekanisme yang akan dijalankan. Fasilitator menjelaskan bahwa presentasi bukanlah ajang kompetisi, tetapi ruang bagi setiap siswa untuk mengekspresikan dirinya. Ini penting agar siswa merasa aman dan berani tampil tanpa rasa takut dibandingkan dengan temannya. Setiap siswa diberi waktu tertentu, biasanya 5–10 menit, untuk menyampaikan presentasi mengenai profil diri mereka. Presentasi ini mencakup berbagai aspek,



seperti data pribadi, nilai yang dianut, kelebihan dan potensi unggulan, prestasi yang pernah diraih, pengalaman organisasi, karya pribadi, serta tujuan hidup yang ingin dicapai. Siswa juga diminta menjelaskan bagaimana mereka membangun brand diri mereka serta strategi yang akan mereka gunakan untuk menjaga konsistensi personal branding tersebut di masa mendatang. Dalam kegiatan ini, siswa dilatih untuk berbicara dengan struktur yang runtut dan bahasa yang meyakinkan. Beberapa siswa mungkin akan menampilkan slide presentasi, video singkat, atau portofolio visual sebagai bentuk kreatifitas mereka dalam mengekspresikan identitas diri. Pendekatan visual ini biasanya sangat efektif untuk memperkuat penyampaian, sekaligus menunjukkan bagaimana siswa menguasai teknologi sebagai bagian dari personal branding mereka. Selama presentasi, guru dan teman-teman menjadi audiens yang memberikan dukungan sekaligus umpan balik. Suasana yang dibangun adalah suasana yang positif dan membangun, sehingga siswa merasa dihargai atas usaha dan keberaniannya. Hal ini juga berperan besar dalam meningkatkan kepercayaan diri siswa, terutama bagi mereka yang sebelumnya memiliki rasa takut tampil di depan umum. Presentasi ini juga merupakan sarana bagi siswa untuk belajar mengenali bagaimana orang lain melihat mereka. Melalui sesi tanya jawab atau diskusi setelah presentasi, siswa dapat memperoleh masukan tentang kekuatan atau hal-hal yang dapat diperbaiki dari cara mereka menyampaikan diri. Umpan balik yang diberikan tidak bersifat menghakimi, tetapi sebagai dorongan agar siswa semakin percaya diri dan mampu memperbaiki diri ke depannya. Tahap presentasi memungkinkan siswa belajar bahwa personal branding tidak hanya dibangun untuk diri sendiri, tetapi juga untuk memperluas jaringan, membangun relasi positif, dan menciptakan pengaruh yang baik di lingkungan sosial mereka. Dengan berbicara di depan audiens, siswa belajar menjadi komunikator yang lebih efektif, mempraktikkan keterampilan public speaking, serta memahami bagaimana pesan mereka diterima oleh orang lain. Selain itu, presentasi personal branding memberi kesempatan kepada siswa untuk melihat perkembangan teman-temannya. Mereka dapat saling belajar, menghargai keberagaman keunikan, serta menyadari bahwa setiap individu memiliki potensi berbeda yang patut diapresiasi. Kegiatan ini secara tidak langsung menumbuhkan rasa saling menghargai di kalangan siswa, mengurangi kecenderungan untuk membandingkan diri secara negatif, dan memperkuat empati sosial. Keseluruhan kegiatan presentasi memberikan pengalaman pembelajaran yang kaya bagi siswa. Mereka belajar tentang tampil percaya diri, menyampaikan gagasan secara efektif, menerima respon audiens, menggunakan media visual, serta menyadari bahwa identitas diri

mereka bernilai dan layak ditampilkan. Tahap ini bukan hanya menguji pemahaman siswa, tetapi juga menjadi bukti nyata bahwa mereka telah melalui proses pendampingan dengan baik.

Langkah Keempat **Evaluasi**: Evaluasi merupakan tahap penting dalam rangkaian kegiatan personal branding karena berfungsi untuk menilai keberhasilan program, mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki, dan mengukur perkembangan yang telah dicapai oleh siswa. Evaluasi dilakukan secara menyeluruh dengan mempertimbangkan seluruh proses mulai dari sosialisasi, pendampingan, hingga presentasi siswa. Dengan evaluasi yang sistematis, sekolah dapat memastikan bahwa kegiatan ini tidak hanya berjalan sesuai rencana, tetapi juga memberikan dampak nyata pada perkembangan siswa. Evaluasi biasanya dilakukan melalui beberapa komponen utama, seperti observasi, rubrik penilaian, refleksi diri siswa, umpan balik dari guru, serta diskusi bersama. Komponen-komponen ini memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana siswa memahami dan menerapkan konsep personal branding.

Pertama, evaluasi dilakukan terhadap pemahaman siswa mengenai personal branding. Fasilitator menilai apakah siswa sudah memahami konsep dasar, seperti esensi personal branding, elemen-elemen pembentuk identitas diri, serta pentingnya membangun brand pribadi yang positif. Evaluasi ini dapat dilakukan melalui tes singkat, tanya jawab, atau analisis terhadap profil diri yang disusun siswa.

Kedua, evaluasi difokuskan pada kemampuan siswa dalam mengenali potensi diri. Melalui analisis SWOT pribadi, profil diri, dan hasil pendampingan, guru menilai sejauh mana siswa mampu mengenali kekuatan, kelemahan, nilai, dan minat mereka. Kemampuan dalam refleksi diri merupakan indikator penting keberhasilan program personal branding, karena tanpa kesadaran diri, personal branding tidak akan terbentuk secara autentik.

Ketiga, evaluasi dilakukan terhadap keterampilan komunikasi siswa. Guru menilai kemampuan siswa dalam menyampaikan presentasi personal branding, baik dari aspek penggunaan bahasa, struktur penyampaian, kontak mata, bahasa tubuh, maupun penggunaan media visual. Keterampilan public speaking menjadi salah satu indikator penting dalam evaluasi ini karena menunjukkan sejauh mana siswa mampu mengomunikasikan dirinya secara efektif.

Keempat, evaluasi dilakukan terhadap konsistensi siswa dalam membangun portofolio. Fasilitator menilai bagaimana siswa menyusun bukti prestasi, karya, dan pengalaman mereka dalam portofolio yang terstruktur. Portofolio yang baik menunjukkan bahwa siswa mampu mengorganisir informasi tentang dirinya secara rapi dan meyakinkan. Ini juga menjadi bukti konkret keberhasilan proses pendampingan.

Kelima, evaluasi juga melihat aspek transformatif yang dialami siswa. Guru

menilai apakah siswa menunjukkan peningkatan kepercayaan diri, perubahan perilaku yang lebih positif, kemampuan berinteraksi dengan lebih baik, atau semangat baru dalam mengembangkan diri. Aspek ini sering terlihat melalui observasi langsung, cerita pribadi siswa, atau umpan balik dari teman sebaya. Tahap evaluasi juga memberikan kesempatan bagi siswa untuk melakukan refleksi diri. Siswa diminta menulis pengalaman mereka mengikuti kegiatan ini, apa yang mereka pelajari, apa yang paling berkesan, serta bagaimana mereka akan menjaga personal branding yang telah mereka bangun. Refleksi diri ini sangat penting karena membantu siswa menanamkan nilai personal branding dalam kehidupan sehari-hari. Selain menilai siswa, evaluasi juga dilakukan terhadap penyelenggaraan program secara keseluruhan. Guru menganalisis apakah metode sosialisasi sudah efektif, apakah pendampingan berjalan lancar, serta apakah waktu dan fasilitas yang disediakan cukup mendukung proses belajar. Evaluasi program ini membantu sekolah melakukan perbaikan untuk kegiatan serupa di masa depan. Tahap evaluasi ditutup dengan sesi umpan balik bersama antara siswa dan guru. Siswa diberikan kesempatan menyampaikan pendapat mereka tentang kegiatan ini—apa yang mereka sukai, apa yang ingin mereka perbaiki, dan bagaimana mereka ingin kegiatan ini dikembangkan di sekolah. Sesi ini membangun budaya dialog dan partisipasi yang sehat antara guru dan siswa. Melalui evaluasi yang menyeluruh ini, sekolah dapat memastikan bahwa kegiatan personal branding tidak hanya menjadi program formalitas, tetapi benar-benar memberikan kontribusi pada peningkatan kapasitas diri siswa. Evaluasi juga mendukung keberlanjutan program karena hasil evaluasi menjadi dasar untuk mengembangkan kegiatan lanjutan seperti mentoring karakter, pelatihan komunikasi, atau pengembangan portofolio digital.

## **BAB 4 HASIL DAN LUARAN YANG**

### **4.1. HASIL**

Kegiatan ini dibuka oleh Bapak Zawawi bin Haji Ahmad, selaku Chief Executive Officer Kolej Islam Darul Ulum (KIDU) Malaysia dan dihadiri oleh seluruh dosen. Adapun narasumber dalam kegiatan ini berasal dari dosen FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu, yaitu Dr. Risnanosanti, M.Pd, Dr. Jayanti Syahfitri, M.Pd dan Dr. Titi Darmi, M.Si. Dalam kegiatan sosialisasi, para narasumber menjelaskan tentang personal branding. Kegiatan sosialisasi personal branding yang dilaksanakan di sekolah memberikan berbagai hasil signifikan yang dapat diamati baik dari sisi pengetahuan, keterampilan, perilaku, maupun perkembangan karakter siswa. Hasil kegiatan ini tidak hanya terlihat pada saat proses pelatihan berlangsung, tetapi juga pada perubahan sikap dan pemahaman siswa setelah kegiatan selesai dilaksanakan. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif yang komprehensif, terutama dalam membangun kesadaran diri, meningkatkan rasa percaya diri, memperkuat kemampuan komunikasi, dan menumbuhkan motivasi untuk menyusun identitas diri secara lebih terarah. Berikut adalah uraian deskriptif mengenai hasil-hasil yang telah dicapai melalui kegiatan sosialisasi personal branding di sekolah.

#### **1. Peningkatan Pengetahuan Siswa tentang Konsep Personal Branding**

Hasil pertama yang dapat diamati dari kegiatan sosialisasi ini adalah peningkatan pengetahuan siswa terkait konsep dasar personal branding. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar siswa belum memiliki pemahaman yang tepat mengenai personal branding. Banyak dari mereka yang menganggap personal branding hanya sebatas tampilan luar atau pencitraan diri di media sosial. Sebagian lainnya menilai bahwa personal branding tidak ada kaitannya dengan kehidupan mereka sebagai pelajar. Kurangnya pemahaman ini membuat banyak siswa tidak menyadari bahwa personal branding justru merupakan bagian dari pembentukan karakter dan identitas diri yang sangat penting. Melalui kegiatan sosialisasi, siswa mendapatkan penjelasan yang komprehensif tentang apa itu personal branding, mengapa hal tersebut penting, dan bagaimana penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Mereka mulai memahami bahwa personal branding tidak hanya terkait dengan bagaimana seseorang ingin dilihat oleh orang lain, tetapi juga mencakup proses mengenali diri, membangun reputasi, mengembangkan potensi, dan menjaga

konsistensi perilaku. Pengetahuan ini menjadi landasan penting bagi siswa dalam mengembangkan kemampuan diri. Hal yang menarik adalah banyak siswa yang menanggapi materi ini dengan antusias. Berdasarkan observasi guru dan fasilitator, siswa tampak aktif bertanya mengenai cara-cara membangun citra positif, bagaimana menentukan keunikan diri, serta bagaimana memanfaatkan media sosial secara bijak untuk mendukung personal branding mereka. Perubahan pemahaman ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi berhasil memperluas wawasan siswa tentang pentingnya personal branding dalam kehidupan akademik dan sosial mereka.

## **2. Terbentuknya Kesadaran Diri (Self-Awareness) Siswa**

Hasil lain yang tampak sangat menonjol adalah meningkatnya kesadaran diri siswa mengenai potensi, kelebihan, dan kekurangan yang mereka miliki. Kesadaran diri ini menjadi salah satu aspek terpenting dalam kegiatan personal branding. Pada awal kegiatan, banyak siswa yang mengaku kesulitan menjawab pertanyaan sederhana seperti “Apa kelebihanmu?”, “Apa nilai yang kamu pegang?”, atau “Hal apa yang membuatmu berbeda dari orang lain?”. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswa belum terbiasa melakukan refleksi mendalam tentang diri mereka. Namun setelah mengikuti rangkaian sosialisasi, termasuk sesi refleksi diri dan diskusi kelompok, siswa mulai lebih percaya diri dalam menjelaskan potensi dan keunikan mereka. Sesi ini telah membantu mereka menggali aspek-aspek personal yang sebelumnya tidak pernah mereka sadari. Mereka mampu mengidentifikasi kekuatan seperti kemampuan berorganisasi, keterampilan berbicara di depan umum, bakat seni, kemampuan akademik tertentu, hingga karakter positif seperti kejujuran, kerja keras, dan empati. Kesadaran diri yang meningkat ini memberikan dampak lanjutan bagi perkembangan pribadi siswa. Mereka mulai memahami bahwa personal branding bukan sesuatu yang dibuat secara instan, melainkan harus dimulai dari kesadaran mendalam tentang diri sendiri. Dengan demikian, kegiatan sosialisasi telah memberikan fondasi yang kuat bagi siswa untuk mulai membangun identitas diri mereka secara lebih autentik dan terarah.

## **3. Meningkatnya Rasa Percaya Diri Siswa**

Kegiatan sosialisasi personal branding juga menghasilkan peningkatan rasa percaya diri yang cukup signifikan. Banyak siswa yang sebelumnya merasa ragu untuk tampil, berbicara, atau

menunjukkan potensi mereka di depan orang lain. Beberapa siswa merasa tidak layak, tidak berbakat, atau tidak memiliki sesuatu yang bisa dibanggakan. Namun setelah mengikuti sosialisasi ini, perubahan sikap terlihat jelas, terutama saat sesi pendampingan dan presentasi individu. Siswa menjadi lebih berani memperkenalkan diri, menceritakan pengalaman, menunjukkan prestasi, serta mengungkapkan cita-cita mereka. Bahkan siswa yang sebelumnya sangat pemalu menunjukkan perkembangan positif ketika diberi kesempatan untuk berbicara tentang diri mereka. Peningkatan rasa percaya diri ini tidak hanya terlihat selama presentasi formal, tetapi juga dalam interaksi sehari-hari di kelas. Mereka tampak lebih aktif, lebih komunikatif, dan lebih responsif terhadap kegiatan belajar. Penguatan rasa percaya diri ini terjadi karena kegiatan sosialisasi dilakukan dengan pendekatan yang suportif, ramah, dan jauh dari penilaian negatif. Fasilitator menekankan bahwa setiap siswa memiliki keunikan masing-masing dan tidak ada potensi yang dianggap lebih rendah dari lainnya. Penerimaan dan dukungan lingkungan inilah yang mendorong siswa berani tampil dan mengekspresikan diri.

#### **4. Kemampuan Siswa Menyusun Profil dan Portofolio Diri**

Salah satu output konkret dari kegiatan sosialisasi ini adalah kemampuan siswa dalam menyusun profil diri dan portofolio sederhana. Pada tahap awal, sebagian besar siswa belum pernah membuat profil diri secara formal, apalagi portofolio. Mereka tidak tahu informasi apa saja yang perlu ditampilkan, bagaimana menyusun cerita diri, atau bagaimana mengorganisir bukti prestasi. Namun setelah mengikuti pendampingan personal branding, siswa mampu membuat profil diri yang lebih terstruktur dan profesional. Dalam profil tersebut, mereka mencantumkan data pribadi, nilai diri, kekuatan, minat, prestasi, dan tujuan masa depan. Selain profil, siswa juga menyusun portofolio yang berisi bukti prestasi seperti sertifikat, piagam penghargaan, karya kreatif, dokumentasi kegiatan, atau pengalaman organisasi. Kualitas portofolio siswa meningkat secara signifikan. Mereka belajar bagaimana memilih konten yang relevan, mengatur tata letak, serta menampilkan informasi secara menarik. Kemampuan menyusun portofolio ini sangat penting karena dapat digunakan untuk keperluan lomba, beasiswa, magang, maupun saat mereka melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

## **5. Keterampilan Komunikasi dan Presentasi Siswa Meningkat**

Hasil berikutnya yang sangat terlihat adalah peningkatan keterampilan komunikasi siswa, terutama saat mereka melakukan presentasi personal branding. Pada awal kegiatan, masih banyak siswa yang tampak gugup, tidak memiliki struktur bicara yang jelas, atau belum mampu mengatur intonasi dan gestur tubuh. Namun melalui latihan dan pendampingan, kemampuan ini berkembang pesat. Presentasi yang siswa tampilkan menjadi lebih runtut, terstruktur, dan menarik. Mereka mampu menyampaikan informasi tentang diri mereka dengan percaya diri, menggunakan bahasa yang baik, serta menunjukkan kontak mata yang kuat. Beberapa siswa bahkan menggunakan media visual seperti slide presentasi, video, atau poster kreatif untuk mendukung penyampaian mereka. Kemampuan berbicara di depan umum merupakan keterampilan yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan akademik maupun profesional. Karena itu, peningkatan ini menjadi salah satu hasil penting dari kegiatan sosialisasi personal branding. Selain meningkatkan kemampuan komunikasi, presentasi ini juga mengajarkan siswa cara bersikap profesional, menghargai waktu, dan menyampaikan gagasan secara efektif.

## **6. Meningkatnya Kesadaran tentang Literasi Digital**

Kegiatan sosialisasi juga menghasilkan peningkatan pemahaman siswa tentang literasi digital, terutama berkaitan dengan pengelolaan jejak digital. Seiring perkembangan teknologi, siswa sering menggunakan media sosial tanpa memikirkan dampak jangka panjang dari konten yang mereka unggah. Sebelum kegiatan dimulai, sebagian siswa belum memahami risiko seperti cyberbullying, penyalahgunaan data, atau kerusakan reputasi akibat konten negatif. Namun setelah sosialisasi, siswa menjadi lebih berhati-hati dalam menggunakan media sosial. Mereka mulai memahami bahwa yang diunggah di internet dapat memengaruhi masa depan, termasuk peluang kerja dan beasiswa. Siswa mulai menyeleksi konten, menjaga ujaran di media sosial, serta mulai memanfaatkan platform digital untuk menunjukkan bakat atau karya positif mereka. Peningkatan literasi digital ini sangat penting, mengingat digital footprint merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari personal branding di era modern. Siswa yang mampu mengelola media sosial dengan bijak akan memiliki citra yang lebih baik dan lebih mudah memanfaatkan teknologi sebagai alat pengembangan diri.

## **7. Terbentuknya Relasi Sosial yang Lebih Positif antar Siswa**

Sosialisasi personal branding tidak hanya berdampak pada diri siswa secara individu, tetapi juga pada hubungan sosial antar siswa. Saat menyampaikan profile pribadi dalam sesi presentasi, siswa tidak hanya berbicara tentang diri mereka tetapi juga saling belajar satu sama lain. Mereka mulai menyadari bahwa setiap teman memiliki potensi, pengalaman, dan kekuatan unik yang patut dihargai. Hal ini menciptakan budaya saling menghargai, mengurangi perasaan minder, serta meminimalisir praktik bullying atau ejekan terhadap kekurangan orang lain. Siswa menjadi lebih empatik, lebih suportif, dan lebih memahami keberagaman potensi. Relasi sosial yang lebih positif ini sangat penting untuk membangun lingkungan belajar yang sehat dan kondusif.

## **8. Munculnya Motivasi Baru untuk Mengembangkan Diri**

Hasil penting lainnya adalah munculnya dorongan dalam diri siswa untuk terus mengembangkan diri. Banyak siswa yang menyampaikan bahwa kegiatan ini membuka wawasan mereka tentang potensi masa depan. Mereka menjadi lebih termotivasi untuk memperbaiki prestasi, mengikuti kegiatan sekolah, belajar keterampilan baru, atau aktif mengikuti lomba. Beberapa siswa yang sebelumnya tidak memiliki arah cita-cita kini mulai menyusun rencana masa depan. Mereka mulai menetapkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang, serta memikirkan langkah-langkah strategis untuk mencapainya. Kegiatan ini benar-benar memunculkan semangat baru bagi siswa untuk menjadi pribadi yang lebih baik.

## **9. Peningkatan Kualitas Interaksi Guru–Siswa**

Kegiatan ini juga memberikan dampak positif pada hubungan antara guru dan siswa. Melalui sesi pendampingan personal branding, guru dapat memahami karakter siswa secara lebih mendalam. Mereka mengetahui latar belakang, kesulitan, kelebihan, dan aspirasi siswa. Informasi ini sangat bermanfaat bagi guru untuk memberikan bimbingan akademik maupun non-akademik yang lebih tepat sasaran. Guru juga menjadi lebih dekat dengan siswa, menciptakan suasana pembelajaran yang lebih humanis, terbuka, dan menyenangkan. Di sisi lain, siswa merasa lebih dihargai dan diterima oleh lingkungan sekolah. Hal ini menciptakan iklim belajar yang positif dan mendukung perkembangan karakter siswa.



## **10. Terjadinya Transformasi Sikap dalam Kehidupan Sehari-hari**

Hasil terakhir yang sangat penting adalah perubahan sikap siswa dalam kehidupan sehari-hari. Siswa menunjukkan perilaku yang lebih bertanggung jawab, lebih disiplin, dan lebih sadar terhadap tindakan mereka. Mereka mulai menjaga sikap, baik dalam berkomunikasi, berpakaian, maupun bersikap terhadap teman dan guru. Siswa yang sebelumnya sering bertindak impulsif menjadi lebih berhati-hati, karena mereka menyadari bahwa perilaku buruk dapat merusak personal branding yang sedang mereka bangun. Perubahan sikap ini merupakan bukti nyata bahwa sosialisasi tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga membentuk karakter.

Secara keseluruhan, kegiatan sosialisasi personal branding di sekolah menghasilkan berbagai perubahan positif yang signifikan. Siswa menunjukkan peningkatan dalam pemahaman, keterampilan, sikap, dan motivasi diri. Mereka menjadi lebih sadar akan potensi diri, lebih percaya diri, lebih komunikatif, lebih bijak dalam penggunaan media sosial, serta lebih siap membangun rencana masa depan. Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi siswa secara individu, tetapi juga bagi sekolah secara keseluruhan, karena mendukung terbentuknya budaya positif yang menghargai potensi dan karakter masing-masing peserta didik.

## Photo-Photo Kegiatan



Gambar 1 Kegiatan MoU



Gambar 2 Pemaparan Personal Branding



Gambar Photo Bersama setelah Kegiatan

#### 4.2 LUARAN YANG DICAPAI

|              |                                              |
|--------------|----------------------------------------------|
| Tahun        | 2025                                         |
| Jenis Luaran | HKI                                          |
| Judul        | Sosialisasi Personal Branding bagi Siswa SMA |
| Artikel      | Dalam Proses publikasi                       |

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1. KESIMPULAN**

Secara keseluruhan, kegiatan sosialisasi personal branding di sekolah menghasilkan berbagai perubahan positif yang signifikan. Siswa menunjukkan peningkatan dalam pemahaman, keterampilan, sikap, dan motivasi diri. Mereka menjadi lebih sadar akan potensi diri, lebih percaya diri, lebih komunikatif, lebih bijak dalam penggunaan media sosial, serta lebih siap membangun rencana masa depan. Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi siswa secara individu, tetapi juga bagi sekolah secara keseluruhan, karena mendukung terbentuknya budaya positif yang menghargai potensi dan karakter masing-masing peserta didik.

### **5.2. SARAN**

Berdasarkan rangkaian kegiatan sosialisasi personal branding yang telah dilaksanakan, terdapat sejumlah saran yang dapat dijadikan rekomendasi untuk penyelenggaraan kegiatan serupa di masa mendatang. Saran ini diberikan baik untuk pihak sekolah, guru pendamping, siswa, maupun pihak terkait lainnya agar kegiatan dapat berjalan lebih efektif, menyeluruh, dan berkelanjutan.

#### **1. Pentingnya Pelaksanaan Pendampingan Jangka Panjang dan Berkelanjutan**

Kegiatan sosialisasi personal branding akan memberikan dampak yang lebih optimal apabila dilaksanakan secara berkelanjutan dan tidak berhenti hanya pada satu kali kegiatan. Personal branding adalah sebuah proses yang membutuhkan waktu, konsistensi, serta pembiasaan. Oleh karena itu, sangat disarankan agar sekolah menyusun program pendampingan jangka panjang yang terstruktur—misalnya melalui mentoring bulanan, klinik konsultasi karakter, atau program coaching yang dilakukan oleh guru BK dan wali kelas. Program lanjutan ini akan membantu siswa menjaga perkembangan personal branding mereka, memperbaiki aspek yang masih lemah, dan memonitor konsistensi sikap mereka dalam kehidupan sehari-hari.

## **2. Integrasi Personal Branding dengan Kurikulum Sekolah**

Salah satu saran penting adalah memasukkan pendidikan personal branding ke dalam kurikulum sekolah, terutama pada mata pelajaran yang berkaitan dengan pengembangan diri, seperti Bimbingan Konseling, Pendidikan Pancasila, atau Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P5). Integrasi ini akan memberikan kesempatan lebih luas bagi siswa untuk belajar tentang pengenalan diri, karakter, komunikasi, literasi digital, dan keterampilan sosial secara lebih mendalam dan berkesinambungan. Dengan demikian, personal branding tidak hanya menjadi materi tambahan, tetapi bagian integral dari proses pembentukan karakter siswa.

## **3. Peningkatan Kompetensi Guru dalam Bidang Personal Branding dan Literasi Digital**

Guru memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan kegiatan personal branding siswa. Karena itu, sangat disarankan agar sekolah memberikan pelatihan khusus kepada guru, terutama guru BK dan wali kelas, tentang konsep personal branding, strategi pendampingan, dan literasi digital berbasis karakter. Pelatihan ini dapat mencakup topik seperti coaching komunikatif, penyusunan portofolio siswa, digital citizenship, serta teknik memotivasi siswa untuk mengenali potensi dirinya. Dengan guru yang kompeten dalam bidang ini, pendampingan personal branding dapat dilakukan secara lebih efektif dan profesional.

## **4. Peningkatan Fasilitas dan Media Pendukung**

Agar kegiatan personal branding dapat berjalan lebih maksimal, sekolah perlu menyediakan fasilitas pendukung yang memadai. Misalnya, ruang presentasi yang nyaman, proyektor, komputer, koneksi internet yang stabil, serta bantuan teknis untuk membuat portofolio digital. Selain itu, sekolah juga bisa menyediakan platform khusus bagi siswa untuk memajang portofolio mereka secara online, seperti website sekolah atau platform e-portfolio. Dengan fasilitas yang baik, siswa akan lebih leluasa mengekspresikan kreativitas dan menunjukkan perkembangan personal branding mereka.

## **5. Mendorong Siswa untuk Mengembangkan Portofolio Secara Mandiri**

Saran selanjutnya adalah mendorong siswa untuk terus mengembangkan portofolio mereka secara mandiri, bahkan setelah kegiatan sosialisasi selesai. Portofolio merupakan bukti konkret perkembangan kemampuan, prestasi, dan identitas diri siswa. Guru dan orang tua dapat

memberikan dukungan dengan terus mengingatkan siswa untuk menyimpan bukti kegiatan, sertifikat, karya seni, proyek sekolah, hingga pengalaman organisasi. Dengan portofolio yang lengkap dan terstruktur, siswa akan lebih mudah mempersiapkan diri untuk berbagai kesempatan di masa depan, seperti lomba, beasiswa, ataupun pendaftaran perguruan tinggi.

## **6. Menumbuhkan Budaya Apresiasi dan Lingkungan Positif di Sekolah**

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa dukungan lingkungan sangat memengaruhi keberanian dan kepercayaan diri siswa dalam membangun personal branding. Oleh karena itu, sekolah disarankan untuk terus menumbuhkan budaya apresiasi, di mana setiap potensi dan keunikan siswa dihargai. Guru dan teman sebaya perlu menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman bagi siswa untuk berekspresi tanpa takut diejek atau dikritik secara negatif. Lingkungan yang positif akan membantu siswa untuk terus berkembang dan menjaga konsistensi brand diri mereka.

## **7. Meningkatkan Kolaborasi dengan Orang Tua**

Peran orang tua sangat penting dalam mendukung personal branding siswa. Sekolah disarankan untuk melibatkan orang tua melalui kegiatan sosialisasi lanjutan atau pertemuan rutin. Orang tua perlu memahami potensi anak, mendukung kegiatan mereka, serta memberikan ruang bagi anak untuk berekspresi secara positif. Dengan terlibatnya orang tua, pengembangan personal branding siswa dapat berlangsung secara konsisten baik di sekolah maupun di lingkungan keluarga.

## **8. Menyediakan Program Lanjutan Berbasis Praktik**

Untuk memperdalam pengetahuan siswa, sekolah dapat menyediakan program lanjutan berbasis praktik, seperti pelatihan public speaking, workshop storytelling, pelatihan desain portofolio, atau kelas kreatif digital. Program ini akan memperkuat keterampilan yang diperlukan siswa untuk membangun personal branding secara lebih profesional. Pelatihan ini dapat menghadirkan narasumber ahli, praktisi media, atau alumni sekolah yang telah memiliki brand diri kuat dan sukses di bidangnya.

## **9. Melakukan Monitoring dan Evaluasi Berkala**

Saran berikutnya adalah perlunya monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap siswa. Monitoring ini dapat dilakukan melalui observasi perilaku, evaluasi portofolio, atau sesi refleksi

berkala. Evaluasi ini akan membantu guru memahami perkembangan siswa dan memberikan umpan balik yang relevan. Dengan evaluasi yang konsisten, sekolah dapat mengetahui sejauh mana kegiatan personal branding berdampak pada perkembangan karakter dan kemandirian siswa.

#### **10. Mengembangkan Kegiatan Serupa secara Lebih Luas**

Melihat manfaat besar dari kegiatan ini, sekolah disarankan untuk memperluas kegiatan personal branding ke jenjang kelas yang berbeda. Tidak terbatas pada satu kelompok, kegiatan ini dapat diterapkan di kelas VII–XII secara bertahap sesuai tahap perkembangan mereka. Selain itu, kegiatan dapat dikembangkan dalam format lomba profil diri, festival portofolio siswa, atau malam apresiasi karya siswa untuk meningkatkan motivasi dan partisipasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). Personal branding remaja di era digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20–30.
- Fatimah, E. (2010). *Psikologi perkembangan (perkembangan peserta didik)*.
- Fiorentika, K., Santoso, D. B., & Simon, I. M. (2024). Keefektifan teknik self-instruction untuk meningkatkan kepercayaan diri siswa SMP. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 1(3), 15.
- Goel, M., & Aggarwal, P. (2012). A comparative study of self confidence of single child and child with sibling. *International Journal of Research in Social Sciences*, 2(3), 89–98.
- Gori, Y., Fau, S., & Laia, B. (2023). Peran guru bimbingan konseling dalam meningkatkan kepercayaan diri siswa kelas IX di Smp Negeri 2 Toma Tahun Pelajaran 2022/2023. *FAGURU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan*, 2(1), 123-133.
- Hakim, A. Z., Hafiar, H., & Puspitasari, L. (2017). Personal branding of homeschooling teacher. *Eduutech*, 16(2), 122–137.
- Haroen, D. (2014). *Personal branding*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kamnuron, A., Hidayat, Y., & Nuryadi, N. (2020). Perbedaan kepercayaan diri pada siswa yang mengikuti ekstrakurikuler olahraga. *Physical Activity Journal (PAJU)*, 1(2), 133-141.
- Khaydarsyah, S., Hamran, H., Amaliah, N. W., & Agung, E. A. (2024). Pelatihan Strategi Membangun Personal Branding Bagi Siswa SMA. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(2), 693-699.
- Kusumaningsih, R. (2024). Investasi keterampilan dan kompetensi yang relevan untuk anak zaman now. *MULIA (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)*, 3(1), 20-27.
- Komara, I. B. (2016). Hubungan antara kepercayaan diri dengan prestasi belajar dan perencanaan karir siswa. *Jurnal Psikopedagogia*, 5(1), 33-42.
- Mardiani, I. N., Aprilia, N. I., Pratiwi, V., Qorina, I., Fatmasari, D., & Samudra, J. (2024). Strategi Membangun Reputasi Untuk Sukses Karier Dengan Personal Branding di SMKN 1 Cikarang Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(4), 1135-1141.
- Martono, E. P., Solihatun, S., & Prasetyaningtyas, W. E. (2021). Pengaruh keterampilan sosial terhadap kepercayaan diri siswa terisolir. *Orien: Cakrawala Ilmiah Mahasiswa*, 1(2), 167-174.
- Maspuroh, U., Nurhasanah, E., Syafroni, R. N., & Sugiarti, D. H. (2023). Persepsi Siswa terhadap Pembelajaran Keterampilan Berbicara dalam Pembentukan Personal Branding melalui Media Siniar. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 9(1), 334-348.
- Melyana, A., & Pujiastuti, H. (2020). Pengaruh kepercayaan diri terhadap kemampuan berpikir kritis matematis siswa smp. *JPMI (Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif)*, 3(3), 239-246.



- Nugraha, D., Zaenudin, M., & Faizah, S. (2023). PENGEMBANGAN DIRI DALAM STANDARDISASI DUNIA USAHA DAN INDUSTRI MELALUI KEGIATAN TALKSHOW. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1616–1627. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i3.1078>.
- Nofembri, A., Fitria, L., & Radyuli, P. (2021). Hubungan Self Disclosure dengan Kepercayaan Diri Siswa dalam Mengemukakan Pendapat di Depan Kelas. *JURNAL PTI (PENDIDIKAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI) FAKULTAS KEGURUAN ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITA PUTRA INDONESIA" YPTK" PADANG*, 64-70.
- Novita, L. (2021). Pengaruh konsep diri terhadap kepercayaan diri siswa. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran Guru Sekolah Dasar (JPPGuseda)*, 4(2), 92-96.
- Pramusiwi, A. D., Adyantari, A., Budiyono, E. F. C. S., Sasmita, R. P. H., Pradana, B. G. V., Putra, T. S., ... & Dharomesz, V. Y. (2024). PELATIHAN PUBLIC SPEAKING DAN PERSONAL BRANDING DI SMA SANTA MARIA YOGYAKARTA. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 3(04), 119-130.
- Rahayu, F. R. (2023). Strategi Komunikasi Efektif Guru dalam Membentuk Kepercayaan Diri Siswa di MTs YPK Cijulang. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(1), 116-123.