

PENGUATAN BRAND IMAGE DAN PERSONAL BRANDING SISWA – SISWA UNTUK MENINGKATKAN PELUANG KARIER PASCA KELULUSAN DI MA AL ULYA AL MUBAROK

Mohammad Abduh¹, Lulu Lesnia Anggraeni², Salbilla Gladis Ratmanda³, Sela Novitasari^{4*}

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pamulang Kampus Serang

*E-mail: dosen10128@unpam.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah untuk melaksanakan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya di Universitas Pamulang. Selain itu diharapkan dengan pengabdian kepada masyarakat, keberadaan perguruan tinggi dapat memberikan kontribusi kepada pengembangan penerapan keilmuan kepada masyarakat. Metode yang digunakan pada pengabdian kepada masyarakat ini Adalah menyampaikan materi secara verbal, pelaksanaannya dengan pemberian materi dalam penyuluhan yang berisi penguatan brand image dan personal branding siswa siswi untuk meningkatkan peluang karir pasca kelulusan di MA AL ULYA AL MUBAROK di JL syekh nawawi lingkungan jerenak RT/RW 001/002 Kecamatan cipocok jaya Kota serang kabupaten banten. Hasil pengabdian masyarakat yang diperoleh adalah kegiatan yang dilaksanakan untuk siswa siswi ma al ulya al mubarak. Ilmu yang diperoleh pada pengabdian masyarakat ini Adalah berhasil memberikan pemahaman tentang membangun personal branding untuk mempersiapkan diri setelah kelulusan menjadi lebih modern, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan target karier yang akan mereka tempuh di masa depan.

Kata Kunci : Brand Image, Personal branding, Siswa-siswi, Karier, Branding

ABSTRACT

The purpose of the Community Service Activity is to implement one of the Tri Dharma of Higher Education, particularly at Pamulang University. Furthermore, it is hoped that through community service, the university's existence can contribute to the development and application of scientific knowledge to the community. The method used in this community service is verbal delivery of material, implemented through counseling sessions aimed at strengthening the brand image and personal branding of students to increase career opportunities after graduation at MA AL ULYA AL MUBAROK on Jl. Syekh Nawawi, Jerenak neighborhood, RT/RW 001/002, Cipocok Jaya District, Serang City, Banten Regency. The results of the community service program are the activities carried out for MA Al Ulya Al Mubarak students. The knowledge gained through this community service program has successfully provided an understanding of building personal branding to prepare them for post-graduation, becoming more modern, effective, and aligned with the needs of their future career goals.

Keywords : Brand Image, Personal branding, Students, Career, Branding

PENDAHULUAN

Menurut data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada Agustus tahun 2025, tercatat 7,46 juta orang tidak bekerja, dari lulusan SMA adalah kurangnya bekal soft skill di kalangan pelajar. Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (MA) diharapkan

mempunyai kompetensi yang siap dipakai dan diserap oleh industri. Mereka dituntut memiliki keterampilan praktis sesuai dengan bidang keahlian (hard skill). Selain itu, para lulusan perlu dibekali keterampilan soft skill, seperti kerjasama tim, kreativitas, kemampuan menyelesaikan masalah, komunikasi efektif, kepemimpinan, kemampuan mengendalikan emosi, mengambil keputusan, berpikir kritis, kemampuan mendengarkan dan juga kemampuan manajemen waktu.

Soft skill diakui sebagai komponen penting dari keahlian yang dibutuhkan untuk pekerjaan di masa depan. Institusi pendidikan kejuruan (seperti SMK) dan universitas harus mengantisipasi dan beradaptasi terhadap hal ini. Dalam rangka menjawab tantangan di era ini, para lulusan harus mahir dalam keterampilan di tempat kerja abad ke 21, yang meliputi critical thinking, problem solving, communication, collaboration, creativity, dan innovation Soft skill penting lainnya yang wajib dimiliki oleh para siswa/siswi agar memudahkannya terjun di industri adalah kemampuan untuk membangun personal branding yang kuat.

Personal branding merupakan suatu cara seseorang dalam memperkenalkan potensi diri. Personal branding juga didefinisikan sebagai pembentukan dan pengelolaan merek pribadi oleh orang-orang yang menerapkan prinsip-prinsip pemasaran pada diri mereka sendiri untuk tujuan promosi. Keterampilan khusus yang unik dan sangat dikuasai merupakan dua pilar utama untuk membangun personal branding yang kuat. Para pencari kerja mempromosikan merek mereka kepada calon pemberi kerja dengan beberapa cara. Cara yang paling umum dan konvensional adalah mengirimkan Curriculum Vitae (CV) atau resume. CV atau resume adalah bukti terdokumentasi tentang pendidikan, riwayat pekerjaan, dan lain sebagainya dari seorang kandidat. Sedangkan cara atau metode yang saat ini semakin populer untuk mengomunikasikan bakat dan keterampilan seseorang kepada calon pemberi kerja adalah dengan melakukan personal branding. Branding adalah rencana strategis yang dibuat oleh individu untuk menyampaikan bakat mereka kepada publik. Hal ini dapat menjadi sebuah pembeda di antara para kandidat yang sama-sama mencari pekerjaan.

Menengah Kejuruan yang dibutuhkan pengguna lulusan, yaitu tanggap terhadap kebutuhan lingkungan, kemampuan kolaborasi, kemampuan berkomunikasi, kreativitas, semangat kerja, kejujuran, disiplin, dan tanggung jawab. Kedisiplinan serta tanggung jawab menjadi keliru satu dari bentuk soft skill tersebut.

Di era digital yang semakin berkembang pesat, kompetensi dan personal branding menjadi dua aspek krusial yang perlu dikuasai oleh generasi muda. Kemampuan untuk menguasai teknologi digital dan membangun citra diri yang positif di dunia maya dapat membuka banyak peluang, baik dalam dunia pendidikan maupun karier. MA Al – ULYA AL MUBAROK Serang Banten, sebagai salah satu lembaga pendidikan di Indonesia, memiliki tanggung jawab untuk membekali siswa/i-nya dengan keterampilan yang relevan dengan tuntutan zaman. Meningkatkan kompetensi di era digital tidak hanya mencakup pemahaman dasar tentang teknologi, tetapi juga melibatkan kemampuan berpikir kritis, kreativitas, dan kolaborasi. Siswa/i perlu dibekali dengan berbagai

keterampilan digital, mulai dari penggunaan perangkat lunak produktivitas, pemrograman dasar, hingga pemanfaatan media sosial secara bijak.

Selain itu, membangun personal branding yang kuat di dunia digital juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Personal branding yang baik memungkinkan siswa/i untuk menonjol di tengah persaingan yang ketat, serta membuka peluang jaringan dan kolaborasi yang lebih luas. Melalui personal branding, mereka dapat menunjukkan keunikan, keahlian, dan nilai-nilai yang mereka miliki kepada dunia.

Dalam konteks MA Serang Banten, peningkatan kompetensi dan personal branding ini harus diintegrasikan ke dalam kurikulum dan kegiatan ekstrakurikuler. Pengajaran yang inovatif dan berbasis teknologi, serta dukungan dari tenaga pendidik yang kompeten, akan menjadi faktor penentu keberhasilan dalam membekali siswa/i dengan keterampilan yang diperlukan di era digital ini.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan melalui sosialisasi, pelatihan dan penguatan brand image dan personal branding siswa dan siswi untuk meningkatkan peluang karier pasca kelulusan dalam membentuk karakter dan personal branding serta mempersiapkan diri setelah kelulusan dengan soft skill yang baik untuk bersaing di dunia kerja. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan mencakup ceramah, tutorial, dan diskusi interaktif. Kegiatan ini menyasar 30 peserta yang terdiri atas pengurus dan guru yayasan yang berlokasi di Jl syekh Nawawi lingkungan jerenak RT/RT 001/002 Desa banjarsari, Kecamatan Cipocok jaya Kpta Serang, Provinsi Banten. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama Satu hari, yaitu pada tanggal 13 oktober 2025, bertempat di aula MA AL ULYA AL MUBAROK.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini menggunakan tiga teknik utama. Pertama, metode ceramah, yang berfungsi untuk memberikan landasan konseptual tentang pentingnya Personal branding untuk membangun skill serta mempersiapkan diri sebelum kelulusan dan kuat untuk bersaing di dunia kerja,. Kedua, metode tutorial, yang memungkinkan peserta untuk secara langsung mempraktikkan tata cara mempersiapkan diri dengan mencoba keberanian siswa mulai dari berbicara di depan orang banyak dan menyampaikan argumen mereka, membangun personal branding di media social dengan satu karakter yang akan mengenalkan mereka di masyarakat, hingga merancang strategi promosi sederhana. Ketiga, metode diskusi interaktif, yang memberikan ruang bagi peserta untuk berbagi pengalaman, kendala, dan potensi yang mereka miliki, sekaligus mendiskusikan solusi digital yang relevan sesuai dengan konteks dan kebutuhan siswa/siswi. Kegiatan ini dilaksanakan dalam tiga tahapan utama. Pada tahap persiapan

(tanggal 2–3 okt 2025), tim pengabdian menyusun dan mengajukan proposal kegiatan PKM, serta melakukan koordinasi dengan mitra dan menyiapkan materi pelatihan. Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan (tanggal 13 Okt 2025), narasumber menyampaikan materi, mendampingi praktik langsung penggunaan media sosial, serta memfasilitasi sesi tanya jawab. Terakhir, tahap evaluasi dilakukan secara informal melalui observasi selama kegiatan berlangsung dan tanggapan verbal dari peserta terkait pemahaman mereka terhadap materi yang diberikan, serta antusiasme dalam mengimplementasikan strategi promosi melalui media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Materi yang kami ajarkan kepada siswa siswi MA AL ULYA AL MUBAROK adalah Panduan Membangun Personal Branding dan Brand Image Setelah Lulus SMA, karna Kelulusan SMA adalah gerbang awal menuju dunia baru, baik itu perkuliahan, magang, atau langsung terjun ke dunia kerja. seiring berkembangnya jaman persaingan di dunia kerja sangatlah ketat kita di tuntut harus, memiliki nilai akademik yang baik saja tidak cukup oleh karna itu sebelum kelulusan perlu membangun Personal Branding dan Brand Image yang kuat dengan memberikan beberapa tahapan yang tentunya mudah di fahami mulai dari Memahami Perbedaan: Personal Branding vs. Brand Image yang Sering tertukar, karna keduanya berbeda pengertian tapi saling bertautan seperti Personal Branding yaitu Merek Pribadi: yang menggunakan strategi diri sendiri untuk menciptakan suatu hal yang membentuk persepsi di pandangan masyarakat atau proses menentukan dan mengkomunikasikan yang menggambarkan siapa diri kita, apa keahlian atau skill yang kita punya, dan value apa yang bisa kita tunjukkan untuk menyakinkan hrd.

Contohnya : "Saya ingin dikenal sebagai orang yang kreatif, jago desain grafis, dan selalu menepati janji.

Sedangkan Brand Image atau Citra Merek; Ini adalah yang di hasilkan . Ini adalah bagaimana orang lain (dosen, perekrut, kolega) sebenarnya melihat dan memandang Anda berdasarkan apa yang mereka lihat, dengar, dan rasakan dari interaksi

Contohnya: "Teman-teman melihat saya sebagai orang yang bisa diandalkan untuk membuat poster acara." Intinya: Personal branding adalah apa yang Anda katakan tentang diri Anda. Brand image adalah apa yang orang lain lihat dan percaya, tidak lupa untuk memperkenalkan diri, sampaikan maksud dengan jelas, dan tutup dengan terima kasih.



Gambar 1. Kegiatan saat pelaksanaan PKM di MA AL ULYA AL MUBAROK

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Brand image mampu meningkatkan kepercayaan perusahaan yang akan kita tuju di masa depan dan dapat lebih meyakinkan mereka akan skill yang kita miliki dengan adanya personal branding, Program ini juga berhasil melibatkan mahasiswa sebagai bagian dari implementasi kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Mahasiswa tidak hanya berperan dalam aspek teknis pelaksanaan, tetapi juga turut mengembangkan materi, mendampingi peserta, serta terlibat dalam penyusunan luaran kegiatan. Partisipasi aktif ini berkontribusi dalam pengembangan kompetensi mahasiswa, baik secara akademik maupun sosial, sekaligus memperkuat peran mereka sebagai agen perubahan di tengah masyarakat. Meskipun terdapat kendala teknis ringan selama pelaksanaan, seperti keterbatasan waktu untuk sesi diskusi mendalam dan hambatan pada media proyeksi di awal acara, kegiatan tetap dapat dilaksanakan dengan lancar dan mendapat dukungan penuh dari semua pihak yang terlibat. Ke depan, program ini memiliki potensi besar untuk direplikasi dan dikembangkan sebagai program berkelanjutan yang dapat menjangkau lebih banyak sekolah dan komunitas remaja di berbagai daerah. Dengan memperkuat jejaring kolaborasi dan menyempurnakan desain program, kegiatan semacam ini dapat memberikan dampak yang lebih luas dalam upaya membentuk generasi digital yang cerdas, beretika, dan siap bersaing di era global.

1. Kegiatan ini efektif dalam meningkatkan pengetahuan, sikap, dan kemampuan

siswa-siswi dalam mengembangkan brand image dan personal branding.

2. Kegiatan ini memiliki dampak positif terhadap siswa-siswi MA Al Ulya Al Mubarak, yaitu meningkatkan kepercayaan diri, kemampuan, dan jaringan siswa-siswi.
3. Kegiatan ini dapat dijadikan sebagai model untuk meningkatkan karir pasca kelulusan siswa-siswi MA Al Ulya Al Mubarak dan dapat diaplikasikan pada lembaga pendidikan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Setiawati, Desi, and Mayasari Mayasari. "Pengaruh Soft Skill dan Hard Skill Terhadap Kesiapan Kerja Lulusan Sma Negeri 3 Kota Jambi Di Masa Pandemi Covid 19." *SJEE (Scientific Journals of Economic Education)* 5.1 (2021): 23-35.
- Nurnisya, Frizki, and Yudhi Ardiyanto. "Personal Branding dalam Meningkatkan Brand awareness Sekolah." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara* 4, no. 4 (2023): 3562-3569.
- Sary, A.M.A. and Wijaya, A.L., 2023. Penguatan Personal Branding Dalam Rangka Persiapan Memasuki Dunia Kerja Bagi Mahasiswa Tingkat Akhir Di Kota Madiun. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 3(2), pp.137-149.
- Rohimakumullah, Muhammad Al Assad, Rifqi Abdul Aziz, Haria Saputry Wahyuni, Alkahfi Putra Achdiat, and Cecillia Silvia Puspitadewi. "PEMBENTUKAN PERSONAL BRANDING DALAM MENGHADAPI LINGKUNGAN BARU PADA PESERTA DIDIK." *JP2N: Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara* 2, no. 2 (2025): 153-163.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. (Membahas konsep dasar dan pentingnya personal branding).
- Kartajaya, H. (2004). *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. (Mengulas tentang strategi positioning, diferensiasi, dan konsep brand secara umum).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Pearson Prestice Hall. (Referensi fundamental untuk konsep Brand Image dan manajemen pemasaran).
- McNally, D., & Speak, K. D. (2002). *Be Your Own Brand*. San Fransisco: Berret Koehler Publisher, Inc. (Memberikan panduan praktis untuk menjadi merek diri sendiri).
- Rampersad, H. K. (2008). *Sukses Membangun Authentic Personal Branding*. Jakarta: PPM. (Menekankan pentingnya personal branding yang autentik).
- Siregar, N. S., M. S. Comm, I. S. T. M., & Pustaka, S. M. (2022). *BUKU AJAR PUBLIC SPEAKING*. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA. (Relevan karena public speaking seringkali menjadi bagian dari strategi personal branding).
- Afrilia, A. M. (2018). *Personal Branding Remaja di Era Digital*. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20-30. (Fokus pada personal branding di kalangan remaja).

- Anharudin, & Miranty, D. (2024). Membangun Personal Branding dan Pengenalan LinkedIn sebagai Platform Jaringan Profesional Pada Siswa-Siswi SMAN 3 Kota Cilegon. *Jurnal SENAMA*, 85. (Relevan karena membahas personal branding dan platform karir untuk siswa).
- Ardiansyah, F., & Sinduwiatmo, K. (2023). Tiktok Sebagai Media Personal Branding Melinda. (Contoh studi kasus personal branding menggunakan media sosial).
- Dewi, C. I. (2021). Konsep Diri pada Masa Remaja Akhir dalam Kematangan Karir Siswa. *KONSELING EDUKASI "Journal of Guidance and Counseling,"* 5(1). \$<https://doi.org/10.21043/konseling.v5i1.9746>\$. (Menghubungkan konsep diri, yang merupakan fondasi personal branding, dengan kematangan karir).
- Kariza, C. I. (2025). Penguatan Personal Branding untuk Pengembangan Karir Manajemen. *Dianmas Bhakti: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 79–85. \$<https://doi.org/10.54035/dianmas.v2i2.591>\$. (Fokus langsung pada penguatan personal branding untuk pengembangan karir).
- Syah, M. E. & Nirmalasari, N. (2023). Optimalisasi Potensi Diri Siswa Melalui Personal Branding Pasca Praktik Kerja Lapangan di Era Merdeka Belajar. *Gotong Royong: Jurnal Pengabdian, Pemberdayaan Dan Penyuluhan Kepada Masyarakat*, 3(1), 25-32. (Membahas optimalisasi potensi siswa melalui personal branding dalam konteks pendidikan).
- Dwiyama, F. (2019). Brand Image: Upaya Memasarkan Pendidikan Bagi Lembaga Yang Kurang Mampu Bersaing. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 880-891. \$<https://doi.org/10.35673/ajmpi.v9i2.424>\$. (Relevan untuk konteks Brand Image institusi pendidikan).
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. B. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869–880. \$<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>\$. (Sangat relevan karena membahas branding pada konteks Madrasah).
- Rahman, Z. A. (2023). Penguatan Personal Branding Lembaga Melalui Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skills Education) di Madrasah Ibtidaiyah. (Relevan untuk melihat bagaimana Brand Image lembaga (MA Al Ulya Al Mubarak) dapat diperkuat melalui program pengembangan siswa).
- Roziqin, Z., & Rozaq, H. (2018). Menggagas Competitive Advantage Melalui Branding Image Di Madrasah Aliyah Nurul Jadid Paiton Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Didaktika*, 18(2). (Relevan untuk konteks Madrasah Aliyah dan Brand Image).