

## PELATIHAN PERSONAL BRANDING DALAM MEMBANGUN CITRA DIRI

Andiwi Meifilina<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Balitar  
Email: <sup>1</sup>andiwimeifilina@unisba.ac.id

### ABSTRAK

Di era persaingan dan kemajuan global saat ini bahwa keberadaan profesi (termasuk anggota profesi) sangat membutuhkan eksistensi diri untuk dikenal masyarakat. Supaya dikenal maka diperlukan usaha-usaha untuk memperkenalkan diri dengan cara yang sistematis dan berlanjut. Salah satu caranya yaitu dengan membangun citra diri yang baik tentang profesi dan anggota profesi tersebut. Pencitraan selalu berkaitan dengan personal branding yang digunakan untuk mengangkat nama orang atau profesi agar menjadi populer dan dikenal banyak orang. Di era teknologi digital seperti sekarang, banyak orang sukses dengan memanfaatkan media sosial. Seseorang yang awalnya biasa-biasa saja, bisa menjadi terkenal karena melakukan *personal branding* yang tepat. Pelatihan ini diselenggarakan dengan tujuan meningkatkan citra diri ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar dengan mengenali kelemahan dan kelebihan yang ada pada dirinya. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat bahwa peningkatan citra diri dengan personal branding bersama FISIPOL Universitas Islam Balitar hasil angketnya sebanyak 61, 8 % sangat setuju dan sebesar 38,2%. Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan melalui pelatihan peningkatan citra diri dengan personal branding bersama Universitas Islam Balitar sesuai dengan harapan peserta hasil angketnya sebanyak 56.7% sangat setuju dan sebesar 43.3%. Personil/anggota tim kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan hasil angketnya sebanyak 54.7% sangat setuju dan sebesar 45.3%. Dalam setiap keluhan/ pertanyaan/ permasalahan yang saya ajukan ditindaklanjuti dengan baik oleh narasumber/anggota yang terlibat hasil angketnya sebanyak 69.5% sangat setuju dan sebesar 40.5% dan jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, saya bersedia untuk berpartisipasi/terlibat hasil angketnya sebanyak 51.8% sangat setuju dan sebesar 47.2%.

**Kata kunci:** *Personal branding*, citra diri, PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga)

### ABSTRACT

In the current era of competition and global progress, the existence of professions (including members of the profession) really needs their existence to be known by the public. In order to be known, efforts are needed to introduce oneself in a systematic and continuous way. One way is to build a good self-image about the profession and members of the profession. Imagery is always related to personal branding which is used to raise the name of a person or profession to become popular and known to many people. In the era of digital technology as it is now, many people are successful by utilizing social media. Someone who was originally mediocre, can become famous for doing the right personal branding. This training was held with the aim of improving the self-image of PKK cadres in Kaliboto Village, Wonodadi District, Blitar Regency by recognizing their weaknesses and strengths. The results of community service activities that increase self-

image with personal branding with FISIPOL, Balitar Islamic University, the results of the questionnaire are 61.8% strongly agree and 38.2%. Community service activities held through self-image improvement training with personal branding with the Balitar Islamic University were in accordance with the expectations of participants. The results of the questionnaire were 56.7% strongly agree and 43.3%. Personnel/members of the community service activity team provide services according to the needs of the questionnaire results as much as 54.7% strongly agree and 45.3%. In every complaint/question/problem that I submitted was followed up properly by the resource persons/members involved the results of the questionnaire were 69.5% strongly agree and 40.5% and if this activity were to be held again, I am willing to participate/involved the results of the questionnaire as much as 51.8% strongly agree and 47.2%.

**Keywords:** *personal branding, self image, PKK (Family Welfare Empowerment)*

## PENDAHULUAN

Perilaku yang baik bisa membentuk citra diri yang positif di mata orang lain dan perilaku buruk bisa membentuk citra diri seseorang menjadi negatif di mata orang lain. Untuk itu, dibutuhkan *personal branding* sebagai upaya membentuk citra yang positif dan menarik perhatian orang lain. Banyak orang menganggap bahwa personal branding hanya diperlukan untuk orang yang memiliki bisnis saja karena personal branding sangat diperlukan dan memiliki pengaruh yang kuat untuk membantu individu lebih dikenal dan dipercaya oleh orang lain. Personal branding dibentuk dan didasarkan pada nilai yang tertanam dalam diri individu tersebut. Akan tetapi personal branding sangat penting sebagai sarana untuk mempromosikan diri dan membuat pengaruh agar masyarakat mengetahui dan percaya akan kemampuan yang kita miliki. Jika ingin dikenal maka personal branding itulah yang menentukan bagaimana orang lain menggambarkan diri kita.

Di era persaingan dan kemajuan global saat ini bahwa keberadaan profesi (termasuk anggota profesi) sangat membutuhkan eksistensi diri untuk dikenal masyarakat. Supaya dikenal maka diperlukan usaha-usaha untuk memperkenalkan diri dengan cara yang sistematis dan berlanjut. Salah satu caranya yaitu dengan membangun citra diri yang baik tentang profesi dan anggota profesi tersebut. Pencitraan selalu berkaitan dengan personal branding yang digunakan untuk mengangkat nama orang atau profesi agar menjadi populer dan dikenal banyak orang. Di era teknologi digital seperti sekarang, banyak orang sukses dengan memanfaatkan media sosial. Seseorang yang awalnya biasa-biasa saja, bisa menjadi terkenal karena melakukan *personal branding*

yang tepat. *Personal branding* merupakan proses ketika seseorang dan pekerjaannya dijadikan sebuah *brand*. Sebagai contoh, Oprah Winfrey melalui media sosial Facebook, Twitter, Instagram, dan lainnya, memberikan informasi kepada publik tentang siapa dirinya dan kegiatan-kegiatannya. *Personal branding* penting untuk membangun reputasi positif seperti yang Anda inginkan. Terutama jika Anda pelaku bisnis atau ingin mengembangkan karir. Menurut Peter Montoya dalam bukunya "*The Brand Called You*" mendefinisikan *personal branding* sebagai suatu proses (komunikasi) yang membutuhkan keahlian, kepribadian dan karakteristik unik yang dikedepankan dalam suatu identitas yang kuat yang mampu mengingatkan seseorang di tengah masyarakat dan pesaing lainnya (Montoya, 2009). Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK), adalah organisasi kemasyarakatan yang memberdayakan wanita untuk turut berpartisipasi sebagai pelopor kesehatan dan juga dituntut untuk membuat suatu perencanaan dalam memberikan pengetahuan dan informasi tentang kesadaran akan kesehatan masyarakat yakni dengan membuat suatu perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan pemberian informasi agar bisa diterima sampai dipahami oleh masyarakat maka diperlukan suatu strategi komunikasi dalam membentuk citra diri melalui peningkatan *personal branding*.

Tujuan *personal branding* adalah untuk menunjukkan apa adanya individu. Sebab manusia akan membangun *branding* diri sendiri, bukan orang lain. Seseorang tidak bisa membuat kepribadian palsu yang sebenarnya sama sekali. *Branding* membantu seseorang menjadi otentik, sehingga lebih mudah dalam memenuhi hal-hal dalam hidupnya. *Personal branding* merupakan satu hal yang banyak diperjuangkan seseorang atau sebuah lembaga sebagai salah satu jalan menuju kesuksesan. Dengan *personal branding*, orang lain atau konsumen akan bisa melihat diri dari karakter positif yang dibangun. Dari alasan tersebut, maka tak heran jika banyak *brand consultant* menyarankan untuk membangun *personal branding* kliennya sebagai salah satu cara untuk mempromosikan atau mengenalkan brand dari klien-klien mereka.

Manfaat dari pentingnya *personal branding* seperti dibawah ini: 1.) Mampu meningkatkan kredibilitas. Ada pepatah mengatakan "*tong kosong nyaring bunyinya*". Orang akan lebih memperhatikan apa yang seseorang atau perusahaan lakukan. Bukan apa yang diucapkan. Membuktikan dengan tindakan dari apa yang telah diucapkan adalah sebuah cara membangun *personal branding* yang efektif. Dengan pembuktian yang baik, maka perlahan kredibilitas perusahaan akan semakin meningkat sehingga khalayak akan

semakin mengenal perusahaan dari sisi positifnya. 2.) Mampu meningkatkan kepercayaan diri. Membangun *personal branding* akan meningkatkan rasa percaya diri, karena dituntut untuk terus berada pada titik keunggulan yang dimiliki. Saat melakukannya dengan baik lalu mendapat respon positif dari khalayak sekitar, maka rasa percaya diri secara otomatis akan semakin bertambah karena akan melupakan berbagai kekurangan yang ada pada diri kita. 3.) Meningkatkan nilai lebih tinggi. Mengapa banyak *brand consultant* menaruh perhatian lebih pada pengembangan *personal branding*. Inilah salah satu alasannya, yaitu untuk meningkatkan nilai yang lebih tinggi. Saat nilai *personal branding* seseorang telah meroket, maka tak heran jika produk yang mereka punya pun akan ikut bernilai tinggi. 4.) Sebagai pembeda dengan kompetitor. Inilah gambaran dari pentingnya *personal branding*. Orang akan dengan mudah melihat seseorang yang memiliki perbedaan lain daripada yang lain. Agar bisa berbeda dari para pesaing maka dibutuhkan karakter perbedaan yang menonjol. Dengan begitu akan dengan mudah orang akan menemukan sekaligus melihat kelebihan dibandingkan dengan pesaing. 5.) Mampu memperluas jaringan atau pasar. Tidak bisa dipungkiri bahwa salah satu hal yang menjadi alasan pentingnya *personal branding* adalah sebuah jembatan yang menghubungkan seseorang dengan profesionalisme-an yang dimiliki. Semakin profesional, maka akan semakin banyak memperoleh jaringan yang berguna bagi bisnis.

Pelatihan ini diselenggarakan dengan tujuan meningkatkan citra diri ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar dengan mendapatkan pengetahuan tentang peningkatan citra diri melalui *personal branding* dengan mengenali kelemahan dan kelebihan yang ada pada dirinya sehingga akan meningkatkan kepercayaan diri serta citra positif bagi ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. Adanya permasalahan di PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar pada setiap kadernya karena kurang percaya diri dalam memberikan pelayanan kesehatan terhadap masyarakat desa maka sangat penting untuk diberikan pelatihan *personal branding* sehingga mereka akan dapat memberikan pelayanan prima kepada masyarakat. Adapun tujuan kegiatan ini adalah (1) meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dari *personal branding* untuk membangun citra diri bagi ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar, (2) meningkatkan kemampuan dan profesionalitas dalam praktik *personal branding* untuk membangun citra diri.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pada pelatihan ini, kami melibatkan peran serta para dosen, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Balitar. Kegiatan ini dilakukan dengan metode pelatihan mengenai keterampilan personal branding para kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. Kegiatan ini bertujuan untuk menghasilkan citra diri yang positif dalam hal ini PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar yang mampu mengenali kelebihan dan kekurangan diri dan melakukan tindakan yang tepat dalam memberikan pelayanan publik, dalam hal ini PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. Kegiatan ini akan dilakukan pre-test dan post-test untuk mengetahui keberhasilan pelatihan ini. Pelatihan akan dilakukan dengan membagi peserta menjadi beberapa grup dan dilatih satu per satu sampai peserta mampu melakukan teknik-teknik personal branding.

Pengusul kegiatan pengabdian ini adalah dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Balitar dari disiplin Ilmu Komunikasi yang sesuai dengan bidang kajian public relations yang di dalamnya ada personal branding sehingga mampu mencapai target yang diharapkan yaitu kemampuan melakukan branding pada diri masing-masing kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. Kegiatan ini dilakukan dengan metode pelatihan atau training mengenai keterampilan meningkatkan personal branding. Kegiatan ini bertujuan untuk menghasilkan kepercayaan diri dan citra diri yang positif yang mampu mengenali kelebihan dan kekurangan pada diri masing-masing individu dalam hal ini ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. Terdapat beberapa metode yang digunakan dalam kegiatan pelatihan ini yaitu meliputi pemberian materi, pelatihan, pembagian angket dan evaluasi.

a. Pemberian Pre test

Kegiatan ini untuk melihat dan mengukur tingkat kepercayaan diri dan citra diri ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar

b. Pemberian Materi

Kegiatan presentasi atau pemberian materi dimaksudkan untuk membuka wawasan mengenai, personal branding terutama tentang teori dan teknik peningkatan citra diri melalui personal branding

c. Pelatihan

Pelatihan dilakukan dengan mempraktekkan peningkatan citra diri melalui personal branding sesuai dengan teori-teori.

d. Pembagian angket

Setelah proses pelatihan public speaking selesai, dilakukan post test dengan pembagian angket kepada ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. Angket dibagikan dan diisi oleh peserta pelatihan sesuai dengan jawaban masing-masing. Tujuan dari pembagian angket ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap tata cara dan teori dalam peningkatan citra diri melalui personal branding.

e. Evaluasi

Kegiatan ini dilakukan untuk melihat kemampuan yang dimiliki oleh peserta ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar setelah pelatihan peningkatan citra diri melalui personal branding.

## **PEMBAHASAN**

### **Membangun Citra Diri Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar**

Citra diri dalam kamus psikologi disebut self image (gambar (an)-diri) adalah jati diri seperti yang digambarkan atau yang dibayangkan akan menjadi di kemudian hari (Chaplin, 2011). Dalam buku Psycho-Cybernetics, citra diri adalah konsepsi diri sendiri mengenai orang macam apakah diri sendiri. Ini merupakan produk dari pengalaman masa lalu beserta sukses dan kegagalannya, penghinaan dan kemenangannya, serta cara orang lain bereaksi terhadap diri sendiri, terutama dalam masa kecil. Komponen-komponen Self Image Menurut Jersild (Ni'mah, 2017) self image memiliki beberapa komponen antara lain, yaitu :

a. *Perceptual Component*

Komponen ini merupakan gambaran yang dimiliki seseorang mengenai penampilan dirinya, terutama tubuh dan ekspresi yang diberikan pada orang lain. Maka komponen ini disebut physical self image. Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar menjadi tauladan dalam berpakaian rapi ditengah-tengah masyarakat. Dalam berpakaian memang tidak ada aturan tertulisnya namun Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan

Wonodadi Kabupaten Blitar hendaknya dapat menyesuaikan diri. Memilih pakaian dapat disesuaikan dengan tempat, situasi dan kondisinya. Kesalahan memilih jenis dan model pakaian akan berpengaruh terhadap rasa kepercayaan diri dan citra seseorang. Oleh karenanya diharapkan Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar pandai-pandai menyesuaikan pakaian yang dikenakannya.

b. *Conceptual Component*

Komponen ini merupakan suatu gambaran tentang karakteristik dalam diri seseorang yang meliputi tentang kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh individu, kemampuan diri, serta keterbatasan yang dimiliki oleh individu. Komponen ini disebut *psychological self image*. Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar dapat mengenali dirinya dengan mengetahui kelemahan dan kelebihan pada dirinya. Dimana kelebihan yang ada pada diri *psychological self image* harus terus di tingkatkan seperti kemandirian, kedisiplinan, jiwa kebersamaan harus terus ditingkatkan. Sedangkan jika ada kelemahan yang dimiliki ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar harus segera diperbaiki dan terus di tingkatkan.

c. *Attitudinal Component*

Komponen ini merupakan pemikiran serta perasaan individu mengenai dirinya, status dan pandangan terhadap individu lain. Komponen ini disebut sebagai *social self image*. Berdasarkan berbagai teori yang telah dipaparkan di atas, maka yang dipilih sebagai teori dalam pembuatan alat ukur adalah komponen-komponen *self image*. Komponen ini merupakan pikiran dan perasaan dari Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar mengenai dirinya, status, dan pandangan terhadap orang lain. komponen ini disebut sebagai *social self image*. Untuk itu nilai-nilai yang harus dimiliki oleh para Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar sikap selalu berfikir positif terhadap orang lain, lebih semangat dan optimis, dapat membangun kepercayaan diri Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.



**Gambar 1.**  
**Pembukaan Kegiatan Pelatihan Peningkatan Citra Diri dengan Personal Branding oleh Ibu Ketua PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar**  
**Sumber : Pengabdian, 2022**

American Marketing Association (AMA) dalam sebuah artikel berjudul “*What is Branding and How Important is it to Your Marketing Strategy*”, mendefinisikan brand atau merek dengan nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semua itu, yang tujuannya untuk memberikan identifikasi dan perbedaan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Brand atau merek adalah sesuatu yang tidak terlihat tetapi efeknya sangat nyata (Haroen, 2014). Menurut Montoya dan Vandehey terdapat tiga elemen dalam membangun personal branding. Elemen-elemen tersebut yaitu (Vandehey, 2019):

1. You

Istilah ini dimaksudkan untuk seseorang itu sendiri. Dalam melakukan personal branding, seseorang harus memiliki strategi dan metode komunikasi yang tersusun dengan baik. Hal-hal yang disampaikan kepada masyarakat melalui personal branding yaitu siapakah dirinya sebagai seorang pribadi, serta skill apa yang dimilikinya (Afrillia, 2018). Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar sebagai subyek harus mampu mendefenisikan dirinya sebagai seorang yang sedang melakukan personal branding dengan membangun citra diri.

2. Promise

Dalam hal ini, personal branding merupakan sebuah janji dan tanggung-jawab. Dimana hal ini untuk memenuhi harapan yang muncul pada masyarakat dari kegiatan personal branding itu sendiri (Afrillia, 2018). Pada konteks penelitian ini, subjek harus memiliki konsistensi dalam konten yang dibuatnya. Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar sebagai subyek harus memiliki konsistensi dalam membangun citra diri ketika sudah melakukan personal branding sejak awal, maka yang akan diingat masyarakat yaitu *image* dirinya dalam membangun citra diri. Sehingga untuk memenuhi tanggung jawab maka harus konsisten untuk memenuhi standar “*promise*” diri yang sesuai dengan label dirinya di masyarakat. Jika personal branding dilakukan dengan tidak baik maka relasi yang adapun juga kurang kuat.

### 3. Relationship

Apabila seseorang dapat melakukan personal branding yang baik dan kuat, maka hal tersebut mampu menciptakan relasi yang baik pula dengan masyarakat (Afrillia, 2018). Begitu pula sebaliknya, apabila personal branding ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar yang dilakukan tidak cukup baik maka relasi yang ada pun juga kurang kuat.

Dalam meningkatkan citra diri dengan personal branding menurut McNally dan Speak (2004), terdapat tiga hal mendasar yang menjadi karakteristik dan harus diperhatikan dalam merancang personal brand yang kuat, yaitu (Haroen, 2014):

#### 1. Memiliki ciri khas (*Authenticity*)

Personal brand yang kuat menjelaskan sesuatu yang sangat spesifik yang merupakan cerminan dari ide-ide dan nilai-nilai dalam diri Anda yang membedakan dari orang lain. Kekhasan ini dapat dipresentasikan dalam bentuk kualitas pribadi, tampilan fisik, atau keahlian. Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar ditunjukkan dengan gaya berbusana yang sangat modern dalam padu-padan aneka warna maupun motif pakaian, aksesoris, tas, dan sepatu. Keberaniannya dalam berkreaitivitas melalui busana yang ia pakai membuat karakter busana ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar sangat kuat dan khas. Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar tidak memilih busana berdasarkan pilihan orang lain, tetapi berdasarkan apa yang benar-benar dirinya inginkan.

2. Relevan

Merupakan personal brand yang berkaitan dengan karakter orang tersebut yang menjelaskan sesuatu yang dianggap penting atau dibutuhkan oleh masyarakat. Jika relevansi (keterikatan) tidak ada maka akan sulit terjadi penguatan *mind* masyarakat. Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar memberikan inspirasi untuk para wanita terutama ibu-ibu di desa dalam hal berbusana dan berkomunikasi. Orang-orang yang tadinya hanya memakai pakaian seadanya khususnya para ibu-ibu dan kurang lancar dalam berkomunikasi kini mulai menggunakan busana atau pakaian yang menyesuaikan dengan kebutuhannya. Selain itu para ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar juga terus melakukan peningkatan citra diri dengan mengasah komunikasi di depan umum dengan baik.

3. Konsisten

Yaitu upaya menjalankan personal brand secara terus menerus (konsisten) sehingga orang lain dapat mengidentifikasi personal brand tersebut dengan mudah dan jelas, sehingga terbentuk brand equity (keunggulan merek). Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar tetap menggunakan busana yang sederhana seperti batik meskipun banyak yang menganggap itu kuno atau jadul. Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar juga tetap konsisten aktif dalam kegiatan-kegiatan yang ada di desa meskipun tugas mereka banyak selain sebagai istri, ibu dari anak-anaknya akan tetapi ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar terus aktif memajukan organisasi.



**Gambar 2.**  
**Pemberian Materi oleh Andiwi Meifilina**  
**Sumber : Pengabdian, 2022**

### **Analisis Konsep Utama Personal Branding PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar**

Menurut Montoya (Vandehey, 2019) mengusulkan delapan konsep utama untuk personal branding, yakni spesialisasi (*the law of specialization*), kepemimpinan (*the law of leadership*), kepribadian (*the law of personality*), perbedaan (*the law of distinctiveness*), kenampakan (*the law of visibility*), kesatuan (*the law of unity*), kesatuan (*the law of unity*), keteguhan (*the law of persistence*), dan nama baik (*the law of goodwill*). Analisis delapan konsep utama ini dalam personal branding ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar ialah sebagai berikut:

#### **1. Spesialisasi (*The Law of Specialization*)**

Sebuah personal brand harus terkonsentrasi pada kekuatan, keahlian atau pencapaian tertentu. PKK merupakan salah satu wadah organisasi perempuan dan latar belakang pendidikan ibu-ibu PKK tersebut beragam (lulusan SLTA dan perguruan tinggi), dan sebagian besar adalah ibu rumah tangga dengan keadaan ekonomi keluarga yang berada pada ekonomi menengah ke bawah. Sangat banyak kemampuan yang dimiliki kaum ibu-ibu tersebut dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga seperti dalam membuat kerajinan tangan, sebagai pelopor kesehatan, memajukan ekonomi keluarga.

Ibu-ibu PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar sebagai anggota masyarakat yang masih tergolong sebagai tenaga kerja produktif yang memiliki kesadaran dan kemandirian dalam berusaha, sekaligus memperluas lapangan kerja guna meningkatkan pendapatan keluarga dalam usaha mencapai keluarga yang bahagia dan sejahtera.

## 2. Kepemimpinan

Kepemimpinan dapat dibentuk melalui keunggulan, yakni dipandang sebagai seorang ahli dalam bidang tertentu. Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar mempunyai jiwa pemimpin dalam mengelola diri, kelompok & lingkungan dengan baik. Terutama dalam menghadapi masalah yang relatif rumit & sulit dalam keluarga sehingga para ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar dapat mengambil keputusan dalam menyelesaikan masalah dengan baik.

## 3. Kepribadian (*The law of personality*)

Personal branding yang baik menggambarkan kepribadian individu dalam segala aspek, artinya bukan hanya kelebihan atau kesempurnaan, tetapi juga ketidaksempurnaan individu. Kepribadian merupakan corak dan perilaku dan kebiasaan individu yang terhimpun dalam diri seseorang. Kepribadian yang dimiliki ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar dalam perilaku berbusana sesuai dengan moral budaya Indonesia, sikap yang ramah dan santun.

## 4. Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*)

Sebuah personal brand yang efektif perlu memiliki kesan yang kuat dengan menjadi berbeda dari orang lain di dalam bidang atau bisnis yang sama. Cara berbusana ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar menggunakan busana yang sopan, sederhana dan memakai asesoris etnik hasil kerajinan tangan. Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar dalam berkeaktivitas melalui busana yang mereka pakai membuat karakter busana ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar sangat kuat dan lebih menarik melalui gaya busana yang lebih elegan dan tetap mengedepankan norma dan budaya

## 5. Kenampakan (*The Law of Visibility*)

Untuk menjadi sukses, personal brand harus terlihat secara konsisten atau terus-menerus hingga personal brand orang tersebut dikenal. Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto

Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar selalu konsisten dengan tetap menggunakan gaya busana yang elegan dan tetap mengedepankan norma dan budaya. Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar selalu menggunakan asesoris dari hasil kerajinan tangan, pernak-pernik etnik sebagai salah satu hasil kerajinan tangan dari mereka sendiri.

6. Kesatuan (*The Law of Unity*)

Realita kehidupan pribadi seseorang harus sejalan dengan nilai dan perilaku yang telah ditentukan dari personal brand yang dibangun. Personal brand ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar yang sejalan dengan kehidupannya sehari-hari. Gaya busana ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar sesuai dengan tujuan mereka untuk tetap mengedepankan nilai-nilai dan moral budaya Indonesia. Kesatuan dengan personal brand juga dapat dilihat dari kesenangan ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar berbelanja produk fashion dan asesoris etnik hasil kerajinan tangan.

7. Keteguhan (*The Law of Persistence*)

Karena membentuk personal brand memerlukan waktu yang lama, individu harus memiliki keteguhan terhadap personal brand awal yang telah dibentuk, tanpa ragu atau ingin mengubahnya. Ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar menggunakan busana yang sesuai dengan norma budaya di Indonesia meskipun terkadang ada yang menganggap masih kuno atau jadul akan tetapi ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar selalu memakai busana yang sesuai dengan norma dan budaya di Indonesia.

8. Maksud baik (*The Law of Goodwill*)

Pengaruh sebuah personal brand akan lebih besar apabila individu tersebut dipersepsikan secara positif. Selain dalam hal berbusana ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar memiliki ciri khas seperti sikap disiplin, ramah, saling tolong-menolong untuk membantu sesama kader.



**Gambar 3**  
**Peserta pengabdian masyarakat**  
**Sumber : Pengabdian, 2022**

Sebelum kegiatan berakhir, peserta pengabdian masyarakat diberikan angket untuk melihat seberapa paham dan pengetahuan peserta tentang teori dan peningkatan citra diri dengan personal branding setelah menerima materi dan praktik secara langsung. Para peserta juga diberikan waktu untuk bertanya kepada tim apabila ada hal yang kurang dipahami selama proses kegiatan berlangsung. Harapan ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar

Bahwa kegiatan seperti ini seharusnya lebih sering diadakan di lingkungan perempuan untuk peningkatan kualitas diri dan jiwa kepemimpinan para perempuan anggota organisasi. Evaluasi dalam pengabdian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar peningkatan pemahaman peserta dalam pelatihan dan peningkatan citra diri dengan personal branding melalui angket penilaian akhir (post-test).

**Tabel 1.**  
**Angket Pengabdian Masyarakat Pelatihan Personal Branding**

No.	Pernyataan	Prosentase			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya merasa puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan melalui peningkatan citra diri dengan personal branding bersama FISIPOL Universitas Islam Blitar	61,8 %	38,2%	-	-

2.	Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan melalui pelatihan peningkatan citra diri dengan personal branding bersama Universitas Islam Balitar sesuai dengan harapan saya	56.7%	43.3%	-	-
3.	Personil/anggota tim kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan saya	54.7%	45.3%	-	-
4.	Setiap keluhan/ pertanyaan/ permasalahan yang saya ajukan ditindaklanjuti dengan baik oleh narasumber/anggota yang terlibat	69.5%	40.5%	-	-
5.	Jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, saya bersedia untuk berpartisipasi/terlibat	51.8%	47.2%	-	-

Sumber : Pengabdian, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Peserta pengabdian merasa puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan melalui peningkatan citra diri dengan personal branding bersama FISIPOL Universitas Islam Balitar. Hal ini dibuktikan dengan hasil angket yaitu sebanyak 61.8% dan sebesar 38.2% setuju.
2. Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan melalui pelatihan peningkatan citra diri dengan personal branding bersama Universitas Islam Balitar sesuai dengan harapan peserta dengan hasil angket yaitu sebanyak 56.7% dan sebesar 43.3% setuju.
3. Personil/anggota tim kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan peserta dengan hasil angket yaitu sebanyak 54.7% dan sebesar 45.3% setuju.
4. Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang diajukan ditindaklanjuti dengan baik oleh narasumber/anggota yang terlibat dengan hasil angket yaitu sebanyak 69.5% dan sebesar 40.5% setuju.

5. Jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, saya bersedia untuk berpartisipasi/terlibat dengan hasil angket yaitu sebanyak 51.8% dan sebesar 47.2% setuju.

## **PENUTUP**

Bahwa pelatihan personal branding dalam membangun citra diri sangat penting karena dengan banyak manfaat personal branding ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar yaitu: 1.) Mampu meningkatkan kredibilitas. 2.) Mampu meningkatkan kepercayaan diri. 3.) Meningkatkan nilai lebih tinggi. 4.) Sebagai pembeda dengan kompetitor. 5.) Mampu memperluas jaringan atau pasar. Tidak bisa dipungkiri bahwa salah satu hal yang menjadi alasan pentingnya *personal branding* adalah sebuah jembatan yang menghubungkan seseorang dengan profesionalisme-an yang dimiliki. Semakin profesional, maka akan semakin banyak memperoleh jaringan yang berguna bagi bisnis. Analisis delapan konsep utama ini dalam personal branding ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar ialah sebagai berikut: yakni spesialisasi (*the law of specialization*), kepemimpinan (*the law of leadership*), kepribadian (*the law of personality*), perbedaan (*the law of distinctiveness*), kenampakan (*the law of visibility*), kesatuan (*the law of unity*), kesatuan (*the law of unity*), keteguhan (*the law of persistence*), dan nama baik (*the law of goodwill*).

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Kami mengucapkan terimakasih kepada FISIPOL (Fakultas Ilmu Sosial dan Politik) Universitas Islam Balitar yang telah mendanai pengabdian masyarakat ini. Ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada peserta pengabdian masyarakat yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu ibu-ibu kader PKK Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Chaplin, J. P., 2011. *Kamus Lengkap Psikologi*, Jakarta, PT Rajagrafindo Persada  
Haroen, D., 2014. *Kunci kesuksesan anda berkiprah di dunia politik*, Jakarta, Gramedia  
Maltz, M., 1997. *Kekuatan Ajaib Psikologi Citra Diri*, Jakarta, Mitra Utama

- Ni'mah, U. &, 2017. *Hubungan Antara Kepercayaan Diri dan Pola Asuh Otoritatif dengan Citra Diri pada Mahasiswi Yang Melakukan Perawatan Wajah di KlinikKecantika, Jurnal Psikologi (12), 69-78*
- Vandehey, P. M., 2019. *The Brand Called You, Create A Personal Brand That Wins Attention And Grows Your Business*, New York, McGraw Hill