

SOSIALISASI PENTINGNYA PERSONAL BRANDING DAN PEMASARAN DIRI BAGI SISWA SMK UNTUK MENGHADAPI TANTANGAN DUNIA KERJA DI ERA DIGITAL

SOCIALIZATION OF THE IMPORTANCE OF PERSONAL BRANDING AND SELF MARKETING FOR VOCATIONAL STUDENTS TO FACE THE CHALLENGES OF THE WORLD OF WORK IN THE DIGITAL ERA

Tangguh Jiwohandoko 1*, Arman Syah 2*

^{1*2*}Universitas Pamulang

^{1*} dosen02348@unpam.ac.id, ^{2*}dosen2017@unpam.ac.id

Article History:

Received: February 3rd, 2025

Abstract (English): The aim to be achieved from this community service activity in general is to increase the understanding and skills of office vocational school students in building personal branding and marketing themselves effectively, so that they can be better prepared to face the challenges of the world of work in the digital era and increase their chances of getting jobs that suit their skills and aspirations.

The program begins with an initial survey to determine the extent of students' understanding of digital marketing. Based on the survey results, socialization material was prepared to include basic theory, case studies and direct practice. Competent resource persons, such as digital marketing practitioners or academics, are also selected to provide relevant and inspiring material.

The digital era creates challenges for vocational school students to adapt their skills to the needs of the world of work, but also offers opportunities through digital technology. Personal branding helps students build an identity and reputation that differentiates them in the job market, while self-marketing provides strategies for tactically promoting abilities. In facing the world of work, mastering soft skills such as communication and adapting to technology is very important to increase competitiveness.

Keywords: Personal Branding, Self Marketing and the Digital Era

Abstrak

Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini secara umum adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa SMK perkantoran dalam membangun personal branding dan memasarkan diri secara efektif, sehingga dapat lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja di era digital dan meningkatkan peluang mereka mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan keterampilan dan cita-citanya.

Program diawali dengan survei awal untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa

mengenai digital marketing. Berdasarkan hasil survei, materi sosialisasi disusun meliputi teori dasar, studi kasus dan praktek langsung. Narasumber yang kompeten seperti praktisi pemasaran digital atau akademisi juga dipilih untuk memberikan materi yang relevan dan inspiratif.

Era digital memberikan tantangan bagi siswa SMK untuk menyesuaikan keterampilannya dengan kebutuhan dunia kerja, namun juga menawarkan peluang melalui teknologi digital. Personal branding membantu siswa membangun identitas dan reputasi yang membedakan mereka di pasar kerja, sementara pemasaran mandiri memberikan strategi untuk meningkatkan kemampuan secara taktis. Dalam menghadapi dunia kerja, penguasaan soft skill seperti komunikasi dan adaptasi terhadap teknologi sangat penting untuk meningkatkan daya saing.

Kata Kunci: *Personal Branding, Pemasaran Diri dan Era Digital*

PENDAHULUAN

Siswa SMK perkantoran sering memiliki keterampilan praktis yang relevan dengan dunia kerja, seperti pengelolaan dokumen, penggunaan perangkat lunak perkantoran, dan keterampilan komunikasi. Namun, jika keterampilan ini tidak dipromosikan dengan baik melalui personal branding dan pemasaran diri, mereka mungkin tidak mendapat perhatian yang layak dari calon pemberi kerja. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi dan menonjolkan keterampilan serta pengalaman yang relevan dalam CV dan profil online.

Media sosial memiliki dampak besar dalam pemasaran diri. Platform seperti LinkedIn, Instagram, dan Twitter memungkinkan siswa untuk menunjukkan keahlian dan membangun jaringan profesional. Namun, penggunaan media sosial harus dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan bahwa citra yang dibangun konsisten dengan personal branding yang diinginkan. Siswa SMK perkantoran perlu memahami cara menggunakan media sosial secara efektif untuk mempromosikan diri mereka secara profesional.

CV adalah alat penting dalam pemasaran diri. Siswa SMK perkantoran perlu memastikan bahwa CV mereka menonjol dengan menyertakan pencapaian yang relevan, keterampilan yang dimiliki, serta pengalaman praktis yang telah diperoleh selama masa studi. CV yang dirancang dengan baik akan membantu siswa menarik perhatian perekrut dan memberi kesan pertama yang positif. Selain itu, CV harus diperbarui secara berkala untuk mencerminkan keterampilan dan pengalaman terbaru.

Sekolah memiliki peran penting dalam mempersiapkan siswa SMK perkantoran untuk dunia kerja. Melalui sosialisasi mengenai pentingnya personal branding dan pemasaran diri, sekolah dapat membantu siswa memahami bagaimana cara membangun dan mempromosikan citra diri mereka secara efektif. Selain itu, sekolah dapat menyediakan pelatihan dan sumber daya yang diperlukan untuk membantu siswa mempersiapkan CV, profil LinkedIn, dan strategi pemasaran diri lainnya.

Meskipun penting, implementasi personal branding dan pemasaran diri sering kali menghadapi berbagai tantangan. Siswa mungkin kurang pengalaman dalam membuat CV yang efektif, mengelola profil LinkedIn, atau menggunakan media sosial secara profesional. Oleh karena itu,

diperlukan dukungan tambahan, baik dari sekolah maupun dari mentor profesional, untuk membantu siswa mengatasi tantangan ini dan menerapkan strategi pemasaran diri yang efektif.

Investasi dalam personal branding dan pemasaran diri tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, seperti mendapatkan pekerjaan pertama, tetapi juga memberikan keuntungan jangka panjang. Siswa yang berhasil membangun citra diri yang kuat dan memasarkan diri secara efektif akan memiliki keuntungan dalam perkembangan karir mereka, termasuk peluang untuk promosi dan kemajuan profesional di masa depan. Oleh karena itu, investasi waktu dan usaha dalam personal branding sangat berharga.

Dalam menghadapi tantangan dunia kerja di era digital, personal branding dan pemasaran diri menjadi alat yang sangat penting bagi siswa SMK perkantoran. Dengan membangun citra diri yang kuat dan mempromosikan keterampilan secara efektif, siswa dapat meningkatkan peluang mereka untuk sukses dalam pasar kerja yang kompetitif. Oleh karena itu, sosialisasi mengenai pentingnya kedua aspek ini harus menjadi bagian integral dari pendidikan karir di sekolah, untuk memastikan bahwa siswa siap menghadapi dunia kerja dengan percaya diri dan kompeten.

METODE

1. Metode Ceramah Interaktif
Penyampaian materi dasar secara langsung oleh narasumber atau fasilitator. Ceramah dilengkapi dengan diskusi dan sesi tanya jawab untuk memastikan pemahaman siswa.
2. Metode Simulasi dan Praktik Langsung
Siswa diajak melakukan simulasi atau praktik langsung.
3. Metode Studi Kasus
Menggunakan contoh nyata dari personal branding yang.
4. Metode Kolaborasi Kelompok
Siswa bekerja dalam kelompok untuk menyusun rencana sederhana untuk meningkatkan personal branding.
5. Metode Gamifikasi (Permainan Edukatif)
Menyisipkan elemen permainan dalam kegiatan untuk menciptakan suasana belajar yang menyenangkan, seperti kuis digital atau kompetisi konten pemasaran terbaik.
6. Metode Pendampingan (Coaching)
Fasilitator memberikan bimbingan personal atau kelompok kecil untuk membantu siswa yang mengalami kesulitan.
7. Metode Evaluasi dan Refleksi
Mengadakan sesi evaluasi untuk menilai pemahaman dan keterampilan siswa setelah kegiatan. Dilanjutkan dengan refleksi bersama tentang manfaat dan kendala selama kegiatan.

HASIL

Era digital menciptakan tantangan bagi siswa SMK untuk menyesuaikan keterampilan mereka dengan kebutuhan dunia kerja, tetapi juga menawarkan peluang melalui teknologi digital. Personal branding membantu siswa membangun identitas dan reputasi yang membedakan mereka di pasar

kerja, sedangkan pemasaran diri memberikan strategi untuk mempromosikan kemampuan secara taktis. Dalam menghadapi dunia kerja, penguasaan soft skills seperti komunikasi dan adaptasi teknologi sangat penting untuk meningkatkan daya saing



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Personal Branding Dan Pemasaran Diri

PEMBAHASAN

Siswa SMK sering kali belum memahami pentingnya personal branding dan pemasaran diri sebagai modal untuk bersaing di dunia kerja era digital. Sosialisasi dan pelatihan diperlukan untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital dan membangun jaringan profesional. Dengan kombinasi keterampilan teknis dan non-teknis, siswa dapat lebih siap menghadapi tantangan dan peluang dunia kerja modern.

KESIMPULAN

Untuk menyosialisasikan pentingnya personal branding dan pemasaran diri kepada siswa SMK Perkantoran secara efektif, diperlukan pendekatan yang terstruktur dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja era digital. Personal branding membantu siswa membangun identitas dan reputasi profesional, sementara pemasaran diri berfungsi sebagai strategi untuk mempromosikan kemampuan secara efektif. Pendekatan berbasis pelatihan, seperti workshop, simulasi, dan pemanfaatan media sosial profesional, sangat penting untuk membantu siswa memahami dan

mengaplikasikan konsep-konsep ini. Dengan mengintegrasikan pengembangan keterampilan teknis, soft skills, dan adaptasi terhadap teknologi, siswa dapat lebih siap menghadapi persaingan di dunia kerja.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan selama proses ini. Terutama kepada Kepala Sekolah SMK Putra Pertiwi, Siswa-siswi, Para Bapak/Ibu Dosen, dan Mahasiswa Universitas Pamulang yang telah mendukung penuh dalam pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Sosialisasi berjalan efektif, berjalananya program yang interaktif dan praktis, seperti pelatihan pembuatan profil profesional di platform digital, simulasi wawancara kerja, dan studi kasus personal branding yang sukses. Kolaborasi dengan praktisi industri dan alumni yang berhasil dapat memberikan motivasi dan wawasan nyata kepada siswa. Selain itu, sekolah juga mulai memasukkan materi personal branding dan pemasaran diri dalam kurikulum pendidikan untuk memastikan bahwa siswa memiliki bekal yang cukup untuk berkompetisi di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- <https://www.bhinneka.com/blog/pengertian-pemasaran-digital-fungsi-dan-contohnya/> (diakses 17 November 2024).
- BINUS. 2023. User Experience (UX): Definisi, Manfaat, Dan Cara Penerapan. <https://binus.ac.id/bandung/2023/07/user-experience-ux-definisi-manfaat-dan-cara-penerapan/> (diakses 17 November 2024).
- Cinthy. 2020. Pengertian Pemasaran Digital dan Berbagai Strateginya. <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-pemasaran-digital-dan-strateginya/> (diakses 17 November 2024).
- PuskoMedia Indonesia. 2024. Menghadapi Berbagai Tantangan dalam Pemasaran Media Sosial dan Strategi Mengatasinya. <https://www.puskomedia.id/blog/menghadapi-berbagai-tantangan-dalam-pemasaran-media-sosial-dan-strategi-mengatasinya/> (diakses 17 November 2024).
- Tasim, Clarin. 2024. 11 Strategi Pemasaran Digital yang Efektif dan Layak Dicoba!. <https://toffeedev.com/blog/digital-marketing/strategi-pemasaran-digital/> (diakses 17 November 2024).
- Verihubs. 2024. Pemasaran Digital (Digital Marketing): Strategi dan Jenisnya. <https://verihubs.com/blog/pemasaran-digital> (diakses 17 November 2024).