



## Penguatan *Personal Branding* Dalam Rangka Persiapan Memasuki Dunia Kerja Bagi Mahasiswa Tingkat Akhir Di Kota Madiun

Afrisa Maya Adila Sary<sup>1</sup>, Anggita Langgeng Wijaya<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

Email: <sup>1</sup> [afrisamayaas@gmail.com](mailto:afrisamayaas@gmail.com), <sup>2</sup> [gonggeng14@gmail.com](mailto:gonggeng14@gmail.com)

### Article History:

Received: 25 Maret 2023

Revised: 23 April 2023

Accepted: 28 Mei 2023

**Keywords:** training, personal branding, the world of work, Madiun city

**Abstract :** This community service activity aims to provide training related to personal branding to prepare for entering the world of work for final year students in Madiun. Personal branding and career preparation are essential, especially for final-year students who will soon graduate and enter the world of work. As a graduate who is a fresh graduate, of course, an introduction to the steps to enter the world of work and efforts to optimize personal branding as an effort to win competency in the world of work are fundamental needs. This activity was carried out for final-year students for several tertiary institutions in the City of Madiun, East Java. This community service activity was carried out twice, namely by online and offline methods, which were carried out at different times. The results of this community service activity showed an increase in the knowledge of the participants who participated in both online and offline activities, as seen from the increase in pre-test and post-test scores. This community service activity can be developed by increasing the number of activity participants and developing personal branding materials and interpersonal skills needed in the world of work. Training participants can also be developed, for example, with youth or orphanage youth who need knowledge about personal branding to enter the world of work.

### Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pelatihan terkait dengan *personal branding* sebagai upaya persiapan memasuki dunia kerja bagi mahasiswa tingkat akhir di kota Madiun. *Personal branding* dan *carier preparation* merupakan hal yang sangat penting terutama bagi para mahasiswa tingkat akhir yang akan segera lulus dan memasuki dunia kerja. Sebagai lulusan yang bersifat *fresh graduate* tentunya pengenalan akan langkah memasuki dunia kerja dan upaya mengoptimalkan *personal branding* sebagai upaya memenangkan kompetensi dunia kerja menjadi kebutuhan yang sangat penting. Kegiatan ini dilakukan kepada mahasiswa tingkat akhir untuk beberapa perguruan tinggi yang ada di Kota Madiun Jawa Timur. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan sebanyak dua kali yaitu dengan metode *online* dan *offline* yang dilakukan di waktu yang tidak sama. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dari para peserta baik yang mengikuti kegiatan secara *online* maupun *offline* yang terlihat dari peningkatan skor *pre-test* dan skor *post-test*. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dikembangkan dengan memperbanyak jumlah peserta kegiatan dan mengembangkan materi *personal branding* dan interpersonal skill yang dibutuhkan di dunia kerja. Peserta pelatihan juga dapat dikembangkan misalnya dengan objek para pemuda karang taruna ataupun para remaja dipanti asuhan yang membutuhkan pengetahuan tentang *personal branding* untuk memasuki dunia kerja.

**Kata Kunci:** pelatihan, *personal branding*, dunia kerja, kota madiun

## 1. PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan berkaitan dengan penguatan *personal branding* serta aspek teknis berkenaan persiapan memasuki dunia kerja bagi mahasiswa tingkat akhir di Kota Madiun Jawa Timur. Kadiyono (2020) menjelaskan bahwa dalam persiapan memasuki dunia kerja, *personal branding* menjadi hal yang sangat penting di dunia bisnis yang serba digital untuk saat ini. *Personal branding* dapat diartikan sebagai pandangan diri sendiri terhadap aspek-aspek positif yang terdapat pada diri kita sendiri. Rafiuddin et al. (2022) menjelaskan bahwa *personal branding* adalah pemahaman akan kemampuan, prestasi, skil serta kelebihan lain yang ditampilkan sebagai ciri pembeda dan berperan sebagai keunggulan diri yang bersifat kompetitif. *Personal branding* merupakan kemampuan individu yang sangat penting terutama bagi mahasiswa tingkat akhir yang akan memasuki dunia kerja.

Minor dan Yancy (2020) menjelaskan bahwa era bisnis yang dinamis saat ini, tenaga kerja dengan telanta yang berkualitas sangat dibutuhkan perusahaan. Potgieter dan Doubell (2020) menjelaskan bahwa dari sisi perusahaan, perusahaan akan mencari karyawan yang memiliki *personal branding* yang sejalan dengan visi perusahaan. Konsep ini penting dalam usaha membangun reputasi perusahaan dan mencegah karyawan bertindak berlawanan dengan nilai dan budaya kerja perusahaan. Perilaku *personal branding* karyawan dalam penggunaan media sosial akan berdampak terhadap *corporate branding* dan reputasi perusahaan. Oleh karena itu dalam menyeleksi tenaga kerja perusahaan, factor *personal branding* dari para calon karyawan menjadi perhatian dari pihak manajemen perusahaan (Potgieter & Doubell, 2020).

Krisnawati (2021) menjelaskan bahwa *personal branding* dapat dibentuk melalui sentuhan metode komunikasi yang baik. *Personal branding* mengajarkan akan pengenalan yang mendalam akan potensi diri dan menampilkannya sebagai sebuah keunggulan individu. *Personal branding* akan berkaitan dengan kemampuan berkomunikasi dan membangun jejaring dunia kerja (Krisnawati, 2021). Maspuroh et al. (2022) menjelaskan bahwa kemampuan berkomunikasi seseorang sangat menunjang kemampuan seseorang berinteraksi, mengungkapkan ide, gagasan dan pemikiran. Kemampuan berbicara seseorang menunjukkan kecerdasan dan kemampuan intelektual yang dimiliki. Namun demikian, kemampuan berbicara sebagai bagian dari *softskill* masih sering diabaikan oleh para pelamar kerja. Padahal dalam dunai kerja kemampuan berkomunikasi dapat menunjukkan keunggulan yang dimiliki oleh seseorang.

Menurut Maspuroh et al. (2022), generasi muda perlu terus menyadari bahwa *personal branding* adalah upaya membangun dan mengemas nilai diri di depan publik. Christanisa (2021) menyebutkan bahwa media sosial merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk memperkuat *personal branding*. Nastiti et al. (2021) menjelaskan bahwa banyak lulusan baru (*fresh graduate*) dari perguruan tinggi yang kurang bisa menampilkan kemampuannya secara optimal dalam proses rekrutmen kerja. Lulusan baru cenderung terlihat cemas, tidak percaya diri dan kurang tenang dalam proses wawancara kerja. Pelatihan mengenai pengenalan diri dan meningkatkan kemampuan komunikasi dan tips dalam memasuki dunia kerja menjadi sangat penting untuk diikuti para mahasiswa tingkat akhir. Tujuan pelatihan semacam ini adalah peningkatan *softskill*, penguatan *personal branding* dan kesiapan untuk memasuki dunia kerja.

Akmal et al. (2019) menyampaikan bahwa perkembangan ekonomi, bisnis dan teknologi informasi berdampak besar terhadap dunia kerja termasuk pada proses seleksi pegawai baru. Kompetisi yang ketat membuat para pemilik perusahaan mencari tenaga kerja yang cepat beradaptasi, kemampuan komunikasi yang baik dan cenderung bisa mengerjakan banyak hal dalam waktu yang sama. *Personal branding* dari pelamar juga menjadi sangat diperhatikan oleh perusahaan (Potgieter & Doubell, 2020). Untuk mempercepat para lulusan terserap di dunia kerja maka pelatihan akan persiapan dunia kerja menjadi penting dilakukan. Pelatihan ini akan membuat adanya kecocokan antara skil yang dimiliki oleh para pencari kerja dengan skil yang dibutuhkan oleh dunia industri. Pelatihan dunia kerja tidak hanya sebatas pada kemampuan *hardskill* tapi juga pada pemenuhan *softskill* yang dibutuhkan oleh dunia kerja.

Minor dan Yancy (2020) menjelaskan bahwa secara umum para pencari kerja mempromosikan kemampuan branding yang dimiliki melalui beberapa cara yaitu melalui ringkasan pendidikan dan riwayat kerja, interview kerja dan referensi pihak tertentu. Strategi branding merupakan usaha individu untuk menyampaikan kemampuan yang dimiliki kepada public yang berbeda dengan para pelamar lainnya. Semakin menonjol talenta yang disampaikan tentunya akan semakin besar peluang untuk maju dan memenangkan proses rekrutment. Penggunaan media sosial sebagai upaya *personal branding* menjadi salah satu hal yang penting bagi pelamar kerja. Media sosial akan menarik para pemberi kerja, pemberitahuan akan talenta yang berbeda dan kecocokan dengan kebutuhan karyawan perusahaan.

Turistiati dan Ramadhan (2019) menjelaskan bahwa pentingnya *softskill* dalam dunia kerja adalah hal penting yang menjadi kajian panjang para akademisi. *Softskill* dikembangkan dari intelegensi emosional yang termanifestasi pada watak, sikap, konsep diri, nilai, kepercayaan diri, kemampuan kerja tim dan kemampuan berkomunikasi. Christianisa (2021) menjelaskan bahwa karyawan yang memiliki *personal branding* yang kuat merupakan aset bagi perusahaan. Pada perkembangan bisnis yang berbasis internet dan teknologi, *personal branding* begitu penting dan sangat berdampak terhadap penjualan produk atau jasa perusahaan. *Personal branding* berkaitan dengan pembentukan *image* kepada masyarakat akan sikap, kemampuan, nilai dan kepribadian yang mendapatkan apresiasi positif dari masyarakat. Karyawan yang memiliki *personal branding* yang kuat adalah SDM potensial yang akan membantu dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

Labrecque et al. (2011) menjelaskan bahwa *personal branding* adalah usaha untuk menunjukkan keunggulan seseorang. Dengan luas dan bebasnya perkembangan internet dan media social, maka *personal branding* juga dapat dikembangkan melalui teknologi tersebut. Individu bisa mengembangkan *personal branding* yang dimiliki melalui konten media sosialnya yang menunjukkan pribadi yang bersahabat, suka tantangan ataupun penjelasan penjelasan penting yang bisa mempengaruhi orang membeli atau tidak membeli sebuah produk. *Personal branding* melalui media sosial juga dapat menjadi kunci para pencari kerja dalam mempromosikan keunggulan diri yang dapat menarik minat pemilik perusahaan atau para pemberi kerja.

Mencermati pentingnya *personal branding* dalam menunjang kesuksesan dunia kerja, tim pengabdian masyarakat berinisiatif untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat tentang penguatan *personal branding* dan persiapan karir dikalangan mahasiswa tingkat akhir di Kota Madiun Jawa Timur. Palindangan (2020) menyebutkan bahwa persaingan dunia kerja yang ketat dan kompleks membutuhkan sentuhan pelatihan yang membuat seseorang lebih siap dan berdaya saing dalam kompetisi dunia kerja. Mahasiswa tingkat akhir merupakan calon lulusan perguruan tinggi yang akan segera memasuki dunia kerja sehingga bekal bekal pelatihan *softskill* perlu sering diberikan untuk mengasah dan meningkatkan kemampuan dalam terjun ke dunia kerja. Pada kenyataannya masih banyak *fresh graduate* yang masih belum memahami kondisi dan persyaratan dunia kerja. Pelatihan *softskill* yang menunjang daya saing calon lulusan perlu terus dilakukan agar para lulusan baru kompetitif di dunia kerja (Nastiti et al., 2021).

## 2. METODE

### a. Metode Pelaksanaan, Waktu dan Media yang digunakan

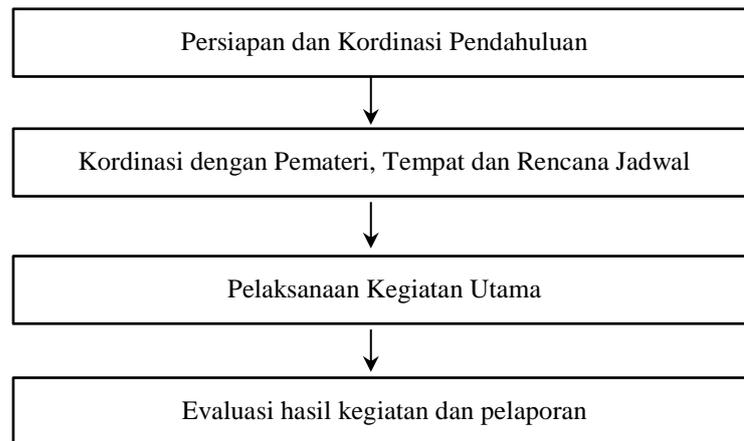
Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan metode *online* (zoom) dan *offline* pada dua waktu yang berbeda. Rangkaian kegiatan terdiri penyampaian materi tentang *personal branding*, dan persiapan dunia kerja, tanya jawab dan diskusi. Kegiatan utama pada pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan jangka waktu 2 hari yaitu pada 5 dan 6 Desember 2021. Kegiatan pertama dilakukan secara *online* dan kegiatan kedua dilakukan secara *offline*. Media yang digunakan untuk pelatihan antara lain *zoom meeting*, LCD proyektor, laptop, dan materi dalam powerpoint. Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga menggunakan *pre-test*, dan *post-test* serta evaluasi kegiatan sebagai usaha melakukan penjaminan mutu atas kualitas dan keberhasilan kegiatan.

### b. Pemateri dan Materi

Program pengabdian masyarakat ini bekerjasama dengan pihak eksternal yaitu Sdr. Roro Mega Cahyaning 'Azmi Riyandani merupakan *leader* dari Merintis Indonesia. Materi yang disampaikan meliputi informasi terkini terkait *personal branding*, dunia karir, strategi mencari *job opportunities* yang tepat, persiapan awal saat melamar kerja, persiapan interview *online* dan *offline*. Pemateri kedua yaitu Sdr. Naras Ayu merupakan MC dan model *specialist*. Materi yang disampaikan tentang bagaimana cara menyampaikan *personal branding* dan tips untuk membentuk menyampaikan *personal branding* secara efektif dan persiapan memasuki dunia kerja.

### c. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini digambarkan dalam skema sebagai berikut.



Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Tahap pertama diawali dengan kordinasi awal kegiatan yaitu menyusun rencana agenda mulai dari rencana agenda rapat koordinasi, identifikasi calon peserta, surat menyurat, mengidentifikasi masalah, dan rancangan awal pelatihan
- 2) Tahapan kedua adalah menghubungi narasumber, berkordinasi tentang waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan termasuk berkomunikasi dengan para calon peserta.
- 3) Tahapan ketiga adalah pelaksanaan kegiatan utama. Pelaksanaan kegiatan utama terdiri atas proses *pre test*, pelatihan dan *post test*. Metode pelatihan dibagi menjadi dua kegiatan yaitu: 1) Pelatihan *online* dengan media zoom yang memberikan materi tentang informasi terkini terkait dunia karir, *personal branding*, strategi mencari *job opportunities* yang tepat, persiapan awal saat apply kerja, persiapan interview *online* dan *offline*. 2) Pelatihan kedua dilakukan secara *offline* yang mengajarkan tentang bagaimana cara menyampaikan *personal branding* dan tips untuk menyampaikan *personal branding* secara efektif serta penjelasan yang dikaitkan dengan persiapan dunia kerja.
- 4) Tahapan keempat adalah evaluasi dan pelaporan. Pada akhir kegiatan peserta diminta mengisi formulir evaluasi atas kinerja tim pengabdian masyarakat dan tim menyusun laporan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Peserta Kegiatan

Peserta kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah mahasiswa tingkat akhir dari beberapa perguruan tinggi di Kota Madiun dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Gambaran Umum Peserta Pelatihan

| No | Nama Perguruan Tinggi                            | Jumlah Peserta |
|----|--|----------------|
| 1  | Universitas PGRI Madiun                          | 22             |
| 2  | Politeknik Negeri Madiun                         | 2              |
| 3  | Universitas Merdeka Madiun                       | 6              |
| 4  | Universitas Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun | 5              |
|    | Total  | 35             |

Sumber: Data Tim Abdimas

**b. Tempat, Materi dan Pemateri**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan cara *online* dan *offline* melalui dua kegiatan di waktu yang berbeda. Kegiatan pertama pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara *online* melalui *zoom meeting* yaitu pada tanggal 5 Desember 2021 mulai Pukul 19.00 sampai dengan selesai. Materi yang disampaikan berkaitan dengan *career preparation, personal branding* dan interview kerja dengan pemateri adalah Sdr. Roro Mega Cahyaning 'Azmi Riyandani merupakan Leader dari Merintis Indonesia. Kegiatan yang kedua dilakukan secara *offline* di Coworking Ayostrat, Jl. HOS Cokroaminoto No.88 Kota Madiun Jawa Timur pada tanggal 6 Desember 2021 Mulai Pukul 09.00 Sampai dengan selesai. Kegiatan dilaksanakan dengan menjaga jarak dan protokol kesehatan dengan ketat. Materi yang disampaikan berkaitan dengan *personal branding* dan dunia kerja dengan pemateri Sdr. Naras Ayu merupakan MC dan model *specialist*. Materi yang disampaikan tentang bagaimana cara meningkatkan *personal branding* untuk memasuki dunia kerja dan tips dan trik untuk memasuki dunia kerja.

**c. Pre-Test, Pelaksanaan Kegiatan dan Post-Test**

Pelaksanaan Kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari dua kegiatan yaitu kegiatan secara *online* yang dilaksanakan melalui media *zoom* pada 5 Desember 2021 dan kegiatan pelatihan *offline* yang dilaksanakan pada 6 Desember 2021. Dua kegiatan tersebut memiliki peserta dan pemateri yang tidak sama, sehingga pada masing-masing kegiatan tersebut terdapat *pre-test*, pelaksanaan kegiatan dan *post-test*. Berikut ini disajikan proses dan tahapan dari masing-masing kegiatan.

**1) Kegiatan Pre-Test**

Peserta yang hadir dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan secara *online* sebanyak 25 orang. Berikut ini hasil dari *pre-test* dari peserta pelatihan *online* dengan rincian sebagai berikut.

Tabel 2. Peserta Kegiatan *Online* dan Nilai *Pre-Test*

| No | Nama Peserta                | Nilai <i>Pre-Test</i> |
|----|-----------------------------|-----------------------|
| 1  | Puja Ariani                 | 60                    |
| 2  | Dwita Ikhtiananda           | 60                    |
| 3  | Diaz Martha Chairunnisa     | 60                    |
| 4  | Isnaini Khusnul Magfiroh    | 60                    |
| 5  | Wahyu Eka                   | 60                    |
| 6  | Rigia Fika Nur Fitria       | 50                    |
| 7  | Fahmi Salim Sungkar         | 60                    |
| 8  | Khayatul Karimah            | 60                    |
| 9  | Tia Putri Suryantiningsih   | 50                    |
| 10 | Maharani Dewi Kusumaningrum | 60                    |

|    |                             |       |
|----|-----------------------------|-------|
| 11 | Dhea Anggi Narulita         | 60    |
| 12 | Ria Lailatus Sarifah        | 50    |
| 13 | Nadiya Nur Arafah           | 70    |
| 14 | Mila Eviana                 | 60    |
| 15 | Muhamad Nuralam             | 50    |
| 16 | Celina Nurmay Khanawati     | 60    |
| 17 | Rizqiana Febtalinda         | 70    |
| 18 | Garnis Widi Waningyun       | 50    |
| 19 | Mayda Eka Saputri           | 50    |
| 20 | Dhea Aliza Putri            | 60    |
| 21 | Meryz Prastya Putri Sutisna | 50    |
| 22 | Shella Nahdhiyatul Hamidah  | 60    |
| 23 | Dania Nurdian Safitri       | 50    |
| 24 | Muhammad Azib Hafizuddin    | 40    |
| 25 | Yuliana Nindi Wardani       | 60    |
|    | Rata-Rata                   | 56.80 |

Sumber: Data Tim Abdimas

Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan secara *offline* dihadiri oleh 10 peserta, adapun hasil rekapitulasi atas pengisian *pre-test* untuk kegiatan yang dilaksanakan secara *offline* tersaji pada tabel berikut ini.

Tabel 3. Peserta Kegiatan *Offline* dan Nilai *Pre-Test*

| No | Nama Peserta       | Nilai <i>Pre-Test</i> |
|----|--------------------|-----------------------|
| 1  | Salsabilla Syahida | 60                    |
| 2  | Revina Manda       | 60                    |
| 3  | Sukma              | 60                    |
| 4  | Nadia Haya         | 60                    |
| 5  | Noor Afifah        | 60                    |
| 6  | Afriani Dena       | 50                    |
| 7  | Maulida            | 60                    |
| 8  | Fiyatul Hasanah    | 60                    |
| 9  | Zahro              | 50                    |
| 10 | Zanu               | 60                    |
|    | Rata-Rata          | 58                    |

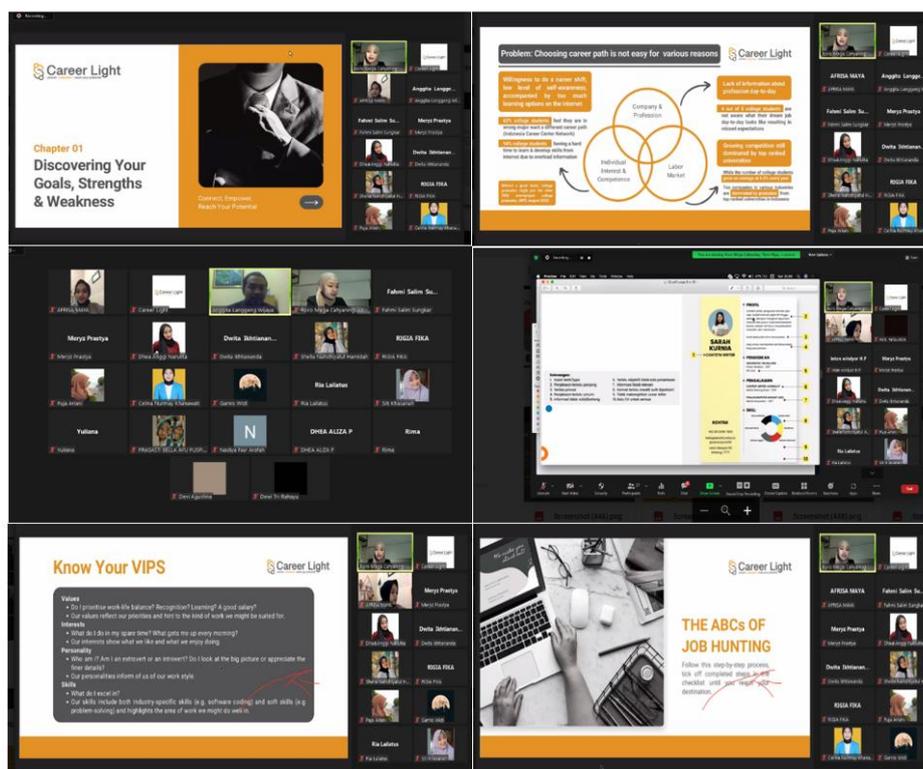
Sumber: Data Tim Abdimas

Peserta pelatihan *personal branding* dalam persiapan dunia kerja memiliki antusias yang luar biasa baik kegiatan yang bersifat *online* maupun *offline*. Pada awal kegiatan para peserta masih merasa bingung bagaimana cara memulai dan mempersiapkan *personal*

*branding* dalam dunia kerja. Peserta pelatihan secara *online* memiliki rata-rata *pre-test* 56.80, sedangkan nilai tes peserta pelatihan secara *offline* memiliki rata-rata nilai *pre-test* sebesar 58.00. Hasil tersebut menunjukkan pengetahuan peserta akan *personal branding* dan persiapan memasuki dunia kerja belumlah tinggi.

## 2) Pelaksanaan Kegiatan Utama

Terdapat dua kegiatan pelatihan utama yaitu kegiatan *online* yang dilaksanakan pada 5 Desember 2021 melalui media *zoom* dan kegiatan *offline* yang dilaksanakan pada 6 Desember 2021 di Coworking Ayostrat, Jl. HOS Cokroaminoto No.88 Kota Madiun. Kegiatan pertama, pelatihan *personal branding* dan persiapan dunia kerja dimulai secara *online* dilaksanakan pada 5 Desember 2021 dimulai pada pukul 19.00 WIB melalui media *zoom*. Berikut ini dokumentasi kegiatan pelatihan pertama yang dilakukan secara *online*.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan *online*

Gambar di atas adalah foto kegiatan pelatihan secara *online* dengan menggunakan media *zoom*. Pada sesi pertama pemateri memaparkan materi tentang *personal branding* dan gambaran umum dunia kerja. Para peserta diajak memahami informasi terkini terkait dunia karir dan upaya mengoptimalkan potensi *personal branding* dalam karir. Pemateri juga menjelaskan strategi mencari *job opportunities* yang tepat. Pada sesi ini pemateri juga menjelaskan persiapan awal saat melamar kerja. Pada sesi ini peserta mendapatkan tambahan pengetahuan tentang persiapan interview *online* dan *offline* dan tips untuk menggunakan media sosial untuk membangun *personal branding*. Sesi berikutnya adalah sesi tanya jawab dan diskusi secara *online*. Pemateri menjawab dengan baik pertanyaan yang diberikan peserta dan juga diberikan motivasi dalam membangun *personal branding* dan sifat-sifat penting yang dibutuhkan dalam mengembangkan karir dunia kerja. Sesi diskusi ini berjalan dengan santai, peserta mendapat banyak masukan terkait tata cara memulai membangun *branding* di media sosial maupun pada portal lowongan kerja.

Kegiatan kedua adalah pelatihan *personal branding* dan persiapan karir dunia kerja secara *offline* dilaksanakan pada 6 Desember 2021 dimulai pada pukul 09.00 WIB yang

berlokasi di Coworking Ayostrat, Jl. HOS Cokroaminoto No.88 Kota Madiun. Berikut ini dokumentasi kegiatan kedua yang dilakukan secara *offline*.



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan offline

Gambar di atas adalah foto kegiatan pelatihan personal branding yang dilakukan secara *offline* di Coworking Ayostrat, Kota Madiun. Kegiatan pelatihan utama dibagi menjadi dua sesi. Pada sesi pertama adalah presentasi materi atau penjelasan secara teoritis tentang *personal branding*. Para peserta pelatihan diajak memahami bagaimana cara menyampaikan *personal branding*, dan keterkaitannya *personal branding* dengan perkembangan bisnis digital dan dunia kerja. Sesi kedua adalah tanya jawab dan diskusi dimana peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mengajukan beberapa pertanyaan terkait dengan materi yang sudah disampaikan. Pemateri menjelaskan dan menjawab dengan baik pertanyaan dari peserta. Sesi diskusi ini berjalan dengan baik dan lancar, peserta mendapat banyak masukan terkait tata cara membangun *personal branding* melalui sosial media, upaya meningkatkan peluang karir, tahapan memasuki dunia kerja, sikap sikap mental yang perlu diperkuat untuk berkompetisi di dunia kerja dan tentunya keterkaitan antara *personal branding* dan perkembangan bisnis digital saat ini.

### 3) Kegiatan Post-Test

Pada setiap akhir sesi bagi kegiatan pelatihan *online* maupun *offline* peserta di minta untuk mengisi kuesioner *post-test*. Ringkasan hasil *post-test* kegiatan pelatihan *online* hari pertama tersaji pada tabel berikut ini.

Tabel 4. Nilai *Post Test* Peserta Kegiatan *Online*

| No | Nama Peserta      | Nilai <i>Post-Test</i> |
|----|-------------------|------------------------|
| 1  | Puja Ariani       | 80                     |
| 2  | Dwita Ikhtiananda | 90                     |

|    |                             |       |
|----|-----------------------------|-------|
| 3  | Diaz Martha Chairunnisa     | 80    |
| 4  | Isnaini Khusnul Magfiroh    | 90    |
| 5  | Wahyu Eka                   | 80    |
| 6  | Rigia Fika Nur Fitria       | 80    |
| 7  | Fahmi Salim Sungkar         | 90    |
| 8  | Khayatul Karimah            | 90    |
| 9  | Tia Putri Suryantiningsih   | 80    |
| 10 | Maharani Dewi               | 90    |
| 11 | Dhea Anggi Narulita         | 90    |
| 12 | Ria Lailatus Sarifah        | 80    |
| 13 | Nadiya Nur Arafah           | 80    |
| 14 | Mila Eviana                 | 90    |
| 15 | Muhamad Nuralam             | 80    |
| 16 | Celina Nurmay Khanawati     | 90    |
| 17 | Rizqiana Febtalinda         | 80    |
| 18 | Garnis Widi Waningyun       | 90    |
| 19 | Mayda Eka Saputri           | 80    |
| 20 | Dhea Aliza Putri            | 90    |
| 21 | Meryz Prastya Putri Sutisna | 80    |
| 22 | Shella Nahdhiyatul Hamidah  | 90    |
| 23 | Dania Nurdian Safitri       | 80    |
| 24 | Muhammad Azib Hafizuddin    | 80    |
| 25 | Yuliana Nindi Wardani       | 90    |
|    | Rata-Rata                   | 84.80 |

Sumber: Data Tim Abdimas

Tabel di bawah ini menyajikan rekap nilai *post-test* kegiatan pelatihan *offline* hari kedua yang ditampilkan pada tabel berikut ini.

Tabel 5. Nilai *Post Test* Peserta Kegiatan *Offline*

| No | Nama Peserta       | Nilai <i>Post-Test</i> |
|----|--------------------|------------------------|
| 1  | Salsabilla Syahida | 90                     |
| 2  | Revina Manda       | 90                     |
| 3  | Sukma              | 80                     |
| 4  | Nadia Haya         | 90                     |
| 5  | Noor Afifah        | 80                     |
| 6  | Afriani Dena       | 80                     |

|    |                 |    |
|----|-----------------|----|
| 7  | Maulida         | 90 |
| 8  | Fiyatul Hasanah | 90 |
| 9  | Zahro           | 80 |
| 10 | Zanu            | 90 |
|    | Rata-Rata       | 86 |

Sumber: Data Tim Abdimas

Nilai rata-rata *post-test* dari peserta yang mengikuti pelatihan secara *online* adalah 84.80. Nilai tersebut mengalami peningkatan dari nilai *pre-test* peserta pelatihan *online* yang sebelumnya hanya sebesar 56.80. Untuk peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan secara *offline* nilai rata-rata *post-test* peserta mengalami kenaikan menjadi 86.00 dari sebelumnya nilai *pre-test* 58.00. Secara umum nilai *post-test* peserta dari peserta pelatihan *online* maupun *offline* mengalami peningkatan, yang artinya dapat disimpulkan bahwa terdapat tambahan pengetahuan bagi peserta pelatihan berkenaan dengan *personal branding* dan aspek persiapan memasuki dunia kerja. Peserta pelatihan adalah mahasiswa tingkat akhir yang sebentar lagi akan lulus kuliah sehingga pemahaman akan *personal branding* dan persiapan memasuki dunia kerja adalah aspek yang fundamental yang sangat bermanfaat bagi peserta pelatihan.

#### d. Evaluasi dan Pelaporan

Sebagai upaya melakukan penjaminan mutu atas kualitas pelaksanaan pengabdian masyarakat, maka peserta pelatihan diminta untuk mengisi formulir evaluasi atas kinerja tim pengabdian masyarakat. Berikut ini disajikan rekapitulasi evaluasi atas kinerja tim pengabdian masyarakat.

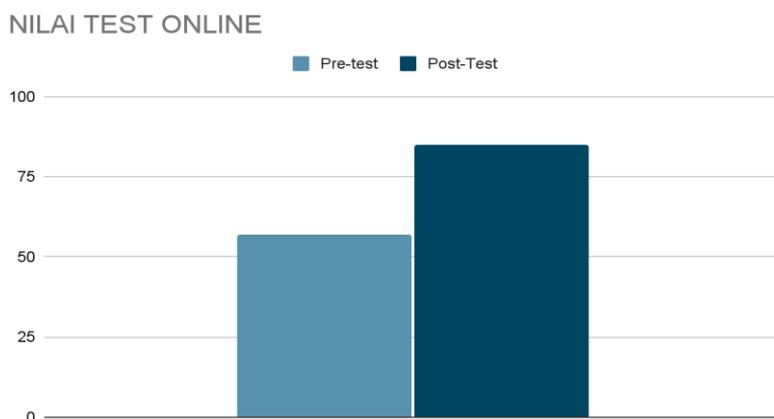
Tabel 6. Evaluasi Terhadap Tim Abdimas

| No | Penilaian Mitra Terhadap Kinerja Tim  | Tanggapan   |
|----|---|-------------|
| 1  | Isi materi pelatihan dan manfaat pelatihan bagi Peserta                                   | Baik        |
| 2  | Kamampuan penyampaian materi dan pemberian kesempatan peserta untuk bertanya dan diskusi  | Baik        |
| 3  | Kejelasan dalam menjawab pertanyaan dan kemampuan menghidupkan suasana kegiatan pelatihan | Baik        |
| 4  | Etika, dan sopan santun tim pengabdian masyarakat   | Baik        |
| 5  | Kemampuan komunikasi dan bekerjasama tim  | Sangat Baik |
| 6  | Penggunaan teknologi informasi dan dokumentasi kegiatan                                   | Baik        |

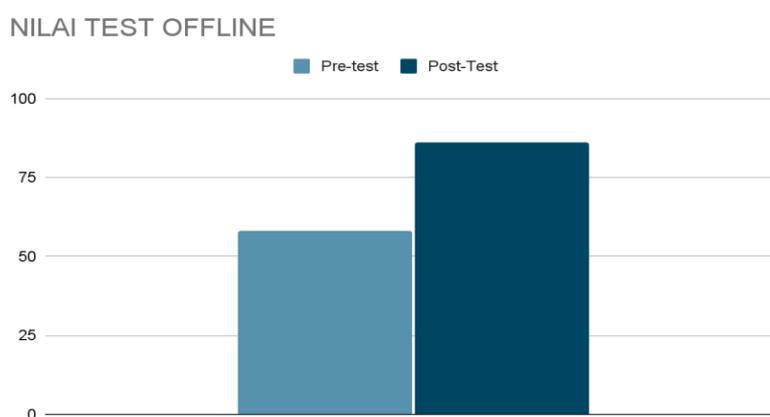
Sumber: Data Tim Abdimas

Secara umum peserta pelatihan memberikan nilai yang baik dengan nilai 4.16 dari skala 5 atas kinerja tim pengabdian masyarakat. Secara umum dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pengabdian masyarakat dalam kegiatan ini telah dilaksanakan oleh tim dengan baik.

Evaluasi atas dampak kegiatan pengabdian masyarakat ini bagi peserta pelatihan tersaji pada gambar sebagai berikut.



Gambar 4. Perbandingan Nilai *Pre-Test* dan *Post-Test* Kegiatan *Online*



Gambar 5. Perbandingan Nilai *Pre-Test* dan *Post-Test* Kegiatan *Offline*

Maspuroh et al. (2022) menjelaskan bahwa *personal branding* adalah proses mengembangkan citra diri dan kesan baik yang bersifat individu. *Personal branding* adalah upaya membentuk reputasi yang menjadi ciri khas personal yang mengarahkan pada kemampuan, keunikan, spesialisasi dan citra diri seseorang. *Personal branding* dalam konteks pelatihan ini diarahkan pada usaha meningkatkan tingkat daya saing dunia kerja. Berdasar evaluasi yang disajikan di atas tim kami menyimpulkan bahwa terdapat tambahan pengetahuan *personal branding* dan persiapan dunia kerja dari para peserta pelatihan yang dibuktikan dengan adanya peningkatan skor *post-test*.

Pengabdian masyarakat ini sejalan dengan pendapat Nastiti et al. (2021) yang menyebutkan banyak lulusan perguruan tinggi yang belum memahami *personal branding* dan aspek penting untuk masuk di dunia kerja. Pada awal kegiatan banyak peserta yang belum memahami materi yang diberikan namun setelah mengikuti pelatihan, pemahaman peserta akan *personal branding* dan dunia kerja mengalami peningkatan. Hasil kegiatan kegiatan pengabdian ini diharapkan memperkuat aspek *personal branding* dan persiapan memasuki dunia kerja bagi para mahasiswa tingkat akhir di Kota Madiun. Hasil pengabdian masyarakat ini juga sejalan dengan pendapat Minor dan Yancy (2020) tentang pentingnya *personal branding* dalam persaingan dunia kerja. Banyak peserta yang baru menyadari bahwa aktivitas media sosial yang mereka lakukan saat ini masih bersifat interaksi sosial biasa dan belum mendukung adanya upaya *personal branding* yang dapat meningkatkan daya saing dunia kerja. Labrecque et al. (2011) menjelaskan bahwa keberadaan media sosial bisa menjadi media yang menampilkan *personal branding* dan melatih *softskill* yang membuat seseorang kompetitif di pasar tenaga kerja. Menurut Rafiuddin et al. (2022),

pelatihan *personal branding* merupakan upaya meningkatkan skill mahasiswa untuk menjadi lebih kompetitif dalam persaingan memasuki dunia kerja. Hasil pengabdian masyarakat ini telah mendukung pendapat Potgieter dan Doubell (2020) yang menekankan pentingnya penyesuaian *personal branding* karyawan dengan nilai bisnis perusahaan.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pelatihan penguatan *personal branding* dalam rangka persiapan memasuki dunia kerja bagi mahasiswa tingkat akhir di Kota Madiun Jawa Timur. Peserta kegiatan adalah mahasiswa tingkat akhir dari beberapa perguruan tinggi di Kota Madiun. Berdasarkan hasil kegiatan dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan tentang *personal branding* dan persiapan memasuki dunia kerja dari peserta pelatihan. Tim pengabdian masyarakat memberikan saran untuk kegiatannya pengabdian masyarakat berikutnya antara lain pengembangan materi *personal branding* dan *interpersonal skill* memasuki dunia kerja. Kegiatan pengabdian berikutnya juga diharapkan dapat menyebarkan peserta pelatihan dengan subjek pelatihan remaja karang taruna atau para remaja yang tinggal di panti asuhan yang menurut analisis tim juga membutuhkan penguatan *personal branding* dan persiapan memasuki dunia kerja.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, S. Z., Rahmatika, R., & Grasiawaty, N. (2019). Program Penyuluhan Persiapan Memasuki Dunia Kerja bagi Siswa SMKN 31 Jakarta. *Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(03), 265. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v2i03.3642>
- Christanisa, S. (2021). Analisa Faktor-Faktor Dalam Membangun Personal Branding Seorang Influencer. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(2), 380–391. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i2.292>
- Kadiyono, A. L. (2020). Pelatihan Personal Branding Bagi Persiapan Pengembangan Karir Mahasiswa Tingkat Akhir. *International Journal of Community Service Learning*, 4(4). <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v4i4.29730>
- Krisnawati, W. (2021). Pelatihan Personal Branding Dan Product Branding Pada Karang Taruna Dalam Meningkatkan Pemasaran Serta Penjualan Produk Umkm Desa Klangonan Gresik. *DedikasiMU(Journal of Community Service)*, 3(3), 961. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v3i3.3011>
- Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). Online Personal Branding: Processes, Challenges, and Implications. *Journal of Interactive Marketing*, 25(1), 37–50. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2010.09.002>
- Maspuroh, U., Nurhasanah, E., Syafroni, R. N., & Sugiarti, D. H. (2022). Implementasi Literasi Digital dalam Keterampilan Berbicara Melalui Siniar untuk Membentuk Personal Branding Siswa SMA Negeri 1 Telukjambe dan Sma Negeri 1 Majalaya Kabupaten Karawang. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(2), 2378. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i2.6273>
- Minor-Cooley, D., & Parks-Yancy, R. (2020). The Power of the Brand: Personal Branding and Its Effect on Job Seeking Attributes. *Journal of Internet Commerce*, 19(3), 241–261. <https://doi.org/10.1080/15332861.2020.1777028>
- Nastiti, R., Koroy, T. R., Rusvitawati, D., Krismanti, N., & Hermaniar, Y. (2021). Pelatihan Persiapan Menghadapi Dunia Kerja Bagi Mahasiswa Lulusan Baru. *Bakti Banua: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 17–21. <https://doi.org/10.35130/bbjm.v2i1.180>
- Palindangan, L. K. (2020). Peningkatan Pengetahuan, Keterampilan Dan Sikap Para Kaum Muda Dalam Persiapan Memasuki Dunia Kerja. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(1).

<https://doi.org/10.24912/jbmi.v3i1.8007>

- Potgieter, A., & Doubell, M. (2020). The influence of employer branding and employees' personal branding on corporate branding and corporate reputation. *African Journal of Business and Economic Research*, 15(2), 107–133. <https://doi.org/10.31920/1750-4562/2020/V15N2A6>
- Rafiuddin, R., Abdusahid, A., Lukman, L., & Ramadhan, S. (2022). Pelatihan Personal Branding Dan Peningkatan Digital Literacy Bagi Mahasiswa Ekonomi Syariah. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.52266/taroa.v1i1.736>
- Turistiati, A. T., & Ramadhan, H. F. A. (2019). Pelatihan Soft Skills Dan Pendampingan Siswa-Siswi SMK Di Kota Bogor Untuk Persiapan Memasuki Dunia Kerja. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 1–8. <https://doi.org/10.31334/jks.v2i1.286>