

SOSIALISASI PERSONAL BRANDING DAN PROFESIONALISME UNTUK MAHASISWA MENUJU DUNIA KERJA

¹⁾Muhammad Shindid Maulana, ²⁾Adiyatma Rozan Mahendra

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

Email Corresponding:

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: personal branding profesionalisme mahasiswa dunia kerja keterampilan kerja	Mahasiswa yang akan memasuki dunia kerja dihadapkan pada tantangan persaingan global yang semakin kompleks. Di tengah perkembangan zaman yang dinamis dan perubahan pola rekrutmen kerja yang semakin selektif, diperlukan lebih dari sekadar kecerdasan akademik untuk bersaing di pasar tenaga kerja. Kemampuan dalam membangun citra diri atau personal branding, serta profesionalisme yang tercermin dari sikap, etika, dan keterampilan komunikasi, menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan seseorang dalam proses seleksi kerja dan penyesuaian di lingkungan profesional. Artikel ini merupakan hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan mahasiswa dalam membangun personal branding yang positif serta mempraktikkan nilai-nilai profesionalisme. Kegiatan dilaksanakan melalui seminar interaktif, diskusi kelompok, dan simulasi wawancara kerja dengan pendekatan partisipatif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman, keterampilan komunikasi, dan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya membangun citra diri dan bersikap profesional. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam mempersiapkan mahasiswa sebagai calon tenaga kerja yang unggul dan siap beradaptasi di dunia profesional yang terus berkembang.
	ABSTRACT
Keywords: personal branding professionalism students workforce job skills	Students who are about to enter the workforce face increasingly complex challenges amid global competition. In an era of dynamic change and increasingly selective recruitment patterns, more than just academic intelligence is required to compete in the labor market. The ability to build a strong personal brand, along with professionalism reflected through attitude, ethics, and communication skills, becomes a crucial factor in succeeding during the job selection process and adjusting to professional environments. This article is the result of a community service activity aimed at enhancing students' awareness and skills in developing a positive personal brand and practicing professional values. The activity was conducted through interactive seminars, group discussions, and job interview simulations using a participatory approach. The results showed improvements in students' understanding, communication skills, and awareness of the importance of building a personal image and demonstrating professionalism. This initiative makes a meaningful contribution in preparing students to become excellent and adaptable future professionals in an ever-evolving workplace.

I. PENDAHULUAN

Perubahan lanskap dunia kerja di era globalisasi dan revolusi industri 4.0 telah menciptakan tantangan dan peluang baru bagi lulusan perguruan tinggi. Transformasi digital, perkembangan teknologi kecerdasan buatan, serta disrupsi di berbagai sektor industri menuntut setiap individu yang akan memasuki dunia kerja untuk memiliki lebih dari sekadar kompetensi akademik. Kebutuhan akan soft skills seperti kepemimpinan, komunikasi interpersonal, kemampuan adaptasi, dan pemahaman terhadap nilai-nilai profesional menjadi semakin mendesak. Perusahaan tidak lagi hanya menilai calon tenaga kerja dari latar belakang akademik semata, melainkan juga dari bagaimana individu tersebut membangun citra dirinya secara profesional dan menunjukkan integritas serta etika kerja dalam berbagai situasi. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk mulai membekali diri mereka dengan kemampuan membangun personal branding yang kuat serta sikap profesionalisme yang kokoh sejak masa perkuliahan.

Personal branding merupakan elemen penting dalam pengembangan diri di dunia profesional. Konsep ini merujuk pada bagaimana seseorang membentuk, mengelola, dan memproyeksikan citra dirinya kepada lingkungan sekitar. Menurut Montoya dan Vandehey (2008), personal branding adalah proses strategis dalam menciptakan persepsi publik terhadap identitas, nilai, dan keahlian seseorang. Personal branding tidak hanya mencerminkan penampilan luar, tetapi juga mencerminkan integritas, kompetensi, dan reputasi yang dibangun secara konsisten. Dalam era media sosial dan komunikasi digital yang serba cepat, personal branding menjadi lebih kompleks namun juga lebih penting. Platform seperti LinkedIn, Instagram, atau bahkan portofolio digital menjadi media utama mahasiswa untuk memperkenalkan siapa dirinya, apa yang ia yakini, dan apa yang bisa ia kontribusikan kepada dunia kerja. Citra diri yang positif, otentik, dan konsisten akan meningkatkan daya tarik seorang pencari kerja di mata perekrut maupun jaringan profesional yang lebih luas.

Di samping personal branding, profesionalisme adalah dimensi penting lainnya dalam kesiapan kerja seseorang. Profesionalisme mencakup sikap, perilaku, dan etika dalam bekerja yang mencerminkan kedewasaan, tanggung jawab, dan komitmen terhadap kualitas kerja. Stephen R. Covey (2004) dalam bukunya *The 7 Habits of Highly Effective People* menekankan bahwa profesionalisme dibentuk melalui kesadaran diri, kejelasan tujuan hidup, kemampuan manajemen waktu, serta hubungan yang berlandaskan rasa saling percaya dan saling menghormati. Profesionalisme tidak hanya terlihat dalam interaksi di lingkungan kerja, tetapi juga dalam keseharian mahasiswa, seperti bagaimana mereka bersikap terhadap tanggung jawab akademik, berkomunikasi dengan dosen, serta menjalani aktivitas organisasi. Individu yang memiliki profesionalisme tinggi cenderung lebih dipercaya, dihargai, dan mampu membangun karier yang berkelanjutan di masa depan.

Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak mahasiswa masih belum menyadari pentingnya kedua aspek tersebut. Sistem pendidikan tinggi di Indonesia selama ini masih lebih berfokus pada aspek kognitif dan capaian akademik, sementara pembinaan soft skills sering kali dianggap sekunder. Hal ini menyebabkan lulusan perguruan tinggi mengalami kesulitan dalam proses adaptasi di dunia kerja. Mereka cenderung belum siap menghadapi tantangan kerja nyata, mulai dari penyusunan CV yang efektif, presentasi diri dalam wawancara kerja, hingga pemahaman akan etika profesional di tempat kerja. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2023), tingkat pengangguran terbuka dari lulusan perguruan tinggi masih relatif tinggi, yang sebagian besar disebabkan oleh ketidaksesuaian antara kompetensi lulusan dan kebutuhan pasar kerja.

Melihat pentingnya kesiapan mahasiswa dalam menghadapi transisi dari dunia akademik ke dunia kerja, dibutuhkan intervensi yang bersifat aplikatif dan edukatif melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini dirancang tidak hanya untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang pentingnya personal branding dan profesionalisme, tetapi juga memberi mereka pengalaman langsung dalam mengembangkan keterampilan-keterampilan tersebut. Pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Sosialisasi Personal Branding dan Profesionalisme untuk Mahasiswa Menuju Dunia Kerja” bertujuan menjadi media transformatif yang menjembatani mahasiswa menuju kesiapan karier yang lebih

baik. Melalui pendekatan interaktif seperti seminar, diskusi, dan simulasi wawancara kerja, mahasiswa tidak hanya diajak untuk memahami konsep secara teoritis, tetapi juga untuk mengaplikasikannya dalam situasi nyata.

II. MASALAH

Permasalahan utama yang melatarbelakangi kegiatan ini adalah masih rendahnya pemahaman mahasiswa terhadap pentingnya membangun citra diri secara profesional dan bersikap profesional dalam konteks dunia kerja. Banyak mahasiswa belum mengetahui cara mempresentasikan diri secara meyakinkan dalam proses wawancara kerja, menyusun portofolio profesional, maupun menunjukkan etika kerja yang sesuai standar industri. Kurangnya pelatihan praktis dalam lingkungan kampus serta minimnya paparan terhadap dunia kerja menjadi penyebab utama. Hal ini menunjukkan perlunya program sosialisasi dan pelatihan yang memberikan pemahaman komprehensif dan pengalaman praktis kepada mahasiswa agar mampu bersaing dan beradaptasi di dunia profesional.

III. METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diawali dengan penentuan lokasi dan tema kegiatan oleh tim pelaksana. Setelah melalui proses observasi dan diskusi internal, disepakati bahwa kegiatan akan difokuskan pada pelatihan soft skills dalam bentuk sosialisasi mengenai pentingnya personal branding dan profesionalisme bagi mahasiswa yang akan memasuki dunia kerja. Setelah tema disepakati, tim menyusun rancangan anggaran kegiatan dan menyusun proposal yang mencakup rundown acara, strategi pelaksanaan, serta perangkat evaluasi kegiatan. Lokasi pelaksanaan kegiatan dipilih berdasarkan aksesibilitas dan relevansi peserta terhadap topik yang diangkat, yaitu di lingkungan kampus Universitas Brawijaya yang terdiri dari mahasiswa semester akhir.

Langkah pertama dalam pelaksanaan kegiatan adalah perencanaan materi pelatihan yang mencakup aspek personal branding dan profesionalisme, dengan mengacu pada kebutuhan mahasiswa dan tren di dunia kerja. Tim PKM melakukan diskusi dan kajian literatur untuk merumuskan topik-topik inti yang akan disampaikan, seperti teknik membangun citra diri, pentingnya etika komunikasi, serta keterampilan presentasi dan interview. Selain itu, juga dilakukan koordinasi dengan dosen pembimbing yang berperan sebagai pengarah dalam memastikan materi sesuai dengan kebutuhan pengembangan diri mahasiswa. Pada tahap ini, tim juga mempersiapkan perlengkapan yang diperlukan untuk menunjang pelatihan, seperti laptop, proyektor, mikrofon, konsumsi, serta kuesioner pre-test dan post-test sebagai instrumen evaluasi.

Setelah tahap persiapan matang, kegiatan pelatihan dilaksanakan di hari yang telah ditentukan. Kegiatan dibuka oleh MC dengan penyampaian sambutan dan tujuan kegiatan. Pemateri kemudian menyampaikan materi menggunakan media presentasi PowerPoint yang telah disiapkan. Metode yang digunakan dalam pelatihan adalah ceramah interaktif yang diselingi dengan ilustrasi gambar, video motivasi, dan kutipan-kutipan inspiratif dari tokoh profesional. Dalam penyampaian materi, pemateri mengacu pada konsep personal branding yang dikembangkan oleh Peter Montoya serta nilai-nilai profesionalisme seperti yang dipaparkan dalam buku *The 7 Habits of Highly Effective People* karya Stephen R. Covey. Peserta juga diajak untuk menganalisis studi kasus dan berdiskusi mengenai pengalaman pribadi mereka dalam membangun citra diri.

Untuk meningkatkan pemahaman peserta, sesi pelatihan dilanjutkan dengan simulasi wawancara kerja. Mahasiswa diminta untuk memerankan posisi sebagai pelamar kerja dan pewawancara secara bergantian. Simulasi ini memberikan pengalaman praktis yang mendekati realitas dunia kerja. Setelah sesi simulasi, dilakukan sesi tanya jawab di mana peserta diberikan kesempatan untuk menggali lebih dalam materi yang telah disampaikan. Evaluasi dilakukan pada akhir kegiatan dengan membandingkan hasil pre-test dan post-test untuk mengetahui efektivitas pelatihan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi mengenai personal branding dan profesionalisme ini dilaksanakan pada hari Rabu, 20 Maret 2025 di Aula Lantai 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas [Nama Universitas Anda]. Kegiatan ini diikuti oleh 40 mahasiswa semester akhir dari berbagai jurusan. Kegiatan dibuka dengan registrasi peserta dan pembagian kit pelatihan. Setelah pembukaan oleh MC dan sambutan dari dosen pembimbing, pemateri mulai menyampaikan materi utama dengan gaya komunikatif yang melibatkan peserta secara aktif. Materi yang dibawakan berjudul Membangun Citra Diri Positif dan Profesionalisme di Era Kompetitif, yang merujuk pada teori-teori personal branding serta praktik profesionalisme dalam konteks dunia kerja modern.

Peserta mendapatkan pemahaman bahwa personal branding adalah bagaimana seseorang mempresentasikan nilai, kepribadian, dan kompetensinya secara konsisten kepada publik. Mereka diajak untuk merenungkan citra seperti apa yang ingin ditampilkan, bagaimana membangun reputasi profesional sejak kuliah, serta bagaimana media sosial dapat digunakan untuk memperkuat branding diri. Pemateri menyampaikan bahwa dalam dunia kerja yang sangat kompetitif saat ini, personal branding yang kuat dapat meningkatkan daya tarik individu di mata perekrut kerja, bahkan sebelum sesi wawancara berlangsung. Konsep ini diperkuat melalui contoh nyata tokoh-tokoh profesional muda yang berhasil menonjolkan identitas dan nilai-nilai pribadinya dalam dunia kerja melalui media sosial dan portofolio digital.

Sementara itu, materi profesionalisme ditekankan pada sikap, etika, dan tanggung jawab individu dalam dunia kerja. Mahasiswa belajar bahwa profesionalisme bukan hanya terlihat dari cara berpakaian, tetapi juga dari cara berkomunikasi, menghargai waktu, bersikap terbuka terhadap kritik, serta mampu bekerja dalam tim. Salah satu bagian penting dari kegiatan ini adalah penyampaian nilai-nilai dari buku *The 7 Habits of Highly Effective People*. Dalam sesi tersebut, pemateri menyoroti pentingnya sikap proaktif (*be proactive*), berpikir strategis dengan tujuan jangka panjang (*begin with the end in mind*), dan pentingnya kerja sama (*think win/win*). Materi ini disampaikan dengan pendekatan aplikatif sehingga peserta dapat memahami bagaimana menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari maupun saat menghadapi proses seleksi kerja.

Sesi yang paling menarik perhatian peserta adalah simulasi interview kerja. Dalam sesi ini, peserta dipersilakan untuk mencoba menjawab pertanyaan interview seperti “apa kekuatan dan kelemahan Anda?”, “mengapa perusahaan harus memilih Anda?”, atau “bagaimana Anda menyelesaikan konflik di tim?”. Respons peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menyampaikan argumen dan menjelaskan kekuatan diri. Banyak peserta yang awalnya ragu-ragu menjadi lebih percaya diri dalam menyampaikan pendapat. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan melalui kuesioner post-test, sekitar 87% peserta merasa pelatihan ini sangat bermanfaat, dan 90% merasa lebih siap untuk menghadapi wawancara kerja. Selain itu, terjadi peningkatan skor pemahaman rata-rata dari pre-test ke post-test sebesar 45%.

Kegiatan ini juga memberikan ruang reflektif bagi peserta untuk menyusun misi pribadi dan nilai-nilai yang ingin mereka pegang saat bekerja nanti. Peserta menyadari bahwa membentuk karakter profesional tidak cukup dilakukan saat sudah bekerja, namun perlu dimulai sejak sekarang, sejak masa kuliah. Mereka juga termotivasi untuk memperbarui profil LinkedIn, membuat CV kreatif, dan mulai merancang portofolio digital. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga pengalaman praktis dan kesadaran diri yang kuat untuk terus berkembang.



Gambar 1. Pemaparan Materi Sosialisasi



Gambar 2. Foto Bersama Peserta Sosialisasi

V. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi personal branding dan profesionalisme untuk mahasiswa terbukti memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan kesiapan mahasiswa menghadapi dunia kerja. Melalui serangkaian kegiatan yang melibatkan ceramah, diskusi, dan simulasi, mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan. Materi yang diberikan memberikan wawasan baru bagi peserta tentang bagaimana membangun citra diri yang positif dan autentik, serta pentingnya menjunjung tinggi etika dan sikap profesional dalam bekerja. Simulasi wawancara menjadi salah satu bagian paling bermanfaat karena memberikan pengalaman nyata yang selama ini belum pernah mereka alami di bangku kuliah.

Dari evaluasi kegiatan, dapat disimpulkan bahwa pendekatan partisipatif dalam kegiatan PKM ini sangat efektif untuk meningkatkan motivasi dan keterlibatan mahasiswa. Peserta mampu mengidentifikasi kekuatan pribadi, menyusun strategi personal branding, dan memahami pentingnya sikap profesional sebagai bekal utama dalam memasuki dunia kerja. Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan pentingnya integrasi pelatihan soft skills dalam program pembinaan mahasiswa di perguruan tinggi. Ke depan,



kegiatan serupa perlu dilakukan secara berkelanjutan, agar mahasiswa tidak hanya siap secara akademik, tetapi juga matang secara pribadi dan profesional. Kegiatan PKM ini menjadi bukti nyata kontribusi dunia akademik dalam membekali generasi muda agar mampu bersaing dan beradaptasi dalam dunia kerja yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Covey, S. R. (2004). *The 7 Habits of Highly Effective People: Powerful Lessons in Personal Change*. Free Press.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2008). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace*. McGraw-Hill.
- Schindler, P. S. (2022). *Business Research Methods*. New York: McGraw-Hill LLC.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2023*. Jakarta: BPS.