



MENINGKATKAN PERCAYA DIRI MAHASISWA SEMESTER AKHIR DI STAK ANAK BANGSA

Urbanus Sukri, Evi Catur Sari, Christin Destalia Kailuhu
Sekolah Tinggi Agama Kristen Anak Bangsa
Email Koresponden: urbanussukri28@stakanakbangsa.ac.id

Disubmit:

02-12-2023

Direview:

19 & 21-12-2023

Direvisi:

22-12-2023

Diterbitkan:

31-12-2023

Keywords:

communication,
confidence, personal
branding, student
training

Kata Kunci:

komunikasi,
mahasiswa, pelatihan,
percaya diri, personal
branding

p: ISSN: 2723-7036

e-ISSN: 2723-7028

© 2023. The Authors.

License: Open Journals
Publishing. This work is
licensed under the
Creative Commons
Attribution License.

[https://jurnal.sttsetia.ac
.id/index.php/pkm/inde
x](https://jurnal.sttsetia.ac.id/index.php/pkm/index)

Abstract:

In the development of this increasingly fast and sophisticated world, many people compete to equip themselves with various skills, one of which is branding themselves and improving how to communicate effectively and efficiently or on target. Good communication can improve skills, influence the interlocutor and even increase self-confidence. The Community Service (PkM) method is descriptive qualitative with a literature study approach to strengthen this writing. The results obtained from personal branding and communication training for students at Sekolah Tinggi Agama Kristen Anak Bangsa are: Students respond as a whole that the importance of building personal branding and training communication from now on, in addition to increasing self-confidence the training is a provision for students to face community conditions/sites that later they become stakeholders so that student knowledge increases, which needs to be done 1) Students need to find out what abilities they have, 2) Ensure students want to be widely known as what, 3) Do it with everything consistently, which means keep training him.

Abstrak:

Perkembangan dunia yang semakin cepat dan canggih ini, banyak kalangan berlomba-lomba membekali diri mereka dengan berbagai macam *skill* salah satunya membranding diri sendiri dan memperbaiki cara berkomunikasi yang efektif dan efisien atau tepat sasaran. Komunikasi yang baik yang dapat meningkatkan keterampilan, pengaruh terhadap lawan bicara bahkan meningkatkan rasa percaya diri. Metode yang dipakai dalam Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka untuk memperkuat penulisan ini. Hasil yang diperoleh dari pelatihan *personal branding and communication* bagi mahasiswa-mahasiswi di Sekolah Tinggi Agama Kristen Anak Bangsa adalah mahasiswa merespons secara keseluruhan bahwa pentingnya membangun *personal branding* dan melatih komunikasi dari sekarang, selain untuk menambah percaya diri pelatihan tersebut menjadi bekal mahasiswa untuk menghadapi kondisi/situasi masyarakat yang nantinya mereka menjadi *stakeholder* sehingga pengetahuan mahasiswa bertambah, yang perlu dilakukan 1) Mahasiswa perlu mencari tahu kemampuan yang dimiliki, 2) Memastikan mahasiswa ingin dikenal luas sebagai apa, 3) Lakukan dengan semuanya secara konsisten, yang artinya terus melatih dirinya.

PENDAHULUAN

Lauster mengatakan bahwa percaya diri sebagai suatu sikap memercayai keyakinan diri sendiri sehingga perilakunya merasa bebas melakukan apa saja sesuai keinginan dan memiliki dorongan untuk mengenal kelebihan dan kekurangan diri (Gufron and Risnawita 2019). Pelatihan membangun *personal branding* dan *communication* bagi mahasiswa dirasa sangat penting, mahasiswa harus memiliki rasa percaya diri yang kuat. Manusia dilahirkan dengan karakter masing-masing yang mereka pelajari dari kecil, baik dari lingkungan, pergaulan sosial, keluarga dan pendidikannya (Raharjo 2019). Hal tersebut membuat manusia belajar untuk memahami keunikan diri sendiri dan kemampuannya. Mahasiswa diharuskan melatih kemampuan membangun citra diri di hadapan masyarakat luas serta mengasah kemampuan dalam berkomunikasi agar komunikatif dengan lingkungannya. Maka dari itu, dalam berkomunikasi dan membranding diri perlu hati-hati (Putri 2021).

Personal Branding merupakan wadah untuk memperkenalkan diri kepada publik agar diri sendiri memiliki kemampuan yang berbeda dari lainnya (Kasih 2022). Sedangkan komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, sehingga dari keduanya dapat menyamakan persepsi (Nita dkk 2023). Montoya mengatakan bahwa personal branding mempunyai *image* yang kuat dan jelas di dalam benak seseorang (Haroen 2014). Kesan kuat dan jelas itu dapat terbentuk dimulai dari sekarang. Berbicara mengenai communication, Carl L. Holand mengatakan bahwa komunikasi harus melibatkan stimulus yang ditransmisikan oleh individu dalam mengubah perilaku individu (Knowles et al. 2020).



Gambar 1. Peta lokasi kegiatan PkM

Masalah yang muncul adalah (bahwa) banyak dari mahasiswa tidak memahami mengenai pentingnya membranding diri. Usaha membranding diri merupakan upaya untuk memiliki kemampuan menemukan keunikan (*passion*) diri sendiri dan keterampilan dalam berbicara yang sesuai. Bahkan Makarim, Menteri Pendidikan mengatakan bahwa 80% lulusan yang bekerja tidak sesuai dengan jurusan yang mereka ambil saat kuliah (Caesaria 2022). Namun, di luar dari pernyataan tersebut bahwa keterampilan dan pengalaman yang mereka peroleh bisa jadi karena mereka belajar di bangku kuliah. Pelatihan personal branding and communication ini sebagai wujud kepedulian bidang kemahasiswaan di Sekolah Tinggi Agama Kristen Anak Bangsa

terhadap kompetensi diri mahasiswa. Sebagian besar mahasiswa belum memahami pentingnya membranding diri mereka sendiri. Mereka belum percaya diri saat tampil di luar komunitas kampus. Khususnya pada saat para mahasiswa melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di luar kampus. Hal yang utama perlu dibenahi adalah cara berkomunikasi kepada masyarakat. Mahasiswa perlu dipersiapkan dengan baik untuk terlibat dalam kegiatan di tengah masyarakat.

Adapun kegiatan ini dilaksanakan dalam satu hari, yaitu hari Sabtu. Tempat pelaksanaan adalah Kampus STAK Anak Bangsa, Royal Crown Palace Jl. Sarip Tambakoso, Waru-Sidoarjo. Kegiatan tersebut diikuti oleh 10 peserta mahasiswa semester akhir dari Sekolah Tinggi Agama Kristen Anak Bangsa.

METODE PELAKSANAAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam pembahasan ini adalah kualitatif dengan metode studi pustaka. Penelitian kualitatif dengan metode pustaka (*library research*), adalah penelitian yang objek kajiannya menggunakan data pustaka berupa buku-buku sebagai sumber datanya (Hadi 2002). Penelitian dengan metode pustaka dilakukan dengan membaca, menelaah, dan menganalisis berbagai literatur yang berkaitan dengan tema penelitian, berupa buku-buku teks utama (*handbook*), dan hasil penelitian berupa artikel dalam jurnal.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua macam data, yaitu data primer dan data sekunder: Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Data primer yang digunakan adalah data dari mahasiswa-mahasiswa yang mengikuti kegiatan pelatihan *Personal Branding and Communication*. Sedangkan data sekunder menurut Sanusi, data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan berupa buku dan artikel jurnal yang akan diteliti (Sanusi 2012).

Adapun langkah-langkah dalam penelitian kepustakaan menurut Kuhlthau (2002) dalam Mirzaqon dan Purwoko (2017) adalah sebagai berikut: 1. Pemilihan topik 2. Eksplorasi informasi 3. Menentukan fokus penelitian 4. Pengumpulan sumber data 5. Persiapan penyajian data 6. Penyusunan laporan.

Pengabdian kepada Masyarakat terfokus pada kegiatan pemaparan materi dan praktek. Metode yang dipakai adalah pelatihan. Pelatihan dilakukan satu hari yaitu 29 April 2023, pukul 10:00-12:00 WIB. Yang terlibat dalam Pengabdian kepada Masyarakat ini ada 4 (empat) tim yaitu Dr. Urbanus Sukri (dosen), Whenita Merliani, S.Psi, S.E, M.Si, M.Pd. (Dosen), Evi Catur (Mahasiswa), Christin Destalia (Mahasiswa). Kegiatan ini melibatkan bidang kemahasiswaan (Wakil Ketua III) dan dosen dan pelatihan ini diikuti 10 orang mahasiswa akhir STAK Anak Bangsa.

Teknik yang digunakan dalam metode pelatihan *personal branding* dan *communication* adalah memberikan edukasi. Tujuan utama dalam pelatihan ini adalah untuk memperlengkapi mahasiswa agar mampu membangun diri dengan: Rasa percaya diri, citra diri, *personal branding*, dan keterampilan komunikasi sehingga mereka siap untuk terjun di tengah-tengah masyarakat. Adapun pendekatan yang dipakai dalam penulisan artikel ini adalah deskriptif kualitatif. Data yang digunakan dalam pelatihan ini diambil dari studi kepustakaan (Abdhal 2023).

Agar kegiatan dapat berjalan dengan baik maka, peneliti perlu mempersiapkan pelatihan tersebut dengan cara sebagai berikut; *Pertama*, Koordinator menghubungi narasumber atau fasilitator untuk berbagi informasi untuk pelatihan *personal branding and communication*, *Kedua*, dilakukan penentuan waktu pelaksanaan pelatihan. Di dalam

kegiatan tersebut juga membicarakan mengenai materi yang dipakai dari buku Ade Perucha Hutagaol (Trinity) penulis buku best seller dengan judul "The Naked Traveller" yang dipakai guna memotivator mahasiswa bagaimana seorang penulis hebat awalnya memiliki perjuangan cukup berat untuk membranding dirinya menjadi seorang yang dikenal masyarakat sebagai penulis dan novel tersebut difilmkan masuk layar lebar (Yudi Rahmatullah 2021) serta menggunakan informasi nyata dari dunia sekuler (dunia infotainment). *Ketiga*, Evaluasi antara bidang kemahasiswaan dan koordinator/fasilitator.



Gambar 2. Pemaparan materi oleh narasumber

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari Pelaksanaan Pelayanan kepada Masyarakat (PkM), disimpulkan sebagai berikut: Ada pengaruh signifikan terhadap mahasiswa yang mengikuti kegiatan ini dari pemaparan serta praktek yang dilakukan. Pelatihan ini, melalui beberapa agenda yang dilaksanakan wanita bijak. Wanita bijak merupakan salah satu kegiatan yang dinaungi STAK Anak Bangsa yang kegiatannya memberikan edukasi serta memberikan keterampilan kepada mahasiswa-mahasiswi untuk dapat berpartisipasi dalam berbagai macam kegiatan publik misal Pengabdian kepada masyarakat di gereja dan di sekolah. Hasil yang didapat dari Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melalui pelatihan *Personal Branding and Communication* bahwa pelatihan ini masuk dalam Tridharma Pendidikan yang harus dilakukan setiap Perguruan Tinggi yang sudah tercantum pada Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 (Tafonao and Bilo 2023).

Definisi Personal Branding dan Communication

Personal branding terdiri dari dua suku kata, yaitu *personal* (individu) dan *branding* (merek) yang jika keduanya digabungkan akan memiliki pengertian upaya penyampaian informasi dan pandangan dari orang lain (Tamimy 2017). dan proses pembentukan persepsi dari masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki orang lain baik kemampuan, kepribadian serta nilai-nilai bagaimana hal tersebut bisa mendapat persepsi positif. Menurut Haroen, Persepsi positif tersebut antara lain: membangun *diferensiasi*,

membangun *positioning*, memperkuat persepsi, menjadi jembatan dan menuju *trust* (kepercayaan) (Haroen 2014). 1) Membangun diferensiasi, ciptakan hal yang unik yang membedakan diri sendiri dan orang lain (Michael R. Hunter, n.d.). 2) Membangun *positioning*, posisi dirimu yang terkuat dari lainnya. 3) Memperkuat persepsi, apa yang ditanamkan dalam pikiran orang lain tentang dirimu. 4) *Trust*, bangun kepercayaan dari orang lain.

Dari keempat hal di atas, pentingnya diberikan kepada mahasiswa, agar mahasiswa tidak hanya belajar materi/teori saat di bangku kuliah namun bagaimana mereka dapat menampilkan citra diri yang unik diimbangi dengan tutur kata yang baik dalam komunikasi di lingkungan masyarakat.

Komunikasi itu hal yang esensial bagi manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak lepas dengan interaksi satu dengan yang lain dan bisa dilakukan secara kompleks maupun secara sederhana. Dalam KBBI dituliskan, Komunikasi merupakan penerimaan pesan dan pengiriman antara dua orang maupun lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat mudah dipahami (KBBI 2006). J. A. Devito mengatakan bahwa komunikasi adalah tindakan satu atau dua orang bahkan lebih untuk mengirim serta menerima pesan terdistorsi dalam konteks tertentu, punya pengaruh tertentu dan berkesempatan untuk melakukan umpan balik (Pohan and Fitria 2021).

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang baik adalah komunikasi yang secara efektif dan efisiensi. Cara menyampaikan sebuah informasi dengan efektif (Fatmawati 2021), dapat dengan cara menyesuaikan dengan berbagai tipe kepribadian dalam *public speaking* sangat penting karena setiap orang memiliki preferensi dan gaya berkomunikasi yang berbeda-beda. Seorang pembicara yang tidak memperhatikan karakteristik tipe kepribadian audiensnya, maka audiens bisa merasa tidak tertarik, tidak fokus, atau bahkan merasa tersinggung. Hal ini bisa memengaruhi efektivitas dari pesan yang ingin disampaikan dan berdampak pada keberhasilan tujuan dari presentasi atau *public speaking* itu sendiri (Anna Gustina Zainal 2022). Dengan menyesuaikan cara menyampaikan informasi pada berbagai tipe kepribadian, pembicara dapat meningkatkan keterlibatan audiens, memperkuat pemahaman, dan membangun koneksi dengan audiens yang dapat memperkuat dampak pesan yang disampaikan.



Gambar 3. Presentasi mahasiswa menjelaskan *self profile*

Pelatihan Personal Branding

Dalam pelatihan terhadap mahasiswa STAK Anak Bangsa tahap pertama dilakukan analisis kebutuhan mahasiswa. Apakah dengan lulusan bergelar sarjana saja cukup untuk dilihat bahwa mereka cukup mempunyai keterampilan atau kemampuan yang berdampak di masyarakat nantinya dan bagaimana mereka bisa menjadi pionir lulusan yang mempunyai *skill* khusus yang dapat mereka jual dengan pendidikan mereka sebagai lulusan guru agama. Nadiem Makarim, mengatakan bahwa 80% mahasiswa tidak bekerja sesuai jurusannya (Caesaria 2022). Itu sebabnya dilakukan pengabdian ini untuk membekali pengalaman berharga dan keterampilan agar mahasiswa dapat mengajar dengan citra diri yang unik/berbeda dari pengajar lainnya serta percaya diri.

Materi yang diberikan dalam kegiatan tersebut adalah: Ingin dikenal sebagai apa? Materi yang dibawakan ini agar mahasiswa dapat memiliki tujuan/rencana mereka kedepannya. Kitab Amsal 16:4 Tuhan membuat segala sesuatu untuk tujuannya masing-masing. Penting bagi mahasiswa akhir untuk mengolah sesuatu yang mereka dapatkan karena Tuhan telah menyediakan. Tuhan yang membentuk segala sesuatu, sumber keberadaan yang menentukan tempat masing-masing mereka bahkan Tuhan memenuhi tujuan-tujuan-Nya sendiri melalui semua ciptaan-Nya dan tidak akan gagal dalam melaksanakan rancangan-rancangan-Nya. Manusia dapat berencana namun hal tersebut dapat didoakan melalui pergumulan mereka namun kembali kepada Tuhan apakah sudah sesuai dengan kehendak Tuhan atau tidak.

Mahasiswa diarahkan jika mereka berkeinginan menjadi guru, pendeta, pekerjaan sekuler misal *master of ceremony*, moderator dan lain sebagainya. Pertanyaannya ingin menjadi guru seperti apa? bisa dilihat bahwa profesi guru di Indonesia sudah melampaui kapasitas. Badan Pusat Statistik (BPS) mengatakan bahwa guru di Indonesia berjumlah 3,37 jt pada tahun 2022 (Sadya 2023). Jika hanya menjadi guru yang monoton yang tidak mengupgrade diri maka akan kalah dalam persaingan dengan puluhan ribu guru lainnya. Perkembangan teknologi menuntut penemuan potensi diri yang lebih banyak. Pekerjaan yang monoton pada satu jenis akan menyebabkan ketertinggalan. Dorongan kepada mahasiswa yang akan lulus agar memiliki potensi tambahan sangat dibutuhkan.

Tahap kedua, mahasiswa diminta menjawab rencana kedepannya. Apakah mereka ingin bekerja, melakukan kursus-kursus untuk menambah keterampilan baik bahasa, publik speaking atau mereka akan melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi untuk memperoleh gelar. Ataukah mereka tergiur dengan kebiasaan muda-mudi zaman sekarang yang membiarkan dirinya dibodohi dengan yang dunia tawarkan, seperti melakukan *scrolling* media sosial berjam-jam tanpa kita menggunakan media sosial untuk membranding diri dengan keahlian diri sendiri, melakukan checkout di *e-commerce* tanpa menghasilkan namun justru membeli barang sesuai keinginan bukan kebutuhan. Tahap ketiga, memberikan tips mengenai membangun *personal branding* yaitu 1) Mencari tahu kemampuan yang dimiliki oleh mahasiswa, 2) Pastikan ingin dikenal luas sebagai apa, 3) Lakukan dengan konsisten. Dari tiga tips di atas, mahasiswa boleh menyebutkan mereka punya kemampuan dalam bidang apa, mereka memberikan respons menjadi penyanyi kemudian ingin dikenal sebagai *worship leader*, langkah selanjutnya maka, mahasiswa harus melatih dirinya, berlatih bernyanyi secara konsisten artinya terus-menerus. Jadi, mereka menyesuaikan pilihannya nanti itu berdasarkan kemampuan diri sendiri yang mereka asah kemudian menjadi sesuatu yang bermanfaat untuk melayani.

Pelatihan Communication

Setiap orang memiliki tipe kepribadian yang berbeda-beda, yang memengaruhi cara mereka menerima informasi dan membuat keputusan (Prastyawan 2020). Sehingga

sebagai seorang komunikator, penting untuk memahami tipe kepribadian yang berbeda agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh semua orang. Tahap pertama, mahasiswa diberikan pemaparan bagaimana cara menyusun informasi yang mempertimbangkan gaya komunikasi, preferensi, dan kebutuhan masing-masing tipe kepribadian agar informasi tersebut dapat diterima dengan lebih mudah dan efektif kepada orang dengan tipe kepribadian *Dominant*, *Steady*, *Influence*, dan *Compliant* (DISC).

DISC adalah konsep yang digagas oleh William Moulton Marston seorang psikolog peneliti, penulis buku, dan penemu bernama pada tahun 1920-an adalah orang yang pertama kali mengembangkan konsep DISC (Khamndiniyati 2019). Kemudian teori ini diperluas dan dikembangkan lebih lanjut oleh banyak ahli psikologi dan konsultan bisnis di seluruh dunia. 1) *Dominant*: tipe kepribadian cenderung lebih fokus pada hasil daripada detail; 2) *Steady*: tipe kepribadian cenderung lebih fokus pada hubungan dan interaksi sosial; 3) *Influence*: tipe kepribadian cenderung lebih fokus pada kemungkinan-kemungkinan dan suasana hati yang positif; 4) *Compliant*: tipe kepribadian cenderung lebih fokus pada analisis dan detail.

Seorang pembicara yang tidak memperhatikan karakteristik tipe kepribadian audiensnya, maka audiens bisa merasa tidak tertarik, tidak fokus, atau bahkan merasa tersinggung. Hal ini bisa memengaruhi efektivitas dari pesan yang ingin disampaikan dan berdampak pada keberhasilan tujuan dari presentasi atau *public speaking* itu sendiri (Zainal 2022) Dengan menyesuaikan cara menyampaikan informasi pada berbagai tipe kepribadian, pembicara dapat meningkatkan keterlibatan audiens, memperkuat pemahaman, dan membangun koneksi dengan audiens yang dapat memperkuat dampak pesan yang disampaikan. Penguasaan situasi ruangan memberi pengaruh yang besar terhadap teori yang disampaikan. Berbicara di depan pemuda tentunya berbeda dengan anak-anak dan orangtua. Pemahaman tentang perbedaan ini tentunya akan menyebabkan persiapan yang lebih baik lagi.



Gambar 4. Presentasi komunikasi mahasiswa dengan media pisang dengan unsur IPK

Tahap kedua, mahasiswa akan belajar teknik-teknik komunikasi seperti *public speaking*, presentasi, yang akan membantu mereka mengomunikasikan pesan mereka

dengan cara yang jelas dan persuasif. Mahasiswa juga akan belajar teknik-teknik untuk membangun kepercayaan diri dan karisma di depan umum, sehingga mereka dapat meningkatkan daya tarik dan kredibilitas mereka sebagai pembicara. Dalam pelatihan ini, mahasiswa juga diajarkan bagaimana suatu pesan mengandung informasi, pilihan dan konsekuensi agar pesan dapat diterima oleh audiens dengan tipe DISC. Sehingga dapat menghasilkan pesan yang jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Hal ini akan membantu mahasiswa membangun citra *personal branding* yang kuat dan meningkatkan kemampuan mereka dalam berkomunikasi dengan berbagai tipe audiens.

Tahap ketiga, Praktik langsung para mahasiswa dalam menyampaikan pesan dengan alat peraga yaitu pisang *cavendish*. Dimana mahasiswa diberikan tantangan untuk mampu mempresentasikan pisang dengan unsur IPK (informasi, pilihan dan konsekuensi) sesuai penjelasan pada pemaparan pertama. Mereka diarahkan untuk memperhatikan ketiga hal tersebut. Salah satu unsur harus hadir dalam praktik yang akan dilakukan. Setiap unsur saling memengaruhi, sehingga akan memberikan dampak yang kurang baik jika salah satu diabaikan.

Mahasiswa diberikan tugas ada yang mempresentasikan bagaimana kegunaan sebuah pisang bagi bayi, bagaimana sebuah pisang dapat digunakan untuk menurunkan kolesterol juga berat badan dan yang terakhir presentasi mengenai pisang mempunyai nilai ekspor dan ekonomis yang tinggi. Mahasiswa diberi waktu beberapa menit untuk memikirkan kata-kata apa saja yang harus disampaikan dan sesuai dengan teori materi. Praktik oleh mahasiswa langsung diamati oleh teman-teman yang lain sebagian dikoreksi apakah benar presentasi yang telah dilakukan sesuai pemaparan materi. Jika ada kekurangan maka diulang kembali agar pesan yang disampaikan sesuai. Dalam praktik ini mahasiswa antusias dan senang karena suasana yang santai, menyenangkan dan mahasiswa mendapat ilmu dari kekurangan diri lalu diperbaiki dan mendapatkan ilmu dari teman-teman lain yang presentasi.

Presentasi yang dilakukan oleh mahasiswa menjadi salah satu alat ukur proses kegiatan PkM yang dilakukan. Kemampuan memasukkan tiga unsur kepada materi yang dipresentasikan akan menunjukkan sejauh mana kemampuan menangkap teori yang disampaikan. Selain itu, daya pikir dan kreativitas bisa ditunjukkan dalam presentasi tersebut. Kemampuan menyajikan data dan informasi yang akan digunakan untuk memengaruhi pendengar tentunya menjadi hal yang sangat berguna saat nantinya terjun ke masyarakat.

KESIMPULAN

Dari hasil pelatihan yang dilakukan fasilitator kepada mahasiswa akhir STAK Anak Bangsa dapat disimpulkan bahwa mahasiswa merespons secara keseluruhan bahwa pentingnya membangun *personal branding* dan melatih komunikasi dari sekarang, selain untuk menambah percaya diri pelatihan tersebut menjadi bekal mahasiswa untuk menghadapi kondisi/situasi masyarakat yang nantinya mereka menjadi *stakeholder*. Perlunya mahasiswa melakukan hal ini 1) Mahasiswa perlu mencari tahu kemampuan yang dimiliki, 2) Memastikan mahasiswa ingin dikenal luas sebagai apa, 3) Lakukan dengan semuanya secara konsisten, yang artinya terus melatih dirinya. Dengan memahami preferensi dan gaya komunikasi masing-masing tipe kepribadian, mahasiswa dapat menghindari kesalahpahaman dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan diterima dengan baik dan benar oleh orang yang bersangkutan. Pelatihan ini dapat menjadi bekal bagi mahasiswa di kemudian hari. Dari pelatihan tersebut, pengetahuan mahasiswa bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd hul, Yusuf. 2023. "Studi Pustaka: Pengertian, Tujuan, Sumber Dan Metode." 10 Mei. 2023.
- Anna Gustina Zainal. 2022. *Public Speaking Cerdas Saat Berbicara Di Depan Umum*. Probolinggo: Cv. Eureka Media Aksara.
- Caesaria, Sandra Desi. 2022. "80 Persen Mahasiswa Bekerja Tidak Sesuai Jurusan, Ini 4 Alasannya." 7 Nomenber. 2022.
- Fatmawati, Nurul. 2021. "Berkomunikasi Secara Efektif, Ciri Pribadi Yang Berintegritas Dan Penuh Semangat." 25 Juni. 2021.
- Gufron, Nur, and Rini Risnawita. 2019. "Kepercayaan Diri." *Jurnal Penelitian Pendidikan* 5, no. 1: 1689–99.
- Hadi, Sutrisno. 2002. *Metodelogi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Haroen, Dewi. 2014. *PERSONAL BRANDING*. Edited by An dan Andaru Wiranata Ubaedy. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kasih, Ayunda Pininta. 2022. "Bagaimana Cara Membangun Personal Branding?" 23 Juni, May 2022.
- KBBI. 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima*. Jakarta: Kemendikbud.
- Khamndiniyati, Nurul. 2019. "Hubungan Konflik Peran Ganda Dan Tipe Kepribadian DISC Terhadap Sindrom Kelelahan (Burnout)." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 7, no. 1: 47–56. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i1.4705>.
- Knowles, Malcolm S., Elwood F. Holton III, Richard A. Swanson, Richard Swanson, and Petra A. Robinson. 2020. *The Adult Learner: The Definitive Classic in Adult Education and Human Resource Development*. Routledge. London: Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780429299612>.
- Michael R. Hunter. n.d. "5 Strategies to Differentiate Your Personal Brand."
- Nita dkk. 2023. *Pentingnya Ilmu Komunikasi Pada Era 4.0*. Edited by Ageng Dzakwan Tubba. Bengkulu: CV. Sinar Jaya Berseri.
- Pohan, Desi Damayani, and Ulfi Sayyidatul Fitria. 2021. "Jenis Jenis Komunikasi." *Journal Educational Research and Social Studies* 2: hal. 31.
- Prastyawan, Agus dkk. 2020. *Pengambilan Keputusan*. Surabaya: Unesa Press.
- Putri, Vanya Karunia Mulia. 2021. "Personal Branding: Definisi, Tujuan, Dan Strateginya." 5 Agustus, 2021.
- Raharjo, Farco Siswiyanto. 2019. *The Master Book of Personal Branding*. Jogjakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Sadya, Sarnita. 2023. "Jumlah Guru Di Indonesia Meningkatkan Pada 2022/2023." 3 Mei. 2023.
- Sanusi, Anwar. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. II. Bandung: Salemba Empat.
- Tafonao, Vinsensia Nitamawar, and Dyulius Thomas Bilo. 2023. "BIMBINGANBELAJARSUKARELABAGISISWAKURANGMAMPUDIDESASELUANGKE LURAHANMAYASOPA."
- Tamimy, Muhamad Fadhol. 2017. *Sharing-Mu, Personal Branding-Mu*. Edited by Lis Sutinah. Jakarta: Visi Media.
- Yudi Rahmatullah. 2021. "The Naked Traveler, Buku Referensi Untuk Para Travel Blogger." 13 Juli 2021. 2021.
- Zainal, Anna Gustina. 2022. *Public Speaking Cerdas Saat Berbicara Di Depan Umum*. Probolinggo: Cv. Eureka Media Aksara.