

SELF MARKETING : SENI MEMASARKAN DIRI BAGI KALANGAN REMAJA MELALUI MEDIA SOSIAL

Yoyoh Hereyah¹, Farid Hamid Umarella¹, Engga Probi Endri¹

¹Universitas Mercu Buana

yoyoh.hereyah@mercubuana.ac.id, farid.hamid@mercubuana.ac.id, engga.probi@mercubuana.ac.id

Abstrak

Media sosial merupakan bentuk interaksi masa kini yang dapat menghubungkan semua orang melalui internet. Kemajuan ini harus dimanfaatkan untuk membentuk, salah satunya adalah kegiatan *self marketing*. Kalangan remaja terutama pelajar SMPN 20 Kota Tangerang Selatan adalah salah satu pengguna media social yang biasanya memposting tentang kegiatan pribadinya, curhatannya, serta foto-foto bersama teman-temannya adalah wujud eksistensi sebagai media aktualisasi diri. Eksistensi diri merupakan segala kemungkinan yang apabila direalisasikan dapat mengarahkan individu pada keberadaan autentik, yaitu manusia menjadi dirinya sendiri, mengambil tanggung jawab untuk menjadi dirinya sendiri. Atas alasan itulah memahami konsep *self marketing*, *self promotion* dan *personal branding* menjadi hal penting sebagai cara untuk meningkatkan ‘nilai jual’ seseorang. Melalui *self marketing*, *self promotion*, dan *personal branding*, dapat disatukan hal-hal utama pada individu yang melibatkan skill, kepribadian, dan karakter yang dibungkus sebagai identitas yang kuat dibanding identitas diri orang lainnya. Mengingat setiap individu memiliki aspek yang unggul dalam dirinya ataupun kelemahan terkait dengan penguasaan dalam bidang pekerjaannya, maka melakukan usaha peningkatan kompetensi melalui kegiatan *self marketing* di media social adalah salah satu langkah yang harus dilakukan.

Kata Kunci : *self marketing, self promotion, personal branding, media sosial*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Media sosial merupakan bentuk interaksi masa kini yang dapat menghubungkan semua orang melalui internet. Ada banyak fasilitas yang diberikan oleh media sosial untuk membantu kita menyalurkan segala apapun yang ingin kita lakukan dan butuhkan. Kita harus dapat mengelola penggunaan media sosial secara produktif agar dapat bermanfaat untuk diri kita. Kemajuan ini harus dimanfaatkan untuk membentuk, salah satunya adalah kegiatan *self marketing*. Kalangan remaja terutama pelajar adalah salah satu pengguna media sosial yang biasanya memposting tentang kegiatan pribadinya, curhatannya, serta foto-foto bersama teman-temannya. Semakin aktif seorang remaja di media sosial maka mereka semakin terasah kemampuannya untuk menggunakan media

sosial tersebut bagi pengembangan kemampuan dirinya. Pengguna media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada. Bagi kalangan remaja, media sosial menjadi media konektifitas mereka dengan dunia luar karena hampir tiada hari tanpa membuka media sosial, bahkan hampir 24 jam mereka tidak lepas dari smartphone. Media sosial terbesar yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja antara lain: Facebook, Twitter, Path, Youtube, Instagram, Kaskus, LINE, Whatsapp. Hal ini menjadi peluang bagi mereka untuk memarketkan dirinya melalui postingan kemampuan dan kegiatan yang diunggah pada platform media tersebut sebagai sarana membangun citra positif, mempromosikan kemampuan diri dan membangun *personal branding*, yang pada akhirnya akan memberikan

dampak positif bila dikelola dengan cara yang sesuai dengan etika dan procedural yang benar. Di era modern, manusia dipermudah dalam melakukan berbagai hal. Salah satu kemudahan yang diciptakan adalah berinteraksi melalui internet. Data demografi menunjukkan bahwa remaja merupakan populasi yang besar dari penduduk dunia, who (1995) sekitar seperlima dari penduduk dunia adalah remaja. Sekitar 900 juta berada di negara sedang berkembang. Di Indonesia menurut biro pusat statistik (1999) kelompok remaja adalah sekitar 22% yang terdiri dari 50,9% remaja laki-laki dan 49,1% remaja perempuan (dikutip dari Nancy P, 2002). Remaja sebagai generasi muda harapan bangsa merupakan salah satu modal dasar pembangunan bangsa dan negara dalam menghadapi persaingan di masa yang akan datang. Kondisi negara di masa mendatang akan ditentukan oleh kualitas generasi muda pada saat ini. Ciri tersebut dinilai sebagai pembeda antara orang yang satu dengan yang lain. Hal tersebut pada akhirnya akan membentuk suatu keunikan diri yang tidak hanya sebagai pembeda, namun mulai dipahami sebagai upaya untuk mengembangkan diri. Termasuk di dalamnya adalah wujud eksistensi sebagai media aktualisasi diri. Eksistensi diri merupakan segala kemungkinan yang apabila direalisasikan dapat mengarahkan individu pada keberadaan autentik, yaitu manusia menjadi dirinya sendiri, mengambil tanggung jawab untuk menjadi dirinya sendiri dengan menyeleksi kemungkinan yang ada dan disediakan dalam kehidupannya (Thompson, 2010). Atas alasan itulah memahami konsep *self marketing*, *self promotion* dan *personal branding* menjadi hal penting sebagai cara untuk meningkatkan 'nilai jual' seseorang. Melalui *self marketing*, *self promotion*, dan *personal branding*, dapat disatukan hal-hal utama pada individu yang melibatkan skill, kepribadian, dan karakter yang dibungkus sebagai identitas yang kuat dibanding identitas diri orang lainnya (Montoya & Vandehey, 2008). Di era digital sekarang ini *self marketing* menjadi keharusan untuk dilakukan, karena mudahnya orang mengakses internet dan dunia maya. Sebagai gambaran jumlah pengguna internet mencapai 132 juta orang. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa lebih dari 50% penduduk

Indonesia telah mengakses internet. Dan pengguna terbesar internet adalah kalangan remaja. Media sosial, sebagai salah satu bentuk media baru (new media) menjelma sebagai ruang yang diterjemahkan secara bebas oleh penggunanya. Seperti dinyatakan oleh Flew (2002) bahwa media baru memunculkan virtual reality. Realitas virtual ini merupakan fenomena yang sering muncul karena new media memungkinkan penggunanya untuk menggunakan ruang seluas-luasnya, lantas bagaimana mengkaikannya *Self marketing* dalam hal ini bukan dalam konteks negatif, namun lebih kepada bagaimana kita dapat 'menjual diri' kita dengan keunggulan kompetitif yang kita miliki. Ini merupakan hal penting yang harus dilakukan seorang profesional. *self marketing* merupakan strategi dalam meraih kesuksesan dalam karir. Mengingat setiap individu memiliki aspek yang unggul dalam dirinya ataupun kelemahan terkait dengan penguasaan dalam bidang pekerjaannya, maka melakukan usaha peningkatan kompetensi yang masih lemah juga harus dilakukan. Hermawan Kartajaya dalam bukunya yang berjudul "Marketing Yourself" menjelaskan tentang bagaimana kita dapat membangun kompetensi yang bersaing dan memasarkan diri kita dengan konsep Sembilan Elemen Pemasaran:

1. *Segmentation: View your marketing creatively*. Apabila kita telah bekerja maka yang disebut sebagai pasar adalah orang-orang yang ada di perusahaan kita, seperti bos kita, teman setingkat maupun anak buah. Kita harus lebih kreatif dengan melihat dimana tempat kita bekerja saat ini sehingga dapat memperlakukan orang-orang tersebut sesuai dengan karakternya.

2. *Targeting: Allocate your resources effectively*. Prinsip targeting digunakan karena sumberdaya dalam diri kita adalah terbatas. Sumberdaya dalam hal ini adalah waktu, tenaga/pikiran kita. Sebagai individu, kita tidak pernah memiliki unlimited time sehingga kita harus memanfaatkan waktu kita secara efektif dan efisien.

3. *Positioning: Lead your customer credibly*. *Positioning* mencerminkan apa yang dapat kita berikan kepada pelanggan. Apabila kita sudah bekerja dalam sebuah perusahaan, maka kita harus memposisikan diri kita agar memiliki sesuatu yang

berbeda dengan rekan-rekan lain dalam sebuah divisi/departemen. Didalam marketing, untuk dapat bersaing, kita harus mampu melebihi orang lain dan memiliki keunikan/nilai tambah. Keunikan itu yang akan menjadi *positioning* kita.

4. *Differentiation: Integrate your content and context.* Dalam hal ini *content* adalah apa yang menjadi 'isi' atau 'bobot' dari kita. Isi tersebut nampak dari pendidikan yang pernah kita tempuh, pengalaman-pengalaman yang pernah kita peroleh dan bakat yang kita miliki. Sedangkan *context* dalam hal ini secara sederhana adalah sesuatu yang membungkus daripada *content*. Misalnya saja seperti kemampuan komunikasi/ kemampuan interpersonal. Hal ini dikarenakan banyak orang pandai yang *content-nya/ isi-nya* penuh namun kurang bisa berkomunikasi dengan orang lain dengan baik. Selain itu juga bisa jadi memiliki *impact* yang kurang baik seperti cara berpakaian/ berpenampilan.

5. *Marketing Mix: Integrate your offer and access.* *Marketing mix* dalam hal ini meliputi 4P, yaitu *Product, Price, Place, Promotion*. Apabila kita telah memiliki strategi *positioning* dengan benar dan kita menunjang *positioning* kita adalah servis, yakni hal apa saja yang dapat kita berikan kepada customer. Misalnya saja kemampuan marketing, kemampuan *public relation*/kemampuan dalam pengelolaan sumber daya, semua ini adalah produk. Apabila kita seorang *fresh graduate* mungkin kita masih belum berani menentukan harga, namun jika kita telah memiliki servis yang bagus/ produk kita ini bagus, kita harus berani menentukan harga. Disisi lain kita harus menawarkan diri dalam arti menawarkan servis yang kita miliki dan juga harus memasang harga. Selain itu kita juga harus dapat diakses melalui *place* dan *promotion*. Dalam artian kita dapat diakses melalui *channel* mana dan jasa apa yang kita jual.

6. *Selling: Build long-term relationship with your customer.* *Selling* adalah tentang bagaimana kita dapat mengintegrasikan diri dengan pelanggan. Dalam hal ini marketing diri tidak sama dengan memarketingkan sebuah produk/jasa. Yang penting adalah kita harus pandai

menjaga interaksi dengan orang terutama yang menjadi target pasar kita.

7. *Brand: Avoid the Commodity-like trap.* Bagaimana membuat nama kita menjadi sebuah brand? Hal ini agar kita bisa lebih dikenal dan tidak seperti orang-orang kebanyakan. Misalnya saja apabila kita telah bekerja dalam sebuah perusahaan, kita dapat membranding diri kita di kantor dengan tidak hanya sebagai orang yang pintar secara teknis pekerjaan namun juga orang yang supel dan kreatif. Jagalah nama baik kita, sebab brand is value.

8. *Service: make service as your way of life.* Pada dasarnya servis memiliki tiga tingkatan, yaitu dari sisi intelektual, emosional dan spiritual. Dalam tingkat intelektual, kita harus mempelajari teknik pelayanan agar brand kita bagus. Kita juga harus belajar untuk mengontrol *mood* kita dan memahami *mood* orang lain agar dapat menyesuaikan servis kita dengan tepat kepada orang tersebut. Disisi lain kita harus berusaha menganggap bahwa servis merupakan tugas kita sehingga apabila ingin dianggap lebih bagus lagi, kita harus memasukkan servis ini sebagai bagian dari ibadah dalam bentuk pelayanan kepada orang lain.

9. *Process: Improve your quality, Cost and Delivery.* Dalam setiap servis yang harus diperhatikan adalah menjaga kualitas. Proses penanganan keluhan customer, permintaan pelanggan dan servis baru yang kreatif dan inovatif sangat diperlukan untuk menunjang peningkatan servis itu sendiri. Disisi lain kita juga harus memperhatikan agar biaya tetap efisien dan dapat diberikan tepat waktu.

Pada dasarnya keterampilan marketing diri harus dimiliki oleh setiap orang untuk dapat bersaing di era saat ini. Memarketingkan diri bukan berarti identik dengan menyombongkan diri, namun memasarkan diri mencakup memahami diri sendiri dan menampilkannya. Membuat orang lain memiliki kesan tersendiri terhadap kita. Kita juga dapat memberi harga yang layak pada diri sendiri sehingga dapat memposisikan pada kondisi yang layak.

Media sosial merupakan bentuk interaksi masa kini yang dapat menghubungkan semua orang melalui internet. Ada banyak fasilitas yang

diberikan oleh media sosial untuk membantu kita menyalurkan segala apapun yang ingin kita lakukan dan butuhkan. Kita harus dapat mengelola penggunaan media sosial secara produktif agar dapat bermanfaat untuk diri kita. Kemajuan ini harus dimanfaatkan untuk membentuk, salah satunya adalah kegiatan self marketing. Kalangan remaja terutama pelajar adalah salah satu pengguna media sosial yang biasanya memposting tentang kegiatan pribadinya, curhatannya, serta foto-foto bersama teman-temannya. Semakin aktif seorang remaja di media sosial maka mereka semakin terasah kemampuannya untuk menggunakan media sosial tersebut bagi pengembangan kemampuan dirinya. Pengguna media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada. Bagi kalangan remaja, media sosial menjadi media konektifitas mereka dengan dunia luar karena hampir tiada hari tanpa membuka media sosial, bahkan hampir 24 jam mereka tidak lepas dari smartphone. Media sosial terbesar yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja antara lain: Facebook, Twitter, Path, Youtube, Instagram, Kaskus, LINE, Whatsapp. Hal ini menjadi peluang bagi mereka untuk memarketkan dirinya melalui postingan kemampuan dan kegiatan yang diunggah pada platform media tersebut sebagai sarana membangun citra positif, mempromosikan kemampuan diri dan membangun personal branding, yang pada akhirnya akan memberikan dampak positif ke depannya bila dikelola dengan benar dengan cara yang sesuai dengan etika dan procedural yang benar.

Berdasarkan latar belakang dan situasi di atas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut; “Bagaimana pelajar SMPN 20 Kota Tangerang Selatan melakukan Kegiatan Self Marketing melalui Media Sosial di Era Digital?”

Tujuan

Kegiatan self marketing ini pelajar SMPN 20 Kota Tangerang Selatan diharapkan dapat memiliki pemahaman yang bagus tentang pentingnya memanfaatkan internet secara efektif untuk mempromosikan, memasarkan dan membranding diri mereka melalui platform media sosial yang mereka miliki. Mereka mampu

menggunakan kegiatan self marketing melalui IG, Facebook, hastag research dan influencer research, untuk membangun citra positif yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Pelajar SMPN 20 Kota Tangerang Selatan mampu memilih dan membedakan memanfaatkan platform media sosial yang ada dan disesuaikan dengan kebutuhan untuk promosi, pemasaran, branding personal, serta meluaskan jaringan berinteraksi dengan networking yang ada secara efektif. Selain itu mereka juga mampu memilih aplikasi dan mengadaptasi dengan kebutuhan promosi, pemasaran, personal branding serta perluasan jaringan dan berinteraksi di antara networking secara efektif. Berikutnya, mereka mampu mempraktekan membangun *self marketing* sesuai dengan arahan buku panduan. Pada akhirnya kegiatan pelatihan ini diharapkan mampu memberikan pemberdayaan bagi pelajar untuk membangun citra positif, personal brand yang kuat yang dapat memberi dampak positif bagi masyarakat khususnya kalangan remaja dan dapat menjadi agent of change pemberdayaan diri dan wilayahnya.

Manfaat

Dilaksanakan pelatihan mengenai SELF MARKETING: SENI MEMASARKAN DIRI BAGI KALANGAN REMAJA MELALUI MEDIA SOSIAL (Literasi Marketing Bagi Pelajar SMPN 20 Kota Tangerang Selatan), diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

Dengan kegiatan self marketing ini pelajar SMPN 20 Kota Tangerang Selatan akan memiliki pemahaman yang bagus tentang pentingnya memanfaatkan internet secara efektif untuk mempromosikan, memasarkan dan membranding diri mereka melalui platform media sosial yang mereka miliki.

Peserta mampu menggunakan kegiatan self marketing melalui IG, Facebook, hastag research dan influencer research, untuk membangun citra positif yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Peserta mampu memilih dan membedakan memanfaatkan platform media sosial yang ada dan disesuaikan dengan kebutuhan untuk promosi, pemasaran, branding personal, serta meluaskan jaringan berinteraksi dengan networking yang ada secara efektif.

Peserta mampu memilih aplikasi dan mengadaptasi dengan kebutuhan promosi, pemasaran, personal branding serta perluasan jaringan dan berinteraksi di antara networking secara efektif.

Peserta mampu mempraktekan membangun self marketing sesuai dengan arahan buku panduan.

Pada akhirnya kegiatan pelatihan ini diharapkan mampu memberikan pemberdayaan bagi pelajar untuk membangun citra positif, personal brand yang kuat yang dapat memberi dampak positif bagi masyarakat khususnya kalangan remaja dan dapat menjadi agent of change pemberdayaan diri dan wilayahnya.

Solusi dan Target Luaran

“Transformasi (perubahan) digital pada berbagai sektor, termasuk bidang pendidikan khususnya bagi pelajar, bukan lagi sebuah pilihan, tapi sudah menjadi keniscayaan dan keharusan. dalam setiap perubahan, jadikan teknologi sebagai nafas dari perubahan, pendidikan sebagai salah satu bidang pemberdayaan bagi manusia, terutama bagi remaja, perlu memanfaatkan ICT untuk mengembangkan kemampuan dan wawasan serta daya guna diri mereka bagi Negara, masyarakat, lingkungan serta diri sendiri.

Kegiatan ini di harapkan memberikan pemahaman yang mendalam tentang kegiatan self marketing, self promotion, personal branding, media social platform, karakteristik media social platform, aktifitas self marketing, self promotion dan personal branding dalam media social, seperti media Instagram dan facebook, hashtag research, influencer research, yang memberikan manfaat bagi remaja terutama pelajar SMPN 20 Kota Tangerang Selatan untuk melakukan pemberdayaan dirinya serta membantu mereka memahami kemampuan yang dimilikinya dapat memberikan nilai tambah bagi pengembangan diri sehingga diharapkan manfaat yang didapat memberi dampak yang positif bagi mereka, mampu melakukan kegiatan self marketing, self promotion, personal branding, mengangkat jati diri dan eksistensi diri mereka di tengah gegap gempitnya dunia maya. Menuntun mereka mengetahui kemampuan dan kompetensi karakteristik yang dimilikinya yang dapat membantu mereka untuk terlihat menonjol, standing out, di antara para pengguna social lainnya. Serta

memberikan gambaran foto diri mereka yang berdampak luas bagi diri mereka ke depannya nanti.

Setelah mengikuti pelatihan ini, peserta mengetahui manfaat tujuan dilaksanakan literasi kegiatan self marketing, self promotin, personal branding melalui media social platform ini adalah untuk membuka wawasan/pengetahuan dan memberikan bekal kepada remaja, terutama pelajar SMPN 20 Kota Tangerang Selatan untuk secara kritis memanfaatkan kemampuan menggunakan media sosial dan pemanfaatan internet dan platform media social yang dapat memberikan nilai ekonomi bagi mereka melalui kegiatan self marketing, self promotin, personal branding. Dengan demikian diharapkan nantinya para pelajar dapat secara professional memanfaatkan kemampuan self marketingnya untuk mengembangkan kompetensi diri dan mampu berkompetisi dan meningkatkan nilai dirinya secara positif.

METODE

Pengabdian dilakukan secara daring/tatap muka dengan melibatkan pelajar SMPN 20 Kota Tangerang Selatan.

Target dari program pengabdian masyarakat dengan tema Kegiatan “Self Marketing”: Seni Memasarkan Diri Bagi Kalangan Remaja Melalui Media Sosial adalah pelajar SMPN 20 Kota Tangerang Selatan.

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat terkait dengan literasi Kegiatan “Self Marketing”: Seni Memasarkan Diri Bagi Kalangan Remaja Melalui Media Sosial, dilakukan dengan praktek dan latihan serta asesmen melakukan self marketing melalui media social

Dalam pengabdian ini akan diisi oleh pemateri :

Untuk menjelaskan berbagai hal terkait dengan self marketing, self promotion, personal branding, media social platform, karakteristik media social platform, *IG dan Facebook, hastag research, influencer research* di atas, maka pelatihan ini dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

Ceramah

Metode ini dipilih untuk menyampaikan konsep-konsep yang penting dalam menjelaskan apa itu Self Marketing, self promotion, personal branding, media social platform, karakteristik media

social platform, IG, Facebook, hastag research, influencer research, serta contoh membuat penyajian self marketing, self promotion, personal branding dan *membangun networking di internet*, hingga menghasilkan sebuah citra dan image yang positif yang mengangkat self marketing sesuai dengan yang diharapkan.

Demonstrasi

Metode ini dipilih untuk menunjukkan contoh-contoh teknik self marketing di berbagai platform media social, melakukan self marketing, promosi diri, dan melakukan personal branding, melalui IG, Facebook, hastag research, influencer research yang sesuai dengan kebutuhan peserta, menyajikan contoh IG, Facebook, hastag research, influencer research, yang bagus dan bisa ditiru serta dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan.

Latihan dan Tanya Jawab

Metode ini digunakan untuk memperjelas wawasan dan pemahaman peserta, dan meminimalisir kesalahan memahami tools self marketing serta karakteristik media social yang digunakan untuk membuat personal branding dan memasarkan diri.

Jadual Kegiatan

Tahap kegiatan yang dilaksanakan dalam pelatihan ini dapat dijelaskan dalam bentuk *bar-chart* berikut ini yang menjelaskan apa, kapan, dan dimana akan dilakukan kegiatan pengabdian.

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan pada:
Hari & Tanggal : Rabu, 9 Februari 2022
Waktu : 10.00 – 13.00

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat yang berjudul “Self Marketing”: Seni Memasarkan Diri Bagi Kalangan Remaja Melalui Media Sosial telah terselenggara dengan baik dan lancar, aktivitas kegiatan dilaksanakan melalui *daring* dan berlangsung dengan optimal, dimulai dari proses pembukaan, penyampaian materi, simulasi, dan penutupan. Sasaran kegiatan ini pelajar SMPN 20 Kota Tangerang Selatan.

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat tersebut telah dilaksanakan pada hari Rabu, 09

Februari 2022, dimulai dari pukul 09.0-12.00. Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan dengan ceramah dan tanya jawab ini memerlukan kriteria sebagai berikut:

Lokasi : Virtual Room (Zoom Meeting)

Peserta : Pelajar SMP N 20 Kota Tangerang Selatan sebanyak 81 siswa

Bahan workshop dibagikan pada peserta terkait materi teoritis maupun praktek. Materi workshop yang disajikan dalam bentuk power point. Materi workshop dijelaskan secara interaktif dalam bentuk presentasi dan diskusi kelompok. Kegiatan Pengabdian pada masyarakat yang berjudul “Self Marketing”: Seni Memasarkan Diri Bagi Kalangan Remaja Melalui Media Sosial bagi pelajar SMP N 20 Kota Tangerang Selatan dilakukan via daring berupa ceramah, demonstrasi, serta tanya jawab berjalan lancar.

Kegiatan ini dilaksanakan 3 (tiga) jam yaitu dari pukul 09.00-12.00 WIB. Peserta kegiatan berjumlah 81 orang siswa.

Kegiatan pengabdian masyarakat “Self Marketing”: Seni Memasarkan Diri Bagi Kalangan Remaja Melalui Media Sosial, diadakan pada 09 Februari 2022. Acara dimulai pada pagi hari yang dihadiri oleh Kepala SMPN 20 Kota Tangerang Selatan beserta Dewan Guru, Kaprodi Ilmu Komunikasi, dan perwakilan Dosen Dosen Universitas Mercubuana Jakarta. Selama kegiatannya berlangsung para peserta sangat antusias dan responsif terhadap materi yang dipresentasikan. Dengan adanya sosialisasi ini, para pelajar diharapkan akan dapat memahami keterampilan khusus dalam mengikuti perkembangan digital. Mengawali kegiatan pertama pada pengabdian ini adalah sambutan dari Kaprodi Ilmu Komunikasi Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si., Kemudian dilanjutkan dengan sambutan oleh Kepala Sekolah SMP N 20 Kota Tangerang Selatan dan puncak acara pemaparan materi mengenai “Self Marketing”: Seni Memasarkan Diri Bagi Kalangan Remaja Melalui Media Sosial dengan pameri Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si, CPR beserta Tim. Dalam memberikan paparan materi mengenai Pemanfaatan media social untuk membentuk personal branding serta cara menggunakan tools yang dalam media social tersebut, membuat trending sehingga

membantu para peserta untuk promosikan diri melalui berbagai bentuk sajian di media social yang mereka miliki. seperti, Instagram & Facebook sebagai media trending untuk meningkatkan personal branding mereka, melalui tampilan karya yang tersaji di media sosial yang mereka Kelola. Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat bekerjasama dengan Pemda Kota Tangsel, khususnya dengan SMPN 20 Kota Tangerang Selatan dapat dijadikan program kegiatan berkelanjutan untuk mengawal kegiatan yang sudah dilakukan agar memiliki dampak positif dan berhasil guna bagi kalangan remaja, khususnya pelajar SMPN 20 Kota Tangsel, terutama dalam hal personal branding dan kemampuan mengelola kemampuan diri di media sosial

KESIMPULAN

Dari hasil pengabdian masyarakat “Self Marketing”: Seni Memasarkan Diri Bagi Kalangan Remaja Melalui Media Sosial disimpulkan bahwa sistem komunikasi digital dalam bentuk media sosial merupakan sebuah cara berkomunikasi yang sangat berbeda dengan sistem komunikasi analog atau sistem komunikasi konvensional. Pesan digital yang dapat dengan mudah dibentuk, dikemas dan disajikan, dan dengan daya tarik yang tinggi, telah mampu menciptakan reaksi yang luar biasa dan memberikan dampak yang sangat besar dan luas, perlu diseriuseri agar sistem ini memberi dampak yang dapat dikendalikan. Berdasarkan hasil kegiatan PPM, “Self Marketing”: Seni Memasarkan Diri Bagi Kalangan Remaja Melalui Media Sosial disimpulkan media social sarana yang bagus untuk menciptakan, meningkatkan personal branding hal ini dapat menaikan daya saing menunjukan kemampuan setiap individu untuk untuk kerja melalui pengelolaan media social yang mereka miliki.

Kegiatan pengabdian ini dapat dilanjutkan untuk mengawal kegiatan yang dilakukan agar memiliki dampak positif dan berhasil guna, terutama dalam hal personal branding dan mengelola kemampuan diri di media social.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam kesempatan ini, pelaksana pengabdian kepada masyarakat tak lupa mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu kelancaran kegiatan, baik dari unsur internal Universitas Mercu Buana maupun pihak eksternal. Tanpa bantuan yang diberikan, akan terasa sulit kegiatan dapat dilakukan secara baik. Semoga kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan dapat bermanfaat, baik secara akademis maupun terkait silaturahmi Universitas Mercu Buana dengan SMP N 20 Kota Tangerang Selatan.

REFERENSI

Flew, T. (2002). *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Press.

Fuady, M. E. (2002). Surat Kabar Digital sebagai Media Konvergensi di Era Digital. *Jurnal Mediator*, 2 (1), halaman 55—61.

Kertawijawa, Hermawan (2005), *Marketing Yourself: Kiat Sukses Meniti Karier dan Bisnis*, penerbit Markplus & Company

Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Opra*

<https://www.idntimes.com/life/inspiration/nurul-aulia/5-kegiatan-positif-yang-bisa-dilakukan-di-media-sosial-c1c2/5>

<https://puspensos.kemensos.go.id/perubahan-perilaku-di-kalangan-remaja-akibat-pengaruh-media-sosial>

[Personal Branding Remaja di Era Digital .pdf](#)

<https://www.jtanzilco.com/blog/detail/273/slug/self-marketing-untuk-personal-branding>

