

Personal Branding: Teknik Merajut Identitas Personal dalam Wacana

Anwar Sanusi^{1*}, Masduki Asbari²

^{1,2}Universitas Insan Pembangunan Indonesia, Indonesia

*Corresponding author: anwarsanusi20059@gmail.com

Abstrak - Artikel ini adalah sebuah review terhadap buku yang berjudul "The Master of Personal Branding." Dalam karya ini, penulis Farco Siswiyanto Raharjo menggali konsep personal branding dengan penekanan khusus pada pengembangan keterampilan berbicara. Artikel ini mengulas secara kritis panduan yang disajikan dalam buku tersebut, membahas konsep-konsep utama yang diajukan oleh penulis, serta mengevaluasi relevansi dan kepraktisan penerapannya dalam membangun citra diri. Dengan merinci aspek-aspek penting seperti strategi komunikasi dan pendekatan yang disajikan, pembaca akan mendapatkan wawasan yang komprehensif tentang kontribusi buku ini terhadap pengembangan personal branding. Melalui penelitian kualitatif deskriptif, kita akan menguraikan konsep-konsep kunci, seperti kepercayaan diri, ketepatan pesan, dan keterampilan berbicara yang memukau, dengan tujuan menganalisis dan menyusun kerangka konseptual untuk pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana teknik-teknik berbicara ini dapat menjadi pilar utama dalam pembentukan dan peningkatan daya tarik serta pengaruh personal.

Kata Kunci: *Debat, Keterampilan Berbicara, Komunikasi, Membaca, Percaya diri.*

Abstract – This article provides a review of the book titled "The Master of Personal Branding." In this work, the author Farco Siswiyanto Raharjo explores the concept of personal branding with a specific emphasis on the development of speaking skills. The article critically examines the guidance presented in the book, discusses the key concepts proposed by the author, and evaluates the relevance and practicality of its application in building one's self-image. By detailing crucial aspects such as communication strategies and presented approaches, readers will gain comprehensive insights into the contribution of this book to personal branding development. Through qualitative descriptive research, key concepts such as self-confidence, message accuracy, and captivating speaking skills will be outlined, with the aim of analyzing and constructing a conceptual framework for a deeper understanding of how these speaking techniques can serve as a primary foundation in the formation and enhancement of personal allure and influence.

Keywords: *Communication, Debate, Reading, Self-Confidence, Speaking Skills.*

PENDAHULUAN

Keterampilan berbahasa Indonesia terdiri dari kemampuan mendengar, berbicara, menulis, dan membaca. Keempat keterampilan ini saling berkaitan satu dengan yang lain dan menciptakan fondasi yang kokoh untuk komunikasi yang efektif. Istilah menyimak dalam keterampilan Bahasa Indonesia sering kali merujuk pada kemampuan mendengarkan dan memahami informasi secara cermat, namun demikian pemahaman lebih mendalam tentang keterampilan menyimak mengungkap perbedaan esensial dalam pendekatan dan prosesnya. Keterampilan membaca dan menulis, dalam studi ini penting dalam pembentukan pemahaman, analisis, dan ekspresi yang kuat. "Menulis dapat diartikan sebagai kegiatan menuangkan ide/gagasan dengan menggunakan bahasa tulis sebagai media penyampai (Tarigan, 1986:15)". Menulis juga dapat diartikan sebagai ruang untuk mengekspresikan secara tertulis gagasan, ide, pendapat, atau pikiran dan perasaan, sedangkan Membaca adalah proses yang dilakukan serta digunakan oleh pembaca untuk memperoleh pesan, yang hendak disampaikan oleh penulis melalui bahasa tulis (Tarigan 2008:7)". Satu hal yang membuatnya pintar dan sukses membuat berbagai penemuan tak lain adalah kegemarannya membaca buku. (Mujiran, 2008), dengan dasar pemahaman tentang keterampilan berbahasa Indonesia dan pengaruhnya terhadap perkembangan individu, karya ilmiah ini membuka pintu wawasan yang lebih mendalam lagi tentang bagaimana penerapan keterampilan ini dapat membantu individu mencapai hasil yang lebih baik.

Dalam dunia yang terus berubah dengan pesat, keterampilan personal branding menjadi kunci utama dalam meraih kesuksesan dan membuat dampak yang signifikan. Salah satu panduan yang menarik perhatian dalam eksplorasi konsep personal branding adalah buku berjudul "The Master of Personal Branding" karya Farco Siswiyanto Raharjo. Dalam karya ini, penulis mengajak pembaca untuk menjelajahi konsep-konsep yang

mendalam tentang membangun merek diri yang kuat, dengan fokus khusus pada pengembangan keterampilan berbicara.

Buku ini memberikan sorotan khusus pada teknik berbicara sebagai salah satu elemen inti dalam proses membangun personal branding yang efektif. Dengan membahas panduan yang disajikan oleh penulis, pembaca akan dihadapkan pada berbagai strategi komunikasi yang dapat membentuk citra diri yang meyakinkan. Farco Siswiyanto Raharjo tidak hanya menyajikan teori, tetapi juga memberikan panduan praktis untuk mengasah keterampilan berbicara melalui latihan-latihan yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Buku ini mengeksplorasi relevansi dan kepraktisan penerapan konsep-konsep tersebut dalam konteks realitas sehari-hari. Dengan merinci aspek-aspek penting, seperti strategi komunikasi yang efektif dan pendekatan yang disajikan, pembaca akan mendapatkan wawasan komprehensif tentang bagaimana teknik berbicara dapat menjadi alat utama dalam pembentukan dan peningkatan daya tarik serta pengaruh personal. Melalui artikel ini, kita akan mengeksplorasi bagaimana buku ini memberikan sumbangan berharga terhadap pemahaman dan penerapan personal branding, terutama melalui lensa keterampilan berbicara yang memukau.

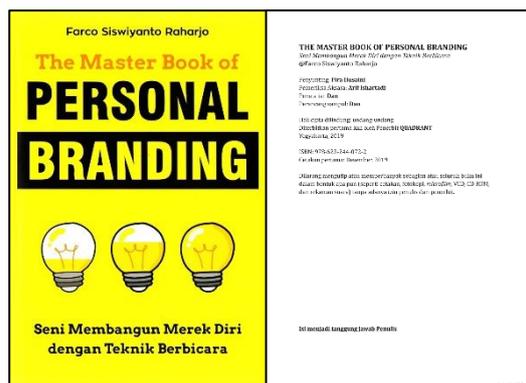
Personal branding adalah bagaimana kita mengambil kendali atas penilaian orang lain terhadap kita, sebelum ada pertemuan langsung (Montoya dkk, 2008). Berdasarkan buku "The Personal Branding Phenomenon" oleh Peter Montoya, ada delapan konsep utama untuk membangun personal branding: spesialisasi, otomatisasi, konsistensi, kepemimpinan, visibilitas, kredibilitas, network, dan kualitas. Buku ini menekankan pentingnya menjadi ahli dalam bidang tertentu, membangun sistem yang mendukung branding, menjaga konsistensi dalam perilaku dan pesan, serta memimpin dalam spesialisasi masing-masing. Visibilitas diperoleh melalui media dan platform, sementara kredibilitas dibangun melalui pengalaman dan rekomendasi. Hubungan interpersonal yang kuat (network) dan menjaga kualitas dalam semua aspek juga menjadi fokus utama dalam mencapai personal branding yang efektif. Hal-hal yang tidak konsisten akan melemahkan personal branding, dimana pada akhirnya, akan menghilangkan kepercayaan, serta ingatan orang lain terhadap diri (McNally dkk, 2002)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif yang difokuskan pada analisis review buku "The Master of Personal Branding". Pendekatan ini dipilih untuk memahami pandangan dan tanggapan pembaca terhadap isi buku serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang diungkapkan dalam ulasan.

Populasi penelitian ini adalah seluruh review buku "The Master of Personal Branding" yang tersedia secara daring, dengan pemilihan sampel dilakukan secara purposive untuk mencakup variasi pendapat dari berbagai sumber. Pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri dan mengumpulkan review buku dari berbagai platform daring seperti situs penjualan buku, blog, dan media sosial. Data yang terkumpul akan dianalisis secara kualitatif melalui pengidentifikasian pola umum, temuan positif, dan kritik yang muncul dalam ulasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Jumlah Halaman
260.0

Penerbit
Quadrant

Tanggal Terbit
9 Jan 2020

Berat
0.208 kg

ISBN
9786232440722

Lebar
14.0 cm

Bahasa
Indonesia

Panjang
20.0cm

Isi Buku

Strategi membangun personal branding yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan melibatkan beberapa langkah kunci. Pertama, mengenali diri dengan memahami nilai, minat, keahlian, dan sifat yang membedakan diri menjadi fondasi utama. Kemudian, menetapkan tujuan yang jelas, baik dalam karier, bisnis, maupun kehidupan pribadi, untuk memberikan arah dan fokus pada pengembangan personal branding. Konsistensi dalam perilaku, pesan, dan citra yang ingin disampaikan dianggap penting untuk membangun kepercayaan dan daya ingat. Tak kalah pentingnya, memperbanyak relasi dan membangun jaringan hubungan yang mendukung personal branding menjadi langkah strategis dalam meningkatkan visibilitas dan dukungan. Dengan menerapkan strategi ini,

seseorang dapat secara proaktif membentuk dan mengelola citra diri sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai yang ingin disampaikan, sehingga menciptakan personal branding yang kuat dan autentik.

Pada dasarnya, membangun personal branding menciptakan keterkenalan yang lebih baik, memberikan peluang karier dan bisnis yang lebih luas, dan meningkatkan kredibilitas seseorang di mata publik. Selain itu, personal branding juga berperan dalam pengembangan pengaruh dalam industri atau komunitas tertentu, memperluas jaringan hubungan, dan membangun dukungan dari pengikut setia. Tak hanya itu, proses membangun personal branding juga memperbaiki kemampuan berbicara dan berkomunikasi, memberdayakan diri sendiri, dan meningkatkan ketahanan dalam menghadapi tantangan. Dengan merinci nilai-nilai dan tujuan pribadi, seseorang tidak hanya menciptakan citra positif tetapi juga menyempurnakan kemampuan dan potensi diri untuk mencapai kesuksesan holistik. Sebagai suatu konsep yang holistik, personal branding bukan hanya tentang citra, tetapi juga tentang pemberdayaan diri dan pengoptimalan potensi individu dalam segala aspek kehidupan.

Berbicara di depan publik memerlukan teknik berbicara yang baik, termasuk bahasa verbal dan non-verbal. Beberapa teknik yang dapat membantu dalam berbicara di depan publik adalah mempersiapkan diri dengan baik, menguasai materi yang akan disampaikan, dan menggunakan bahasa tubuh yang tepat. Selain itu, ada beberapa hal yang harus dihindari ketika berbicara di depan umum, seperti tidak membaca naskah secara terus-menerus, tidak mengabaikan audiens, dan tidak menggunakan bahasa tubuh yang tidak sesuai. Dengan menghindari hal-hal tersebut, seseorang dapat meningkatkan kemampuan public speaking dan membangun personal branding yang kuat.

Membangun personal branding melalui lobi dan negosiasi merupakan suatu proses yang esensial dalam upaya membangun dan mengelola citra atau reputasi diri, baik dalam konteks kehidupan pribadi maupun profesional. Untuk mencapai personal branding yang efektif, langkah pertama yang harus diperhatikan adalah mengenali diri dengan baik. Ini mencakup pemahaman mendalam terhadap nilai-nilai, minat, keahlian, dan sifat-sifat unik yang membedakan diri seseorang dari yang lain. Setelah itu, menetapkan tujuan yang jelas dalam karier, bisnis, atau kehidupan pribadi menjadi langkah selanjutnya. Keberhasilan dalam membangun personal branding juga sangat tergantung pada komitmen untuk membentuk dan mengelola citra diri dengan tujuan mencapai target yang telah ditetapkan.

Dalam proses ini, beberapa teknik menjadi kunci dalam membentuk personal branding yang solid. Pertama, membangun koneksi yang kuat dengan audiens, rekan kerja, dan pihak terkait merupakan langkah penting. Keterlibatan aktif dan jaringan yang luas dapat membantu memperluas dampak personal branding. Selanjutnya, membangun kredibilitas menjadi fokus utama dengan menunjukkan kompetensi, keahlian, dan pengetahuan yang dimiliki. Ini dapat diterapkan melalui konsistensi dalam memberikan hasil yang baik dan memberikan kontribusi yang bernilai dalam setiap kesempatan.

Tidak kalah penting, penggunaan media sosial dan kemampuan berbicara dengan efektif juga menjadi alat strategis dalam membangun personal branding. Melalui media sosial, seseorang dapat meningkatkan visibilitas dan mencapai audiens yang lebih luas, sementara kemampuan berbicara yang baik dapat memperkuat kesan positif tentang diri sendiri. Dengan memahami dan menerapkan secara konsisten teknik-teknik ini, seseorang dapat membangun personal branding yang kuat, membantu mereka mencapai kesuksesan dalam karier, bisnis, dan kehidupan pribadi.

Dalam era "The Master of Personal Branding," perkembangan media sosial menawarkan peluang besar untuk membangun reputasi positif. Untuk mencapai hal ini, konsistensi dalam menyampaikan konten autentik yang sesuai dengan nilai dan tujuan pribadi sangat penting. Hindari konten kontroversial, pertahankan profesionalitas, dan hindari tindakan yang dapat merugikan reputasi. Keterlibatan positif dengan audiens, etika dalam peningkatan visibilitas, dan menjaga privasi juga merupakan kunci dalam memanfaatkan media sosial secara efektif. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, seseorang dapat menjadi ahli dalam membangun dan mengelola personal branding yang kuat dan positif melalui platform media sosial. Adapun orang-orang mengenalkan diri dengan sebutan *selling yourself*, yang berarti menjual reputasi kita, dimana kita harus memiliki sebuah merek diri yang bernilai reputasinya. Jadi, konsep ini bisa berlaku untuk pelaku usaha, UMKM, pegawai negeri, professional, orang berbakat, dan bahkan Negara (Riyanto, dkk 2016)

Membangun personal branding melalui sikap kepemimpinan adalah aspek krusial yang ditekankan dalam buku "The Master of Personal Branding." Dalam konteks ini, seorang pemimpin diartikan sebagai individu yang tidak hanya memimpin orang lain, tetapi juga mampu memotivasi, memberdayakan, dan memberikan inspirasi. Buku ini menguraikan berbagai jenis pemimpin, termasuk pemimpin transaksional yang fokus pada pencapaian tujuan dan pemimpin transformasional yang mampu membentuk visi dan menginspirasi perubahan positif. Pemimpin yang efektif, menurut buku ini, adalah mereka yang menggabungkan keterampilan kepemimpinan dengan integritas, empati, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan.

Beberapa hal yang dilakukan untuk membangun personal diri, semua kembali lagi kepada diri kita sendiri, "Apabila anda tidak bisa menemukan hal utama dalam diri anda dan rasa cinta untuk diri anda sendiri, tak aka nada yang berhasil" (Chris Brogan,2010).

Kelebihan Buku

Buku "The Master of Personal Branding" memberikan pandangan holistik terkait pembangunan dan pengelolaan citra diri. Langkah-langkah kunci yang dijelaskan, seperti mengenali nilai, minat, dan keahlian, memberikan fondasi yang kuat untuk memulai perjalanan personal branding. Penetapan tujuan yang jelas di bidang karier, bisnis, dan kehidupan pribadi memberikan arah dan fokus yang diperlukan. Konsistensi dalam perilaku, pesan, dan citra menjadi pilar penting untuk membangun kepercayaan dan daya ingat. Pengembangan relasi dan jaringan yang mendukung personal branding dianggap strategis untuk meningkatkan visibilitas dan dukungan.

Kekurangan Buku

Buku ini mungkin dapat lebih memperkaya kontennya dengan menyediakan contoh kasus yang lebih konkret untuk memberikan ilustrasi langsung tentang penerapan strategi personal branding. Selain itu, aspek etika dan tanggung jawab dalam membangun citra diri bisa mendapatkan penekanan lebih lanjut, termasuk bagaimana menghindari tindakan yang dapat merugikan orang lain atau menciptakan citra yang tidak sesuai dengan realitas. Terakhir, pembahasan tentang tantangan dan kejadian negatif dalam perjalanan membangun personal branding dapat memberikan keseimbangan yang lebih baik dan membantu pembaca mengatasi hambatan yang mungkin mereka temui.

KESIMPULAN

Berdasarkan tinjauan terhadap strategi membangun personal branding yang diterapkan dalam kehidupan, dapat disimpulkan bahwa pendekatan holistik dan terarah menjadi kunci utama kesuksesan. Mengenali diri dengan mendalam, menetapkan tujuan yang jelas, menjaga konsistensi dalam perilaku dan pesan, serta membangun hubungan yang mendukung merupakan langkah-langkah krusial. Proses ini tidak hanya menciptakan keterkenalan yang lebih baik, tetapi juga membuka peluang karier dan bisnis yang lebih luas.

Selain itu, personal branding juga membantu dalam pengembangan pengaruh di industri atau komunitas tertentu, memperluas jaringan hubungan, dan membangun dukungan dari pengikut setia. Tidak hanya berfokus pada citra, personal branding juga mencakup pemberdayaan diri dan pengoptimalkan potensi individu dalam berbagai aspek kehidupan. Teknik berbicara di depan umum, lobi, negosiasi, penggunaan media sosial, dan kemampuan kepemimpinan merupakan elemen-elemen penting dalam proses ini. Pentingnya menghindari konten kontroversial dan menjaga etika dalam memanfaatkan media sosial menjadi sorotan tambahan.

Membangun personal branding adalah perjalanan holistik yang melibatkan pemahaman diri, penetapan tujuan, konsistensi, pembangunan hubungan, dan penerapan berbagai teknik komunikasi. Dengan mengikuti strategi ini, seseorang dapat menciptakan citra diri yang kuat, meningkatkan kemungkinan sukses dalam berbagai aspek kehidupan, dan membawa dampak positif dalam industri atau komunitas tempat individu tersebut berpartisipasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Brogan, Chris. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons.
- Mujiran, Paulo. (2008). "Menumbuhkan Kebiasaan Membaca Sejak Dini" dalam FA. Wiranto (Ed.), *Perpustakaan Dalam Dinamika Pendidikan dan Kemasyarakatan*. Semarang: Unika Soegiyapranata.
- Montoya, Peter. (2008). "The Brand Called You". Peter Montoya.
- Montoya, Peter. (2008). "The Create a Personal Brand That Wins Attention and Grows Your Business". Peter Montoya with Tim Vandehey. New York: McGraw-Hill
- Riyanto, Setyo, Dkk. (2016). "Selling Yourself". Jakarta: MarkPlus Indonesia.
- Tarigan, Henry Guntur. (1986). *Menulis sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Tarigan, Henry Guntur. (2008). *Membaca Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.