

STRATEGY TO BUILD YOUR PERSONAL BRANDING

Erna Febriani, S.Si, M.Si

Pertemuan 6

“Personal branding is not about you, it is about putting your stamp on the value you deliver to others”
William Arruda.

Personal branding yang tercipta dari individu yang merupakan usaha menempatkan kesan di mata orang lain merupakan sebuah proses yang akan membawa anda menuju hidup yang lebih sukses dan bahagia. Dalam membangun *personal branding* ada baiknya anda melakukan proses pencarian identitas diri, mencari arti kehidupan bagi diri anda dan memahami dengan jelas apa yang ingin Anda capai dari hidup anda lebih dahulu. Selain itu, mengubah pikiran anda menjadi selalu positif, mentransformasi energi positif menjadi sesuatu yang bermanfaat untuk orang lain, melakukan apa yang anda sukai serta mengembangkan diri secara berkelanjutan juga akan bermanfaat bagi proses pembentukan *Personal branding* anda. *Personal branding* anda semestinya mencerminkan karakter asli anda, serta mampu membangun nilai-nilai, kekuatan, keunikan dan kemampuan anda. Jika anda melakukan tahapan yang sesuai dengan memahami komponen-komponen asli yang ada dalam diri anda maka anda dapat membangun *personal branding* yang kuat, jelas, lengkap serta memiliki nilai bagi orang lain. Disamping itu, anda juga akan membuat orang lain tertarik dengan anda serta kesempatan-kesempatan yang sempurna akan secara otomatis datang menghampiri anda. Jika anda tidak menyampaikan citra diri anda atau menyampaikan citra diri yang tidak sesuai dengan kekhasan dan keaslian diri anda dan terus menerus mempromosikan diri anda, anda akan dianggap sebagai orang yang egois, memiliki kepribadian buruk dan *personal branding* anda hanya akan dianggap pencitraan palsu semata.

Dalam membangun *personal branding*, ingatlah bahwa cinta merupakan elemen yang juga penting dalam proses pembentukan *personal branding*. Cinta dalam konteks ini adalah mencintai diri sendiri, mencintai orang lain dan mencintai apa yang anda lakukan. *Pertama*, mencintai diri sendiri dimulai dengan menerima segala sesuatu yang telah Tuhan berikan pada diri anda. Fisik, karakter serta intelektual yang anda miliki harus anda terima sebagai anugerah dari Tuhan, dengan begitu maka segala sesuatu yang anda lakukan akan mencerminkan kepercayaan diri anda. Mencintai diri sendiri bukan berarti anda menutup diri dari menerima masukan atau saran orang lain, mencintai diri sendiri bukan berarti anda menganggap diri anda lebih baik dari diri orang lain sehingga anda merasa sombong, mencintai diri sendiri adalah menerima segala kelebihan dan kekurangan diri anda dan menggunakan kemampuan yang anda miliki agar bisa berbuat sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain. Mencintai diri sendiri akan meningkatkan kepercayaan diri anda sehingga karakter rendah diri tidak menjadi bagian dari karakter anda. Abraham Maslow dalam buku *Personal Branding* karya Rampersad menyatakan “*we can only respect others when we respect ourselves. We can only love when we love ourselves*”, mencintai diri sendiri, orang lain dan mencintai apa yang anda lakukan berhubungan dengan ambisi personal anda.

Sedang menunjukkan cinta kepada diri sendiri, orang lain dan kepada apa yang anda lakukan berhubungan dengan *personal branding* anda. Tanpa mengetahui siapa diri anda maka sulit bagi diri anda mencintai diri sendiri dan orang lain. Anda butuh menemukan definisi diri anda, mengidentifikasi diri anda, memahami sesuatu yang menarik dari diri anda dan mengembangkan hubungan emosional yang positif dengan diri anda sendiri terlebih dahulu, karena jika tidak orang lain juga akan sulit membangun hubungan emosional yang positif serta tertarik dengan dengan kepribadian anda.

Kedua, mencintai orang lain. Dalam *personal branding*, mencintai orang lain dan berusaha menyenangkan orang lain akan memancarkan perilaku yang positif dan menyenangkan. Oleh karena itu erat kaitannya antara *personal branding* dan tata karma atau etiket pergaulan. Berusaha menyenangkan orang lain merupakan dasar etiket, hal ini dapat membantu membangun hubungan baik dengan individu. Salah satu contoh etiket pergaulan yang akan membantu membentuk *personal branding* anda manakala anda rekan anda yang kesulitan atau mengalami kesedihan tunjukkan empati anda minimal menjadi pendengar yang baik, biarkan ia menjadikan anda sebagai tempat berkeluh kesah, karena itu menandakan dia mempercayai anda, berikan saran positif, kuatkan ia dengan memberikan motivasi. Satu hal yang penting, jika rekan anda bercerita sesuatu yang sifatnya pribadi dan rahasia, jangan pernah membeberkannya kepada orang lain, karena jika anda melakukan itu maka akan berdampak pada *personal branding* anda tidak hanya di mata rekan anda tersebut tapi juga di mata orang lain. Oleh karena itu, salah satu hal penting dalam membentuk citra diri di mata orang lain adalah jadilah pendengar yang baik dan dapat dipercaya.

Ketiga, mencintai apa yang anda kerjakan. Dengan mencintai apa yang anda kerjakan maka anda akan lebih berdedikasi pada pekerjaan anda tersebut. Anda berusaha memaksimalkan potensi diri anda dalam pekerjaan tersebut. Oleh karena itu, jika anda melakukan sebuah pekerjaan, usahakan anda *engage* dengan apa yang anda kerjakan, anda nyaman dengan apa yang anda kerjakan dan berusaha mencintai pekerjaan anda tersebut. Ada dua pilihan dalam hidup anda mengenai pekerjaan anda, cintai pekerjaan anda atau tinggalkan pekerjaan yang tidak anda sukai lalu cari pekerjaan lain. Walau sebelum anda memilih keputusan kedua anda harus berusaha terlebih dahulu untuk mencintai pekerjaan anda. Ambil keputusan *Take it or leave it*, ini dilakukan semata agar anda dapat memaksimalkan potensi diri anda, memaksimalkan konsep diri anda dan mempermudah anda membentuk *personal branding* anda.

VISI DIRI

Pernyataan tentang visi diri anda adalah menjelaskan bagaimana anda ingin merealisasikan mimpi jangka panjang anda. Hal ini akan mengindikasikan kemana arah mimpi anda, bagaimana nilai, kepercayaan dan prinsip mengarahkan perjalanan hidup anda, apa yang ingin raih dalam hidup anda, apa harapan anda, karakter yang anda inginkan, apa pekerjaan impian anda dan cita-cita anda. Tanyakan kepada diri anda dan jawablah dengan jujur. Lakukan juga identifikasi perilaku yang anda ingin ubah dan bagaimana usaha anda mengubahnya. *Your personal vision takes care of inner guidance and determine today's action in order to reach the most desired future. It functions as an ethical compass, which give meaning to your life* (Rampersad, 2009: 34). Oleh karena itu jika anda ingin meraih kesuksesan tidak ada salahnya anda menetapkan visi hidup anda secara jelas sebagai arahan untuk meraih masa depan yang lebih cemerlang.

CONTOH MENETAPKAN VISI DIRI

Untuk hidup lebih lengkap, jujur dan terarah serta memberikan manfaat bagi orang lain, saya ingin merealisasikan visi-visi hidup saya sebagai berikut:

- Saya ingin sehat secara fisik dan mental
- Saya ingin memiliki gairah dalam kehidupan serta menebarkan kasih sayang terhadap sesama agar dapat menginspirasi, membuat orang lain lebih menghargai saya dan selalu melakukan semua hal yang bermanfaat dalam hidup dengan berlandaskan cinta pada sesama manusia.
- Saya ingin memberikan energi dan inovasi pada organisasi dimana semangat individu dapat dikembangkan
- Saya ingin menikmati apa yang saya kerjakan, mencintai apa yang saya miliki, dengan penuh inisiatif.
- Saya ingin menerima tantangan secara berkelanjutan dan tetap belajar hal-hal baru.
- Mencapai kemapanan dan keamanan dalam keuangan.

MISI DIRI

Misi diri adalah bagaimana anda menjalankan dan memberikan arti pada kehidupan yang anda jalani. Misi hidup ada menunjukkan filosofi hidup dan tujuan hidup anda. Memahami siapa diri anda, alasan dibalik keberadaan anda, apa yang membuat anda unik, spesial dan berbeda dari orang lain. Contoh penetapan misi diri:

- Menikmati kebebasan untuk mengembangkan dan membagikan pengetahuan, terutama ketika pengetahuan itu dapat bermanfaat untuk orang lain.
- Membangun dunia yang penuh cinta dan semangat dengan cara mencintai dan memberikan semangat kepada diri sendiri dan orang lain.

PERSONAL BRANDING YANG EFEKTIF

Dalam buku *Personal Branding*, Rampersad menyebutkan kriteria personal branding yang efektif, sebagai berikut:

- *Authenticity* : *Be your own brand. You are the CEO of your life. Your brand must be built on your true personality. It should reflect your character, behavior, values, and vision. It should therefore be aligned with your personal ambition.*

- *Integrity* : You must adhere to the moral and behavioral code set down by your personal ambition.
- *Consistency* : you need to be consistent in your behavior. This take courage. Can others always depend and count on you? Are you doing relevant things again and again?
- *Specialization* : focus on the area of specialization. Be precise, concentrated on a single core talent or unique skill. Being a generalist without any specialized skills, abilities, or talents will not make you unique, special and different.
- *Authority* : to be seen as a recognized expert in a certain field, extremely talented, high experienced, and perceived as an effective leader.
- *Distinctiveness* : Distinguish yourself based on your brand. It needs to be expressed in a unique way that is different from the competition and needs to add value to others. It needs to be clearly defined that its audience can quickly grasp what it stands for.
- *Relevant* : what you stand for should connect to what your target audience considers to be important.
- *Visibility* : It must be broadcast over and over again, continuously, consistently and repeatedly, until it's embedded in the minds of the audience. It is about repetition and long term exposure.
- *Persistency* : your brand needs time to grow. It should be developed organically. You've got to stick with it, don't give up, believe in yourself and be patience. Great brands like Tiger Woods, Oprah Winfrey have taken years to become icons after a long period of dedicated work, sacrifice, courage, planning, and the patience to persist.
- *Goodwill* : people do business with people they like. Your personal brand will produce better result and endure longer if you are perceived in a positive way. You must be associated with a value that is recognized as positive and worthwhile.
- *Performance*: performance is the most important element after your brand has become known. If you don't perform and improve yourself continuously, personal brand will be a sham. Your personal brand should therefore be translated into your personal balance scorecard.

Komponen Terlihat dan Tak Terlihat

Berbicara tentang komponen yang dapat mempengaruhi proses *branding* pada individu, komponen tersebut dapat dibedakan menjadi dua jenis, komponen-komponen ini merupakan modal untuk membangun *personal branding*. Komponen pertama yaitu komponen yang terlihat, komponen yang terlihat ini merupakan sesuatu yang ada dalam diri individu dan dapat dilihat secara kasat mata seperti *skill*, *behavior* dan penampilan. Komponen terlihat ini secara langsung dapat dilihat oleh orang lain karena sifatnya yang terbuka, nampak dari luar. Komponen terlihat ini juga berupa cara berkomunikasi dan memperlakukan orang lain.

Skill atau keahlian adalah kecakapan yang dimiliki seseorang, keahlian dapat dilihat dari kombinasi pengetahuan dan keterampilan seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Ketika seorang lulusan Public relations bekerja dalam suatu perusahaan, keahlian menangani krisis atau menjalankan program PR juga sangat mempengaruhi pembentukan *personal branding*-nya. Karena *skill* merupakan salah satu komponen utama dalam *personal branding*, dimana orang lain cenderung memperhatikan komponen ini dan kemudian menjadikan salah satu acuan untuk membuat identitas atas seseorang yang dikenalnya.

Selanjutnya adalah *behavior* atau perilaku, komponen terlihat ini memegang peranan cukup penting dalam proses pembentukan *personal branding*, karena apa yang dirasakan orang lain terhadap kita, bagaimana kita memperlakukan orang lain dan bereaksi terhadap sesuatu akan mendorong seseorang untuk memberikan pandangan tersebut untuk diri kita. Perilaku dalam hal ini berbanding lurus dengan

penilaian orang lain, dimana perilaku yang baik akan dinilai positif, sebaliknya perilaku tidak baik akan dinilai tidak baik oleh orang lain.

Salah satu contoh berperilaku ketika pertama kali bertemu orang lain dengan pedoman 6S dalam aturan perkenalan, salam dan jabat tangan:

- *STAND*: berdiri terhadap pegawai senior dan tunjukkan rasa hormat bila bertemu atau memberi salam pada orang lain. Pria berdiri saat diperkenalkan oleh wanita.
- *SMILE*: dari seseorang biasanya mampu memberi semangat kepada orang lain.
- *SEE*: Menatap mata orang lain menunjukkan bahwa Anda ramah, bahwa anda tertarik dengan orang lain.
- *SHAKING HANDS*: Merupakan cara memberi salam yang umum. Jabat tangan harus tegas (bukan kuat) dan tangan dalam keadaan bersih dan kering. Selaput tangan antara jempol dan jari telunjuk harus menyentuh selaput tangan orang yang dijabat. Jika diperlukan, seka tangan sebelum berjabat tangan.
- (Peringat: Pria harus terlebih dahulu menunggu wanita menjulurkan tangannya. Jika wanita tidak menjulurkan tangannya maka pria pun tidak. Akan tetapi dalam bisnis pria dan wanita boleh saling menjulurkan tangan).
- *SPEAK* : Ucapkan nama Anda secara jelas dan perlahan
- *SAY* : Ucapkan kembali nama orang yang baru saja diperkenalkan kepada Anda. Orang senang mendengar namanya disebut dengan benar dan bersahabat. Selain itu cara ini akan membantu Anda mengingat nama orang yang bersangkutan.

Komponen terlihat selanjutnya adalah penampilan (*total look*), bagaimana cara berbusana, memadupadankan aksesoris, memilih warna rambut, memperhatikan kebersihan tubuh serta menempatkan riasan ringan untuk wanita juga dapat mempengaruhi pembentukan *personal branding*. Dalam sebuah kesempatan formal, bertemu dengan pimpinan seorang profesional PR tidak akan menggunakan busana “apa adanya” seperti t shirt atau sandal, karena etiket berbusana menerangkan bahwa pada kesempatan formal kita tidak diperkenankan menggunakan kaus dan sandal jepit. Jika hal ini dilanggar maka sang pimpinan akan membentuk kesan negatif sejak awal kepada individu tersebut meskipun keahlian individu tersebut sangat baik namun kesan pertama dari segi penampilan sangat menentukan.

Kedua yaitu komponen yang tidak terlihat, komponen yang tidak terlihat ini adalah nilai yang dianut dalam diri individu, contohnya nilai-nilai kejujuran dan nilai keadilan, komponen tidak terlihat inilah yang kemudian akan mempengaruhi komponen terlihat dari individu. Misal seseorang yang memiliki nilai kejujuran yang tinggi akan bertingkah laku sesuai dengan nilai yang dianut. Komponen terlihat dipengaruhi oleh komponen tidak terlihat (nilai) dalam diri individu. Value berkaitan dengan nilai, keyakinan, kesukaan, passion yang dimiliki.

Nilai-nilai diri adalah prinsip yang dipakai dalam hidup, yang mempengaruhi cara berpikir, merasakan, berperilaku dan mengambil keputusan. Nilai-nilai diri adalah keyakinan yang membuat anda bersedia berupaya mencapai tujuan merek diri dan hidup anda. Nilai-nilai diri adalah sesuatu yang penting, yang dipegang sebagai suatu kebenaran dan dihormati oleh diri Anda.

Dan yang perlu diingat, bahwa komponen dalam diri seorang individu meliputi aspek yang tidak tampak dan tampak harus dikomunikasikan sehingga target mengetahui hal tersebut.

Konsistensi dan Persistensi adalah Kunci

Menempatkan identitas dan citra individu di mata target tidak dapat dilakukan dalam waktu singkat, prosesnya memerlukan waktu karena menyangkut kepercayaan. Semisal, seseorang ingin dikatakan ahli berbicara di depan publik, pada satu waktu dia mampu membawakan materi dengan baik dan pada waktu lainnya tidak, hal tersebut mempengaruhi proses pembentukan personal branding, publik akan ragu apakah individu tersebut dapat dikatakan ahli atau tidak karena ketidak konsistenan tersebut. Konsistensi merupakan aspek yang berpengaruh pada pembentukan citra seseorang di mata orang lain. Bagaimana individu bertindak dan beraksi secara stabil. Tidak “on off” dan konsisten dengan apa yang dilakukannya.

Persistensi atau kemampuan seseorang menghadapi hambatan-hambatan yang ada, dalam kehidupan banyak sekali problematika yang mungkin terjadi, individu dalam hal ini harus memiliki persistensi dalam menghadapi segala rintangan dan hambatan yang ada untuk kemudian menjadi salah satu penentu berhasil atau tidaknya pembentuk personal branding di mata orang lain. Persistensi merupakan salah satu kekuatan karakter. Persistensi berarti juga kelanjutan dari tindakan sukarela yang dilakukan untuk mencapai tujuan meskipun ada hambatan, kesulitan atau keputusan (Seligman & Peterson, 2004). Hill mengemukakan bahwa persistensi merupakan faktor penting dalam mewujudkan keinginan (*desire*) menjadi sebuah kenyataan.

Komponen persistensi menurut Hill ada 8, yaitu: kejelasan tujuan (*definiteness of purpose*), keinginan (*desire*), *self reliance*, kejelasan rencana (*definiteness of plans*), pemahaman akurat (*accurate knowledge*), *co operation*, kekuatan kehendak (*will power*) dan kebiasaan (*habit*).

a. Kejelasan tujuan (*definiteness of purpose*)

Mengetahui tujuan apa yang diinginkan secara pasti merupakan langkah pertama dan terpenting dalam mengembangkan persistensi. Tujuan yang jelas merupakan motif yang kuat untuk mendorong seseorang mengatasi berbagai kesulitan

b. Keinginan (*desire*)

Desire atau keinginan diperlukan untuk mempertahankan persistensi dalam memperoleh sesuatu yang diinginkan

c. *self reliance*

Keyakinan diri akan kemampuan melakukan sesuatu yang sudah direncanakan, mendorong dirinya untuk persisten dalam menjalankan rencana yang sudah direncanakan tersebut.

d. Kejelasan rencana (*Definiteness of Plans*)

Rencana yang terorganisir dapat meningkatkan persistensi seseorang

e. Pemahaman akurat/*accurate knowledge*

Pengetahuan akurat akan suatu rencana yang telah disusun dapat meningkatkan persistensi

f. *Co operation*

Rasa simpati, pengertian dan kerjasama yang harmonis dengan orang lain cenderung untuk meningkatkan persistensi

g. Kekuatan kehendak (*will power*)

Kebiasaan untuk berkonsentrasi pada suatu rencana untuk mencapai suatu tujuan dapat mengarah pada persistensi.

h. Kebiasaan (*habit*)

Persistensi merupakan hasil dari suatu kebiasaan. Pikiran menyerap pola perilaku dari kebiasaan dan menjadi bagian dari pengalaman sehari-hari (Hill, 2000).

Kedelapan komponen ini merupakan hal-hal yang dapat mempengaruhi pembentukan persistensi dalam diri masing-masing individu.

Persistensi dan konsistensi inilah yang mendasari proses pembentukan *personal branding*. Pembentukan *personal branding* yang memerlukan waktu dan proses menuntut konsistensi dan persistensi seseorang dalam mengatasi hambatan dan menghadapi rintangan yang ada.

Personal Branding: Cerdas Mengenali Diri

Hal pertama yang harus dilakukan seseorang untuk membentuk *personal branding* adalah mengenali diri sendiri, Siapa kita? Apa kelebihan dan kekurangan yang kita miliki? Bagaimana posisi kita di mata target? Siapa target kita? serta Bagaimana kita ingin dikenali? Itu semua dapat dilakukan dengan melakukan analisa kecil atas diri sendiri. Menulis di selembar kertas dan membuat daftar pertanyaan dan jawaban diatas dapat membantu mengenali diri sendiri serta menentukan target dan citra yang ingin dibentuk. Meskipun *personal branding* merupakan usaha untuk membentuk citra diri di mata publik, namun harus kita sadari bahwa ada komponen yang harus keluar secara natural dalam diri sehingga *personal branding* tidak hanya dianggap sebagai sebuah pencitraan yang palsu atau dibuat-buat.

Mengenali diri adalah salah satu cara untuk mengembangkan kepribadian. Pengenalan diri adalah permulaan dari meraih kemenangan hidup, Meskipun cukup sulit, setiap individu harus berusaha mengenali dirinya sendiri. Bill Gates pernah berkata: *"The only things I understand deeply, because in my teens I was thinking about it, and every year of my life, is software. So I'll be hands-on on anything except software"*. Ini berarti bahwa seseorang dapat memahami sesuatu secara mendalam jika berusaha memikirkan dan mencari tahu sesuatu, dengan proses dan jangka waktu. Oleh karena itu penting untuk memikirkan dan mencari tahu siapa diri anda walaupun memerlukan proses dan waktu yang cukup panjang. Dalam pengembangan kepribadian, setiap individu harus mampu memahami dirinya sendiri. Bagaimana tampilan fisik, emosi, intelektual, sosial maupun karakter diri yang mempengaruhi dalam bertindak dan bereaksi terhadap sesuatu. Kepribadian bukan hanya bagaimana seseorang bertindak atau bereaksi namun juga bagaimana orang lain beranggapan terhadap diri kita dilihat dari kelima aspek tadi. Oleh karena itu penting untuk mengenali kelima aspek tersebut dari keseluruhan diri kita.

Ada beberapa pertanyaan yang bisa membantu anda menguak siapa diri anda sebenarnya, yaitu dengan cara menanyakan beberapa hal di bawah ini dan mencatat jawabannya diatas selembar kertas.

- Apa kelebihan saya?
- Apa kekurangan saya?
- Apa yang saya sukai?
- Apa yang saya tidak sukai?

- Apa yang paling penting dalam hidup saya?
- Apa arti kesuksesan bagi saya?
- Apa yang membuat saya bahagia?
- Apa yang membuat saya tidak bahagia?
- Siapa sosok yang saya anggap sebagai pahlawan dalam hidup saya?
- Saya adalah orang yang..
- Saya ingin menjadi orang ya..
- Saya ingin orang lain menganggap saya sebagai orang yang..
- Apa yang membuat saya takut?
- Mengapa saya tidak dapat meraih yang saya inginkan?

Kelimabelas pertanyaan diatas mampu membantu mengenali diri anda, tentunya jawaban yang dikemukakan adalah jawaban yang jujur apa adanya sehingga individu dapat melakukan analisa atas dirinya dari jawaban-jawaban tersebut.

Keunikan, Otentik, Prestasi, Kekuatan dan Tujuan

Menurut Erwin Parengkuan dan Becky Tumewu dalam bukunya yang berjudul Personal Brand-Inc, faktor keunikan, otentik, prestasi, kekuatan dan tujuan mempengaruhi pembentukan personal branding. Ciri khas/keunikan yang dimiliki dapat menjadi komponen personal brand yang ingin kita bangun.

Keunikan dapat menjadi pembeda seseorang jika dibandingkan dengan yang lainnya. Jika keunikan yang dimiliki dapat ditonjolkan dan dimanfaatkan semaksimal mungkin maka personal brand yang dimiliki akan semakin diperhitungkan oleh orang lain karena orang lain akan semakin mudah dalam memahami dan mengingat seseorang dari sekian banyak orang yang memiliki keahlian sama melalui keunikannya. Keunikan bisa dihasilkan dari perilaku, keahlian atau bahkan penampilan. Seseorang yang unik akan lebih mudah diingat dan dikenali.

Otentik mengarah pada personal brand yang dibangun berdasarkan cerminan karakter asli, nilai-nilai, kekuatan, keunikan dan keunggulan diri (Rampersad, 2008). Seseorang harus dapat mengerti dan memahami dirinya sehingga pembangunan personal brand berlangsung lebih mudah dan mencerminkan dirinya yang sebenarnya. Semakin seseorang memahami dirinya, semakin mudah pula dalam mengidentifikasi apa yang diinginkan, apa yang disukai, apa yang perlu dilakukan serta apa yang harus dikerjakan.

Prestasi (Achievement)

Prestasi merupakan penghargaan dan pengakuan dari orang lain yang diterima sebagai hasil/pencapaian dari usaha yang dilakukan. Prestasi menjadi salah satu komponen personal brand yang diraih dengan berbagai proses sebagai bukti dan hasil dari berbagai upaya yang dilakukan dalam pembangunan personal brand.

Kekuatan (Strength)

Kekuatan (*strength*) merupakan kelebihan yang dimiliki sebagai sesuatu yang membedakan satu individu dengan individu lain. Seseorang harus mengetahui keunggulan yang dimilikinya dibandingkan dengan orang lain.

Tujuan (Goal)

Tujuan memperkuat seseorang dalam mencapai sesuatu yang dicita-citakan. Keberadaan tujuan membuat seseorang memiliki arah kemana, bagaimana dan apa yang harus dilakukan demi terwujudnya tujuan yang telah ditetapkan.

Media Sosial adalah Salah Satu Faktor Penting

Kadang kala seseorang tidak sadar bahwa media sosial yang ia gunakan dapat mempengaruhi pandangan orang lain bahkan targetnya terhadap dirinya. Konten-konten yang diposting dan disebarakan akan dibaca dan dianggap mewakili kepribadian seseorang, dan bahkan cenderung berpengaruh besar dalam proses pembentukan personal branding, oleh karena itu sesuaikan penggunaan sosial media dengan personal branding yang ingin diciptakan. Karena sifat media sosial yang *real time* dan dapat tersebar dengan cepat, hal ini dapat sangat membantu individu untuk menyampaikan kesan yang diinginkan kepada publik namun sekaligus juga diperlukan kehati-hatian dalam menggunakannya karena satu konten terunggah maka sulit untuk menghapus atau menghilangkannya jika sudah terlanjur didokumentasikan oleh pihak lain. Saat ini, seringkali orang “menjual diri” melalui sosial media, menggunakan *platform-platform* yang sesuai dengan target untuk membantu membentuk citra di mata orang lain. Namun hal yang harus diingat bahwa personal branding bukanlah sesuatu yang palsu atau dibuat-buat sehingga originalitas dan ketulusan juga diperlukan dalam hal ini. Menggunakan sosial media dengan tepat akan membantu individu membentuk identitasnya di mata orang lain, baik dalam skala nasional hingga internasional. Sebagai mahasiswa menggunakan media sosial membantu untuk menjalin hubungan pertemanan yang positif, bergabung dengan komunitas atau wadah diskusi juga dapat membantu individu untuk membentuk identitasnya. Organisasi pesan yang disampaikan di media sosial perlu diperhatikan karena sifatnya yang mudah tersebar. Menjaga konten yang didistribusikan juga harus menjadi perhatian kita. Semisal, kita ingin membuat personal branding kita sebagai seorang ahli dalam menangani krisis, maka gunakan media sosial anda untuk menyebarkan tulisan-tulisan ilmiah anda tentang manajemen krisis, bagaimana pengalaman anda menghadapi dan mengatasi krisis serta tambahkan dengan visualisasi seperti foto yang menggambarkan anda sebagai orang yang memiliki keahlian mengatasi krisis.

Bagaimana jika individu ingin meningkatkan kariernya dengan menggunakan media sosial?

Peran media sosial dalam karier dan personal branding sangat menentukan, sifat media sosial yang real time dapat kita manfaatkan. Dalam hitungan detik kita bisa mengetahui kejadian-kejadian yang ada di tempat lain hanya dengan media sosial. Semua orang saat ini cenderung ketergantungan dengan media sosial, bahkan pengaruh media sosial yang semakin kuat ini banyak orang yang mencari pekerjaan dari media sosial. Di era saat ini, banyak HRD menggunakan media sosial sebagai tolak ukur dalam mencari kandidat karyawan, oleh karena itu usahakan jangan hanya mengunggah status saja, tapi cobalah untuk mengatur media sosial dengan baik.

- Lengkapi profile media sosial dengan professional

Buat nama di media sosial dengan nama asli sehingga anda mudah dikenali, menggunakan nama samara atau nama panggilan kecil akan menggambarkan media sosial anda lebih pribadi. Sebaliknya, jika ingin menggambarkan diri anda sebagai seorang professional maka gunakan nama asli. Pada profile isi media sosial dengan menuliskan informasi yang menggambarkan diri anda, media sosial ibarat resume versi online yang dapat menggambarkan siapa diri anda.

- Hati-hati dengan postingan

Jempolmu adalah harimaumu, hati-hati dengan status yang anda bagikan.

Jangan sampai terkena masalah dengan apa yang anda bagikan melalui sosial media, seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa bisa saja HRD membuat penilaian atas konten yang anda miliki pada media sosial anda. HRD dapat diam-diam melakukan pengecekan pada media sosial untuk memberikan penilaian atas seseorang, oleh karena itu kehati-hatian sangat dibutuhkan. Baik ketika anda sudah bekerja atau belum bekerja. Tidak hanya penilaian oleh HRD, bisa saja dengan sejumlah postingan di media sosial personal branding anda di mata teman, keluarga, komunitas, atasan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Distribusikan pesan yang positif di media sosial untuk menghindari kesan negatif dari orang lain.

Perluas *Networking*

Dengan media sosial anda dapat memperluas jaringan atau networking, lewat komunitas yang ada di media sosial anda dapat mengembangkan karier dan membentuk personal branding anda.

Tentukan apa yang ingin anda tunjukkan

Lewat media sosial bisa menjadi salah satu jalan pintas yang baik untuk menjadikan karier lebih baik. Maka, jangan takut untuk menunjukkan apa yang menjadi hobi atau kesukaan anda. Kalau anda ingin dikenal sebagai seorang yang suka dengan kuliner maka anda bisa mulai posting foto-foto yang berhubungan dengan tempat-tempat yang anda kamu kunjungi. Siapa tahu ada yang mengajak kerja sama karena kesukaan anda berhubungan dengan apa yang diinginkan mereka. Konsisten dengan apa yang ingin anda tunjukkan, dengan otomatis itu bisa menjadi personal branding yang baik untuk diri anda.

Pilih media yang tepat

Memilih media yang tepat juga sangat penting, misalnya anda yang hobi dengan fotografi atau menggambar bisa menggunakan media Instagram untuk menunjukkan karya anda. Bagi anda yang suka menulis, lewat Twitter anda bisa menuliskan buah-buah pikiran yang bisa dibaca oleh orang banyak. Dengan media sosial yang tepat ,maka karya anda juga bisa tersalurkan dengan baik.

Menggunakan media sosial dapat membantu Anda dalam meningkatkan karier dan personal branding Anda.

HUBUNGAN PERSONAL BRANDING DENGAN ETIKET BERBUSANA

Di dalam *personal branding* terdapat komponen *total look* atau bagaimana individu berbusana dalam setiap kesempatan. Busana bukan hanya pakaian yang anda kenakan namun mulai dari apa yang ada dari ujung kepala anda hinggaujung kaki anda. Contohnya adalah pakaian yang anda gunakan, millineris serta aksesoris yang anda pakai. Etiket berbusana anda sangat mempengaruhi citra anda di mata orang lain. Busana mencerminkan kepribadian anda. Contoh dalam kesempatan menghadiri acara formal, apakah menurut anda pakaian rumah pantas dikenakan pada acara tersebut? Tentu jawabannya tidak. Karena acara tersebut adalah acara formal maka gunakan pakaian formal yang sesuai baik dari sisi warna, potongan, model serta motifnya. Manusia dinilai oleh manusia lain melalui tindakannya.

Tindakan seorang manusia sangat beragam. Misalnya, dapat dilihat dari penggunaan *millineris* (aksesoris yang memiliki fungsi) dan aksesoris (perhiasan) pada wanita yang mempercantik

penampilannya. Ini disebut penilaian estetis (nilai keindahan). Tindakan manusia juga dapat dilihat berdasarkan cara makan, berkenalan, atau berpakaian, dan ini terkait penilaian etiket (nilai tatakrama pergaulan).

Dalam kaitannya dengan berbusana, maka dapat diartikan bahwa etika berbusana yaitu suatu ilmu yang memikirkan bagaimana seseorang dapat mengambil sikap dalam berbusana tentang model, warna, corak (motif) mana yang tepat baik sesuai dengan kesempatan, kondisi dan waktu serta norma-norma yang berlaku dalam masyarakat. (Arifah A. Riyanto 2003 : 106)

KESERASIAN BERBUSANA

☒ Berbusana yang serasi tidak dapat lepas dari estetika berbusana, karena akan berkaitan dengan pemilihan warna, corak, model yang dipilih untuk seseorang atau dirinya.

☒ Agar kelihatan serasi, seseorang perlu menyadari tentang kondisi badannya, apakah ia termasuk orang yang langsing, gemuk, atau kurus. Juga menyadari berada dalam usia berapa, dan bagaimana warna kulitnya.

☒ Berbusana serasi harus sesuai dengan : tujuan, bentuk tubuh, usia, warna kulit, iklim, waktu, dan kesempatan. (Arifah A. Riyanto. 2003 : 148)

TUJUAN BERBUSANA

☒ Tujuan berbusana yaitu untuk melindungi badan agar tetap sehat, menutup aurat atau memenuhi kesopansantunan dan dapat tampil serasi.

☒ Idealnya semua tujuan berbusana itu dapat dicapai, sehingga seseorang dapat tampil berbusana dengan kain dan model yang melindungi kesehatan, model busananya menutup aurat dan memenuhi sopan santun berbusana, tetapi tetap tampil serasi dengan pemakaiannya.

BENTUK TUBUH

☒ Bentuk tubuh manusia dapat digolongkan menjadi bentuk tubuh gemuk pendek, gemuk tinggi, kurus tinggi, kurus pendek dan langsing. Untuk seseorang yang berbadan langsing lebih mudah menyesuaikan busana yang dikenakan, dengan model busana apapun umumnya akan serasi (Arifah A. Riyanto. 2003 : 149)

USIA

☒ Usia seseorang sangat menentukan dalam pemilihan busana, karena tidak seluruh busana cocok untuk semua umur. Perbedaan tersebut tidak saja terletak pada model, tetapi juga pada bahan busana, warna, serta corak bahan.

☒ Busana anak-anak jauh sekali bedanya dengan busana remaja dan busana orang dewasa. Untuk itu di dalam pemilihan busana yang serasi usia pemakai merupakan kriteria yang tidak dapat diabaikan.

☒ Mengenai penggolongan usia dalam kaitannya dengan berbusana digolongkan : busana bayi, busana usia kanak-kanak, busana usia anak, busana usia anak remaja, busana usia dewasa, dan busana untuk masa tua (Arifah A. Riyanto. 2003 : 151)

WARNA KULIT

☐ Warna kulit dapat dikelompokkan menjadi warna kulit putih, warna kulit kuning langsung, warna kulit sawo matang, dan warna kulit hitam.

☐ Untuk warna kulit putih dan kuning langsung pada umumnya warna busana apapun yang dikenakan akan terlihat serasi, namun terkadang warna busana putih atau warna yang hampir sama dengan warna kulit putih dan kuning langsung akan memberi kesan pucat terhadap kulit.

☐ Untuk seseorang yang mempunyai warna kulit sawo matang dan hitam sebaiknya berhati-hati dalam pemilihan warna busana, jangan terlalu berani memilih warna-warna yang mencolok seperti merah cabai, biru terang, hijau daun pisang, dan sebagainya, karena akan terlalu kontras dengan kulit sehingga antara warna kulit dan warna busana terlihat kurang serasi.

☐ Untuk seseorang yang berkulit sawo matang dapat memilih warna merah tetapi merah hati, merah yang redup. Dapat menggunakan warna yang lembut lainnya, tetapi tidak juga yang terlalu tua karena dimungkinkan akan menambah gelap warna kulit. (Arifah A. Riyanto. 2003 : 167)

IKLIM

☐ Seseorang yang berada di iklim panas hendaknya memilih bahan yang dapat mengurangi rasa panas tersebut, yaitu bahan yang menyerap air atau keringat seperti katun, lenan, santung, viole dan lain-lain.

☐ Demikian sebaliknya untuk di iklim yang dingin atau sejuk dapat memilih bahan yang dapat menghangatkan badan seperti dari bahan sintetis, flanel, wol dan sebagainya.

☐ Mengenai warna dapat mempengaruhi keadaan iklim pada badan. Warna yang hitam atau warna gelap dapat menghantarkan panas, sehingga cuaca panas akan lebih terasa panas, sedangkan warna putih dan warna-warna muda akan terasa sejuk atau dingin.

WAKTU

- Dalam menggunakan busana perlu menyesuaikan dengan waktu pemakaian, namun tidak berarti berganti waktu juga berganti busana. Oleh karena itu harus memperhatikan apakah busana tersebut akan digunakan dari pagi sampai siang hari atau seharian, atau apakah busana tersebut digunakan hanya siang atau malam hari saja.
- Apabila seharian akan memakai busana tersebut tentu saja perlu memilih model dan warna atau corak yang sesuai untuk waktu tersebut. Misalkan digunakan untuk bekerja digunakan model yang sportif dan praktis dengan warna yang cerah. (Arifah A. Riyanto. 2003 : 168)

KESEMPATAN

- Busana harus sesuai dengan kesempatan yaitu kesempatan di rumah dan ke luar rumah. Agar seseorang dapat diterima oleh lingkungan, ada rasa percaya diri, adanya rasa aman, maka busana yang dikenakan harus sesuai dengan kesempatan.

PEMILIHAN WARNA DALAM ETIKA BERBUSANA

- Warna pakaian merupakan masalah yang sensitif. Ada kesan warna-warna tertentu dihindari oleh sebagian orang. Seperti baju batik atau baju kebaya mana yang cocok warnanya, atau dianggap bukan pilihan yang tepat untuk pria.
- Warna merah atau orange masih dihindari sebagian wanita. Biasanya remaja dan orang dewasa selalu mengikuti tren pakaian, namun sering terjadi kesalahan apabila salah memilih warna pakaian.

= Apabila salah memilih warna pakaian akan menyebabkan diantaranya :

- 1) Kulit akan terlihat kusam
- 2) Bayangannya membuat kesan yang salah lewat bayangan mata
- 3) Bayangannya menyebabkan kesan yang salah tentang besarnya pipi
- 4) Membuat warna gigi terlihat lebih kuning

- Sebaliknya, apabila memakai pakaian dengan warna yang benar akan memperlihatkan :

- 1) Warna kulit lebih kinclong dan cerah
- 2) Mata terlihat lebih besar dan mempesona
- 3) Rambut terlihat lebih bercahaya

PEMILIHAN WARNA SESUAI BENTUK TUBUH

1) Bentuk tubuh kurus

Bentuk tubuh kurus dianjurkan untuk memakai pakaian yang dapat membuat tubuh seakan-akan lebih berisi dari kelihatannya. Untuk urusan seperti ini, warna cerah adalah solusi untuk tubuh yang tidak terlalu berisi.

2) Bentuk tubuh gemuk

Bentuk tubuh gemuk sebaiknya memakai pakaian berwarna gelap dan tidak mengkilap. Gelap disini bukan berarti memakai warna hitam secara terus menerus, bisa juga memakai warna hijau, biru, atau coklat gelap.

3) Bentuk tubuh tinggi

Pemilihan pakaian untuk wanita bertubuh tinggi dapat dilakukan dengan lebih variatif. Mereka para wanita berbadan tinggi dapat memakai pakaian dengan warna atasan dan bawahan yang memiliki warna yang senada. Perbedaan warna antara atasan dan bawahan juga dapat dilakukan. Selain dua cara tersebut, "menabrakkan" warna yang berbeda juga dapat dilakukan, asalkan memilih perpaduan dengan satu warna yang lebih banyak atau dominan untuk tetap menjaga kesan sederhana.

4) Bentuk tubuh pendek

Selain ukuran gemuk, ukuran pendek kerap diremehkan untuk dapat bergaya. Triknya disini adalah bagaimana memilih pakaian yang tidak memperlihatkan kesan tidak terpotong atau menyatu. Maka dari itu saat memilih pakaian, usahakan baju dan celana, pakaian bagian atas dan bawah memiliki warna yang senada Dengan mengaplikasikan hal ini kesan pendek tidak akan jelas terlihat dan tersamarkan.

PEMILIHAN BUSANA SESUAI WARNA KULIT

Anita E. F. Ekel (1981 : 271) menjelaskan sebagai berikut :

- 1) Bila warna kulit putih, maka bebas memilih warna pakaian, tetapi alangkah lebih baik menghindari pemakaian warna dari bahan-bahan yang terang, karena hal ini akan lebih memucatkan warna kulit.
- 2) Warna kulit langsung, dapat memakai semua warna (cocok untuknya), dan dapat juga memakai warna-warna kombinasi atau warna-warna yang agak mencolok.
- 3) Warna kulit sawo matang, dapat memilih warna yang netral misalnya : coklat, biru, hijau, abu-abu.
- 4) Warna kulit hitam, menghindari warna yang gelap misalnya : hitam atau hijau tua. Warna-warna yang gelap akan memberi efek menggelapkan warna kulit. Alternatif warna yang bisa digunakan untuk kulit hitam adalah warna putih atau abu-abu.

WARNA KULIT HITAM

1. Warna Putih, putih adalah warna yang bisa terlihat cantik pada corak apapun dan warna putih yang kontras akan sangat menakjubkan jika digunakan oleh wanita yang berkulit gelap .
2. Warna Cream, cream ini adalah warna yang terlihat normal pada orang berkulit putih, namun lain halnya dengan yang berkulit gelap. Pada wanita berkulit gelap, warna cream akan sangat mencolok dan warna cream yang terang terlihat bagus dengan warna latar kulit yang gelap.
3. Warna hijau, warna hijau cerah terlihat jauh lebih baik digunakan oleh wanita berkulit gelap dibandingkan dengan hijau lainnya.
4. Merah gelap, memang hal ini mengubah pakem terhadap warna, yang mana biasanya warna merah tidak cocok dengan wanita berkulit gelap. Namun warna merah akan terlihat bagus jika bisa menggunakan dengan baik. Banyak para model yang berkulit gelap memakai warna merah yang agak gelap seperti maroon atau merah tua.
5. Warna kuning, ada banyak jenis warna kuning namun warna kuning seperti kuning bunga matahari akan membuat anda tampil fresh.
6. Biru Kobalt, merupakan paduan kuning dan hijau. nuansa biru kobalt ini akan terlihat cerah dan ceria pada wanita berkulit gelap.
7. Hijau toska.
8. Warna Abu-abu, dulu warna abu abu tidak muncul sama sekali karena dianggap warna kusam. Tapi saat ini warna abu-abu terlihat modis pada wanita berkulit gelap, lebih memukau.
9. Warna hitam, merupakan warna yang terlihat bagus dipadukan dengan warna apapun. tapi jangan gunakan hitam yang dop atau seperti hitam kusam. lebih ideal menggunakan hitam yang cerah.

BAHAN DAN CORAK BUSANA

- Bahan yang dimaksud disini adalah segala sesuatu yang dapat dibuat untuk busana, sedangkan corak maksudnya adalah motif dari bahan tersebut. Pada awalnya manusia memanfaatkan kulit pepohonan dan kulit hewan sebagai bahan pakaian, kemudian memanfaatkan benang yang di pital dari kapas bulu domba serta sutera yang kemudian dijadikan kain sebagai bahan dasar pakaian.
- Bahan berdasarkan pegangannya dapat dibedakan antara bahan yang tebal dan bahan-bahan yang tipis, lembut, kaku, licin dan kasar, berbulu dan rata. Berdasarkan penglihatannya maka bahan tersebut ada yang kusam dan berkilau, tembus pandang, jarang dan rapat, polos dan bermotif. Kemudian yang bermotif ini ada pula motif geometris, motif alam, dan motif abstrak.

Dalam memilih bahan busana harus berhati-hati, agar memberikan hasil yang memuaskan dan mengesankan. Setiap pemakai busana juga harus mengetahui tentang siluet. Siluet yang dimaksud disini adalah, bentuk bagian luar dari gambaran busana itu sendiri, antara siluet busana dengan bahan haruslah ada hubungan yang serasi. Karena bila hal ini tidak serasi maka hasil dari busana yang dipilih

tentu hasilnya juga tidak memuaskan. Maksudnya adalah jangan sampai terjadi bahan yang tebal dipakai untuk model busana yang berkerut/dikerut atau sebaliknya.

Pemilihan siluet yang tepat dapat dikelompokkan yaitu :

- 1) Bahan yang tebal, paling baik untuk pakaian yang mempunyai beberapa garis dalam hubungan-hubungan tertentu seperti mantel wol.
- 2) Bahan yang lunak, baik dan tepat untuk busana dengan siluet yang tergantung dan ketat seperti busana dari bahan crepe dan tissu.
- 3) Bahan rajutan, baik sekali untuk busana yang longgar atau ketat. Karena ini banyak dijadikan untuk busana-busana bagian atas (blus).
- 4) Bahan-bahan yang lembut dan ringan, baik sekali dijadikan untuk busana yang modelnya memakai kerutan-kerutan atau lipatan kecil-kecil.
- 5) Bahan yang agak tebal, baik sekali untuk busana yang bentuknya tailored seperti busana-busana yang terbuat dari bahan linen, wol dan sebagainya. Akan tetapi dapat juga dibuat untuk busana yang bukan tailored. Karena jatuhnya di badan si pemakai atau kesannya itu bagus, tidak terikat dengan bentuk tubuh.
- 6) Bahan yang kaku, baik untuk busana yang agak menggelembung ataupun yang menggelembung seperti busana pada taffeta.