

Pengaruh Personal Branding Terhadap Pengembangan Karier Digital (Sebuah Studi Literatur)

The Impact Of Personal Branding On Digital Career Development (A Literature Review)

Mihardianto^{1*}, Feby Arma Putra², Nurman Jaya³

¹ Akademi Akuntansi dan Manajemen Pembangunan Bengkulu

² Universitas Pamulang PSDKU Serang

³ Stikes Bhakti Husada

*Corresponding Email: mihardianto@gmail.com

Article history: Submitted: November 04, 2025 | Revised: November 23, 2025 | Accepted: December 25, 2025

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi berbagai strategi personal branding yang dapat digunakan dalam pengembangan karier di era digital, memahami manfaatnya bagi peningkatan profesionalitas individu, serta menganalisis sejauh mana personal branding berpengaruh terhadap peluang karier seseorang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kepustakaan (library research), yakni dengan mengumpulkan dan menelaah berbagai sumber literatur ilmiah yang relevan. Melalui analisis pustaka tersebut, ditemukan bahwa strategi utama dalam membangun personal branding meliputi penentuan identitas diri, penguatan jaringan profesional, serta upaya menjaga citra diri secara konsisten. Personal branding membantu individu menciptakan narasi unik yang membedakan dirinya dari orang lain dan membangun daya tarik profesional di dunia digital. Dengan reputasi yang kuat, seseorang lebih mudah mendapatkan berbagai peluang kerja, kolaborasi bisnis, maupun kemitraan strategis. Selain itu, personal branding juga berperan penting dalam memperluas jaringan (networking) dengan individu lain yang memiliki minat dan tujuan karier serupa.

Kata Kunci: Strategi, Personal Branding, Karier, Era Digital.

Abstract

The purpose of this study is to identify various personal branding strategies that can be applied to career development in the digital era, to understand their benefits for enhancing individual professionalism, and to analyze the influence of personal branding on career opportunities. This research employs a qualitative approach using the library research method, which involves collecting and reviewing relevant academic literature. The findings reveal that key strategies in building personal branding include defining one's identity, developing professional networks, and maintaining a consistent personal image. Personal branding enables individuals to craft a unique narrative that distinguishes them from others and builds professional appeal in the digital world. A strong personal reputation can open doors to new opportunities such as job offers, business collaborations, and strategic partnerships. Furthermore, personal branding plays an important role in expanding professional networks with individuals who share similar interests and career goals..

Keywords: Strategy, Personal Branding, Career, Digital Era.

Pendahuluan

Era digital membuat semua hal berubah secara cepat. Kecepatan perubahan ini dipengaruhi dengan perkembangan internet yang luar biasa. Setiap orang dapat terhubung satu sama lain dimanapun dan kapanpun. Terlebih dikala ini ada alat sosial yang banyak dipakai oleh warga yang membuat ruang eksklusif seorang jadi dikonsumsi khalayak (Putra & Suseno, 2022). Untuk menunjukkan identitas

Volume : 5
Nomor : 1
Bulan : January-June
Tahun : 2026
Halaman : 109-118

seseorang dan secara konsisten mengomunikasikan pesan yang sama kepada publik, seseorang harus konsisten dalam pencitraan pribadinya agar dapat dipercaya dan diandalkan (Putri & Azeharie, 2021). Terdapatnya perpindahan, dimana saat ini seorang bisa dengan mudah memberikan seluruh aktivitas mereka yang bertabiat individu buat di informasikan ke konsumen lain lewat alat sosial. Perihal itu ialah metode warga dikala ini membuat bukti diri mereka.

Berkat kemajuan teknologi informasi, berbagai platform media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai instrumen pencitraan merek pribadi (personal branding) bagi para kreator konten digital telah bermunculan (Mendrofa dkk., 2024). Media sosial mendorong penggunaan media sosial karena menawarkan beragam fitur berkualitas tinggi (Perdana dkk., 2024). Media sosial memudahkan dan mempercepat pengguna untuk membuat film dengan beragam efek, yang pada akhirnya memotivasi pengguna untuk membuat konten (Apramilda dkk., 2025). Menurut Bumi dan Irwansyah (2020) serta Bungai dkk. (2024), semakin banyak orang yang memanfaatkan media sosial, akan semakin banyak pula pemirsa atau pengikut yang membahas atau bahkan memahami upaya pencitraan merek pribadi yang dilakukan oleh pengguna platform tersebut.

Personal branding adalah teknik untuk menentukan nilai yang dirasakan seseorang berdasarkan kemampuan, statistik, dan kualitas khasnya, yang kemudian diubah menjadi bukti diri yang lebih kuat dibandingkan orang lain. Mengembangkan personal branding melibatkan pertimbangan atas kemampuan, karakter, dan kepribadian unik seseorang, kemudian membentuknya menjadi identitas yang lebih kuat daripada orang lain untuk meningkatkan daya jualnya. Seseorang secara tidak langsung mengembangkan personal branding-nya melalui pekerjaannya (Mujiyanto & Kharismawati, 2021). Setiap orang perlu memiliki personal branding yang unik; oleh karena itu, branding dapat menghasilkan umpan balik yang positif dari orang lain serta keuntungan seperti popularitas dan kesuksesan karier.

Istilah "personal branding" menggambarkan jenis konten yang diunggah, karakter yang dikembangkan, interaksi dengan pemirsa, kemampuan yang ditampilkan, cara mempertahankan kesan yang baik, dan konten yang diproduksi untuk menonjolkan kualitas khas penyedia konten media sosial agar menarik perhatian. Sesuai dengan tujuan individu yang melakukan personal branding, personal branding biasanya digunakan untuk mengembangkan atau meningkatkan citra seseorang agar mendapatkan citra publik yang positif. Segala sesuatu tentang individu yang dipasarkan dan ditingkatkan, termasuk kepribadian, citra diri, dan taktik pemasaran, disebut sebagai personal branding (Mardiani dkk., 2024). Seseorang dapat memperoleh manfaat substansial dari investasi jangka panjang dalam personal branding. Kompetensi, standar, dan gaya merupakan tiga aspek utama personal branding (Ekayulisa & Fannan, 2023). Namun, semakin banyak orang di era digital yang memiliki kemampuan serupa. Hal ini terjadi ketika potensi seseorang tidak sejalan dengan standar diri yang dijadikan pedoman pengembangan diri. Oleh karena itu, bagi para pembuat konten dan influencer media sosial, mengembangkan personal branding di media sosial sangatlah penting.

Salah satu masalah paling umum dalam membangun merek pribadi adalah banyak orang tidak menyadari bahwa mereka sedang melakukannya, tetapi mereka tidak konsisten dan gagal memanfaatkan potensinya. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa merek setiap orang pada dasarnya adalah kebiasaan yang mereka bentuk melalui tindakan berulang yang unik sesuai dengan kepribadian mereka. Konsistensi diperlukan

dalam membangun merek pribadi untuk menunjukkan kepribadian seseorang, menyampaikan pesan yang sama kepada publik, dan menumbuhkan kepercayaan (Anisa & Handayani, 2024).

Membentuk personal branding bisa dijadikan selaku metode buat tingkatkan angka jual seorang. Personal branding ialah cara kepribadian kemampuan, karakter, serta kepribadian seorang dengan karakteristik yang dipunyai buat setelah itu jadi suatu bukti diri (Annas & Putra, 2024). Personal branding yang kokoh bisa membuka banyak kesempatan pekerjaan. Banyak orang dengan personal branding yang bagus kerap kali dikira selaku atasan pandangan di aspek mereka serta lebih bisa jadi memperoleh ajuan profesi ataupun kesempatan bidang usaha yang lebih bagus. Dalam bumi yang terus menjadi bersaing, personal branding jadi terus menjadi berarti. Personal branding menolong tingkatkan visibilitas seorang di pabrik mereka. Dengan membuat kedatangan yang kokoh, bagus online ataupun offline, seorang bisa lebih mudah dikenali serta diketahui oleh orang lain.

Personal branding yang kokoh menolong membuat keyakinan (Felix et al., 2023). Kala orang lain memandang kestabilan antara apa yang seorang tuturkan serta jalani, mereka lebih mengarah buat menyakini serta memercayakan orang itu. Dalam pasar kegiatan yang penuh dengan orang yang mempunyai keahlian seragam, Personal branding menolong seorang muncul. Ini merupakan metode buat membuktikan karakteristik serta angka imbuhan yang dapat diserahkan. Personal branding yang kokoh bisa membuka banyak kesempatan pekerjaan. Banyak orang dengan personal branding yang bagus kerap kali dikira selaku atasan pandangan di aspek mereka serta lebih bisa jadi memperoleh ajuan profesi ataupun kesempatan bidang usaha yang lebih bagus (Bumi & Irwansyah, 2020).

Personal branding berfungsi berarti dalam kemajuan pekerjaan serta keberhasilan di bumi kegiatan. Personal branding yang kokoh menolong meluaskan jaringan handal seorang. Jaringan yang besar serta bermutu bisa membagikan bermacam kesempatan pekerjaan, tercantum saran profesi, kerja sama bidang usaha, serta peluang berlatih. Di bumi kegiatan, nama baik merupakan segalanya. Dengan personal branding yang bagus, seorang bisa membuat nama baik yang positif serta diakui selaku pakar di bidangnya. Ini bisa tingkatkan kesempatan advertensi serta ijab profesi dari industri yang lebih bagus. Personal branding yang bagus bisa memposisikan seorang selaku atasan serta daulat dalam pabrik mereka. Ini dapat berbentuk jadi juru bicara dalam rapat, menulis postingan buat pengumuman terkenal, ataupun jadi influencer di alat sosial. Personal branding berkaitan erat dengan melakukan eksistensi diri yang bertujuan dikenal oleh orang lain, dan biasanya terpengaruh dari tempat bersosialisasi atau faktor lingkungan. yang efisien bisa tingkatkan keyakinan diri seorang. Kala seorang merasa percaya mengenai siapa mereka serta apa yang mereka tawarkan, mereka lebih mengarah buat mengutip resiko yang bisa bawa pada keberhasilan yang lebih besar. (Ekayulisa & Fannan, 2023).

Menurut penelitian Anisa & Handayani (2024), banyak produsen konten digital di era ini yang tidak konsisten dalam mengembangkan merek pribadi mereka, sehingga tidak bertahan lama. Produsen konten digital yang mengembangkan merek pribadi harus dapat diandalkan dan unik. Agar tetap fokus dan menarik pengikut, standar dalam personal branding adalah strategi yang mencakup produksi konten yang andal dan berdampak, serta bekerja sama dengan orang lain untuk mempromosikan produk dan

Volume : 5
Nomor : 1
Bulan : January-June
Tahun : 2026
Halaman : 109-118

membangun loyalitas merek. Proses yang secara sengaja mencoba menunjukkan keterampilan, kemampuan, dan keahlian seseorang kepada orang lain dikenal sebagai personal branding. Meskipun siapa pun dapat membuat materi digital, tidak semua orang dapat menjadikannya sebagai karier. Para profesional perlu bekerja di lingkungan yang mendorong dan mendukung pencitraan merek mereka sebagai produsen konten. Agar dapat memengaruhi pencitraan merek pribadi, penting juga untuk menghasilkan materi baru dan beradaptasi dengan lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi personal branding dalam membangun karier di era digital, manfaat personal branding dalam membangun karier di era digital, serta pengaruh personal branding dalam membangun karier di era digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kepustakaan (library research), yaitu dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Tujuan dari studi kepustakaan ini tidak hanya untuk memperoleh informasi dari penelitian sebelumnya, memperdalam kajian teoretis, dan memperkuat metodologi, tetapi juga untuk memanfaatkan sumber-sumber pustaka sebagai data utama penelitian. Melalui telaah kritis dan mendalam terhadap literatur yang ada, penelitian ini mengkaji berbagai konsep, gagasan, dan temuan terkait strategi personal branding dalam pengembangan karier di era digital. Data yang dianalisis berupa data sekunder yang diperoleh dari buku-buku ilmiah, artikel jurnal, laporan penelitian, serta sumber daring kredibel yang memberikan informasi teoritis dan empiris mengenai peran personal branding dalam membangun karier di era digital.

Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, terdapat hasil pada tabel berikut ini yang menyajikan beberapa ringkasan penelitian yang mengeksplorasi berbagai aspek personal branding dalam konteks pengembangan karier, meliputi analisis pengaruh personal branding pada kesuksesan Kreator Konten Digital TikTok, strategi personal branding melalui media sosial Instagram, dan strategi membangun reputasi untuk kesuksesan karier di era digital. Ketiga penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data yang bervariasi.

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Personal Branding dan Pengembangan Karier

No.	Penulis dan Judul	Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nur Anisa dan Trisni Handayani: Analisis Personal Branding Pada Kesuksesan Karir Kreator Konten Digital TikTok	2024	Kualitatif, dengan wawancara, Observasi, dan dokumentasi.	Ciri-ciri seperti kepribadian, bakat, dan sikap santai semuanya termasuk dalam personal branding. Agar produsen konten digital tetap unik dan mudah diingat, personal branding sangatlah penting. Dibutuhkan pengetahuan khusus di industri tertentu untuk membangun personal branding. Personal branding seseorang membentuk cara pandang orang lain terhadapnya. Akibatnya, tindakan, kemampuan, nilai, dan karakter seseoranglah yang mereka wakili.
2.	Awallina Yusanda, Rini Darmastuti, George Nicholas	2021	kualitatif dengan desain penelitian analisis isi.	Membangun personal branding yang pas jadi kunci supaya bisa memenangkan pertandingan pada masa digitalisasi pada



	Huwaae: Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram			dikala ini. Lewat jaringan yang kita punya, kita bisa menginformasikan siapa diri kita dan kemampuan serta integritas yang kita punya. Strategi Personal branding jadi metode yang amat efisien buat memberitahukan siapa kita pada sasaran pasar dengan cara kilat serta efisien.
3.	Inna Nisawati Mardiani, N Ika Aprilia, Vina Pratiwi, Imelda Qorina, Dhea Fatmasari, Jaka Samudra: Strategi Membangun Reputasi Untuk Sukses Karier Dengan Personal Branding di SMKN 1 Cikarang Utara	2024	Kualitatif dengan observasi langsung, menyelenggarakan presentasi dan evaluasi.	Personal branding merupakan upaya strategis untuk membentuk dan memproyeksikan citra diri yang positif dan professional dalam dunia kerja.

Pembahasan

Strategi Personal Branding Dalam Membangun Karier di Era Digital

Di zaman yang terus menjadi tersambung dengan cara digital, pandangan diri tidak cuma terlihat dalam interaksi raga, melainkan pula lewat jejak digital yang di tinggalkan. Terletak dalam posisi yang dapat membuat recruiter ataupun pimpinan menjatuhkan ketetapan cuma dengan menggulirkan jemari di layar handpone, dimana dalam posisi ini pasti pandangan diri yang di bangun di alat sosial bisa pengaruhi evaluasi mereka. Inilah penyebabnya personal branding ini jadi salah satu bagian kunci keberhasilan di masa digital. Menguasai bagaimana membuat serta menjaga pandangan diri yang kokoh di media sosial merupakan tahap awal yang hendak menolong dalam menggapai ekspedisi pekerjaan yang berhasil (Bidadari, R.; 2023).

Personal branding merupakan cerminan ataupun nama baik yang di mengadakan buat diri sendiri. Personal branding ialah cerminan totalitas mengenai diri yang terlihat lewat sikap, aksi, perkata, serta interaksi dengan bumi dekat, paling utama di bumi digital. Ini melingkupi nama baik yang di bangun, nilai-nilai yang di memeluk, kemampuan serta wawasan yang di punya, dan pengalaman yang membuat istimewa serta melainkan dari orang lain. Serta di masa digital semacam saat ini, Personal branding ini hendak terlihat dalam jejak online yang di untuk (Mardiani, dkk; 2024). Dalam akar yang lebih simpel, personal branding merupakan gimana pandangan diri di mata orang lain. Dalam kondisi pekerjaan, perihal ini berhubungan mengenai gimana mau diamati oleh industri, partner, serta ataupun pimpinan.

Di masa digital, pandangan diri hendak terlihat dalam beberapa program serta interaksi online. Mulai dari profil alat sosial semacam LinkedIn, Instagram, ataupun Twitter, sampai web website individu ataupun web, seluruhnya merupakan saluran buat membuat serta mengekspresikan pandangan diri. Tiap aksi online, dari konten yang di sebarakan sampai metode berhubungan dengan orang lain, hendak membuat bagian dari Personal branding. Misalnya, pendapat yang di tinggalkan, postingan yang di catat, ataupun apalagi meme yang di sebarakan, seluruhnya merupakan bayangan dari bukti diri serta nilai-nilai individu (Lambe & Suprihati, 2021). Menguasai metode mengatur serta membuat Personal branding di bumi digital merupakan tahap awal yang tidak bisa



Volume : 5
Nomor : 1
Bulan : January-June
Tahun : 2026
Halaman : 109-118

diabaikan buat mengarah keberhasilan pekerjaan yang berkepanjangan. Di sinilah dini dari ekspedisi buat menghasilkan pandangan diri yang memastikan serta menginspirasi dalam pentas digital yang penuh dengan kesempatan serta pertandingan.

Penelitian Nur Anisa dan Trisni Handayani (2024) yang menyatakan bahwa membangun merek pribadi membutuhkan pengetahuan khusus di bidang tertentu, mendukung pernyataan tersebut. Merek pribadi seseorang membentuk cara pandang orang lain terhadapnya. Akibatnya, perilaku, kemampuan, nilai, dan karakter seseorang akan tercermin. Kekuatan merek pribadi seseorang diperkuat oleh standar. Masyarakat selalu memiliki standar terhadap orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Standar-standar ini mencakup persyaratan yang harus dipenuhi agar dapat dievaluasi dengan tepat. Salah satu aspek dari pencitraan merek seseorang adalah gayanya. Ini adalah kualitas unik yang berbeda-beda pada setiap orang. Dalam konteks ini, gaya tidak hanya mencakup elemen eksternal seperti pakaian, tetapi juga elemen non-fisik seperti komunikasi.

Di dunia digital yang lalu bertumbuh serta berganti, membuat Personal branding yang kokoh merupakan sesuatu keinginan. Perihal ini tidak cuma mengenai menghasilkan opini yang menarik, namun pula mengenai jadi autentik serta tidak berubah-ubah dalam merepresentasikan diri di bumi maya. Selanjutnya merupakan sebagian strategi Personal branding dalam membuat karir di masa digital (Awallina Yusanda, dkk; 2021):

1. Memastikan Bukti diri Diri

Dikala membuat personal branding, tahap awal merupakan menguasai siapa diri sesungguhnya. Pikirkan nilai-nilai, atensi, kemampuan, serta tujuan yang membuat bukti diri. Meninjau balik pengalaman hidup serta keadaan yang membuat istimewa. Pengenalan apa yang mau di peroleh serta gimana mau dikenali di bumi digital. Bukti diri diri yang nyata hendak membimbing langkah-langkah berikutnya dalam membuat Personal branding yang autentik serta tidak berubah-ubah.

2. Membuat Jaringan

Personal branding tidak cuma mengenai mengiklankan diri sendiri, namun pula mengenai membuat ikatan yang kokoh. Memakai alat sosial serta program handal semacam LinkedIn buat mengaitkan diri dengan banyak orang dalam pabrik ataupun aspek atensi. Bergabunglah dalam tim ataupun komunitas yang relevan. Jalinlah kedekatan dengan bermacam orang, bagus yang mempunyai pandangan searah ataupun berlainan. Interaksi serta kerja sama dengan orang lain hendak memperkaya pandangan diri serta membuka kesempatan terkini dalam pekerjaan.

3. Melindungi Pandangan Diri

Berarti buat melindungi kestabilan serta integritas dalam pandangan diri yang di bangun di bumi digital. Yakinkan kalau apa yang di sebar, like, ataupun komentari cocok dengan nilai-nilai serta bukti diri diri yang sudah di pastikan lebih dahulu. Senantiasa pikirkan nama baik online dikala berhubungan. Jauhi polemik yang tidak butuh serta senantiasa berasumsi jauh hal akibat dari tiap aksi kepada pandangan diri. Bertahaplah dalam membuat pandangan diri yang kokoh serta memastikan. Aksi tidak berubah-ubah serta bijaksana di bumi digital hendak menolong membuat Personal branding yang autentik yang hendak mensupport pekerjaan di masa digital yang penuh kesempatan ini.

Manfaat Personal Branding Dalam Membangun Karier di Era Digital

Manfaat dari personal branding tidak bisa diabaikan. Pertama-tama, Personal branding menolong buat “muncul diantara kemeriahhan”. Dalam bumi yang penuh dengan data serta kompetisi, menghasilkan pandangan yang khas merupakan sesuatu keharusan. Personal branding membolehkan buat membuat deskripsi istimewa mengenai diri sendiri, yang melainkan diri dari orang lain, serta membuat energi raih tertentu kepada sasaran audiens (Bumi, F., & Irwansyah, I; 2020). Lebih dari itu, personal branding ini pula hendak membuka pintu kepada peluang-peluang terkini. Dengan membuat nama baik yang kokoh di bumi digital, bisa menarik kesempatan kegiatan, kemitraan bidang usaha, ataupun cetak biru kolaboratif. Banyak orang serta industri mengarah lebih terpicat buat bertugas dengan orang yang mempunyai pandangan diri yang positif, memastikan, serta andal.

Perihal ini searah dengan riset oleh Awallina Yusanda, dkk (2021) yang melaporkan kalau branding yang dipunyai seorang di sosial alat, bisa mempengaruhi dalam kehidupan tiap hari, bagus dikala ini ataupun di setelah itu hari. Akibat yang diterima dari opini ataupun branding pada alat sosial merupakan, kala seorang hendak melaksanakan bidang usaha ataupun melamar profesi, orang mengarah memilah seorang yang mempunyai branding bagus. Sebaliknya seorang yang mempunyai branding yang kurang baik, orang hendak sungkan melaksanakan kerjasama dengannya. Perihal itu membuktikan sedemikian itu besarnya akibat Personal branding untuk seorang. Dengan sedemikian itu seorang butuh menguasai strategi Personal branding yang pas untuk menemukan branding yang bagus.

Jejaring sosial telah menjadi alat penting bagi siapa pun yang ingin berkarier di sektor kreatif, bisnis, teknologi, atau bidang lainnya di era digital yang semakin berkembang ini. Personal branding merupakan salah satu hal terpenting yang perlu dipertimbangkan saat menggunakan media sosial. Memposting gambar yang memukau atau konten yang menarik hanyalah salah satu aspek dari personal branding; aspek lainnya adalah membangun citra diri yang solid, andal, dan tulus. Lima manfaat mengembangkan personal branding ini akan membantu Anda maju secara profesional (Nur Anisa & Trisni Handayani, 2024):

1. Jadi Makin Percaya Diri

Memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang nilai-nilai, kemampuan, dan keunikan Anda dengan mengembangkan merek pribadi. Kepercayaan diri Anda meningkat ketika Anda mengakui kelebihan dan kekuatan Anda. Anda tahu apa yang ingin Anda tunjukkan kepada dunia dan bagaimana melakukannya dengan baik ketika Anda memiliki merek pribadi yang kuat. Selain itu, mengembangkan merek pribadi mendorong pengembangan diri yang berkelanjutan. Anda akan lebih terdorong untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan Anda jika Anda secara aktif menunjukkan identitas profesional Anda di media sosial. Hal ini akan meningkatkan rasa percaya diri Anda saat menghadapi tugas-tugas profesional baru.

2. Membuka Banyak Peluang Baru

Peluang berlimpah ketika seseorang memiliki merek pribadi yang kuat dan unik di media sosial. Jejaring sosial adalah cara yang bagus untuk menunjukkan keahlian Anda di bidang tertentu. Anda dapat menarik minat pihak-pihak terkait di industri tersebut dengan merek pribadi yang efektif. Misalnya, perusahaan atau bisnis yang membutuhkan keahlian mereka dapat menawarkan proyek kepada seorang desainer

Volume : 5
Nomor : 1
Bulan : January-June
Tahun : 2026
Halaman : 109-118

grafis yang secara rutin mengunggah portofolio dan ide-ide orisinalnya di Instagram. Selain itu, ketika jaringan media sosial seseorang berkembang, peluang untuk bekerja dengan orang-orang hebat atau menemukan mentor yang ideal pun meningkat.

3. Memiliki Growth Mindset

Personal branding di media sosial tidak hanya meningkatkan persepsi seseorang tentang diri sendiri, tetapi juga menumbuhkan mentalitas berkembang, yang mendorong pembelajaran dan pengembangan berkelanjutan. Anda akan termotivasi untuk terus mempelajari hal-hal baru ketika Anda mendedikasikan diri untuk mengembangkan personal branding, baik di bidang pekerjaan maupun dalam mengikuti tren media sosial dan kemajuan teknologi. Media sosial adalah platform yang dinamis dan terus berkembang. Beradaptasi dengan cepat diperlukan agar tetap relevan, yang secara tidak langsung akan mendorong pandangan positif terhadap pendidikan dan pertumbuhan pribadi. Mentalitas berkembang ini sangat penting untuk mendukung pengembangan karier jangka panjang.

4. Memperluas Koneksi

Kemampuan media sosial untuk mengembangkan jaringan Anda merupakan salah satu keunggulan utamanya. Terhubung dengan orang-orang dari berbagai latar belakang, baik di dalam maupun di luar bisnis yang sama, dapat difasilitasi oleh merek pribadi yang kuat. Orang-orang akan lebih bersemangat untuk mempelajari lebih lanjut tentang Anda dan membangun koneksi bisnis ketika Anda memiliki reputasi yang solid. Dalam dunia kerja saat ini, mengembangkan jaringan sangatlah penting. Melalui jaringan yang dibangun oleh merek pribadi Anda di media sosial, Anda dapat menemukan calon klien, mitra bisnis, mentor, dan bahkan prospek pekerjaan. Kesuksesan di tempat kerja seringkali bergantung pada jaringan yang luas dan kuat.

5. Meningkatkan Kredibilitas

Salah satu kualitas paling berharga di tempat kerja adalah kredibilitas. Orang-orang akan mulai menerima Anda sebagai otoritas yang mumpuni di bidang Anda ketika Anda secara rutin menunjukkan keahlian Anda di media sosial. Selain membuat Anda tampak lebih dihormati, kredibilitas ini memberi calon klien, rekan kerja, atau atasan kepercayaan diri untuk memberi Anda tanggung jawab yang lebih besar. Mengembangkan merek pribadi di media sosial tidak hanya melibatkan menjadi terkenal atau mengumpulkan pengikut; tetapi juga mencakup menampilkan citra profesional yang asli dan relevan. Merek pribadi yang kuat dapat meningkatkan rasa percaya diri Anda, membuka peluang baru, menumbuhkan sikap belajar seumur hidup, memperluas jaringan Anda, dan meningkatkan reputasi Anda di tempat kerja.

Pengaruh Personal Branding Dalam Membangun Karier di Era Digital

Pada kenyataannya, dalam bumi yang terus menjadi tersambung serta bersaing ini, Personal branding sudah jadi pandangan yang amat berarti serta pula tercantum perihal yang amat biasa buat menggapai keberhasilan dalam hidup serta karir. Personal branding bisa melingkupi gimana kita membuat pandangan diri kita sendiri, mengatur nama baik online serta offline, dan melainkan diri dari orang lain. Bisa di tuturkan pula, kalau personal branding merupakan aplikasi penjualan diri serta pekerjaan branding yang berpusat pada pengembangan diri, yang mendeskripsikan keberhasilan selaku

wujud pengepakan diri (Bumi, F., & Irwansyah, I; 2020). Tidak hanya itu, personal branding pula bisa dipakai selaku pembuka networking dengan orang lain dengan ketertarikan yang serupa dalam sesuatu aspek khusus. Tujuannya, supaya peluang karir seorang pula terus menjadi terbuka luas. Dengan Personal branding yang kokoh, seorang lebih mudah ditemui oleh perekrut serta memperoleh kesempatan kegiatan yang lebih bagus.

Statment diatas dibantu riset oleh Inna Nisawati Mardiani, dkk (2024) kalau personal branding ialah usaha penting buat membuat serta memproyeksiikan pandangan diri yang positif serta professional dalam bumi kegiatan. Cara membuat Personal branding kerap kali mengaitkan refleksi diri serta pengembangan keahlian, yang bisa mendesak perkembangan individu serta handal. Personal branding yang tidak berubah-ubah serta autentik bisa tingkatkan integritas seorang di mata kawan kegiatan, pimpinan, serta konsumen. Untuk para wiraswasta, personal branding yang bagus bisa menolong menarik klien, kawan kerja bidang usaha, serta penanam modal.

Simpulan

Membuat Personal branding merupakan pemodal waktu jauh yang bisa membagikan banyak manfaat untuk pekerjaan serta keberhasilan seseorang. Dengan Personal branding yang kokoh, seorang bisa tingkatkan visibilitas, membuat keyakinan, serta membuka bermacam kesempatan yang lebih bagus dalam bumi kegiatan. Personal branding yang kokoh bisa membuka banyak kesempatan pekerjaan. Banyak orang dengan Personal branding yang bagus kerap kali dikira selaku atasan pandangan di aspek mereka serta lebih bisa jadi memperoleh ajuan profesi ataupun kesempatan bidang usaha yang lebih bagus.

Daftar Pustaka

- Annas, N., & Putra, F. A. (2024). Peran Kepuasan Kerja dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai: Perspektif Mediasi Lingkungan dan Keselamatan Kerja. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2).
- Apramilda, R., Haribowo, R., Irdiana, S., Putra, F. A., & Hermansyah, E. N. (2025). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, STRATEGI KEY OPINION LEADER DAN PROMOSI DIGITAL TERHADAP REPURCHASE INTENTION. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14, 1278–1286. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1456>
- Awallina Yusanda, dkk. (2021). Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Jurnal SCRIPTURA*, 11(1), 41-52.
- Bungai, J., Setiawan, H., Putra, F. A., Sakti, B. P., & Sukoco, H. (2024). Digital Marketing Strategy in Education Management: Increasing School Visibility and Attractiveness. *Al-Fikrah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12(1), 110. <https://doi.org/10.31958/jaf.v12i1.12318>
- Dewi, R., Ishak, R. A., Rizkasari R, A. A., & Djakaria, M. R. (2023). Strategi Personal Branding Melalui Sosial Media Tiktok Melinda Rohita. *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(2), 118-130.
- Ekayulisa, Maula Nikmatul, R., & Fannan Rasyid, M. (2023). Self-Branding Melalui Instagram Pada Generasi Z. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(1), 81-92.

Volume : 5
Nomor : 1
Bulan : January-June
Tahun : 2026
Halaman : 109-118

- Felix, A., Cristianasis, Warda, J. W., Jonathan, F., Hadi, F. N., & Putra, S. S. (2023). Analisis Faktor dan Strategi Branding Youtuber Jerome Polin Dalam Mempertahankan Eksistensi. *JIPSI: Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 13(2), 115-127.
- Inna Nisawati Mardiani, dkk. (2024). Strategi Membangun Reputasi Untuk Sukses Karier Dengan Personal Branding di SMKN 1 Cikarang Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(4).
- Lambe, J. N., Widayanti, A., & Suprihati, S. (2021). Jenda Munthe's Personal Branding Power on Instagram Content #Tanyajawabjenda for Kreator Konten Digital Career Development. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(9), 280.
- Mardiani, IN, Aprilia, NI, Pratiwi, V., Qorina, I., Fatmasari, D., & Samudra, J. (2024). Strategi Membangun Reputasi Untuk Sukses Karier Dengan Personal Branding di SMKN 1 Cikarang Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(4), 1135-1141.
- Mendrofa, S.A., Sari, M.N., Martoyo, A., Putra, F.A., Putri, L., Bunga Aditi, S.E., M.Si. Ir. Yenni Jufri, M.Si. Mispandi, S.Pd., M.Pd. Dr. Sudarsono, SE., M.M. D, M. C. (2024). Manajemen Pemasaran Digital. In *CV Mega Press Nusantara* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Mujianto, H., Nurhadi, Z. F., & Kharismawati, K. (2021). Instagram Sebagai Media Pembentuk Personal Branding. *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 5(2), 154-169.
- Nur Anisa & Trisni Handayani. (2024). Analisis Personal Branding Pada Kesuksesan Karir Kreator Konten Digital TikTok. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 8(2), 729-738.
- Perdana, I., Kamaruddin, M. J., Rijal, S., & Putra, F. A. (2024). Social Media Marketing Strategy in Increasing Student Enrollment and Retention Social Media Marketing Strategy in Increasing Student Enrollment and Retention. *Al-Fikrah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12 (1)(June 2024), 202–213. <https://doi.org/10.31958/jaf.v12i1.5799>
- Pertiwi, F., & Irwansyah, I. (2020). Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1), 15-30.
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*, 5(2), 280.