



Fakultas

Komunikasi & Ilmu Sosial

Telkom University



PENJENAMAAN DIRI

minggu 1 – konsep dasar

Dosen Koordinator:

Pradipta Dirgantara, S.IP., M.IL., M.Sc.



IDENTITAS MATA KULIAH

❖ PENJENAMAAN PRIBADI/PERSONAL BRANDING (2 SKS)

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (PLO)	CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (CPMK)
Mampu mengolah, menganalisis, dan mengkaji isu komunikasi dalam berbagai konteks berdasarkan konsep dan teori komunikasi secara umum dan konsep teoritis media baru dengan menggunakan informasi dan data digital secara bertanggung jawab secara global	MAMPU MENGIMPLEMENTASIKAN KEMAMPUAN <i>CREATIVE THINKING</i> , <i>PROBLEM SOLVING</i> , BICARA PUBLIK, DAN <i>PERSONAL BRANDING</i> SEBAGAI KETERAMPILAN DASAR KOMUNIKASI

BAHAN KAJIAN	SUBCLO	MINGGU	MATERI
PENJENAMAAN PRIBADI DAN HUBUNGAN EMOSIONAL	MAMPU MENJELASKAN PENJENAMAAN PRIBADI DAN PENEMUAN DIRI SENDIRI	1	KONSEP DASAR PENJENAMAAN DIRI
		2	SELF-REDISCOVERY DALAM DUNIA DIGITAL
	MAMPU MENJELASKAN PERAN HUBUNGAN EMOSIONAL DENGAN PENJENAMAAN PRIBADI	3	DINAMIKA HUBUNGAN PENJENAMAAN DIRI
		4	STRATEGI PENJENAMAAN DIRI
ANTROPOLOGI KEBUTUHAN MASYARAKAT	MAMPU MENYEBUTKAN MENJELASKAN ANTROPOLOGI KEBUTUHAN MASYARAKAT	5	SISTEM INTERNAL DAN EKSTERNAL ANTROPOLOGI MASYARAKAT
		6	KONSTRUKSI EKSTERNAL
STRUKTUR IDENTITAS DIRI	MAMPU MENYEBUTKAN KREATIVITAS DAN ESTETIKA OPTIMISME	7	PENGALAMAN DIRI DAN SUMBER KREATIVITAS
		8	ESTETIKA OPTIMISME
	MAMPU MENGIDENTIFIKASI TEKNIK PENCITRAAN DIRI	9	BRANDINGPAYS FIVE-STEP SYSTEM
		10	AKSI SIMBOLIK
		11	KOMUNIKASI VERBAL DAN NONVERBAL DALAM RUANG DIGITAL
PLATFORM DIGITAL EKSPRESI DIRI	MAMPU MENDISKUSIKAN PLATFORM DIGITAL UNTUK MENGEKSPRESIKAN DIRI	12	PERSONA DALAM PLATOFORM DIGITAL
STUDI KASUS PENJENAMAAN DIRI	MAMPU MENGANALISIS KASUS PENJENAMAAN DIRI	13	KASUS PENJENAMAAN DIRI DI INDONESIA
		14	KASUS PENJENAMAAN DIRI DI INTERNASIONAL
IMPLEMENTASI PENJENAMAAN DIRI	MAMPU MENERAPKAN PENJENAMAAN DIRI DALAM MEDIA DIGITAL	15	MEMBANGUN RELASI DIGITAL
		16	PENERAPAN PENJENAMAAN DIRI DALAM MEDIA DIGITAL

ASSESSMENT GANJIL 24/25

ASSESSMENT	DEADLINE	DESKRIPSI TUGAS	BOBOT
KUIS 1	MINGGU 2	MEMBUAT INSTAGRAM AKUN KHUSUS UNTUK PENJENAMAAN DIRI (TERMASUK BIO, PROFIL PICTURE, DLL); MENGUMPULKAN TAUTANNYA DI LMS	5%
TUGAS INDIVIDU 1	MINGGU 3	MEMBUAT CREATIVE MISSION STATEMENT DAN STRATEGI PENJENAMAAN DIRI; MENGUNGGAH 2 KONTEN/MINGGU DI INSTAGRAM; PENGUMPULAN DI LMS	15%
TUGAS INDIVIDU 2	MINGGU 7 MINGGU 8	PRESENTASI INDIVIDU <i>PROGRESS REPORT</i> JENAMA DIRI DI INSTAGRAM; <i>PROGRESS</i> DIKUMPULKAN DI LMS	20%
KUIS 2	MINGGU 10	DISESUAIKAN DOSEN PENGAMPU	5%
TUGAS KELOMPOK 1	MINGGU 11	MEMBUAT RENCANA KOLABORASI KELOMPOK JENAMA DIRI; RENCANA DIKUMPULKAN DI LMS	25%
TUGAS KELOMPOK 2	MINGGU 13 - MINGGU 15	MEMBUAT AKTIVITAS KELOMPOK BERSAMA DI INSTAGRAM TENTANG TOPIK YANG SESUAI DENGAN JENAMA DIRI KELOMPOK (LIVE IG); POSTER DIKUMPULKAN DI LMS	30%
REMEDIAL	MINGGU 15	-	-
NILAI/REFLEKSI PEMBELAJARAN	MINGGU 16	-	-

KONTRAK KELAS

+



Mengapa perlu
penjenamaan diri?

Apa *personal*
branding kamu?

Brand yourself or be branded!!

- + Jika tidak menjenamakan diri sendiri, orang akan menjenamakan kita
- + Untuk individu, penting mengelola jenama hubungan diri sendiri dengan khalayak
- + Untuk organisasi, penting membangun dan mengelola jenama agar dapat mencapai kesuksesan komersial dan organisasi
- + *Personal branding* mencerminkan hubungan organisasi antara perusahaan dan kliennya dan mencakup aspek-aspek yang berkaitan identitas, raison d'être, hubungan dan pengalaman.

KONSEP DASAR

+ APA ITU PENJENAMAAN DIRI?

Definisi

**(Roberto Álvarez del
Blanco, 2010)**

Penjenamaan diri adalah sarana ampuh untuk membangun hubungan dengan orang lain yang memiliki ketertarikan sama sehingga menciptakan penekanan yang kuat dan positif pada kepribadian dan kegiatan atau layanan yang dilakukan seseorang baik komersial maupun nonkomersial

Definisi

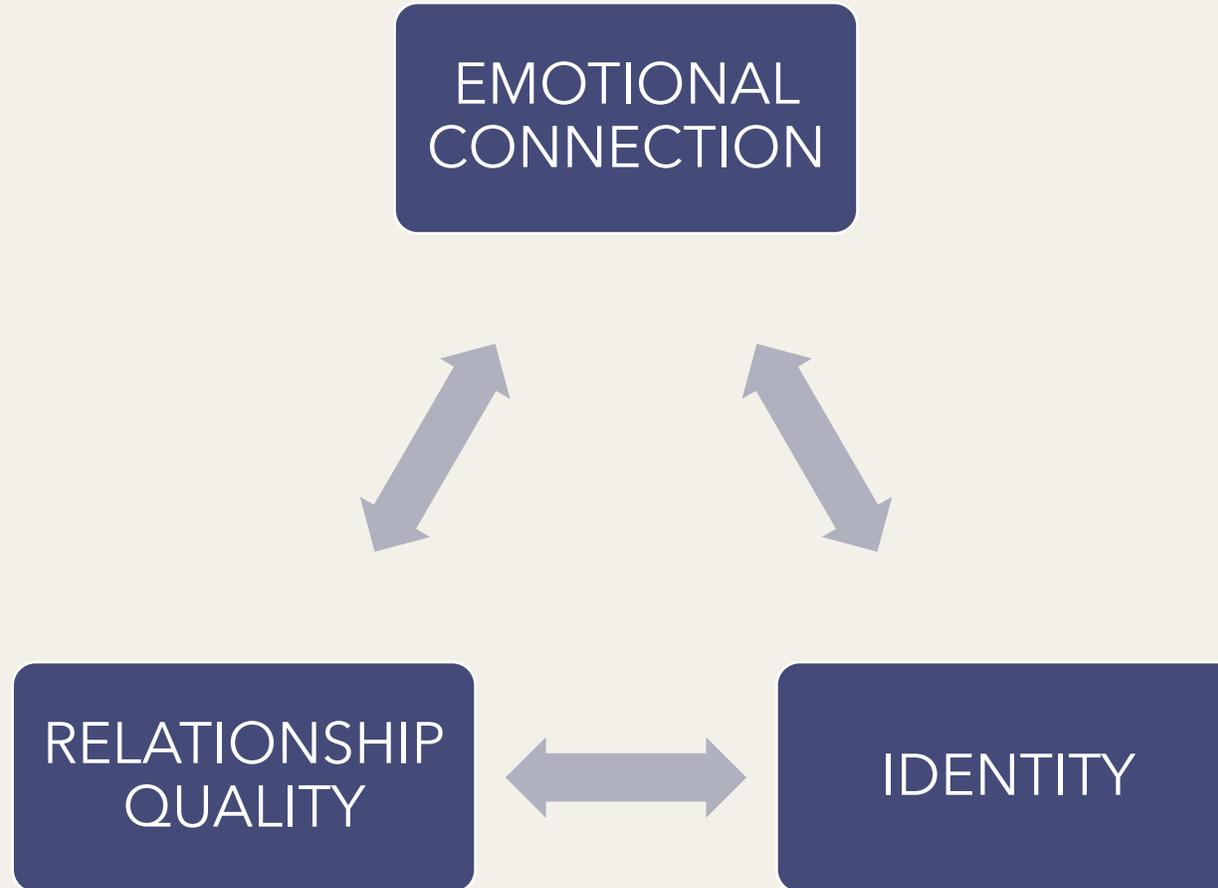
(Philip VanDusen,
2022)

Upaya membangun persepsi individu berdasarkan kemampuan, pengalaman, kompetensi, tindakan, dan pencapaiannya dalam sebuah komunitas, industry, atau segmen pasar.

Definisi

- + Jenama Diri (personal brand) = kata benda; sebuah persepsi dalam pikiran seseorang
- + Penjenamaan Diri (personal branding) = kata kerja; sebuah Upaya menanamkan persepsi seseorang ke dalam pikiran orang lain

ELEMEN Personal Branding



Emotional Connection

- + Koneksi yang dibangun yang menyediakan manfaat bagi orang lain sehingga memunculkan perasaan atau dampak emosional yang dapat diverifikasi orang lain yang berhubungan dengan jenama diri.
- + Orang lain atau kahlayak ini harus puas (atau senang) dengan hubungan mereka dengan kepribadian anda; sengaja ataupun tidak.



Identitas

- + Apa nilai-nilai dasar saya?
- + Apa tujuan saya saat ini?
- + Bagaimana saya ingin dilihat?
- + Kepribadian seperti apa yang saya coba proyeksikan?
- + Apa hubungan terpenting dalam hidup saya?



Identitas

- + Identitas pribadi bisa sangat berguna dalam hal memberikan arahan, tujuan, dan makna dalam hidup.
- + Identitas harus membantu membangun hubungan antara kepribadian, jenama diri, dan kelompok sasaran dengan menghasilkan proposisi nilai yang melibatkan manfaat fungsional dan emosional serta elemen ekspresi diri.
- + Struktur Identitas terdiri dari **core identity** dan **extended identity**.

Brand essence

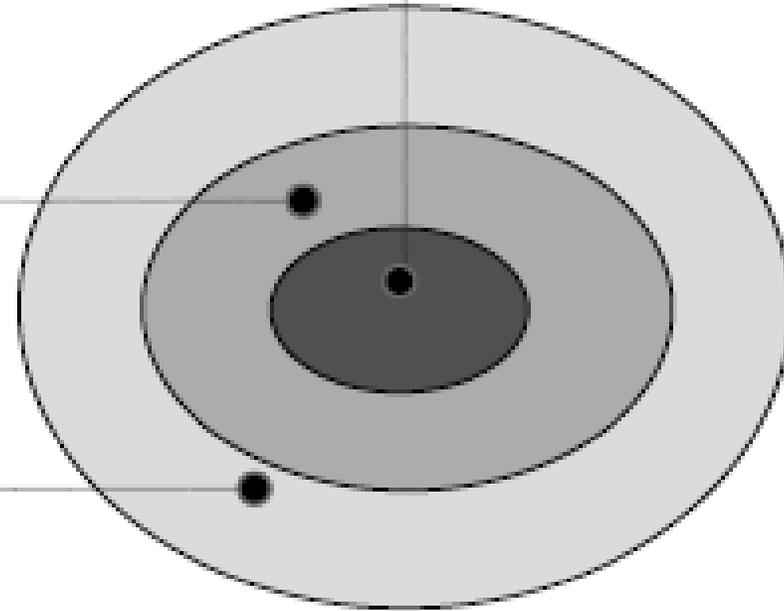
- Internal strategic guide
- Brand identity synthesis

Core identity

- Core brand values
- Lasting and consistent associations with interest groups

Extended identity

- Elements that provide texture and completeness
- Brand personality and character



Identity structure

- + Core Identity: the heart of the brand.
Contoh: health influencer.
- + Extended identity: the details of the brand.
Contoh: health influencer who engages in public health education.

Relationship

- + Hubungan antara jenama pribadi dan khalayak berada dalam serangkaian perasaan kekaguman, persahabatan, hiburan, dan keanggotaan dari pengelompokan yang sama (*sense of belonging*).
- + Tipologi:
 - + *Practical, family-orientated, genuine, old-school (Sincerity)*
 - + *Lively, young, up-to-date, sociable (Enthusiasm)*
 - + *Reliable, influential, competent (Appropriateness)*
 - + *Ambitious, high net-worth individual, dignified (Sophistication)*
 - + *Athletic, adventure-seeking (Robust)*.

RELATIONSHIP QUALITY

1. Behavioral interdependence: orang-orang berasosiasi satu sama lain dalam istilah frekuensi, kepentingan dan keterlibatan dalam hubungan.
2. Personal Commitment: adanya komitmen satu sama lain dan keinginan jelas untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas hubungan
3. Love and Passion: Hubungan yang kuat dan keengganan untuk menerima perpisahan berdasarkan kecintaan dan renjana

RELATIONSHIP QUALITY

4. Nostalgic Connection: Hubungan berdasarkan kenangan indah di masa lalu
5. Self-concept: kesamaan kepribadian seseorang dengan orang lain
6. Intimacy: Kedekatan mendalam di antara orang-orang yang memiliki kesamaan
7. Partnership quality: Cerminan kelakuan diri sendiri terhadap orang lain untuk merasa penting

Apa struktur identitas *personal branding* mereka?



The background features a light beige gradient with several wavy, dashed blue lines that create a sense of movement and depth. There are also two white circles: one in the top-left corner and another in the bottom-right corner. A solid orange line curves across the bottom right of the page.

Terima kasih

+