

Received : 29 November 2024  
Revised : 24 December 2024  
Accepted : 25 December 2024  
Online : 27 December 2024  
Published : 31 December 2024

## **Pelatihan *Public Speaking* dan *Personal Branding* untuk Membangun Karakter Kepemimpinan Siswa OSIS SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma Jakarta**

<sup>1\*</sup>Yunilis Andika, <sup>2</sup>Wahyu Tri Widyastuti, <sup>3</sup>Salman Al Farisi, <sup>4</sup>Gathan Razidy Malik F.,  
<sup>5</sup>Jovita Elvira Putri Sukmandono, <sup>6</sup>Ajeng Eka Putri, <sup>7</sup>Rizal Sanggra Pratama

<sup>1-6</sup>Program Studi Pendidikan Bahasa Prancis, Universitas Negeri Jakarta, Jl  
Rawamangun Muka, Jakarta Timur, Indonesia 13220

<sup>7</sup>Program Studi Pendidikan Teknik Mesin, Universitas Negeri Jakarta, Jl Rawamangun  
Muka, Jakarta Timur, Indonesia 13220

Email: <sup>1</sup>[yunilisandika@unj.ac.id](mailto:yunilisandika@unj.ac.id), <sup>2</sup>[wahyutri@unj.ac.id](mailto:wahyutri@unj.ac.id), <sup>3</sup>[salmanalfarisi@unj.ac.id](mailto:salmanalfarisi@unj.ac.id)

\*Penulis Korespondensi

### **Abstract**

Public speaking and personal branding are essential skills that can open career opportunities and advance professional development for everyone, especially OSIS students. SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma recognizes the importance of these skills for its students. Unfortunately, specialized training related to these topics has not yet been conducted there. To address this issue, the Community Service team from the French Language Education Program collaborated with SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma to organize training in public speaking and personal branding aimed at developing the leadership character of OSIS students. This activity was conducted in-person and comprised three stages: preparation, implementation, and evaluation. A total of 33 students participated in this event, receiving both theoretical and practical instruction, along with assignments to enhance their public speaking skills and build a positive self-image. The results of the training showed positive development after the sessions, with participants demonstrating increased confidence and the ability to present material effectively using various public speaking techniques.

**Keywords:** leadership character development; SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma Jakarta; Public Speaking; Personal Branding

### **Abstrak**

*Public speaking dan personal branding adalah keterampilan penting yang dapat membuka peluang karir dan memajukan perkembangan profesional bagi setiap orang, terutama siswa OSIS. SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma menyadari pentingnya keterampilan tersebut bagi siswanya. Sayangnya, pelatihan khusus terkait tema tersebut belum pernah dilaksanakan di sana. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim Pengabdian Kepada Masyarakat Prodi Pendidikan Bahasa Prancis bekerja sama dengan SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma dalam mengadakan pelatihan public speaking dan personal branding dengan tujuan mengembangkan karakter kepemimpinan siswa OSIS. Kegiatan ini dilaksanakan secara luring dengan tiga tahapan yakni persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Sebanyak 33 siswa menjadi peserta pada kegiatan ini dengan diberikan teori dan praktik, serta penugasan untuk meningkatkan keterampilan berbicara di depan umum dan membangun citra diri yang positif. Hasil pelatihan menunjukkan perkembangan yang positif setelah pelatihan di mana peserta memiliki kepercayaan diri yang meningkat sehingga mampu menyampaikan materi dengan baik dengan menerapkan berbagai teknik public speaking.*

**Kata Kunci:** pengembangan karakter kepemimpinan; SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma Jakarta; Public Speaking; Personal Branding

## 1. PENDAHULUAN

Pembentukan karakter kepemimpinan merupakan aspek yang sangat penting dalam pendidikan, terutama di lingkungan Sekolah Menengah Atas. Kepemimpinan adalah sikap, perilaku, dan kekuatan aspirasional yang meliputi semangat serta moral yang kreatif, yang bertujuan untuk memengaruhi para bawahan agar mampu bekerja sama secara harmonis dengan mempertimbangkan aspek efisiensi dan efektivitas. Melalui kepemimpinan, pemimpin dapat mengubah sikap para anggota sehingga mereka searah dengan kemauan dan aspirasinya, guna mencapai produktivitas kerja sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan (Abijaya dkk., 2021; Mulyono, 2018). Esensi kepemimpinan adalah kepercayaan, yang dibangun melalui keteladanan nyata. Pemimpin berkarakter juga berfungsi sebagai pendidik karakter bagi bawahannya, memotivasi mereka melalui integrasi nilai-nilai karakter dalam kepemimpinan (Setyaki & Al Farqan, 2021).

Salah satu cara efektif untuk membentuk karakter adalah dengan mengembangkan kemampuan *public speaking* dan *personal branding*. *Public speaking*, sebagai keterampilan berbicara di depan umum, tidak hanya menuntut keberanian untuk tampil di hadapan audiens, tetapi juga memerlukan kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif. Berbicara secara umum dapat diartikan suatu penyampaian maksud (ide, pikiran, gagasan, atau isi hati) seseorang kepada orang lain dengan

menggunakan bahasa lisan sehingga maksud tersebut dapat dipahami oleh orang lain (Rambe, dkk: 2023).

Dalam proses komunikasi, *public speaking* dapat dilihat sebagai model komunikasi satu arah, namun dari perspektif komunikasi, hal ini juga melibatkan interaksi langsung yang menjadikannya sebagai bentuk komunikasi kelompok. Keterampilan ini sangat penting bagi siswa, terutama dalam konteks Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS), di mana kemampuan berbicara di depan umum sering kali dibutuhkan.

Sejalan dengan kemampuan *public speaking*, *personal branding* juga menjadi elemen penting yang perlu dikuasai oleh siswa. *Personal branding* memberikan pemahaman kepada siswa tentang pentingnya mengenali nilai dan keunikan diri mereka sendiri, yang pada gilirannya membantu mereka membangun citra positif di mata orang lain.

SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma, sebuah sekolah yang menonjolkan program-program unggulan berbasis Tri Abdi Angkasa Nusantara, menyadari pentingnya pengembangan keterampilan *public speaking* dan *personal branding* bagi siswa-siswanya, terutama yang tergabung dalam OSIS. Namun, berdasarkan hasil observasi dan wawancara, ditemukan bahwa sekolah ini belum memiliki program pelatihan yang khusus untuk mengembangkan keterampilan tersebut. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan yang

mendesak untuk memberikan pelatihan yang relevan, terutama mengingat pentingnya keterampilan ini dalam mendukung program-program yang telah ada di sekolah.

Dalam upaya memenuhi kebutuhan tersebut, tim Pengabdian Kepada Masyarakat Prodi Pendidikan Bahasa Prancis bermitra dengan SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma untuk menyelenggarakan pelatihan *public speaking* dan *personal branding*. Program ini bertujuan untuk membekali siswa OSIS dengan keterampilan yang dibutuhkan, yang tidak hanya akan membantu mereka dalam menjalankan tugas-tugas organisasi, tetapi juga akan memberikan dampak positif dalam jangka panjang, baik dalam kehidupan pribadi maupun karier mereka di masa depan. Pelatihan *public speaking* memberikan kesempatan bagi siswa OSIS untuk mengembangkan keterampilan berbicara di depan umum, yang tidak hanya dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka, tetapi juga memungkinkan mereka untuk mengungkapkan ide dan pendapat dengan lebih jelas dan efektif.

Personal brand adalah representasi kolektif tentang bagaimana seseorang dirasakan oleh publik, dalam media sosial. Personal brand adalah mempromosikan kekuatan dan keunikan individu untuk suatu target audiens (Anggarini, 2021). Puspita (2023) menjelaskan bahwa personal branding merupakan kunci kesuksesan di era digital. Proses membangun personal branding dimulai dengan mengenali diri sendiri, menetapkan tujuan, dan menjaga

konsistensi. Personal branding dianggap sebagai investasi diri yang dapat membuka peluang lebih besar dan membangun citra yang kuat serta berarti. Ekayulisa et al. (2023) menyatakan bahwa setiap individu memiliki standar self-branding yang berbeda, salah satunya terlihat dari cara mereka merespons dan menerima komentar di Instagram. Standar tersebut berfungsi sebagai sarana pembentukan self-branding dan evaluasi diri, yang mendorong individu untuk terus meningkatkan kualitas citra diri mereka. Pengenalan konsep *personal branding* melalui pelatihan ini dapat memberikan wawasan kepada siswa mengenai berbagai pilihan karir dan minat yang mereka miliki. Dengan memahami potensi diri mereka, siswa dapat merencanakan masa depan dengan lebih baik dan memiliki tujuan hidup yang jelas. *Personal branding* menjadi semakin penting dalam era persaingan yang ketat, di mana individu perlu memasarkan diri mereka dengan strategi yang efektif untuk membangun persepsi positif di masyarakat.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan *public speaking* dan *personal branding* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap pengembangan keterampilan interpersonal dan kepercayaan diri siswa. Prasetyo et al. (2023) dan Anggriani et al. (2022) mengungkapkan bahwa keterampilan *public speaking* memberikan siswa kemampuan untuk menyampaikan informasi secara efektif dengan teknik komunikasi praktis yang langsung dapat diterapkan di kelas. Hal

ini memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah yang efektif. Peserta pelatihan menunjukkan peningkatan rasa percaya diri, yang tercermin dari antusiasme mereka dalam berbicara dan menyampaikan pendapat di depan teman-temannya. Sementara itu, Wiratama (2021) menekankan bahwa untuk mengembangkan keterampilan public speaking yang optimal, guru perlu menemukan "strong why" dalam dirinya dan menerapkan langkah-langkah komunikasi yang terdiri dari: (1) pembukaan yang menarik (amazing opening), (2) isi yang relevan (content), dan (3) penutup yang kuat (powerful closing).

Selain itu, penelitian Syazali et al. (2023) menunjukkan bahwa metode *show and tell* merupakan pendekatan yang sederhana namun efektif untuk meningkatkan rasa percaya diri siswa, khususnya dalam keterampilan public speaking. Metode ini berfokus pada pembelajaran berbasis siswa (*student-centered learning*), di mana guru memberikan ruang lebih besar kepada siswa untuk berbicara. Dengan demikian, siswa terbiasa untuk bertanya, mengemukakan pendapat, dan bercerita di depan teman-teman serta guru mereka.

Di sisi lain, hasil penelitian Srihasnita & Dharmasetiawan (2018) serta Yusanda et al. (2021) menekankan pentingnya personal branding sebagai kebutuhan individu di tengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memengaruhi persepsi dan membangun citra positif di masyarakat, seseorang perlu memasarkan dirinya dengan strategi yang efektif, seperti menonjolkan nama, kompetensi,

keunggulan khusus, dan keunikan. Proses ini dilakukan secara konsisten, mencakup elemen seperti ciri kepribadian dan kompetensi, guna menciptakan positioning yang kuat dan berdampak positif terhadap kinerja individu.

Sejalan dengan itu, penelitian Anggarini (2021) mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi personal branding melalui media sosial. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial mempermudah individu mendapatkan pekerjaan yang lebih baik, menjalin hubungan dengan klien yang relevan, serta membuka peluang karier baru. Sementara itu, Ananda dan Matondang (2024) menyoroti keberhasilan Rachel Vennya dalam membangun personal branding yang kuat melalui Instagram, mengacu pada konsep Peter F. Montoya seperti spesialisasi, terlihat, dan nama baik. Sebagai influencer dan entrepreneur, Rachel Vennya menunjukkan inovasi, kreativitas, kepemimpinan, dan keteguhan yang memperkuat citranya. Media sosial Instagram terbukti menjadi platform yang efisien dalam menonjolkan elemen-elemen penting yang mendukung branding tersebut. Penelitian ini menyarankan agar Rachel Vennya terus menghasilkan produk dan ide inovatif untuk memajukan usahanya.

Dengan demikian, selain keterampilan public speaking, personal branding juga menjadi elemen krusial dalam membentuk kepercayaan diri dan keberhasilan individu. Kombinasi keduanya memberikan keunggulan kompetitif di era digital, membantu seseorang memaksimalkan potensi dan

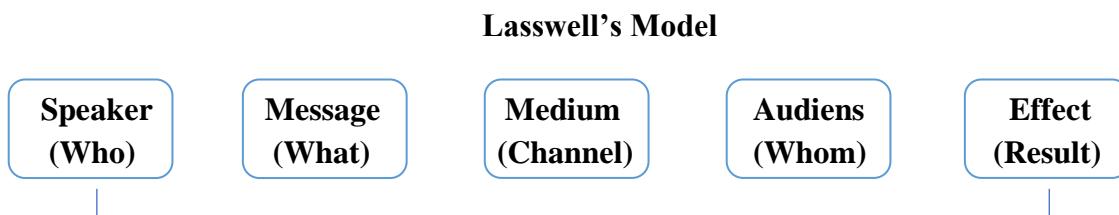
mencapai tujuan pribadi maupun profesional.

Oleh karena itu, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam membangun karakter siswa OSIS SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma, sekaligus mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan di masa depan. Pelatihan ini juga bertujuan untuk menciptakan pengalaman belajar yang relevan dan aplikatif, sehingga siswa

dapat lebih mudah memahami dan menerapkan keterampilan yang dipelajari dalam kehidupan sehari-hari.

## 2. TINJAUAN LITERATUR

Laswell dalam Aisyah (2017) menyatakan bahwa ada 5 konsep dasar komunikasi yaitu pembicara (speaker), pesan (message), medium, pendengar atau khalayak (audiens), dan efek. Elemen dasar ini bisa di ilustrasikan pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Elemen dasar komunikasi Lasswell

Elemen "Who" merujuk pada seseorang yang berperan sebagai pembicara atau pengirim pesan dalam komunikasi, memiliki kepentingan tertentu dalam menyampaikan informasi kepada pendengar, yang bisa individu, kelompok, atau organisasi. Elemen "What" dalam model komunikasi Lasswell terkait dengan isi pesan yang disampaikan oleh komunikator, bisa berupa verbal atau nonverbal, mencakup ide, gagasan, perasaan, dan keinginan dari komunikator. Elemen "In which/Channel" adalah penentu sampainya informasi kepada komunikan, menggunakan media seperti tatap muka atau media elektronik/cetak (radio, koran). Kesalahan dalam memilih media dapat memengaruhi hasil komunikasi, terutama dalam *public speaking*. Elemen

"Whom/Audien" menunjukkan penerima pesan, bisa individu, kelompok, organisasi, atau negara, serupa dengan komunikator. Elemen "Effect/Result" dalam kajian komunikasi menyoroti tujuan dan hasil yang diinginkan dalam menyampaikan pesan, termasuk perubahan sikap dan pengetahuan pendengar setelah menerima informasi.

Keutamaan *public speaking* mencakup berbagai aspek yang bermanfaat. Nirwana dan Manginda (2020) menyatakan bahwa terdapat delapan manfaat *public speaking*. Pertama, keahlian dalam *public speaking* memberi kesempatan untuk sukses di lingkungan pendidikan dengan melibatkan keterampilan mendengar, berpikir kritis, menulis poin-poin penting, dan organisasi ide. Kedua, memiliki

ketrampilan komunikasi yang baik, terutama dalam *public speaking*, mempermudah mahasiswa dalam mendapatkan pekerjaan atau sukses dalam karir, karena perusahaan mencari karyawan dengan ketrampilan tersebut. Selain itu, *public speaking* juga berkontribusi pada pengembangan diri pribadi, memungkinkan penyampaian ide secara efektif dan memberikan kepuasan saat ide diterima atau diterapkan. Keempat, berbicara di depan umum dengan data yang akurat dapat membantu mengasah keterampilan berpikir kritis. Kelima, studi menunjukkan bahwa mahasiswa yang mempelajari *public speaking* cenderung lebih percaya diri, dengan penekanan pada teknik penyampaian yang efektif. Keenam, *public speaking* mengajarkan keterampilan memberikan respon positif atau kritis konstruktif kepada audiens, membangun kepercayaan dan kenyamanan. Ketujuh, *public speaking* dapat menjadi awal perubahan di masyarakat melalui penuluran ide kepada orang lain. Terakhir, *public speaking* dan kepemimpinan memiliki persamaan dalam memengaruhi orang lain, memberikan bekal untuk menjadi pemimpin.

Kemampuan berbicara atau *public speaking* sangat erat kaitannya dengan *personal branding*. Melalui *personal branding*, nantinya dapat memberikan pemahaman kepada siswa mengenai pentingnya memahami nilai-nilai dan keunikan diri mereka. Dengan memahami identitas diri mereka sendiri, siswa dapat membangun citra positif

yang memengaruhi cara mereka dilihat oleh orang lain.

Montoya dan Vandehey (2004) menyatakan bahwa personal brand dapat dijelaskan sebagai identitas personal yang merangsang persepsi yang tepat dan bermakna pada audiens mengenai nilai-nilai dan kualitas yang diwakili oleh seseorang. Hal ini sejalan dengan pendapat Ambadar (2007) yang mengungkapkan bahwa konsep branding tidak hanya terbatas pada produk atau layanan, tetapi juga dapat diterapkan pada berbagai entitas, seperti retailer, distributor, individu, organisasi, acara, karya seni, atau wilayah tertentu. Dengan demikian, personal branding bukan sekadar strategi pemasaran, tetapi juga proses yang lebih luas dalam menciptakan dan mengelola citra atau reputasi seseorang untuk memperoleh kepercayaan orang lain dan menjadikan dirinya dikenal. Seperti yang dijelaskan oleh Ananda dan Matondang (2024), personal branding adalah upaya untuk membentuk citra diri yang kuat dan konsisten, yang pada gilirannya dapat membuka peluang dan meningkatkan kredibilitas individu di berbagai bidang.

Dengan mengetahui potensi diri, siswa dapat merencanakan masa depan mereka dengan lebih baik dan memiliki tujuan hidup yang jelas. Langkah ini tidak hanya bermanfaat untuk perkembangan pribadi, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap pandangan masyarakat terhadap mereka. Masyarakat dapat melihat siswa sebagai individu yang memiliki potensi dan kontribusi unik bagi masyarakat di masa mendatang.

### 3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan dilakukan secara luring dengan tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Tahap persiapan merupakan tahapan pertama pada pengabdian ini. Pada tahap ini, tim melakukan analisis lapangan, penyusunan materi, penentuan lokasi kegiatan, dan penentuan waktu pelaksanaan. Pada April 2024, dilakukan observasi awal di SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma untuk memahami kebutuhan pelatihan. Perizinan dari pihak sekolah juga diurus untuk memastikan kegiatan dapat berjalan lancar. Selain itu, flyer untuk promosi kegiatan, modul pelatihan, dan presensi peserta disusun agar pelaksanaan lebih terstruktur.

Tahapan kedua ialah tahap pelaksanaan. Pelaksanaan diawali dengan siswa mengisi angket pre-test untuk menilai pemahaman awal mereka terkait *public speaking* dan *personal branding* sebelum mengikuti pelatihan. Setelah itu, siswa mengikuti pelatihan yang dilakukan secara langsung (luring) di sekolah, di mana mereka mendapatkan materi tentang dasar-dasar komunikasi publik, teknik berbicara di depan umum, dan cara membangun *personal branding*. Setelah menerima materi, siswa melakukan praktik berbicara di depan umum untuk menerapkan teori yang telah dipelajari. Siswa juga diberikan tugas untuk membuat video berdurasi 1 menit, yang menunjukkan pemahaman mereka tentang materi pelatihan. Selanjutnya, pada Juli hingga Agustus 2024, siswa mengerjakan tugas video tersebut dan mengunggahnya ke Google Drive. Ini merupakan bentuk evaluasi terhadap

kemampuan mereka dalam menerapkan materi yang telah dipelajari. Selanjutnya, siswa kembali mengisi angket setelah pelatihan selesai untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan mereka.

Tahap terakhir ialah tahap evaluasi. Video-video yang telah diunggah oleh siswa diseleksi, dan video terbaik dipilih untuk menerima penghargaan sebagai bentuk apresiasi. Selain itu, peserta yang telah menyelesaikan seluruh tahapan pelatihan mendapatkan sertifikat dan peserta diminta mengisi angket sebagai evaluasi.

Fokus utama pelatihan adalah siswa kelas XI dan XII yang tergabung dalam OSIS SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma. Pelatihan ini dirancang untuk mempersiapkan peserta dalam menghadapi masa depan dengan percaya diri dan memiliki identitas pribadi yang kuat. Siswa berperan aktif dalam setiap tahap pelatihan, mulai dari pengisian angket pre-test, mengikuti pelatihan, hingga praktik lisan dan pembuatan video. Siswa yang mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dengan baik menerima sertifikat sebagai pengakuan atas partisipasi mereka.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (P2M) dengan judul "Pelatihan *Public Speaking* Dan *Personal Branding* untuk Membangun Karakter Kepemimpinan Siswa OSIS SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma Jakarta" telah sukses dilaksanakan pada Kamis, 18 Juli 2024. Pelatihan ini diikuti oleh 33 orang siswa OSIS yang

menunjukkan antusiasme tinggi sepanjang acara. Rangkaian kegiatan dimulai dengan sambutan dari perwakilan sekolah yang menekankan pentingnya pelatihan ini untuk mengembangkan kemampuan *public speaking* dan *personal branding* siswa. Sambutan ini disusul oleh Ketua PkM yang menjelaskan tujuan dari kegiatan PKM ini, yaitu membekali siswa dengan keterampilan yang esensial untuk sukses di masa depan. Selanjutnya, dilaksanakan kegiatan inti, yaitu paparan kedua materi tersebut.

### **Pemaparan Materi *Public Speaking***

Materi ini mencakup teknik berbicara di depan umum, strategi mengatasi rasa gugup, dan cara menyampaikan pesan dengan efektif. Pemateri menyampaikan materi dengan interaktif, melibatkan siswa dalam diskusi dan tanya jawab untuk memastikan pemahaman yang mendalam.

Paparan materi *public speaking* dilanjutkan dengan sesi praktik di mana siswa diberi kesempatan untuk praktik berbicara di depan teman-teman mereka. Sesi ini sangat dinamis dengan siswa yang sangat aktif berpartisipasi. Setiap siswa diberi kesempatan untuk tampil dan menerima masukan konstruktif dari pemateri serta teman-teman mereka. Sesi ini tidak hanya meningkatkan keterampilan berbicara mereka tetapi juga membangun kepercayaan diri.

### **Pemaparan Materi *Personal Branding***

Setelah sesi *public speaking*, kegiatan dilanjutkan dengan paparan materi *personal branding*. Materi ini

mengajarkan siswa tentang pentingnya membangun citra diri yang positif dan cara mengembangkan *personal brand* yang kuat. Siswa diajarkan untuk mengenali kekuatan dan keunikan mereka, serta bagaimana mempresentasikan diri mereka dengan cara yang menarik dan profesional. Seperti pada sesi sebelumnya, banyak dilakukan praktik di mana siswa diminta untuk mendeskripsikan dan mempresentasikan *personal brand* mereka sendiri.

Pada saat proses pembelajaran, fasilitator membagikan kertas kepada seluruh peserta, kemudian meminta siswa untuk menuliskan tiga hal yang paling mereka kuasai. Peserta terlibat aktif dalam berinteraksi dan mempraktikkan materi yang sedang diajarkan. Secara keseluruhan, pelatihan ini berjalan dengan sangat baik dan mendapat respon positif dari peserta. Mereka sangat antusias untuk terlibat dalam kegiatan ini. Antusiasme siswa terlihat dari keaktifan mereka dalam sesi praktik dan diskusi.

Materi yang telah disiapkan dapat diaplikasikan serta tujuan kegiatan juga tercapai sesuai target yang diharapkan, yaitu peserta mampu mempraktikkan *public speaking* dan membangun *personal branding* dengan baik yang ditunjukkan saat sesi praktik. Materi pada pelatihan ini berupa modul sederhana yang dilengkapi dengan latihan serta praktik. Materi tersebut antara lain tentang Pengantar *Public Speaking*, Teknik Dasar *Public Speaking*, Mengatasi Rasa Gugup, Menyusun dan Menyampaikan Pidato yang Efektif, Pengantar *Personal Branding*,



Membangun *Personal Brand* yang Kuat, Media Sosial dan Personal Branding, Studi Kasus, Latihan, Evaluasi dan Tugas.

Selanjutnya setelah sesi pemaparan materi dan praktik, siswa diminta untuk mengirimkan penugasan terkait materi yang telah disampaikan. Penugasan diberikan kepada siswa setelah sesi materi sebagai bentuk penerapan

langsung dari apa yang telah mereka pelajari. Siswa diminta untuk mengirimkan tugas yang berkaitan dengan pengembangan *public speaking* dan *personal branding* mereka. Penugasan ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman dan keterampilan yang telah diajarkan selama pelatihan. Berikut ini beberapa sampel hasil tugas yang dikirimkan.



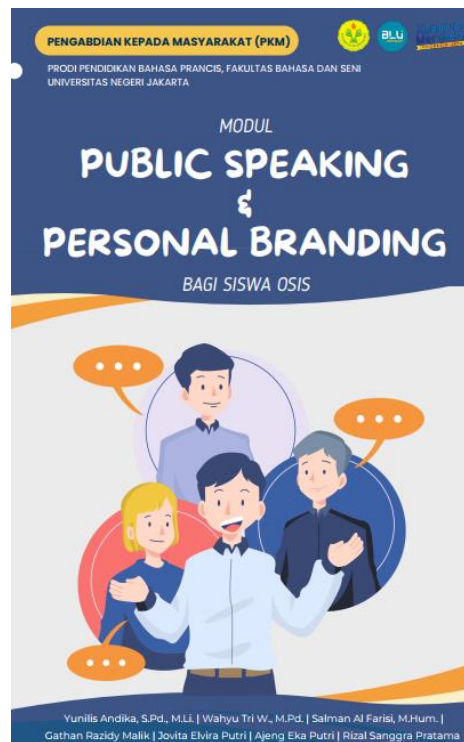
**Gambar 2.** Sesi Praktik *Public Speaking* pada Pelatihan *Public Speaking* dan *Personal Branding* untuk Membangun Karakter Kepemimpinan Siswa OSIS SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma Jakarta



**Gambar 3.** Sesi Praktik *Personal Branding* pada Pelatihan *Public Speaking* dan *Personal Branding* untuk Membangun Karakter Kepemimpinan Siswa OSIS SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma Jakarta



**Gambar 4.** Sampel Hasil Penugasan Video *Public Speaking* pada Pelatihan *Public Speaking* dan *Personal Branding* untuk Membangun Karakter Kepemimpinan Siswa OSIS SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma Jakarta



**Gambar 5.** Cover Modul Pelatihan *Public Speaking* dan *Personal Branding* untuk Membangun Karakter Kepemimpinan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma Jakarta ditutup dengan evaluasi. Teknik evaluasi yang digunakan adalah dengan menyebarkan angket kepuasan pelaksanaan kepada para peserta. Berdasarkan hasil angket yang disajikan dalam Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa pelatihan *public speaking* dan *personal branding* yang dilaksanakan telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peserta. Hasil angket menunjukkan bahwa pelatihan *public speaking* dan *personal branding* berhasil meningkatkan kepercayaan diri dan mengurangi kecemasan peserta saat berbicara di depan umum. Sebanyak 81,3% peserta merasa lebih menikmati pengalaman

berbicara, dan 75% merasakan peningkatan keterampilan komunikasi. Selain itu, 81,3% peserta juga lebih memahami pentingnya *personal branding*, yang berdampak positif pada citra profesional mereka.

Secara keseluruhan, hasil angket menunjukkan bahwa pelatihan telah berhasil meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri peserta dalam *public speaking* dan *personal branding*. Selain itu, pelatihan ini juga memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya kedua keterampilan tersebut dalam mendukung kesuksesan karier di masa depan serta mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan dalam dunia profesional.

**Tabel 1. Hasil Evaluasi Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat**

No	Pertanyaan	Jawaban (%)				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa lebih percaya diri saat berbicara di depan umum setelah pelatihan ini.	18,8	87,5	0	0	0
2	Saya merasa tidak terlalu cemas saat harus berbicara di depan banyak orang setelah pelatihan ini.	6,3	81,3	18,8	0	0
3	Keterampilan saya dalam menyampaikan ide secara lisan telah meningkat setelah pelatihan ini.	18,8	75	12,5	0	0
4	Saya lebih menikmati kesempatan untuk berbicara di depan umum setelah pelatihan ini.	12,5	81,3	6,3	0	0
5	Saya lebih sering mempersiapkan diri dengan baik sebelum berbicara di depan umum setelah pelatihan ini.	31,3	56,3	12,5	0	0
6	Saya merasa lebih mampu mengontrol rasa gugup saat berbicara di depan umum setelah pelatihan ini.	37,6	68,8	0	0	0
7	Saya lebih mampu menjaga perhatian audiens saat berbicara di depan umum setelah pelatihan ini.	18,8	81,3	0	0	0
8	Saya merasa lebih mampu menjawab pertanyaan dari audiens dengan baik setelah pelatihan ini.	12,5	81,3	6,3	0	0
9	Saya lebih sering menggunakan alat bantu visual (seperti slide) saat berbicara di depan umum setelah pelatihan ini.	12,5	87,6	0	0	0
10	Saya merasa lebih dapat mengatur tempo, nada suara dan gestur dengan baik saat berbicara di depan umum setelah pelatihan ini.	12,5	87,6	0	0	0
11	Saya lebih memahami pentingnya personal branding dalam karier saya setelah pelatihan ini.	25	81,3	0	0	0
12	Saya merasa personal branding saya lebih mencerminkan nilai dan kepribadian saya setelah pelatihan ini.	25	62,5	12,5	0	0
13	Saya lebih aktif mengelola citra saya di media sosial untuk mendukung personal branding setelah pelatihan ini.	25	56,3	18,8	0	0
14	Saya merasa personal branding yang kuat lebih membantu saya dalam mendapatkan peluang profesional setelah pelatihan ini.	25	68,8	6,3	0	0
15	Saya lebih sering mendapat umpan balik positif terkait citra profesional saya setelah pelatihan ini.	31,3	62,5	12,5	0	0

## 5. PENUTUP

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema Pelatihan *Public Speaking* dan *Personal Branding* untuk membangun karakter kepemimpinan siswa SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma Jakarta telah terlaksana dengan baik serta sesuai dengan tujuan yang telah dirancang. Terdapat peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta terkait kemampuan berbicara di depan umum dan membangun citra diri yang kuat. Pelatihan ini sangat efektif dalam membantu siswa mengembangkan keterampilan kepemimpinan mereka melalui penyampaian materi, praktik, serta pendampingan intensif. Setelah mengikuti pelatihan, para siswa mampu mengaplikasikan teknik-teknik *public speaking* dengan lebih percaya diri dan mulai memahami pentingnya *personal branding* dalam mendukung kesuksesan di masa depan. Antusiasme peserta tercermin dari keaktifan mereka dalam bertanya dan berdiskusi selama sesi berlangsung, serta kesadaran yang lebih besar akan pentingnya keterampilan ini dalam menunjang karier dan kehidupan sosial mereka. Oleh karena itu, pelatihan ini perlu dilanjutkan dengan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan penguatan keterampilan yang telah dipelajari.

### Ucapan Terima kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Jakarta atas dukungan dan pendanaannya, yang memungkinkan

terlaksananya Pelatihan *Public Speaking* dan *Personal Branding* untuk membangun karakter kepemimpinan siswa SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma Jakarta. Terima kasih juga kami sampaikan kepada SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma sebagai mitra yang telah memberikan kerja sama dan sambutan hangat. Semoga kolaborasi ini terus berlanjut dan memberikan manfaat bagi pengembangan masyarakat di masa mendatang.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Abijaya, S., Wildanu, E., & Jamaludin, A. 2021. Peranan Kepemimpinan dalam Organisasi (Studi Kasus Peran Pimpinan dalam Menjaga Soliditas Karyawan di PT. Nippon Indosari Corpindo). *Jurnal Soshum Insentif*, 4(1). DOI: <https://doi.org/10.36787/jsi.v4i1.44217>
- Aisyah, St. op.cit. 2017. Public speaking dan kontribusinya terhadap kompetensi da'i. *Jurnal Ilmu Dakwah*. 37(2):198-214. Tersedia dari: <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/view/2705>
- Ambadar, J. 2007. *Mengelola merek*. Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- Ananda, R. A., & Matondang, M. A. 2024. Pembentukan personal branding Rachel Vennya sebagai influencer dan entrepreneur di media Instagram. *Jurnal Indonesia:*

- Manajemen Informatika dan Komunikasi, 5(2), 1761-1771.
- Anggarini, D. T. 2021. Faktor-faktor yang memengaruhi personal branding dalam membangun citra dan popularitas dalam media sosial. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 03(04): 259-268.
- Anggriani, dkk. 2022. Mengembangkan keterampilan berbicara dan rasa percaya diri melalui public speaking bagi anak panti asuhan Wisma Karya Bakti. Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LP UMJ. Tersedia dari: <Http://Jurnal.Umj.Ac.Id/Index.Php/Semnaskat>.
- Ekayulisa, R., Maula, R. N., & Fannan, M. R. 2023. Efektivitas self-branding melalui Instagram pada generasi Z. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(1): 81-92.
- Montoya, Peter, Tim Vandehey. 2004. *Strategic personal branding*. Mumbai: Jaico Publishing House.
- Mulyono, Hardi. 2018. Kepemimpinan (Leadership) Berbasis Karakter dalam Peningkatan Kualitas Pengelolaan Perguruan Tinggi. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 3(1): 290.
- Nirwana dan Manginda. 2020. Teori dan praktek public speaking (Perspektif agama dan budaya). Gowa: Alauddin University Press.
- Prasetyo, dkk. 2023. Meningkatkan keterampilan public speaking untuk meningkatkan kemampuan komunikasi di depan umum. *International Journal of Community Service Learning*. 7(2):192-198. Tersedia dari: <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJCSL/article/download/51633/26827/184794>
- Puspita. 2023. Personal branding: Pengertian, manfaat, cara membangun. Diakses dari <https://ikom.umsida.ac.id/personal-branding-pengertian-manfaat-cara-membangun/>
- Rambe, R. N., Syahfitri, A., Humayroh, A., Alfina, N., Azkia, P., & Rianti, T. D. 2023. Upaya Meningkatkan Keterampilan Berbicara di Depan Umum. *Jurnal Pendidikan dan Sastra Inggris (JUPENSI)*, 3(2), 11–24. DOI: <https://doi.org/10.55606/jupensi.v3i2.1966>
- Setyaki, P. A. B., & Al Farqan, M. G. 2021. Kepemimpinan (Leadership) Berkarakter dalam Kemajuan Organisasi. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(3): 427-435. SMA Angkasa 1 Jakarta. 2024. Sekolah kompak. Tersedia dari : <https://smaangkasa1.sch.id/>
- Srihasnita dan Dharmasetiawan. 2018. Strategi membangun personal branding dalam meningkatkan performance diri. *Jurnal Bappeda*. 4(1):19-25. Tersedia dari: <https://ojs.selodangmayang.com/index.php/bappeda/article/view/85>
- Syazali, M., Olivia, N., & Sobri, M. 2023. Upaya meningkatkan keterampilan public speaking siswa melalui penerapan metode *show and tell*. *El-Hikam: Jurnal Kajian*

- Pendidikan dan Keagamaan,  
XVI(1): 70-82.
- Wiratama, N. S. 2021. Kemampuan public speaking dalam pembelajaran sejarah. *ISTORIA: Jurnal Pendidikan dan Sejarah*, 17(1): 1-14. Tersedia dari : <https://journal.uny.ac.id/index.php/istoria>
- Yusanda, dkk. 2021. Strategi personal branding melalui media sosial Instagram. *Jurnal Scriptura*. 11(1):41-52. Tersedia dari: <https://scriptura.petra.ac.id/index.php/iko/article/view/23558>