

## Public Speaking dan Branding Diri: Kunci Santri dalam Membangun Ekonomi Mandiri Berbasis Pesantren

### Public Speaking and Personal Branding: The Key for Islamic Boarding School Students in Building an Independent Economy Based on Islamic Boarding Schools

Dewi Puspa Arum<sup>1</sup>, Muhammad Iqbal Abdillah<sup>1a</sup>, Maulana Rafi<sup>1</sup>, Aldi Darmawan<sup>1</sup>

<sup>1a</sup> Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur; Surabaya, Indonesia, e-mail:  
21036010061@student.upnjatim.ac.id

(Diterima: 31-07-2025; Ditelaah: 29-09-2025; Disetujui: 14-12-2025)

#### **Abstrak**

*Kemampuan komunikasi dan pengembangan citra diri menjadi keterampilan penting dalam menghadapi tantangan ekonomi modern, khususnya bagi santri pesantren. Artikel ini membahas pelaksanaan pelatihan public speaking dan personal branding yang diselenggarakan oleh PKM Inovasi Pesantren UPN Veteran Jawa Timur di Pondok Pesantren Nurul Ulum Wirowongso Jember. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali santri tingkat SMP dan SMA dengan keterampilan berbicara di depan umum serta strategi membangun identitas diri yang profesional dan positif. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif dengan kombinasi teori dan praktik langsung. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam kepercayaan diri, kemampuan komunikasi, dan kesadaran pentingnya personal branding sebagai modal sosial dan ekonomi. Pelatihan ini diharapkan dapat menjadi langkah strategis dalam menyiapkan generasi santri yang tidak hanya unggul secara spiritual, tetapi juga kompeten dan siap bersaing dalam dunia modern serta berkontribusi dalam pembangunan ekonomi pesantren.*

**Kata kunci:** *Public Speaking, Personal branding, Santri, Ekonomi Pesantren, Komunikasi, PKM Inovasi Pesantren.*

#### **Abstract**

*Communication skills and the development of self-image are important skills in facing the challenges of the modern economy, especially for students of Islamic Boarding School. This article discusses the implementation of public speaking and personal branding training organized by Islamic Boarding School Innovation Community Services UPN Veteran East Java at Nurul Ulum Islamic Boarding School Wirowongso Jember. The training aimed to equip junior and senior high school students with public speaking skills and strategies to build a professional and positive self-identity. The method of implementation uses an educational-participatory approach with a combination of theory and hands-on practice. The evaluation results showed a significant increase in self-confidence, communication skills, and awareness of the importance of personal branding as social and economic capital. This training is expected to be a strategic step in preparing a generation of students of Islamic Boarding School who are not only spiritually superior, but also competent and ready to compete in the modern world and contribute to the economic development of Islamic Boarding School.*

**Keywords:** *Public speaking, Personal branding, Students of Islamic Boarding School, Islamic Boarding School Economy, Communication, Islamic Boarding School Innovation Community Services.*

## PENDAHULUAN

Pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam tertua di Indonesia telah lama dikenal sebagai pusat pembinaan akhlak, keilmuan, dan spiritualitas. Dalam perkembangan zaman yang ditandai dengan kemajuan teknologi, globalisasi, dan persaingan ekonomi yang ketat, pesantren kini dituntut untuk beradaptasi dan mengambil peran lebih aktif dalam pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat. Salah satu tantangan utama dalam transformasi ini adalah bagaimana mencetak santri yang tidak hanya unggul secara religius dan moral, tetapi juga mampu tampil sebagai figur publik yang komunikatif, percaya diri, dan mampu membangun citra diri yang positif di tengah masyarakat. Di sinilah pentingnya penguasaan keterampilan public speaking, sebagaimana ditegaskan pula oleh penelitian Purwosusanto dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa kemampuan berbicara di depan umum dapat dilatih secara sistematis di lingkungan pesantren.

Kemampuan public speaking adalah keterampilan dasar dalam menyampaikan gagasan secara efektif kepada khalayak. Dalam konteks kehidupan pesantren, kemampuan ini sangat relevan, karena santri tidak hanya dituntut untuk memahami ilmu, tetapi juga harus mampu menyampaikannya kepada masyarakat. Kegiatan seperti ceramah, khutbah, dakwah, maupun presentasi di forum akademik menuntut kemampuan berbicara di depan umum yang baik. Sayangnya, banyak santri yang merasa kurang percaya diri atau gugup saat tampil berbicara di depan orang lain. Padahal, sejumlah penelitian menyatakan bahwa kemampuan ini merupakan keterampilan yang dapat dilatih, bukan bakat bawaan (Siahaan et al., 2025). Lebih jauh lagi, kemampuan berbicara di depan umum juga berperan penting dalam pembentukan *personal branding*, yaitu citra diri profesional dan kredibel sebagaimana dijelaskan oleh Fatimah (2022) dalam konteks pendidikan Islam.

Dalam konteks ekonomi modern, pesantren memiliki potensi besar sebagai pusat pemberdayaan ekonomi umat. Berbagai bentuk kegiatan ekonomi, seperti koperasi pesantren, usaha mikro santri, produksi makanan halal, hingga bisnis digital berbasis pesantren telah mulai tumbuh di berbagai wilayah Indonesia. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penguatan ekonomi pesantren membutuhkan dukungan komunikasi yang efektif dan representasi publik yang baik dari para santri (Ruhaniah et al., 2025; Sunardi, 2025). Selain itu, strategi branding dan pemasaran digital yang tepat juga diperlukan agar produk dan program pesantren dapat dikenal secara lebih luas oleh masyarakat, sebagaimana dibuktikan oleh temuan Munawwaroh & Rahayu (2025).

Namun, agar kegiatan-kegiatan tersebut berkembang secara optimal dan dikenal lebih luas, diperlukan figur-figur santri yang mampu menjadi juru bicara pesantren di ranah publik. Di sinilah sinergi antara public speaking dan *personal branding* menjadi kunci keberhasilan. Santri yang mampu berbicara dengan meyakinkan serta memiliki citra yang kuat dapat menjadi motor penggerak promosi produk pesantren, menjalin kemitraan dengan pihak eksternal, dan mengedukasi masyarakat mengenai ekonomi syariah. Penelitian menunjukkan bahwa literasi wirausaha dan kemampuan komunikasi

menjadi faktor penting dalam mengembangkan sociopreneur berbasis pesantren (Asrol et al., 2023; Yulianti et al., 2025).

Sebagaimana dijelaskan oleh Keller dan Kotler (2012), branding adalah proses menciptakan persepsi positif di benak khalayak. Ini berlaku tidak hanya pada produk dan jasa, tetapi juga pada individu dan lembaga. David Aaker (2012) bahkan menekankan bahwa proses membangun brand pribadi dimulai dari pemahaman identitas diri (*brand identity*), bagaimana seseorang memposisikan dirinya di tengah masyarakat (*brand positioning*), hingga bagaimana persepsi publik terbentuk terhadapnya (*brand image assessment*). Ketiga tahapan ini dapat diterapkan dalam pembentukan citra santri yang siap bersaing dalam dunia ekonomi modern tanpa kehilangan jati diri keislaman mereka.

Dengan demikian, keterampilan public speaking dan *personal branding* bukan sekadar pelengkap dalam pendidikan pesantren, melainkan menjadi kebutuhan strategis untuk mencetak santri yang tidak hanya alim dan berakhlak, tetapi juga adaptif, kreatif, dan produktif dalam dunia modern. Melalui penguatan kedua aspek ini, santri dapat mengambil peran lebih besar dalam memajukan ekonomi pesantren secara mandiri, inovatif, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, artikel ini akan mengkaji secara lebih dalam bagaimana keterampilan public speaking dan *personal branding* dapat menjadi fondasi utama bagi para santri dalam menghadapi era transformasi ekonomi, serta bagaimana pesantren dapat mengintegrasikan kedua aspek tersebut dalam kurikulum dan budaya pendidikannya.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pelatihan public speaking dan *personal branding* dalam program Inovasi Pesantren UPN “Veteran” Jawa Timur dilaksanakan dengan pendekatan edukatif-partisipatif, yang menempatkan santri sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran. Metode ini dipilih untuk memastikan bahwa materi tidak hanya disampaikan secara satu arah, tetapi juga dipahami, dipraktikkan, dan diinternalisasi secara langsung oleh para peserta.

Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi tiga tahapan utama. Tahap pertama adalah observasi awal dan pre-test, yang dilakukan sebelum pelatihan dimulai. Pada tahap ini, dilakukan pengamatan terhadap kemampuan dasar santri dalam berbicara di depan umum serta pemahaman mereka mengenai pentingnya citra diri. Pre-test dilakukan secara sederhana melalui wawancara, tanya jawab terbuka, serta tugas menulis pengenalan diri, yang bertujuan menggali tingkat kepercayaan diri dan gaya komunikasi yang dimiliki peserta.

Tahap kedua adalah penyampaian materi inti dan praktik terbimbing, yang menjadi inti dari kegiatan. Materi disampaikan secara interaktif dalam dua pokok bahasan, yaitu public speaking dan *personal branding*. Dalam sesi public speaking, peserta diperkenalkan pada teknik vokal, ekspresi wajah, gestur tubuh, serta struktur menyampaikan pesan yang efektif. Sementara dalam sesi *personal branding*, peserta diajak mengenal nilai-nilai yang membentuk citra diri, membangun reputasi positif, serta

strategi memanfaatkan media sosial sebagai ruang ekspresi personal. Setiap materi dilengkapi dengan praktik langsung, seperti menyampaikan pidato, memperkenalkan diri di depan forum, dan membuat konten sederhana tentang diri mereka. Praktik ini dilakukan dalam suasana yang mendorong partisipasi aktif, refleksi diri, serta umpan balik langsung dari fasilitator.

Tahap ketiga adalah evaluasi dan post-test, yang dilakukan untuk melihat sejauh mana peserta mengalami perubahan dalam hal sikap, keterampilan komunikasi, dan pemahaman terhadap branding diri. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan perilaku saat presentasi, keaktifan dalam sesi diskusi, serta hasil tugas akhir berupa profil *personal branding* dan video perkenalan diri. Selain itu, refleksi dari peserta juga dikumpulkan untuk mengetahui perubahan persepsi dan motivasi mereka setelah mengikuti pelatihan.

Keberhasilan kegiatan ini diukur dari beberapa aspek. Pertama, dari sisi perubahan sikap, ditandai dengan meningkatnya keberanian santri dalam tampil berbicara di depan umum, lebih percaya diri menyampaikan gagasan, dan terbuka terhadap umpan balik. Kedua, dari aspek sosial budaya, terlihat adanya peningkatan kesadaran peserta terhadap pentingnya etika berkomunikasi dan membangun citra positif di ruang publik, termasuk dalam penggunaan media sosial. Beberapa santri bahkan mulai menunjukkan inisiatif untuk berbicara dalam forum pesantren dan membuat konten dakwah pribadi. Ketiga, dari aspek ekonomi, meskipun dampaknya tidak langsung terlihat dalam jangka pendek, pelatihan ini telah membuka wawasan para santri mengenai potensi *personal branding* sebagai modal sosial dan ekonomi. Mereka mulai memahami bagaimana keterampilan komunikasi dan pencitraan diri dapat digunakan untuk membuka peluang kerja, berdakwah secara digital, atau memasarkan produk dan jasa berbasis pesantren. Dengan pendekatan yang terstruktur dan partisipatif ini, pelatihan berhasil menumbuhkan keterampilan baru sekaligus membentuk pola pikir santri agar lebih siap menghadapi tantangan dunia luar secara percaya diri, komunikatif, dan profesional.

## **HASIL & PEMBAHASAN**

Kegiatan pelatihan public speaking dan *personal branding* yang dilaksanakan dalam program Inovasi Pesantren UPN "Veteran" Jawa Timur di Pondok Pesantren Nurul Ulum Wirowongso, Jember, menunjukkan hasil yang positif dan berdampak langsung terhadap peningkatan kapasitas diri santri. Pelatihan ini dirancang bukan hanya untuk memberikan wawasan teoritis, tetapi juga sebagai media praktik langsung yang dapat menumbuhkan keberanian dan keterampilan berkomunikasi secara efektif di depan publik.

Berdasarkan hasil pengamatan dan evaluasi, pelatihan ini berhasil mengubah pola sikap dan cara pandang para santri terhadap pentingnya berbicara di depan umum. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta menunjukkan rasa gugup, ragu-ragu, dan kurang percaya diri saat diminta berbicara di depan kelas. Namun setelah mengikuti

beberapa sesi latihan dan simulasi, para santri mulai tampil lebih percaya diri, mampu menyampaikan ide dengan struktur yang baik, serta menunjukkan keberanian untuk berdiskusi di forum terbuka. Hal ini menunjukkan adanya perubahan sikap dan kepercayaan diri yang signifikan.



Gambar 1. Pengenalan Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur

Dari aspek sosial dan budaya pesantren, pelatihan ini juga membawa dampak yang cukup kuat. Santri mulai memahami bahwa kemampuan berbicara bukan hanya untuk kepentingan akademik atau sekadar tampil di depan kelas, melainkan juga sebagai keterampilan hidup yang akan dibutuhkan dalam dakwah, organisasi, dunia kerja, dan kehidupan bermasyarakat. Beberapa peserta bahkan menyampaikan bahwa mereka terinspirasi untuk aktif di kegiatan organisasi pesantren, menjadi MC dalam acara internal, atau membuat konten dakwah secara digital. Ini menunjukkan bahwa kesadaran mereka terhadap pentingnya citra diri dalam pergaulan sosial telah mulai terbentuk.

Sementara itu, dari sisi ekonomi dan peluang masa depan, pelatihan ini memperkenalkan pemahaman baru kepada santri bahwa *personal branding* dapat menjadi salah satu kunci untuk membuka akses ke peluang ekonomi modern, baik sebagai pendakwah digital, pembicara publik, wirausahawan, maupun profesional lainnya. Santri dikenalkan pada pentingnya membangun reputasi yang baik, konsisten, dan berbasis nilai positif yang menjadi ciri khas mereka. Dalam jangka panjang, pemahaman ini menjadi pondasi penting bagi mereka untuk terlibat dalam pengembangan ekonomi pesantren berbasis digital, usaha mandiri, atau kolaborasi usaha antar alumni.



Gambar 2. Praktik Public speaking

Dari proses *pre-test* hingga *post-test*, terlihat adanya peningkatan pada hampir seluruh peserta, baik dalam kemampuan komunikasi maupun dalam menyusun profil diri yang mencerminkan karakter dan nilai pribadi. Sebagian besar peserta mampu menyusun presentasi singkat dengan struktur yang jelas dan menyampaikan pesan dengan lebih percaya diri. Penugasan akhir berupa profil *personal branding* dan video perkenalan diri menjadi bukti nyata ketercapaian hasil pelatihan ini.



Gambar 3. Post Test Evaluasi

Pelatihan ini juga menegaskan pentingnya integrasi antara nilai-nilai keislaman dan keterampilan abad 21. Kemampuan berbicara dengan baik dan membentuk citra diri yang kuat bukanlah sesuatu yang bertentangan dengan nilai pesantren, melainkan justru menjadi penguat dalam membangun generasi santri yang tidak hanya unggul secara spiritual, tetapi juga siap bersaing dan berkontribusi di era global.

Hasil kegiatan pelatihan ini menunjukkan peningkatan kemampuan komunikasi, kepercayaan diri, dan kesadaran santri terhadap pentingnya personal branding. Temuan ini sejalan dengan penelitian Purwosusanto dan Nurdin (2025) yang menegaskan bahwa pelatihan berbasis praktik dapat meningkatkan keberanian santri dalam berbicara di depan publik. Namun, kegiatan ini memiliki keunggulan dibanding pengabdian sejenis karena tidak hanya berfokus pada teknik public speaking, tetapi juga mengintegrasikan pembentukan citra diri profesional sebagaimana dianjurkan dalam penelitian Fatimah (2022) dan teori branding yang dikemukakan Aaker (2012) serta Khedher (2014). Pendekatan yang menggabungkan aspek komunikasi dan identitas diri ini belum banyak diterapkan dalam kegiatan pengabdian lain di lingkungan pesantren.

Jika dibandingkan dengan program pemberdayaan ekonomi seperti yang dilakukan Asrol et al. (2023) serta penelitian Yulianti et al. (2025), kegiatan ini memberikan kontribusi yang lebih mendasar pada aspek modal sosial santri. Alih-alih langsung melatih keterampilan kewirausahaan, pelatihan ini memperkuat kapasitas diri santri sebagai komunikator, pendakwah digital, dan representasi pesantren di ruang publik—kompetensi yang menjadi fondasi penting bagi pengembangan sociopreneur dan ekonomi pesantren di masa depan. Dengan demikian, kegiatan ini menawarkan pendekatan yang lebih strategis dan komprehensif dalam mempersiapkan santri menghadapi tantangan era modern.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan gambaran bahwa program pelatihan public speaking dan *personal branding* sangat relevan dan bermanfaat untuk diterapkan di lingkungan pesantren. Hasil yang dicapai menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat dan metode yang aplikatif, santri mampu bertransformasi menjadi pribadi yang lebih terbuka, komunikatif, serta siap menjadi agen perubahan di tengah masyarakat.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pelaksanaan dan hasil kegiatan pelatihan public speaking dan personal branding di Pondok Pesantren Nurul Ulum Wirowongso Jember, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil memberikan dampak positif yang signifikan bagi para santri. Kemampuan komunikasi mereka meningkat, terutama dalam menyampaikan gagasan secara terstruktur dan tampil lebih percaya diri di depan umum. Selain itu, pelatihan ini juga mampu memupuk perubahan sikap yang lebih berani dan proaktif, sehingga santri mampu membangun citra diri yang profesional dan relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. Kesadaran mereka terhadap pentingnya personal branding sebagai aset sosial dan ekonomi pun berkembang, membuka peluang untuk berkontribusi dalam kegiatan ekonomi berbasis pesantren. Metode edukatif-partisipatif yang memadukan teori dengan praktik langsung terbukti efektif dalam mengasah keterampilan berbicara sekaligus memperkuat kesadaran diri. Oleh karena itu, pelatihan ini terbukti sangat relevan sebagai bagian dari pengembangan sumber daya manusia pesantren yang tidak hanya memiliki kompetensi spiritual, tetapi juga siap bersaing di era modern dan mampu mengambil peran penting dalam pembangunan ekonomi pesantren di masa depan.

Untuk kegiatan selanjutnya, disarankan agar pelatihan serupa dilakukan secara berkelanjutan dengan materi yang lebih variatif dan tingkat kesulitan yang meningkat, sehingga santri dapat terus mengembangkan keterampilan komunikatif dan personal branding mereka secara progresif. Pihak pesantren juga dapat menambahkan sesi mentoring individu, simulasi terstruktur, serta melibatkan praktisi profesional sebagai pemateri tamu agar santri mendapatkan pengalaman dan perspektif yang lebih luas. Selain itu, evaluasi berkala perlu dilakukan untuk memonitor perkembangan santri dan menyesuaikan kebutuhan pelatihan dengan tantangan yang muncul di era digital dan ekonomi kreatif. Dengan pendekatan yang berkesinambungan, pelatihan ini berpotensi menjadi salah satu pilar utama dalam meningkatkan kualitas dan daya saing santri di masa mendatang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aaker, D. A. (2012). *Building strong brands*. Simon and schuster.
- Asrol, S., Hesthria, N., & Rizki, O. S. (2023). Role of pesantren in improving sociopreneurs of the community around pesantren in Palembang City. *Peradaban Journal of Economics and Business*.

- Fatimah, N. (2022). Pengembangan personal branding dalam pendidikan Islam di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Islam*.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education.
- Khedher, M. (2014). Personal branding phenomenon. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 109, 34–39. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.400>
- Purwosusanto, H., & Nurdin, N. (2025). Pengajaran public speaking di Pesantren Daar El Manshur. *Dharma Cendekia: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*.
- Ruhaniah, N., Khoerotunisa, K., & Saefudin, A. (2025). Penguatan Kecakapan Komunikasi Publik Santri Melalui Program Khitobah. *Al-Musannif*, 7(1), 15-26.
- Siahaan, F. S., et al. (2025). Meningkatkan personal branding mahasiswa melalui public speaking, kredibilitas, dan kecerdasan emosional. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*.
- Sunardi, S. (2025). Manajemen Promosi Pesantren Berbasis Santri. *At Tadbir: Islamic Education Management Journal*, 3(1), 75-88.
- Yulianti, Y., Triwardhani, J., & Listiani, L. (2025). Good communication for entrepreneurial literacy at pesantren. *Mediator: Jurnal Komunikasi*.