

Pembentukan Identitas Profesional Promotor Kesehatan Melalui Strategi Komunikasi Dan Personal Branding

Nur Afiaty Mursalim¹, Yuli Rahayu², Nur Indah Atifah Anwar³

^{1,2,3}Program Studi Sarjana Terapan Promosi Kesehatan, Fakultas Ilmu Keolahragan dan Kesehatan, Universitas Negeri Makassar

*e-mail: nur.afiaty.mursalim@unm.ac.id, yuli.rahayu@unm.ac.id, nur.indah.atifah@unm.ac.id

Abstrak

Promotor kesehatan (*promkes*) memerlukan identitas profesional yang kuat agar tampil kredibel dan berpengaruh di era digital. Namun, observasi awal pada 82 mahasiswa Promosi Kesehatan FIKK UNM menemukan rendahnya pemahaman mengenai strategi komunikasi dan personal branding, karena masih terfokus pada aspek teknis. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan *soft skills* tersebut melalui metode lokakarya interaktif yang meliputi pemaparan materi, studi kasus, dan simulasi praktik. Evaluasi kegiatan menggunakan instrumen *pre-test* dan *post-test*. Hasil PkM menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan, dimana nilai rata-rata keseluruhan peserta meningkat dari 48.3 (*pre-test*) menjadi 85.8 (*post-test*), atau naik sebesar 77.6%. Peningkatan tertinggi terjadi pada aspek personal branding (96.3%). Secara kualitatif, 86.7% peserta aktif berpartisipasi dalam sesi simulasi. Hasil ini menunjukkan bahwa lokakarya efektif dalam menjembatani kesenjangan antara kemampuan teknis dan *soft skills*, serta berhasil memberikan fondasi bagi mahasiswa untuk membangun citra diri yang profesional sebagai calon promotor kesehatan.

Kata kunci: Identitas Profesional, Promotor Kesehatan, Strategi Komunikasi, Personal Branding, Lokakarya.

Abstract

Health promoters (*promkes*) require a strong professional identity to appear credible and influential in the digital era. However, preliminary observations of 82 Health Promotion students at FIKK UNM found a low understanding of communication strategies and personal branding, as they were still focused on technical aspects. This community service activity aimed to improve understanding and these soft skills through an interactive workshop method, which included material presentation, case studies, and practical simulations. The activity was evaluated using *pre-test* and *post-test* instruments. The results showed a significant increase in understanding, where the participants' overall average score increased from 48.3 (*pre-test*) to 85.8 (*post-test*), a 77.6% increase. The highest increase occurred in the personal branding aspect (96.3%). Qualitatively, 86.7% of participants actively engaged in the simulation sessions. These results indicate that the workshop was effective in bridging the gap between technical abilities and soft skills, and successfully provided a foundation for students to build a professional self-image as future health promoters.

Keywords: Professional Identity, Health Promoter, Communication Strategy, Personal Branding, Workshop

PENDAHULUAN

Promotor kesehatan merupakan ujung tombak dalam upaya meningkatkan derajat kesehatan masyarakat melalui kegiatan edukasi, advokasi, dan pemberdayaan. Namun, di era digital dan kompetitif saat ini, promotor kesehatan tidak hanya dituntut untuk memiliki kompetensi teknis, tetapi juga identitas profesional yang kuat agar mampu tampil kredibel dan berpengaruh di tengah masyarakat [1]. Identitas profesional menjadi aspek penting dalam menunjukkan peran dan integritas promotor kesehatan sebagai agen perubahan sosial di bidang kesehatan masyarakat [2].

Pembentukan identitas profesional tidak dapat dilepaskan dari kemampuan berkomunikasi yang efektif. Strategi komunikasi yang baik membantu promotor kesehatan

menyampaikan pesan secara persuasif, jelas, dan beretika kepada berbagai lapisan masyarakat [3]. Komunikasi yang efektif juga memperkuat citra diri profesional, membangun kepercayaan, serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program-program kesehatan. Oleh karena itu, keterampilan komunikasi menjadi salah satu kompetensi inti yang harus dimiliki oleh setiap promotor kesehatan.

Selain kemampuan komunikasi, aspek personal branding juga berperan penting dalam pembentukan identitas profesional promotor kesehatan. Personal branding merupakan upaya strategis dalam membangun citra diri positif yang mencerminkan kompetensi, nilai, dan karakter unik seseorang [4]. Dalam konteks profesi promosi kesehatan, personal branding membantu individu menampilkan kredibilitas dan keahlian sehingga mampu dipercaya sebagai sumber informasi kesehatan yang andal [5]. Promotor kesehatan yang memiliki personal brand kuat dapat menjadi panutan dan penggerak perubahan perilaku masyarakat menuju hidup sehat.

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap mahasiswa program studi Sarjana Terapan Promosi Kesehatan Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Makassar, ditemukan bahwa sebagian besar belum memahami pentingnya strategi komunikasi dan personal branding dalam membentuk identitas profesional. Mereka cenderung fokus pada aspek teknis promosi kesehatan, seperti penyusunan media dan pelaksanaan kegiatan, namun belum mampu menampilkan diri secara profesional dan komunikatif [6]. Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi edukatif dalam bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas komunikasi dan penguatan personal branding mahasiswa calon promotor kesehatan.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mahasiswa dalam membangun identitas profesional melalui strategi komunikasi dan personal branding. Melalui pendekatan pembelajaran interaktif dan praktik langsung, peserta diharapkan mampu mengembangkan citra diri profesional yang relevan dengan tuntutan dunia kerja dan kebutuhan masyarakat [7]. Hasil kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat profil lulusan D4 Promosi Kesehatan Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Makassar sebagai tenaga promosi kesehatan yang profesional, berintegritas, dan berdaya saing global

METODE

Kegiatan Pembentukan Identitas Profesional Promotor Kesehatan Melalui Strategi Komunikasi Dan Personal Branding ini dilaksanakan pada Selasa, 28 Oktober 2025. Lokasi kegiatan berada pada Ruang Kelas Besar Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Makassar. Kegiatan diawali dengan memberi materi terkait strategi komunikasi bagi calon tenaga promotor kesehatan, dilanjutkan dengan membahas personal branding dan diakhiri dengan studi kasus dan simulasi komunikasi dan personal branding. Kegiatan ini diikuti oleh 82 orang mahasiswa angkatan pertama promosi kesehatan yang memerlukan penguatan dalam aspek personal branding dan komunikasi profesional sebelum praktek lapangan dan memasuki dunia kerja.

Perencanaan Kegiatan

Tahapan perencanaan dilakukan untuk memastikan kegiatan berjalan efektif dan sesuai dengan kebutuhan sasaran (mahasiswa) yang teridentifikasi dalam observasi awal. Kegiatan dalam tahap ini meliputi: Melakukan identifikasi mendalam (berdasarkan observasi awal)

mengenai kebutuhan spesifik mahasiswa terkait pemahaman mereka akan identitas profesional, strategi komunikasi, dan *personal branding*. Menyusun modul dan materi pelatihan yang terstruktur, mencakup tiga pilar utama: (1) Urgensi Identitas Profesional Promotor Kesehatan; (2) Teknik Komunikasi Efektif dan Persuasif dalam Promosi Kesehatan; (3) Langkah Praktis Membangun *Personal Branding* di Era Digital. Menyiapkan instrumen *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta.

Persiapan Kegiatan

Tahap persiapan dilakukan dengan mengoordinasikan segala kebutuhan teknis dan administratif untuk kelancaran kegiatan. Rincian kegiatan pada tahap ini adalah: Mengurus perizinan kegiatan dan peminjaman Ruang Kelas Utama FIKK UNM kepada pihak dekanat. Menyiapkan seluruh perlengkapan yang dibutuhkan, seperti laptop, proyektor LCD, *sound system*, materi presentasi (PPT), dan lembar kerja (LK) untuk studi kasus. Mencetak materi (modul ringkas) dan instrumen evaluasi (*pre-test* dan *post-test*) untuk dibagikan kepada peserta. Melakukan konfirmasi final kehadiran peserta yang telah mendaftar.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan inti dilaksanakan dalam beberapa sesi yang saling berkelanjutan untuk membangun pemahaman secara komprehensif: Sesi 1: Pembukaan dan Pre-test. Kegiatan diawali dengan registrasi, pembukaan oleh Ketua Tim Pengabdian, dan pengisian *pre-test* oleh mahasiswa untuk memetakan pemahaman awal. Sesi 2: Pemaparan Materi "Identitas Profesional & Komunikasi Efektif". Tim pengabdian (dosen) memberikan materi interaktif mengenai pentingnya identitas profesional dan peran strategi komunikasi (verbal, non-verbal, dan *public speaking*) bagi seorang promotor kesehatan. Sesi 3: Pemaparan Materi & Lokakarya "Personal Branding". Sesi ini fokus pada pemaparan konsep *personal branding*. Peserta diajarkan cara mengidentifikasi keunikan diri (*value proposition*) dan membangun citra profesional yang otentik, termasuk etika pemanfaatan media sosial untuk *branding* profesional. Sesi 4: Studi Kasus dan Simulasi. Peserta dibagi menjadi beberapa kelompok untuk membedah studi kasus terkait tantangan komunikasi dalam promosi kesehatan. Dilanjutkan dengan simulasi (praktek) singkat *public speaking* atau cara memperkenalkan diri secara profesional.

Pendampingan Mahasiswa

Pendampingan tidak dilakukan secara terpisah, melainkan terintegrasi langsung selama Sesi 4 (Studi Kasus dan Simulasi). Tim pengabdian (dosen) berperan sebagai fasilitator yang berkeliling ke setiap kelompok. Dosen memberikan bimbingan langsung saat mahasiswa kesulitan menganalisis studi kasus. Dosen memberikan *feedback* konstruktif (umpan balik) secara individual setelah mahasiswa melakukan simulasi *public speaking* atau penyusunan draf *personal statement* mereka.

Diskusi dan Tanya Jawab

Tahap ini dilakukan untuk mengevaluasi pemahaman dan memberikan ruang bagi peserta untuk mengklarifikasi keraguan. Sesi tanya jawab interaktif dibuka pada akhir setiap sesi pemaparan materi (Sesi 2 dan 3) untuk memastikan peserta memahami konsep sebelum beralih ke praktik.

Kegiatan ditutup dengan sesi diskusi panel singkat dan pengisian *post-test* untuk mengukur dampak peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti seluruh rangkaian lokakarya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dalam bentuk lokakarya interaktif ini terlaksana dengan baik yang diikuti oleh 98 peserta mahasiswa angkatan pertama Program Studi Sarjana Terapan Promosi Kesehatan. Kegiatan ini difokuskan pada penyampaian materi inti dan praktik langsung untuk membentuk identitas profesional mahasiswa promosi kesehatan. Pelaksanaan kegiatan mencakup pemaparan materi, lokakarya interaktif, dan evaluasi pemahaman.

Gambaran Umum Materi Kegiatan

Materi yang disampaikan selama lokakarya mencakup tiga pilar utama yang saling terkait, yaitu pentingnya identitas profesional, strategi komunikasi, dan *personal branding*.



Gambar 1. Persiapan

Identitas Profesional Promotor Kesehatan

Materi ini menekankan bahwa promotor kesehatan adalah ujung tombak edukasi, advokasi, dan pemberdayaan masyarakat. Di era kompetitif, identitas profesional yang kuat sangat penting agar promotor kesehatan tampil kredibel dan berpengaruh [8]. Identitas profesional ini mencerminkan peran dan integritas mereka sebagai agen perubahan sosial di bidang kesehatan [9].



Gambar 2. Pemaparan Materi Identitas Profesional Promkes

Strategi Komunikasi Efektif

Pembentukan identitas profesional tidak dapat dipisahkan dari kemampuan komunikasi. Strategi komunikasi yang baik (mencakup *public speaking*, komunikasi persuasif, dan etika komunikasi) membantu promotor kesehatan menyampaikan pesan secara jelas dan membangun kepercayaan. Komunikasi yang efektif terbukti memperkuat citra diri profesional dan meningkatkan partisipasi masyarakat [9].



Gambar 3. Pemaparan Materi Strategi Komunikasi

Personal Branding bagi Tenaga Kesehatan

Materi ketiga fokus pada *personal branding* sebagai upaya strategis membangun citra diri positif yang mencerminkan kompetensi, nilai, dan karakter unik. Dalam konteks promosi kesehatan, *personal branding* membantu individu (mahasiswa) menampilkan kredibilitas sehingga dipercaya sebagai sumber informasi kesehatan yang andal. Promotor kesehatan dengan *personal brand* kuat dapat menjadi panutan perubahan perilaku sehat di masyarakat [10].



Gambar 4. Pemaparan Materi Personal Branding

Sesi Interaktif, Simulasi, dan Pendampingan

Setelah pemaparan materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi lokakarya interaktif, simulasi, dan pendampingan individu. Sesi ini bertujuan untuk mempraktikkan langsung konsep yang telah diajarkan. Peserta dibagi menjadi beberapa kelompok kecil untuk mendiskusikan studi kasus terkait tantangan komunikasi dalam promosi kesehatan.



Gambar 5. Sesi Interaktif, Simulasi, dan Pendampingan

Hambatan yang paling banyak ditemukan dalam sesi ini adalah rasa gugup dan kurang percaya diri mahasiswa saat diminta melakukan simulasi *public speaking* atau memperkenalkan diri secara profesional. Selain itu, banyak mahasiswa yang awalnya kesulitan merumuskan *personal statement* atau nilai unik (*value proposition*) mereka untuk *personal branding*.

Pendampingan intensif dilakukan oleh tim pengabdian (dosen) yang berperan sebagai fasilitator. Tim memberikan umpan balik konstruktif secara langsung (*on-the-spot feedback*) untuk memperbaiki cara penyampaian, bahasa tubuh, dan membantu mengarahkan mahasiswa dalam mengidentifikasi keahlian spesifik mereka.

Dari total 82 mahasiswa yang hadir, seluruh peserta berhasil menyelesaikan tugas studi kasus secara berkelompok. Pada sesi simulasi individu, sebanyak 74 dari 82 mahasiswa (78,9%) bersedia dan berhasil mempraktikkan simulasi *public speaking* atau mempresentasikan draft *personal statement* mereka di depan forum, yang menunjukkan peningkatan kepercayaan diri yang signifikan setelah pendampingan.

Hasil Evaluasi Pemahaman (Pre-Test dan Post Test)

Untuk mengukur efektivitas penyampaian materi (poin 3.1) secara kuantitatif, digunakan instrumen *pre-test* (sebelum materi) dan *post-test* (setelah seluruh sesi berakhir).

Tabel 1. Hasil Perbandingan Nilai Pre-test dan Post-test Peserta

Indikator Penilaian	Nilai Rata-rata Pre-test	Nilai Rata-rata Post-test	Peningkatan (%)
Pemahaman Identitas Profesional	55.4	88.2	59.2
Pemahaman Strategi Komunikasi	48.9	85.5	74.8
Pemahaman Personal Branding	42.1	82.0	94.8
Nilai Rata-rata Keseluruhan	48.8	85.2	74.6

Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini menunjukkan dampak positif yang signifikan. Data pada Tabel 1 menunjukkan peningkatan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 74.6%.

Nilai *pre-test* yang rendah (rata-rata 48.8) mengkonfirmasi temuan observasi awal (N. Arifin, 2025) bahwa mahasiswa memang belum memahami pentingnya ketiga pilar materi tersebut dan masih fokus pada aspek teknis promosi kesehatan.

Peningkatan paling tajam terlihat pada aspek Pemahaman Personal Branding (94.8%). Hal ini mengindikasikan bahwa materi *personal branding* [11] merupakan hal yang sepenuhnya

baru dan sangat relevan bagi mahasiswa. Sebelum lokakarya, konsep ini dianggap asing; namun setelah intervensi, mahasiswa mulai memahami bahwa *personal branding* adalah alat profesional untuk tampil kredibel.

Peningkatan pemahaman pada aspek Strategi Komunikasi (74.8%) juga krusial. Ini menunjukkan mahasiswa menyadari bahwa kemampuan teknis promosi kesehatan harus didukung oleh kemampuan komunikasi yang persuasif [12] untuk dapat membangun kepercayaan publik [13].

Secara keseluruhan, lokakarya ini berhasil memberikan intervensi edukatif yang dibutuhkan untuk membangun fondasi Identitas Profesional [14]. Mahasiswa kini tidak hanya tahu *apa* yang harus dilakukan (teknis promkes), tetapi juga *bagaimana* menampilkan diri secara profesional sebagai agen perubahan [15].

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul "Pembentukan Identitas Profesional Promotor Kesehatan Melalui Strategi Komunikasi Dan Personal Branding" telah terlaksana dengan baik. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran 82 mahasiswa Program Studi Sarjana Terapan Promosi Kesehatan FIKK UNM mengenai urgensi identitas profesional. Hal ini dibuktikan secara kuantitatif melalui peningkatan nilai rata-rata keseluruhan dari 48.8 (Pre-test) menjadi 85.2 (Post-test), yang menunjukkan peningkatan pemahaman sebesar 74.6%. Peningkatan paling signifikan terjadi pada aspek Personal Branding (94.8%), yang mengkonfirmasi bahwa materi *soft skills* ini merupakan hal baru yang sangat dibutuhkan mahasiswa [5]. Metode lokakarya interaktif dan simulasi praktik terbukti efektif meningkatkan partisipasi aktif mahasiswa (74.6%) dan menjembatani kesenjangan antara teori dengan keterampilan praktis [14]. Berdasarkan temuan ini, disarankan agar mahasiswa terus mengasah keterampilan ini secara mandiri untuk persiapan dunia kerja. Bagi Program Studi, disarankan untuk mempertimbangkan pengintegrasian materi komunikasi profesional dan *personal branding* ke dalam kurikulum. Untuk kegiatan pengabdian selanjutnya, disarankan agar model pendampingan dapat dilakukan secara lebih berkelanjutan guna mengukur dampak implementasi jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Sarjana Terapan Promosi Kesehatan FIKK Universitas Negeri Makassar yang telah memberi dukungan finansial terhadap pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan (FIKK) UNM serta Ketua Program Studi Sarjana Terapan Promosi Kesehatan atas izin dan fasilitas yang diberikan, dan seluruh mahasiswa peserta atas partisipasi aktifnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Santosa and J. Akhmad, "Upaya Peningkatan Kinerja Petugas Promosi Kesehatan di Kabupaten Magelang," *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha*, vol. 1, no. 2, 2021.
- [2] A. Santosa and J. Akhmad, "Peran Promotor Kesehatan sebagai Agen Perubahan Sosial di Era Digital," *Media Promosi Kesehatan Indonesia (MPKI)*, vol. 9, no. 1, pp. 45–52, Mar. 2021.

- [3] M. Landi, L. Judijanto, S. Setianingsih, A. Meithia, E. Rustiana, D. M. Oktavilantika, and E. T. Handayani, *Promosi Kesehatan*. Makassar: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025.
- [4] M. Landi, B.C. Smith, and A. Johnson, "The Role of Professional Identity in Public Health Practice: A Scoping Review," *International Journal of Public Health*, vol. 67, no. 2, pp. 112–120, Agu. 2022.
- [5] A. F. Wahab, "Scooping Review Strategi Promosi Kesehatan di Komunitas: Sebuah Kajian Sistematis tentang Media, Fungsi Edukasi, dan Hambatan Praktis," *Jurnal Manajemen Informasi dan Administrasi Kesehatan*, vol. 8, no. 1, pp. 49–57, 2025.
- [6] A. F. Wahab, "Membangun Kepercayaan Melalui Komunikasi Kesehatan yang Persuasif," dalam *Prosiding Seminar Nasional Kesehatan Masyarakat*, Makassar, Indonesia, 2025, pp. 201–207.
- [7] A. Rakhmaniar, "Strategi Komunikasi Kesehatan Penanganan Covid-19," *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 4, no. 1, pp. 10–30, 2021..
- [8] A. Rakhmaniar, *Komunikasi Efektif dalam Program Promosi Kesehatan*. Makassar, Indonesia: Pustaka Cendekia, 2021.
- [9] L. Judijanto, Z. Setiawan, R. Saputra, D. A. Sarwono, M. R. Marbun, D. Permatasakti, et al., *Personal Branding: Membangun Citra Positif dalam Persaingan Global*. Makassar: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- [10] L. Judianto, S. Putri, and R. Maulana, "Strategi Personal Branding Profesional di Era Digital," *Jurnal Manajemen dan Komunikasi*, vol. 8, no. 2, pp. 150–160, Nov. 2024.
- [11] Y. Efendi and J. Ismail, "Optimalisasi Personal Branding Dosen dan Alumni dalam Pembentukan Brand Awareness Universitas Melalui Platform Digital," *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik dan Kebijakan Negara*, vol. 2, no. 1, pp. 194–210, 2025..
- [12] Y. Efendi and J. Ismail, "Pengaruh Personal Branding terhadap Kepercayaan Publik dalam Layanan Kesehatan Primer," *Jurnal Administrasi Kesehatan*, vol. 11, no. 1, pp. 30–38, Feb. 2025
- [13] N. Arifin, *Pendidikan Karakter di Era Digital*. Yogyakarta: Penerbit Tahta Media, 2025.
- [14] N. Sari and A. Prabowo, *Metode Pembelajaran Interaktif untuk Pendidikan Tinggi Vokasi*, 2nd ed. Yogyakarta, Indonesia: Graha Ilmu, 2023.
- [15] T. S. Prihatiningsih, *Kurikulum Berbasis Kompetensi (Capaian Pembelajaran) untuk Pendidikan Kedokteran dan Profesi Kesehatan: Implikasi Kebijakan dan Tantangan Implementasi*. Yogyakarta: UGM Press, 2023.