

OPTIMALISASI PERSONAL BRANDING DAN KOMUNIKASI BAHASA ASING BERBANTUAN LIDERA-AI DI BLK MAGELANG

Ayudhia Ratna Wijaya^{*1}, Almira Agwinanda², Khairiyah Eka Januaristi³, Nailur Rahmawati⁴

¹⁻⁴ Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang

Kampus UNNES Sekaran, Gunungpati, Kota Semarang, Jawa Tengah 50229, Indonesia

Submitted: June 25, 2026

Revised: July 28, 2026

Accepted: August 26, 2026

* Corresponding author's e-mail: ayrawijaya@mail.unnes.ac.id

Abstrak

Industri jasa dan pariwisata menuntut calon tenaga kerja yang tidak hanya menguasai keterampilan teknis, tetapi juga mampu menampilkan kompetensi diri secara profesional. Peserta pelatihan kerja sering kali memiliki kemampuan operasional yang memadai, namun belum optimal dalam menyusun CV, membangun profil profesional, dan menggunakan bahasa asing sebagai nilai tambah dalam proses rekrutmen. Kegiatan pengabdian ini bertujuan mengoptimalkan personal branding dan komunikasi bahasa asing peserta BLK Kota Magelang melalui penerapan LIDERA-AI. Metode kegiatan menggunakan pelatihan partisipatif dan pendampingan praktik yang dilaksanakan melalui empat tahap, yaitu penguatan personal branding profesional, penggunaan LIDERA-AI untuk menyusun narasi capaian, praktik penyusunan CV dan cover letter berbasis capaian, serta latihan komunikasi bahasa asing dasar dalam konteks kerja. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test, observasi praktik, serta penilaian luaran peserta. Hasil evaluasi terhadap 31 peserta menunjukkan peningkatan rata-rata skor dari 94,77 pada pre-test menjadi 97,48 pada post-test. Peserta juga menghasilkan luaran konkret berupa CV berbasis capaian, ringkasan profil profesional, dan draf pengenalan diri untuk kebutuhan wawancara. Kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi personal branding, dokumen lamaran, LIDERA-AI, dan komunikasi bahasa asing dapat menjadi strategi praktis untuk memperkuat kesiapan kerja peserta pelatihan pada sektor jasa dan pariwisata.

Kata kunci: CV berbasis capaian; industri jasa dan pariwisata; kesiapan kerja; komunikasi bahasa asing; LIDERA-AI; personal branding.

Abstract

The service and tourism industries demand prospective workers who not only master technical skills but are also able to demonstrate their competence professionally. Job training participants often possess adequate operational skills, but are not yet optimal in compiling CVs, building professional profiles, and using foreign languages as added value in the recruitment process. This community service activity aims to optimize the personal branding and foreign language communication of BLK Magelang City participants through the application of LIDERA-AI. The activity method uses participatory training and practical mentoring implemented in four stages: strengthening professional personal branding, using LIDERA-AI to develop achievement narratives, practicing achievement-based CVs and cover letters, and practicing basic foreign language communication in a work context. Evaluation was carried out through pre- and post-tests, practical observations, and participant outcome assessments. The evaluation results of 31 participants showed an increase in the average score from 94.77 in the pre-test to 97.48 in the post-test. Participants also produced concrete outcomes in the form of achievement-based CVs, professional profile summaries, and draft self-introductions for interview purposes. This activity demonstrates that the integration of personal branding, application documents, LIDERA-AI, and foreign language communication can be a practical strategy to strengthen the work readiness of training participants in the service and tourism sectors.

Keywords: achievement-based CV; service and tourism industry; job readiness; foreign language communication; LIDERA-AI; personal branding.



1. PENDAHULUAN

Industri jasa dan pariwisata membutuhkan tenaga kerja yang tidak hanya terampil secara teknis, tetapi juga mampu menampilkan kompetensi dirinya secara profesional. Dalam proses rekrutmen saat ini, CV, cover letter, profil digital, dan kemampuan komunikasi menjadi bagian penting dari penilaian awal terhadap kandidat. Personal branding berperan sebagai strategi untuk mengartikulasikan pengalaman, keterampilan, dan potensi diri agar terbaca jelas oleh dunia kerja (Eliyanti & Aliza, 2026; Tutaya et al., 2025). Pada saat yang sama, platform profesional seperti LinkedIn semakin berfungsi sebagai ruang pembentukan reputasi, perluasan jejaring, dan komunikasi identitas profesional kandidat (Chang et al., 2017; Marin & Nilă, 2021; Utami et al., 2023). Dengan demikian, kesiapan kerja tidak cukup dibangun melalui pelatihan keterampilan operasional, tetapi juga melalui kemampuan merepresentasikan keterampilan tersebut secara strategis.

Kebutuhan tersebut menjadi relevan bagi Kota Magelang yang struktur ekonominya bertumpu pada sektor jasa. Data ketenagakerjaan menunjukkan bahwa 78,47% tenaga kerja Kota Magelang berada pada sektor jasa, 20,35% pada sektor manufaktur, dan 1,18% pada sektor pertanian; sementara 50,52% tenaga kerja berada pada sektor informal (Badan Pusat Statistik Kota Magelang, 2025). Posisi Kota Magelang sebagai wilayah penyangga kawasan wisata Borobudur juga memperkuat kebutuhan sumber daya manusia pada bidang hospitality, kuliner, perdagangan, dan layanan pendukung pariwisata (Iryani, 2025). Kondisi ini membuka peluang kerja yang besar, tetapi sekaligus menuntut calon tenaga kerja memiliki daya saing yang lebih kuat, terutama dalam komunikasi layanan, kepercayaan diri, penguasaan bahasa asing, dan kemampuan menunjukkan profil profesional secara meyakinkan (Koc, 2021; Sukma Yudistira, 2024).

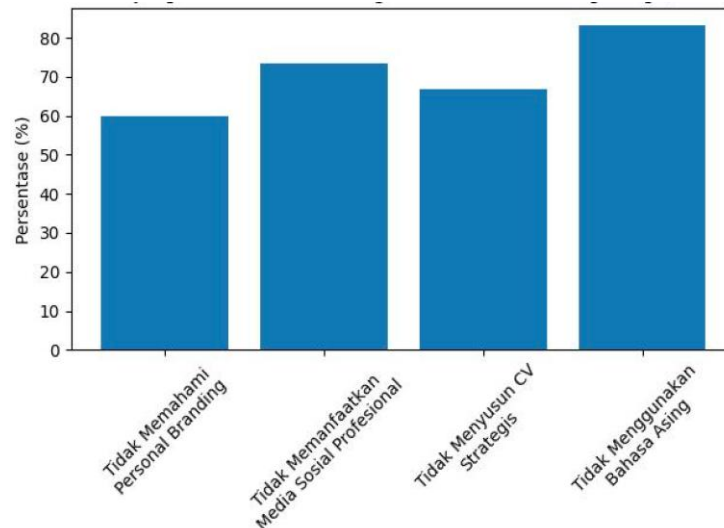


Gambar 1. Kunjungan dan Wawancara di BLK Kota Magelang terkait Permasalahan Mitra

Sebelum merumuskan kegiatan yang tepat untuk menyelesaikan masalah mitra. Kunjungan dan wawancara dilakukan dengan Kepala dan Kassubag Balai Latihan Kerja Kota Magelang. Wawancara tersebut menunjukkan bahwa BLK Kota Magelang memiliki peran strategis dalam menyiapkan masyarakat usia produktif melalui pelatihan berbasis kompetensi. Program seperti housekeeping, front office, barista, digital content, menjahit, IT dasar, dan computer operator assistant telah diarahkan untuk menjawab kebutuhan sektor jasa dan industri layanan. Namun, data internal mitra pada simonalisa (sistem monitoring dan evaluasi alumni) tahun 2025 menunjukkan bahwa 58% alumni telah bekerja, sedangkan 42% lainnya belum terserap dalam dunia kerja. Belum optimalnya penyerapan alumni pelatihan yang berkerja terjadi karena beberapa faktor. Salah satu faktor yang mungkin menjadi penyebab berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi bersama mitra memperlihatkan bahwa hambatan utama tidak terletak pada kemampuan teknis peserta, tetapi pada cara peserta menampilkan kompetensi tersebut dalam proses pencarian kerja. Peserta masih mengalami kesulitan menyusun CV yang representatif, menulis surat lamaran yang kuat, membangun citra profesional, serta menjadikan bahasa asing sebagai nilai tambah dalam rekrutmen.

Temuan tersebut diperkuat melalui survei pra-pengabdian kepada alumni. Survei ini dilakukan untuk lebih memahami lagi masalah yang ada pada Mitra dengan bantuan Mitra

Pengabdian Lapangan dari BLK Kota Magelang untuk membagikan Kuisioner. Dari 80 alumni yang dihubungi, 30 responden memberikan jawaban. Alumni yang ikut serta pada survei ini adalah alumni yang telah mengikuti pelatihan pada tahun 2025 namun 30 alumni lainnya yang menjadi responden pada pra survei adalah alumni kelas Pelatihan Barista yang juga ikut serta pada program pelatihan LIDERA-AI. Berikut diagram hasil survei pra-pengabdian.



Gambar 2. Survei Alumni Pelatihan Mitra terkait Personal Branding dan Kemampuan Bahasa Asing

Hasil survei menunjukkan bahwa 60% responden belum memahami konsep personal branding, 73,3% belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana membangun citra profesional, 66,7% belum menyusun CV dan cover letter secara strategis, serta 83,3% belum menjadikan kemampuan bahasa asing sebagai keunggulan kompetitif dalam melamar pekerjaan. Data ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kompetensi teknis yang telah diperoleh melalui pelatihan dan kemampuan peserta dalam mengomunikasikan kompetensi tersebut kepada dunia kerja. Padahal, kualitas CV dan cover letter dapat menjadi sinyal penting yang memengaruhi peluang kandidat untuk dipanggil dalam proses seleksi (Wingate et al., 2025).

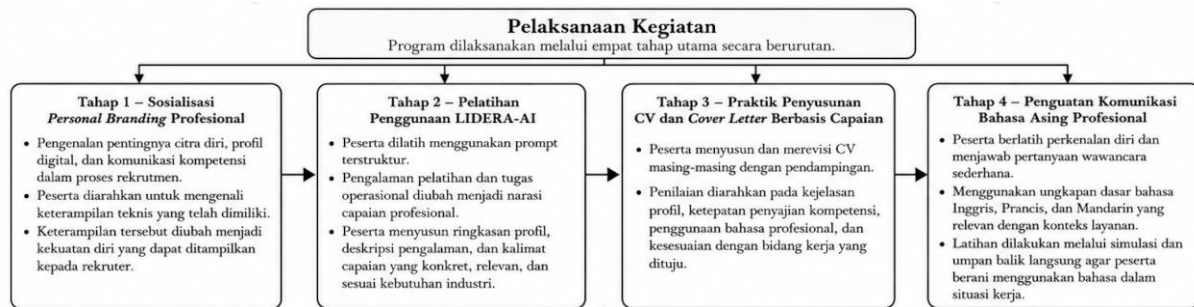
Pada sektor hospitality, komunikasi bahasa asing juga menjadi bagian penting dari kesiapan kerja. Kebutuhan bahasa Inggris dalam layanan hotel berkaitan dengan kemampuan memberikan informasi, menjawab pertanyaan tamu, dan membangun interaksi layanan yang profesional (Ma'fiah & Sumardiono, 2023). Integrasi translanguaging dan teknologi dalam pelatihan komunikasi hospitality juga terbukti dapat meningkatkan kompetensi komunikasi dan kepercayaan diri peserta (Simatupang & Supri, 2024). Selain bahasa Inggris, pengenalan bahasa asing lain seperti Prancis dan Mandarin dapat memperluas kesiapan peserta dalam menghadapi ruang kerja jasa-pariwisata yang semakin multibahasa dan lintas budaya (Amelia & Adi, 2025; Koc, 2021). Oleh karena itu, komunikasi bahasa asing perlu ditempatkan sebagai bagian dari personal branding profesional, bukan sekadar keterampilan tambahan.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang melalui implementasi LIDERA-AI sebagai model pelatihan personal branding dan komunikasi bahasa asing berbasis kebutuhan industri jasa dan pariwisata. LIDERA-AI disusun berdasarkan *prompt engineering* yang mengarahkan peserta pelatihan menghasilkan CV, cover letter, dan modul dasar pelatihan bahasa asing khususnya bahasa Inggris, bahasa Prancis, dan bahasa Mandarin. LIDERA-AI digunakan untuk membantu peserta mentransformasikan pengalaman pelatihan menjadi narasi capaian profesional, menyusun CV dan cover letter berbasis kompetensi, membangun profil digital, serta melatih pengenalan diri dan komunikasi wawancara dalam bahasa asing dasar. Pemanfaatan kecerdasan buatan dalam program ini diarahkan sebagai alat bantu terstruktur agar peserta mampu mengenali potensi diri, merumuskan pengalaman secara lebih kuat, dan menampilkan kompetensinya secara lebih relevan dengan kebutuhan rekrutmen modern. Kegiatan ini bertujuan mengoptimalkan personal branding dan komunikasi bahasa asing

profesional peserta BLK Kota Magelang sehingga kompetensi teknis yang telah dimiliki dapat tampil lebih kompetitif dalam menghadapi tantangan kerja pada industri jasa dan pariwisata.

2. METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui pelatihan partisipatif dan pendampingan praktik kepada 31 peserta pelatihan BLK Kota Magelang. Kegiatan ini diarahkan untuk memperkuat kesiapan peserta memasuki dunia kerja sektor jasa dan pariwisata melalui personal branding, penyusunan dokumen lamaran, dan komunikasi bahasa asing dasar. Pelaksanaan Program pelatihan ini terlihat pada bagan berikut.



Gambar 3. Bagan Alir Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahap. Tahap pertama adalah penguatan personal branding profesional melalui pengenalan citra diri, penyusunan profil profesional, dan cara menampilkan kompetensi secara relevan dalam proses rekrutmen. Tahap kedua adalah pemanfaatan LIDERA-AI untuk membantu peserta mengidentifikasi keterampilan dan pengalaman pelatihan, kemudian mengembangkannya menjadi narasi profesional yang dapat digunakan dalam dokumen lamaran kerja. Tahap ketiga berupa praktik penyusunan CV dan cover letter berbasis capaian dengan pendampingan langsung oleh tim pengabdian. CV dan cover letter yang dihasilkan dinilai menggunakan rubrik yang mencakup kelengkapan informasi, kejelasan profil profesional, relevansi kompetensi dengan posisi yang dituju, kemampuan menampilkan pengalaman dan capaian, ketepatan penggunaan bahasa, serta kerapian penyajian dokumen. Penilaian dilakukan oleh tim pengabdian yang memberikan materi personal branding dan penyusunan dokumen lamaran. Peserta dinyatakan mencapai target apabila memperoleh sekurang-kurangnya 80% dari skor maksimal rubrik penilaian.

Tahap keempat adalah pengenalan dan praktik komunikasi dasar multibahasa dalam bahasa Inggris, Prancis, dan Mandarin. Seluruh peserta memperoleh materi dasar dalam ketiga bahasa dengan tingkat kesulitan yang disesuaikan bagi pembelajar pemula dan konteks sektor jasa dan pariwisata. Materi difokuskan pada ungkapan yang dapat digunakan secara langsung, seperti salam dan sapaan, perkenalan diri profesional, penyampaian kompetensi secara sederhana, serta ungkapan dasar dalam pelayanan. Praktik dilakukan secara terbimbing melalui simulasi perkenalan diri dan interaksi sederhana. Penilaian tidak diarahkan pada penguasaan bahasa asing secara menyeluruh, tetapi pada kemampuan peserta menggunakan ungkapan yang telah dipelajari dalam konteks komunikasi dasar. Capaian diamati berdasarkan tiga indikator, yaitu ketepatan penggunaan ungkapan, keterpahaman tuturan, dan keberanian berkomunikasi.

Tabel 1. Indikator Penilaian Luaran Praktik Peserta

Luaran	Indikator Penilaian	Kriteria Keberhasilan
CV dan Cover Letter	Kelengkapan informasi; kejelasan profil profesional; relevansi kompetensi; penyajian pengalaman/capaian; ketepatan bahasa; kerapian dokumen	≥80% skor maksimal rubrik
Komunikasi Dasar Multibahasa	Ketepatan ungkapan; keterpahaman tuturan; keberanian berkomunikasi	Mampu menggunakan ungkapan dasar sesuai skenario praktik

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahap. Tahap pertama adalah penguatan personal branding profesional, yaitu pengenalan citra diri, profil profesional, dan cara menampilkan kompetensi dalam proses rekrutmen. Tahap kedua adalah penggunaan LIDERA-AI untuk membantu peserta menyusun narasi capaian berdasarkan pengalaman pelatihan dan keterampilan yang dimiliki.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pre-test dan post-test, observasi praktik, serta penilaian luaran peserta. Instrumen pre-test dan post-test terdiri atas 20 butir soal yang terbagi secara proporsional ke dalam empat aspek, yaitu personal branding (5 butir), CV dan cover letter (5 butir), pemanfaatan LIDERA-AI (5 butir), dan komunikasi bahasa asing (5 butir). Setiap jawaban benar diberi skor 1 dan jawaban salah diberi skor 0, kemudian skor total dikonversi ke skala 0–100. Hasil pre-test dan post-test digunakan untuk mengukur perubahan pemahaman peserta, sedangkan observasi praktik dan penilaian luaran digunakan untuk melihat kemampuan peserta dalam menerapkan materi yang telah diberikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pelaksanaan Pelatihan Berbasis LIDERA-AI

Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui pelatihan partisipatif dan pendampingan praktik. Pola ini dipilih karena permasalahan utama peserta bukan sekadar kurangnya pengetahuan tentang personal branding, tetapi belum terbentuknya keterampilan praktis dalam menyusun narasi profesional, CV berbasis capaian, dan komunikasi bahasa asing untuk kebutuhan kerja. Dengan demikian, kegiatan tidak dirancang sebagai sosialisasi satu arah, melainkan sebagai proses belajar aplikatif yang menghasilkan produk nyata bagi peserta.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pemaparan mengenai personal branding profesional dalam konteks rekrutmen sektor jasa dan pariwisata. Peserta diarahkan untuk memahami bahwa personal branding bukan sebatas citra diri, melainkan cara mengartikulasikan keterampilan, pengalaman, dan potensi kerja agar mudah dibaca oleh rekruter. Pemahaman ini penting karena proses rekrutmen saat ini tidak hanya menilai ijazah dan pengalaman, tetapi juga cara kandidat menampilkan kompetensi melalui CV, cover letter, profil digital, serta komunikasi wawancara (Eliyanti & Aliza, 2026; Jacobson, 2020; Tutaya et al., 2025). Dalam konteks digital, platform profesional seperti LinkedIn juga semakin berperan dalam membentuk reputasi dan visibilitas kandidat di pasar kerja (Chang et al., 2017; Marin & Nilă, 2021; Utami et al., 2023).

Setelah peserta memahami konsep dasar personal branding, kegiatan dilanjutkan dengan pengenalan LIDERA-AI sebagai alat bantu untuk menyusun narasi profesional. Peserta dilatih menggunakan prompt terstruktur untuk mengubah pengalaman pelatihan dan tugas operasional menjadi pernyataan capaian yang lebih konkret. Pada tahap ini, peserta belajar bahwa pengalaman sederhana seperti melayani pelanggan, menjaga kerapian area kerja, menyelesaikan tugas tepat waktu, atau mengikuti praktik pelatihan dapat ditulis sebagai capaian profesional apabila dirumuskan dengan bahasa yang tepat. Penggunaan LIDERA-AI membantu peserta menyusun ringkasan profil, memilih diksi profesional, dan menyesuaikan narasi diri dengan bidang kerja yang dituju.



Gambar 4. Pemaparan Materi Personal Branding dan Bahasa Asing

Kegiatan berikutnya difokuskan pada praktik penyusunan CV dan cover letter berbasis capaian. Peserta tidak hanya menerima contoh dokumen lamaran, tetapi langsung menyusun dan merevisi CV masing-masing dengan pendampingan. Fokus pendampingan diarahkan pada kejelasan profil, relevansi pengalaman, ketepatan penyajian keterampilan, dan penggunaan bahasa profesional. Tahap ini menjadi bagian penting karena CV dan cover letter merupakan sinyal awal yang memengaruhi peluang kandidat untuk memperoleh panggilan seleksi (Wingate et al., 2025). Dengan latihan ini, peserta mulai melihat bahwa CV yang baik bukan sekadar daftar riwayat hidup, tetapi dokumen strategis untuk menunjukkan nilai kompetitif diri.



Gambar 5. Proses Penyusunan CV dan Cover Letter

Selain penguatan dokumen lamaran, peserta juga mengikuti latihan komunikasi bahasa asing profesional. Materi difokuskan pada pengenalan diri, respons sederhana dalam wawancara, serta ungkapan layanan dalam bahasa Inggris, Prancis, dan Mandarin. Penguatan ini relevan dengan kebutuhan sektor jasa dan pariwisata karena pekerjaan hospitality menuntut kemampuan komunikasi, pelayanan, dan interaksi lintas budaya (Blue & Harun, 2003; Koc, 2021; Ma'fiah & Sumardiono, 2023). Integrasi teknologi dalam pelatihan komunikasi juga dapat memperkuat kepercayaan diri peserta, terutama ketika latihan diarahkan pada situasi kerja yang konkret (Simatupang & Supri, 2024). Dalam konteks hospitality, pengenalan bahasa asing tambahan seperti Prancis juga memiliki nilai strategis bagi kesiapan karier peserta (Amelia & Adi, 2025).



Gambar 6. Simulasi Berbahasa Asing Peserta

Berdasarkan keadaan dan respon peserta pada pelaksanaan kegiatan menunjukkan respons positif dari peserta. Peserta tampak aktif dalam sesi diskusi, berani bertanya saat menyusun CV, dan menunjukkan antusiasme ketika mencoba membuat pengenalan diri dalam bahasa asing. Pendampingan langsung menjadi faktor penting karena kemampuan digital dan pengalaman kerja peserta tidak seragam. Sebagian peserta dapat dengan cepat memahami alur penggunaan LIDERA-AI, sedangkan sebagian lainnya membutuhkan contoh dan koreksi yang lebih intensif. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik lebih sesuai dibandingkan penyampaian materi secara teoritis.

3.2. Evaluasi Pemahaman Peserta

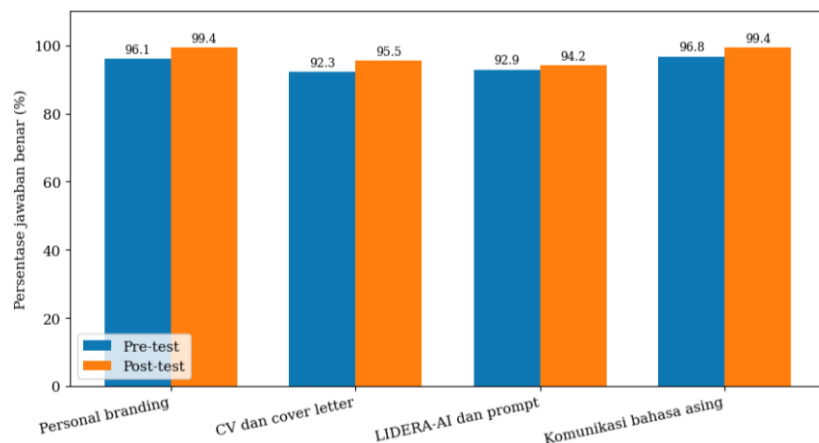
Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test terhadap 31 peserta untuk mengukur perubahan pemahaman setelah mengikuti program. Instrumen terdiri atas 20 butir pertanyaan yang mencakup empat aspek, yaitu personal branding, penyusunan CV dan cover letter, pemanfaatan LIDERA-AI, serta komunikasi bahasa asing. Pre-test diberikan sebelum pelatihan untuk memetakan pemahaman awal peserta, sedangkan post-test diberikan setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rata-rata skor peserta meningkat dari 94,77 pada pre-test menjadi 97,48 pada post-test, atau mengalami kenaikan sebesar 2,71 poin. Skor awal yang telah mendekati nilai maksimum menunjukkan adanya kemungkinan ceiling effect, yaitu terbatasnya ruang peningkatan karena sebagian besar peserta telah memperoleh skor tinggi sejak pengukuran awal. Oleh karena itu, kenaikan tersebut tidak ditafsirkan sebagai peningkatan praktis yang besar, melainkan sebagai indikasi adanya penguatan dan konsolidasi pemahaman setelah peserta memperoleh materi dan pengalaman praktik selama kegiatan.

Tabel 2. Perbandingan Hasil Pre-test dan Post-test Peserta

Komponen	n	Rata-rata	Simpangan Baku	Skor Min	Skor Maks
Pre-test	31	94,77	8,79	62	100
Post-test	31	97,48	6,20	70	100

Analisis inferensial menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara skor sebelum dan sesudah kegiatan. Uji paired-samples t-test menghasilkan $p = 0,013$, sedangkan uji Wilcoxon signed-rank menghasilkan $p = 0,015$. Besaran efek yang diperoleh berada pada kategori sedang (Cohen's $d_z = 0,47$). Meskipun demikian, signifikansi statistik tersebut perlu dibaca secara proporsional karena tingginya skor awal membatasi besarnya perubahan yang mungkin dicapai. Temuan ini menunjukkan bahwa kontribusi program terutama terletak pada pemantapan pemahaman yang telah dimiliki peserta dan penguatan aspek-aspek praktis yang menjadi fokus pelatihan, bukan pada perubahan kemampuan dalam skala yang besar.

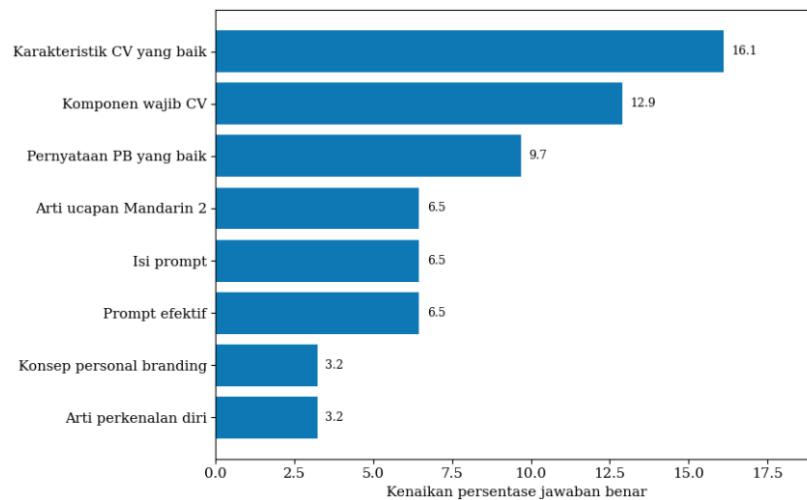


Gambar 7. Perbandingan Capaian Peserta pada Setiap Aspek

Jika dilihat berdasarkan aspek, seluruh komponen mengalami peningkatan. Aspek personal branding meningkat dari 96,1% menjadi 99,4%; aspek CV dan cover letter meningkat dari 92,3% menjadi 95,5%; aspek LIDERA-AI dan prompt meningkat dari 92,9% menjadi 94,2%; sedangkan komunikasi bahasa asing meningkat dari 96,8% menjadi 99,4%. Kenaikan ini menunjukkan bahwa pelatihan memberi penguatan yang relatif merata pada seluruh sasaran kegiatan.

Peningkatan paling menonjol terlihat pada aspek personal branding serta CV dan cover letter. Hal ini sejalan dengan masalah utama yang ditemukan pada tahap awal, yaitu lemahnya kemampuan peserta dalam menampilkan kompetensi diri secara strategis. Setelah pelatihan, peserta lebih memahami bahwa pengalaman pelatihan perlu dirumuskan sebagai capaian, bukan sekadar ditulis sebagai daftar aktivitas. Temuan ini memperkuat pentingnya pelatihan dokumen

kerja berbasis capaian karena CV dan cover letter menjadi pintu awal dalam proses seleksi kerja (Wingate et al., 2025).



Gambar 8. Butir Evaluasi Peningkatan Tertinggi

Pada tingkat butir, peningkatan tertinggi terdapat pada pemahaman mengenai karakteristik CV yang baik, komponen wajib CV, pernyataan personal branding yang baik, serta penyusunan prompt efektif. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang paling berdampak bukan hanya materi konseptual, tetapi materi yang langsung berkaitan dengan kebutuhan praktis peserta dalam menyiapkan dokumen lamaran dan profil profesional.

3.3. Evaluasi Pemahaman Peserta

Ketercapaian kegiatan tidak hanya dilihat dari peningkatan skor, tetapi juga dari produk dan performa peserta selama pelatihan. Produk utama yang dihasilkan meliputi CV berbasis capaian, ringkasan profil profesional, dan draf pengenalan diri untuk kebutuhan wawancara. Produk tersebut menunjukkan bahwa peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga mulai mampu menerapkan pengetahuan ke dalam bentuk yang dapat digunakan dalam proses pencarian kerja.

Ketercapaian sasaran kegiatan ini dapat dilihat dari lima indikator. Pertama, peserta semakin memahami fungsi personal branding dalam rekrutmen. Kedua, peserta mampu menyusun CV yang lebih representatif dan relevan dengan bidang kerja yang dituju. Ketiga, peserta mulai memahami penggunaan LIDERA-AI sebagai alat bantu untuk menyusun narasi profesional. Keempat, peserta lebih berani menggunakan ungkapan bahasa asing dasar untuk konteks layanan dan wawancara. Kelima, peserta menunjukkan perubahan sikap berupa meningkatnya kepercayaan diri dan kesadaran terhadap pentingnya citra profesional.

Ketercapaian luaran pada Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil kegiatan tidak hanya tercermin pada skor post-test, tetapi juga pada pemahaman, persepsi, dan performa peserta selama proses pelatihan. Melalui praktik dan pendampingan, peserta memperoleh pengalaman mengidentifikasi kompetensi, menyusunnya menjadi narasi profesional, dan merepresentasikannya melalui CV. Dokumen yang dihasilkan dievaluasi berdasarkan indikator yang telah ditetapkan dalam rubrik, sehingga ketercapaian pada aspek ini merujuk pada performa peserta selama kegiatan dan bukan pada perbandingan kualitas dokumen sebelum dan sesudah pelatihan.

Pada aspek komunikasi, peserta memperoleh pengalaman menggunakan ungkapan dasar bahasa Inggris, Prancis, dan Mandarin dalam simulasi yang relevan dengan konteks jasa dan pariwisata. Pemanfaatan LIDERA-AI turut memberikan pengalaman praktis dalam mengidentifikasi kompetensi dan mengembangkannya menjadi narasi profesional. Hasil tersebut menunjukkan adanya penguatan pemahaman dan performa langsung setelah pelatihan, tetapi belum dapat diinterpretasikan sebagai perubahan perilaku jangka panjang karena evaluasi dilakukan segera setelah kegiatan dan belum mencakup follow-up terhadap peserta.

Tabel 3. Ketercapaian Luaran Program

Luaran	Bukti Ketercapaian	Implikasi bagi Peserta
Pemahaman <i>personal branding</i>	Peserta memahami fungsi citra diri dan identitas profesional dalam konteks dunia kerja.	Peserta mengenali pentingnya mengomunikasikan kompetensi secara terarah dan profesional.
CV berbasis capaian	Peserta menghasilkan CV melalui praktik dan pendampingan dengan mengacu pada indikator kelengkapan informasi, kejelasan profil, relevansi kompetensi, penyajian pengalaman dan capaian, ketepatan bahasa, serta kerapian dokumen.	Peserta memperoleh pengalaman menyusun CV yang menampilkan kompetensi dan pengalaman secara lebih terstruktur.
Narasi profil profesional	Peserta menyusun ringkasan profil berdasarkan keterampilan, pengalaman pelatihan, dan bidang pekerjaan yang dituju.	Peserta memiliki narasi profesional yang dapat digunakan untuk memperkenalkan kompetensi dalam konteks rekrutmen.
Komunikasi bahasa asing dasar	Peserta mempraktikkan perkenalan diri dan ungkapan layanan dasar dalam bahasa Inggris, Prancis, dan Mandarin melalui simulasi terbimbing.	Peserta memperoleh pengalaman menggunakan bahasa asing dalam situasi komunikasi sederhana yang relevan dengan sektor jasa dan pariwisata.
Pemanfaatan LIDERA-AI	Peserta mempraktikkan penggunaan <i>prompt</i> untuk mengidentifikasi kompetensi serta membantu menyusun narasi profesional.	Peserta mengenal pemanfaatan LIDERA-AI sebagai alat bantu dalam penyusunan dokumen dan komunikasi profesional.

3.4. Refleksi Pelaksanaan dan Peluang Keberlanjutan

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta. Penguatan *personal branding* tidak berdiri sendiri, tetapi langsung dihubungkan dengan penyusunan CV, pemanfaatan LIDERA-AI, dan latihan komunikasi bahasa asing. Pola ini membuat peserta lebih mudah memahami bahwa kesiapan kerja bukan hanya soal memiliki keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan menampilkan keterampilan tersebut secara jelas dan meyakinkan. Luaran yang dihasilkan pun bersifat praktis, karena peserta tidak hanya memperoleh materi, tetapi juga membawa hasil konkret berupa CV, ringkasan profil profesional, dan draf perkenalan diri untuk kebutuhan wawancara.

Selama kegiatan berlangsung, beberapa tantangan tetap muncul. Kemampuan peserta dalam menggunakan teknologi tidak sepenuhnya sama, sehingga sebagian peserta membutuhkan arahan lebih dekat ketika mencoba menyusun *prompt* dan membaca hasil keluaran LIDERA-AI. Penyusunan CV berbasis capaian juga memerlukan waktu yang cukup karena setiap peserta memiliki pengalaman, bidang pelatihan, dan tujuan kerja yang berbeda. Di sisi lain, latihan bahasa asing masih berada pada tahap dasar sehingga belum dapat menggambarkan kemampuan komunikasi profesional secara utuh. Namun, kondisi tersebut justru menunjukkan bahwa pendampingan semacam ini masih sangat dibutuhkan, terutama bagi peserta yang sedang menyiapkan diri memasuki dunia kerja sektor jasa dan pariwisata.

Pada masa yang akan datang, LIDERA-AI berpeluang dikembangkan sebagai modul pendampingan yang dapat digunakan secara berkelanjutan dalam pembinaan peserta pelatihan kerja. Pengembangannya dapat diarahkan pada penyusunan portofolio digital, penguatan profil LinkedIn, simulasi wawancara sesuai bidang pelatihan, serta latihan bahasa asing yang lebih spesifik untuk kebutuhan *hospitality* dan layanan pelanggan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak jangka pendek melalui peningkatan pemahaman peserta, tetapi juga

dapat menjadi dasar bagi model pendampingan kesiapan kerja yang lebih terstruktur dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa integrasi personal branding, penyusunan dokumen profesional, pemanfaatan LIDERA-AI, dan komunikasi bahasa asing memberikan penguatan yang terukur terhadap pemahaman peserta dalam merepresentasikan kompetensi diri untuk kebutuhan dunia kerja di sektor jasa dan pariwisata. Hasil evaluasi menunjukkan perubahan yang signifikan dengan besaran efek pada kategori sedang, meskipun ruang peningkatan relatif terbatas karena tingkat pemahaman awal peserta yang telah tinggi (*ceiling effect*). Capaian program juga tercermin dari kemampuan peserta menghasilkan CV berbasis capaian, menyusun profil profesional, memanfaatkan LIDERA-AI, serta mempraktikkan komunikasi multibahasa dalam konteks kerja. Evaluasi pada kegiatan ini masih berfokus pada capaian langsung setelah pelatihan sehingga belum mencakup follow-up terhadap penggunaan CV dan LIDERA-AI dalam proses lamaran kerja aktual maupun perkembangan kesempatan kerja peserta. Aspek tersebut menjadi ruang pengembangan program berikutnya melalui pendampingan berkelanjutan dan penelusuran peserta setelah memasuki proses rekrutmen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Negeri Semarang serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan dukungan penuh dalam bentuk pendanaan finansial dan dukungan moral serta administratif terhadap pelaksanaan kegiatan ini. Terima kasih juga disampaikan kepada Dinas Tenaga Kerja Kota Magelang dan BLK Kota Magelang atas penerimaan, kerja sama, serta fasilitasi yang diberikan selama proses pengabdian berlangsung. Apresiasi turut diberikan kepada para peserta pelatihan yang telah mengikuti kegiatan dengan antusias dan berpartisipasi aktif dalam setiap sesi. Dukungan berbagai pihak tersebut menjadi bagian penting dalam terlaksananya program penguatan personal branding dan komunikasi bahasa asing bagi peserta pelatihan kerja di Kota Magelang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R., & Adi, A. (2025). French language proficiency in hospitality education and industry: Perspectives from students, alumni, and industry practitioners. *Journal of Tourism Sustainability*, 5(2), 256–268. <https://doi.org/10.35313/jtospolban.v5i2.188>
- Badan Pusat Statistik Kota Magelang. (2025). Keadaan ketenagakerjaan Kota Magelang tahun 2025. Badan Pusat Statistik Kota Magelang.
- Blue, G. M., & Harun, M. (2003). Hospitality language as a professional skill. *English for Specific Purposes*, 22(1), 73–91. [https://doi.org/10.1016/S0889-4906\(01\)00031-X](https://doi.org/10.1016/S0889-4906(01)00031-X)
- Chang, S. E., Liu, A. Y., & Shen, W. C. (2017). User trust in social networking services: A comparison of Facebook and LinkedIn. *Computers in Human Behavior*, 69, 207–217. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.013>
- Eliyanti, R., & Aliza, N. F. (2026). The influence of personal branding on business communications in the digital era. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 13(2), 132–143. <https://doi.org/10.46806/jkb.v13i2.1477>
- Iryani, B. (2025, September 8). Kota Magelang: Potensi pariwisata di simpul persinggahan. *Pilar Statistik Kota Magelang*. <https://pilarstatistik.magelangkota.go.id/artikel/kota-magelang-potensi-pariwisata-di-simpul-persinggahan>
- Jacobson, J. (2020). You are a brand: Social media managers' personal branding and "the future audience." *Journal of Product & Brand Management*, 29(6), 715–727. <https://doi.org/10.1108/JPBM-03-2019-2299>
- Koc, E. (2021). Intercultural competence in tourism and hospitality: Self-efficacy beliefs and the Dunning-Kruger effect. *International Journal of Intercultural Relations*, 82, 175–184. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2021.04.003>

- Kusumah Putra, F. K., Saepudin, P., & Kerti Utami, N. G. M. (2022). Preferred competencies for tourism and hospitality graduates: Evidence from longitudinal tracer studies. *Journal of Technical Education and Training*, 14(3). <https://doi.org/10.30880/jtet.2022.14.03.009>
- Ma'fiah, I., & Sumardiono, S. (2023). English language needs for hotel service and ESP program: The case of hospitality vocational secondary school. *Journal of Innovation in Educational and Cultural Research*, 4(3), 429–437. <https://doi.org/10.46843/jiecr.v4i3.680>
- Marin, G. D., & Nilă, C. (2021). Branding in social media: Using LinkedIn in personal brand communication: A study on communications/marketing and recruitment/human resources specialists perception. *Social Sciences & Humanities Open*, 4(1), 100174. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2021.100174>
- Sary, A. M. A., & Wijaya, A. L. (2023). Penguatan personal branding dalam rangka persiapan memasuki dunia kerja bagi mahasiswa tingkat akhir di Kota Madiun. *Kreatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 3(2), 137–149. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v3i2.1529>
- Simatupang, E. C., & Supri, I. Z. (2024). Fusing translanguaging with speaking technology in the hospitality industry: Improving English communicative competence. *Social Sciences & Humanities Open*, 10, 101166. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101166>
- Sukma Yudistira. (2024). Competency standardization for Indonesian tourism human resources: Implementation in education, training and competency certification. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 4(2), 134–146. <https://doi.org/10.33649/pusaka.v4i2.109>
- Tutaya, R., Bazán Tejada, C., & Flores-Bueno, D. (2025). Is digital personal branding the ticket to executive employability? Exploring Bourdieusian capital in Latin America. *Estudios Gerenciales*, 41(175), 248–257. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2025.175.7426>
- Utami, W. S., Susilawati, W., & Roji, F. F. (2023). Dampak membangun personal branding terhadap peluang kerja menggunakan LinkedIn dengan metode pendekatan TAM (Technology Acceptance Model) pada alumni di Universitas Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 17(2).
- Wanda, S. S., Marlinda, L., & Gata, W. (2026). Pelatihan desain logo digital UMKM berbasis Canva binaan Yayasan Genggam Tangan Indonesia. *PAKEM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 8–15. <https://doi.org/10.30598/pakem.6.1.8-15>
- Wingate, T. G., Robie, C., Powell, D. M., & Bourdage, J. S. (2025). The signals that matter: Resumes, cover letters, and success on the job search. *International Journal of Selection and Assessment*, 33(3), e70022. <https://doi.org/10.1111/ijsa.70022>