

Counsellia: Jurnal Bimbingan dan Konseling

Volume 11 (1) 70 – 78 Mei 2023

ISSN: 2088-3072 (Print) / 2477-5886 (Online)

DOI: 10.25273/counsellia.v13i114166

Available online at: <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/JBK>

Personal Branding Melalui Rational Emotive Behavior Therapy **Untuk Meningkatkan Kebermaknaan Hidup**

Ajeng Suci Azzahra¹, Muhammad Japar.², Dewi Lianasari³✉

¹FKIP, Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang

email: sucia33@gmail.com

² Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta

email: mj873@ums.ac.id

³ FKIP, Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang

email: ✉ dewilianasari@unimma.ac.id

Abstrak: Kebermaknaan hidup menjadi salah satu hal penting dalam kehidupan individu. Kebermaknaan hidup dapat ditingkatkan melalui beberapa upaya, salah satunya adalah dengan memaksimalkan kemampuan, potensi, maupun bakat yang dimiliki, termasuk mengembangkan *personal branding*. Tujuan penelitian ini yaitu untuk membantu individu dalam mengembangkan *personal branding* melalui *Rational Emotive Behavior Therapy* untuk meningkatkan kebermaknaan hidup. Metode penelitian yang digunakan adalah pre eksperimen *one group pretest posttest design* dengan teknik pengambilan sampel yaitu *simple random sampling*. Instrumen yang digunakan adalah angket kebermaknaan hidup yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konseling kelompok pengembangan *personal branding* melalui *Rational Emotive Behavior Therapy* efektif dalam meningkatkan kebermaknaan hidup, dibuktikan dengan hasil uji statistik perhitungan *Paired Sample T-test* menunjukkan bahwa nilai signifikansi (*2-tailed*) adalah $0,001 < 0,05$.

Kata Kunci: *Personal Branding, Rational Emotive Behavior Therapy, Makna hidup*

Abstract: The meaning of life becomes one of the important things in an individual's life. The meaning of life can be increased through several efforts, one of which is by maximizing the abilities, potential and talents possessed, including developing personal branding. The purpose of this study is to assist individuals in developing personal branding through Rational Emotive Behavior Therapy to increase the meaning of life. The research method used is a pre-experimental one-group pretest-posttest design with a sampling technique that is simple random sampling. The instrument used is a life meaningfulness questionnaire that has gone through validity and reliability tests. The results showed that group counseling for personal branding development through Rational Emotive Behavior Therapy was effective in increasing the meaning of life, as evidenced by the results of the statistical test calculation of the Paired Sample T-test showed that the significance value (*2-tailed*) was $0.001 < 0.05$.

Keywords: Personal Branding, Rational Emotive Behavior Therapy, The Meaning of Life

Received 18-10-2022; **Accepted** 21-05-2023; **Published** 30-05-2023

Citation: Azzahra, Ajeng Suci., Jafar Muhammad., Lianasari, Dewi. (2023). *Personal Branding Melalui Rational Emotive Behavior Therapy* untuk Meningkatkan

Kebermaknaan Hidup. *Counsellia: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 13(1), 70 – 78.
Doi.org/10.25273/counsellia.v13i114166



Copyright ©2021 Counsellia: Bimbingan dan Konseling
Published by Universitas PGRI Madiun. This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

PENDAHULUAN

Kebermaknaan hidup didefinisikan sebagai sesuatu yang bersifat objektif karena menantang agar manusia dapat mencapainya. Ketika sifat objektif tersebut tidak dimiliki individu maka makna hanyalah sebuah rancangan subjektif sehingga tidak ada pada kenyataan bahwa manusia berusaha untuk mencapainya. Untuk dapat mencapai makna hidup individu perlu menunjukkan perilaku yang konsisten, tidak hanya melalui proses pemikiran saja (Nurani, 2013). Makna hidup ditandai dengan meningkatkan cara berpikir serta bertindak positif, meningkatkan kualitas hidup, dan meraih citra diri yang diinginkan (Bastaman, 2007). Dengan kata lain, kebermaknaan hidup menjadi hal yang penting bagi kehidupan individu, baik berupa prinsip hingga upaya-upaya yang dilakukan untuk dapat mencapainya.

Kebermaknaan hidup sebagai hal yang penting dan memiliki nilai khusus bagi individu, sehingga individu tersebut menjadikannya tujuan dalam kehidupan (Dumaris, 2019). Setiap individu memiliki kemampuan dalam mengembangkan atau meraih tujuan hidup dengan menentukan makna hidup (Japar, 2020). Terdapat beberapa sifat makna hidup menurut Frankl, diantaranya adalah bersifat unik. Maka sesuatu yang dianggap penting oleh seseorang belum tentu sama bagi orang lain (Ritonga, 2016). Kebermaknaan hidup membawa pengaruh dalam perilaku yang dilakukan oleh seseorang. Mengembangkan *personal branding* menjadi salah satu bentuk dari upaya manusia sebagai khalifah di bumi karena berusaha untuk mengembangkan kemampuan yang diberikan oleh Allah untuk mencapai tujuan hidupnya.

Namun kenyataan di lapangan berdasarkan hasil survey pada awal penelitian melalui observasi dan wawancara diperoleh hasil bahwa 75,26% siswa memiliki kebermaknaan hidup sedang dan rendah. Hal ini ditunjukkan dengan: 1) siswa merasa jika mengembangkan *personal branding* merupakan sebuah pencitraan, 2) siswa terkadang belum dapat merasakan makna hidup yang dijalani secara maksimal, 3) siswa menjalani hidup tanpa rencana, karena merasa menjalani hidup yang biasa saja. Seiring dengan berjalannya waktu, berada di era yang kompetitif seperti sekarang ini maka *personal branding* menjadi salah satu hal yang penting karena telah terjadi perubahan persepsi tentang arti dan makna sebuah nama, keunikan sebuah nama, yang berdampak pada semakin ketatnya persaingan dalam mendapatkan suatu predikat yang unggul (Setiawan, 2018). Hal tersebut dapat diupayakan dengan mengembangkan kemampuan dapat dilakukan dengan mengembangkan *personal branding*. *Personal branding* didasarkan atas nilai-nilai kehidupan dan memiliki hubungan yang tinggi terhadap diri individu. *Personal branding* merupakan sebuah identitas pribadi individu yang mampu menciptakan respon emosional orang lain terhadap kualitas dan nilai yang dimiliki oleh seseorang. Bukan hanya sebatas mengkomunikasikan, tetapi *personal branding* juga mengidentifikasi hal-hal yang bersifat unik, relevan, dan menarik dari individu sehingga dapat meningkatkan karir atau bisnis individu (Ievansyah I, 2018). Fungsi dari *personal branding* yaitu untuk menciptakan persepsi yang menarik sehingga dapat membedakan antara satu individu dengan lainnya (Salam, 2020). SMA memiliki program yang salah satunya adalah program ekstrakurikuler dan juga *lifskill*, pelaksanaan program

didasarkan dengan mengikuti bakat, minat, serta kemampuan siswa yang unik (Tingkat, 2020).

Kebermaknaan hidup merupakan nilai yang memunculkan motivasi yang dapat mendorong individu untuk melakukan kegiatan yang bermanfaat, yaitu dengan hidup yang secara terus-menerus dapat memberi makna baik pada diri sendiri maupun orang di sekitar individu. Makna hidup dapat berupa cita-cita menjadi pribadi yang sukses dalam mengaktualisasikan dirinya serta adanya keinginan untuk dapat membuat seseorang dapat bertahan dalam kehidupan yang ia jalani (Palupi, 2021). Dari penelitian yang dilakukan oleh (Humaira, 2016) menyebutkan bahwa semakin sering individu memberikan kontribusi pada lingkungan, maka individu tersebut merasa semakin berarti dalam lingkungannya, sehingga pada akhirnya karena individu sering melakukan kontak sosial maka ia memperoleh dukungan sosial yang dapat meningkatkan kebermaknaan hidupnya.

Dalam penerapannya, intervensi konseling kelompok akan dipadukan dengan teori *Rational emotive behavior therapy*, karena pendekatan konseling *Rational emotive behavior therapy* (REBT) termasuk salah satu pendekatan konseling yang berorientasi dengan mengubah pemikiran irasional individu menjadi pemikiran yang rasional (Corey, 2013). Ketika individu memiliki keyakinan irasional dan memiliki keinginan untuk mengubahnya, maka individu perlu menerima bahwa keyakinannya selama ini tidak rasional, ketika individu merasa nyaman dengan pemikiran baru tersebut maka aspek emosi individu berarti sudah meyakini hal tersebut. Kemudian, jika individu telah merasa nyaman dengan hal tersebut, individu akan menerapkannya dalam perilakunya. Karena hal tersebut merupakan keinginan individu itu sendiri, maka perilaku tersebut akan menjadi kebiasaan yang positif dilakukan oleh individu. Oleh karena itu, pendekatan konseling *Rational emotive behavior therapy* (REBT) tidak hanya sekedar mengubah pemikiran irasional menjadi rasional, tetapi juga keberlanjutan dari perubahan perilaku positif yang dilakukan oleh individu.

Pendekatan *Rational Emotive Behavior Therapy* (REBT) digunakan karena pendekatan ini berorientasi membantu konseli dalam mengubah pemikiran irasionalnya terkait hambatan-hambatan yang terkadang dirasakan ketika mengembangkan *personal branding*. Ketika individu telah menemukan arti dan tujuan kehidupannya, ia akan senantiasa mengembangkan dirinya menjadi pribadi yang bermanfaat baik untuk dirinya maupun untuk sekitarnya. Dalam proses pengembangan diri tersebut, individu perlu untuk dapat mencintai dirinya, termasuk menerima segala sesuatu yang ada pada dirinya. Kemampuan kontrol diri, penentuan skala prioritas serta tanggung jawab juga diperlukan agar individu dapat mengevaluasi perilakunya, sehingga ia dapat mengubah perilaku yang negatif menjadi positif. Kemudian dukungan sosial (*social support*) juga menjadi salah satu hal yang penting, karena menjadi salah satu dorongan yang menimbulkan semangat dalam diri individu.

Adanya *treatment* konseling kelompok melalui *rational emotive behavior therapy* diharapkan dapat berhasil sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu dapat membantu dalam mengembangkan *personal branding* sehingga kebermaknaan hidup meningkat.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Metode dalam penelitian dilakukan melalui pendekatan kuantitatif yaitu metode eksperimen. Penelitian ini menggunakan bentuk pre-eksperimen dengan desain penelitian *One Group Pretest Posttest Design*. Peneliti menggunakan *One Group Pretest Posttest Design* karena dengan melihat skor *pretest* (sebelum diberikan *treatment*) dan skor *posttest* (setelah diberikan *treatment*) (Nuryanti, 2019), dapat melihat dan memperoleh

ada atau tidaknya perbedaan yang diperoleh siswa dari sebelum dengan sesudah diberikan *treatment*. Berikut ini adalah lampiran tabel *one group pretest posttest design*.

Tabel 1. Rancangan Penelitian

Kelompok	<i>Pretest</i>	<i>Treatment</i>	<i>Posttest</i>
Eksperimen	O1	X	O2

Keterangan:

O1: *PreTest* (Pengukuran kebermaknaan hidup sebelum diberikan *treatment*)

X: *Treatment* (Layanan Konseling Kelompok *Personal branding* melalui *Rational emotive behavior therapy*)

O2: *Posttest* (Pengukuran kebermaknaan hidup setelah diberikan *treatment*)

Sumber Data

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa kelas XII SMA Muhammadiyah 1 Muntilan. Sampel dalam penelitian ini adalah 9 orang siswa dari kelas XII yang dipilih menggunakan teknik *simple random sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan instrumen berupa angket tertutup yang diberikan kepada responden untuk dijawab dengan skala pengukuran pola skala Likert. Angket kebermaknaan hidup dalam penelitian ini mengacu pada aspek kebermaknaan hidup menurut Frankl dan Bastaman. Uji validitas menggunakan signifikansi 5% dengan hasil 48 item valid dari 52 total item pernyataan yang di uji pada 62 responden. Uji reliabilitas dengan bantuan SPSS Versi 26 diperoleh *koefisien alpha* 0,917.

Teknik Analisis Data

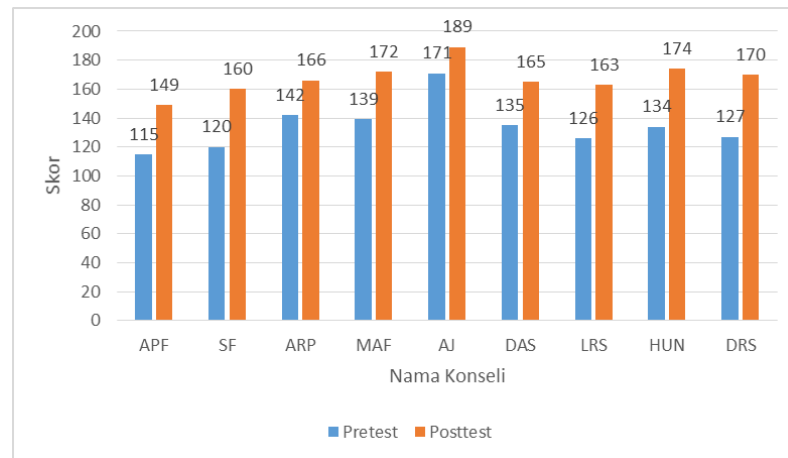
Analisis data dilakukan dengan Uji *Statistic Parametric* dengan Uji *Paired Sample T-test* dengan bantuan *software* SPSS Versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Intervensi konseling kelompok dilakukan sebanyak 6 kali pertemuan. Kegiatan intervensi dilaksanakan di SMA Muhammadiyah 1 Muntilan Kabupaten Magelang. Materi dalam intervensi disesuaikan dengan tujuan konseling kelompok ini yaitu pengembangan *personal branding* yang akan meningkatkan kebermaknaan hidup. Pelaksanaan konseling kelompok diawali dengan menyusun rencana pelaksanaan layanan dan di akhiri dengan mengisi lembar evaluasi. Siswa dalam hal ini menjadi anggota kelompok mengikuti kegiatan sesuai dengan perencanaan. Siswa diminta melatih dirinya untuk berpikir secara rasional untuk mengidentifikasi komponen-komponen pengembangan *personal branding*.

Peneliti membantu individu dalam mengembangkan *personal branding* siswa dengan melakukan konseling kelompok pengembangan *personal branding* melalui *Rational Emotive Behavior Therapy*. Hasil *treatment* tersebut dapat dilihat melalui grafik *pretest* dan *posttest* berikut:

Gambar 1. Hasil *Pretest* dan *Posttest*Tabel 2. *Descriptive Statistic*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>PreTest</i>	9	115	171	134,33	16,310
<i>Posttest</i>	9	149	189	167,56	10,944

Melalui gambar 1 serta tabel 2, dapat diketahui terdapat kenaikan skor sebelum dan setelah diberikan *treatment* layanan konseling kelompok pengembangan *personal branding* melalui *Rational Emotive Behavior Therapy*. Dapat dilihat pada *mean* dari *posttest* sebesar 167,56, lebih besar dari pada skor *mean pretest* sebesar 134,33. Hal ini menjelaskan bahwa kebermaknaan hidup siswa meningkat. Peningkatan skor ini sebagai efek dari *treatment* yang telah diberikan, yaitu konseling kelompok pengembangan *personal branding* melalui *Rational Emotive Behavior Therapy*.

Analisis yang digunakan untuk menguji keefektifan penelitian ini yaitu melalui *Uji T-Test*. Data dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Paired Samples Test

		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	<i>PreTest - Posttest</i>	-33,222	8,136	2,712	-39,476	-26,968	-12,250	8	,000

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 3, menunjukkan bahwa signifikansi (*Asymp. Sig 2-tailed*) sebesar 0,001 dimana $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dari hasil *pretest* dengan *posttest* yang sudah dilakukan. Maka hasil ini memperkuat bahwa *treatment* konseling kelompok pengembangan *personal branding*

melalui *Rational Emotive Behavior Therapy* efektif dalam meningkatkan kebermaknaan hidup siswa.

Pembahasan

Kebermaknaan hidup adalah suatu hal yang dianggap penting oleh individu sehingga dijadikan tujuan dalam hidup seseorang, mulai dari prinsip hingga upaya yang dilakukan untuk mencapai kepuasan diri. Hal yang dianggap penting itu pun belum tentu sama antara individu yang satu dengan lainnya.

Kebermaknaan hidup bagi individu menjadi bagian dari hal yang penting. Karena hal tersebut juga menjadi bagian dari tujuan hidup individu, maka individu pun memerlukan proses untuk dapat mencapai tujuan tersebut. Yang mana dalam proses tersebutpun, individu masih menjumpai hambatan-hambatan.

Kebermaknaan hidup yang rendah atau belum maksimal dapat mengakibatkan individu menjalani kehidupan dengan seadanya saja tanpa memaksimalkan segala yang dimilikinya. Peningkatan kebermaknaan hidup dilakukan supaya individu dapat menjalani kehidupannya dengan lebih baik. Mengembangkan *personal branding* dilakukan seseorang agar dapat diakui keberadaannya serta ingin membawa dampak positif termasuk bagi lingkungannya hingga mendapatkan tawaran pekerjaan (Zakirah, 2017).

Personal branding berkaitan erat dengan nama baik dan kehormatan (Soewandi, 2021). Dengan mengembangkan *personal branding* maka individu telah berupaya untuk meningkatkan kebermaknaan hidupnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan *personal branding* dapat meningkatkan kebermaknaan hidup. Kebermaknaan hidup memiliki pengaruh pada perilaku yang dipilih dan akan dilakukan seseorang. Ketika seseorang merasa memiliki kebermaknaan hidup yang masih rendah, maka ia cenderung akan menjalani kehidupan dengan seadanya, karena ia belum sepenuhnya yakin akan apa yang menjadi dorongan untuk mencapai tujuan hidupnya. Begitu pula sebaliknya, ketika seseorang memiliki kebermaknaan hidup yang tinggi, maka ia akan menjalani kehidupan dengan penuh makna, membawa dampak positif untuk dirinya, orang lain, serta lingkungan sekitarnya. Terdapat beberapa aspek kebermaknaan hidup, menurut Bastaman yaitu pemahaman diri, makna hidup, perubahan sikap, keikatan diri, kegiatan terarah, serta dukungan sosial. Sedangkan menurut Frankl terdapat tiga komponen dalam hidup, yaitu kebebasan berkehendak, kehendak hidup bermakna, dan makna hidup (Putri, 2020).

Personal branding termasuk salah satu upaya untuk mengaktualisasikan diri dalam membangun citra diri (Soraya, 2017). Dalam penelitian lain, seorang *blogger* melakukan *personal branding* melalui *blog*-nya dan memenuhi delapan konsep utama *personal branding*. Namun dalam pelaksanaan mengembangkan *personal branding*-pun banyak individu yang mengalami hambatan seperti misalnya kurang rasa percaya diri, minder, serta menutup diri (Bilqis, 2021). *Personal branding* dapat dijadikan sebagai langkah awal yang efektif dalam upaya meningkatkan *performance* diri (Srihasnita, 2018).

Konseling kelompok adalah layanan yang dapat digunakan untuk mencegah maupun memperbaiki dengan berfokus pada bidang belajar, karir, sosial, maupun pribadi. Kerja kelompok yang dilakukanpun menekankan pada komunikasi antarpribadi mulai dari pemikiran, perasaan, dan berfokus pada perilaku saat ini (Corey, 2015). Dalam pelaksanaannya, menurut Pauline Harrison dapat dilakukan dengan mendiskusikan masalah, termasuk membangun kemampuan komunikasi, pengembangan harga diri, dan keterampilan mengatasi masalah. Tujuan dari dilaksanakannya konseling kelompok

adalah sebagai sarana untuk mengembangkan diri, khususnya dalam hal komunikasi, sosialisasi, serta mengembangkan kemampuan dalam memecahkan masalah (Prayitno, 2017).

Rational emotive behavior therapy Albert Ellis (Hartati, Sri & Rahman, 2018) memberikan penekanan atau berfokus pada hubungan antara kognisi, emosi, serta tingkah laku yang ketiganya saling mempengaruhi. Terapi ini juga menghubungkan pemikiran tidak rasional dengan permasalahan emosi individu, serta menengahkan pendapat bahwa individu memiliki pilihan untuk terus berusaha dan mengupayakan terhadap permasalahan yang dihadapi (Bastomi, 2018). Tujuan utama dari konseling *rational emotive behavior therapy* adalah membantu individu menyadari jika tiap individu dapat memiliki pemikiran yang lebih rasional serta lebih produktif (Thahir, 2016). Karena dengan berpikir rasional, akan membuat individu lebih optimis dalam menghadapi hidup serta mempermudah untuk dapat beraktivitas dengan baik (Patturochmah, 2020).

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu dalam penelitian *The Effect of REBT Group on Developing the Meaningfulness of Self Life*. Penelitian ini mengkaji pengaruh konseling kelompok berbasis musik religi untuk mengembangkan kebermaknaan kehidupan remaja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konseling REBT berbasis musik religi mempengaruhi perkembangan kebermaknaan kehidupan remaja. Ini berarti intervensi yang dilakukan menggunakan pendekatan *Rational Emotive Behavior Therapy* dapat mengembangkan kebermaknaan kehidupan remaja (Japar, 2020). Jika penelitian sebelumnya dilakukan dengan berbasis musik religi untuk mengembangkan kebermaknaan hidup, pada penelitian ini kebermaknaan hidup akan ditingkatkan dengan cara mengembangkan *personal branding* individu. Hasil penelitian lain menjelaskan bahwa konsep diri dan *self control* memiliki hubungan yang signifikan dengan kebermaknaan hidup (Ma'ruf, 2019).

SIMPULAN

Kebermaknaan hidup merupakan suatu hal yang dianggap penting oleh individu, mulai dari prinsip hingga upaya yang dilakukan untuk mencapainya, termasuk mengembangkan *personal branding*. Kebermaknaan hidup dengan aspek makna hidup, kebebasan berkehendak, pemahaman diri, kehendak hidup bermakna, perubahan sikap, dan dukungan sosial. Dengan mengembangkan *personal branding*, individu telah berupaya untuk memaksimalkan segala potensi yang dimiliki. *Rational Emotive Behavior Therapy* merupakan pendekatan konseling untuk membantu individu mengubah pemikiran irasional menjadi pemikiran yang lebih rasional. Konseling REBT dapat membantu dalam mengembangkan *personal branding* karena untuk dapat menghasilkan suatu kebiasaan baik dalam proses mengembangkan *personal branding*, diperlukan pemikiran yang rasional terlebih dahulu yang pada akhirnya akan berpengaruh pada perilaku konseli, dan menjadi sebuah kebiasaan baik yang terus menerus dilakukan sehingga tercapai kebermaknaan hidup.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang berkontribusi dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bastaman. (2007). *Logoterapi: Psikologi untuk Menentukan Makna Hidup dan Meraih Hidup Bermakna*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Bastomi, H., & Aji, M. A. S. (2018). Konseling Rational Emotif Behaviour Therapy (Rebt)-Islami (Sebuah Pendekatan Integrasi Keilmuan). *Konseling Edukasi: Journal Of Guidance And Counseling*, 2, 25-45.
- Bilqis, N. A., & Muhid, A. (2021). Efektivitas Cognitive Behavior Therapy Untuk Meningkatkan Personal Branding Pada Remaja. Al-Isyraq: *Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, dan Konseling Islam*, 4(2), 133-144.
- Corey, G. (2013). *Teori dan Praktek Konseling dan Terapi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Corey, G. (2015). *Theory and Practice of Group Counseling, Ninth Edition Gerald Corey*. Canada: Cengage Learning.
- Dumaris, S., & Rahayu, A. (2019). Penerimaan diri dan resiliensi hubungannya dengan kebermaknaan hidup remaja di panti asuhan. *Ikra-lth Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 3(1), 71-77.
- Hartati, S., & Rahman, I. K. (2018). Konsep pendekatan *rational emotive behavior therapy* (REBT) berbasis islam untuk membangun perilaku etis siswa. *Genta Mulia: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 8(2).
- Humaira (2016). Partisipasi Sosial dengan Kebermaknaan Hidup Remaja. Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Muhamamdiyah Malang.
- Ievansyah, I., & Sadono, T. P. (2018). *Personal branding* Dalam Komunikasi Selebritis (Studi Kasus *Personal branding* Alumni Abang None Jakarta Di Media Sosial "Instagram"). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02), 149-162.
- Japar, M. (2020). The Effect of REBT Group on Developing the Meaningfulness of Self Life. *1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and Social Sciences (BIS-HESS-2019)*, 1199-1204.
- Kurnanto, M. E. (2014). *Konseling Kelompok*. Bandung: Alfabeta.
- Ma'ruf, M. G. (2019). Hubungan Konsep Diri dan Self Control dengan Kebermaknaan Hidup. *Indonesian Psychological Research*, 1(1), 11-24.
- Nurani, V. M., & Mariyanti, S. (2013). Gambaran makna hidup pasien gagal ginjal kronik yang menjalani hemodialisa. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(01), 127032.
- Nuryanti, R. (2019). Penggunaan Model Pembelajaran Kooperatif Dengan Strategi Team Games Tournament (Tgt) Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Matematika Pada Materi Bilangan Romawi Bagi Siswa Tunarungu Kelas IV SDLB (Penelitian Eksperimen dengan One Group Pretest Posttest Design di SLB B Sukapura Kota Bandung). *Jassi Anakku*, 20(1), 40-51.
- Palupi, T. N. (2021). Kebermaknaan Hidup dan Partisipasi Sosial Masyarakat dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Pengembangan SDM*, 10(2), 1-18.
- Patturochmah, H. (2020). Rasional Emotif Behavior Therapy (REBT) Islam dalam Menumbuhkan Sikap Mental Positif. *Konseling Edukasi: Journal of Guidance and Counseling*, 4(2), 200-217.
- Prayitno. (2017). *Konseling Profesional yang Berhasil Layanan dan Kegiatan Pendukung*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Putri, V. N., Ifdil, I., Yusri, Y., & Yendi, F. M. (2020). Profil Kebermaknaan Hidup Siswa Membolos. *Jurnal Aplikasi IPTEK Indonesia*, 4(2), 126-135.
- Ritonga, B. (2016). Kebermaknaan hidup mahasiswa Sekolah Tinggi Theologia Nazarene Indonesia ditinjau dari tingkat religiusitasnya. *Jurnal Psikologi, Vol.2, No.1*.
- Salam, O. D. (2020). Personal Branding Digital Natives di Era Komunikasi Media Baru (Analisis Personal Branding di Media Sosial Instagram). *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2(1), 19-30.
- Setiawan, D. (2018). Strategi Membangun Personal Branding Dalam Meningkatkan Performance Diri. *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, 4(1).
- Soewandi, A. T. ; R. W. (2021). Personal Branding dan Diri Otentik Menurut Starte. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 4(2), 179–185.
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 3(2), 2579-3292.
- Srihasnita, R. ; D. (2018). Strategi Membangun Personal Branding Dalam Meningkatkan Performance Diri. *Jurnal BAPPEDA*, 4(1), 19–25.
- Thahir, A., & Rizkiyani, D. (2016). Pengaruh Konseling Rational Emotive Behavior Therapy (REBT) dalam Mengurangi Kecemasan Peserta Didik Kelas VIII SMP Gajah Mada Bandar Lampung. *KONSELI: Jurnal Bimbingan dan Konseling (E-Journal)*, 3(2), 197-206
- Tingkat, I. N. (2020). Optimalisasi Pengembangan Diri Untuk Mendongkrak Prestasi (Vokasional) Sekolah. *Indonesian Journal of Educational Development*, 1(1), 1-12.
- Zakirah, D. (2017). Mahasiswa dan Instagram (Studi Tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga). *Doctoral Dissertation*.

PROFIL SINGKAT

Ajeng Suci Azzahra adalah mahasiswa dari program studi Bimbingan dan Konseling Universitas Muhammadiyah Magelang

Prof. Dr. Muhammad Japar, M.Si., Kons. adalah Dosen Sekolah Pascasarjana Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dewi Lianasari, M.Pd adalah Dosen Program Studi Bimbingan dan Konseling, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Magelang.