



NEWSLETTER TOTUS TUUS

Lembaga Penguatan Nilai Universitas

TIM REDAKSI

Penanggung Jawab

Ketua Lembaga Penguatan Nilai Universitas:
RD. Dr. Benny Suwito, M.Hum., Lic.theol.

Pimpinan Redaksi:

Fx. Wigbertus Labi Halan, S.Fil., M.Sosio.

Editor:

Drs. Y. G. Harto Pramono, Ph.D.

Sekretaris:

Antanius Daru Priambada, S.T.

Desain:

Antanius Daru Priambada, S.T.

Alamat Redaksi:

Lembaga Penguatan Nilai Universitas
Unika Widya Mandala Surabaya
Gedung Benedictus
Lantai 3, Ruang B. 322
Jalan Dinoyo 42-44 Surabaya

Email: virtues-institute@ukwms.ac.id
Ext.: 288

DAFTAR ISI

Dari Meja Redaksi	1
Seputar Kampus	2
Satu Dunia Satu Kemanusiaan: Komunitas Internasional	3
Hari Minggu Biasa XIV	4
<i>Personal Branding</i> dan Pentingnya Dalam Pekerjaan	5
Rekoleksi Gelombang II	7
Infografis	8

Dari Meja Redaksi

Warga Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya ytk.

Menarik diri dari kegiatan sejenak merupakan suatu kesempatan yang baik bagi setiap orang untuk mengisi diri dengan ketenangan batin dan perjumpaan dengan rekan-rekan yang lain. Inilah jiwa dari rekoleksi yang kita jalani bersama selama dua minggu ini dalam dua gelombang. Kesempatan ini hanya terjadi setahun sekali bagi kita dan bila kita gunakan dengan baik menjadi kesempatan berharga untuk hidup kita. Apalagi, pembimbing rekoleksi telah memberikan tuntunan kepada kita tentang upaya memaknai pekerjaan supaya lebih tidak sekedar aktivisme yang berlalu begitu saja dalam hidup kita.

Warga Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya ytk.

Dunia pekerjaan saat ini semakin tidak mudah bila kita betul menyadari: ada banyak tantangan sekaligus juga ancaman-ancaman yang membuat pekerjaan menjadi "musuh" kita karena kita dibuai oleh kesenangan-kesenangan yang tersebar di iklan-iklan. Kaum muda pun semakin sulit untuk mencari pekerjaan yang sesuai dengan harapannya. Nilai tinggi yang mereka dapatkan tidak menjamin sama sekali bahwa mereka langsung mendapatkan pekerjaan. Banyak pengusaha tidak lagi hanya memandang nilai sebagai kriteria penerimaan pegawai apalagi pengusaha dihadapkan pada kesulitan ekonomi yang mendesak sehingga jika tidak hati-hati mereka pun bukan menambah tenaga kerja tetapi akan membuat persoalan tersendiri bagi perusahaan dan organisasi.

Warga Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya ytk.

Santo Yohanes Paulus II, Patron Universitas kita, menegaskan bahwa pekerjaan manusia adalah cara kita berkontribusi kepada karya ciptaan Allah. Artinya, kita bekerja bukan untuk diri kita saja atau untuk kepentingan kesenangan kita semata. Maka, bekerja adalah hal yang penting bagi kita semua karena bagian dari kodrat manusia sebagai ciptaan Allah. Bahkan, bekerja menjadi bagian bagaimana hidup kita menjadi semakin bermakna bagi kita secara pribadi dan sesama yang telah mendapatkan anugerah dari Allah. Dan pada akhirnya semua pekerjaan yang kita lakukan adalah untuk kebaikan bersama sebagai makhluk ciptaan Allah yang membangun dunia menjadi semakin baik dengan segala kekayaan yang ada.

Salam PeKA.
RD. Benny Suwito

SEPUTAR KAMPUS

ULANG TAHUN DOSEN DAN TENAGA KEPENDIDIKAN



Daftar Ulang Tahun 8-14 Juli 2024:

- Haris Wibisono, S.E., M.Si., Ak - PSDKU Akuntansi
- dr. Eny Setiarini, Sp.S - Fakultas Kedokteran
- Dwi Sri Rahayu, S.Pd., M.Pd. - PSDKU Bimbingan & Konseling
- Maria Magdalena Dewi Mulyani Rahayu, S.Kom. - Fakultas Bisnis
- Thomas Aryanatan Lena, S.T. - Perpustakaan
- Nyana Vaddhano, S.Bns., M.M. - Fakultas Kewirausahaan
- Gianchinta Sheilla Kirrana Fadjriasti, S.Psi. - LPNU
- Dr. Dyna Rachmawati, SE., M.Si., Ak. - Fakultas Bisnis
- Agatha Rhizky Damayanti - PSDKU Manajemen
- Yeremia Kristiawan, S.Pd. - FKIP
- Fransiska Karmi - Fakultas Bisnis
- F. Wenny Chornia Wati, A.Md. - BAAK
- dr. Theresa Devi Siswani Tjandra Wibowo, M.Biomed. - Fakultas Kedokteran
- Ir. Jenni Lie, ST., Ph.D., IPP. - Fakultas Teknik
- Prof. Dr. J. S. Ami Soewandi, Apt. - Fakultas Farmasi
- Ir. Yuliati, S.Si., MT., IPU., ASEAN Eng. - Fakultas Teknik
- Made Indra Ayu Astarini, S.Kep., Ns., M.Kep. - Fakultas Keperawatan
- Sumarno - Pusat Data Informasi
- dr. Venny Tandyono, Sp.KK. - Fakultas Kedokteran

----- Selamat Ulang Tahun dan Tuhan Memberkati -----



<https://bit.ly/PeKABOX>



Satu Dunia Satu Kemanusiaan

Komunitas Internasional

241 Bagaimana kepentingan rakyat bisa dimobilisasi?

Dalam situasi di mana tidak ada kesadaran akan solidaritas global, akan sangat membantu jika kita dengan inisiatif pribadi menolong orang lain yang membutuhkan dengan kata lain, mendapatkan manfaat dari situasi apa pun. Lantas kita berbicara tentang kepentingan yang benar-benar dipahami. Sering terjadi bahwa kerja sama internasional akhirnya bermanfaat bagi semua orang. Mari kita ambil contoh dari sumber daya alam. Satu negara saja tidak bisa menghentikan pengurusan tanah atau air di seluruh dunia. Berkonsentrasi pada konversi di negara sendiri dan berkata kami tidak peduli terhadap apa yang orang lain lakukan. Bukanlah solusi. Lingkungan adalah milik bersama, kebaikan publik (kepentingan umum milik global): Untuk melindunginya dibutuhkan kerja sama internasional untuk melindungi lingkungan ada dalam kepentingan yang benar-benar dipahami semua negara. Hanya jika semua negara berpartisipasi dalam konversi misalnya: melalui pertanian berkelanjutan, dapat menyebabkan kemajuan yang mengarah ke kondisi yang lebih baik di masing-masing individu negara. Demikian pula dalam memerangi kemiskinan yang adalah perhatian semua pihak karena dengan demikianlah migrasi berkurang, konflik kekerasan ditekan dan ekonomi bisa tumbuh.

242 Bagaimana kerja sama di seluruh dunia bisa menjadi kenyataan?

Untuk masalah global yang tidak dapat diselesaikan oleh individu negara di tingkat nasional, yang dibutuhkan adalah organisasi dan Lembaga Kerjasama yang membantu dengan pengelolaan milik umum, mengusulkan aturan untuk semua negara, memantau ketaatan mereka dan melaporkan kepatuhan atau pelanggaran. Gereja mendukung pembangunan komunitas internasional. Hanya dengan cara ini ide kesatuan keluarga manusia dapat diterjemahkan ke dalam aksi politik. Dalam hal apa pun masyarakat harus rela menjadi bagian dari semua peserta negara dan tidak boleh merasa terpaksa dalam keadaan apa pun. Ini harus menjadi komunitas dengan otoritas yang di satu sisi menghormati fakta bahwa setiap negara memiliki yurisdiksi sendiri. Menurut prinsip subsidiaritas, tetapi di sisi lain dapat mengatasi masalah utama di dunia sebagai yang diberkati dengan kekuatan untuk menjaga atas nama semua keamanan, memperhatikan keadilan, dan menghormati hak (GS 82). Langkah pertama dalam arah ini dibuat pada tahun 1945 ketika organisasi PBB (UN) didirikan. Sejak itu gereja Katolik telah menganjurkan ide PBB mendukung kebijakan hak manusiawi awal dan menyerukan pengembangan lebih lanjut.

243 Apa standar minimal etika untuk kerja sama internasional?

Masing-masing negara ingin hidup dalam tanggung jawab secara global, Masyarakat yang mengikat, hal yang paling penting adalah saling percaya dan kemudian nilai-nilai dan norma-norma umum minimal. Di antaranya adalah hak manusiawi, tetapi juga nilai-nilai seperti keadilan, solidaritas, dan kebebasan. Masyarakat internasional harus melihat bahwa melalui keputusan bersama mereka semua orang memiliki kesempatan untuk berbagi sama rata dalam pembangunan di seluruh dunia. Semua nilai-nilai fundamental ini tidak hanya wajib bagi orang Kristen, nilai ini berlaku untuk semua.

Bacaan: Yer 2:2-5; 2 Kor 12:7-10; Mrk 6:1-6

Saudara-saudariku ytk.

Latar belakang keluarga sering kali memberikan gambaran siapakah orang yang kita jumpai, siapakah orang yang sedang berbicara dan menyampaikan prestasi-prestasinya. Terkadang, kita semua mudah terjebak dengan gambaran latar belakang keluarga tanpa melihat bagaimana proses selanjutnya terhadap orang tersebut. Mudah bagi kita untuk menilai orang tanpa melihat lebih jauh bagaimana orang itu bisa bertumbuh menjadi pribadi saat ini. Sayang, jika orang hanya jatuh pada melihat latar belakang saja tanpa melihat kemajuan dan perkembangan selanjutnya. Orang akan jatuh pada penilaian yang semu dan salah.

Saudara-saudariku ytk.

Dalam Injil, Yesus digambarkan kembali ke tempat asalnya, ke kampung halamannya yang banyak orang tahu siapakah Dia, seorang anak tukang kayu. Orang-orang kampung selalu berpikir Yesus itu anak tukang kayu dan tidak pernah membuka pikiran mereka bahwa seorang Yesus memiliki suatu yang lebih dari apa yang mereka kenal. Ketika Yesus melakukan pengajaran di rumah ibadat, membuat mukjizat, orang-orang kampung Yesus mulai mempertanyakan Yesus yang mereka kenal. Mereka berpikir sangat sempit pada diri Yesus. Pemikiran itu disebabkan karena mereka tidak pernah melihat bahwa Allah bekerja dalam diri Yesus tersebut. Mereka jatuh pada kesangsaan yang mereka bangun sendiri.

Saudara-saudariku ytk.

Perkataan Tuhan Yesus menjadi kata-kata pamungkas yang mengkritik sekaligus memberikan penyadaran kepada orang-orang yang hanya melihat orang dari kaca mata mereka: "Seorang nabi dihormati di mana-mana kecuali di tempat asalnya sendiri, di antara kaum keluarga dan di rumahnya". Melalui kata-kata ini, Tuhan menegaskan bahwa orang perlu punya iman yang dalam supaya bisa menyambut kebaikan Allah. Jika orang tak punya iman, orang akan menjadi berpikir sempit dan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan sukacita dari Allah. Atau, jika orang hanya melihat dari kaca mata manusia, orang tidak bisa menemukan Allah dan mengenal lebih dalam karya-karya Allah yang agung yang dilakukan oleh-Nya.

Saudara-saudariku ytk.

Sebagai warga Widya Mandala Surabaya, kita diundang untuk juga tidak jatuh pada stigma-stigma yang salah. Kita diajak untuk melihat lebih jauh lagi peran Allah dalam tugas dan perutusan yang diberikan kepada kita semua. Kita diharapkan untuk menghindari tidak hanya melihat latar belakang keluarga atas orang-orang yang berkarya. Sebaliknya kita ditantang untuk melihat proses dan perjalanan rekan-rekan kita, dan kita sendiri selama mengabdikan di Universitas Katolik Widya Mandala ini. Harapannya, jika kita bisa memiliki pandangan yang lebih luas, kita dapat melakukan hal-hal yang besar tanpa jatuh pada hanya "stigmatisasi" orang yang diberi kepercayaan dalam karya pendidikan ini.

Saudara-saudariku ytk.

Berpikir positif, melihat dengan kaca mata Allah, kita akan mendapatkan hal-hal positif dan bernilai untuk banyak orang. Maka, janganlah kita hanya cenderung melihat hal negatif terhadap segala sesuatu karena jika demikian kita akan jatuh dan tidak bisa mengubah kehidupan menjadi baik. Oleh sebab itu, sebagai seorang pribadi yang mengenal Allah kita diajak untuk selalu berpegang pada kasih Allah dan selalu melibatkan Dia dalam segala aspek hidup kita. Tantangan akan selalu ada dalam karya pendidikan kita tetapi bukan berarti tidak ada jalan keluar terhadap hal itu. Orang yang beriman akan menghasilkan buah jauh lebih besar daripada mereka yang mengandalkan kekuatan diri manusia. Mereka yang beriman akan memberi dampak positif dan membangun kehidupan komunitas menjadi berkembang berkali kali lipat.

Berkat Tuhan

RD. Benny Suwito

"*Personal branding* Anda didasarkan pada nilai-nilai Anda. Konsistensi merupakan tanda dari semua *personal branding* yang kuat. Ketidakkonsistenan melemahkan *personal branding* dan menghalangi keyakinan. (David McNally & Karl Speak)"

Personal Branding

Dalam pemahaman *personal branding*, *brand* dimaknai sebagai sebuah hubungan. Bukan sebagai sebuah pernyataan, gambar yang dibuat, kemasan berwarna-warni, slogan yang tajam, atau menambahkan lapisan buatan untuk menyamarkan sifat sebenarnya dari apa yang ada di dalamnya. *Personal branding* adalah hubungan khusus - hubungan yang melibatkan jenis kepercayaan yang hanya terjadi ketika dua orang percaya bahwa ada hubungan langsung di antara sistem nilai mereka berdua.

Dalam bisnis, konsep merek memiliki arti yang jelas: Merek adalah persepsi atau emosi, yang dipertahankan oleh pembeli atau calon pembeli, yang menggambarkan pengalamannya dengan suatu organisasi atau mengonsumsi produk atau layanannya. Sementara, dalam pengertian *personal branding*, merek adalah persepsi atau emosi, yang dipertahankan oleh orang lain, yang menggambarkan keseluruhan pengalaman dalam menjalin hubungan dengan Anda.

Semua orang memiliki *personal branding*. *Personal branding* adalah cerminan siapa Anda dan apa yang Anda yakini, yang terlihat jelas melalui apa yang Anda lakukan dan bagaimana cara Anda melakukannya yang menghubungkan Anda dengan orang lain. Hubungan berulang antara Anda dan orang lain akan berkembang sehingga hubungan bermerek yang saling menguntungkan pun terbentuk.

Hubungan bermerek yang saling menguntungkan adalah hubungan yang istimewa, dalam banyak hal, merupakan jenis hubungan paling berkualitas. Dengan mengembangkan *personal branding* yang kuat, jelas, lengkap, dan berharga bagi orang lain, Anda akan menciptakan kehidupan yang jauh lebih sukses dan memuaskan. Mereka menang. Anda menang. Kesuksesan seperti itulah yang bisa memberikan manfaat luas.

Tiga komponen utama untuk menentukan kekuatan *personal branding*, yaitu:

1. Otentik

Personal branding harus mencerminkan ciri khas diri Anda yang sungguh didasarkan pada otentisitas nilai-nilai diri pribadi Anda, bukan asosiasi diri Anda dari orang lain.

Mencari tahu "hal yang tepat" untuk Anda merupakan tugas Anda dalam membangun *personal branding*. Ketika tindakan dan perilaku Anda mencerminkan nilai-nilai otentisitas Anda, hasilnya adalah integritas. Apabila dianalogikan, gambar diri Anda yang Anda sajikan kepada orang lain menjadi sangat fokus, tidak buram atau tidak lengkap. Sehingga penting untuk menyadari bahwa bertindak sesuai dengan nilai-nilai otentik Anda tidak hanya memengaruhi hubungan Anda dengan orang lain, tetapi juga memiliki dampak yang sangat personal dan positif yaitu berpengaruh pada hubungan Anda dengan diri sendiri.

2. Relevan

Relevan adalah nilai yang Anda peroleh dari apa yang Anda lakukan bagi orang lain dan bagaimana penilaian mereka terhadap seberapa baik Anda melakukannya.

Untuk ini, "cara yang tepat" dalam membangun *personal branding* yang kuat adalah dengan memastikan merek Anda beresonansi dan relevan dengan cara yang paling khas kepada orang-orang yang Anda ingin membangun hubungan yang kuat dalam sebuah hubungan jangka panjang.

3. Konsisten

Orang menjadi percaya pada hubungannya dengan Anda berdasarkan konsistensi perilaku yang mereka alami atau amati dari diri Anda. Konsistensi adalah ciri khas dari *personal branding* yang kuat. Sedangkan inkonsistensi akan melemahkan *personal branding* dan menghilangkan kepercayaan orang lain kepada Anda.

Membangun *personal branding* yang kuat membutuhkan keberanian karena konsistensi membutuhkan keberanian. Anda tidak hanya perlu memperjelas apa yang Anda yakini, Anda juga harus bersedia mendasarkan tindakan Anda pada keyakinan tersebut dari waktu ke waktu, tidak peduli betapa besarnya godaan untuk mengkompromikan keyakinan tersebut. Cara untuk menciptakan kesan yang unik, bertahan lama, dan positif pada orang lain adalah dengan memastikan bahwa siapa Anda, apa yang Anda katakan, dan apa yang orang tersebut alami dari Anda adalah hal yang sama, berulang kali. Dalam jangka panjang, Anda tidak akan lagi membutuhkan validasi dari orang lain atas tindakan positif yang Anda jalin bersama dengan orang lain.

Mengapa Personal Branding Penting?

Personal branding adalah proses memasarkan diri Anda sebagai sebuah merek (yaitu bagaimana Anda terlihat di mata orang lain, khususnya dalam konteks pekerjaan) dan bagaimana Anda mengembangkannya. *Personal branding* adalah reputasi Anda - bagaimana orang lain menggambarkan apa yang Anda perjuangkan dan apa yang membuat Anda menonjol.

Mengapa *personal branding* penting bagi pelajar dan pekerja?

1. Membuat Anda menonjol di mata pemberi kerja
2. Menunjukkan apa yang Anda sukai
3. Menunjukkan keahlian Anda
4. Membuat orang lain berkesan kepada Anda
5. Menjaga agar Anda tetap ramah terhadap pemberi kerja
6. Membuka peluang Anda terus berkembang secara positif serta bermanfaat bagi orang lain dan pemberi kerja

Personal branding didasarkan atas nilai-nilai kehidupan Anda dan memiliki relevansi tinggi terhadap siapa sesungguhnya diri Anda. *Personal branding* merupakan merek pribadi Anda di benak semua orang yang Anda kenal. *Personal branding* akan membuat semua orang memandang Anda secara berbeda dan unik. Orang mungkin akan lupa dengan wajah Anda, namun "merek pribadi" Anda akan selalu diingat oleh orang lain. Konsistensi merupakan prasyarat utama dari *personal branding* yang kuat. Hal-hal yang tidak konsisten akan melemahkan *personal branding* Anda, dimana pada akhirnya akan menghilangkan kepercayaan serta ingatan orang lain terhadap diri Anda (McNally & Speak, 2002:13).

Konsep Membangun Personal Branding

Delapan hal berikut adalah konsep utama yang menjadi acuan dalam membangun *personal branding* (Montoya, 2002):

1. Spesialisasi (*The Law of Specialization*). Ciri khas *personal branding* yang hebat adalah ketepatan pada sebuah spesialisasi, terkonsentrasi hanya pada sebuah kekuatan, keahlian atau pencapaian tertentu.
2. Kepemimpinan (*The Law of Leadership*). Masyarakat membutuhkan sosok pemimpin yang dapat memutuskan sesuatu dalam suasana penuh ketidakpastian dan memberikan suatu arahan yang jelas untuk memenuhi kebutuhan mereka.
3. Kepribadian (*The Law of Personality*). *Personal branding* yang hebat harus didasarkan pada sosok kepribadian yang apa adanya, dan hadir dengan segala ketidaksempurnaannya.
4. Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*). *Personal branding* yang efektif perlu ditampilkan dengan cara yang berbeda dengan yang lainnya.
5. Visibilitas (*The Law of Visibility*). *Personal branding* harus dapat dilihat secara konsisten terus-menerus, sampai *Personal Brand* seseorang dikenal.
6. Kesatuan (*The Law of Unity*). Kehidupan pribadi seseorang di balik *personal branding* harus sejalan dengan etika moral dan sikap yang telah ditentukan dari merek tersebut.
7. Keteguhan (*The Law of Persistence*). Setiap *personal branding* membutuhkan waktu untuk tumbuh, dan selama proses tersebut berjalan, adalah penting untuk selalu memperhatikan setiap tahapan dan trend.
8. Nama baik (*The Law of Goodwill*). *Personal branding* akan memberikan hasil yang lebih baik dan bertahan lebih lama, jika seseorang di belakangnya dipersepsikan dengan cara yang positif.

Sumber utama:

1. McNally, D., & Speak, K. D. (2002). *Be Your Own Brand*. San Fransisco: Berret Koehler Publisher.
2. Montoya, Peter. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. Nashville, Vaughan Printing.

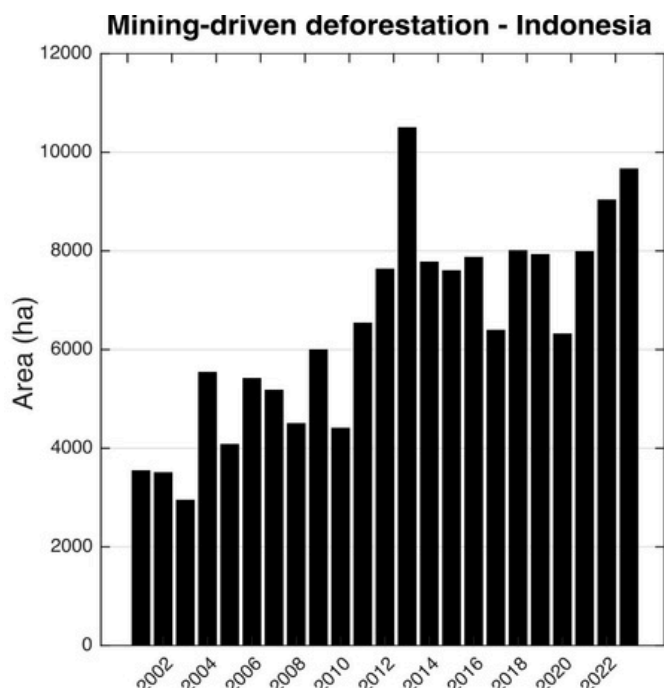
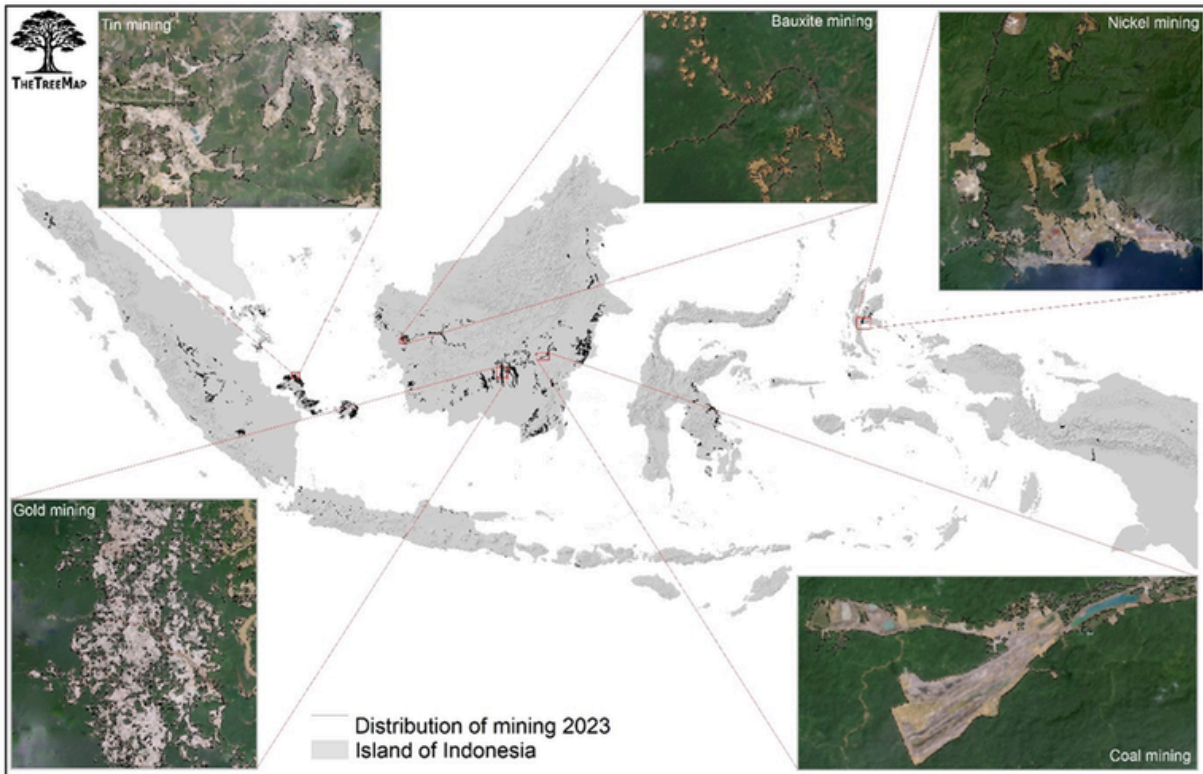
REKOLEKSI GELOMBANG 2

Kerja sebagai Partisipasi Manusia dalam Karya Pencipta. Tema Rekoleksi ini mengajak seluruh peserta untuk kembali memaknai kerja sebagai salah satu cara untuk terlibat dalam karya Tuhan. Romo Wahyu, CM, yang memimpin rekoleksi ini, menggunakan pengalaman bermisi sebagai satu contoh dalam sharing penghayatannya sebagai imam misionaris. Kita bekerja dan Tuhan bekerja bersama kita. Dibandingkan dengan peserta rekoleksi gelombang pertama, jumlah peserta untuk gelombang kedua ini lebih banyak, yakni 329 Peserta, dengan menggunakan 8 bus, dengan rincian, 7 bus dari Surabaya dan 1 bus dari Madiun, Kegiatan rekoleksi gelombang kedua ini berlangsung 2 hari, yakni hari Kamis (4) - Jumat (5) Juli 2024.



Infografis

Citra Satelit Mengungkap, 700.000 Hektar Hutan di Indonesia Telah Ditebang untuk Tambang



https://www.kompas.id/baca/humaniora/2024/07/06/citra-satelit-mengungkap-700000-hektar-hutan-di-indonesia-telah-ditebang-untuk-tambang?open_from=Ilmu_Pengetahuan_&Teknologi_Page