

PELATIHAN PERSONAL BRANDING DIGITAL BAGI SISWA GENERASI Z DI SMK SASMITA JAYA 1

Buko Vining¹, Okta Widiawanti²,
¹ Universitas Pamulang¹, Universitas Pamulang²
dosen03130@unpam.ac.id, Oktaatha@gmail.com

Article Info

Keyword:

Workshop
Personal Branding
Media Sosial
Gen Z
Digital

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi menuntut Generasi Z, termasuk siswa SMK, untuk memiliki citra diri yang kuat di dunia digital. Namun, masih banyak siswa yang belum memahami pentingnya personal branding digital dalam membangun identitas profesional mereka. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam bentuk workshop interaktif di SMK Sasmita Jaya 1 dengan tujuan meningkatkan kompetensi siswa dalam membangun personal branding melalui media sosial, blog, dan portofolio digital. Metode yang digunakan meliputi penyampaian materi, diskusi, dan praktik langsung. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep personal branding dan cara penerapannya di dunia maya. Siswa juga menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengembangkan identitas digital mereka. Kegiatan ini penting untuk mendukung kesiapan siswa menghadapi tantangan dunia kerja dan membangun jaringan secara profesional di era digital.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat telah memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk cara individu berkomunikasi, berinteraksi, dan membentuk identitas diri di ruang digital. Istilah “menjauhkan yang dekat, mendekatkan yang jauh” kini menjadi cerminan dari dinamika interaksi sosial modern yang difasilitasi oleh berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter. Generasi Z yakni mereka yang lahir antara tahun 1996 hingga 2010 merupakan kelompok yang tumbuh dan berkembang bersama kemajuan teknologi tersebut, menjadikan media sosial sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari (Pinto & Paramita, 2021).

Meski begitu, kemudahan akses terhadap teknologi tidak selalu dibarengi dengan kemampuan literasi digital yang memadai, khususnya dalam hal membentuk citra diri secara strategis. Salah satu aspek penting dalam literasi digital yang perlu dikuasai oleh generasi ini adalah kemampuan membangun *personal branding*. Konsep ini merujuk pada upaya sadar dan sistematis dalam menciptakan, memelihara, dan menyampaikan citra positif tentang diri kepada publik. Di era digital, *personal branding* berperan penting dalam meningkatkan kredibilitas, memperluas jejaring sosial, serta membuka peluang dalam dunia kerja maupun pendidikan (Kaputa, 2012).

Sayangnya, berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pihak sekolah, mayoritas siswa SMK Sasmita Jaya 1 Tangerang Selatan belum memahami secara utuh pentingnya *personal branding* dalam kehidupan digital mereka. Banyak siswa yang menggunakan media sosial hanya sebagai sarana hiburan tanpa menyadari bahwa jejak digital yang mereka tinggalkan dapat berdampak pada reputasi diri di masa depan. Mereka juga belum memiliki kesadaran kritis terhadap bagaimana membangun identitas digital yang autentik, profesional, dan selaras dengan nilai-nilai yang ingin mereka tampilkan (Alyatalathaf, 2021).

Padahal, *personal branding* digital yang kuat sangat diperlukan oleh siswa SMK yang akan segera memasuki dunia kerja. Dunia industri dan dunia pendidikan tinggi saat ini sering kali melakukan *screening* awal terhadap kandidat melalui profil digital yang tersedia secara publik. Citra diri yang positif dan profesional dapat memberikan nilai tambah dalam proses seleksi maupun pencarian peluang karier (Montoya & Vandehey, 2009). Oleh karena itu, penting untuk membekali siswa dengan pemahaman dan keterampilan tentang strategi membangun *personal branding* sejak dini.

Workshop Digital Personal Branding ini diselenggarakan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat oleh dosen dan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, yang melihat adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan literasi digital siswa, terutama dalam aspek membangun identitas digital yang strategis. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman teoritis dan keterampilan praktis mengenai *personal branding*, pengelolaan reputasi digital, serta penggunaan media sosial secara bijak dan produktif. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini mencakup sesi pelatihan interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, dan praktik langsung membangun konten *personal branding*.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di SMK Sasmita Jaya 1, Pamulang, Tangerang Selatan, yang merupakan sekolah dengan mayoritas siswa berasal dari Generasi Z dan telah aktif menggunakan media sosial. Namun demikian, tingkat pemahaman mereka terhadap konsep *personal branding* masih rendah, sehingga diperlukan intervensi edukatif yang terstruktur dan aplikatif. Dengan adanya pelatihan ini, siswa diharapkan tidak hanya memahami konsep *personal*

branding, tetapi juga mampu menerapkannya secara nyata melalui platform digital yang mereka gunakan sehari-hari.

Dalam jangka panjang, kegiatan ini juga diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan diri siswa, memperluas peluang karier, dan membantu mereka membangun jaringan profesional yang relevan. Selain itu, pelaksanaan workshop ini menjadi sarana bagi civitas akademika untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan secara nyata melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sekaligus memperkuat peran akademisi dalam mendampingi generasi muda menghadapi tantangan era digital yang terus berkembang.

Dengan demikian, pelatihan personal branding digital ini tidak hanya menjawab kebutuhan praktis siswa dalam membentuk identitas online yang positif, tetapi juga menjadi kontribusi nyata dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia yang siap bersaing di dunia global yang kompetitif. Kegiatan ini juga dapat direplikasi dan dikembangkan lebih lanjut di institusi pendidikan lainnya sebagai model pelatihan literasi digital yang kontekstual dan berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang untuk merespons langsung permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yaitu rendahnya pemahaman siswa terhadap pentingnya *personal branding* di era digital. Permasalahan ini meliputi kurangnya pengetahuan siswa mengenai konsep *personal branding*, minimnya motivasi untuk membangun identitas digital secara unik dan profesional, serta belum optimalnya kegiatan edukatif di sekolah yang mendukung pengembangan keterampilan tersebut. Ketiga aspek ini telah dikaji bersama mitra dan disepakati sebagai fokus utama kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Solusi yang ditawarkan untuk menjawab permasalahan tersebut adalah dengan mengadakan kegiatan *workshop* secara langsung di SMK Sasmita Jaya 1, Tangerang Selatan. *Workshop* ini mencakup pengenalan konsep dasar *personal branding*, strategi membangun citra diri di media sosial, serta pengelolaan identitas digital yang unik dan profesional. Kegiatan ini tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga praktis, dengan melibatkan siswa secara aktif dalam diskusi, simulasi, dan kompetisi pembuatan konten digital sebagai bentuk aplikasi dari materi yang disampaikan.

Kegiatan ini diawali dengan fase observasi, di mana tim pelaksana melakukan kajian awal untuk memahami kondisi mitra secara langsung. Observasi ini dilanjutkan dengan koordinasi bersama pihak sekolah guna merancang kegiatan yang tepat sasaran dan relevan dengan

kebutuhan siswa. Fase berikutnya adalah persiapan, yang meliputi penyusunan materi pelatihan, penentuan metode penyampaian, serta penyediaan alat pendukung seperti laptop, proyektor, papan tulis, dan perlengkapan menulis. Materi pelatihan dirancang agar mudah dipahami siswa SMK dan aplikatif dalam kehidupan mereka sehari-hari di dunia maya.



Gambar 1 Alur Solusi Pemecahan Masalah

Selama kegiatan berlangsung, pendekatan partisipatif menjadi metode utama. Siswa tidak hanya menjadi pendengar pasif, melainkan dilibatkan secara aktif melalui tanya jawab, studi kasus, dan praktik langsung membuat konten digital *personal branding*. Pada akhir sesi, dilakukan simulasi proyek kreatif sebagai sarana untuk meningkatkan motivasi siswa dalam menerapkan keterampilan yang telah dipelajari. Kegiatan ini sekaligus menjadi alat evaluasi terhadap ketercapaian output pelatihan, dengan menilai sejauh mana siswa mampu mengaplikasikan konsep *personal branding* secara nyata dan relevan.

Untuk mengukur keberhasilan kegiatan ini, digunakan pendekatan deskriptif kualitatif berdasarkan observasi perubahan sikap, antusiasme, serta partisipasi siswa selama kegiatan berlangsung. Selain itu, penilaian terhadap hasil konten digital yang dibuat siswa menjadi indikator konkret dalam menilai pemahaman dan penerapan konsep *personal branding*. *Feedback* dari guru pendamping juga dikumpulkan sebagai bahan evaluasi kegiatan secara menyeluruh.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 14 Mei 2025 di SMK Sasmita Jaya 1, yang beralamat di Jl. Suryakencana No.2, Pamulang Barat, Kota Tangerang Selatan, Banten.

Pelaksanaan kegiatan difasilitasi oleh tim dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang bersama mahasiswa pendamping. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini dibagi menjadi beberapa sesi terstruktur, mulai dari pembukaan, pemaparan materi, sesi workshop, kompetisi, hingga penutupan. Agenda kegiatan telah disusun secara sistematis guna memastikan keterlibatan aktif peserta dan tercapainya tujuan program pengabdian. Adapun dalam kegiatan ini pada hari Rabu 14 Mei 2025 rancangan jadwal acaranya sebagai berikut :

Tabel 1 Agenda PKM

No	Waktu	Kegiatan	Penanggung Jawab
1	09-00 – 10.00	Check in & Registrasi peserta	Tim Dosen PKM
2	10.00 – 10.10	Menyanyikan Lagu Indonesia Raya	MC: Kanaya Rahma Admin: Arnindya
3	10.10 – 10.30	Pembukaan - Sambutan Kepala Sekolah - Sambutan Ketua tim/Panitia	MC: Kanaya Rahma - Suprihatin - Fathur Admin : Arnindya
4	10.30 – 10.45	Tayangan Video Promosi UNPAM	
5	10.45 – 11.00	Penyerahan Simbolik Piagam dan Tanda Tangan Simbolik	- Suprihatin - Buko Vinarang, S.Ikom., M.Ikom.
6	11.00 – 11.40	Workshop Inti	Moderator: Kanaya Admin: Arnindya Narasumber : Okta Widiawanti S.Sos., M. Ikom
7	11.40 – 11.50	Games	Moderator: Kanaya
8	11.50 – 11.55	Foto Bersama	Tim PKM Dosen Dokumentasi: David
9	11.55 – 12.00	Penutupan	Tim PKM Dosen

Melalui metode pelaksanaan yang terencana, berbasis partisipatif, dan relevan dengan kebutuhan mitra, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam

meningkatkan kemampuan siswa dalam membangun identitas digital yang kuat dan positif, serta menjadi langkah awal dalam menciptakan budaya literasi digital yang sehat di lingkungan sekolah.

Hasil dan Pembahasan

Program pelatihan digital *personal branding* yang diimplementasikan di SMK Sasmita Jaya 1 memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan motivasi siswa dalam membangun identitas digital yang kuat, unik, dan profesional. Kegiatan pelatihan yang dikemas dalam bentuk *workshop* interaktif ini berhasil menggeser persepsi siswa dari yang semula menganggap media sosial hanya sebagai ruang ekspresi bebas, menjadi sebuah platform strategis untuk membangun citra diri yang relevan dengan tujuan karier dan pendidikan lanjutan. Melalui metode ceramah, studi kasus, dan praktik langsung, siswa mulai menyadari bahwa *personal branding* bukan sekadar pencitraan kosong, tetapi merupakan proses reflektif untuk mengenali keunikan, nilai, serta aspirasi diri.

Transformasi ini tampak dalam perubahan perilaku siswa setelah pelatihan. Mereka menunjukkan peningkatan kesadaran dalam mengelola konten pribadi di media sosial, menyusun profil digital yang lebih profesional, serta mulai menerapkan etika komunikasi digital yang bertanggung jawab. Beberapa siswa bahkan telah membuat akun profesional terpisah dan mulai menampilkan narasi personal yang lebih terarah. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga memicu perubahan sikap dan tindakan nyata di ruang digital. Pendekatan berbasis pengalaman dan reflektif yang digunakan terbukti efektif dalam membangun kesadaran diri dan motivasi intrinsik siswa untuk mengelola identitas digital secara strategis.

Namun demikian, implementasi program ini juga menghadapi beberapa tantangan. Perbedaan latar belakang sosial serta akses teknologi yang tidak merata menyebabkan tingkat partisipasi dan pemahaman siswa bervariasi. Beberapa siswa membutuhkan bimbingan tambahan untuk memahami konsep *personal branding* secara mendalam dan konsisten menerapkannya. Selain itu, waktu pelaksanaan yang terbatas juga menjadi kendala dalam menjangkau eksplorasi potensi siswa secara lebih menyeluruh. Hal ini menegaskan pentingnya pendekatan pelatihan yang inklusif dan berkelanjutan agar dampak positif dari program ini dapat dirasakan secara merata oleh seluruh peserta.

Keberhasilan program ini tidak terlepas dari kolaborasi yang baik antara civitas akademika dan pihak sekolah. Dukungan dari tenaga pengajar, penyediaan fasilitas, serta

pendampingan aktif selama pelatihan menjadi faktor penting yang mendorong terciptanya lingkungan belajar yang kondusif. Kerja sama ini juga membuka ruang bagi pengembangan kurikulum atau kegiatan sekolah yang mengintegrasikan konsep *personal branding* secara lebih sistematis. Pihak sekolah menunjukkan komitmen untuk menjadikan pelatihan ini sebagai bagian dari proses pembelajaran berkelanjutan, bukan hanya sebagai intervensi sesaat.

Hasil pelatihan ini memperkuat pandangan bahwa *personal branding* merupakan kompetensi penting bagi generasi Z yang hidup di era digital. Sejalan dengan pandangan Montoya dan Vandehey (2002), *personal branding* bukanlah pencitraan yang dibuat-buat, melainkan proses sadar dan aktif untuk membangun citra diri yang autentik dan dikenali oleh publik. Selain itu, pelatihan ini juga sejalan dengan hasil studi Pinto dan Paramita (2021) yang menekankan pentingnya *personal branding* dalam pembentukan identitas digital generasi muda. Motivasi siswa yang meningkat serta perubahan perilaku digital yang lebih strategis menjadi indikator bahwa pendekatan pelatihan yang digunakan telah berhasil menjembatani kesenjangan antara pemahaman konseptual dan implementasi nyata dalam kehidupan siswa.

Dengan demikian, pelatihan ini memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan kompetensi abad ke-21 siswa SMK, khususnya dalam aspek literasi digital, kesadaran diri, dan perencanaan karier. Untuk menjaga kesinambungan dampak program, dibutuhkan strategi lanjutan seperti pendampingan *personal branding* berbasis proyek, pelatihan lanjutan bagi guru, serta kolaborasi yang lebih intensif antara pihak sekolah dan lembaga pendidikan tinggi.

Materi 1 (Narasumber : Okta Widiawanti, S.Sos., M.Ikom)

Teori Personal Branding (Montoya & Vandehey, 2002)

Pelatihan *personal branding* yang diberikan di SMK Sasmita Jaya 1 mengacu pada konsep yang dikembangkan oleh Montoya dan Vandehey (2002), yaitu bahwa *personal branding* adalah proses sadar, terencana, dan konsisten dalam membentuk persepsi publik tentang diri seseorang. Teori ini menekankan pentingnya keaslian (*authenticity*), konsistensi pesan, serta kesesuaian antara citra yang ditampilkan dengan nilai dan tujuan individu.

Implementasi teori ini diwujudkan melalui tiga tahapan dalam pelatihan. Pertama, tahap pengenalan diri, di mana siswa diajak untuk mengidentifikasi kekuatan, minat, dan nilai-nilai *personal* mereka. Proses ini dilakukan melalui refleksi pribadi dan diskusi kelompok yang mendorong kesadaran diri. Kedua, tahap pengembangan narasi digital, di mana siswa dilatih untuk menyusun profil digital yang mencerminkan keunikan dan potensi diri, termasuk membuat

deskripsi profil, memilih konten yang relevan, serta menyusun bio media sosial yang profesional. Ketiga, tahap aplikasi dan evaluasi, yaitu praktik langsung membangun portofolio digital atau akun media sosial yang merepresentasikan citra diri yang positif dan strategis, disertai evaluasi peer-to-peer untuk memperkuat aspek kritis dan tanggung jawab digital.

Melalui proses ini, pelatihan tidak hanya menyampaikan teori personal branding secara konseptual, tetapi juga memfasilitasi pengalaman langsung yang memungkinkan siswa untuk mempraktekannya dalam konteks kehidupan nyata. Hal ini memperkuat keyakinan bahwa personal branding merupakan bagian integral dari pengembangan karakter dan kompetensi digital yang relevan dengan tantangan abad ke-21.

Tabel dan Gambar

Berikut tabel yang merangkum aspek-aspek utama dalam teori personal branding menurut Montoya & Vandehey (2002) beserta implementasinya dalam workshop Personal Branding di SMK Sasmita Jaya 1.

Tabel 1 Aspek dan Implementasi Teori Personal Branding dalam Workshop di SMK Samsita Jaya 1

Aspek	Implementasi dalam Workshop Personal Branding
Identitas Diri	Refleksi diri dan penyusunan personal statement oleh siswa
Keunikan Diri	Latihan presentasi dan storytelling
Citra Diri	Simulasi interaksi dan sesi feedback
Strategi Branding	Penyusunan rencana personal branding sesuai tujuan siswa
Media & Platform	Praktik pemanfaatan media sosial secara efektif

Tabel 1 di atas memperlihatkan aspek-aspek utama dalam teori personal branding menurut Montoya & Vandehey (2002) yang diimplementasikan secara praktis dalam workshop di SMK Sasmita Jaya 1. Identitas diri menjadi fondasi utama yang dibangun melalui refleksi dan penyusunan personal statement agar siswa memahami kekuatan dan nilai unik yang mereka miliki. Komunikasi diri dan citra diri kemudian dikembangkan melalui latihan presentasi, storytelling, serta simulasi interaksi yang mengasah kemampuan siswa dalam menyampaikan pesan dan membangun persepsi positif di mata orang lain. Strategi branding dirancang untuk memberikan arah yang jelas dalam membangun personal brand sesuai dengan tujuan masing-

masing siswa. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai platform branding juga menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran ini, mengingat peran media digital yang semakin dominan dalam kehidupan remaja saat ini. Pendekatan ini memastikan bahwa konsep personal branding tidak hanya dipahami secara teori, tetapi juga diterapkan secara nyata dalam konteks kehidupan sehari-hari siswa, sehingga mereka siap menghadapi tantangan di dunia kerja maupun sosial.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan workshop personal branding di SMK Samsita Jaya 1 yang menggunakan teori Montoya & Vandehey (2002), dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

a) Hasil yang Diperoleh

Workshop berhasil meningkatkan pemahaman siswa mengenai pentingnya membangun citra diri yang autentik dan konsisten. Siswa mampu mengidentifikasi nilai-nilai unik dalam diri mereka serta mempraktikkan teknik komunikasi efektif yang menunjang personal branding.

b) Kelebihan

- Materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan siswa dalam menghadapi dunia profesional dan sosial.
- Pendekatan praktis berupa latihan presentasi dan simulasi memberikan pengalaman langsung yang memperkuat pemahaman konsep personal branding.
- Penggunaan media sosial sebagai platform personal branding menjadi nilai tambah yang sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini.

c) Kekurangan

- Waktu pelaksanaan workshop yang terbatas membuat beberapa siswa kurang maksimal dalam mendalami materi.
- Variasi tingkat kesiapan siswa dalam memahami dan menerapkan konsep personal branding masih beragam, sehingga perlu pendekatan yang lebih individual.

d) Pengembangan Selanjutnya

- Workshop dapat dikembangkan menjadi program berkelanjutan dengan sesi pendampingan personal branding secara intensif.

- Perlu adanya modul tambahan terkait pengelolaan citra digital dan etika berkomunikasi di media sosial.
- Kolaborasi dengan pihak luar, seperti praktisi branding atau alumni sukses, dapat meningkatkan motivasi dan wawasan siswa.

1. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pamulang yang telah memberikan dukungan finansial sehingga pengabdian masyarakat berupa workshop personal branding di SMK Samsita Jaya 1 dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih juga disampaikan kepada pihak SMK Samsita Jaya 1 dan seluruh peserta workshop atas kerja sama dan partisipasinya.

2. Daftar Pustaka

- Alyatalathaf, N. (2021). Pengaruh media sosial terhadap perilaku komunikasi generasi Z. *Jurnal Komunikasi Digital*, 3(2), 45–56.
<http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisabdimas/article/view/188/132>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Khedher, M. (2014). Personal branding phenomenon. *International Journal of Information, Business and Management*, 6(2), 29–40.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. Wiley.
- Lair, D. J., Sullivan, K., & Cheney, G. (2017). Marketization and personal branding: The interplay between individual identity and organizational contexts. *Journal of Business Communication*, 54(2), 234–251.
<https://doi.org/10.1177/0021943617698531>
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The brand called you: Make your business stand out in a crowded marketplace*. McGraw-Hill.
- Pinto, A., & Paramita, D. (2021). Identitas digital dan personal branding di kalangan generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 23–35.
- Tapscott, D. (2008). *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. McGraw-Hill.
- Peters, T. (1997). The brand called you. *Fast Company*.

