

Workshop *Personal Branding* di Era Digital untuk Kompetensi Siswa Sekolah Menengah Kejuruan

Rizzal Alfarizzi*, Chotijah Fanaqi

Universitas Garut, Garut, Indonesia

*Corresponding Author: 24071121014@fkominfo.uniga.ac.id

Info Artikel

Diterima: 04/02/2025

Direvisi: 16/02/2025

Disetujui: 18/02/2025

Abstract. *In this increasingly competitive era, many vocational high school graduates find that their jobs don't always align with their chosen majors in school. This can create confusion and hinder career development. The personal branding workshop in the digital era was conducted to fill the knowledge gap about basic personal branding concepts and development strategies on digital platforms, which has become an urgent need for young people in facing increasingly dynamic competition challenges. This workshop uses an interactive lecture method with question-and-answer sessions between presenters and participants. The material covered includes basic concepts of personal branding, self-image development on digital platforms, and ethics in digital platforms. Post-test results show that the workshop provided profound insights and significant benefits for participants. They not only gained theoretical understanding but also practical ways to use digital platforms to enhance their reputation. The workshop successfully encouraged students to think critically about their digital presence, recognize the impact of content on career opportunities, and develop authentic, consistent, and professional personal branding strategies. Overall, participants demonstrated a good understanding of personal branding concepts in the digital era, showing the workshop's effectiveness in achieving its educational objectives.*

Keywords: *Personal branding, Digital age, Self-development strategy.*

Abstrak. Dalam era yang semakin kompetitif ini, banyak lulusan SMK menemukan bahwa pekerjaan mereka tidak selalu sejalan dengan jurusan yang diambil di sekolah. Hal ini dapat menimbulkan kebingungan dan menghambat perkembangan karir. Workshop personal branding di era digital dilaksanakan untuk mengisi kekosongan pengetahuan tentang konsep dasar personal branding dan strategi pengembangan di platform digital, yang menjadi kebutuhan mendesak bagi generasi muda dalam menghadapi tantangan kompetisi yang semakin dinamis. Workshop ini menggunakan metode ceramah interaktif dengan sesi tanya jawab antara pemateri dan peserta. Materi yang disampaikan mencakup konsep dasar personal branding, pengembangan citra diri di platform digital, dan etika dalam platform digital. Hasil post test menunjukkan bahwa workshop memberikan wawasan mendalam dan manfaat signifikan bagi peserta. Mereka tidak hanya mendapatkan pemahaman teoritis, tetapi juga cara praktis menggunakan platform digital untuk meningkatkan reputasi. Workshop ini berhasil mendorong siswa berpikir kritis tentang keberadaan digital mereka, menyadari dampak konten terhadap peluang karier, serta mengembangkan strategi personal branding yang autentik, konsisten, dan profesional.

Kata Kunci: *Personal branding, Era digital, Strategi pengembangan diri.*

How to Cite: Alfarizzi, R., & Fanaqi, C. (2025). Workshop *Personal Branding* di Era Digital untuk Kompetensi Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 133-146. <https://doi.org/10.37478/abdika.v5i1.5352>



Copyright (c) 2025 Rizzal Alfarizzi, Chotijah Fanaqi. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Pendahuluan

Pada era digital kontemporer, pembentukan *personal branding* telah menjadi suatu hal yang sangat lazim dan signifikan. Masyarakat modern, terutama generasi muda yang akrab dengan teknologi internet, telah mengembangkan praktik ini. Pada hakikatnya, individu cenderung menilai seseorang berdasarkan persepsi visual dan informasi yang mereka dapatkan. Beberapa aspek yang menjadi bahan penilaian meliputi penampilan, profesi, kepribadian, dan faktor-faktor lainnya. Penilaian tersebut akan membentuk citra atau kesan tertentu tentang seseorang. Oleh sebab itu, setiap individu membutuhkan strategi pembentukan citra pribadi agar dapat dikenal dan dipahami oleh lingkungannya dengan baik. (Dewi et al., 2023).

Proses *personal branding* melibatkan individu yang memanfaatkan diri mereka sendiri atau karier mereka sebagai sebuah merek, memasarkan identitas mereka kepada orang lain secara sistematis. Proses ini mencakup keterampilan untuk secara sengaja membentuk dan mempertahankan persepsi publik. Sama seperti manajemen bisnis, *personal branding* mencakup nama, orang, tanda, simbol, atau desain yang membedakan individu dari pesaing mereka. Pada dasarnya, branding mencerminkan bagaimana individu

memandang diri mereka sendiri; hal ini terjadi secara tidak sadar dalam kehidupan sehari-hari mereka dan pada akhirnya berkontribusi pada pembentukan merek mereka. Seperti yang dicatat oleh Haroen, merek didefinisikan sebagai desain, tanda, atau simbol yang dimaksudkan untuk membedakan dan membedakan suatu organisasi dari yang lain. Akibatnya, *personal branding* berfungsi sebagai pendekatan strategis untuk menyoroti dan menyampaikan identitas unik seseorang di berbagai lingkungan profesional dan pribadi (Winduwati & Oktavianti, 2019).

Membangun *personal branding* sangat penting untuk memajukan karier seseorang di dunia profesional. *Personal branding* yang kuat membedakan seseorang dari orang lain, meningkatkan daya tarik mereka bagi calon pemberi kerja. Di pasar kerja saat ini, setiap organisasi mengharuskan kandidat untuk menyerahkan riwayat hidup mereka untuk mengevaluasi kualifikasi mereka. Selain itu, manajer sumber daya manusia terus memanfaatkan profil media sosial kandidat untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang kepribadian mereka (Fathullah, Sutarini, & Miharja, 2023). bukan hanya menciptakan profil yang menarik di media sosial, tetapi juga mengembangkan kompetensi, keahlian, dan prinsip yang nyata. Remaja harus berkonsentrasi pada pengembangan diri yang penting, seperti mengikuti pelatihan, memperoleh keterampilan yang relevan, dan membangun hubungan profesional yang solid. *Personal branding* yang sebenarnya adalah representasi dari kemampuan dan sifat mulia seseorang di dunia nyata, bukan sekadar penampilan fisik di internet.

Pengembangan *personal branding* bertujuan untuk membantu siswa dalam mengakui dan memaksimalkan potensi mereka sepenuhnya. Dengan memperoleh wawasan tentang kekuatan dan sifat mereka yang unik, siswa dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka saat menghadapi berbagai hambatan akademis dan profesional. Memupuk citra diri yang positif dan profesional akan memberikan manfaat dalam cara mereka terlibat dan berkomunikasi dengan rekan sejawat dan profesional di berbagai sektor, baik melalui interaksi tatap muka maupun platform digital.

Selain itu, siswa dapat terlibat dalam pemeriksaan menyeluruh terhadap minat, nilai, dan tujuan pribadi mereka melalui pencitraan diri, yang memungkinkan mereka untuk membuat pilihan karier yang lebih terarah dan strategis. Dengan meningkatkan pencitraan diri secara sistematis, siswa akan meningkatkan peluang mereka untuk mengakses peluang pengembangan diri, termasuk pelatihan, lokakarya, atau program beasiswa yang dapat memperluas perspektif mereka, meningkatkan keterampilan mereka, dan menciptakan prospek karier yang lebih baik (Ekonomi & Widyatama, 2024).

Selama beberapa dekade terakhir, digital branding telah menjadi lebih personal. Banyak orang menggunakan media sosial untuk membangun kehidupan pribadi dan profesional mereka. Akibatnya, perbedaan yang sering dilihat antara dunia profesional dan personal mulai menghilang. Semua orang yang aktif di media sosial harus menyadari bahwa semua yang ada di sana dapat dikonsumsi oleh orang lain, termasuk kolega, klien, dan mitra profesional. Banyak lembaga pendidikan dan bisnis telah menetapkan peraturan tentang cara mereka menggunakan media sosial. Jika Anda memiliki profil media sosial yang dikurasi dengan baik, Anda pasti akan menarik perhatian calon atasan, tetapi jika Anda tidak tampil dengan baik di media sosial, kemungkinan Anda akan dipertimbangkan sebagai pegawai akan meningkat (Wikipedia, 2024). Setiap orang memiliki ciri khas yang berbeda, yang terlihat dari kualitas fisik dan nonfisik mereka. Ciri-ciri ini

berkisar dari struktur wajah dan postur tubuh hingga kepribadian dan bakat bawaan. Karakteristik tersebut dipandang sebagai variasi yang membedakan individu. Pada akhirnya, hal ini berpuncak pada identitas unik yang diakui sebagai pengejaran pertumbuhan pribadi dan bukan sekadar perbedaan. Hal ini mencakup menjadi sarana untuk aktualisasi diri (Afrilia, 2018).

Pengenalan *personal branding* pada remaja, khususnya siswa-siswi yang masih duduk di bangku sekolah menengah, merupakan upaya yang sangat signifikan dalam pembentukan karakter dan pengembangan potensi diri. Melalui implementasi konsep *personal branding* yang tepat, para remaja dapat memperoleh dampak positif yang berkelanjutan dalam menghadapi dinamika sosial dan profesional di era kontemporer. Proses pengenalan tersebut bertujuan membentuk individu yang mampu menunjukkan karakteristik unggul, mengembangkan sikap positif, serta mengoptimalkan kemampuan dan kelebihan pribadinya agar dapat diterima dan diakui oleh masyarakat luas. Lebih lanjut, *personal branding* membekali generasi muda dengan kemampuan untuk mempersiapkan diri secara komprehensif dalam menghadapi persaingan ketat di dunia kerja, meningkatkan rasa percaya diri, dan membangun fondasi karier yang berkelanjutan melalui pembentukan citra diri yang positif dan profesional (Pramusiwi et al., 2024).

Personal branding yang kuat merupakan modal fundamental bagi setiap individu dalam upaya mengoptimalkan peluang pada berbagai ranah profesional, baik dalam konteks pengembangan karier, inisiasi proyek bisnis, maupun perluasan jejaring profesional. Dalam proses pembentukan *personal branding*, individu dipandang sebagai sebuah merek yang harus memiliki identitas unik dan distintif di hadapan target pasar. Dengan demikian, *personal branding* yang melekat pada seseorang haruslah memiliki karakter yang kuat, autentik, dan mampu membedakan diri dari kompetitor lainnya. Konsep ini tidak sekadar strategi pemasaran personal, melainkan instrumen strategis untuk mengkomunikasikan kompetensi, nilai-nilai, dan keunikan individual dalam lanskap kompetitif kontemporer, sehingga mampu menarik perhatian dan kepercayaan pemangku kepentingan dalam berbagai ekosistem profesional (Sutarjo, Diniati, & Mukhlisiana, 2023).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh World Economic Forum, diketahui bahwa 85% kompetensi yang dibutuhkan untuk berkompetisi dalam lingkungan industri kontemporer adalah penguasaan keterampilan lunak (*soft skills*). Temuan tersebut mengindikasikan pentingnya lembaga pendidikan tidak sekadar menekankan pencapaian akademis, melainkan perlu melakukan integrasi komprehensif dalam pengembangan potensi peserta didik, khususnya pada aspek pengembangan kompetensi interpersonal, pembentukan *personal branding*, dan peningkatan literasi keuangan. Perubahan paradigma pendidikan tersebut diperlukan untuk mempersiapkan sumber daya manusia yang mampu beradaptasi dengan tuntutan dinamika profesional yang semakin kompleks dan kompetitif (Pramusiwi et al., 2024).

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memiliki misi khusus untuk mempersiapkan lulusan yang siap memasuki dunia kerja, dengan fokus utama menghasilkan tenaga kerja terampil tingkat menengah yang mampu secara mandiri mengisi berbagai lowongan pekerjaan sesuai kompetensi keahliannya. *Personal branding* dalam konteks ini menjadi konstruksi mendalam tentang citra diri yang mencakup pemikiran, perilaku, identitas, dan reputasi seseorang, yang terbentuk melalui interaksi dan komunikasi berkelanjutan. Berbeda dengan *personal image* yang lebih menekankan penampilan eksternal, *personal branding* lebih kompleks dan bermakna,

menciptakan jejak personal yang unik dan membedakan seseorang dari individu lainnya. Meskipun setiap individu dipengaruhi oleh lingkungannya, tidak semua orang mampu membangun *personal branding* yang kuat dan autentik, namun kemampuan ini sangat penting untuk membangun kredibilitas dan kepercayaan, tidak hanya bagi publik figur tetapi juga bagi setiap orang yang ingin diakui dan dihargai dalam berbagai peran kehidupannya (Setyawati, 2021). Berdasarkan Hal ini penulis menarik mengadakan pengabdian di SMKS Asshidiqqiyah Garut sebagai cara meningkatkan kompetensi siswa untuk memasuki dunia kerja ketika lulus nanti.

Alasan dilakukan pengabdian di SMKS Asshidiqqiyah Garut adalah untuk membantu siswa SMKS Asshidiqqiyah Garut mengatasi berbagai kendala yang mungkin mereka hadapi setelah lulus. Dalam era yang semakin kompetitif ini, banyak lulusan SMK yang menemukan fakta bahwa pekerjaan yang mereka peroleh tidak selalu sejalan dengan jurusan yang mereka ambil selama di sekolah. Hal ini dapat menimbulkan kebingungan dan frustrasi, serta menghambat perkembangan karir mereka di masa depan. Melalui workshop ini, para siswa dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk membangun citra diri yang kuat dan menarik bagi calon pemberi kerja. Mereka akan belajar tentang pentingnya *personal branding*, cara mengkomunikasikan keahlian dan nilai-nilai mereka, serta strategi untuk menonjol di pasar kerja. Dengan pendekatan yang tepat, diharapkan para siswa dapat menemukan peluang kerja yang lebih relevan dengan latar belakang pendidikan mereka. Melalui sesi diskusi dan pembelajaran praktis, siswa dapat menggali pengalaman nyata serta mendapatkan tips berharga yang dapat diterapkan dalam pencarian kerja mereka. Dengan persiapan yang matang dan pemahaman yang baik tentang *personal branding*, siswa SMKS Asshidiqqiyah Garut diharapkan dapat mengatasi tantangan setelah lulus dan mencapai tujuan karir mereka dengan lebih percaya diri.

Workshop personal branding di era digital perlu dilaksanakan karena mampu mengisi kekosongan pengetahuan tentang konsep dasar *personal branding* dan strategi pengembangan di platform digital, yang menjadi kebutuhan mendesak bagi generasi muda dalam menghadapi tantangan kompetisi di era digital yang semakin dinamis dan kompetitif, di mana kemampuan membentuk serta mengelola citra pribadi secara daring menjadi salah satu keterampilan kunci untuk meningkatkan daya saing dan peluang keberhasilan baik dalam lingkungan pendidikan maupun profesional.

Kebaruan pengabdian ini terletak pada penerapan konsep *personal branding* secara spesifik dalam konteks *personal branding* di era digital siswa SMKS Asshidiqqiyah Garut. Meskipun telah banyak pengabdian mengenai *personal branding* di kalangan profesional, Pengabdian ini mengkhususkan diri pada kebutuhan siswa yang sedang mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja. Dengan fokus pada kompetensi dan karakteristik unik siswa SMKS Asshidiqqiyah Garut. Pengabdian ini memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana membangun citra diri yang relevan dengan jurusan mereka, yang sebelumnya kurang dieksplorasi dalam literatur. Selanjutnya, pengabdian ini mengintegrasikan metode interaktif dalam workshop, yang menggabungkan teori dan praktik langsung.

Dengan melibatkan para siswa dalam aktivitas yang memberikan materi terkait konsep dasar *personal branding* dan strategi pengembangan di platform digital, pendekatan ini menawarkan pengalaman belajar yang lebih menyeluruh dan aplikatif. Ini berbeda dari pengabdian sebelumnya yang

seringkali bersifat teoretis atau kurang melibatkan siswa secara aktif dalam proses belajar. Terakhir, hasil pengabdian ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pengembangan kurikulum di SMKS Asshidiqqiyah Garut, tetapi juga menjadi model bagi institusi pendidikan lainnya. Dengan menunjukkan efektivitas *workshop personal branding* dalam meningkatkan kompetensi siswa, pengabdian ini dapat mendorong lebih banyak sekolah untuk mengimplementasikan program serupa. Ini menciptakan dampak yang lebih luas dalam membekali generasi muda dengan keterampilan yang diperlukan untuk bersaing di pasar kerja yang terus berubah.

Berdasarkan latar belakang mengenai *Workshop Personal Branding* Di Era Digital Untuk Kompetensi Siswa SMKS Asshidiqqiyah Garut, pengabdian ini memiliki fokus dan karakteristik yang berbeda dengan pengabdian terdahulu. Jika pengabdian sebelumnya yang berjudul "Pentingnya *Personal Branding*: Pembekalan Siswa-Siswi SMK Telekomunikasi Telesandi dalam Menyambut Dunia Kerja" lebih menekankan pada persiapan umum memasuki dunia kerja, maka pengabdian ini secara khusus difokuskan pada pembentukan citra digital dan strategi *personal branding* spesifik di platform online. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu para siswa SMKS Asshidiqqiyah Garut mengembangkan kemampuan membentuk, mengelola, dan mengomunikasikan merek pribadi mereka secara digital. Berbeda dengan pendekatan sebelumnya, pengabdian ini akan lebih mendalam mengeksplorasi teknik-teknik konkret pembuatan citra online, manajemen media sosial, dan strategi *personal branding* yang disesuaikan dengan konteks era digital saat ini.

Hasil dari pengabdian terdahulu ini menunjukkan bahwa siswa-siswi SMK Telekomunikasi Telesandi mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam mengembangkan *personal branding*. Melalui pembekalan yang dilakukan, para siswa mampu mengenali potensi diri, mempraktikkan strategi membangun merek pribadi yang efektif, dan mengembangkan kemampuan komunikasi profesional. Mereka mulai memahami pentingnya membangun citra diri yang positif, baik secara offline maupun online, serta menyadari bagaimana *personal branding* dapat menjadi keunggulan kompetitif mereka dalam menghadapi persaingan di dunia kerja. Sebagai bukti keberhasilan, beberapa siswa telah mulai mengimplementasikan materi yang diperoleh dengan membuat profil LinkedIn, memperbaiki portofolio, dan mengembangkan strategi presentasi diri yang lebih profesional, yang diharapkan dapat meningkatkan peluang mereka untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan kompetensi (Rahma et al., 2024)

Pengabdian terdahulu kedua berjudul "Peningkatan Kapasitas *Personal Branding* di Era Digital bagi Siswa Kelas XI SMA Pasundan 1 Bandung" merupakan program kepakaran bidang pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di SMA Pasundan 1 dengan tujuan meningkatkan keterampilan siswa kelas XI dalam melakukan *personal branding* di era digital. Kegiatan tersebut menghasilkan beberapa dampak positif yang signifikan, di antaranya peningkatan kemampuan siswa dalam mengenali jati diri, pemahaman yang lebih baik mengenai komunikasi efektif, serta pengetahuan dan keterampilan tentang *personal branding* di era digital. Untuk mempertahankan dan terus mengembangkan kapasitas *personal branding* siswa, diperlukan program berkelanjutan yang melibatkan peran aktif pihak sekolah, yang penting agar siswa dapat secara berkelanjutan mengasah dan meningkatkan kemampuan mereka dalam membentuk dan mengelola *personal branding* di tengah perkembangan digital yang semakin pesat (Aini & Iskandar, 2024)

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan workshop kepada siswa/siswi SMKS Asshidiqiyyah Garut diawali dengan serangkaian tahapan yang sistematis. Tahap pertama adalah observasi dan wawancara dengan guru untuk mengetahui pemahaman awal siswa tentang *personal branding* serta permasalahan yang mereka hadapi dalam mengembangkan citra diri di era digital. Observasi ini bertujuan untuk mengumpulkan data awal yang akan digunakan untuk menentukan fokus materi yang akan disampaikan dalam workshop. Selanjutnya, dilakukan pemberian pre-test untuk mengukur pengetahuan dasar siswa mengenai *personal branding*.

Tahap kedua adalah persiapan pelaksanaan workshop. Pada tahap ini, penulis menyusun materi yang relevan dengan tujuan workshop, yaitu pengembangan *personal branding* di era digital. Persiapan juga meliputi pengaturan teknis pelaksanaan, seperti penataan lokasi, pengaturan alat, serta kebutuhan logistik lainnya untuk kelancaran kegiatan.

Tahap ketiga adalah pelaksanaan workshop yang diselenggarakan di aula SMKS Asshidiqiyyah Garut. Pelaksanaan workshop ini dilaksanakan pada tanggal 26 November 2024 pukul 08.00 WIB di SMKS Asshidiqiyyah Garut. Kegiatan ini diikuti oleh 44 siswa perwakilan kelas XII dari tiga jurusan, yaitu Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP), Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ), serta Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP). Selain siswa, workshop ini juga dihadiri oleh guru yang diwakili oleh wakil kepala sekolah.

Workshop ini menggunakan metode ceramah interaktif, yang memungkinkan interaksi antara penulis dan peserta melalui sesi tanya jawab. Materi yang disampaikan mencakup konsep dasar *personal branding* dan cara-cara mengembangkan citra diri di platform digital, dan Etika dalam Platform digital. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi siswa dalam menghadapi dunia profesional setelah lulus. Pada tahap terakhir, dilakukan evaluasi dengan memberikan post-test untuk mengukur pemahaman siswa setelah mengikuti workshop. Hasil post-test ini digunakan untuk menilai efektivitas workshop dalam meningkatkan pengetahuan siswa mengenai *personal branding* di era digital. Evaluasi ini juga memberikan umpan balik yang berguna untuk perbaikan kegiatan di masa mendatang.

Hasil dan Pembahasan

Sebelum kegiatan dilaksanakan, para siswa menunjukkan minat yang sangat tinggi terhadap topik *personal branding*. Hal ini terlihat dari banyaknya pertanyaan yang mereka ajukan kepada penulis ketika kunjungan pra *workshop*, yang menunjukkan semangat belajar serta rasa ingin tahu yang besar. Para siswa tampak antusias berdiskusi dan mencoba memahami konsep *personal branding* serta penerapannya dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam membangun citra diri yang positif di usia remaja. Hal ini diperkuat dengan hasil pre-test yang menunjukkan bahwa para siswa memiliki kesiapan yang baik dan ketertarikan yang tinggi terhadap materi ini. Kondisi tersebut membuktikan bahwa pembahasan mengenai *personal branding* sangat relevan dengan kebutuhan mereka sebagai generasi muda yang sedang berupaya mengembangkan potensi diri dan mempersiapkan masa depan secara optimal.

Tabel 1. *Pre test*

No	pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah <i>personal branding</i> hanya berlaku untuk artis dan influencer?	68,9%	31,1%
2	Menurut Anda, konten yang dibagikan di media sosial dapat memengaruhi citra diri seseorang?	91,1%	8,9%
3	Apakah media sosial berperan penting dalam membangun <i>personal branding</i> ?	82,2%	17,8%
4	Pernahkah Anda membuat profil online (misalnya di LinkedIn, Instagram) yang menggambarkan kemampuan dan minat Anda?	60%	40%
5	Apakah penting untuk mempertimbangkan privasi dan keamanan saat membangun <i>personal branding</i> secara online?	77,8%	22,2%

Berdasarkan hasil pre-test (Tabel 1), bahwa mayoritas responden memahami pentingnya *personal branding* di era digital saat ini. Sebanyak 68,9% responden setuju bahwa *personal branding* banyak berlaku untuk artis dan influencer. Selain itu, 91,1% responden meyakini bahwa konten yang dihasilkan di media sosial dapat mempengaruhi citra diri seseorang. Lebih lanjut, 82,2% responden mengakui bahwa media sosial berperan penting dalam membangun personal brand. Menariknya, 60% responden juga pernah membuat profil online, seperti di LinkedIn atau Instagram, untuk mengembangkan kemampuan dan tujuan mereka. Terakhir, 77,8% responden menganggap penting untuk mempertimbangkan privasi dan keamanan saat membangun personal brand secara online. Secara keseluruhan, hasil pre-test ini menunjukkan antusiasme dan pemahaman yang baik dari responden terkait dengan pentingnya *personal branding* di era digital.

Pada materi pertama siswa diajarkan konsep dasar *personal branding* secara menyeluruh dan kontekstual dalam materi pertama (Gambar 1). Materi dimulai dengan penjelasan tentang *personal branding* sebagai upaya strategis untuk membangun, berkomunikasi, dan mengelola citra diri secara profesional dalam lingkungan digital yang dinamis dan kompetitif. Konsep ini mencakup pengembangan identitas unik yang mencakup keterampilan, nilai, minat, dan keunggulan pribadi yang dapat membedakan seseorang dari pesaingnya baik dalam dunia akademik maupun profesional. Konsep ini juga menekankan betapa pentingnya untuk menjadi sadar diri, asli, dan konsisten dalam setiap cara seseorang menunjukkan dirinya baik melalui media sosial, portofolio online, maupun interaksi digital lainnya. Siswa diarahkan untuk memikirkan potensi mereka, menemukan kekuatan mereka, dan membuat narasi yang kuat (Nardo, Yuliana, & Lasmingrat, 2024).

Mereka juga diajarkan untuk memahami bahwa *personal branding* adalah manifestasi profesional dari kompetensi dan identitas mereka yang sebenarnya, bukan sekadar alat promosi. Dengan demikian, mereka dapat membangun fondasi personal brand yang kuat, percaya diri, dan bermakna di era digital yang penuh tantangan dan peluang ini.

Pada materi berikutnya, berfokus pada memberikan pemahaman mendalam kepada siswa mengenai pentingnya menjaga etika dalam penggunaan media sosial. Mengingat besarnya pengaruh perilaku digital di era modern ini, siswa diajak untuk merenungkan sejauh mana media sosial memengaruhi keseharian mereka. Dalam konteks ini, mereka dibimbing untuk memahami bahwa platform media sosial bukan sekadar sarana komunikasi, tetapi juga merupakan wadah yang memiliki pengaruh besar

terhadap pembentukan identitas personal dan profesional mereka. Penting bagi mereka untuk menyadari bahwa setiap aktivitas yang dilakukan secara online dapat menghasilkan dampak jangka panjang yang signifikan.



Gambar 1. Penulis memberikan materi konsep dasar *Personal Branding*

Para siswa dibimbing untuk mengembangkan pemikiran kritis terhadap konten yang mereka bagikan, dengan mempertimbangkan secara matang akibat dari setiap publikasi dan interaksi digital mereka. Dalam era keterhubungan digital ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai medium interaksi dan pertukaran informasi, tetapi juga menjadi instrumen utama yang digunakan perusahaan untuk mengevaluasi karakter dan kepribadian seseorang secara cepat (Grigorescu & Baiasu, 2023).

Dengan demikian, para siswa diingatkan bahwa jejak digital mereka di platform media sosial dapat menjadi cerminan identitas yang berpengaruh langsung terhadap prospek karier dan relasi profesional di masa mendatang. Mereka dibimbing untuk lebih bijaksana dalam berkomunikasi dan membangun persona digital yang konstruktif, yang mencerminkan nilai-nilai dan etika profesional yang baik, serta memahami bahwa reputasi digital dapat menjadi modal berharga atau sebaliknya menjadi penghalang dalam pengembangan karier (Putri, Rifa'i, & Safana, 2024).

Dalam rangkaian pembelajaran ini, penulis juga menekankan urgensi pemahaman tentang keamanan dan privasi digital sebagai komponen penting dalam beretika di media sosial (Gambar 2). Siswa diarahkan untuk memahami teknik pengaturan privasi yang efektif, mengenali beragam risiko keamanan digital seperti penipuan online dan pencurian data pribadi, serta mempelajari metode perlindungan informasi personal di ranah digital. Perhatian khusus diberikan pada pentingnya memverifikasi kebenaran informasi sebelum disebarkan, mengingat peran mereka sebagai pengguna media sosial yang memiliki tanggung jawab dalam memerangi penyebaran informasi palsu. Melalui pendekatan pembelajaran yang holistik ini, diharapkan siswa dapat berkembang menjadi pengguna media sosial yang beretika sekaligus warga digital yang cerdas dan bertanggung jawab.



Gambar 2. Penulis memberikan materi tentang etika di media sosial

Dalam sesi lanjutan, penulis mendetailkan strategi membangun *personal branding* di era digital (Gambar 3), menekankan pentingnya kehadiran digital yang autentik dan bermakna bagi generasi muda. Melalui studi kasus Deddy Corbuzier, penulis mengilustrasikan transformasi *personal branding* yang efektif, mengungkap perjalanan seorang pesulap yang berevolusi menjadi influencer dan podcaster terkemuka.

Deddy Corbuzier berhasil membangun kredibilitas melalui konsistensi dalam menghasilkan konten podcast yang informatif, mendalam, dan menantang, dengan kemampuannya membahas topik-topik sensitif secara profesional dan mendorong dialog kritis. Contoh tersebut memperlihatkan bahwa *personal branding* di era digital bukan sekadar tentang eksposur, melainkan kemampuan menciptakan konten bermutu, membangun kepercayaan, dan terus-menerus mengembangkan kapasitas diri di ruang digital yang dinamis dan kompetitif.



Gambar 3. Pemaparan materi strategi membangun Personal Branding Di Era Digital

Setelah presentasi materi selesai, kegiatan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab interaktif yang memperlihatkan antusiasme tinggi para peserta

dalam mengeksplorasi berbagai permasalahan yang mereka hadapi menjelang kelulusan. Para siswa SMKS Asshidiqqiyah Garut secara aktif mengajukan pertanyaan kepada penulis, mencerminkan keingintahuan mereka yang mendalam tentang strategi mempersiapkan diri memasuki dunia kerja. Fokus utama diskusi berkisar pada konsep dasar *personal branding* dan pengembangan diri di platform digital, di mana siswa menunjukkan ketertarikan yang signifikan untuk memahami bagaimana mereka dapat membedakan diri dan menciptakan citra profesional yang kuat di era digital saat ini.

Melalui sesi interaktif tersebut, penulis memberikan solusi dan perspektif berdasarkan pengalaman, yang terbukti sangat bermanfaat bagi para siswa dalam memberikan pandangan realistis tentang dinamika dunia kerja kontemporer. Diskusi mendalam yang terjadi tidak sekadar menyentuh aspek teknis *personal branding*, melainkan juga menyoroti pentingnya membangun kepercayaan diri, mengembangkan keterampilan komunikasi, dan menciptakan strategi digital yang efektif. Para siswa diajak untuk memahami bahwa persiapan menuju dunia kerja memerlukan pendekatan komprehensif, yang meliputi pengembangan kompetensi hard skills dan soft skills, serta kemampuan untuk mengomunikasikan potensi diri melalui platform digital.

Penjelasan yang diberikan penulis bersifat aplikatif dan inspiratif, mendorong siswa untuk tidak sekadar memahami konsep, tetapi juga segera mengimplementasikannya dalam konteks pengembangan karier mereka. Hal ini menjadikan sesi tanya jawab tidak sekadar transfer pengetahuan, melainkan momentum transformasi perspektif dan motivasi bagi para siswa SMKS Asshidiqqiyah Garut.



Gambar 4. Sesi tanya jawab siswa kepada penulis

Setelah pemaparan materi selesai, para siswa diberikan Google Form berupa post-test untuk mengetahui tanggapan mereka setelah workshop berlangsung. Instrumen evaluasi ini dirancang untuk mengukur pemahaman siswa terhadap konsep dan pentingnya *personal branding* dalam kehidupan pribadi maupun profesional. Post-test tersebut mencakup berbagai aspek

penilaian yang komprehensif guna memperoleh gambaran mendalam tentang tingkat pemahaman dan persepsi siswa.

Dalam post-test tersebut, siswa diminta memberikan umpan balik terkait materi yang disampaikan, memaparkan kesan mereka tentang pemahaman materi, dan mengungkapkan sejauh mana mereka merasa siap untuk mengaplikasikan prinsip-prinsip *personal branding* dalam kehidupan sehari-hari, sehingga pengajaran yang dilakukan dapat dievaluasi dan disesuaikan agar lebih efektif pada masa yang akan datang.

Tabel 2. Post Test

No	pernyataan	Ya	Tidak
1	Apakah <i>personal branding</i> hanya sekedar membuat akun media sosial?	86,7%	13,3%
2	Apakah media sosial LinkedIn,instagram penting untuk membangun <i>personal branding</i> profesional?	88,9%	11,1%
3	Apakah konsistensi konten penting dalam <i>personal branding</i> ?	97,7%	2,3%
4	Dapatkah <i>personal branding</i> membantu meningkatkan peluang karir?	93,3%	6,7%
5	Apakah menulis artikel atau postingan berkualitas termasuk strategi <i>personal branding</i> ?	97,8%	2,2%

Setelah selesai memberikan materi dan tanya jawab para siswa menjadi lebih tahu tentang konsep dasar *personal branding* dan pengembangan diri di platform digital hal itu bisa dilihat berdasarkan hasil post test (Tabel 2) dari lima pernyataan yang diuji, pernyataan pertama, "Apakah *personal branding* hanya sekedar membuat akun media sosial?", menerima tanggapan tertinggi sebesar 86,7%, menunjukkan bahwa peserta workshop menyadari bahwa *personal branding* membutuhkan strategi dan konsistensi konten selain membuat akun media sosial. Hasil tes menunjukkan bahwa workshop telah memberikan wawasan yang mendalam dan manfaat yang signifikan bagi peserta, terutama bagi mereka yang ingin membangun *personal branding* yang kuat di era digital.

Peserta tidak hanya mendapatkan pemahaman teoritis tentang konsep *personal branding*, tetapi mereka juga diajarkan cara-cara praktis untuk menggunakan platform digital untuk meningkatkan reputasi dan citra diri mereka. Secara keseluruhan, hasil tes setelah kegiatan menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman yang baik tentang konsep *personal branding* di era digital. Mereka juga lebih siap untuk menghadapi tantangan dalam membangun dan mempertahankan reputasi pribadi mereka di dunia maya yang semakin kompetitif berkat materi dan pendekatan yang diberikan selama workshop.

Setelah selesai melakukan sesi tanya jawab yang berlangsung dengan penuh antusias dan interaktif selama kurang lebih dua jam, dilakukan sesi foto bersama dengan para siswa sebagai kenang-kenangan dari acara tersebut. Para siswa berbaris dengan rapi dan tersenyum ceria menghadap kamera, menciptakan momen yang akan selalu diingat oleh semua yang hadir pada kesempatan istimewa itu. Tidak hanya para siswa, wakil kepala sekolah dan penulis juga turut bergabung dalam sesi foto, menambah kehangatan suasana. Semua peserta terlihat puas dan bahagia setelah mengikuti rangkaian acara yang memberikan banyak wawasan dan pengalaman berharga bagi mereka.



Gambar 5. Foto Bersama para peserta dengan penulis, dan Wakil kepala sekolah

Pada bagian ini penulis akan memberikan pembahasan terkait dengan penulisan tentang *personal branding* di era digital dengan mengaitkan beberapa pengabdian sejenis yang berjudul “Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Membangun *Personal Branding* Strateginya Pada Siswa SMA Negeri 12 Kota Jambi “ Pada hasil pengabdian ini Hasil post-test menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil memberikan manfaat yang signifikan bagi peserta. Sebanyak 100% peserta menyatakan bahwa pelatihan ini sesuai dengan kebutuhan mereka, serta telah memahami cara membangun *personal branding* menggunakan teknologi.

Hal ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan relevan dan efektif dalam mencapai tujuan utama pelatihan. Selain itu, sebanyak 87,5% peserta menyatakan telah memahami manfaat media sosial untuk membangun *personal branding*, meskipun terdapat 12,5% peserta yang menilai pemahamannya masih cukup. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta, namun aspek manfaat media sosial dapat diperkuat lagi pada pelatihan mendatang agar seluruh peserta mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan aplikatif (Agustini, Rozi, & Yose, 2024)

Pengabdian terdahulu kedua yang berjudul “PELATIHAN STRATEGI MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING* BAGI SISWA SMA” Dengan mengarahkan siswa untuk memahami minat dan bakat sesuai kemampuan mereka, hasil pelatihan ini menunjukkan pentingnya strategi membangun *personal branding* bagi siswa. Pendampingan atau pembentukan kelompok belajar dapat dilakukan dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat berikutnya untuk merancang *personal branding* siswa, termasuk minat dan keterampilan yang dipelajari melalui kegiatan ekstrakurikuler. Siswa akan berbicara tentang keterampilan mendasar (hard skill) yang menarik bagi mereka, serta keterampilan komunikasi, kepemimpinan, dan berpikir kritis (soft skill). Dari diskusi ini, mereka akan membuat tujuan untuk meningkatkan kedua soft skill dan hard skill yang berguna di masa depan (Tuhuteru et al., 2021).

Simpulan dan Tindak Lanjut

Berdasarkan pelaksanaan *workshop personal branding* di era digital untuk siswa SMKS Asshidiqiyah Garut, Workshop ini terbukti memberikan

dampak signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran siswa mengenai pentingnya membangun citra diri yang profesional di lingkungan digital. Melalui rangkaian materi interaktif yang mencakup konsep dasar *personal branding*, etika penggunaan media sosial, serta strategi pengembangan platform digital, siswa mengalami peningkatan pemahaman yang substansial. Hal ini tercermin dari hasil post-test yang menunjukkan bahwa sebagian besar peserta (86,7–97,8%) memahami bahwa *personal branding* merupakan proses yang kompleks dan tidak sekadar terbatas pada pembuatan akun media sosial.

Workshop ini berhasil mendorong siswa untuk berpikir kritis mengenai keberadaan digital mereka, menyadari bahwa setiap konten yang dibagikan berpotensi memengaruhi peluang karier, serta mengembangkan strategi untuk membangun *personal branding* yang autentik, konsisten, dan profesional. Sebagai tindak lanjut, disarankan untuk mengintegrasikan materi *personal branding* ke dalam kurikulum sekolah, menyediakan pendampingan berkelanjutan dalam pengembangan portofolio digital, mengadakan program bimbingan individual yang terstruktur untuk membantu siswa mengidentifikasi dan mengomunikasikan keunggulan pribadi mereka, serta menjalin kolaborasi dengan praktisi industri guna memberikan wawasan dunia kerja yang relevan. Langkah-langkah ini diharapkan dapat membekali siswa SMKS Asshidiqiyah Garut dengan kemampuan adaptif dan kompetitif dalam menghadapi tantangan di era digital.

Daftar Pustaka

- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20–30.
- Agustini, S. R., Rozi, S., & Yose, I. (2024). Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Membangun Personal Branding Strateginya Pada Siswa SMA Negeri 12 Kota Jambi, 3(2), 36-42.
- Aini, R., & Iskandar, T. (2024). PENINGKATAN KAPASITAS PERSONAL BRANDING DI ERA DIGITAL BAGI SISWA KELAS XI SMA PASUNDAN 1 BANDUNG, 5(4), 6705–6708.
- Dewi, I. M., Marhamah, F. S., Silvia, Y., Sari, R., Studi, P., Negara, I. A., & Candradimuka, S. (2023). Membangun Personal Branding Di Era Digital Pada Siswa/Siswi Smk Muhammadiyah Pangkalan Balai Kecamatan Banyuasin Iii Kabupaten Banyuasin. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 31–36.
- Ekonomi, F., & Widyatama, U. (2024). Strategi Peningkatan Soft Skill melalui Personal Branding Bagi Siswa SMK di Kota Bandung. *Abdimas Galuh*, 6(September), 1903–1913. Retrieved from <https://jurnal.unigal.ac.id/abdimasgaluh/article/view/15694/8524>
- Fathullah, A., Sutarini, I., & Miharja, D. (2023). Pelatihan Personal Branding Digital Melalui Aplikasi Canva bagi Siswa SMAN 1 Pujut Kabupaten Lombok Tengah, 4(3), 105–112.
- Grigorescu, A., & Baiasu, D. (2023). Digital Ethics in Social Media. *Global Ethics-Key of Sustainability (GEKOS 2022)*, 19(Gekos 2022), 12–24.
- Nardo, R., Yuliana, L., & Lasmingrat, A. (2024). *Branding Strategy di Era Digital*.
- Pramusiwi, A. D., Adyantari, A., Budiyono, E. F. C. S., Sasmita, R. P. H., Pradana, B. G. V., Putra, T. S., Mayasari, A. (2024). Pelatihan Public Speaking Dan Personal Branding Di Sma Santa Maria Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 3(04), 119–130.

- Putri, R. M., Rifa'i, A., & Safana, A. (2024). PENINGKATAN LITERASI DIGITAL MELALUI PKM DI SMP NEGERI 19 DEPOK: MENGINSPIRASI GENERASI MUDA, 3(2), 55–59.
- Rahma, D. W., Fitriati, T. N., Firman, R. R., Daryatmo, K. T. P., Rifky, R. M., Aisyah, N., & Wibowo, N. C. (2024). Pentingnya Personal Branding: Pembekalan Siswa-Siswi SMK Telekomunikasi Telesandi dalam Menyambut Dunia Kerja. *SOROT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 92–97.
- Setyawati, H. A. (2021). Bagaimana membangun Personal Branding?. *Journal of Community Service and Empowerment*, Vol. 2(No. 1), 86–90.
- Sutarjo, M. A., Diniati, A., & Mukhlisiana, L. (2023). Pelatihan Personal Branding dan Strategi Komunikasi bagi Tutor Muda (Troopers) Armidale English College (AEC), 1, 65–75.
- Tuhuteru, S., Kaiwai, O., Douw, L., Oni, W., Willi, F., Agapa, R., Kogoya, I., et al. (2021). PELATIHAN STRATEGI MEMBANGUN PERSONAL BRANDING BAGI SISWA SMA. *Abdimas Indonesia*, 1(2), 26–32. Retrieved from <https://dmi-journals.org/jai/article/view/226>
- Nardo, R., Yuliana, L., & Lasmingrat, A. (2024). *Branding Strategy di Era Digital*.
- Winduwati, S., & Oktavianti, R. (2019). *Komunikasi Dalam Media Digital*. (F. Junaedi & F. Sukmono, Eds.) *Juni*. Buku Literasi Yogyakarta.
- Wikipedia. (2024). Digital branding. *Wikipedia*. Retrieved January 12, 2024, from [https://id.wikipedia.org/wiki/Penjenamaan_digital#:~:text=merek di MetaVerse-,Pencitraan digital personal,kesempatan untuk dipertimbangkan sebagai pegawai](https://id.wikipedia.org/wiki/Penjenamaan_digital#:~:text=merek%20di%20MetaVerse-,Pencitraan%20digital%20personal,kesempatan%20untuk%20dipertimbangkan%20sebagai%20pegawai.).
- Peraturan Pemerintah RI Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Rencana Aksi Pembangunan Infrastruktur Kawasan Perbatasan Tahun 2012, Tanggal: 6 Januari 2012

Ucapan Terima Kasih

Kepada seluruh pihak, penulis ucapkan banyak terimakasih karena telah mendukung jalannya workshop personal branding di era digital untuk kompetensi siswa di SMKS Asshidiqqiyah Garut. Khususnya, ucapan terimakasih kepada pihak sekolah yang telah bersedia menerima penulis untuk melaksanakan Workshop di SMKS Asshidiqqiyah Garut. Ucapan terima kasih spesial penulis ditujukan kepada Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informasi Universitas Garut atas izin yang telah diberikan kepada penulis untuk melakukan pengabdian ini.