

Etika dan Literasi Digital dalam Pengembangan Personal Branding

Galang Muhammad Ravi¹, Fahmi Susanti², Angger Nugroho Eko Heriyanto³,
Martah Kartika Sari Dewi Sihombing⁴

¹⁻⁴ Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

ABSTRACT - The development of digital technology and social media requires vocational high school (SMK) students to have a professional personal branding to face the workforce. This study aimed to enhance students' understanding and ability in building positive and responsible personal branding at SMK Al Amanah. The community service activity (PKM) applied methods such as socialization, interactive training, case discussions, and hands-on practice, with data collected through observation and participatory evaluation. Data were analyzed descriptively and qualitatively. The results showed an improvement in students' understanding of digital ethics, information literacy, and awareness in creating a professional self-image according to their field of expertise. In conclusion, the activity effectively shaped students who are both technically competent and ethical. Further research is recommended to explore the long-term impact of digital personal branding on students' work readiness.

ABSTRAK - Perkembangan teknologi digital dan media sosial menuntut siswa SMK memiliki personal branding yang profesional untuk menghadapi dunia kerja. Penelitian ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan kemampuan siswa SMK Al Amanah dalam membangun personal branding positif dan bertanggung jawab. Kegiatan PKM menggunakan metode sosialisasi, pelatihan interaktif, diskusi kasus, dan praktik langsung, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan evaluasi partisipatif. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman siswa terhadap etika digital, kemampuan memilah informasi, serta kesadaran membangun citra diri yang profesional sesuai keahlian jurusan. Kesimpulannya, kegiatan ini efektif dalam membentuk siswa yang kompeten secara teknis sekaligus bermoral dan beretika. Disarankan penelitian lanjutan mengeksplorasi pengaruh jangka panjang penerapan personal branding digital terhadap kesiapan kerja siswa.

Vol. 2 No. 1 (2026): Maret
pp. 50–58

✉ galangmravi08@gmail.com
✉ dosen02024@unpam.ac.id
✉ anggernugroho660@gmail.com
✉ martahsariidewi7@gmail.com

Keywords -

[digital ethics; literacy; personal branding; SMK students; community service.]

Kata Kunci -

[etika digital; literasi; personal branding; siswa SMK; pengabdian kepada masyarakat.]



INTRODUCTION

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan jenjang pendidikan menengah yang memiliki fokus pada pembelajaran keterampilan dan keahlian teknis sesuai bidang tertentu untuk mempersiapkan peserta didik langsung memasuki dunia kerja. SMK dirancang untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya menguasai teori, tetapi juga memiliki kemampuan praktik yang siap pakai sehingga mampu bersaing dan memenuhi kebutuhan pasar kerja yang dinamis dan terus berkembang. Kurikulum SMK mengintegrasikan mata pelajaran umum dan kejuruan sesuai bidang keahlian, seperti teknik, bisnis, pariwisata, kesehatan, dan lain-lain, sehingga siswa memperoleh kompetensi yang seimbang antara pengetahuan akademik dan keterampilan praktis.

Peran SMK dalam pembangunan sumber daya manusia sangat strategis karena menggabungkan pendidikan formal, pelatihan keterampilan, dan pengalaman kerja melalui praktik industri atau program magang. Lulusan SMK diharapkan tidak hanya siap bekerja secara teknis, tetapi juga memiliki kemampuan berpikir kritis, beradaptasi dengan lingkungan kerja, dan memanfaatkan teknologi secara efektif. Selain itu, SMK menyediakan jalur bagi siswa untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi, menjadikannya sebagai jembatan antara dunia pendidikan formal dan kebutuhan industri yang terus berubah (Ma'Ruf, 2025).

SMK Al Amanah merupakan salah satu institusi pendidikan kejuruan yang berkomitmen menjalankan pendidikan berbasis kompetensi sekaligus membentuk karakter siswa. Sekolah ini menekankan penguasaan keterampilan sesuai bidang keahlian dan pembentukan nilai-nilai kedisiplinan, tanggung jawab, serta sikap profesional. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan media digital, siswa menghadapi tantangan yang lebih kompleks. Akses informasi yang mudah tidak selalu diiringi dengan kemampuan literasi yang memadai. Akibatnya, siswa kadang kesulitan menyaring informasi, kurang memiliki kesadaran etika digital, dan belum optimal memanfaatkan teknologi untuk pengembangan potensi diri serta persiapan menghadapi dunia kerja (Kawengian et al., 2025).

Permasalahan ini diperkuat oleh kebutuhan dunia kerja saat ini yang menuntut lulusan SMK tidak hanya unggul secara teknis, tetapi juga memiliki kemampuan non-teknis (soft skills), seperti komunikasi efektif, etika kerja, sikap profesional, dan kemampuan membangun citra diri positif. Banyak perusahaan menilai kemampuan adaptasi, integritas, dan perilaku individu di lingkungan kerja sama pentingnya dengan keterampilan teknis. Oleh karena itu, penguatan etika digital, literasi informasi, dan pembentukan personal branding menjadi aspek penting dalam pendidikan SMK, yang harus diintegrasikan ke dalam pembelajaran dan kegiatan ekstrakurikuler (Adhvidya & Maulana, 2025).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pembinaan personal branding dan literasi digital berperan penting dalam kesiapan kerja siswa. Misalnya, studi oleh (Devi & Winangun, 2024) menemukan bahwa siswa yang memiliki pemahaman etika digital yang baik cenderung mampu memanfaatkan media sosial secara profesional dan meningkatkan citra diri mereka di dunia kerja. Selain itu, penelitian (Egok, 2024) menekankan bahwa pelatihan interaktif, diskusi kasus, dan praktik langsung dapat meningkatkan pemahaman siswa tentang literasi digital dan etika



komunikasi. Meski demikian, penelitian-penelitian tersebut masih terbatas pada analisis umum dan belum secara khusus mengevaluasi implementasi program pembinaan personal branding di SMK Al Amanah.

Secara teoritik, konsep personal branding dalam pendidikan kejuruan berkaitan dengan pengembangan diri, etika profesional, dan literasi digital. Personal branding dapat diartikan sebagai kemampuan individu membangun citra diri yang konsisten dan positif melalui perilaku, komunikasi, dan keahlian yang dimiliki. Dalam konteks SMK, penguatan personal branding tidak hanya meningkatkan kesiapan kerja, tetapi juga mendukung pembentukan karakter, kedisiplinan, dan tanggung jawab siswa. Literasi digital menjadi komponen penting karena kemampuan memilah informasi, berkomunikasi secara etis, dan memanfaatkan media digital memengaruhi bagaimana siswa membangun citra diri yang profesional. Integrasi kedua aspek ini dapat menjadi strategi efektif untuk menghasilkan lulusan yang kompeten secara teknis dan berkualitas secara personal (Nurohman, 2024).

Keterbaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap evaluasi sistematis terhadap kondisi, tantangan, dan upaya peningkatan personal branding serta literasi digital siswa SMK Al Amanah. Penelitian sebelumnya lebih banyak bersifat umum atau teoritik, sementara studi ini menekankan praktik lapangan dan observasi langsung dalam konteks kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dan pembelajaran di sekolah. Pendekatan ini diharapkan memberikan gambaran nyata mengenai efektivitas integrasi pembinaan etika, literasi, dan pengembangan citra diri dalam meningkatkan kompetensi dan karakter siswa (Ramadhan, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengevaluasi kondisi siswa SMK Al Amanah terkait pemahaman etika digital, literasi informasi, dan personal branding; (2) mengidentifikasi tantangan yang dihadapi siswa dalam membangun citra diri profesional; dan (3) menilai efektivitas kegiatan pembinaan yang telah dilakukan oleh sekolah dalam meningkatkan kompetensi teknis dan non-teknis siswa. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pendidikan kejuruan yang lebih efektif, berkelanjutan, dan relevan dengan tuntutan dunia kerja modern.

Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan gambaran menyeluruh tentang peran SMK Al Amanah dalam membentuk lulusan yang unggul dalam keterampilan dan berkarakter, tetapi juga menjadi dasar bagi sekolah, pendidik, dan pihak terkait dalam merancang program pembelajaran dan pembinaan siswa yang lebih terpadu. Selain itu, temuan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian lanjutan yang mengeksplorasi pengaruh jangka panjang penguatan personal branding dan literasi digital terhadap kesiapan kerja dan keberhasilan karier siswa SMK.

RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang bersifat edukatif dan partisipatif. Kegiatan dilaksanakan di SMK Al Amanah pada hari Kamis, 13 November 2025, mulai pukul 08.00 hingga 12.00 WIB. Rancangan kegiatan dirancang untuk



menggabungkan aspek etika, literasi digital, pengembangan personal branding, dan kesiapan kerja, dengan tujuan agar siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritik tetapi juga mampu menerapkan keterampilan dan nilai profesional secara nyata.

Sasaran penelitian adalah seluruh siswa SMK Al Amanah yang mengikuti kegiatan PKM, dengan partisipasi aktif sebagai subjek utama dalam proses pembelajaran. Pendekatan pendampingan dipilih untuk memenuhi kebutuhan siswa dalam memahami perilaku etis, penggunaan teknologi digital secara bijak, dan kemampuan membangun citra diri yang positif sebagai calon pekerja.

Teknik pengumpulan data meliputi observasi partisipatif, diskusi reflektif, dan masukan langsung dari siswa. Observasi dilakukan untuk menilai keterlibatan dan respon siswa selama kegiatan, sedangkan diskusi reflektif digunakan untuk mengevaluasi pemahaman siswa terhadap materi. Masukan langsung dari peserta menjadi sumber informasi mengenai efektivitas metode dan materi yang diberikan.

Pengembangan instrumen kegiatan terdiri dari empat pilar materi utama: (1) Penguatan Etika dalam Dunia Kerja dan Ruang Digital, mencakup komunikasi etis, penggunaan media sosial, disiplin, tanggung jawab, dan integritas; (2) Literasi Digital sebagai Bekal Kesiapan Kerja, mencakup kemampuan mengevaluasi informasi, mengenali jejak digital, dan memanfaatkan teknologi secara produktif; (3) Pengembangan Personal Branding yang Positif dan Profesional, meliputi refleksi diri, identifikasi potensi, dan pemanfaatan media digital untuk membangun reputasi; dan (4) Peningkatan Kesiapan Kerja melalui Penguatan Soft Skills, mencakup komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, kepercayaan diri, dan kesiapan mental menghadapi tantangan kerja. Metode penyampaian materi meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, simulasi, tanya jawab, dan refleksi diri, dipandu oleh tim pengabdian yang terdiri dari dosen pembimbing (Fahmi Susanti, SKM., M.M.) dan mahasiswa pelaksana (Galang Muhammad Ravi, Angger Nugroho Eko Heriyanto, Martah Kartika Sari Dewi Sihombing).

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif. Data dari observasi, diskusi, dan masukan peserta dianalisis untuk mengevaluasi tingkat pemahaman siswa terhadap etika, literasi digital, personal branding, dan kesiapan kerja. Analisis ini bertujuan mengetahui sejauh mana kegiatan PKM memberikan manfaat, serta mengidentifikasi kekuatan dan area yang perlu diperbaiki dalam program pembinaan siswa.

Dengan rancangan metode ini, diharapkan siswa SMK Al Amanah mampu memahami secara menyeluruh aspek etika dan literasi digital, membangun personal branding yang positif dan profesional, serta siap menghadapi tantangan dunia kerja dan persaingan global.

RESULTS AND DISCUSSION

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan edukasi dan pengamatan terhadap siswa SMK Al Amanah, diperoleh gambaran bahwa etika dan literasi digital memiliki peran penting dalam membentuk personal branding siswa, khususnya dalam menghadapi dunia kerja. Siswa pada umumnya aktif menggunakan media digital, namun pemahaman mereka terhadap pemanfaatan media secara etis dan profesional masih beragam.



1. Hasil Pemahaman Etika Digital Siswa

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa sebagian besar siswa telah memahami etika dasar penggunaan media digital, seperti penggunaan bahasa yang sopan, menghormati orang lain, serta menghindari konflik di media sosial. Namun, masih ditemukan siswa yang belum sepenuhnya menyadari dampak jangka panjang unggahan digital terhadap citra diri mereka. Beberapa siswa belum membedakan dengan jelas antara konten pribadi dan profesional.

2. Hasil Tingkat Literasi Digital

Siswa cukup mampu mengakses dan menggunakan berbagai platform digital, termasuk media sosial dan mesin pencari. Akan tetapi, kemampuan menyaring informasi, mengenali hoaks, serta menilai kredibilitas sumber informasi masih perlu ditingkatkan. Dengan demikian, literasi digital siswa tergolong cukup, namun belum optimal untuk mendukung personal branding yang profesional.

3. Hasil Pemahaman Personal Branding

Sebelum kegiatan, sebagian siswa menganggap personal branding hanya sebatas popularitas di media sosial. Setelah diberikan edukasi, mereka mulai memahami bahwa personal branding berkaitan dengan citra positif, profesionalisme, sikap, dan kompetensi yang ditampilkan secara konsisten di dunia digital. Siswa juga menyadari pentingnya menjaga rekam jejak digital sebagai persiapan memasuki dunia kerja.

4. Dampak Kegiatan terhadap Siswa

Pelaksanaan kegiatan memberikan dampak positif terhadap pola pikir siswa. Mereka menjadi lebih berhati-hati dalam menggunakan media sosial, lebih selektif membagikan konten, serta mulai menyesuaikan aktivitas digital dengan tujuan karier. Kesadaran akan pentingnya sikap profesional di ruang digital juga meningkat.

Gambar 1. Etika dan Literasi Digital dalam Personal Branding





Gambar ini menggambarkan keterkaitan antara pemahaman etika digital, literasi digital, dan pembentukan personal branding siswa SMK Al Amanah. (Sumber: Dokumentasi Kegiatan PKM)

Pelaksanaan kegiatan PKM terbagi menjadi dua sesi utama yang saling melengkapi, dengan hasil yang relevan terhadap tujuan penelitian.

1. Sesi I: Etika dan Literasi Digital dalam Personal Branding

Sesi pertama menekankan peran etika dan literasi digital dalam membangun personal branding di era digital. Media sosial dan internet menjadi ruang utama bagi individu mengekspresikan diri, menunjukkan kemampuan, dan membentuk citra di mata orang lain. Oleh karena itu, interaksi di dunia digital harus bijak dan bertanggung jawab.

Etika digital mencakup perilaku sopan, jujur, dan menghargai orang lain saat menggunakan media digital. Dalam konteks personal branding, etika digital tercermin dari cara berkomentar, membagikan informasi, dan menyikapi perbedaan pendapat. Sikap santun dan bertanggung jawab membentuk citra positif, sedangkan perilaku negatif seperti menyebarkan hoaks, ujaran kebencian, atau konten tidak pantas dapat merusak reputasi (Mukhlizar, 2025; Widyanthi & Wulandari, 2025).

Literasi digital membantu siswa memilah informasi yang benar, menggunakan media sosial secara aman, dan memilih konten yang sesuai citra diri profesional. Hal ini sejalan dengan



temuan (Cynthia & Sihotang, 2023) yang menyatakan bahwa literasi digital yang baik meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan tanggung jawab dalam membagikan informasi.

2. Sesi II: Etika dan Literasi Digital di Dunia Kerja

Sesi kedua menekankan pentingnya etika dan literasi digital dalam konteks dunia kerja. Perusahaan menilai tidak hanya kemampuan teknis, tetapi juga sikap dan perilaku calon karyawan melalui jejak digital yang ditinggalkan. Penggunaan media digital harus profesional dan bertanggung jawab.

Etika digital di dunia kerja meliputi komunikasi sopan, menghargai pendapat rekan, dan menjaga nama baik perusahaan secara online. Karyawan yang mampu menjaga etika digital dianggap memiliki integritas dan profesionalisme, sedangkan perilaku negatif dapat merusak personal branding dan kepercayaan atasan maupun rekan kerja. Hal ini konsisten dengan studi oleh (Fatmawati et al., 2026; Sinurat et al., 2026), yang menunjukkan bahwa reputasi digital memengaruhi persepsi profesional di lingkungan kerja.

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa penguatan etika dan literasi digital melalui metode interaktif, simulasi, dan diskusi reflektif efektif dalam meningkatkan kesadaran siswa. Kegiatan ini membantu siswa mengembangkan sikap profesional, kemampuan berpikir kritis, dan kesadaran tanggung jawab digital.

Penelitian ini memberikan implikasi penting bahwa integrasi pendidikan etika dan literasi digital dalam kurikulum SMK dapat meningkatkan personal branding siswa, kesiapan kerja, dan kemampuan adaptasi di dunia profesional. Kegiatan ini mendukung pembentukan lulusan yang kompeten secara teknis sekaligus beretika dan bertanggung jawab secara digital.

Penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi pengaruh jangka panjang penguatan etika dan literasi digital terhadap keberhasilan karier lulusan SMK. Selain itu, penggunaan metode kuantitatif dapat digunakan untuk mengukur tingkat kompetensi dan perubahan perilaku siswa secara lebih objektif, serta membandingkan efektivitas berbagai strategi pengembangan personal branding di lingkungan pendidikan kejuruan.

CONCLUSION

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema Etika dan Literasi Digital dalam Pengembangan Personal Branding di SMK Al Amanah, dapat disimpulkan bahwa etika dan literasi digital memegang peran penting dalam membentuk personal branding siswa sebagai bekal menghadapi dunia kerja. Sebelum kegiatan, sebagian siswa memiliki pemahaman terbatas mengenai penggunaan media digital secara etis dan profesional, cenderung menggunakan media sosial hanya untuk hiburan tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap citra diri dan masa depan karier.

Melalui sosialisasi, pelatihan interaktif, diskusi kasus, dan praktik langsung, terjadi peningkatan pemahaman siswa mengenai pentingnya etika digital, kemampuan memilah informasi secara bijak, serta kesadaran dalam membangun personal branding yang positif dan profesional. Siswa mulai memahami bahwa personal branding tidak sekadar popularitas, melainkan



mencerminkan sikap, etika, kompetensi, dan tanggung jawab yang konsisten di ruang digital.

Dengan demikian, kegiatan PKM ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan kesadaran siswa untuk menggunakan media digital secara bijak, bertanggung jawab, dan produktif, sehingga mereka lebih siap menghadapi tantangan dan persaingan di dunia kerja. Hasil ini menegaskan pentingnya integrasi pendidikan etika dan literasi digital dalam kurikulum SMK untuk mendukung pengembangan karakter dan kompetensi profesional siswa.

REFERENCES

- Adhvidya, A., & Maulana, R. (2025). Literasi Media Digital Berbasis Praktik: Refleksi Pelatihan Penggunaan Media Sosial Sehat Di SMK Manggala Tangerang. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(3), 236–247.
- Cynthia, R. E., & Sihotang, H. (2023). Melangkah bersama di era digital: pentingnya literasi digital untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan kemampuan pemecahan masalah peserta didik. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 31712–31723.
- Devi, L. P. S. A., & Winangun, I. M. A. (2024). Peran literasi digital dalam meningkatkan kompetensi teknologi siswa sekolah dasar. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Citra Bakti*, 11(4), 1255–1267.
- Egok, A. S. (2024). Pelatihan literasi digital untuk guru SD dalam mencetak smart kids di era teknologi. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(4), 1767–1777.
- Fatmawati, A., Nabila, E. S., Adikusuma, N. A., & Misidawati, D. N. (2026). Etika Dan Profesionalisme Public Relations: Kunci Membangun Kepercayaan Publik. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 2(04), 2201–2211.
- Kawengian, Y. L. L., Judijanto, L., Mintarsih, M., & Kocimaheni, A. A. (2025). *Literasi digital: keterampilan Abad 21 untuk Membangun Masyarakat Berbasis Pengetahuan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ma'Ruf, J. J. (2025). *Pendidikan Vokasi untuk Ekonomi Kreatif: Strategi, Inovasi, dan Transformasi*. USK Press.
- Mukhlizar, S. A. (2025). *Etika Masyarakat Digital*. Etika Masyarakat Digital.
- Nurohman, D. A. (2024). *Membangun citra sekolah: Strategi promosi dan layanan berkualitas*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Ramadhan, M. J. (2025). Studi tentang Efektivitas Pembelajaran Akhlak Berbasis Nilai-Nilai Islam dalam Membangun Karakter Siswa. *Islamic Education and Intellectual Discourse*,



I(1).

Sinurat, I., Gultom, P. A., Silalahi, D., & Sitompul, P. (2026). Analisis Pengaruh Employer Branding & E-Recruitment Terhadap Minat Melamar Pekerjaan Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Intervening. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 9(1), 848–859.

Widayanthi, D. G. C., & Wulandari, C. I. A. S. (2025). *Communication ethics: Etika komunikasi modern di era digital*. Deepublish.

