

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 - Digital technology and social media have made personal branding important for students at Vocational High Schools (SMK) as they prepare to enter the workforce and start their own businesses. However, a lack of understanding about digital ethics and information literacy can lead to misuse of social media, an unprofessional image, and a risk of breaking social and moral values. This Community Service activity aims to improve students' understanding and skills in building a positive, ethical, and responsible personal brand through strengthening digital ethics and media literacy. The methods used include awareness sessions, interactive training, case study discussions, and hands-on practice in managing personal branding on digital platforms. The materials covered include basic concepts of personal branding, ethical communication on social media, information literacy, and strategies for creating a professional image that aligns with students' vocational characteristics. The results show an increase in students' understanding of the importance of ethics and literacy in shaping personal branding, as well as greater awareness of using digital media wisely and productively. It is hoped that this activity will make a real contribution in preparing SMK graduates who are not only technically competent but also have integrity, ethics, and good digital literacy skills.

ABSTRAK - Perkembangan teknologi digital dan media sosial membuat personal branding penting bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) agar siap menghadapi dunia kerja dan usaha. Namun, kurangnya pemahaman tentang etika digital dan kemampuan memilah informasi bisa menyebabkan penggunaan media sosial yang tidak tepat, citra diri yang tidak profesional, serta pelanggaran nilai dan norma. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan kemampuan siswa SMK Al Amanah dalam menerapkan personal branding yang positif, benar, dan bertanggung jawab. Untuk mencapai hal itu, PKM menggunakan metode seperti sosialisasi, pelatihan interaktif, diskusi kasus, dan praktik langsung dalam membangun citra diri di media digital. Materi yang diberikan mencakup pengertian personal branding, cara berkomunikasi secara etis di media sosial, cara memilah informasi, serta strategi membangun citra yang profesional sesuai dengan keahlian jurusan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa mengenai pentingnya etika dan kemampuan literasi dalam membangun personal branding, serta meningkatnya kesadaran dalam menggunakan media digital secara bijak dan bermanfaat. Diharapkan kegiatan ini dapat membantu siapkan lulusan SMK yang tidak hanya teknis namun juga bermoral, beretika, dan memiliki kemampuan digital yang baik.

Vol. 2 No. 1 (2026): Maret
pp. 17-24

✉ 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) adalah jenjang pendidikan menengah yang berfokus pada pengembangan keterampilan dan keahlian teknis sesuai bidang tertentu, guna 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 semakin dinamis. Program pembelajaran di SMK mencakup mata pelajaran umum dan kejuruan sesuai keahlian spesifik, seperti teknik, bisnis, pariwisata, dan kesehatan.

SMK memiliki peran penting dalam pembangunan sumber daya manusia yang kompeten dan produktif dengan mengintegrasikan pendidikan, pelatihan, serta pengalaman kerja melalui praktik industri atau magang. Selain mempersiapkan lulusan untuk langsung bekerja, SMK juga membuka peluang bagi siswanya melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi. Dengan demikian, SMK menjadi lembaga strategis dalam menjembatani dunia pendidikan dengan kebutuhan industri dan teknologi yang terus berkembang (Ependi, 2025).

SMK Al Amanah merupakan salah satu lembaga kejuruan yang berupaya menjalankan pendidikan berbasis kompetensi sekaligus membentuk karakter siswanya. Sekolah ini berkomitmen memberikan kemampuan teknis sesuai bidang keahlian peserta didik, sambil menanamkan nilai kedisiplinan, tanggung jawab, dan sikap profesional. Meski demikian, seiring perkembangan teknologi informasi dan perubahan interaksi sosial, tantangan yang dihadapi siswa SMK menjadi semakin kompleks (Waruwu et al., 2024).

Perkembangan digital memengaruhi cara siswa mengakses informasi, berkomunikasi, dan membentuk citra diri. Akses informasi yang mudah belum selalu diiringi kemampuan literasi memadai, sehingga menimbulkan kesulitan menyaring informasi, kurangnya kesadaran etika, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi untuk pengembangan potensi dan kesiapan kerja. Kondisi ini menjadi perhatian khusus, terutama bagi siswa SMK yang akan segera memasuki dunia kerja (Ihsan, 2017).

Dunia kerja modern menuntut lulusan SMK tidak hanya unggul secara teknis, tetapi juga memiliki kemampuan non-teknis (soft skills) seperti komunikasi, etika kerja, sikap profesional, dan kemampuan membangun citra diri positif. Banyak perusahaan menilai perilaku, integritas, dan kemampuan adaptasi individu selain kemampuan teknis. Oleh karena itu, penguatan aspek etika, literasi, dan pembentukan diri menjadi bagian integral dari proses belajar di SMK (Muharom et al., 2026).

SMK Al Amanah memiliki potensi strategis untuk mengintegrasikan penguatan etika, literasi, dan pembentukan diri melalui kegiatan akademik, praktik kerja, dan program pembinaan siswa. Lingkungan belajar yang mendorong siswa berpikir kritis, berperilaku etis, dan menggunakan informasi secara bijak dapat meningkatkan kompetensi dan karakter mereka. Namun, efektivitas upaya tersebut perlu dievaluasi secara sistematis untuk mengetahui dampaknya terhadap peningkatan keterampilan dan sikap profesional siswa (Winata et al., 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi kondisi,



tantangan, dan upaya peningkatan peserta didik di SMK Al Amanah demi meningkatkan kualitas pendidikan dan kesiapan lulusan. Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran menyeluruh mengenai peran SMK Al Amanah dalam membentuk siswa yang unggul secara teknis sekaligus memiliki etika, literasi, dan sikap profesional. Hasil penelitian diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi sekolah, pendidik, dan pihak terkait dalam merancang strategi pengembangan pendidikan kejuruan yang lebih efektif dan berkelanjutan.

RESEARCH METHOD

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SMK Al Amanah pada hari Kamis, 13 November 2025, pukul 08.00 hingga 12.00 WIB. Rancangan penelitian menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif, yang melibatkan siswa sebagai subjek utama dalam proses belajar. Pendekatan ini dirancang agar siswa tidak hanya mempelajari materi secara teori, tetapi juga mampu memahami dan menerapkan nilai serta keterampilan yang diajarkan melalui diskusi, simulasi, dan refleksi diri.

Sasaran penelitian adalah siswa SMK Al Amanah yang membutuhkan penguatan dalam pemahaman etika, literasi digital, personal branding, dan kesiapan kerja. Empat pilar materi utama diberikan untuk memastikan pemahaman yang komprehensif, yaitu: Penguatan Etika dalam Dunia Kerja dan Ruang Digital, Literasi Digital sebagai Bekal Kesiapan Kerja, Pengembangan Personal Branding yang Positif dan Profesional, serta Peningkatan Kesiapan Kerja melalui Penguatan Soft Skills.

Pada pilar pertama, siswa diberikan materi mengenai etika profesional di tempat kerja dan dunia digital, termasuk etika komunikasi, penggunaan media sosial, tanggung jawab, disiplin, dan integritas. Materi disampaikan melalui ceramah interaktif dan studi kasus yang menunjukkan contoh pelanggaran etika. Pilar kedua menekankan literasi digital, kemampuan mengakses, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara kritis, serta pemanfaatan teknologi untuk kegiatan produktif. Metode diskusi kelompok dan refleksi diri digunakan untuk menstimulasi berpikir kritis tentang dampak positif dan negatif teknologi.

Pilar ketiga membahas personal branding, yaitu pembangunan citra diri yang baik, konsisten, dan profesional. Siswa belajar mengenali potensi diri, menampilkan sikap yang mencerminkan kemampuan, dan memanfaatkan media digital untuk memperbaiki reputasi. Metode yang digunakan berupa simulasi dan diskusi kelompok agar siswa dapat melakukan refleksi diri. Pilar keempat menekankan kesiapan kerja melalui penguatan soft skills, seperti komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, kepercayaan diri, dan kesiapan mental menghadapi tantangan dunia kerja. Simulasi situasi kerja nyata digunakan untuk melatih sikap profesional dan adaptasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, diskusi reflektif, tanya jawab, dan masukan langsung dari siswa untuk mengetahui pemahaman dan manfaat yang diperoleh. Instrumen penelitian berupa pedoman observasi, modul materi, dan lembar refleksi siswa yang disusun untuk menilai pemahaman etika, literasi digital, personal branding, serta



kesiapan kerja. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk menilai tingkat pemahaman siswa dan efektivitas kegiatan pengabdian.

Dengan metode ini, diharapkan siswa SMK Al Amanah mampu memahami secara menyeluruh tentang etika dan literasi digital, membangun personal branding yang baik, serta siap menghadapi dunia kerja dan persaingan di tingkat 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 sudah aktif menggunakan media digital, namun tingkat pemahaman mereka terhadap pemanfaatan media tersebut secara etis dan profesional masih beragam.

1. Hasil Pemahaman Etika Digital Siswa

Hasil menunjukkan bahwa sebagian besar siswa telah memahami etika dasar dalam 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 dari unggahan digital terhadap citra diri mereka. Beberapa siswa belum membedakan dengan jelas antara konten pribadi dan konten yang bersifat profesional.

2. Hasil Tingkat Literasi Digital

Dari sisi literasi digital, siswa sudah cukup mampu mengakses dan menggunakan berbagai platform digital seperti media sosial dan mesin pencari. Akan tetapi, kemampuan dalam menyaring informasi, mengenali hoaks, serta memahami kredibilitas sumber informasi masih perlu ditingkatkan. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital siswa berada pada kategori cukup, namun belum optimal.

3. Hasil Pemahaman Personal Branding

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

4. Dampak Kegiatan terhadap Siswa

Pelaksanaan kegiatan etika dan literasi digital memberikan dampak positif terhadap pola pikir siswa. Siswa menjadi lebih berhati-hati dalam menggunakan media sosial, lebih selektif dalam membagikan konten, serta mulai menyesuaikan aktivitas digital mereka dengan tujuan karier di masa depan. Selain itu, siswa menunjukkan peningkatan kesadaran akan pentingnya sikap profesional di ruang digital.





**Gambar 1: Etika dan Literasi digital dalam personal branding
(Sumber: Dokumentasi)**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbagi menjadi dua sesi utama yang saling melengkapi, dan hasil yang dicapai sangat relevan dengan tujuan PKM.

1. Sesi I : Etika dan literasi digital memiliki peran penting dalam membangun personal branding di era digital.

Sesi pertama dibawakan oleh Galang Muhammad Ravi, Saat ini, media sosial dan internet menjadi ruang utama bagi individu untuk mengekspresikan diri, menunjukkan kemampuan, serta membentuk citra di mata orang lain. Oleh karena itu, cara bersikap dan berinteraksi di dunia digital harus dilakukan secara bijak dan bertanggung jawab.

Etika digital berkaitan dengan perilaku yang sopan, jujur, dan menghargai orang lain saat menggunakan media digital. Dalam personal branding, etika digital tercermin dari cara seseorang berkomentar, membagikan informasi, serta menyikapi perbedaan pendapat. Sikap yang santun dan bertanggung jawab akan membentuk citra diri yang positif, sedangkan perilaku negatif seperti



menyebarkan hoaks, ujaran kebencian, atau konten tidak pantas dapat merusak reputasi (Hamama, 2024; Hardianti, 2024).

Sementara itu, literasi digital merupakan kemampuan untuk memahami dan memanfaatkan informasi digital secara cerdas. Literasi digital membantu individu dalam memilah informasi yang benar, menggunakan media sosial secara aman, serta memilih konten yang sesuai dengan citra diri yang ingin dibangun. Dengan literasi digital yang baik, seseorang mampu berpikir kritis sebelum membagikan informasi dan menyadari dampak dari jejak digital yang ditinggalkan (Hariyono et al., 2025; Ilmudinulloh et al., 2026; Kurniawan, 2025).

2. Sesi II : Dalam dunia kerja, etika dan literasi digital memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk personal branding seorang individu.

Sesi dua dibawakan oleh Annger Nugroho Eko Heriyanto, Martah kartika Sari Dewi Sihombing, Dalam sebuah Perusahaan tidak hanya menilai kemampuan teknis, tetapi juga sikap dan perilaku calon maupun karyawan melalui jejak digital yang ditinggalkan di media sosial dan platform online lainnya. Oleh karena itu, penggunaan media digital harus dilakukan secara profesional dan bertanggung jawab.

Etika digital di dunia kerja tercermin dari cara berkomunikasi secara sopan, menghargai pendapat rekan kerja, serta menjaga nama baik perusahaan di ruang digital. Karyawan yang mampu menjaga etika digital akan dipandang memiliki integritas, kedewasaan, dan sikap profesional. Sebaliknya, perilaku negatif seperti menyebarkan informasi internal perusahaan, komentar tidak pantas, atau konflik di media sosial dapat merusak personal branding dan kepercayaan dari atasan maupun rekan kerja.

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa penguatan etika dan literasi digital secara terpadu memiliki implikasi penting dalam membentuk personal branding siswa SMK Al Amanah, meningkatkan kesadaran profesional, dan mempersiapkan mereka menghadapi tantangan dunia kerja. Implikasi penelitian ini menekankan perlunya integrasi pendidikan etika digital dan literasi secara berkelanjutan dalam kurikulum SMK serta program pembinaan siswa.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengevaluasi dampak jangka panjang dari program ini dengan metode kuantitatif atau longitudinal, menggunakan instrumen yang lebih terstandarisasi, serta melibatkan sampel yang lebih beragam dari beberapa sekolah kejuruan. Selain itu, penelitian lanjutan dapat meneliti pengaruh kegiatan ini terhadap performa kerja nyata



siswa setelah memasuki dunia industri, sehingga memberikan gambaran lebih komprehensif tentang efektivitas pendidikan etika digital dan literasi dalam personal branding.

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 memiliki peran penting dalam membentuk personal branding siswa sebagai bekal menghadapi dunia kerja.

Sebelum kegiatan PKM dilaksanakan, sebagian siswa masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai penggunaan media digital secara etis dan profesional. Media sosial cenderung digunakan untuk hiburan tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap citra diri dan masa depan karier.

Melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, diskusi, 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 hanya berkaitan dengan popularitas, tetapi juga mencerminkan sikap, etika, kompetensi, dan tanggung jawab.

Dengan demikian, kegiatan PKM ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan kesadaran siswa untuk menggunakan media digital secara bijak, bertanggung jawab, dan produktif sebagai persiapan memasuki dunia kerja.

REFERENCES

- Ependi, S. (2025). Konektivitas Pendidikan SMK PP Negeri Bengkulu, Membangun Masa Depan Berbasis Keterampilan. *JPT: Jurnal Pendidikan Tematik*, 6(1), 14–20.
- Hamama, S. (2024). Etika komunikasi dalam media sosial: Tantangan dan solusinya. *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 4(2), 182–197.
- Hardianti, L. T. (2024). Literasi digital dan berkembangnya hate speech di media sosial dalam Pilpres 2024. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(4), 61–72.
- Hariyono, H., Judijanto, L., Baka, C., Fatimah, I. F., Haryono, P., & Efitra, E. (2025). *Literasi Digital dan Media dalam Dunia Pendidikan*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Ihsan, M. (2017). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesiapan kerja pada siswa SMK Negeri 1 Sinjai*. Pascasarjana.
- Ilmudinulloh, R., Djafri, N., Mulyani, A., & Djunaid, U. (2026). *Literasi Digital Dalam Dunia Akademik*. PT. Digitus Literatus Indonesia.
- Kurniawan, S. (2025). *Literasi Digital Untuk Abad Ke-21*. Pustaka Aksara.



- Muharom, S., Wati, I., Wati, I., & Mulyana, A. (2026). Membangun Digital Ethics Melalui Literasi Digital Bagi Generasi Z di SMK Kebangsaan Tangerang Selatan. *JEMTRAMAS: Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat*, 1(1), 39–46.
- Waruwu, L., Zebua, A. M., Lase, F. K., & Harefa, O. (2024). Evaluasi penggunaan teknologi informasi dalam pembelajaran di SMK: tantangan, peluang dan solusi. *Journal of Education Research*, 5(3), 3790–3799.
- Winata, K. A., Hartati, M., Muafii, M. M., & Sudrajat, T. (2025). Evaluasi efektivitas kurikulum berbasis kompetensi (KBK) dalam meningkatkan keterampilan praktis peserta didik. *Jurnal Al-Qiyam*, 6(1), 41–52.

