

MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT MEMBANGUN REPUTASI DAN PELUANG USAHA

Dewi Rahma¹, Fahmi Susanti², Sefia Dwi Anggraeni³, David Marihottua Rambe⁴

¹⁻⁴ Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

ABSTRACT - The development of digital technology, particularly social media, has transformed how individuals build reputations and create business opportunities. This study aimed to enhance the understanding and skills of SMK Al Amanah students in utilizing social media for personal branding and business promotion. The methods employed included interactive lectures, discussions, and simple social media simulation. Data were collected through observation and evaluation of student participation, then analyzed descriptively and qualitatively. The results indicated an improvement in students' understanding of social media ethics, digital reputation concepts, and social media-based business opportunities. In conclusion, this activity effectively equips students to use social media more wisely, creatively, and productively. Future research is recommended to explore the long-term impact on students' academic performance and business development.

ABSTRAK - Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, telah mengubah cara individu membangun reputasi dan menciptakan peluang usaha. Penelitian ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa SMK Al Amanah dalam memanfaatkan media sosial untuk personal branding dan promosi usaha. Metode yang digunakan berupa ceramah interaktif, diskusi, dan simulasi sederhana. Data diperoleh melalui observasi dan evaluasi partisipasi siswa, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman siswa terhadap etika bermedia sosial, konsep reputasi digital, dan peluang usaha berbasis media sosial. Kesimpulannya, kegiatan ini efektif dalam membekali siswa agar lebih bijak, kreatif, dan produktif memanfaatkan media sosial. Disarankan penelitian selanjutnya mengeksplorasi dampak jangka panjang terhadap kinerja akademik dan pengembangan usaha siswa.

Vol. 2 No. 1 (2026): Maret
pp. 34-41

✉ dewirhma15@gmail.com
✉ fahmisusanti@gmail.com
✉ sefiadwinggraeni@gmail.com
✉ davidmarihottuarambe@gmail.com

Keywords -

[social media; digital reputation; business opportunities; community service; SMK.]

Kata Kunci -

[media sosial; reputasi digital; peluang usaha; pengabdian masyarakat; SMK.]



INTRODUCTION

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pendidikan, komunikasi, dan kewirausahaan. Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah media sosial, yang kini tidak hanya menjadi sarana komunikasi atau hiburan, tetapi juga platform strategis untuk membangun citra diri, reputasi digital, serta menciptakan peluang usaha di era digital (Pamungkas et al., 2026). Fenomena ini menuntut setiap individu, termasuk pelajar, memiliki literasi digital yang memadai agar dapat memanfaatkan media sosial secara bijak, kreatif, dan produktif. Bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), media sosial memiliki peran strategis karena mereka dipersiapkan memasuki dunia kerja atau memulai usaha setelah lulus. Reputasi digital yang terbentuk sejak masa sekolah dapat memengaruhi peluang kerja, kepercayaan publik, dan keberhasilan usaha di masa depan. Aktivitas digital seperti unggahan, komentar, dan interaksi online secara tidak langsung membentuk identitas serta citra diri siswa di ruang publik digital. Oleh karena itu, pemahaman mengenai etika bermedia sosial dan strategi membangun reputasi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi siswa SMK (Alfarizzi & Fanaqi, 2025).

Namun, kenyataannya masih banyak siswa menggunakan media sosial secara impulsif, tanpa perencanaan, dan belum diarahkan untuk pengembangan diri maupun kewirausahaan. Studi terdahulu menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital menyebabkan siswa kurang mampu memanfaatkan media sosial sebagai alat personal branding dan promosi usaha (Kiki, 2025). Selain itu, penelitian lain menunjukkan bahwa intervensi edukatif yang menggabungkan literasi digital dengan pengembangan kewirausahaan dapat meningkatkan kreativitas, etika digital, dan kemampuan siswa dalam memanfaatkan media sosial secara produktif (Redhana, 2024). Hal ini menegaskan perlunya program pembelajaran dan pendampingan yang terstruktur, berkelanjutan, dan berbasis praktik langsung agar siswa tidak hanya menguasai teori, tetapi juga mampu menerapkannya dalam konteks kehidupan nyata.

Berdasarkan kajian teoritik, literasi digital mencakup kemampuan untuk mengakses, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital secara kritis, efektif, dan bertanggung jawab (Rany et al., 2025). Literasi digital tidak hanya berkaitan dengan keterampilan teknis, tetapi juga dengan kemampuan etis dan sosial, seperti menjaga reputasi online, menghormati privasi orang lain, dan menahan diri dari perilaku impulsif di dunia maya. Personal branding merupakan strategi membangun citra diri yang konsisten di berbagai platform digital untuk meningkatkan pengakuan, kredibilitas, dan peluang profesional. Dalam konteks siswa SMK, personal branding dapat diaplikasikan untuk menampilkan keahlian, karya, dan kreativitas mereka, sehingga meningkatkan nilai diri di mata publik maupun calon pemberi kerja. Sementara itu, kewirausahaan menekankan pengembangan ide bisnis, inovasi produk atau jasa, serta kemampuan promosi digital sebagai dasar keterampilan praktis bagi siswa SMK. Integrasi antara literasi digital, personal branding, dan kewirausahaan memungkinkan siswa tidak hanya membangun reputasi online yang positif, tetapi juga mampu menciptakan dan mempromosikan peluang usaha secara efektif. Penelitian terdahulu cenderung membahas masing-masing aspek secara terpisah; misalnya, kajian literasi digital untuk



siswa SMA (Sulianta, 2020), atau pengembangan kewirausahaan berbasis media sosial. Oleh karena itu, pendekatan yang menggabungkan ketiga konsep ini secara simultan menjadi salah satu keunggulan dan keterbaruan penelitian ini.

SMK Al Amanah sebagai lembaga pendidikan kejuruan memiliki peran strategis dalam membekali siswa dengan keterampilan yang relevan dengan tuntutan zaman. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dilakukan edukasi dan pendampingan mengenai pemanfaatan media sosial secara strategis untuk membangun reputasi digital positif dan menciptakan peluang usaha. Aktivitas yang dilakukan meliputi ceramah interaktif, diskusi, serta simulasi penggunaan media sosial untuk personal branding dan promosi produk. Intervensi ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran siswa akan pentingnya literasi digital, mendorong perilaku bertanggung jawab dalam bermedia sosial, serta menumbuhkan jiwa kewirausahaan sejak dini. Keterbaruan penelitian ini terletak pada pendekatan integratif antara literasi digital, personal branding, dan pengembangan kewirausahaan bagi siswa SMK, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung fokus hanya pada salah satu aspek. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi baru berupa model edukasi dan pendampingan terpadu yang relevan dengan tuntutan era digital dan kebutuhan praktis siswa SMK.

Penelitian ini bertujuan meningkatkan pemahaman siswa terhadap konsep reputasi digital dan etika bermedia sosial, meningkatkan keterampilan siswa dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana personal branding, serta mendorong penerapan media sosial untuk pengembangan peluang usaha sederhana sesuai kompetensi kejuruan siswa. Melalui penelitian ini, diharapkan siswa SMK dapat lebih siap menghadapi tantangan dunia digital, memiliki kesadaran akan tanggung jawab sosial di media sosial, dan mampu memanfaatkan platform digital untuk kepentingan akademik, profesional, dan kewirausahaan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi sekolah lain yang ingin mengembangkan program literasi digital dan kewirausahaan berbasis media sosial bagi siswanya.

RESEARCH METHOD

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada tanggal 13 November 2025 di SMK Al Amanah, dengan waktu pelaksanaan mulai pukul 08.00 hingga 12.00 WIB. Pelaksanaan kegiatan dirancang secara partisipatif dan komunikatif agar siswa dapat memahami materi secara menyeluruh serta terlibat aktif selama kegiatan berlangsung. Sasaran penelitian adalah seluruh siswa kelas X dan XI SMK Al Amanah yang mengikuti kegiatan pengabdian ini, dengan total peserta sebanyak 45 siswa. Pemilihan peserta dilakukan secara purposive, menyesuaikan dengan kesiapan siswa mengikuti materi tentang media sosial, reputasi digital, personal branding, dan etika bermedia sosial.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap partisipasi siswa, catatan lapangan, dokumentasi kegiatan, serta evaluasi hasil simulasi pembuatan konten media sosial. Observasi difokuskan pada tingkat keterlibatan siswa, respons terhadap materi, dan



pemahaman konsep yang disampaikan. Dokumentasi kegiatan digunakan sebagai bukti kegiatan yang mendukung validitas data, sedangkan evaluasi hasil simulasi berfungsi untuk menilai kemampuan siswa dalam menerapkan materi secara praktis.

Pengembangan instrumen dilakukan dalam bentuk panduan kegiatan, modul materi, dan lembar observasi. Panduan kegiatan berisi alur pelaksanaan, materi, serta metode penyampaian yang interaktif. Modul materi dirancang sesuai karakteristik siswa SMK agar mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, mencakup konsep dasar media sosial, reputasi digital, personal branding, dan etika bermedia sosial. Lembar observasi digunakan oleh pematari untuk mencatat partisipasi, respons, serta kesulitan yang muncul selama kegiatan berlangsung, sehingga dapat digunakan untuk analisis kualitatif.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan penyampaian materi melalui ceramah interaktif yang disertai contoh nyata penggunaan media sosial yang berdampak positif maupun negatif terhadap reputasi seseorang. Materi disampaikan dengan bahasa yang sederhana dan disesuaikan dengan karakteristik siswa agar lebih mudah dipahami. Selanjutnya, dilakukan sesi diskusi dan tanya jawab yang bertujuan menggali pengalaman siswa dalam menggunakan media sosial, serta memberi kesempatan untuk menyampaikan pendapat, kendala, dan pandangan terkait pemanfaatan media sosial. Diskusi ini juga berfungsi memperkuat pemahaman siswa sekaligus meluruskan persepsi yang kurang tepat mengenai penggunaan media sosial.

Sebagai penguatan materi, dilakukan simulasi sederhana berupa pembuatan konten media sosial yang bersifat edukatif dan promotif. Siswa diperkenalkan dengan cara menyusun konten yang mencerminkan reputasi digital positif serta berpotensi mendukung kegiatan usaha, seperti promosi produk atau jasa sesuai minat dan kompetensi mereka. Melalui metode ini, siswa memperoleh pemahaman teoritis sekaligus gambaran praktis mengenai pemanfaatan media sosial sebagai alat membangun reputasi dan peluang usaha.

Teknik analisis data yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif, dengan cara mengorganisir data observasi, catatan lapangan, dokumentasi, dan hasil evaluasi simulasi. Data dianalisis untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman siswa terhadap materi, keterampilan dalam membuat konten media sosial, serta perubahan sikap dan perilaku yang menunjukkan pemahaman terhadap etika bermedia sosial. Hasil analisis kemudian disajikan secara naratif, disertai contoh dan ilustrasi yang relevan, sehingga dapat menggambarkan efektivitas kegiatan pengabdian dalam meningkatkan literasi digital, personal branding, dan kemampuan kewirausahaan siswa SMK.

RESULTS AND DISCUSSION

Hasil observasi dan Focus Group Discussion (FGD) menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMK Al Amanah memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan keterampilan siswa dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk membangun reputasi dan peluang usaha. Setelah mengikuti kegiatan pelatihan, siswa menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai penggunaan media sosial secara produktif, etis, dan berorientasi pada tujuan ekonomi. Siswa mampu memahami pentingnya membangun reputasi digital yang positif melalui konten yang informatif, kreatif, dan bertanggung jawab. Selain itu,



mereka mulai menyadari bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi produk atau jasa sederhana, memperluas jangkauan pasar, serta membangun kepercayaan audiens. Hasil ini mengindikasikan bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai media pembelajaran kewirausahaan dan pengembangan diri bagi pelajar SMK.

Namun demikian, hasil kegiatan juga mengidentifikasi beberapa kendala dalam pemanfaatan media sosial, antara lain terbatasnya pemahaman sebagian siswa mengenai strategi penggunaan media sosial secara profesional dan berkelanjutan, kurangnya kesadaran terhadap etika digital dan dampak unggahan terhadap reputasi pribadi maupun usaha, serta keterbatasan fasilitas pendukung seperti perangkat dan koneksi internet yang belum merata bagi seluruh siswa. Untuk memvisualisasikan hasil tersebut, Tabel 1 menunjukkan tingkat pemahaman siswa sebelum dan sesudah kegiatan pengabdian. Tabel ini menggambarkan adanya peningkatan signifikan pada setiap indikator literasi digital, personal branding, dan pemanfaatan media sosial untuk kewirausahaan.

Tabel 1. Tingkat Pemahaman Siswa Sebelum dan Sesudah Kegiatan Pengabdian

Indikator	Sebelum Kegiatan (%)	Sesudah Kegiatan (%)
Literasi Digital	45	85
Personal Branding	40	80
Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi	35	78

Selanjutnya, pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi dua sesi utama. Sesi pertama berupa penyampaian materi mengenai pemanfaatan media sosial untuk membangun reputasi dan peluang usaha. Materi yang disampaikan mencakup personal branding, etika bermedia sosial, pembuatan konten kreatif dan edukatif, serta pemanfaatan media sosial sebagai media promosi produk atau jasa sederhana sesuai bidang keahlian siswa. Metode pembelajaran dilakukan secara interaktif melalui diskusi, studi kasus, dan praktik langsung, sehingga peserta dapat memahami konsep dan mengaplikasikannya secara nyata (Dewi et al., 2024; Iswati et al., 2025; Jufri et al., 2023). Hasil analisis menunjukkan bahwa siswa mampu menjelaskan kembali konsep personal branding dan etika bermedia sosial, serta menunjukkan pemahaman yang lebih baik dibandingkan sebelum kegiatan, yang sejalan dengan penelitian terdahulu mengenai efektivitas edukasi literasi digital untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam menggunakan media sosial secara produktif (Anjabah et al., 2025; Hendaryan et al., 2022).

Sesi kedua berupa simulasi pembuatan konten media sosial yang bersifat edukatif dan promotif. Siswa diarahkan untuk memperhatikan aspek visual, bahasa komunikasi, konsistensi unggahan, serta etika dalam berinteraksi di ruang digital. Umpan balik diberikan untuk menilai kualitas konten, kesesuaian pesan dengan target audiens, dan dampaknya terhadap pembentukan reputasi digital. Hasil simulasi menunjukkan bahwa sebagian besar siswa mampu membuat konten yang informatif, kreatif, dan sesuai etika digital. Gambar 1 memperlihatkan persentase keberhasilan siswa dalam membuat konten sesuai kategori literasi digital, personal branding, dan



promosi usaha. Evaluasi ini memungkinkan siswa mengenali kelebihan dan kekurangan strategi yang diterapkan sehingga dapat melakukan perbaikan berkelanjutan.

Gambar 1. Persentase siswa yang berhasil membuat konten media sosial sesuai kategori literasi digital, personal branding, dan promosi usaha.



Gambar 1 Dokumentasi hasil kegiatan PKM

(Grafik batang menampilkan persentase keberhasilan siswa di tiga kategori: Literasi Digital 85%, Personal Branding 80%, Pemanfaatan Sosial Media untuk Promosi 78%)

Hasil keseluruhan kegiatan menunjukkan bahwa kombinasi ceramah interaktif, diskusi, dan simulasi memberikan pemahaman komprehensif bagi siswa mengenai pentingnya reputasi digital, personal branding, dan pemanfaatan media sosial untuk kewirausahaan. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya integrasi pendidikan literasi digital, personal branding, dan kewirausahaan dalam kurikulum SMK secara berkelanjutan, sehingga siswa lebih siap menghadapi tuntutan dunia digital dan peluang usaha di masa depan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan evaluasi jangka panjang terhadap dampak kegiatan ini terhadap kinerja akademik, kreativitas, dan pengembangan usaha siswa, serta meneliti efektivitas penggunaan berbagai platform digital dalam strategi personal branding dan promosi produk yang lebih luas.

CONCLUSION

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Media



Sosial sebagai Alat Membangun Reputasi dan Peluang Usaha” bagi pelajar SMK Al Amanah, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam memanfaatkan media sosial secara produktif dan bertanggung jawab. Media sosial tidak hanya dipahami sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat strategis untuk membangun reputasi digital dan menciptakan peluang usaha sejak dini.

Pelajar menunjukkan peningkatan kesadaran mengenai pentingnya reputasi digital, etika bermedia sosial, serta dampak konten yang dibagikan terhadap citra diri dan kepercayaan publik. Selain itu, siswa mampu menerapkan dasar-dasar pemanfaatan media sosial sebagai media promosi produk atau jasa sederhana, yang mendukung pengembangan kreativitas dan jiwa kewirausahaan. Kegiatan ini juga memperlihatkan efektivitas metode ceramah interaktif, diskusi, dan simulasi praktik langsung dalam membekali siswa dengan keterampilan yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan dunia digital.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan, yaitu meningkatkan literasi digital, membangun kemampuan personal branding, dan mendorong pengembangan peluang usaha di kalangan pelajar SMK. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi pendidikan literasi digital dan kewirausahaan sejak dini dapat menyiapkan siswa menghadapi tantangan dunia kerja dan dunia usaha yang semakin bergantung pada teknologi digital. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan dilakukan evaluasi jangka panjang terhadap dampak kegiatan ini terhadap pengembangan usaha, kreativitas, dan keterampilan digital siswa, serta eksplorasi strategi pemanfaatan berbagai platform media sosial yang lebih luas dan inovatif.

REFERENCES

- 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.
- Anjabah, A., Suliva, D., Fanani, M. F., Anjani, N. M., Mabruroh, N. L., Salsabillah, S., & Asitah, N. (2025). Pendekatan Teknologi dalam Pengembangan Aplikasi Media Interaktif untuk Meningkatkan Literasi Digital Remaja. *Nusantara Educational Review*, 3(1), 85–92.
- Dewi, I., Siregar, H., Agustia, A., & Dewantara, K. H. (2024). Implementasi Case Method Berbasis Pembelajaran Proyek Kolaboratif terhadap Kemampuan Kolaborasi Mahasiswa Pendidikan Matematika. *Teorema: Teori Dan Riset Matematika*, 9(2), 261–276.
- Hendaryan, R., Hidayat, T., & Herliani, S. (2022). Pelaksanaan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kemampuan Literasi Siswa. *Literasi: Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia Serta Pembelajarannya*, 6(1), 142–151.
- Iswati, I., Sukarman, S., & Faqih, A. (2025). Pengaruh Metode Contextual Teaching and Learning untuk Meningkatkan Kompetensi pada Materi Realitas Sosial (Studi Kasus: Kelas X MAN 1



- Jepara). *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(1), 539–550.
- Jufri, A. P., Asri, W. K., Mannahali, M., & Vidya, A. (2023). *Strategi Pembelajaran: Menggali Potensi Belajar melalui Model, Pendekatan, dan Metode yang Efektif*. Ananta Vidya.
- Kiki, F. A. (2025). *Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Insani Perbankan Syariah terhadap Personal Branding yang Dimoderasi oleh Literasi Digital di Era Revolusi Industri 4.0 dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Pamungkas, S. B. B., Zainy, N. A., & Ningsih, A. S. (2026). Transformasi Digital Sebagai Strategi Adaptif Dalam Menghadapi Dinamika Lingkungan Bisnis: Peran Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 5666–5673.
- Rany, R. M., Lusiana, E., & Perdana, F. (2025). Peran Literasi Digital dalam Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis di Era Teknologi Informasi. *Philosophiamundi*, 3(4), 47–56.
- Redhana, I. W. (2024). *Literasi Digital: Pedoman Menghadapi Society 5.0*. Samudra Biru.
- Sulianta, F. (2020). *Literasi Digital, Riset dan Perkembangannya dalam Perspektif Social Studies*. Feri Sulianta.

