

BIJAK MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN PERSONAL BRANDING

Mohammad Rizqi¹, Fahmi Susanti², Amanda Safitri³, Rian Nur Fadilah⁴

¹⁻⁴ Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

ABSTRACT - The rise of social media demands that young generations possess adequate digital literacy and social media ethics. This Community Service (PKM) research aims to enhance the understanding and awareness of SMK Al Amanah students in using social media responsibly to build a positive personal image. The method applied was an educational-participatory approach through counseling, interactive discussions, and positive content creation simulations. Data were collected through observation and assessment of student participation, then analyzed qualitatively using descriptive methods. Results indicate improved student understanding of personal branding, digital ethics, and the importance of maintaining a digital footprint as a representation of identity. This activity strengthens students' digital literacy and ethical character. Future research is recommended to develop sustainable programs and include long-term evaluation to measure the impact on students' digital behavior.

ABSTRAK - Perkembangan media sosial menuntut generasi muda memiliki literasi digital dan etika bermedia sosial yang memadai. Penelitian Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan kesadaran siswa SMK Al Amanah dalam menggunakan media sosial secara bertanggung jawab untuk membangun citra diri positif. Metode yang digunakan bersifat edukatif-partisipatif melalui penyuluhan, diskusi interaktif, dan simulasi pembuatan konten positif. Data dikumpulkan melalui observasi dan penilaian partisipasi siswa, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman siswa tentang personal branding, etika digital, dan pentingnya menjaga jejak digital sebagai representasi identitas. Kegiatan ini memperkuat literasi digital dan karakter siswa yang beretika. Disarankan penelitian selanjutnya mengembangkan program berkelanjutan dan melibatkan evaluasi jangka panjang untuk mengukur dampak perilaku digital siswa.

**Vol. 2 No. 1 (2026): Maret
pp. 42-49**

✉ rian31nur08fadilah04@gmail.com
✉ fahmisusanti@gmail.com
✉ amandasafitri@gmail.com
✉ riannurfadilah@gmail.com

Keywords -

[Digital literacy; digital ethics; personal branding; social media.]

Kata Kunci -

[Etika digital; literasi digital; media sosial; personal branding.]



INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital telah mendorong media sosial menjadi salah satu ruang publik utama bagi masyarakat, khususnya generasi muda. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga memainkan peran strategis dalam membentuk citra diri atau personal branding. Bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), kemampuan mengelola citra diri secara digital menjadi aspek penting dalam mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja, di mana reputasi digital dapat memengaruhi peluang karier dan persepsi profesional. Personal branding digital yang efektif memerlukan pemahaman mengenai etika bermedia sosial, literasi digital, serta kemampuan menciptakan konten yang sesuai dengan citra diri yang diinginkan.

Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak siswa SMK belum memahami secara mendalam tentang etika penggunaan media sosial dan dampak jangka panjang dari jejak digital mereka. Penggunaan media sosial secara tidak terkendali atau sembarangan dapat menimbulkan citra negatif yang berpotensi menghambat peluang karier, memunculkan risiko sosial, bahkan memengaruhi reputasi pribadi secara permanen. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital sering dikaitkan dengan perilaku online yang berisiko, seperti penyebaran informasi tidak akurat, cyberbullying, serta pelanggaran etika digital (UGM Press, 2021).

Kondisi serupa ditemukan pada siswa SMK Al Amanah, di mana penggunaan media sosial masih didominasi untuk hiburan dan interaksi sosial santai, sedangkan pemanfaatannya untuk pengembangan diri, pembelajaran, dan personal branding masih sangat terbatas. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan pemahaman siswa mengenai cara memanfaatkan media sosial secara bijak, mengelola citra diri digital, dan memahami konsekuensi dari setiap aktivitas online. Dengan kata lain, literasi digital dan etika bermedia sosial menjadi keterampilan krusial yang harus dibekali sejak dini agar siswa siap menghadapi tuntutan dunia kerja yang semakin kompetitif dan berbasis teknologi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk memberikan intervensi edukatif yang terstruktur, menggabungkan literasi digital, etika bermedia sosial, dan penguatan personal branding. Pendekatan yang digunakan bersifat edukatif-partisipatif, meliputi penyuluhan, diskusi interaktif, simulasi pembuatan konten positif, serta refleksi terhadap perilaku digital siswa. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, kuesioner, dan dokumentasi aktivitas siswa selama kegiatan, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk mengevaluasi perubahan pemahaman dan kesadaran siswa.

Kajian teoritik mendukung urgensi intervensi ini. Literasi digital didefinisikan sebagai kemampuan untuk mencari, mengevaluasi, memanfaatkan, dan menciptakan informasi secara efektif melalui teknologi digital (Safitri et al., 2025). Literasi digital mencakup pengetahuan teknis, kemampuan berpikir kritis, serta kesadaran etis dalam penggunaan media digital. Sementara itu, personal branding digital menekankan pentingnya pengelolaan citra diri melalui konten yang konsisten, profesional, dan etis di dunia maya (Judijanto et al., 2024). Integrasi literasi digital dan



personal branding diyakini dapat membekali siswa dengan keterampilan yang tidak hanya meningkatkan citra diri, tetapi juga membangun karakter digital yang bertanggung jawab.

Penelitian terdahulu menunjukkan efektivitas intervensi edukatif dalam meningkatkan literasi digital dan etika bermedia sosial. Misalnya, studi oleh (Hasyati et al., 2025) menekankan bahwa program pelatihan partisipatif dapat meningkatkan kesadaran siswa mengenai dampak jangka panjang dari aktivitas online. Selain itu, penelitian oleh (Marzuki et al., 2025) menunjukkan bahwa pemahaman tentang personal branding digital dapat meningkatkan kesiapan siswa menghadapi dunia kerja dan membangun reputasi profesional sejak dini. Namun, sebagian besar penelitian terdahulu masih bersifat umum atau berfokus pada siswa sekolah menengah atas, sehingga penelitian yang secara khusus menargetkan siswa SMK, terutama di Indonesia, masih terbatas.

Keterbaruan dari penelitian ini terletak pada penerapan program edukatif yang menyatukan literasi digital, etika bermedia sosial, dan pengembangan personal branding secara praktis untuk siswa SMK, dengan fokus pada penguatan karakter digital yang berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini juga menghadirkan pendekatan partisipatif yang melibatkan siswa secara aktif, bukan sekadar penyuluhan satu arah, sehingga diharapkan dapat menghasilkan perubahan perilaku yang nyata dalam penggunaan media sosial.

Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran siswa SMK Al Amanah dalam menggunakan media sosial secara bertanggung jawab, membentuk citra diri positif, serta memperkuat literasi digital dan karakter etis. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan program edukasi digital yang berkelanjutan, memberikan rekomendasi bagi sekolah dan lembaga pendidikan dalam merancang strategi pembelajaran berbasis literasi digital, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang menyoroti pengembangan personal branding siswa di era digital.

RESEARCH METHOD

Metode penelitian ini merupakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan pendekatan edukatif-partisipatif yang bertujuan meningkatkan literasi digital, etika bermedia sosial, dan kemampuan personal branding siswa SMK Al Amanah, Tangerang Selatan. Kegiatan dirancang dalam tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, tim peneliti melakukan koordinasi dengan pihak sekolah untuk memastikan kelancaran kegiatan, melakukan observasi awal terhadap perilaku digital siswa, serta menyusun materi edukasi yang relevan dan mudah dipahami. Tahap pelaksanaan dilakukan dengan melibatkan siswa secara aktif melalui penyuluhan, diskusi interaktif, dan simulasi pembuatan konten digital yang positif. Kegiatan ini dirancang agar siswa tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga dapat mempraktikkan pengetahuan yang diperoleh dalam konteks penggunaan media sosial yang bertanggung jawab.

Populasi penelitian adalah seluruh siswa SMK Al Amanah dari berbagai jurusan, dengan sasaran siswa yang aktif menggunakan media sosial dan bersedia mengikuti seluruh rangkaian



kegiatan. Sebanyak 60 siswa terlibat dalam kegiatan ini, mewakili lintas jurusan untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai tingkat literasi digital dan etika bermedia sosial. Data dikumpulkan melalui kombinasi observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Observasi dilakukan selama kegiatan untuk menilai partisipasi siswa dan keterlibatan dalam diskusi, sementara kuesioner digunakan untuk mengukur pemahaman siswa mengenai personal branding, etika digital, dan pengelolaan jejak digital sebelum dan sesudah kegiatan. Dokumentasi berupa foto, tangkapan layar, dan catatan kegiatan digunakan sebagai bukti pendukung dalam evaluasi kualitas pelaksanaan kegiatan.

Instrumen kuesioner dikembangkan berdasarkan indikator literasi digital, etika bermedia sosial, dan personal branding digital. Setiap item pertanyaan divalidasi oleh pakar pendidikan dan praktisi media digital untuk memastikan kesesuaian dengan tujuan penelitian. Observasi dilakukan menggunakan lembar penilaian partisipasi yang mencakup keaktifan, pemahaman, dan kemampuan siswa menerapkan konsep yang diajarkan. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil kuesioner dianalisis untuk menilai peningkatan pemahaman siswa sebelum dan sesudah kegiatan, sedangkan hasil observasi digunakan untuk mengevaluasi perubahan perilaku dan keterlibatan siswa selama kegiatan. Dokumentasi berfungsi sebagai bukti pendukung untuk menilai efektivitas pendekatan edukatif-partisipatif dalam membentuk literasi digital, etika bermedia sosial, dan personal branding siswa.

Dengan metode ini, diharapkan kegiatan PKM dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pemahaman siswa terhadap penggunaan media sosial secara bertanggung jawab dan kontribusi program edukatif dalam membentuk karakter digital yang positif serta kesiapan mereka menghadapi tuntutan dunia kerja di era digital.

RESULTS AND DISCUSSION

Hasil kegiatan PKM menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep personal branding dan penggunaan media sosial secara etis. Sebelum kegiatan, sebagian besar siswa SMK Al Amanah menggunakan media sosial terutama sebagai sarana hiburan dan komunikasi sosial, dengan pemahaman terbatas mengenai pengelolaan citra diri digital. Hal ini sejalan dengan temuan (Rustiyana et al., 2025), yang menyatakan bahwa rendahnya literasi digital sering mengakibatkan perilaku online yang kurang bertanggung jawab, serta memengaruhi reputasi dan peluang karier siswa. Setelah mengikuti rangkaian kegiatan edukatif-partisipatif, siswa menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana citra diri dibangun melalui konsistensi perilaku, nilai, dan pesan yang ditampilkan di media sosial. Temuan ini mendukung pandangan (Febrianty & Subanda, 2026) yang menekankan bahwa personal branding digital memerlukan manajemen yang konsisten agar citra diri yang dibentuk dapat diterima secara positif oleh publik.

Peningkatan pemahaman siswa juga tercermin dari hasil kuesioner pra- dan pasca-kegiatan. Skor rata-rata pemahaman mengenai personal branding meningkat dari 55% pada kuesioner awal menjadi 85% setelah kegiatan, menunjukkan perubahan signifikan. Selain itu, observasi terhadap partisipasi siswa dalam diskusi interaktif dan simulasi pembuatan konten positif mengindikasikan



keterlibatan aktif dan penerapan konsep yang diajarkan. Misalnya, siswa mulai mampu menyusun konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga sesuai dengan citra diri yang ingin ditampilkan dan memperhatikan etika digital. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif-partisipatif efektif dalam membekali siswa dengan keterampilan praktis yang aplikatif, sejalan dengan penelitian (Wahyuni et al., 2025), yang menekankan pentingnya pembelajaran partisipatif untuk meningkatkan kompetensi digital dan kesadaran siswa.

Kesadaran siswa terhadap pentingnya etika digital juga meningkat secara signifikan. Sebagian besar siswa kini menyadari bahwa aktivitas mereka di media sosial dapat meninggalkan jejak digital yang bersifat permanen, yang dapat memengaruhi reputasi pribadi dan profesional. Observasi selama kegiatan menunjukkan bahwa siswa lebih kritis dalam menilai konten yang mereka unggah dan mulai menerapkan prinsip etika digital, seperti memeriksa kebenaran informasi sebelum membagikan, menghargai privasi orang lain, dan menghindari komentar yang bersifat menyinggung atau menyudutkan. Temuan ini mendukung penelitian (Nur et al., 2026) yang menyatakan bahwa literasi digital memainkan peran penting dalam membentuk karakter dan tanggung jawab sosial pelajar, serta memperkuat bukti bahwa intervensi edukatif-partisipatif mampu membentuk perilaku digital yang bertanggung jawab.

Media sosial kini dipandang tidak hanya sebagai alat hiburan, tetapi juga sebagai sarana strategis untuk pengembangan diri dan persiapan karier. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai literasi digital dan etika bermedia sosial, siswa dapat mengelola jejak digital mereka secara sadar, meningkatkan citra diri positif, dan meminimalkan risiko reputasi negatif. Simulasi pembuatan konten positif memungkinkan siswa untuk mempraktikkan teori yang dipelajari, sehingga mereka mampu mengaitkan konsep personal branding dengan praktik nyata di dunia digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Febriyanto et al., 2026), yang menegaskan bahwa pengelolaan citra diri melalui konten digital yang konsisten dan etis dapat meningkatkan persepsi positif publik terhadap individu.

Gambar 1. Bijak Menggunakan Media Sosial dalam Membangun Personal Branding





Gambar ini menunjukkan aktivitas siswa dalam simulasi pembuatan konten positif, menekankan penerapan prinsip personal branding dan etika digital. Dalam kegiatan ini, siswa ditugaskan membuat konten yang sesuai dengan citra diri yang ingin ditampilkan, sambil memerhatikan dampak sosial dari setiap konten yang dipublikasikan. Gambar ini menggambarkan keterlibatan aktif siswa, interaksi dalam diskusi, dan penerapan konsep yang telah diajarkan secara praktis.

Pembahasan ini menunjukkan bahwa kegiatan PKM berhasil mencapai tujuan penelitian, yaitu meningkatkan pemahaman dan kesadaran siswa mengenai penggunaan media sosial secara bertanggung jawab dan membangun citra diri yang positif. Pendekatan edukatif-partisipatif terbukti efektif karena memungkinkan siswa untuk belajar sambil mempraktikkan konsep yang diperoleh, berbeda dengan pendekatan penyuluhan satu arah yang bersifat teoritis. Program ini juga menghadirkan keterbaruan, karena mengintegrasikan literasi digital, etika bermedia sosial, dan pengembangan personal branding secara bersamaan dalam konteks siswa SMK di Indonesia, yang sebelumnya masih jarang diteliti secara spesifik. Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, intervensi ini tidak hanya menekankan pemahaman teori, tetapi juga kemampuan praktik siswa dalam membangun personal branding yang etis, sehingga memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan karakter digital mereka.

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan program literasi digital dan personal branding sebaiknya dijadikan bagian dari kurikulum sekolah secara berkelanjutan. Pihak sekolah dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat pembelajaran strategis, sekaligus membekali siswa dengan keterampilan etika digital yang esensial bagi kesiapan karier. Selain itu, materi edukatif yang bersifat partisipatif dapat meningkatkan motivasi belajar siswa dan memperkuat pemahaman konsep secara praktis.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan evaluasi jangka panjang untuk menilai dampak perilaku digital siswa setelah kegiatan, memperluas partisipasi siswa dari berbagai sekolah atau lintas daerah, serta mengembangkan materi intervensi berbasis media digital yang



lebih interaktif dan terintegrasi dengan platform pembelajaran online. Selain itu, penelitian mendatang dapat menambahkan indikator pengukuran baru, seperti keterampilan manajemen reputasi digital, kemampuan membangun jaringan profesional online, dan pemanfaatan media sosial untuk pengembangan karier secara spesifik. Dengan demikian, program edukatif berbasis literasi digital dan personal branding dapat terus diperbaiki dan disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan dunia kerja di era digital.

CONCLUSION

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini terbukti memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan literasi digital dan kesadaran etika bermedia sosial siswa SMK Al Amanah. Melalui pendekatan edukatif-partisipatif yang mencakup penyuluhan, diskusi interaktif, dan simulasi pembuatan konten positif, siswa tidak hanya memahami teori personal branding digital, tetapi juga mampu menerapkannya dalam praktik sehari-hari. Pemanfaatan media sosial secara bijak kini menjadi bagian dari strategi siswa dalam membangun citra diri yang positif, sekaligus sebagai persiapan menghadapi tuntutan dunia kerja di era digital. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa integrasi literasi digital, etika bermedia sosial, dan pengembangan personal branding dapat membentuk karakter digital siswa yang bertanggung jawab dan siap berkompetisi secara profesional. Selain itu, keberhasilan kegiatan ini memberikan dasar bagi pengembangan program edukasi berkelanjutan yang dapat diperluas ke sekolah lain, dengan fokus pada penguatan perilaku digital yang etis, pengelolaan reputasi online, dan penerapan praktik personal branding secara konsisten. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan evaluasi jangka panjang terhadap dampak perilaku digital siswa, mengembangkan materi interaktif berbasis media digital, serta menilai efektivitas program ini dalam konteks lintas sekolah atau jurusan untuk memperkuat generalisasi temuan.

REFERENCES

- Febrianty, P. A. T., & Subanda, I. N. (2026). *Personal Branding, Dari Konsep Menuju Praktik*. Nilacakra.
- Febriyanto, M., Islamiyahb, P. A., & Farrel, R. N. (2026). Konsep dan Pentingnya Personal Branding di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia (JUPIKMAS)*, 1(2), 224–228.
- Hasyiyati, Z., Jannah, M., & Ramazalena, R. (2025). Pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan literasi digital melalui pelatihan komputer. *Jurnal Pengabdian Ekonomi Dan Sosial (JPES)*, 4(1), 25–36.
- Judijanto, L., Setiawan, Z., Saputra, R., Sarwono, D. A., Marbun, M. R., Permatasakti, D., & Ramadhan, H. (2024). *Personal branding: Membangun citra positif dalam persaingan*



- global*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Marzuki, M., Zakaria, N., Fiyul, A. Y., Halimah, L., & Arfiawati, F. (2025). Pelatihan Penggunaan Sosial Media untuk Meningkatkan Personal Branding dan Pemahaman Komunikasi Siswa SMK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 49–56.
- Nur, D., Agustin, R. F., & Putra, Y. P. (2026). Webinar Edukatif-Reflektif Sebagai Strategi Penguatan Literasi Digital Etis dan Berkelanjutan untuk Mendukung Sustainable Development Goals (SDGS). *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)*, 7(1), 124–135.
- Rustiyana, R., Anggraini, F. D., Judijanto, L., Pakpahan, A. K., Haryono, P., Sulaiman, S., & Kusumastuti, S. Y. (2025). *Literasi Digital: Membangun Wawasan Cerdas dalam Era Digital Terkini*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Safitri, F., Ramlah, R., Sandy, W., & Siregar, A. C. (2025). *Literasi digital dalam dunia pendidikan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- UGM Press. (2021). *Perempuan dan literasi digital: antara problem, hambatan, dan arah pemberdayaan*. UGM Press.
- Wahyuni, T., Shakila, Z., Almatasya, S. A. P., & Halim, A. (2025). Model Pembelajaran Berbasis Teknologi untuk Meningkatkan Literasi Digital Siswa. *Al-Hasib: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(1), 108–115.

