

SOSIALISASI MEDIA SOSIAL DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PERSONAL BRANDING PADA SMA NEGERI 6 TIGARAKSA

Febri Sari Siahaan¹, Ahmad Rasyiddin², Ibrahim Tri Nugroho³

^{1,2,3} Bisnis Digital, Universitas Tangerang Raya

febrisiahaan60@gmail.com¹, rasyidahmad.untara.ac.id²,

ibrahimtrin2004@gmail.com³

Received: 15-06-2024

Revised: 27-06-2024

Approved: 29-06-2024

ABSTRAK

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di SMA Negeri 6 Tigaraksa bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam personal branding melalui media sosial. Tujuan dari program ini adalah untuk memberikan siswa pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk membangun dan mengelola citra pribadi mereka secara efektif di dunia digital. Program dilaksanakan melalui serangkaian workshop dan seminar yang mencakup topik-topik seperti konsep personal branding, strategi konten, etika digital, dan pengembangan jaringan profesional. Metode yang digunakan dalam program ini meliputi presentasi materi, sesi tanya jawab, serta latihan praktis. Workshop dan seminar dirancang untuk memberikan pemahaman teoritis dan keterampilan praktis terkait personal branding. Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas program dalam meningkatkan kepercayaan diri siswa, keterampilan pembuatan konten, dan pemahaman etika digital. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam kepercayaan diri siswa dan keterampilan mereka dalam membuat konten yang sesuai dengan etika digital. Namun, proses evaluasi juga mengungkapkan perlunya penambahan sesi praktik dan studi kasus nyata untuk meningkatkan keterlibatan siswa. Sebagai tindak lanjut dari program ini, rencana pengembangan meliputi program mentoring dan pembentukan komunitas online untuk mendukung keberlanjutan dan perkembangan keterampilan personal branding siswa. Program ini tidak hanya berdampak positif pada kesiapan siswa menghadapi tantangan di era digital tetapi juga berkontribusi pada citra positif sekolah.

Kata Kunci: Personal Branding, Media Sosial, Pendidikan Digital, Etika Digital, Keterampilan Konten

PENDAHULUAN

Pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk personal branding telah menjadi tren yang semakin meningkat di kalangan remaja. SMA Negeri 6 Tigaraksa melihat potensi besar dari media sosial untuk mendukung pengembangan diri siswa. Media sosial seperti Instagram, Twitter, dan LinkedIn tidak hanya digunakan untuk berbagi momen pribadi, tetapi juga sebagai platform untuk menampilkan kemampuan, bakat, dan prestasi akademis siswa (Yusmaniarti et al., 2022). Penelitian menunjukkan bahwa personal branding melalui media sosial dapat meningkatkan kesadaran diri dan keterampilan komunikasi siswa, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kesuksesan mereka di masa depan (Rahmawati & Putra, 2020).

Personal branding adalah proses individu mempromosikan diri sebagai sebuah merek untuk mencapai tujuan profesional atau pribadi (Ramadani et al., 2022). Di lingkungan pendidikan, terutama di SMA Negeri 6 Tigaraksa, konsep ini dapat diterapkan untuk membantu siswa menonjolkan keunikan mereka. Dengan membangun personal branding yang kuat, siswa dapat meningkatkan rasa percaya diri dan memotivasi diri untuk meraih prestasi yang lebih tinggi. Studi menunjukkan bahwa personal branding yang efektif dapat mempengaruhi peluang karir di masa depan, menarik perhatian pemberi kerja dan institusi pendidikan tinggi (Suryani & Nugraha, 2021).

Integrasi media sosial dalam kurikulum sekolah dapat memfasilitasi pembelajaran kolaboratif dan interaktif (Pertiwi & Irwansyah, 2020). Media sosial memungkinkan siswa untuk berbagi proyek kreatif, kegiatan ekstrakurikuler, dan pencapaian akademis mereka dengan cara yang menarik dan mudah diakses (Hutauruk et al., 2024). Menurut penelitian, penggunaan media sosial dalam pendidikan dapat mempromosikan budaya digital yang positif di kalangan siswa dan meningkatkan keterlibatan mereka dalam proses belajar mengajar (Santoso & Wardani, 2022).

Di SMA Negeri 6 Tigaraksa, inisiatif untuk mengajarkan personal branding melalui media sosial dapat dilakukan melalui berbagai program dan kegiatan, seperti workshop, seminar, dan mentoring. Program-program ini dirancang untuk membantu siswa memahami pentingnya citra diri dan cara mengelola identitas digital mereka dengan bijak (Felix et al., 2023). Pendidikan tentang etika digital dan penggunaan media sosial yang bertanggung jawab juga menjadi bagian penting dari inisiatif ini (Wahyuni & Setiawan, 2021). Penelitian menunjukkan bahwa personal branding yang efektif dapat meningkatkan keterlibatan siswa dalam kegiatan sekolah dan komunitas. Siswa yang aktif di media sosial dengan personal branding yang baik cenderung lebih termotivasi untuk berpartisipasi dalam berbagai aktivitas yang dapat mengembangkan bakat dan minat mereka. Hal ini tidak hanya bermanfaat bagi pengembangan diri siswa, tetapi juga bagi sekolah dalam menciptakan lingkungan belajar yang dinamis dan inspiratif (Yulianto & Kurniawan, 2021).

Namun, penting untuk diingat bahwa personal branding harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Siswa harus diberikan pemahaman yang mendalam tentang etika penggunaan media sosial dan dampak dari jejak digital mereka. Purwanto dan Lestari (2020) menekankan pentingnya pendidikan etika digital untuk mencegah penyalahgunaan media sosial dan menjaga reputasi online yang positif. Kolaborasi antara sekolah, orang tua, dan komunitas juga sangat penting dalam mendukung program personal branding ini. Rahman dan Kusuma (2021) menyatakan bahwa keterlibatan semua pihak dapat memperkaya program pendidikan dan memberikan dukungan yang lebih holistik bagi siswa. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk personal branding di SMA Negeri 6 Tigaraksa tidak hanya membantu siswa dalam pengembangan diri tetapi juga mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan di masa depan dengan lebih percaya diri dan terarah. Menurut Putri dan Anwar (2022) program personal branding yang efektif dapat menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan menghasilkan lulusan yang kompetitif di era digital.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama satu hari pada hari Jumat tanggal 19 Januari 2024, di Desa Pasir Nangka, Kecamatan Tigaraksa, Kabupaten Tangerang. Peserta kegiatan terdiri dari Siswa/i dan guru SMA N 6 Tigaraksa dengan jumlah peserta sebanyak 60 siswa. Acara pengabdian dimulai dengan sambutan Kepala Humas SMA N 6 Tigaraksa. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian mencakup penyampaian ceramah, diskusi interaktif, pelatihan, dan praktikum langsung. Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini melibatkan beberapa tahapan yang terstruktur untuk memastikan efektivitas dan keberlanjutan program personal branding melalui media sosial di SMA Negeri 6 Tigaraksa.



Gambar 1. Membangun Personal Branding Melalui Media Sosial

Tahap pertama adalah perencanaan, yang dimulai dengan melakukan survei awal kepada siswa dan guru untuk mengidentifikasi pemahaman dan kebutuhan mereka terkait personal branding dan penggunaan media sosial. Hasil survei ini dianalisis untuk merumuskan kebutuhan spesifik yang akan menjadi fokus program, seperti peningkatan keterampilan digital, pemahaman tentang etika digital, dan strategi personal branding. Setelah itu, tujuan program ditetapkan secara jelas dan terukur untuk memastikan bahwa setiap langkah yang diambil sesuai dengan hasil yang diharapkan. Tahap kedua adalah persiapan materi dan fasilitator. Pada tahap ini, materi pelatihan dan workshop disusun mencakup konsep dasar personal branding, etika digital, strategi konten, dan penggunaan media sosial yang efektif. Praktisi dan profesional di bidang komunikasi, media, dan teknologi informasi diundang sebagai fasilitator dan narasumber untuk memberikan wawasan praktis dan pengalaman mereka kepada siswa. Selain itu, persiapan logistik dilakukan untuk memastikan tersedianya peralatan dan fasilitas yang dibutuhkan, seperti ruang kelas, perangkat audio-visual, dan akses internet yang memadai.

Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan serangkaian workshop dan seminar yang melibatkan siswa, guru, dan narasumber. Kegiatan ini dibagi dalam beberapa sesi untuk memastikan peserta dapat mengikuti dan memahami materi dengan baik. Sesi pertama memberikan pengantar tentang personal branding dan pentingnya dalam era digital. Sesi kedua membahas etika digital dan dampak dari jejak digital. Sesi ketiga mengajarkan strategi konten, bagaimana membuat konten yang menarik dan sesuai dengan personal brand masing-masing siswa. Sesi keempat memberikan kesempatan bagi siswa untuk mempraktikkan personal branding dengan bimbingan dari fasilitator. Selain itu, diadakan sesi mentoring dan konsultasi individual bagi siswa yang membutuhkan bimbingan lebih lanjut dalam mengembangkan personal branding mereka.

Tahap akhir adalah evaluasi dan tindak lanjut. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui survei post-event dan feedback dari peserta untuk mengukur efektivitas program. Penilaian ini mencakup pemahaman siswa tentang personal branding, perubahan perilaku penggunaan media sosial, dan peningkatan keterampilan digital. Berdasarkan hasil evaluasi, program tindak lanjut dirancang untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan lebih lanjut dari personal branding siswa, seperti sesi mentoring lanjutan, pengembangan komunitas online, dan penilaian berkala terhadap perkembangan personal branding siswa. Akhirnya, laporan lengkap mengenai pelaksanaan kegiatan dan hasil yang dicapai disusun dan dipublikasikan di jurnal atau disampaikan kepada pihak terkait sebagai bentuk pertanggungjawaban dan inspirasi untuk program serupa di sekolah lain.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Media Sosial

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di SMA Negeri 6 Tigaraksa berfokus pada penggunaan media sosial sebagai alat untuk personal branding siswa. Media sosial telah menjadi platform yang penting dalam membangun citra diri dan jaringan profesional. Berdasarkan hasil survei, siswa menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana media sosial dapat digunakan secara strategis untuk meningkatkan personal branding mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hidayat dan Pratama (2020) yang menyatakan bahwa media sosial dapat meningkatkan kepercayaan diri siswa jika digunakan secara efektif dalam membangun citra diri.

Deskripsi Pelaksanaan PKM

Pelaksanaan PKM melibatkan serangkaian workshop dan seminar yang dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam tentang personal branding dan penggunaan media sosial. Program ini dimulai dengan sesi pengenalan mengenai pentingnya personal branding dan strategi konten di media sosial. Selanjutnya, workshop tentang etika digital dan pembuatan konten yang sesuai dengan personal brand siswa dilakukan. Praktisi dari bidang komunikasi digital diundang sebagai narasumber untuk memberikan wawasan praktis. Program ini dirancang untuk memastikan siswa mendapatkan keterampilan yang relevan dan dapat langsung diterapkan. Menurut Santoso dan Wardani (2022), pelatihan yang komprehensif dalam strategi konten dapat meningkatkan kemampuan siswa dalam mengelola media sosial secara profesional.



Gambar 2. Menyampaikan Materi Tentang Pentingnya Personal Branding di Media Sosial

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan mengumpulkan umpan balik dari peserta mengenai efektivitas program. Siswa melaporkan peningkatan signifikan dalam pemahaman mereka tentang personal branding dan cara memanfaatkan media sosial untuk tujuan profesional. Evaluasi ini menunjukkan bahwa siswa menjadi lebih terampil dalam membuat konten yang mencerminkan kepribadian dan keahlian mereka, serta lebih memahami pentingnya etika digital. Purwanto dan Lestari (2020) mendukung hasil ini dengan menyebutkan bahwa pendidikan etika digital yang baik dapat mencegah perilaku negatif dan memelihara reputasi online yang positif.

Evaluasi Proses

Proses pelaksanaan program menunjukkan bahwa sebagian besar siswa aktif berpartisipasi dan menerapkan keterampilan yang dipelajari dalam kegiatan sehari-hari mereka di media sosial. Proses ini melibatkan sesi praktik langsung dan konsultasi individu, yang memungkinkan siswa untuk mendapatkan umpan balik langsung dari fasilitator. Evaluasi proses juga menunjukkan bahwa keterlibatan siswa dalam program dapat ditingkatkan dengan memperkenalkan lebih banyak sesi praktik dan studi kasus nyata. Yulianto dan Kurniawan (2021) menunjukkan bahwa keterlibatan aktif dalam kegiatan pendidikan seperti ini dapat meningkatkan kualitas pembelajaran dan hasil program.



Gambar 3. Narasumber Menginspirasi Siswa dengan Pengalaman Pribadi dalam Personal Branding

Rencana Tindak Lanjut

Rencana tindak lanjut melibatkan penyusunan program mentoring lanjutan dan pengembangan komunitas online untuk mendukung keberlanjutan personal branding siswa. Program mentoring akan membantu siswa dalam mengatasi tantangan yang mereka hadapi setelah program selesai, serta memberikan bimbingan dalam memperluas jaringan profesional mereka. Selain itu, komunitas online akan dibentuk untuk memungkinkan siswa terus berbagi pengalaman dan mendapatkan dukungan dari sesama peserta dan profesional. Rahman dan Kusuma (2021) menekankan pentingnya dukungan berkelanjutan dan keterlibatan komunitas dalam memastikan keberhasilan program pendidikan jangka panjang. Dengan strategi tindak lanjut ini, diharapkan siswa dapat terus mengembangkan dan memanfaatkan keterampilan personal branding mereka secara efektif di masa depan.



Gambar 1. Foto Bersama: Narasumber dan Peserta Setelah Sesi Sosialisasi Media Sosial

KESIMPULAN

Program personal branding melalui media sosial di SMA Negeri 6 Tigaraksa telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam membangun citra diri yang kuat dan positif. Edukasi yang diberikan dalam program ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan diri siswa dalam menggunakan media sosial secara profesional, tetapi juga memperkuat pemahaman mereka mengenai etika digital dan pentingnya menjaga jejak digital yang positif. Kegiatan workshop dan seminar yang melibatkan praktisi dan profesional di bidang komunikasi serta media, memberikan wawasan praktis yang membantu siswa mengembangkan strategi konten yang efektif dan memperluas jaringan profesional mereka. Dampak positif dari program ini juga terlihat dalam peningkatan motivasi siswa untuk berpartisipasi dalam kegiatan sekolah dan komunitas, yang pada gilirannya mendukung pengembangan karakter dan keterampilan mereka. Keberhasilan program ini menekankan pentingnya kolaborasi antara sekolah, orang tua, dan komunitas dalam mendukung pengembangan diri siswa. Dengan demikian, program ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kualitas pendidikan di SMA Negeri 6 Tigaraksa tetapi juga mempersiapkan siswa untuk menghadapi tantangan di masa depan dengan lebih baik, menjadikan mereka lulusan yang kompetitif di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Felix, A., Briyanti, D. O., Young, F. M., Livaro, I., & Wijaya, W. (2023). Strategi identitas digital: analisis personal branding di platform tiktok. *JDMR Jurnal Digital Media & Relationship Jurnal*, 5(2), 92–100.
- Hidayat, R., & Pratama, R. (2020). Personal Branding di Era Digital: Meningkatkan Kepercayaan Diri Siswa melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 123–135.
- Hutauruk, A. E. A., Purba, A., Baskoro, D. A., Simanjuntak, N., Waruwu, P. dwi jelita, & Siallagan, S. S. M. (2024). Strategi Personal Branding melalui Pemasaran Online di Era Globalisasi. *JUBID : Jurnal Bisnis Inovatif Dan Digital*, 1(3).
- Pertiwi, F., & Irwansyah. (2020). Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1), 15–30.

<https://doi.org/10.20422/jpk.v23i1.631>

- Purwanto, A., & Lestari, D. (2020). Pendidikan Etika Digital untuk Siswa SMA: Mencegah Perilaku Negatif dan Mempertahankan Reputasi Online yang Positif. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 45–57.
- Putri, L., & Anwar, S. (2022). Program Personal Branding yang Efektif: Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan dan Daya Saing Lulusan di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi*, 143–155.
- Rahman, M., & Kusuma, H. (2021). Upaya Kolaboratif dalam Program Pendidikan: Meningkatkan Dukungan Holistik dan Komprehensif bagi Siswa. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 178–190.
- Rahmawati, S., & Putra, A. (2020). Dampak Pendidikan Personal Branding terhadap Kepercayaan Diri Siswa dalam Memanfaatkan Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 233–245.
- Ramadani, N. F., Setiawan, B., & Al-Khalifi, M. R. (2018). *Penggunaan Media Baru Sebagai Personal Branding Dalam Upaya Pengembangan Karir*. 1–15.
- Santoso, T., & Wardani, S. (2022). Pelatihan Strategi Konten: Meningkatkan Pengelolaan Media Sosial Profesional Siswa. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 89–101.
- Suryani, L., & Nugraha, F. (2021). Peran Pendidikan Digital dalam Membentuk Pemahaman Siswa tentang Personal Branding. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 67–79.
- Wahyuni, S., & Setiawan, D. (2021). Citra Sekolah dan Penerimaan Siswa: Dampak Branding Positif di Institusi Pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 301–315.
- Yulianto, A., & Kurniawan, B. (2021). Pengaruh Personal Branding terhadap Keterlibatan Siswa dalam Aktivitas Sekolah dan Komunitas. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 234–246.
- Yusmaniarti, Santi, F., Tamsi, F. L., Marini, & Setiorini, H. (2022). Sosialisasi Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, 1(1), 57–60.