Workshop Personal Branding di Media Sosial sebagai Pemanfaatan Identitas Diri untuk Siswa SMA Sultan Agung 1 Semarang

Lukas Yulianto[1], Tyas Catur Pramudi[2], Najwa Endriyani[3]
[1,2,3]Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang 50131

Artikel Info

Kata kunci:

Personal Branding
Identitas Diri
Identitas Digital
Media Sosial

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa efektif kelas Personal Branding di Media Sosial untuk meningkatkan identitas digital siswa SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang. Diikuti oleh empat puluh siswa, kegiatan ini dilakukan melalui pre-test dan post-test dengan lima indikator utama: kesadaran diri, konsistensi citra, tujuan digital, keunikan personal, dan strategi komunikasi di media sosial. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan pada semua indikator setelah pelatihan. Skor rata-rata pre-test berada pada rentang 2,4–2,8 dan meningkat menjadi 4,0–4,3 pada post-test. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan personal branding dapat membantu siswa memahami dan menguasai cara membangun identitas diri yang positif dan konsisten di media sosial. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kesadaran individu, tetapi juga membantu mereka membuat gambar digital yang sesuai dengan nilai dan potensi mereka. Oleh karena itu, workshop ini efektif sebagai cara untuk meningkatkan identitas diri digital di sekolah menengah.

Author Korespondensi :

Lukas Yulianto,
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Dian Nuswantoro, Seamrang 50131
Email: lukasyulianto@dsn.dinus.ac.id

1. PENDAHULUAN

Pengembangan teknologi digital dan peningkatan penggunaan media sosial telah mengubah cara orang berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain, terutama di kalangan generasi muda. Saat ini, media sosial tidak hanya digunakan untuk bersosialisasi; mereka juga dapat digunakan untuk membangun citra diri, menyampaikan aspirasi, dan menunjukkan keterampilan seseorang. Siswa sekolah menengah atas, khususnya mereka yang sedang mencari jati diri dan menentukan arah masa depan mereka, sangat tertarik untuk mempelajari dan menerapkan konsep personal branding dalam konteks ini [1]. Sejak usia dini, identitas digital yang dibangun di media sosial dapat membantu menunjukkan reputasi akademik dan profesional [2].

Sebagian besar remaja Indonesia menggunakan media sosial. Lebih dari 80% remaja Indonesia menggunakan media sosial secara aktif, dengan platform populer seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka, menurut We Are Social tahun 2024. Namun, siswa masih lebih banyak berfokus pada hiburan dan interaksi sosial daripada manajemen identitas digital dan strategi personal branding. Hal ini berakibat, tidak sedikit siswa yang mengunggah konten yang berpotensi merugikan citra diri mereka di masa depan [3].

Media sosial sekarang menjadi bagian penting dari kehidupan generasi muda, termasuk siswa sekolah menengah atas (SMA). Dengan semakin mudahnya akses ke teknologi dan informasi, siswa tidak hanya menjadi pengguna media sosial tetapi juga produsen konten yang dapat membangun identitas mereka di dunia digital. Personal branding menjadi keterampilan penting yang harus dipelajari sejak usia sekolah untuk menghadapi tantangan pendidikan dan dunia kerja di masa depan [4]. Terdapat beberapa kasus yang mencuat terkait pembangunan personal branding di media sosial, salah satunya adalah influencer Tik tok dengan nama Kazama Star Boy. Akun tersebut memperlihatkan aktifitas flexing atau mempamerkan keberadaan fasilitas premium yang dia miliki, yang pada akhirnya, warga digital mendapati bahwa semua

yang dipamerkan bukanlah milik pribadi. Yang terbaru, terkait citra diri yang semakin menurun adalah kasus salah satu vokalis band Coboy Junior yang mengunggah aktifitas scamming atau penipuan, sehingga merugikan banyak sekali penggemar yang sudah menjadi bagian dari CJR sejak lama. Jika identitas digital siswa dikelola secara sadar, mereka dapat mencerminkan minat, nilai, dan potensi mereka sendiri. Pada akhirnya, ini berdampak pada peluang akademik dan profesional mereka [5].

SMA Sultan Agung 1 Semarang merupakan salah satu institusi pendidikan swasta berbasis Islam yang berkomitmen membentuk generasi muda yang unggul secara intelektual dan spiritual. Berdasarkan hasil diskusi dengan pihak sekolah yaitu Wakil Kepala Sekolah Bidang Kurikulum, ditemukan bahwa sebagian besar siswa belum mendapatkan edukasi formal terkait personal branding di media sosial. Padahal, siswa memiliki potensi besar dalam mengembangkan identitas diri positif yang selaras dengan nilai-nilai sekolah dan cita-cita pribadinya. Oleh karena itu, diperlukan sebuah intervensi edukatif yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dalam bentuk kegiatan pelatihan langsung seperti workshop [6].

Sebagai bagian dari program pengabdian kepada masyarakat, kelas personal branding melalui Workshop ini bertujuan untuk memberikan pemahaman konseptual dan keterampilan praktis tentang cara membangun citra diri digital secara sadar, konsisten, dan moral. Siswa kelas XI SMA Sultan Agung 1 Semarang adalah peserta utama dalam kegiatan ini karena mereka sedang dalam tahap persiapan untuk masuk ke jenjang pendidikan tinggi dan masuk ke pasar kerja. Materi yang diberikan mencakup pengenalan personal branding, strategi komunikasi digital, pemilihan konten yang relevan, serta simulasi pembuatan profil media sosial yang profesional dan sesuai dengan karakter pribadi [7].

Kegiatan workshop juga diselaraskan dengan upaya pemerintah dalam membentuk *Profil Pelajar Pancasila*, yang menekankan pentingnya pengembangan karakter, kemandirian, dan keterampilan berpikir kritis serta kreatif pada peserta didik [8]. Dengan mengajarkan siswa bagaimana membuat personal branding yang positif, kegiatan ini tidak hanya membantu mereka berkembang secara pribadi, tetapi juga membantu menciptakan lingkungan digital yang positif dan sehat di antara siswa. Selain itu, kegiatan ini merupakan titik awal untuk membangun budaya literasi digital yang kuat di sekolah menengah.

Pertimbangan yang diambil adalah, berbagai tantangan dan peluang yang ada, pelaksanaan workshop ini diharapkan dapat menjadi solusi konkret dalam membantu siswa memahami dan mengelola identitas diri secara strategis di era digital. Personal branding bukan sekadar membangun kesan, melainkan mencerminkan nilai, kompetensi, dan arah hidup yang ingin dituju seseorang. Oleh karena itu, edukasi mengenai personal branding perlu dijadikan bagian integral dari proses pendidikan karakter di sekolah, agar generasi muda dapat tumbuh sebagai individu yang berdaya, reflektif, dan siap menghadapi tantangan [9].

2. METODE

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat di SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang, ada beberapa tahapan kegiatan yang dilakukan. Tahap pertama adalah analisis kondisi mitra, yaitu melakukan observasi untuk mengetahui kebutuhan mitra dalam kegiatan ini adalah SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang. Pada tahap selanjutnya membuat perrencanaan sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan. Untuk bagian akhir berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan berupa Workshop Personal Branding di Media Sosial sebagai Pemanfaatan Identitas Diri.

2.1. Analisis

Kegiatan pengabdian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya pemahaman siswa SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang terhadap pentingnya personal branding di media sosial. Meskipun para siswa merupakan pengguna aktif media sosial, mereka belum mengetahui bagaimana membangun citra diri yang positif serta memanfaatkannya untuk mendukung masa depan akademik maupun karier profesional. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan akan pembekalan pengetahuan dan keterampilan praktis mengenai identitas digital.

2.2. Arsitektur Solusi

Solusi yang dirancang dalam kegiatan ini bersifat edukatif dan praktis, dibagi dalam tiga lapisan:

- *Lapisan Edukasi*: Pemberian materi mengenai konsep personal branding, etika bermedia sosial, serta pentingnya identitas digital.
- *Lapisan Praktik*: Siswa melakukan simulasi membangun profil media sosial yang mencerminkan identitas diri yang positif.
- *Lapisan Evaluasi*: Pengukuran pemahaman dan keterampilan siswa melalui pre-test dan post-test, serta evaluasi kualitas konten personal branding yang dibuat.

2.3. Metode Penyelesaian Masalah

Metode yang digunakan antara lain:

- *Metode Partisipatif*: Melibatkan siswa secara aktif melalui diskusi, tanya jawab, dan kuis perorangan.

- *Metode Interaktif*: Menggunakan media digital dan studi kasus yang kekinian dalam menyampaikan materi.
- *Metode Evaluatif*: Pre-test dan post-test digunakan untuk mengukur dampak kegiatan terhadap pengetahuan dan keterampilan siswa.

2.4. Implementasi

Kegiatan dilaksanakan melalui workshop selama satu hari dengan susunan kegiatan sebagai berikut:

Tabel 1. Tabel Rencana Kegiatan

Tahap	Kegiatan
Koordinasi tim pengabdian	Koordinasi antar tim untuk menentukan mitra kegiatan pengabdian dan perencanaan kegiatan
Koordinasi dengan SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang	Koordinasi dilakukan untuk dapat observasi kebutuhan SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang, menentukan materi yang dibutuhkan oleh mitra dan penentuan jadwal kegiatan
Pengajuan Proposal Pengabdian kepada SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang	Setelah disepakati waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan, disiapkan proposal sebagai bentuk formal untuk mendapatkan izin melaksanakan kegiatan di SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang
Penyiapan Materi	Materi yang akan digunakan adalah strategi personal branding di media sosial, sesuai dengan kebutuhan siswa SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang
Sosialisasi jadwal kegiatan	Jadwal diberikan kepada peserta yang akan mengikuti kegiatan, berupa informasi waktu, tempat dan materi yang disampaikan dalam kegiatan
Pelaksanaan Pengabdian	Pelaksanaan di SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang diikuti oleh siswa SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang
Evaluasi kegiatan	Evaluasi setelah terlaksana kegiatan untuk mengetahui kekurangan yang perlu diperbaiki dalam pelaksanaan kegiatan dan kebutuhan yang perlu disiapkan untuk kegiatan yang berikutnya
Pelaporan	Laporan kegiatan kepada LPPM sebagai pertanggungjawaban telah terlaksana kegiatan pengabdian masyarakat di SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang

Kegiatan dilaksanakan di SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang, diikuti oleh 40 siswa kelas XI. Materi yang disampaiakan pada kegiatan adalah Personal Branding di Media Sosial sebagai Pemanfaatan Identitas Diri. Urutan pelaksaaan kegiatan ditampilkan pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Susunan Acara Kegiatan

Waktu	Kegiatan	Penanggung Jawab
08.15-08.25	Pembukaan dan Sambutan	MC
08.25-08.35	Pretest	Panitia
08.35-08.55	Pemateri 1	MC
08.55-09.15	Pemateri 2	MC
09.15-09.25	Game	Panitia
09.25-09.30	Sesi tanya jawab/QnA	MC
09.30-09.40	Postest	Panitia
09.40-10.00	Simpulan, Penutup, dan Foto bersama	MC

3. PEMBAHASAN HASIL

Kegiatan pengabdian di SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang telah dilaksanakan dengan peserta, materi dan jadwal kegiatan sesuai dengan perencanaan. Materi Personal Branding di Media Sosial sebagai Pemanfaatan Identitas Diri disampaikan dengan secara teoritis oleh narasumber dan dipraktikkan oleh peserta. Secara teoritis narasumber menampilkan materi melalui slide dan memaparkan tentang apa itu Personal Branding di Media Sosial sebagai Pemanfaatan Identitas Diri, urgensi dibutuhkan adanya peningkatan kapasistas diri di SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang dan bagaimana menerapkan melalui media sosial di lingkup SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang.

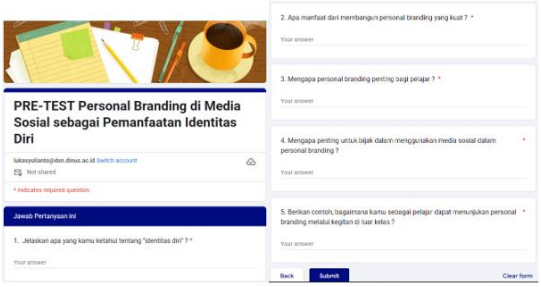
Penerapan metode partisipatif melalui penyampaian materi yang disisipkan didalamnya kuis dan tanya jawab secara langsung kepada siswa.

Gambar 1. Pemaparan materi Personal Branding oleh Narasumber

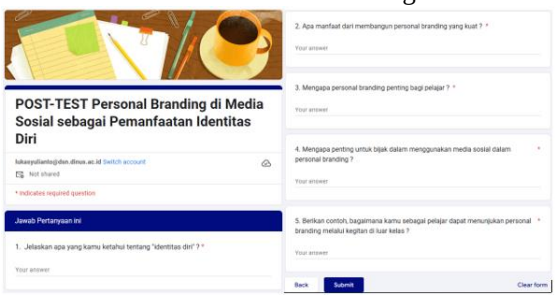
Pemaparan materi dilaksanakan secara kasual sehingga siswa dikelas merasa dilibatkan melalui contoh kasus yang dialami atau dikonsumsi sebagai informasi. Pada akhirmya metode interaktif yang diharapkan akan tercapai dengan memberikan stimulus bingkisan sebagai penghargaan atas pencapaian mereka di sesi tersebut.

Gambar 2. Pemberian Penghargaan untuk Siswa

Selain memberikan materi secara teoritis berdasar hasil riset dan tinjauan lapangan, kegiatan workshop juga menggali lebih dalam kemampuan dan pengetahuan siswa melalui aktifitas Pre Test dan Post Test sebagai perwujudan metode evaluatif yang sudah dijadwalkan. Aktifitas pengisian test menggunakan google form seperti gambar dibawah ini.



Gambar 3. Pre Test Personal Branding untuk Siswa

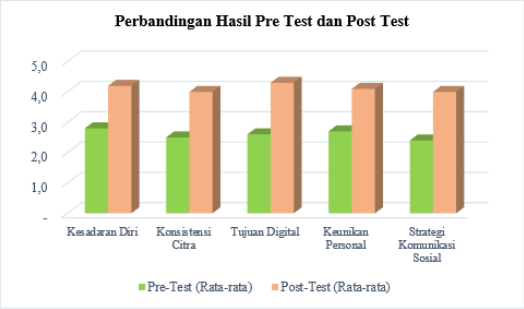


Gambar 4. Post Test Personal Branding untuk Siswa

Hasil yang signifikan ditunjukkan oleh para peserta melalui komparasi data jawaban yang diberikan berdasar pelaksanaan metode evaluatif tersebut. Pada saat pengerjaan Pre Test, rata-rata siswa masih belum yakin akan kapasitas dan identitas diri yang akan mereka bangun di media sosial. Melalui 5 indikator pertanyaan yang diberikan antara lain (1) Self Awareness, (2) Konsistensi Identitas Diri di Sosial Media, (3) Tujuan Identitas Digital, (4) Unique Selling Point, dan (5) Strategi Komunikasi, para siswa mendapatkan kemajuan dalam poin rata-rata jawaban.

Tabel 3.Perbandingan Kemajuan Pre Test dan Post Test

Indikator	Pre-Test (Rata-rata)	Post-Test (Rata-rata)	PROGRESS
Kesadaran Diri	2,8	4,2	50%
Konsistensi Citra	2,5	4,0	60%
Tujuan Digital	2,6	4,3	65%
Keunikan Personal	2,7	4,1	52%
Strategi Komunikasi Sosial	2,4	4,0	67%



Gambar 5. Grafik Kemajuan Evaluasi Pre Test dan Post Test

4. KESIMPULAN

Dengan terlaksananya kegitatan pengabdian masyarakat di SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang dengan materi Personal Branding di Media Sosial sebagai Pemanfaatan Identitas Diri dapat memberikan dampak positif bagi internal siswa dan siswi SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang dalam membentuk citra pribadi di semua platform media sosial dan menyampaikanya sehingga infromasi tadi dapat menjadi indentitas yang konsisten di bangun. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan **berdampak positif secara signifikan** dalam meningkatkan pemahaman dan kemampuan siswa dalam membangun serta menerapkan personal branding secara efektif di media sosial.

Tidak berhenti pada kegiatan ini saja, pelatihan lanjutan dan pemantauan periodik perlu dilakukan secara berkesinambungan agar keterampilan yang telah diperoleh siswa dapat terus berkembang dan diterapkan secara konsisten. Hal ini sangat membutuhkan integrasi dalam kurikulum sekolah yang mencakup materi personal branding sebagai muatan lokal, pembelajaran berbasis proyek, atau program bimbingan konseling sebagai bagian dari pendidikan karakter berbasis digital. Dan pada akhirnya keterlibatan guru dan orang tua melalui pendampingan dan pengarahan kepada siswa dalam membangun identitas diri digital yang positif, aman, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam dan karakter pelajar Pancasila.

REFERENCES

[1]. Widyastuti A. Merdeka Belajar dan Implementasinya: Merdeka GuruSiswa, Merdeka DosenMahasiswa, Semua Bahagia. Elex Media Komputindo; 2022.

[2]. Purba H, Parani R, Rondonuwu RR, Jacob CC, Lukman A. DIGITAL PERSONAL BRANDING: UPAYA MEMBANGUN IDENTITAS DAN CITRA POSITIF SISWA-SISWI SMPK IPEKA PURI MELALUI PRODUKSI KONTEN di MEDIA SOSIAL. Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR). 2024;7.

[3]. Tranggono T, Habibi MA, Oktaviana EP, Az-Zahidah L, Laksono NMS, Satriya BA. TAK PERLU MENCARI SENSASI LEWAT MEDIA SOSIAL, UNJUK BAKAT JUGA DAPAT MEMBUATMU TERKENAL. Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance. 2023;3(2):2137–54.

[4]. Rahman ZA, Kurniawan B. Penguatan Personal Branding Lembaga Melalui Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skills Education) di Madrasah Ibtidaiyah. PT Arr Rad Pratama; 2023.

[5]. Hariyono H, Andrini VS, Tumober RT, Suhirman L, Safitri F. Perkembangan Peserta Didik: Teori dan Implementasi Perkembangan Peserta Didik pada Era Digital. PT. Sonpedia Publishing Indonesia; 2024.

[6]. Kotler P, Keller KL. A framework for marketing management. 2016;

[7]. Raharjo FS. The master book of personal branding: Seni membangun merek diri dengan teknik berbicara. Anak Hebat Indonesia; 2019.

[8]. Kemendikbudristek. Dimensi, Elemen, dan Subelemen Profil Pelajar Pancasila pada Kurikulum Merdeka 2.

[9]. Saputra AMA, Tawil MR, Hartutik H, Nazmi R, La Abute E, Husnita L, et al. Pendidikan Karakter Di Era Milenial: Membangun Generasai Unggul Dengan Nilai-Nilai Positif. PT. Sonpedia Publishing Indonesia; 2023.