Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 8 No 3 Tahun 2026

SOSIALISASI PERSONAL BRANDING DAN DIGITALISASI KONTEN MEDIA SOSIAL DI SMKS MANDIRI DESA BANDAR AGUNG

Yusuf Perdana[1*], Nayla Alya Putri[2], Rio Sanjaya Surya[3], Jevany Feranita[4], Ryan Wibowo[5], M. Rafif Indharto[6], Salma Aulia[7]

[1]Program Studi Pendidikan Sejarah/Jurusan P. IPS/FKIP, Universitas Lampung
[2-7]Mahasiswa KKN Periode 2 2026 Universitas Lampung

Email Korespondensi:
yusuf.perdana@fkip.unila.ac.id

Abstrak

Perkembangan media sosial memberikan peluang bagi generasi muda untuk membangun citra diri, mengembangkan portofolio, serta mendukung kesiapan memasuki dunia kerja dan kewirausahaan. Namun, berdasarkan observasi dan wawancara awal di SMKS Mandiri Desa Bandar Agung, pemanfaatan media sosial oleh siswa masih cenderung berorientasi pada hiburan dan interaksi sosial, sementara pemahaman mengenai personal branding, etika bermedia sosial, dan keterampilan membuat konten masih terbatas. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman siswa mengenai personal branding, literasi digital, serta keterampilan dasar pembuatan dan pengelolaan konten media sosial. Kegiatan dilaksanakan pada 6 Agustus 2026 di Ruang Aula SMKS Mandiri dengan sasaran siswa kelas X dan XI sebanyak 48 peserta. Metode pelaksanaan menggunakan sosialisasi dan pelatihan interaktif melalui ceramah, diskusi, tanya jawab, dan praktik pembuatan konten. Hasil kegiatan menunjukkan kegiatan berlangsung lancar dan mendapat respons positif. Peserta aktif berdiskusi dan memperoleh pemahaman mengenai personal branding, pemanfaatan media sosial, etika digital, serta teknik dasar pembuatan konten. Kegiatan ini diharapkan mendorong siswa menggunakan media sosial secara bijak, kreatif, produktif, dan mendukung kesiapan menghadapi dunia kerja maupun pengembangan usaha secara daring.

***Kata Kunci**: personal branding, literasi digital, media sosial, siswa SMK, pengabdian masyarakat*

Article History
Received: November 2026
Reviewed: November 2026
Published: November 2026

Plagirism Checker No 234.KK.44.893484
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara generasi muda berinteraksi, memperoleh informasi, dan menampilkan kompetensi. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga dapat menjadi ruang untuk membangun identitas profesional, memperluas jaringan, dan mendukung pengembangan karier. Penelitian mengenai mahasiswa Gen Z menunjukkan bahwa personal branding melalui media sosial menjadi bagian dari proses pencarian kerja dan pembentukan identitas profesional. Trang et al. (2024) menemukan bahwa mahasiswa Gen Z mempertimbangkan personal branding di media sosial sebagai bagian dari strategi ketika mencari pekerjaan. Temuan lain menunjukkan bahwa penggunaan media sosial untuk tujuan pendidikan dan profesional

berkaitan positif dengan perkembangan identitas profesional mahasiswa (Alharbi et al., 2022).

Di sisi lain, pemanfaatan media sosial belum selalu diikuti kemampuan literasi digital yang memadai. Smith dan Storrs (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa memandang literasi digital sebagai kebutuhan penting dalam kehidupan dan pembelajaran, termasuk kemampuan memahami dan menggunakan media sosial secara tepat. Dalam konteks Indonesia, Ratri dan Aviyanti (2025) menyoroti bahwa literasi digital mencakup kemampuan menemukan, mengevaluasi, menggunakan, berbagi, dan menciptakan konten secara bertanggung jawab. Dengan demikian, kemampuan membuat konten digital perlu disertai pemahaman mengenai etika, keamanan, dan tanggung jawab digital.

Kebutuhan tersebut juga relevan pada jenjang sekolah menengah. Maspuroh et al. (2022) melalui kegiatan pengabdian kepada siswa SMA menunjukkan bahwa sosialisasi, pelatihan, dan praktikum dapat digunakan untuk mengembangkan literasi digital, keterampilan berbicara, produksi konten, dan personal branding siswa. Penelitian Murdiyono et al. (2024) pada siswa SMK juga menunjukkan hubungan antara literasi digital dengan kemampuan menggunakan media sosial secara kreatif, etis, dan produktif untuk membangun citra diri positif. Oleh karena itu, penguatan personal branding dan literasi digital sejak sekolah menjadi relevan sebagai bekal menghadapi dunia kerja dan kewirausahaan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal tim KKN di SMKS Mandiri Desa Bandar Agung, sebagian besar siswa telah aktif menggunakan media sosial, tetapi pemanfaatannya masih dominan untuk hiburan dan interaksi sosial. Pemahaman mengenai personal branding, etika bermedia sosial, teknik pembuatan konten, dan pemanfaatan media sosial untuk portofolio masih terbatas. Kondisi tersebut menjadi dasar pelaksanaan kegiatan Sosialisasi Personal Branding dan Digitalisasi Konten Media Sosial. Kegiatan ini bertujuan memberikan pemahaman dan keterampilan dasar agar siswa dapat memanfaatkan media sosial secara lebih terarah, positif, kreatif, dan produktif

2. METODE

Kegiatan menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode sosialisasi dan pelatihan interaktif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara awal, pengamatan selama kegiatan, dan dokumentasi. Sasaran kegiatan adalah siswa kelas X dan XI SMKS Mandiri Desa Bandar Agung sebanyak 48 peserta. Kegiatan dilaksanakan pada Kamis, 6 Agustus 2026 di Ruang Aula SMKS Mandiri, Desa Bandar Agung, Kecamatan Sribhawono, Lampung Timur.

Tahap persiapan meliputi koordinasi dengan pihak sekolah, penyusunan materi, persiapan sarana, daftar hadir, dan lembar evaluasi. Tahap pelaksanaan terdiri atas pembukaan, sambutan, penyampaian materi personal branding, penyampaian materi digitalisasi dan pembuatan konten media sosial, tanya jawab, diskusi, serta dokumentasi. Materi mencakup pengertian personal branding, pentingnya personal branding, peran media sosial, unsur dan cara membangun personal branding, kesalahan yang perlu dihindari, serta tips bermedia sosial.

Evaluasi dilakukan melalui pengamatan terhadap kehadiran, keaktifan, antusiasme, pertanyaan, dan respons peserta. Analisis dilakukan secara deskriptif untuk menggambarkan keterlaksanaan kegiatan dan respons peserta. Pemilihan metode sosialisasi dan praktik sejalan dengan kegiatan pengabdian Maspuroh et al. (2022), yang menggunakan tahapan sosialisasi, pelatihan, dan praktikum untuk membentuk personal branding siswa.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 8 No 3 Tahun 2026

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Sosialisasi Personal Branding dan Digitalisasi Konten Media Sosial dilaksanakan pada 6 Agustus 2026 dan diikuti oleh 48 siswa kelas X dan XI SMKS Mandiri. Kegiatan berlangsung lancar, tertib, dan memperoleh sambutan positif dari pihak sekolah maupun peserta. Tingkat kehadiran tercatat sebesar 99% dari total undangan. Kegiatan diawali dengan pembukaan, menyanyikan lagu Indonesia Raya, sambutan kepala sekolah dan ketua pelaksana, kemudian dilanjutkan dengan pemaparan materi dan sesi tanya jawab. Materi disampaikan secara sistematis dan interaktif agar siswa dapat menghubungkan konsep personal branding dengan penggunaan media sosial sehari-hari. Penyampaian materi difokuskan pada pengubahan mindset siswa terhadap fungsi media sosial. Siswa dibimbing untuk memahami bahwa rekam jejak digital (digital footprint) berperan penting dalam proses rekrutmen kerja maupun penilaian profesionalitas usaha di masa depan.



Gambar 1. Acara Sosialisasi Digitalisasi Media Sosial dan Personal Branding

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Program Kerja

No	Keadaan Awal	Perlakuan	Keadaan Akhir
1)	Siswa menganggap media sosial sebatas sarana hiburan dan interaksi pribadi.	Penyampaian materi pentingnya personal branding & rekam jejak digital dalam dunia kerja.	Siswa memahami peran strategis media sosial sebagai portofolio keahlian digital.
2)	Minimnya pemahaman teknik pembuatan konten yang bernilai jual dan rapi.	Praktik pembuatan Konten media sosial	Siswa mampu merancang ide konten kreatif sesuai bidang keahlian SMK masing-masing.
3)	Kurangnya kesadaran etika dan privasi keamanan dalam bermedia sosial.	Edukasi mengenai etika digital, privasi akun, dan pencegahan dampak negatif konten.	Siswa lebih bijak dan berhati-hati dalam mempublikasikan informasi pribadi secara terbuka.

Antusiasme peserta terlihat dari keaktifan siswa dalam sesi tanya jawab dan diskusi. Tema yang disampaikan dinilai relevan dengan kehidupan siswa karena media sosial telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari. Kegiatan juga memberikan ruang bagi siswa untuk memahami bahwa akun media sosial dapat menjadi representasi diri dan portofolio apabila dikelola secara terarah.

Pelaksanaan kegiatan didukung oleh pihak sekolah melalui penyediaan tempat, waktu, koordinasi peserta, serta sarana berupa aula dan sound system. Namun, terdapat beberapa hambatan. Jumlah peserta relatif terbatas karena siswa kelas XII sedang melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL), sehingga kegiatan difokuskan pada kelas X dan XI. Sekolah juga belum memiliki proyektor yang dapat digunakan, sehingga tim meminjam proyektor dari pihak desa. Selain itu, waktu pelaksanaan terbatas karena harus menyesuaikan jadwal pembelajaran. Solusinya, materi disusun lebih ringkas dan efisien serta dikoordinasikan dengan pihak sekolah agar materi utama tetap tersampaikan.

4. KESIMPULAN

Program sosialisasi "Personal Branding & Digitalisasi Konten Media Sosial" yang dilaksanakan di SMKS Mandiri Desa Bandar Agung memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan literasi digital dan motivasi pengembangan diri siswa. Melalui rangkaian pemaparan materi dan diskusi interaktif, siswa berhasil memahami cara mentransformasi akun media sosial mereka menjadi sarana portofolio karya yang produktif dan profesional. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini mendukung peningkatan kapasitas sumber daya manusia di tingkat desa serta mempersiapkan lulusan SMK agar memiliki daya saing unggul di era ekonomi digital.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Allah SWT yang senantiasa kami panjatkan karena hanya dengan rahmat dan hidayah-Nya kami dapat menyelesaikan pengabdian ini. Kami juga banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini kami mengucapkan terima kasih kepada:

a) Universitas Lampung
b) BPKKN Universitas Lampung
c) Dosen KDPL Mahasiswa Universitas Lampung
d) Dosen DPL Mahasiswa Universitas Lampung
e) Kepala Desa Bandar Agung Kec. Bandar Sribhawono Lampung Timur
f) Masyarakat Desa Bandar Agung Kec. Bandar Sribhawono Lampung Timur
g) Kepala Sekolah, jajaran Dewan guru, dan Staf SMKS Mandiri Desa Bandar Agung
h) Seluruh siswa-siswi SMKS Mandiri peserta kegiatan sosialisasi

Semoga amal dan kebaikan yang diberikan kepada kami akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Aamiin.

6. REFERENSI

[1] Alharbi, M., Kuhn, L., & Morphet, J. (2022). The relationship between social media usage by undergraduate nursing students and development of their professional identity: A correlational study. Nurse Education Today, 112, 105337. https://doi.org/10.1016/j.nedt.2022.105337

[2] Maspuroh, U., Nurhasanah, E., Syafroni, R. N., & Sugiarti, D. H. (2022). Implementasi literasi digital dalam keterampilan berbicara melalui siniar untuk membentuk personal

branding siswa SMA Negeri 1 Telukjambe dan SMA Negeri 1 Majalaya Kabupaten Karawang. Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia, 7(2), 2378–2390. https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i2.6273

[3] Murdiyono, M., Sukardi, D., Rahmatullah, & Adnyana, I. N. S. (2024). The role of digital literacy in optimizing students' personal branding through social media at SMK Master Indonesia. Nusantara Hasana Journal, 4(7), 206–208. https://doi.org/10.59003/nhj.v4i7.2078

[4] Ratri, S. Y., & Aviyanti, L. (2025). Unlocking digital literacy in Indonesia: Insights from the use of social media platforms. Jurnal Prima Edukasia, 13(1). https://doi.org/10.21831/jpe.v13i1.83433

[5] Smith, E. E., & Storrs, H. (2023). Digital literacies, social media, and undergraduate learning: What do students think they need to know? International Journal of Educational Technology in Higher Education, 20, 29. https://doi.org/10.1186/s41239-023-00398-2

[6] Trang, N. M., McKenna, B., Cai, W., & Morrison, A. M. (2024). I do not want to be perfect: Investigating Generation Z students' personal brands on social media for job seeking. Information Technology & People, 37(2), 793–814. https://doi.org/10.1108/ITP-08-2022-0602

[7] F. D. Davis, “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology,” MIS Quarterly: Management Information Systems, vol. 13, no. 3, pp. 319–339, 1989, doi: 10.2307/249008.