Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol. 6 No. 4
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING* SEJAK DINI: STRATEGI SISWA SMA UNTUK SUKSES DI ERA DIGITAL

Budi Prasetiyo[1*], Fikri Mohamad Rizaldi [2], Faqih Ahmad Muzakky [3]
[1,2,3]Universitas Telkom

** Corresponding Author: budiprasetiyo@telkomuniversity.ac.id*

Abstrak

Di era digital, *Personal Branding* menjadi keterampilan esensial yang perlu dimiliki oleh generasi muda untuk meningkatkan daya saing dalam dunia akademik maupun profesional. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membekali siswa-siswi SMA Darul Hikam Bandung dengan pemahaman dan keterampilan membangun citra diri yang positif dan autentik. Pelatihan yang bertajuk *"Membangun Personal Branding Sejak Dini"* ini dirancang secara sistematis melalui lima tahapan, yaitu: pengenalan konsep *Personal Branding*, strategi penguatan identitas diri, pemanfaatan media digital secara bijak, pengembangan kemampuan komunikasi, serta implementasi melalui tantangan 30 hari. Metode yang digunakan bersifat partisipatif dan aplikatif, meliputi diskusi, simulasi, refleksi pribadi, dan mentoring. Hasil evaluasi menunjukkan seluruh peserta memberikan respons positif terhadap materi, waktu pelaksanaan, kejelasan penyampaian, serta layanan panitia. Selain memperoleh pengetahuan baru, peserta menunjukkan peningkatan motivasi dan kesadaran terhadap pentingnya membangun citra diri sejak dini. Kegiatan ini berhasil mendorong siswa untuk tampil percaya diri, bertanggung jawab secara digital, dan lebih siap menghadapi tantangan di masa depan. Pelatihan ini direkomendasikan untuk dilanjutkan sebagai program penguatan karakter dan literasi digital di jenjang pendidikan menengah.

Kata kunci: *Personal Branding*, siswa SMA, literasi digital, citra diri, pengabdian masyarakat.

bstract

In the digital era, Personal Branding has become an essential skill for young individuals to enhance their competitiveness in both academic and professional spheres. This community engagement program aimed to equip high school students at SMA Darul Hikam Bandung with the knowledge and practical skills necessary to develop a strong, authentic personal image. The training program, entitled "Building Personal Branding from an Early Age," was systematically designed around five core components: an introduction to Personal Branding concepts, strategies for self-discovery and identity development, responsible use of digital media, communication skill enhancement, and implementation through a 30-day Personal Branding challenge. The training employed participatory and hands-on methods, including discussions, simulations, self-reflection, and mentoring sessions. Evaluation results indicated highly positive responses from all participants, particularly regarding content relevance, clarity of delivery, scheduling, and overall facilitation. Beyond knowledge acquisition, students demonstrated increased awareness, confidence, and motivation to craft and manage their personal brand. This program successfully fostered digital

Article History
Received: Juni 2025
Reviewed: Juni 2025
Published: Juni 2025

Plagirism Checker No 381
Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/krepa.v1i2.365
Copyright : Krepa

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

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

responsibility, self-confidence, and future-oriented thinking among students. It is recommended that this initiative be sustained and expanded as part of a broader effort to strengthen character education and digital literacy in secondary education.

***Keywords**: Personal Branding, high school students, digital literacy, self-image, community engagement.*

PENDAHULUAN

Di era digital, siswa SMA menghadapi tantangan dan peluang yang semakin besar dalam membangun identitas mereka. Jejak digital kini memiliki dampak jangka panjang terhadap masa depan akademik dan karier, di mana universitas dan perusahaan mulai mempertimbangkan rekam jejak online dalam proses seleksi. Peserta pelatihan ini, yaitu siswa SMA dari Darul Hikam Bandung, perlu memahami pentingnya *Personal Branding* agar dapat memanfaatkan media sosial dan platform profesional seperti LinkedIn untuk menunjukkan prestasi, keterampilan, serta minat mereka. Dengan cara ini, mereka dapat membedakan diri dari yang lain dan meningkatkan peluang di masa depan.

Fenomena meningkatnya jumlah influencer muda dan content creator di kalangan siswa SMA juga menunjukkan bahwa generasi ini semakin sadar akan pentingnya membentuk citra diri yang positif. Banyak dari mereka menggunakan media sosial untuk berbagi ilmu, menampilkan proyek kreatif, hingga membangun komunitas dengan minat yang sama. Perubahan pola konsumsi informasi di kalangan Gen Z membuat *Personal Branding* menjadi aspek yang krusial dalam membangun reputasi dan membuka berbagai peluang. Oleh karena itu, literasi digital dan kesadaran akan *Personal Branding* menjadi semakin penting bagi siswa SMA Darul Hikam Bandung agar mereka dapat memanfaatkan teknologi secara optimal untuk mendukung masa depan mereka.

Personal Branding telah menjadi aspek penting dalam dunia profesional dan bisnis di era digital. Seiring dengan perkembangan teknologi dan media sosial, individu tidak hanya diharapkan memiliki keterampilan teknis, tetapi juga mampu membangun dan mengelola citra diri yang kuat agar lebih kompetitif di pasar kerja maupun industri kewirausahaan. *Personal Branding* tidak hanya bermanfaat bagi individu yang bergerak di bidang kreatif atau bisnis, tetapi juga bagi pelajar, akademisi, tenaga profesional, hingga mahasiswa yang sedang mempersiapkan diri memasuki dunia kerja.

Menurut Montoya & Vandehey (2002), *Personal Branding* adalah proses secara sadar menciptakan dan mengelola persepsi orang lain terhadap diri sendiri, dengan tujuan menciptakan citra yang positif dan membangun kepercayaan. Sementara itu, Peters (1997) menekankan bahwa di era modern, setiap individu harus berpikir layaknya sebuah merek (brand) agar dapat membedakan diri dari pesaing dan membangun kredibilitas dalam industri yang digeluti. Dengan demikian, *Personal Branding* tidak hanya menjadi alat pemasaran diri tetapi juga strategi untuk meningkatkan peluang dan memperluas jaringan profesional.

Namun, banyak individu yang masih belum memahami pentingnya *Personal Branding* serta bagaimana membangunnya secara efektif. Penelitian oleh Labrecque et al. (2011) menunjukkan bahwa meskipun banyak orang memiliki akun media sosial, mereka tidak secara strategis menggunakan platform tersebut untuk memperkuat citra profesional mereka. Padahal, dengan memanfaatkan media sosial seperti LinkedIn, Instagram, dan Twitter secara optimal, seseorang dapat meningkatkan keterlihatan (visibility), kredibilitas, serta daya saing mereka dalam dunia profesional.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk memberikan pelatihan mengenai *Personal Branding* yang mencakup pemahaman konsep, teknik membangun citra diri, serta pemanfaatan media digital dalam mendukung reputasi profesional. Program ini diharapkan dapat membantu peserta dalam menyusun strategi *Personal Branding* yang efektif, sehingga mampu menciptakan identitas yang kuat dan berkelanjutan dalam berbagai bidang profesi.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas **Vol. 6 No. 4**
ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

Potensi pemberdayaan masyarakat sasaran dalam pelatihan *Personal Branding* bagi siswa SMA sangat besar, terutama dalam membekali mereka dengan keterampilan yang esensial untuk masa depan. Di era digital dan persaingan global yang ketat, siswa SMA perlu memahami bagaimana membangun citra diri yang positif, baik untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi maupun memasuki dunia kerja (Simel, 2020). Dengan pelatihan ini, mereka dapat mengembangkan keterampilan komunikasi, memanfaatkan media sosial secara strategis, serta meningkatkan rasa percaya diri dalam mempresentasikan diri di berbagai kesempatan, seperti wawancara beasiswa, magang, atau lomba akademik. Selain itu, kesadaran akan pentingnya *Personal Branding* sejak dini dapat membantu mereka merancang perjalanan karier dengan lebih terarah dan professional (Cleveland & Philbrick, 2015)..

Program Pelatihan dengan judul "Membangun *Personal Branding* Sejak Dini: Strategi Siswa SMA untuk Sukses di Era Digital" bertujuan membekali peserta dengan keterampilan membangun citra diri yang positif dan profesional. Solusi yang ditawarkan disusun secara sistematis untuk memastikan efektivitas pelatihan antara lain:

1. Pengenalan *Personal Branding*
   Peserta akan memahami konsep dasar *Personal Branding*, pentingnya citra diri, dan bagaimana *Personal Branding* dapat meningkatkan peluang akademik maupun profesional mereka.
2. Strategi Membangun *Personal Branding*
   Peserta akan melakukan *self-discovery workshop*, analisis SWOT pribadi, serta menyusun *personal brand statement* untuk mengenali kekuatan dan keunikan mereka.
3. Pemanfaatan Media Digital
   Pelatihan ini mengajarkan optimasi profil LinkedIn dan media sosial lainnya, pembuatan konten positif, serta etika digital untuk membangun citra profesional sejak dini.
4. Pengembangan Kemampuan Komunikasi
   Workshop public speaking, simulasi wawancara, dan latihan komunikasi profesional membantu peserta meningkatkan keterampilan berbicara dan berjejaring.
5. Implementasi dan Evaluasi
   Peserta akan menjalani tantangan 30 hari *Personal Branding*, mendapatkan bimbingan mentor, serta menerima umpan balik dan sertifikasi setelah menyelesaikan pelatihan.

Pelatihan ini memberikan solusi komprehensif dalam membangun *Personal Branding* siswa SMA melalui pemahaman konsep, strategi praktis, penguatan komunikasi, dan evaluasi langsung. Dengan keterampilan ini, peserta diharapkan lebih siap menghadapi persaingan akademik dan profesional di era digital.

METODE

Program Menurut Bratton et al (2021) Pelatihan adalah sesuatu proses pendidikan jangka pendek dengan menggunakan prosedur yang sistematis dan terorganisir, sehingga karyawan operasional belajar pengetahuan teknik pengerjaan dan keahlian untuk tujuan tertentu

Pelatihan ini akan diselenggarakan secara interaktif, menggabungkan elemen-elemen kuliah, diskusi kelompok, studi kasus, dan simulasi (Tsarenko, 2023). Para peserta akan aktif terlibat dalam proses pembelajaran, memperoleh pemahaman mendalam melalui pertukaran ide, serta mempraktikkan konsep-konsep melalui latihan-latihan yang aplikatif.

Metode pelaksanaan program ini mencakup beberapa tahapan utama:

1. Tahap Persiapan

- Koordinasi dengan pihak sekolah dan pemangku kepentingan terkait.
- Penyusunan modul pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan siswa.

2. Tahap Implementasi

- Pelaksanaan workshop interaktif dan penyampaian materi melalui pendekatan partisipatif.
- Sesi mentoring individu dan kelompok oleh wirausahawan dan akademisi.
- Praktik langsung dalam bentuk studi kasus dan simulasi bisnis.

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

- Kompetisi ide bisnis sebagai bentuk evaluasi pemahaman siswa terhadap materi yang diberikan.

3. Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut

- Penilaian terhadap perubahan pola pikir dan sikap siswa terhadap kewirausahaan.
- Survei dan wawancara untuk mengukur dampak program.
- Pembuatan laporan dan rekomendasi untuk keberlanjutan program di sekolah terkait.

Melalui pendekatan ini, diharapkan siswa dapat lebih siap menghadapi berbagai tantangan dengan sikap yang positif, fleksibel, dan inovatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam rangka memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan karakter generasi muda di era digital, tim Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) dari Telkom University melaksanakan kegiatan pelatihan bertajuk *"Membangun Personal Branding Sejak Dini: Strategi Siswa SMA untuk Sukses di Era Digital."* Kegiatan ini diselenggarakan pada hari Sabtu, 3 Mei 2025, dan diikuti oleh siswa-siswi SMA Darul Hikam Bandung. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali para siswa dengan pemahaman tentang pentingnya membangun citra diri positif yang selaras antara dunia nyata dan ruang digital, sebagai bagian dari persiapan menghadapi tantangan masa depan.

Pelatihan dipandu oleh Ketua Tim Abdimas, Budi Prasetyo, M.M., bersama dua narasumber lainnya, Fikri Mohamad Rizaldi, BBA., MBA., dan Faqih Ahmad Muzakky, M.S.M. Ketiganya membawakan materi yang dirancang secara sistematis untuk membantu siswa mengenali potensi diri, memperkuat identitas personal, dan membangun kepercayaan melalui komunikasi yang tepat dan penggunaan media sosial yang bijak. *Personal Branding* diperkenalkan bukan hanya sebagai alat untuk tampil menarik di hadapan publik, tetapi sebagai proses membentuk nilai diri yang otentik, konsisten, dan penuh makna.

Kegiatan berlangsung dengan pendekatan interaktif yang mendorong partisipasi aktif siswa melalui diskusi kelompok, refleksi individu, dan simulasi praktik membangun profil diri. Metode ini dipilih untuk menciptakan suasana belajar yang menyenangkan sekaligus bermakna. Para siswa diberi ruang untuk mengidentifikasi kekuatan dan keunikan masing-masing, kemudian dibimbing dalam merumuskan strategi *Personal Branding* yang mencerminkan jati diri serta tujuan hidup mereka.

Selaras dengan visi pendidikan yang diterapkan di SMA Darul Hikam, kegiatan ini memperkuat integrasi antara nilai-nilai Islam, keterampilan berpikir tingkat tinggi (HOTS), serta pendekatan STEM dan pembelajaran mendalam. Oleh karena itu, pelatihan ini tidak hanya mendukung aspek kognitif siswa, tetapi juga memperkuat karakter, etika, dan kepercayaan diri. Kehadiran pelatihan ini menjadi pelengkap penting dalam menciptakan lulusan yang unggul secara akademik dan tangguh dalam menghadapi kompleksitas dunia digital.

Gambar 1. Penyampaian Materi *Personal Branding*

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol. 6 No. 4
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Dalam prosesnya, tim pelatih juga menyoroti beberapa tantangan yang umum dihadapi oleh remaja saat ini, seperti rendahnya kesadaran terhadap jejak digital, kecenderungan untuk mengikuti tren secara impulsif, serta tekanan sosial yang dapat memengaruhi identitas diri. Materi disampaikan dengan pendekatan empatik, mengajak siswa untuk melihat media sosial sebagai ruang yang dapat dimanfaatkan secara positif, bukan sekadar tempat membangun popularitas semu. Refleksi pribadi dan pembinaan guru menjadi strategi yang disarankan untuk memperkuat pembentukan karakter digital.

Respon yang ditunjukkan oleh para siswa selama pelatihan sangat positif. Antusiasme mereka terlihat dari semangat berdiskusi, keberanian menyampaikan pandangan, dan kesediaan untuk terbuka terhadap masukan yang membangun. Keterlibatan aktif ini menjadi indikator keberhasilan pelatihan dalam menumbuhkan kesadaran akan pentingnya *Personal Branding*, serta memberikan dorongan bagi siswa untuk lebih percaya diri dalam merancang masa depan mereka.

Melalui kegiatan ini, Telkom University kembali menegaskan komitmennya dalam mendukung program penguatan karakter dan literasi digital di jenjang pendidikan menengah. Kerja sama yang terjalin antara perguruan tinggi dan sekolah menjadi jembatan strategis dalam menciptakan ekosistem pendidikan yang adaptif terhadap perubahan zaman. Kegiatan pengabdian semacam ini diharapkan dapat menjadi model kolaborasi yang berkelanjutan di masa depan.

Sebagai penutup, pelatihan ini tidak hanya menjadi sarana edukatif, tetapi juga pengalaman transformatif bagi para siswa. Mereka tidak hanya mendapatkan pengetahuan baru, melainkan juga dorongan untuk membentuk identitas diri yang kuat, beretika, dan siap bersaing di era digital. Keberhasilan kegiatan ini menjadi cerminan bahwa pendidikan karakter dan penguatan literasi digital dapat berjalan beriringan secara efektif melalui kegiatan pengabdian yang relevan dan aplikatif.

Gambar 2. Foto Bersama Seluruh Peserta

Setelah pelatihan berakhir maka dilanjutkan dengan evaluasi pelatihan. Evaluasi bagi seluruh peserta pelatihan dilaksanakan melalui *google form*. Berikut rekapitulasi evaluasi pelatihannya:

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol. 6 No. 4
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Tabel 1. Rekap Evaluasi Pelatihan

Pertanyaan Survey	SS	S	N	TS	STS
Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan mitra/ peserta	48%	52%	0,00%	0,00%	0,00%
Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif sesuai dan cukup	43%	57%	0,00%	0,00%	0,00%
Materi/kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami	52%	48%	0,00%	0,00%	0,00%
Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan	36%	64%	0,00%	0,00%	0,00%
Masyarakat menerima dan berharap kegiatan-kegiatan seperti ini dilanjutkan di masa yang akan datang	52%	48%	0,00%	0,00%	0,00%

Keterangan: SS= Sangat Setuju; S=Setuju; N=Netral, Tidak Setuju=TS, dan STS=Sangat Tidak Setuju

Hasil evaluasi terhadap pelatihan "Membangun *Personal Branding* Sejak Dini" yang dilaksanakan di SMA Darul Hikam menunjukkan tanggapan yang sangat positif dari para peserta. Berdasarkan Tabel 1, seluruh pertanyaan memperoleh penilaian pada kategori “Sangat Setuju” (SS) dan “Setuju” (S), tanpa ada respon negatif sama sekali. Sebanyak 48% peserta sangat setuju dan 52% setuju bahwa materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan mereka. Ini menunjukkan bahwa topik *Personal Branding* dianggap relevan dan mampu menjawab tantangan yang dihadapi siswa dalam membentuk citra diri, baik di lingkungan sosial maupun di ruang digital.

Selanjutnya, aspek teknis pelaksanaan seperti kejelasan materi dan waktu kegiatan juga dinilai baik. Sebanyak 52% responden menyatakan materi sangat mudah dipahami dan 48% menyatakan setuju, menandakan bahwa pendekatan penyampaian materi oleh tim pengajar berhasil menciptakan suasana belajar yang komunikatif dan efektif. Pelayanan dari panitia juga diapresiasi, dengan 36% responden sangat setuju dan 64% setuju bahwa kegiatan dilaksanakan dengan dukungan layanan yang baik. Hal yang paling menggembirakan adalah seluruh peserta menerima kegiatan ini dengan antusias dan berharap adanya pelatihan lanjutan, sebagaimana 52% menyatakan sangat setuju dan 48% setuju terhadap keberlanjutan program.

Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, direkomendasikan agar pelatihan serupa dapat dijadikan program berkelanjutan di SMA Darul Hikam, baik dalam bentuk pendampingan berkala maupun pengembangan topik yang lebih mendalam. Beberapa materi lanjutan yang dapat dipertimbangkan antara lain: membangun kepercayaan diri, dan manajemen konten media sosial yang etis. Dengan pendekatan yang konsisten dan kolaboratif, kegiatan ini akan semakin memperkuat literasi digital, karakter, dan kesiapan siswa dalam menghadapi persaingan global di masa depan.

SIMPULAN

Pelatihan *"Membangun Personal Branding Sejak Dini: Strategi Siswa SMA untuk Sukses di Era Digital"* terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa dalam membentuk citra diri yang autentik dan profesional. Melalui pendekatan interaktif, materi pelatihan yang relevan, serta metode yang aplikatif, siswa berhasil dikenalkan pada pentingnya *Personal Branding* dalam menghadapi era digital yang penuh tantangan dan peluang. Evaluasi peserta menunjukkan seluruh indikator dinilai positif, termasuk relevansi materi, kejelasan penyampaian, ketepatan waktu, dan layanan panitia, yang menandakan keberhasilan pelatihan dari segi substansi maupun pelaksanaan.

Keberhasilan pelatihan ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara perguruan tinggi dan institusi pendidikan menengah dalam memperkuat literasi digital dan karakter siswa. *Personal Branding* menjadi keterampilan esensial yang harus ditanamkan sejak dini agar generasi

muda lebih siap menghadapi masa depan yang semakin kompetitif. Dengan antusiasme peserta yang tinggi dan dukungan dari mitra sekolah, pelatihan ini direkomendasikan untuk dilanjutkan secara berkala dan diperluas dengan materi lanjutan seperti kepemimpinan pribadi, manajemen reputasi digital, dan komunikasi strategis untuk menunjang kesiapan siswa baik di ranah akademik maupun profesional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada Telkom University yang telah mendukung kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) ini dari mulai pendanaan sampai kesempatan yang diberikan, mitra sasar kami Yayasan Darul Hikam, serta tim dari Abdimas (Budi Prasetiyo, Fikri Mohamad Rizaldi dan Faqih Ahmad Muzakky). Semoga Allah membalas kebaikan semua pihak dengan balasan yang terbaik. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

Cleveland, A., & Philbrick, J. (2015). *Personal Branding*: Building Your Pathway to Professional Success. *Medical Reference Services Quarterly*, 34, 181 - 189. https://doi.org/10.1080/02763869.2015.1019324.

Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). Online *Personal Branding*: Processes, challenges, and implications. Journal of Interactive Marketing, 25(1), 37-50.

Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace. McGraw Hill.

Peters, T. (1997). The Brand Called You. Fast Company, (10), 83-90.

Simel, S. (2020). Education for a positive self-image in a contemporary school. The Journal of Education, Culture, and Society, 2, 108-115. https://doi.org/10.15503/JECS20132.108.115.

Tsarenko, I. (2023). Use Of Interactive Technologies In Teaching The Course "Teaching Methods Of Professional Training Disciplines". Academic Notes Series Pedagogical Science. https://doi.org/10.36550/2415-7988-2023-1-208-251-255.