

MENINGKATKAN KOMPETENSI DAN MEMBANGUN PERSONAL BRANDING DI ERA DIGITAL PADA SISWA/I MA AL-FATHANIYAH KOTA SERANG

Rizki Putra Pratama¹, Alfiani Cita Maulinda², Rudolf Manuputty³, Heru Andika⁴
Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pamulang Kota Serang
Email: unpamserang@unpam.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mempengaruhi lanskap kompetensi yang dibutuhkan oleh lulusan pendidikan menengah, termasuk siswa/i MA. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan yang mengintegrasikan penguatan kompetensi serta strategi membangun personal branding secara efektif di era digital. Kegiatan dilakukan melalui sosialisasi, simulasi, dan evaluasi interaktif di MA Al-Fathaniyah, Serang. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan ini mampu meningkatkan pemahaman siswa mengenai pentingnya keterampilan komunikasi, kepercayaan diri, serta penggunaan media digital secara strategis. Dengan demikian, siswa menjadi lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja dan peluang di era industri 5.0.

Kata Kunci: Kompetensi, Personal Branding, Pelatihan, Era Digital

ABSTRACT

The advancement of digital technology has reshaped the essential competencies required by secondary education graduates, including MA students. This community service program aims to provide training that integrates competency enhancement and effective personal branding strategies in the digital era. Activities were conducted through seminars, simulations, and interactive evaluations at MA Al-Fathaniyah, Serang. The results showed that this approach improved students' understanding of the importance of communication skills, confidence, and strategic use of digital media. Thus, students are better prepared to face job market challenges and opportunities in the era of industry 5.0.

Keywords: Competency, Personal Branding, Training, Digital Era

Article History

Received: Juli 2025
Reviewed: Juli 2025
Published: Juli 2025

Plagirism Checker No 234
Prefix DOI :

10.9765/Krepa.V218.3784

Plagirism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :
10.9765/Krepa.V218.3784

Copyright : Author

Publish by : Krepa



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan besar terhadap dinamika dunia kerja, di mana kompetensi digital dan kemampuan membangun personal branding menjadi sangat penting. Para lulusan Madrasah Aliyah (MA) dituntut untuk tidak hanya menguasai pengetahuan akademik, namun juga keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri seperti komunikasi, kolaborasi, dan literasi digital (Choi et al., 2023). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan menjembatani kesenjangan kompetensi tersebut melalui pelatihan berbasis praktik.

Menurut Turistiati dan Ramadhan (2019), rendahnya kepercayaan diri menjadi salah satu tantangan utama lulusan pendidikan menengah dalam memasuki dunia kerja. Personal branding dinilai mampu membentuk citra positif dan meningkatkan daya saing individu. MA Al-Fathaniyah

dipilih karena banyak siswanya berminat langsung bekerja setelah lulus, namun masih minim pemahaman dan strategi menghadapi persaingan kerja. Pelatihan personal branding terbukti efektif membangun kesiapan kerja siswa (Azzahra & Mulyani, 2022).

Transformasi digital mendorong generasi muda untuk menguasai tidak hanya hard skills, tetapi juga soft skills agar kompetitif di pasar kerja global. Kompetensi digital dan personal branding kini menjadi indikator utama kesiapan kerja. Prakoso dan Widodo (2023) menemukan bahwa pelajar SMA/MA dengan literasi digital dan keterampilan sosial yang baik cenderung lebih siap memasuki dunia kerja.

Lulusan MA sering menghadapi kesenjangan antara capaian akademik dan tuntutan dunia kerja yang menekankan adaptabilitas, kreativitas, dan komunikasi efektif. Kurangnya pelatihan praktis dan pembinaan karier sejak dini memperparah ketidaksiapan ini. Turistiati dan Ramadhan (2019) mencatat bahwa hambatan utama lulusan pendidikan menengah adalah ketidaksiapan mental serta minimnya strategi memasarkan potensi diri, sebagaimana juga ditegaskan oleh Dewi & Kurniawan (2021) terkait pentingnya integrasi soft skill dalam kurikulum.

Personal branding adalah strategi membangun citra diri positif dan autentik, baik secara langsung maupun melalui media digital seperti LinkedIn atau portofolio daring. Dalam era persaingan kerja yang ketat, strategi ini membantu menonjolkan keahlian dan nilai individu, sebagaimana dibuktikan oleh Sari & Alfiansyah (2023) dalam studi mereka tentang peran media sosial dalam pembentukan citra profesional.

Pelatihan digital dan personal branding merupakan bentuk pengabdian masyarakat yang menjawab kesenjangan antara pendidikan dan dunia kerja. Kegiatan ini dirancang secara partisipatif, melalui praktik seperti simulasi wawancara dan pembuatan portofolio digital. Studi Andriani & Fauzan (2020) menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik lebih efektif daripada metode ceramah.

MA Al-Fathaniyah dipilih berdasarkan observasi awal yang menunjukkan tingginya minat siswa untuk bekerja setelah lulus, namun dengan kesiapan non-akademik yang masih rendah. Pelatihan ini menjadi intervensi yang relevan dalam meningkatkan kompetensi digital dan citra diri. Putri & Wahyudi (2024) juga merekomendasikan pendekatan serupa dalam mempersiapkan siswa MA menghadapi tantangan industri 4.0.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan edukatif partisipatif, yaitu suatu strategi pelibatan aktif yang menempatkan peserta didik sebagai subjek pembelajaran, bukan hanya penerima informasi. Pendekatan ini dipilih untuk mendorong keterlibatan kognitif, afektif, dan psikomotorik siswa melalui rangkaian aktivitas yang bersifat reflektif dan aplikatif. Kegiatan dilaksanakan secara luring di lingkungan MA Al-Fathaniyah, Kota Serang, dalam satu hari pelaksanaan. Metode ini dirancang untuk menciptakan proses pembelajaran yang tidak hanya menyampaikan materi secara teoritis, tetapi juga memberikan ruang kepada siswa untuk mengaktualisasikan kompetensinya melalui pengalaman langsung dan terstruktur. Strategi pelaksanaan terbagi menjadi tiga tahapan utama, yaitu sosialisasi, simulasi, dan evaluasi hasil kegiatan.

1. **Tahap pertama Sosialisasi:** Bertujuan memberikan pemahaman konseptual mengenai urgensi kompetensi digital dan personal branding dalam dunia kerja. Materi disampaikan melalui presentasi visual interaktif dan diskusi terbuka. Pendekatan ini mendorong siswa mengaitkan materi dengan pengalaman dan potensi diri, sejalan dengan prinsip konstruktivisme.
2. **Tahap kedua Simulasi:** Memberikan pengalaman praktik langsung, seperti menyusun CV digital, membuat profil LinkedIn, dan melatih komunikasi melalui sesi public speaking serta elevator pitch. Kegiatan dilakukan secara individu dan kelompok, dengan

pendampingan dari tim pelaksana. Simulasi ini mengacu pada pendekatan *experiential learning* untuk memperkuat keterampilan praktis dan kepercayaan diri siswa.

3. **Tahap ketiga Evaluasi:** Melibatkan pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman dan kesiapan siswa. Evaluasi ini dianalisis secara deskriptif kuantitatif guna menilai efektivitas pelatihan dan menjadi dasar pengembangan program sejenis ke depan, sesuai prinsip *continuous improvement*.

Sasaran kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini berlokasi di Jl. Pancoran Mas I Blok CII No. 6, Tembung, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten. Pengabdian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan siswa dan siswi MAAL - Fathaniyah. Masalah yang diidentifikasi meliputi kurangnya pemahaman mengenai pentingnya membangun kompetensi dan personal branding di era digital saat ini. Dengan implementasi dan Solusi - Solusi tersebut, diharapkan siswa/l dapat mengetahui betapa pentingnya meningkatkan kompetensi dan personal branding dari masa remaja saat ini untuk bekal masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menjadi sarana bagi mahasiswa Universitas Pamulang untuk mengimplementasikan keilmuan yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia dan komunikasi strategis. Melalui kegiatan sosialisasi bertema "*Meningkatkan Kompetensi dan Membangun Personal Branding di Era Digital*", mahasiswa turut serta berkontribusi dalam menciptakan solusi praktis atas permasalahan nyata yang dihadapi oleh siswa-siswi tingkat akhir MA Al-Fathaniyah. Pemilihan tema ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan mendesak akan penguasaan keterampilan non-akademik yang relevan dengan dunia kerja saat ini, seperti literasi digital, komunikasi profesional, dan pengembangan citra diri.

Sesi sosialisasi dilaksanakan secara langsung (luring) dengan melibatkan siswa-siswi kelas akhir sebagai peserta utama. Pemateri menyampaikan materi secara komunikatif dan interaktif, dimulai dari penjelasan tentang pentingnya kompetensi digital dalam menghadapi dunia kerja modern. Siswa diberikan pemahaman mengenai bagaimana kemajuan teknologi telah mengubah peta ketenagakerjaan secara global, di mana penguasaan terhadap media sosial, pengelolaan profil digital, hingga penggunaan platform profesional seperti LinkedIn menjadi nilai tambah yang signifikan. Antusiasme peserta terlihat saat materi dikaitkan dengan realitas yang mereka alami sehari-hari, seperti penggunaan Instagram atau TikTok, yang diarahkan menjadi potensi untuk membangun portofolio digital.

Materi berikutnya menekankan pada pentingnya *personal branding*, yaitu kemampuan menampilkan diri secara positif, otentik, dan konsisten, baik dalam lingkungan nyata maupun di dunia digital. Siswa diajak memahami bahwa personal branding bukan sekadar cara berpakaian atau berbicara, melainkan mencerminkan keseluruhan identitas, nilai, dan keunikan yang dapat membedakan mereka di tengah persaingan. Dalam sesi ini, peserta diajak untuk mengidentifikasi kekuatan diri dan bagaimana cara mengekspresikannya dengan cara yang profesional dan relevan dengan kebutuhan industri. Pendekatan ini mendorong siswa untuk mulai berpikir tentang bagaimana mereka ingin dilihat dan dikenal, tidak hanya sebagai pelajar, tetapi juga sebagai calon profesional.



Gambar 1.1 Pemateri untuk Siswa/I MA Al - Fathaniyah

Kegiatan juga mencakup pemaparan contoh konkret seperti tampilan CV digital yang menarik, struktur akun LinkedIn yang baik, serta simulasi cara memperkenalkan diri secara profesional (*elevator pitch*). Meskipun tidak dilakukan secara praktik langsung karena keterbatasan waktu dan sarana, pemaparan disertai visual dan narasi praktis ini memberikan gambaran nyata yang mudah dipahami oleh siswa. Diskusi pun berkembang ketika siswa mulai bertanya mengenai hal-hal teknis seperti bagaimana cara menulis pengalaman di CV jika belum pernah bekerja, atau bagaimana menjaga citra diri di media sosial agar tetap positif. Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi indikator bahwa materi yang disampaikan relevan dan membangkitkan kesadaran kritis peserta.



Gambar 1.2 Foto bersama Siswa/I MA Al - Fathaniyah

Suasana kegiatan berlangsung dinamis dan partisipatif. Pemateri mendorong siswa untuk berbicara, berbagi pendapat, dan bahkan menyampaikan mimpi atau rencana karier mereka setelah lulus. Keterlibatan aktif peserta menunjukkan bahwa metode penyampaian yang digunakan berhasil menciptakan ruang aman dan nyaman bagi siswa untuk berekspresi. Ini penting karena salah satu tantangan yang dihadapi lulusan MA adalah rasa tidak percaya diri, khususnya dalam menghadapi lingkungan profesional yang asing. Melalui dialog yang terbuka,

siswa mulai menunjukkan keberanian untuk menyampaikan ide, menyampaikan pertanyaan, bahkan menerima masukan secara langsung.

Kegiatan ini berdampak positif terhadap perubahan sikap dan pola pikir siswa dalam mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja. Meskipun tanpa pengukuran statistik, secara kualitatif terlihat bahwa siswa menjadi lebih sadar akan pentingnya identitas digital dan penggunaan media sosial secara produktif. Beberapa siswa bahkan menunjukkan inisiatif untuk membuat CV dan mengeksplorasi platform profesional, menandakan tumbuhnya motivasi dan wawasan baru.

Diharapkan sekolah dapat melanjutkan pembinaan keterampilan non-akademik melalui program karier atau pelatihan lanjutan. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membentuk sikap dan kesiapan mental siswa. Bagi tim pelaksana, kegiatan ini menjadi pembelajaran penting mengenai komunikasi efektif, pendekatan humanis, dan penerapan ilmu manajemen di masyarakat. Sebagai tindak lanjut, peran guru BK dan wali kelas sangat penting dalam memperkuat pemahaman siswa melalui pendampingan rutin yang aplikatif, seperti pelatihan portofolio digital, pengelolaan media sosial profesional, dan simulasi wawancara kerja. Pendampingan yang berkelanjutan akan memperkuat kesiapan siswa baik secara teoritis maupun praktis.

Kegiatan ini juga membuka peluang kolaborasi yang lebih luas antara perguruan tinggi dan sekolah menengah. Sesuai semangat Tri Dharma Perguruan Tinggi, pengabdian kepada masyarakat seharusnya bersifat kolaboratif. Antusiasme MA Al-Fathaniyah sebagai mitra menunjukkan potensi keberlanjutan program, yang jika diintegrasikan secara periodik dengan keterlibatan dosen dan mahasiswa, dapat membentuk ekosistem pembinaan karier berbasis kebutuhan lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini membuktikan bahwa pendekatan edukatif partisipatif yang aplikatif dan kontekstual mampu meningkatkan kesadaran siswa MA Al-Fathaniyah terhadap pentingnya literasi digital dan personal branding sebagai bekal memasuki dunia kerja. Respons positif dan keterlibatan aktif peserta mencerminkan terjadinya pergeseran pola pikir yang lebih adaptif terhadap tuntutan industri digital. Selain memberikan dampak langsung berupa peningkatan motivasi dan keterampilan dasar, kegiatan ini juga memperkuat peran strategis perguruan tinggi sebagai penghubung antara dunia pendidikan dan kebutuhan riil masyarakat. Dalam kerangka Tri Dharma, kegiatan ini menjadi wujud kontribusi nyata pendidikan tinggi dalam mendukung pembentukan generasi muda yang siap bersaing di era transformasi digital.

B. Saran

Diperlukan keberlanjutan program pelatihan berbasis literasi digital dan personal branding melalui integrasi ke dalam kurikulum pengembangan diri atau bimbingan konseling di sekolah. Kolaborasi dengan praktisi industri, alumni, serta perguruan tinggi dapat memperluas cakupan dan kedalaman materi. Bagi perguruan tinggi, keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan seperti ini sebaiknya diperkuat dan direplikasi dengan pendekatan yang lebih sistematis serta evaluasi yang terstruktur. Selain itu, penting untuk mendorong lahirnya kesadaran karier (career awareness) dan perencanaan karier (career planning) sejak jenjang pendidikan menengah, khususnya di lingkungan madrasah, guna menciptakan lulusan yang unggul secara akademik, spiritual, dan profesional.

DAFTAR PUSTAKA

- Dessler, G. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (ed. 9). Jakarta: Indeks.
- Franzia, E. (2018). Personal Branding Melalui Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional PAKAR*, 15-20.
- Kusumastuti, R. (2022). Upaya SMK Memenuhi Soft Skill Dunia Industri. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 1-16.
- Santi, A., Jeroh, M., & Ema, S. (2022). Implementasi Personal Branding Dalam Meningkatkan Kredibilitas Jiwa Entrepreneurship di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 119-123.
- Tamimy, M. F. (2024). *Sharing-mu, Personal Branding-mu*. Jakarta: VisiMedia.
- Tentama, F., Subardjo, S., & Abdillah, M. H. (2023). Pelatihan Soft Skills untuk Kesiapan Kerja. *Jurnal Pemberdayaan*, 1(2), 275-280.
- Turistiati, A. T., & Ramadhan, S. F. (2019). Pelatihan Public Speaking dan Personal Branding untuk Mahasiswa. *JPMM*, 3(1), 83-99.
- Wahyuni, W. (2020). Pengaruh Hard dan Soft Skill Terhadap Kinerja Pegawai. UIN Alauddin Makassar.
- Azzahra, R., & Mulyani, S. (2022). *Personal Branding as Career Readiness Strategy for Generation Z in the Digital Age*. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 10(3), 221-230.
- Prakoso, B., & Widodo, A. (2023). *Soft Skills dan Literasi Digital Siswa MA dalam Menyongsong Dunia Kerja Global*. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 13(1), 14-27.
- Dewi, A. N., & Kurniawan, R. (2021). *Integrasi Soft Skills dalam Kurikulum SMA sebagai Upaya Peningkatan Employability Skills*. *Jurnal Kurikulum dan Pembelajaran*, 5(2), 89-98.
- Sari, D. K., & Alfiansyah, M. (2023). *Media Sosial sebagai Sarana Pembentukan Personal Branding Siswa Menengah Atas*. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 7(1), 33-42.
- Andriani, L., & Fauzan, M. (2020). *Efektivitas Pelatihan Keterampilan Kerja melalui Metode Simulasi bagi Siswa Sekolah Menengah*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(1), 45-51.
- Putri, M. A., & Wahyudi, E. (2024). *Mempersiapkan Lulusan MA Menghadapi Industri 4.0 melalui Penguatan Kompetensi Digital dan Personal Branding*. *Jurnal Pendidikan Vokasi dan Industri*, 6(2), 58-68.