

SOSIALISASI OPTIMALISASI PERSONAL BRANDING STRATEGI EFEKTIF MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL UNTUK SUKSES PRIBADI DAN PROFESIONAL DI SMA KI HAJAR DEWANTORO KOTA TANGERANG

Yeskarwani Gulo¹, Fitri Nurlaela², and Badriah Nursakinah³

¹Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Jl. Raya Puspitek, Buaran, Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310 e-mail: ¹dosen02955@unpam.ac.id

^{2,3} Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Jl. Raya Puspitek, Buaran, Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310

e-mail: ²dosen02958@unpam.ac.id, ³dosen02779@unpam.ac.id

Abstract

This study aims to socialize and optimize the use of social media in order to build effective personal branding among students of SMA KH Dewantoro, Tangerang City. In today's digital era, social media has a very important role in shaping self-image and introducing individual potential to the public. Therefore, it is important for students to understand the right strategy in utilizing social media in order to support their personal and professional success in the future. Through this socialization, it is hoped that students can be wiser in using social media for productive and positive purposes. In this socialization activity, an understanding of the concept of personal branding is given, namely an effort to build a strong and consistent self-image in cyberspace. Students are taught how to choose the right social media platform, manage content that is in accordance with personal values, and maintain ethics and professionalism in interacting in the digital world. In addition, students are also given practical training on how to optimize their social media accounts to support career development and build useful professional networks. The results of this socialization activity show that the understanding of the importance of personal branding among students has increased significantly. They began to realize how big the impact of social media is on achieving personal and professional goals. With the right strategy, students can use social media effectively to improve communication skills, expand relationships, and open up career opportunities in the future. This socialization also succeeded in educating students on how to maintain a positive image in cyberspace, which in turn can help them achieve success in the professional world.

Keywords: Socialization, Optimization, Personal Branding, Social Media, Personal Success, Professional, Ki Hajar Dewantoro High School, Tangerang.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mensosialisasikan dan mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dalam rangka membangun personal branding yang efektif di kalangan siswa SMA KH Dewantoro Kota Tangerang. Di era digital saat ini, media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk citra diri dan memperkenalkan potensi individu ke publik. Oleh karena itu, penting bagi siswa untuk memahami strategi yang tepat dalam memanfaatkan media sosial agar dapat mendukung kesuksesan pribadi dan profesional mereka di masa depan. Melalui sosialisasi ini, diharapkan siswa dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial untuk tujuan yang produktif dan positif.

Dalam kegiatan sosialisasi ini, diberikan pemahaman tentang konsep personal branding, yaitu upaya membangun citra diri yang kuat dan konsisten di dunia maya. Siswa diajarkan bagaimana memilih platform media sosial yang tepat, mengelola konten yang sesuai dengan nilai-nilai pribadi, serta menjaga etika dan profesionalisme dalam berinteraksi di dunia digital. Selain itu, siswa juga diberikan

pelatihan praktis mengenai cara mengoptimalkan akun media sosial mereka untuk mendukung pengembangan karier dan membangun jejaring profesional yang bermanfaat.

Hasil dari kegiatan sosialisasi ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang pentingnya personal branding di kalangan siswa meningkat signifikan. Mereka mulai menyadari betapa besar dampak media sosial terhadap pencapaian tujuan pribadi dan profesional. Dengan strategi yang tepat, siswa dapat memanfaatkan media sosial secara efektif untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, memperluas relasi, serta membuka peluang karier di masa depan. Sosialisasi ini juga berhasil mengedukasi siswa tentang cara menjaga citra positif di dunia maya, yang pada gilirannya dapat membantu mereka meraih kesuksesan di dunia profesional.

Kata kunci: Sosialisasi, Optimalisasi, Personal Branding, Media Sosial, Sukses Pribadi, Profesional, SMA Ki Hajar Dewantoro, Tangerang.

1. PENDAHULUAN

Di zaman yang serba digital ini, media sosial telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan kita sehari-hari. Mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa, semua menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan, seperti berkomunikasi, berbagi informasi, hingga memasarkan produk. Namun, yang lebih penting lagi, media sosial juga dapat digunakan untuk membangun citra diri yang kuat dan positif melalui personal branding. Personal branding adalah suatu proses membentuk dan mengelola citra diri yang ingin kita tunjukkan kepada publik, baik itu dalam kehidupan pribadi maupun profesional.

Bagi siswa SMA, khususnya yang berada di kelas 12 untuk membangun personal branding yang kuat dan efektif sangatlah penting. Pada fase ini, akan menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi, mencari pekerjaan setelah lulus, atau bahkan memulai usaha sendiri. Di sinilah media sosial dapat menjadi alat yang sangat berguna untuk memperkenalkan diri, memperluas jaringan, dan menunjukkan keahlian atau potensi yang dimiliki. Media sosial tidak hanya sekadar tempat untuk berbagi momen pribadi, tetapi juga bisa menjadi wadah untuk menampilkan nilai-nilai dan kualitas diri yang profesional, yang

sangat berpengaruh pada kesuksesan masa depan.

Namun, meskipun media sosial menawarkan banyak manfaat, penggunaannya sering kali terjebak dalam kesalahan dalam mengelola citra diri. Tanpa strategi yang jelas, penggunaan media sosial bisa berujung pada kesalahan yang merugikan reputasi, seperti memposting hal-hal yang tidak sesuai atau bersifat negatif. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana cara memanfaatkan media sosial secara bijak, serta membangun personal branding yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga menunjukkan kualitas diri yang sejati dan profesional.

Personal branding bukanlah hal yang terjadi secara instan. Personal branding juga merupakan hasil dari serangkaian tindakan yang konsisten dan terarah untuk membentuk persepsi orang lain terhadap diri kita. Di dunia yang serba terhubung seperti sekarang ini, media sosial memberikan kesempatan luas untuk membangun personal branding yang autentik, efektif, dan berdampak positif. Melalui media sosial, kita dapat menunjukkan keahlian, minat, serta nilai-nilai yang kita anut, dan ini semua dapat memperkuat citra diri kita di mata publik.

Sebagai siswa kelas 12 mereka memiliki kesempatan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan diri kalian secara profesional. Ada banyak strategi yang bisa diterapkan untuk memaksimalkan potensi media sosial dalam membangun personal branding. Salah satu langkah pertama adalah

menentukan platform media sosial yang sesuai dengan tujuan kalian. LinkedIn, misalnya, merupakan platform profesional yang tepat untuk menunjukkan prestasi akademik dan keterampilan yang kalian miliki. Sementara itu, platform seperti Instagram atau TikTok lebih cocok untuk menampilkan sisi kreatif, hobi, atau minat tertentu yang bisa mendukung citra diri yang lebih menarik.

Namun, untuk mencapai kesuksesan dalam membangun personal branding, diperlukan kesadaran diri yang tinggi dan pemahaman tentang siapa kita sebenarnya dan nilai-nilai apa yang ingin kita tonjolkan. Di sinilah peran penting strategi yang terencana dan konsisten. Dalam sosialisasi ini, kami akan membahas berbagai tips dan trik tentang bagaimana membangun personal branding yang kuat, mulai dari pembuatan konten yang menarik hingga cara berinteraksi dengan audiens secara positif. PkM ini juga akan membahas pentingnya konsistensi dalam membangun citra diri di dunia maya, serta bagaimana cara menghindari kesalahan yang bisa merusak reputasi kita.

Membangun personal branding yang baik di media sosial tidak hanya memberikan manfaat dalam jangka pendek, tetapi juga memberikan keuntungan jangka panjang. Dengan personal branding yang kuat, kalian bisa meningkatkan kredibilitas, membuka lebih banyak peluang, dan memperluas jaringan profesional. Di dunia kerja, perusahaan atau institusi pendidikan sering kali mencari individu yang memiliki kepribadian yang jelas dan dapat dipercaya. Personal branding yang baik akan mempermudah kalian untuk ditemukan oleh orang-orang yang memiliki kesamaan tujuan, baik itu dalam dunia kerja maupun dalam konteks pendidikan.

Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang jelas dan praktis kepada siswa kelas 12 SMA Ki Hajar Dewantoro Kota Tangerang mengenai pentingnya membangun personal branding yang efektif melalui media sosial.

2. METODE

Berikut adalah kerangka pemecahan masalah untuk sosialisasi digital guna mengarahkan siswa/siswi SMA KH Dewantoro:

1. Identifikasi Masalah
 - a. Pengaruh Negatif terhadap Karir: Konten yang tidak bijak atau negatif dapat berdampak jangka panjang pada karir siswa, mengurangi kesan profesional di mata pemberi kerja atau universitas.
 - b. Kebingungan dalam Citra Diri: Tanpa personal branding yang jelas, siswa kesulitan menunjukkan identitas mereka, yang dapat menimbulkan kebingungan dalam lingkungan akademik dan profesional.
 - c. Keterbatasan Pengembangan Diri: Tanpa strategi media sosial yang tepat, siswa kehilangan kesempatan untuk menonjolkan kemampuan atau pencapaian mereka, menghambat perkembangan diri.
2. Analisis Akar Masalah
 - a. Pengaruh Negatif terhadap Karir: Siswa kurang sadar akan dampak jangka panjang dari konten yang diunggah di media sosial, yang dapat merusak citra profesional mereka di mata pemberi kerja atau universitas.
 - b. Kebingungan dalam Citra Diri: Tanpa personal branding yang jelas, siswa kesulitan menunjukkan identitas diri mereka secara konsisten di media sosial, menyebabkan kebingungan dalam lingkungan akademik dan profesional.
 - c. Keterbatasan Pengembangan Diri: Tanpa strategi yang tepat, siswa kehilangan kesempatan untuk menonjolkan kemampuan dan pencapaian mereka melalui media sosial, menghambat pengembangan diri dan karir.
3. Tujuan Pemecahan Masalah
 1. Mengurangi Pengaruh Negatif terhadap Karir: Meningkatkan kesadaran siswa tentang dampak jangka panjang dari konten yang mereka unggah di media sosial, sehingga mereka dapat menjaga citra profesional yang baik di mata pemberi kerja atau universitas.
 2. Memperjelas Citra Diri dan Personal Branding: Membantu siswa membangun

- personal branding yang konsisten dan positif di media sosial, agar mereka dapat menunjukkan identitas diri dengan jelas di lingkungan akademik dan profesional.
3. Meningkatkan Pengembangan Diri: Membekali siswa dengan strategi media sosial yang efektif, agar mereka dapat memanfaatkan platform ini untuk menonjolkan kemampuan, pencapaian, dan pengembangan diri yang mendukung karir dan tujuan akademik mereka.
 4. Strategi Pemecahan Masalah
 - a. Meningkatkan Kesadaran tentang Dampak Media Sosial terhadap Karir:
 - 1) Pelatihan Etika Media Sosial: Menyelenggarakan workshop atau seminar tentang etika dan dampak media sosial terhadap citra profesional. Ini dapat mencakup cara mengelola privasi, memilih konten yang tepat untuk dipublikasikan, dan memahami konsekuensi jangka panjang dari aktivitas online.
 - 2) Pendidikan Tentang Dampak Digital Footprint: Memberikan pengetahuan tentang bagaimana jejak digital yang ditinggalkan di media sosial bisa memengaruhi reputasi dan peluang karir di masa depan.
 - 3) Kasus Studi dan Simulasi: Menggunakan contoh kasus nyata tentang pengaruh positif dan negatif media sosial terhadap karir untuk memberikan gambaran yang jelas.
 - b. Membantu Siswa Membangun Personal Branding yang Kuat:
 - 1) Pelatihan Personal Branding: Menyediakan pelatihan atau bimbingan mengenai cara membangun personal branding yang konsisten di media sosial, termasuk memilih platform yang tepat dan jenis konten yang relevan dengan tujuan karir atau akademik.
 - 2) Penyusunan Rencana Personal Branding: Mengajak siswa untuk membuat rencana atau strategi personal branding mereka, mulai dari menyoroti keahlian, pencapaian, hingga nilai-nilai yang ingin mereka tampilkan.
 - 3) Mentoring dari Profesional: Menghubungkan siswa dengan mentor atau profesional yang dapat memberikan arahan dalam membangun personal branding yang baik.
 - c. Mengoptimalkan Penggunaan Media Sosial untuk Pengembangan Diri:
 - 1) Strategi Pengelolaan Konten: Memberikan pemahaman tentang cara membuat dan mengelola konten yang menunjukkan kemampuan, pencapaian, dan minat yang relevan dengan bidang akademik atau profesional siswa.
 - 2) Penggunaan Platform Secara Tepat: Mengajarkan siswa untuk memilih platform yang sesuai dengan tujuan mereka, seperti LinkedIn untuk membangun jaringan profesional, atau Instagram untuk menampilkan karya kreatif.
 - 3) Membangun Portfolio Digital: Mendorong siswa untuk membuat dan memelihara portfolio online yang mencakup prestasi, proyek, atau karya yang relevan dengan karir yang diinginkan.
- Dengan mengikuti kerangka pemecahan masalah ini, diharapkan sosialisasi digital di SMA KH Dewantoto dapat berhasil mengarahkan siswa/siswi untuk memanfaatkan internet secara produktif, meningkatkan literasi digital, dan mengurangi risiko yang terkait dengan penggunaan internet yang tidak terkendali.
5. Evaluasi dan Pengukuran Keberhasilan
- Dalam pelaksanaannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dengan pendekatan sosial. Pendekatan sosial ini juga diperlukan untuk memberi jaminan kelancaran pelaksanaan kegiatan. Metodologi pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berisi langkah-langkah yang akan digunakan agar terstruktur dengan baik. Untuk melaksanakan sosialisasi optimalisasi personal branding strategi efektif memanfaatkan media sosial untuk siswa/siswi SMA Ki Hajar Dewantoro menjadi sukses pribadi dan profesional. berikut adalah beberapa metode kegiatan yang dapat digunakan:
- a. Sosialisasi pengenalan sosial branding memanfaatkan media sosial.
- Para anggota pengabdian yang bertugas sebagai narasumber memberikan sosialisasi tentang sejarah konsep personal branding atau sosial branding kepada individu, serta bagaimana cara mengoptimalkan media sosial untuk membangun dan meningkatkan citra diri, baik secara pribadi maupun profesional. Dalam sosialisasi ini, peserta akan diberikan pemahaman tentang pentingnya memiliki identitas yang kuat di dunia maya,

termasuk cara menyusun profil yang menarik, memilih platform yang tepat, serta menciptakan konten yang autentik dan relevan.

Selain itu, peserta akan diajarkan tentang cara memanfaatkan alat dan strategi digital untuk memperluas jaringan, meningkatkan kredibilitas, serta menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan audiens atau klien potensial. Sosialisasi ini juga dapat mencakup studi kasus sukses, diskusi, dan sesi tanya jawab untuk memberikan gambaran praktis tentang penerapan sosial branding yang efektif melalui media sosial.

- b. Sosialisasi tentang Pemanfaatan sosial branding memanfaatkan media sosial
Para anggota pengabdian yang bertugas sebagai narasumber memberikan bagaimana menciptakan citra diri yang konsisten dan autentik, memilih platform yang tepat, serta menghasilkan konten yang relevan dan menarik untuk audiens. Sosialisasi ini juga mengajarkan cara memperluas jaringan profesional, meningkatkan reputasi, dan memanfaatkan media sosial untuk mencapai tujuan pribadi maupun karier. Peserta akan diberikan wawasan praktis dan strategi untuk memaksimalkan potensi media sosial dalam membangun brand yang kuat dan berpengaruh.
- c. Tanya Jawab
Setelah semua kegiatan sudah dilakukan maka, para siswa/siswi SMA Ki Hajar Dewantoro diberikan kesempatan untuk bertanya, bilamana dalam waktu kegiatan pelatihan para peserta masih bisa diberikan kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi.
- d. Evaluasi Kegiatan dan Pelaporan
Selama pelaksanaan kegiatan ini berlangsung, ada beberapa evaluasi yang dilakukan pada saat proses kegiatan dilaksanakan, evaluasi yang pertama dilakukan adalah peran guru di sekolah dalam berperan penting tentang literasi terkait penggunaan internet yang produktif, evaluasi kedua adalah memberikan saran kepada pihak sekolah untuk bekerja sama kepada orang tua/wali tentang cara mengoptimalkan personal branding strategi efektif dalam memanfaatkan media sosial

3. HASIL dan PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini didahului dengan wawancara dengan Kepala Sekolah SMK KH.Dewantara. Hasil wawancara terlihat bahwa, peserta masih belum memahami cara memaksimalkan platform guna meningkatkan kualitas personal branding Sosialisasi ini dilakukan pada hari Kamis, 10 Oktober 2024 dengan mengadakan kegiatan berupa pemaparan materi, tanya jawab, dan diskusi tentang hal-hal sebagai berikut :

- a. Memberikan pengetahuan seberapa pentingnya pemanfaatan media teknologi digital dalam mempermudah memasarkan potensi diri.
- b. Memberikan pengetahuan seberapa efektif dan efisiennya pemanfaatan teknologi media digital dalam membangun networking.
- c. Memberikan pengetahuan cara yang tepat dalam mengimplemtnasikan bebrapa platform agar dapat mencari peluang pekerjaan yang efektif dengan menggunakan media sosial

Pada sesi presentasi materi dan pelatihan yang disampaikan oleh Ibu Fitri Nurlaela , S.T., M.Kom membahas mengenai materi meingkatkan personal branding dalam memanfaatkan tekhnologi. Pada paparan ini dijelaskan bahwa bagaimana cara memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan kualitas personal branding.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis sosialisasi dari hasil pengabdian yang dilalukan, dapat diambil kesimpulan bahwa, manfaat Memberikan pengetahuan seberapa pentingnya pemanfaatan media teknologi digital dalam mempermudah memasarkan potensi diri adalah bagaimana cara yang tepat dalam mengimplemtnasikan bebrapa platform agar dapat mencari peluang pekerjaan yang efektif dengan menggunakan media sosial

UCAPAN TERIMAKASIH

- Kami menghaturkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang terlibat baik secara langsung atau tidak langsung, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:
1. Bapak Dr. Susanto, S.H., M.M., M.H., selaku Ketua LPPM Universitas Pamulang.
 2. Bapak Yan Mitha Jaksana, S.Kom., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pamulang.
 3. Bapak Dr. Eng. Ahmad Musyafa, S.Kom., M.Kom selaku Ketua Program Studi Teknik Informatika Universitas Pamulang.

4. Bapak Drs. Afrizal Zein, M. Kom., selaku Ketua Program Studi Teknik Informatika Universitas Pamulang.
5. Bapak Deasy Mulya Sari. S.T., M.T. selaku Kepala Sekolah SMA KH Dewantoro yang telah memberikan ijin tempat Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM).

Semoga bermanfaat untuk kemajuan ilmu pengetahuan dan dunia Pendidikan khususnya.

Aamiin.

DOKUMENTASI KEGIATAN



Gambar 1. Pemberian Plakat



Gambar 2. Foto Bersama Kepala Sekolah Dan Guru SMA Ki Hajar Dewantoro



Gambar 3. Pemaparan Materi tentang Personal Branding



Gambar 4. Pemaparan Materi tentang Personal Branding baik dalam kehidupan akademik maupun profesional.



Gambar 5. Dokumentasi Bersama Peserta

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alshurideh, M. T., et al. (2020). The role of social media in personal branding and its impact on business opportunities. *Journal of Business Research*.
- [2] Fisher, T. (2018). *Social Media and Personal Branding: How to Create Your Brand Online*. Wiley.
- [3] Godey, B., et al. (2021). The impact of social media on personal branding in the digital era. *Journal of*

Marketing Theory and Practice.

- [4] Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2020). Social media and personal branding. *Business Horizons*.
- [5] Labrecque, L. I., et al. (2020). Personal branding in the digital age: Social media and the evolution of personal identity. *Journal of Interactive Marketing*.
- [6] Liao, C. J., & Hsieh, J. P. (2022). The authenticity of personal branding on social media and its influence on consumer behavior. *International Journal of Marketing Studies*.
- [7] Marwick, A. E. (2020). *The Authenticity Paradox: Personal Branding on Social Media*. Oxford University Press.
- [8] Pappas, I. O., et al. (2020). The role of social media in career development and personal branding. *Journal of Business Research*.
- [9] Smith, A., et al. (2019). *Content Marketing and Personal Branding*. Routledge.