

Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Membangun Personal Branding Strateginya Pada Siswa SMA Negeri 12 Kota Jambi

Silvia Rianti Agustini¹, Hendri², Syamsyida Rozi³, Imelda Yose⁴

^{1,2,4}Universitas Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia

³Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

Email : ¹⁾silviarianti7@gmail.com, ²⁾hendri_boy94@yahoo.com, ³⁾syamsyida.rozi@gmail.com
⁴⁾imeldayose74@gmail.com, ⁵⁾rizkimaulan@gmail.com
E-mail Korespondensi : ¹⁾silviarianti7@gmail.com

Abstrak

Personal Branding Diruang Digital adalah proses membangun dan mengelola citra atau reputasi dari masing – masing personal di ruang digital/ media sosial. Pada Pelatihan Membangun Personal Branding Di Ruang Digital dan Strateginya bertujuan untuk memberi pemahaman dan wawasan pada siswa-siswi SMAN 12 Kota Jambi tentang pentingnya membangun branding diri atau personal branding di era digital, selain untuk memberikan persepsi positif kepada public juga dapat memberikan peluang bagi siswa-siswi SMAN 12 Kota Jambi untuk dapat pekerjaan yang sesuai dengan minat/ keahlian siswa-siswi SMAN 12 Kota Jambi lewat personal branding. Selain pelatihan membangun branding diri peserta juga akan di berikan pengetahuan mengenai strategi dalam membangun branding diri diruang digital agar nantinya akan memberikan jejak digital yang positif pada media sosial.).

Kata Kunci : *Media_Sosial, Personal_Branding, Strategi*

Abstract

Personal branding in the digital space is the process of building and managing the image or reputation of each person in the digital space or social media. The Training on Building Personal Branding in the Digital Space and its Strategy aims to provide understanding and insight to the students of SMAN 12 Jambi City about the importance of building self-branding or personal branding in the digital era. Apart from providing a positive perception to the public, it can also provide opportunities for female students of SMAN 12 Jambi City to get jobs that suit the interests and skills of students of SMAN 12 Jambi City through personal branding. Apart from training in building self-branding, participants will also be given knowledge about strategies for building self-branding in the digital space so that they will leave a positive digital footprint on social media.

Keywprds: *Social_Media, Personal_Branding, Strategy*

1. PENDAHULUAN

Pada Era Digital saat ini beragam informasi hadir di setiap platform media sosial (Nurfitriana et al. 2023). Ketika seseorang mampu memilih dan mengorganisasikan informasi, maka hal tersebut menjadi personal yang mendesak (Yusanda, Darmastuti, and Huwae 2021). Dunia modern saat ini sangat bergantung pada informasi dan teknologi (Rafiuddin et al. 2022). Perbandingan antara kehidupan dahulu dan saat ini adalah keterbukaan menjadi konsep kehidupan saat ini, termasuk pada kalangan pelajar. Pelajar merupakan sumber daya yang harus dipersiapkan untuk berkompetesi atau bersaing dalam mengisi ruang atau eksistensi kompetitif siswa. Kemampuan pelajar dalam mengatasi hambatan penting untuk memulai perencanaan kehidupan sejak dini terutama saat mengikuti pelajaran disekolah. Dua aspek yaitu literasi digital dan personal branding itulah yang harus disiapkan (Megarani 2017).

Saat ini kita hidup di masa dimana masyarakat menggunakan jaringan untuk berkomunikasi, atau yang dikenal dengan masyarakat jaringan, dan teknologi menjadi sebuah kebutuhan. Tidak hanya pelaku usaha, public figure dan semua orang pun dituntut untuk dinamis dalam mengembangkan strategi bisnis yaitu personal branding dengan media sosial (Efrida and Diniati 2020)(Octavianus and

Oktavianti 2022)(Pertiwi and Irwansyah 2020). Setiap orang berexpressi dan menyalurkan idenya dengan cara masing-masing. Ruang yang diciptakan oleh orang-orang yang melakukan personal branding memungkinkan mereka untuk menampilkan citra diri dan keahlian yang mereka miliki (Widyastuti, Wiloso, and Herwandito 2017). Pada era internet penggunaan media sosial sebagai wadah membangun personal branding tidak bisa dipungkiri.(Sukarni et al. 2022) Personal branding diartikan sebagai upaya individu memasarkan dirinya sendiri untuk mendapatkan pengakuan kredibilitas positif dari orang lain.(Fitriana et al. 2022)(Latif and Hariawan 2021) Personal branding juga ditujukan untuk membangun relasi, memberikan peluang untuk kolaborasi dan meningkatkan kemampuan seseorang dalam membangun citra positif pada public (Rohmah and Tambunan 2019).

Siswa - Siswi SMAN 12 Kota Jambi perlu membangun personal branding untuk meningkatkan rasa percaya diri, keahlian, dan kemampuan siswa dalam ruang digital atau medsos, untuk menyiapkan diri siswa-siswi SMAN 12 Kota Jambi menuju lapangan pekerjaan dan relasi yang terjangkau luas, yang mana nantinya personal branding ini akan menjadi jejak digital yang memberikan dampak positif bagi perkembangan profesi siswa-siswi SMAN 12 Kota Jambi (Franzia 2018). Maka perlu dilakukan pelatihan branding diri di ruang digital dan strateginya pada siswa-siswi SMAN 12 Kota Jambi

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Profil Penyelenggara Kegiatan

SMA N 12 Kota Jambi merupakan salah satu satuan pendidikan dengan jenjang SMA yang berlokasi di Beliung, Kec. Alam Barajo, Kota Jambi, memiliki akreditasi C di bawah pimpinan Bapak Sutrisno, S.Pd, M.Pd

2.2 Peserta Pelatihan

Peserta pada kegiatan pelatihan ini adalah peserta didik SMAN 12 Kota Jambi berjumlah 18 orang dari semua jurusan yang ada di sekolah SMA 12 Kota Jambi

2.3 Penyuluhan/ Instruktur

Pelatihan ini terdiri dari 4 orang dosen dan 1 orang mahasiswa, dimana kegiatan pelatihan akan diawali dengan pengenalan profil kampus dan tujuan kegiatan ini. Berikut adalah tugas atau peran untuk setiap team pelaksana kegiatan pelatihan ini, antara lain :

1. Silvia Rianti Agustin, M.S.I
 - Bertanggung jawab sebagai ketua team kegiatan pelatihan, berkoordinasi dengan peserta mengenai persiapan kegiatan dan jadwal kegiatan.
 - Bertanggung jawab sebagai instruktur pelatihan membangun personal branding di ruang digital dan strateginya
2. Dr. Hendri, S.Kom, S.H, M.S.I, M.H
 - Bertanggung jawab sebagai narasumber membawa Materi “Branding Diri Di Ruang Digital”
 - Bertanggung jawab penyusunan laporan.
 - Bertanggung jawab dalam publikasi atau luaran kegiatan.
3. Syamsidah Rozi, S,Si,M,Si dan Imelda Yose, S.Pd, M.Pd
 - Bertanggung jawab sebagai instruktur kegiatan pelatihan
 - Bertanggung jawab berkoordinasi dengan pihak sekolah terkait pelaksanaan kegiatan (sarana dan prasarana)
 - Bertanggung jawab dalam publikasi atau luaran kegiatan.
4. Mahasiswa (1)
 - Bertanggung jawab sebagai moderator kegiatan pelatihan dan penyampaian profil kampus serta tujuan kegiatan.
 - Bertanggung jawab dalam mempersiapkan perlengkapan kegiatan pelatihan dan bahan pelatihan.

2.4 Alat Bantu

Guna kelancaran pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka dibutuhkan beberapa alat bantu yaitu :

1. Untuk Perangkat Keras
2. Laptop
3. Infokus
4. Handphone (Untuk Dokumentasi)

2.5 Perencanaan Kegiatan

Adapun perencanaan kegiatan ini yaitu :

1. Ketua team dan anggota mempersiapkan proposal perencanaan kegiatan pelatihan kepada pihak kampus Universitas Dinamika Bangsa. Dan mempersiapkan surat izin kegiatan kepada SMA N 12 Kota Jambi
2. Setelah pengajuan proposal selesai dan diizinkan, maka persiapan selanjutnya adalah menyusun jadwal dan kegiatan pelatihan nya antara lain seperti mendata peserta pelatihan, sarana dan prasarana yang dibutuhkan, modul untuk peserta belajar mandiri.

2.6 Tahapan Kegiatan

1. Tahapan Awal

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal Kamis 13 Juni 2024, dimulai pada pukul 08.00 sampai 13.00 bertempat di Ruang OSIS SMA 12 Kota Jambi dengan jumlah peserta 18 orang

2. Tahapan Akhir

Pada tahapan akhir team PKM membuat laporan dan publikasi pada OJS Pengabdian Kepada Masyarakat Unama (JPMU) dengan satatus Submid

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilaksanakan pada hari Kamis 13 Juni 2024 dimulai pada pukul 08.00 sampai 13.00 di ruang OSIS SMK 12 Kota Jambi. Pada kegiatan ini dihadiri oleh 18 siswa – siswi SMA 12 Kota Jambi dan 4 orang dosen Unama dan 1 Mahasiswa Unama. Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan metode ceramah, diskusi, tanya jawab dan pelatihan terkait branding diri dengan media digital untuk membangun citra diri positif pada public dan manfaatnya.

Pelaksanaan ini dibuka oleh Ibu Syansida Rozi, S.Si, M.Si selaku Moderator kegiatan, dan Bapak Dr. Hendri, S.Kom, S.H, M.S.I, M.H selaku Narasumber kegiatan dan Ibu Silvia Rianti, S.Kom, M.S.I selaku Ketua dan Narasumber kegiatan serta Ibu Imelda Yose, S.Pd, M.Pd selaku Koordinator kegiatan.

Sebelum narasumber menyampaikan materi, siswa- siswi diminta mengisi pre test untuk mengukur pemahaman siswa terkait personal branding dengan media digital. Hasil Pretest peserta yaitu :

Tabel 1. Pretest

No	Pertanyaan	Ya %	Tidak
1	Apakah anda mengetahui manfaat branding diri dengan media sosial	50	50
2	Apakah anda mengetahui cara membangun personal branding dengan teknologi	37,5	62,5
3	Apakah anda mengetahui jenis-jenis media sosial yang dapat mendukung personal branding diri anda?	37,5	62,5

Dari tabel hasil pretest di atas dapat dilihat bahwa 50% siswa tidak mengetahui manfaat personal branding dengan media sosial, dan 62,5 % mereka belum mengetahui cara membangun personal branding dengan teknologi dan 62,5 % belum mengetahui jenis-jenis media digital/ sosial apa saja yang dapat mendukung untuk membangun personal branding.

Setelah penyampaian materi dari Bapak Dr. Hendri, S.Kom, S.H, M.S.I, MH peserta dibekali pelatihan dan tugas untuk membuat personal branding pada media sosial dan akan dipresentasikan di depan, dan akan dinilai personal branding seperti apa yang disampaikan oleh peserta apakah tentang talenta, cita-cita, atau hobby dll. Bagi peserta yang berhasil menyelesaikan tugas yang diberikan akan diberikan hadiah berupa Souvenir dari unama berupa Pena, Note book dan Godie bag.

Materi dilanjutkan oleh Ibu Silvia Rianti Agustini, S.Kom, M.S.I terkait membangun personal branding yang positif di media sosial guna untuk membantu peserta nantinya menemukan pekerjaan yang sesuai dengan bidangnya melalui personal branding yang mereka buat di media sosial. Setelah penyampaian materi dilanjutkan sesi diskusi dan tanya jawab peserta mengenai bagaimana membangun personal branding yang tepat dan pengisian post test untuk mengetahui pemahaman peserta mengikuti kegiatan PKM

Tabel 2 : Hasil Post Test

No	Pertanyaan	Ya %	Tidak
1	Apakah pelatihan ini memberi manfaat sesuai dengan yang anda butuhkan ?	100	
2	Apakah anda telah memahami cara membangun personal branding dengan teknologi ?	100	
3	Apakah anda telah mengetahui manfaat media sosial untuk membangun personal branding	87,5	12,5 (cukup)

Dari hasil post test dapat dilihat bahwa pelatihan yang diberikan memberikan wawasan dan manfaat bagi peserta dalam membangun personal branding dengan teknologi

3.2 Tangapan Peserta

Tanggapan peserta terkait pelatihan dapat dilihat dari hasil pre test dan post yaitu adanya peningkatan pemahaman dan manfaat pada peserta terkait personal branding diri dengan teknologi

3.3 Harapan Peserta

Harapan peserta setelah pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu peserta dapat membangun personal branding yang positif dengan teknologi maupun non teknologi yang nantinya dapat bermanfaat bagi peserta untuk menampilkan bakat, keinginan, hobby dan value diri kepada public.

3.4 Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pembukaan Kegiatan PKM



Gambar 1. Pembukaan Kegiatan PKM oleh Ibu Syamsida Rozi, S.Si, M.Si

Penyampaian Materi dan Pelatihan Personal Branding oleh Bapak Dr.Hendri dan Ibu Silvi Rianti Agustini, M.S.I



Gambar 2 : Penyampaian materi dan Pelatihan Oleh Bapak Dr.Hendri dan Ibu Silvi Rianti Agustini, M.S.I

Diskusi dan pemaparan hasil tugas pelatihan personal branding dengan media sosial



Gambar 3. Diskusi dan pemaparan hasil tugas pelatihan personal branding dengan media sosial

Pembagian Souvenir kepada peserta yang telah menyelesaikan tugas personal branding



Gambar 4 . Pembagian Souvenir kepada peserta yang telah menyelesaikan tugas personal branding

Foto Bersama peserta dan Guru - Guru SMA 12 Kota Jambi



Gambar 5. Foto Bersama peserta dan Guru - Guru SMA 12 Kota Jambi

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa pelatihan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan pemahaman tentang pentingnya membangun personal branding di media digital, memberikan pengetahuan dan strategi dalam membangun citra diri/personal branding di ruang digital dan memberikan wawasan dan manfaat personal branding di ruang digital/media social. Pelatihan pengabdian kepada

masyarakat ini juga merupakan Tridarma Dosen Universitas Dinamika Bangsa (UNAMA) yaitu Pengabdian Kepada Masyarakat

4.2 Saran

Diharapkan adanya Kerjasama antara Unama dan SMA 12 Kota Jambi, untuk pelatihan berkelanjutan terkait teknologi untuk meningkatkan kemampuan peserta dibidang teknologi guna membantu peserta di dunia kerja nantinya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Yayasan Dinamika Bangsa yang telah memberi dukungan moril dan materil sehingga kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dapat terlaksana dengan baik, dan terima kasih kepada team pengabdian kepada masyarakat dan pihak sekolah SMA 12 Kota Jambi atas bantuan dan berkerja samanya sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Efrida, Sella, and Anisa Diniati. 2020. "Pemanfaatan Fitur Media Sosial Instagram Dalam Membangun Personal Branding Miss International 2017." *Jurnal Kajian Komunikasi* 8(1): 57.
- Fitriana, Andi Dian, Muhammad Sahid, Fathiyah, and Muthar. 2022. "Personal Branding: Strategi Membangun Reputasi Dosen Di Media Digital." *Jurnal Komunikasi* 16(2): 121–33.
- Franzia, Elda. 2018. "Personal Branding Melalui Media Sosial." *Prosiding Seminar Nasional Pakar*: 15–20.
- Latif, N, and F Hariawan. 2021. "Caption Konsep Diri: Strategi Personal Branding Pada Media Instagram." *J-MACC: Journal of Management and ...* 4(2): 35–48. <https://bit.ly/3YnjGr>.
- Megarani, Carian. 2017. "Kumpulan Ulasan Politik, Ekonomi, Dan Gaya Hidup Era Digital." *Kominfo Press*; Jakarta. https://perpustakaan.kasn.go.id/index.php?p=show_detail&id=376 (October 9, 2024).
- Nurfitriana, Nindi Isma et al. 2023. "ANALISIS BUDAYA DIGITAL NATIVE PADA KASUS KRITIKAN KONSUMEN BRAND 'ES TEH INDONESIA' DI MEDIA SOSIAL." 5(2): 94–102.
- Octavianus, Abraham, and Roswita Oktavianti. 2022. "Personal Branding Influencer Pada Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Pada Akun @veliaveve)." *Koneksi* 6(2): 398–407.
- Pertiwi, Familia, and Irwansyah Irwansyah. 2020. "Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram." *Jurnal Penelitian Komunikasi* 23(1): 15–30.
- Rafiuddin, Rafiuddin, Abdussahid Abdusahid, Lukman Lukman, and Syahril Ramadhan. 2022. "Pelatihan Personal Branding Dan Peningkatan Digital Literacy Bagi Mahasiswa Ekonomi Syariah." *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(1): 1–12.
- Rohmah, Nabilla Nailur, and Shuri Mariasih Gietty Tambunan. 2019. "Aktivisme Dan Kapitalisme Digital: Konstruksi Branding Warung Kopi Melalui Instagram." *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 3(1): 249.
- Sukarni, Nurul Fadzar, Wina Avondita, Dian Ismi Islami, and Muhammad Saifulloh. 2022. "Personal Branding Agus Harimurti Yudhoyono Melalui Media Sosial Instagram @agusyudhoyono." *Jurnal Cyber PR* 2(1): 25–48.
- Widyastuti, Dyah Arini, Pamerdi Gili Wiloso, and Seto Herwandito. 2017. "Analisis Personal Branding Di Media Sosial (Studi Kasus Personal Branding Sha'an D'antes Di Instagram)." *Jurnal Inovasi* 11(1): 1–16.
- Yusanda, Awallina, Rini Darmastuti, and George Nicholas Huwae. 2021. "STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi Pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana)." *Scriptura* 11(1): 41–52.