



## Pelatihan Personal Branding Digital untuk Meningkatkan Literasi Digital Siswa SMA Negeri 3 Kota Kupang

Yohanes Jonny Wutun, Thobias Rudianto Titus Niorn, Fransiska Emanputri

Universitas Nusa Cendana, Prodi Ilmu Komunikasi, Kupang, Indonesia.

### Jurnal Info

Dikirim: 04-12-2025  
Direview: 07-01-2026  
Diterima: 26-02-2026  
Diterbitkan: 16-03-2026

Korespondensi:

Phone: +62-8115-1775-725

**Abstract:** *The rapid development of digital media has positioned social media as a primary space for identity construction among young people. However, the high intensity of social media use among students is not always accompanied by adequate digital literacy and strategic understanding of personal branding. This Community Service Program (Pengabdian kepada Masyarakat) aimed to enhance students' knowledge and skills in building responsible and strategic digital personal branding. The program was conducted on October 17, 2025, at SMA Negeri 3 Kupang City, involving 36 twelfth-grade students. The activities employed training and workshop methods through interactive lectures, discussions, and hands-on practice in developing personal brand mapping. Program evaluation was carried out using pre-test and post-test instruments to measure participants' learning outcomes. The results demonstrated a significant improvement in students' understanding of personal branding concepts, digital footprint management, and social media content planning, as indicated by an increase in the average score from 52 in the pre-test to 86 in the post-test. Furthermore, participants showed increased awareness of the importance of maintaining a positive digital identity as preparation for academic and professional challenges. These findings indicate that digital personal branding training is effective in improving students' digital literacy and is recommended to be implemented sustainably in other educational institutions.*

**Keywords:** *personal branding, digital literacy, social media, students, community service*

**Abstrak:** Perkembangan media digital telah menjadikan media sosial sebagai ruang utama pembentukan identitas diri bagi generasi muda. Namun, tingginya intensitas penggunaan media sosial di kalangan pelajar belum diimbangi dengan kemampuan literasi digital dan pemahaman strategis dalam membangun citra diri yang positif. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam membangun personal branding digital secara terarah dan bertanggung jawab. Kegiatan dilaksanakan pada 17 Oktober 2025 di SMA Negeri 3 Kota Kupang dengan melibatkan 36 siswa kelas XII. Metode yang digunakan berupa pelatihan dan workshop melalui penyampaian materi interaktif, diskusi, serta praktik langsung penyusunan personal brand mapping. Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan pretest dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman siswa terkait konsep personal branding, pengelolaan jejak digital, dan perencanaan konten media sosial, dengan rata-rata skor meningkat dari 52 pada pretest menjadi 86 pada post-test. Selain itu, peserta menunjukkan peningkatan kesadaran terhadap pentingnya menjaga identitas digital sebagai bekal menghadapi dunia akademik dan profesional. Kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan personal branding digital efektif dalam meningkatkan literasi digital pelajar dan direkomendasikan untuk dikembangkan secara berkelanjutan pada satuan pendidikan lainnya.

**Kata Kunci:** Personal Branding, Literasi Digital, Media Sosial, Pelajar, Pengabdian Kepada Masyarakat

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola interaksi masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda yang tumbuh dan berkembang dalam lingkungan digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga menjadi ruang strategis dalam membentuk identitas diri dan citra personal seseorang (Kietzmann et al., 2011; Nasrullah, 2017). Dalam konteks ini, personal branding menjadi keterampilan penting yang perlu dimiliki oleh pelajar sebagai bekal menghadapi tantangan akademik dan profesional di masa depan.

Personal branding dipahami sebagai proses strategis dalam membangun citra diri yang konsisten, autentik, dan bernilai melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media digital (Haroen, 2014). Namun, hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar siswa SMA Negeri 3 Kota Kupang masih memanfaatkan media sosial sebatas untuk mengikuti tren hiburan, tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap citra diri dan jejak digital mereka.

Minimnya literasi digital, kurangnya pemahaman strategis dalam pengelolaan konten, serta belum adanya pelatihan khusus mengenai personal branding digital menyebabkan terjadinya kesenjangan antara tingginya intensitas penggunaan media sosial dan rendahnya kemampuan pengelolaan identitas digital secara produktif. Padahal, literasi digital merupakan kemampuan esensial bagi generasi muda agar mampu memanfaatkan teknologi secara bijak, kreatif, dan bertanggung jawab (Riyanto, 2021).

Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan personal branding digital bagi siswa SMA Negeri 3 Kota Kupang. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa mengenai konsep personal branding, pengelolaan jejak digital, serta kemampuan merancang identitas digital yang positif dan relevan dengan kebutuhan masa depan.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada tanggal 17 Oktober 2025 bertempat di Aula SMA Negeri 3 Kota Kupang, dengan melibatkan 36 siswa kelas XII sebagai peserta. Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam membangun personal branding melalui media digital.

Metode yang digunakan dalam kegiatan PkM ini adalah metode pelatihan dan workshop, yang dilaksanakan melalui beberapa tahapan kegiatan. Tahap pertama berupa penyampaian materi mengenai personal branding digital. Materi mencakup pengertian personal branding, elemen pembentuk citra diri, strategi pemilihan platform digital, pentingnya konsistensi pesan dan visual, serta pengelolaan jejak digital. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif melalui diskusi terbuka dan pemaparan contoh visual untuk memudahkan peserta memahami konsep yang disampaikan.

Tahap selanjutnya adalah workshop personal brand mapping, yaitu kegiatan pemetaan diri untuk membantu peserta mengenali dan merancang identitas digital mereka. Pada tahap ini, peserta mengidentifikasi minat dan bakat, nilai personal, karakter diri, target audiens, pesan utama, serta konsep visual yang akan digunakan dalam membangun personal branding. Proses pemetaan dilakukan menggunakan media sederhana seperti kertas HVS dan sticky notes agar peserta dapat menuangkan ide secara kreatif dan terstruktur.

Pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan adalah pendekatan partisipatif, di mana peserta dilibatkan secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan, baik melalui diskusi, praktik langsung, maupun presentasi hasil pemetaan personal branding.

Untuk mengetahui efektivitas kegiatan, dilakukan evaluasi melalui pretest dan post-test yang bertujuan mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep personal branding digital, strategi konten, etika bermedia sosial, dan perencanaan citra diri. Seluruh rangkaian kegiatan didokumentasikan dan dipublikasikan melalui media digital sebagai bagian dari pelaporan dan diseminasi hasil kegiatan PkM.

Seluruh rangkaian kegiatan didokumentasikan sebagai bagian dari pelaporan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dan dipublikasikan melalui media digital sebagai bentuk diseminasi hasil kegiatan kepada masyarakat luas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Peserta dan Kondisi Awal Literasi Digital

Kegiatan pelatihan personal branding digital ini diikuti oleh 36 siswa kelas XII SMA Negeri 3 Kota Kupang yang berasal dari latar belakang minat dan aktivitas digital yang beragam. Berdasarkan hasil observasi awal dan pengisian formulir identifikasi, seluruh peserta tercatat sebagai pengguna aktif media sosial, dengan intensitas penggunaan harian yang tinggi. Media sosial yang paling sering digunakan meliputi Instagram, TikTok, dan WhatsApp, yang dimanfaatkan untuk hiburan, komunikasi, serta mengikuti tren populer di kalangan remaja.

Meskipun tingkat penggunaan media sosial sangat intens, hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memahami pemanfaatan media sosial secara strategis. Sebanyak 72% siswa menyatakan belum memahami konsep personal branding, baik dari segi definisi maupun penerapannya dalam aktivitas digital sehari-hari. Selain itu, 81% peserta belum pernah mengikuti pelatihan atau edukasi yang berkaitan dengan literasi digital, perencanaan konten, atau pengelolaan citra diri secara profesional. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan yang cukup signifikan antara frekuensi penggunaan media sosial dan kemampuan siswa dalam mengelola identitas digital secara sadar dan terarah.



**Gambar 1.** Foto Bersama Siswa-Siswi Peserta Pelatihan

### Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Pelaksanaan kegiatan PKM berlangsung secara terstruktur sesuai dengan tahapan yang telah dirancang oleh tim pelaksana. Kegiatan diawali dengan sesi pembukaan dan penjelasan tujuan pelatihan, yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai pentingnya personal branding di era digital. Sesi ini menjadi penting untuk membangun kesadaran awal peserta bahwa aktivitas bermedia sosial memiliki implikasi jangka panjang terhadap citra diri dan peluang masa depan.



**Gambar 2.** Pemaparan Materi Personal Branding Digital

Tahap berikutnya adalah penyampaian materi inti oleh narasumber yang mencakup konsep dasar personal branding, pengelolaan jejak digital, strategi pemilihan platform, serta pentingnya konsistensi pesan dan visual dalam membangun identitas digital. Penyampaian materi dilakukan dengan pendekatan interaktif melalui diskusi, tanya jawab, dan pemaparan contoh visual, sehingga peserta tidak hanya menerima materi secara pasif, tetapi juga terlibat aktif dalam proses pembelajaran. Pendekatan ini terbukti membantu peserta memahami konsep personal branding yang sebelumnya dianggap abstrak.



**Gambar 3.** Pelaksanaan Workshop

Setelah sesi materi, kegiatan dilanjutkan dengan workshop personal brand mapping sebagai bentuk penerapan praktis dari konsep yang telah disampaikan. Pada sesi ini, peserta diminta untuk memetakan berbagai aspek diri, seperti minat dan bakat, nilai personal, karakter khas, target audiens, serta jenis konten yang ingin dikembangkan. Proses pemetaan dilakukan menggunakan kertas HVS dan sticky notes agar peserta lebih leluasa menuangkan ide secara kreatif dan sistematis.

Workshop ini menjadi sesi yang paling interaktif karena peserta secara aktif berdiskusi, bertanya, dan mengembangkan konsep personal branding mereka masing-masing. Tim PKM berperan sebagai fasilitator yang memberikan arahan dan umpan balik selama proses pemetaan berlangsung. Melalui kegiatan ini, peserta mulai

menyadari bahwa personal branding tidak dibangun secara instan, melainkan melalui perencanaan yang matang dan konsisten.



**Gambar 4.** Pelaksanaan Post-Test

### **Hasil Workshop**

Hasil workshop menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu menyusun pemetaan personal branding yang cukup komprehensif. Peserta berhasil mengidentifikasi keunikan diri, menentukan niche konten yang sesuai, serta merancang pesan utama dan konsep visual yang mencerminkan identitas digital mereka. Dari seluruh hasil pemetaan yang dikumpulkan, lima karya terbaik dipilih untuk dipresentasikan di depan kelas.

Sesi presentasi ini memberikan nilai tambah yang signifikan karena peserta tidak hanya belajar dari hasil kerja sendiri, tetapi juga dari contoh-contoh yang ditampilkan oleh teman sebaya. Narasumber memberikan masukan terkait konsistensi visual, kejelasan pesan, serta penguatan konsep personal branding, sehingga peserta memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik personal branding yang efektif.

### **Hasil Evaluasi Pre-Test Post-Test**

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pretest dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep personal branding digital. Hasil pretest menunjukkan bahwa rata-rata skor peserta adalah 52, yang mengindikasikan tingkat pemahaman awal yang masih rendah. Nilai ini menggambarkan bahwa sebelum pelatihan, peserta belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan identitas digital secara strategis.

Setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, hasil post-test menunjukkan peningkatan yang signifikan dengan rata-rata skor mencapai 86, atau mengalami kenaikan sebesar 34 poin. Peningkatan ini menempatkan peserta pada kategori pemahaman “sangat baik”. Data ini menunjukkan bahwa metode pelatihan yang digunakan—yang mengombinasikan penyampaian materi, diskusi, dan praktik langsung efektif dalam meningkatkan literasi digital siswa.

### **Respons Peserta**

Respons peserta terhadap kegiatan pelatihan sangat positif. Peserta aktif mengajukan pertanyaan terkait strategi meningkatkan engagement, pengelolaan akun media sosial, pemilihan niche konten, serta cara menjaga jejak digital. Antusiasme ini menunjukkan adanya perubahan sikap peserta dari pengguna pasif menjadi individu yang mulai berpikir kritis terhadap aktivitas digital mereka. Banyak peserta menyatakan keinginan untuk mulai membangun konten yang lebih positif dan bermanfaat setelah mengikuti pelatihan.

## **Pentingnya Personal Branding bagi Pelajar**

Temuan kegiatan menunjukkan bahwa pelajar SMA sangat membutuhkan pemahaman personal branding sebagai bekal menghadapi dunia akademik dan profesional. Data pretest memperlihatkan bahwa personal branding masih dipersepsikan sebagai tren media sosial semata, bukan sebagai strategi pengelolaan citra diri. Padahal, identitas digital memiliki pengaruh besar terhadap persepsi publik dan peluang masa depan, termasuk dalam konteks pendidikan dan dunia kerja (Fatimah et al., 2020).

## **Efektivitas Metode Pelatihan**

Efektivitas pelatihan terlihat dari peningkatan signifikan antara nilai pretest dan post-test yang mencapai 34 poin. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis pelatihan dan praktik langsung sangat efektif dalam meningkatkan literasi digital dan pemahaman strategis peserta, sebagaimana juga ditunjukkan dalam kegiatan pengabdian sejenis yang berfokus pada edukasi media sosial produktif bagi pelajar (Widodo & Nursalim, 2022).

## **Kesadaran terhadap Jejak Digital**

Kesadaran terhadap jejak digital menjadi salah satu hasil penting dari kegiatan ini. Media sosial memiliki karakter terbuka dan terdokumentasi secara permanen, sehingga setiap aktivitas pengguna berpotensi membentuk persepsi publik dalam jangka panjang (Kietzmann et al., 2011; Nasrullah, 2017). Pemahaman ini mendorong peserta untuk lebih selektif dalam membagikan konten serta mulai menampilkan aktivitas positif yang mencerminkan karakter dan nilai diri.

## **Tantangan yang Ditemukan**

Meskipun pelatihan berjalan dengan baik, beberapa tantangan ditemukan selama proses pelaksanaan. Sebagian siswa masih mengalami kesulitan dalam merancang konsep konten yang konsisten dengan identitas digital yang ingin mereka bangun. Banyak peserta yang belum terbiasa memikirkan niche konten secara strategis, sehingga membutuhkan bimbingan lebih dalam menentukan fokus unggahan. Kendala lainnya yaitu keterbatasan perangkat digital, karena tidak semua siswa membawa gawai atau memiliki akses langsung untuk praktik pembuatan konten digital secara real-time. Selain itu, perbedaan tingkat literasi digital antar peserta juga menjadi tantangan tersendiri, sehingga tim PKM harus menyesuaikan penjelasan dan pendampingan agar seluruh siswa dapat memahami materi dengan baik. Kendala-kendala ini menjadi masukan penting dalam merancang program lanjutan yang lebih sesuai dengan kebutuhan siswa.

## **Dampak Jangka Panjang**

Dampak jangka panjang dari kegiatan ini tidak hanya terletak pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga pada perubahan sikap dan perilaku digital peserta. Literasi digital yang baik memungkinkan pelajar untuk membangun identitas digital secara berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi (Riyanto, 2021). Dengan demikian, pelatihan personal branding digital menjadi langkah strategis dalam mempersiapkan generasi muda menghadapi tantangan era digital secara lebih kompetitif.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berupa pelatihan personal branding digital bagi siswa kelas XII SMA Negeri 3 Kota Kupang telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan literasi digital peserta. Berdasarkan hasil evaluasi pretest dan post-test, terjadi peningkatan pemahaman yang cukup besar terkait konsep personal branding, pengelolaan jejak digital, perencanaan konten, serta pemanfaatan media sosial secara strategis dan bertanggung jawab.

Pelaksanaan pelatihan yang mengombinasikan penyampaian materi interaktif, diskusi, serta workshop personal brand mapping terbukti efektif dalam membantu peserta memahami konsep personal branding secara lebih komprehensif dan aplikatif. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoretis, tetapi juga keterampilan praktis

dalam mengidentifikasi potensi diri, menentukan niche konten, serta merancang identitas digital yang konsisten dengan nilai dan karakter personal masing-masing.

Hasil kegiatan juga menunjukkan adanya peningkatan kesadaran peserta terhadap pentingnya menjaga jejak digital sebagai bagian dari pembentukan citra diri di era digital. Peserta mulai memahami bahwa aktivitas bermedia sosial memiliki implikasi jangka panjang terhadap peluang pendidikan dan profesional di masa depan, sehingga perlu dikelola secara lebih bijak, etis, dan berorientasi positif.

Meskipun demikian, kegiatan ini masih menghadapi beberapa keterbatasan, terutama terkait perbedaan tingkat literasi digital antar peserta dan keterbatasan perangkat pendukung. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan lanjutan yang lebih berkelanjutan dan terfokus pada penguatan keterampilan teknis pembuatan konten digital agar dampak kegiatan dapat dirasakan secara lebih optimal dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, kegiatan PkM ini berkontribusi nyata dalam membekali siswa dengan pemahaman dan keterampilan dasar personal branding digital yang relevan dengan kebutuhan generasi muda. Pelatihan serupa sangat direkomendasikan untuk dikembangkan dan direplikasi pada satuan pendidikan lain sebagai upaya strategis dalam meningkatkan literasi digital dan kesiapan pelajar menghadapi tantangan era digital.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aeni M, Yunita. Pemanfaatan media sosial sebagai upaya meningkatkan personal branding. *Jurnal Wistara*. 2021;4(2):115–24.
- Fatimah F, Nataly F, Purnamasari Y. Penerapan pemasaran digital dalam meningkatkan personal branding. *Jurnal Abdikom*. 2020;4(1):56–63.
- Gogali VA, Tsabit M. Personal branding konten kreator melalui citra diri mahasiswa di Instagram. *Jurnal Komunikasi dan Media Praktis*. 2022;6 (2):45–55.