

Sosialisasi Strategi Personal Branding melalui Media Sosial bagi Siswa SMAN 2 Tandun

Muhammad Hanif Ahda¹, Ardian Adi Putra², Mohammad Filbert Musnal³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Teknik, Universitas Abdurrah
Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi Sosial Politik, Universitas Abdurrah
Program Studi Digital Bisnis, Fakultas Psikologi Sosial Politik, Universitas Abdurrah

Email Author: hanif.ahda@univrab.ac.id¹, ardian.adi.putra@univrab.ac.id²
mohammad.filbert@univrab.ac.id³

Kata Kunci:

Personal branding,
media sosial, siswa
SMA, literasi digital,
pengabdian kepada
masyarakat

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berjudul “Sosialisasi Strategi Personal Branding melalui Media Sosial bagi Siswa SMAN 2 Tandun” bertujuan meningkatkan pemahaman siswa mengenai pentingnya membangun citra diri positif di era digital. Kegiatan dilaksanakan di SMAN 2 Tandun, Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau, dengan metode penyampaian materi, diskusi, serta tanya jawab. Materi mencakup konsep personal branding, pengelolaan jejak digital, etika bermedia sosial, dan strategi pemanfaatan media sosial secara bijak serta produktif untuk mendukung pengembangan diri. Pelaksanaan kegiatan mendorong partisipasi aktif siswa dalam mengidentifikasi potensi diri, menentukan pesan yang ingin ditampilkan di ruang digital, dan memahami dampak unggahan terhadap reputasi pribadi. Hasil menunjukkan peningkatan kesadaran dan pemahaman siswa dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana membangun karakter digital yang positif, aman, dan bertanggung jawab. Peningkatan ini terlihat dari kemampuan siswa menjelaskan kembali prinsip personal branding, menyadari pentingnya konsistensi identitas, serta menunjukkan sikap lebih selektif dalam berinteraksi dan membagikan konten. Kegiatan ini diharapkan berkontribusi pada kesiapan siswa menghadapi tantangan masa depan melalui pemanfaatan media sosial untuk tujuan edukatif, kreatif, dan pengembangan karier.

Key Word:

personal branding,
social media, high
school students, digital
literacy, community
service

Abstrack

This Community Service Program, titled “Socialization of Personal Branding Strategies through Social Media for Students of SMAN 2 Tandun,” aimed to improve students’ understanding of the importance of building a positive self-image in the digital era. The activity was conducted at SMAN 2 Tandun, Rokan Hulu Regency, Riau Province, using lectures, group discussions, and a question-and-answer session. The materials covered key concepts of personal branding, digital footprints, social media ethics, and strategies for using social media wisely and productively to support self-development. The implementation encouraged active student participation in identifying personal strengths, defining the message they wish to present in digital spaces, and recognizing how online posts can affect personal reputation. The results indicated an increased level of awareness and understanding among students regarding the use of social media as a platform for self-improvement and positive digital character building. This improvement was reflected in students’ ability to restate personal branding principles, recognize the importance of consistent identity, and demonstrate more selective and responsible online interactions and content sharing. Overall, the program is expected to contribute to students’ readiness to face future challenges by leveraging social media for educational, creative, and career development purposes.

Copyright © 2026 Muhammad Hanif Ahda, Ardian Adi Putra, Mohammad Filbert Musnal
This work is licensed under a [Attribution-ShareAlike 4.0 International \(CC BY-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah menjadikan media sosial sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan remaja dan siswa sekolah menengah atas. Siswa SMAN 2 Tandun sebagai generasi *digital native* memiliki tingkat penggunaan media sosial yang cukup tinggi, baik untuk berkomunikasi, hiburan, maupun berbagi informasi. Namun, pemanfaatan media sosial tersebut pada umumnya masih bersifat konsumtif dan belum sepenuhnya diarahkan untuk kegiatan yang bersifat edukatif dan pengembangan diri. Temuan ini relevan dengan gambaran umum kondisi digital di Indonesia yang menunjukkan penggunaan internet dan media sosial yang terus meningkat, termasuk pada kelompok usia muda (APJII, 2025; DataReportal, 2025).

Berdasarkan pengamatan awal dan hasil diskusi dengan pihak sekolah, diketahui bahwa sebagian besar siswa belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai konsep personal branding serta dampak jangka panjang dari jejak digital yang mereka tinggalkan di media sosial. Banyak siswa yang belum menyadari bahwa unggahan, komentar, maupun interaksi di media sosial dapat membentuk citra diri yang akan berpengaruh terhadap peluang pendidikan dan karier di masa depan. Kurangnya literasi digital dan pemahaman etika bermedia sosial berpotensi menimbulkan risiko seperti penyebaran konten negatif, *oversharing*, serta penyalahgunaan media sosial. Urgensi penguatan literasi media dan informasi juga sejalan dengan penekanan UNESCO tentang pentingnya kemampuan berpikir kritis, konsumsi informasi yang bertanggung jawab, serta kecakapan bernavigasi aman di ruang digital (UNESCO, 2025).

Di sisi lain, SMAN 2 Tandun memiliki potensi besar dalam pengembangan personal branding siswa, baik dari segi prestasi akademik, kegiatan ekstrakurikuler, maupun bakat dan minat yang dimiliki siswa. Potensi tersebut dapat dioptimalkan melalui pemanfaatan media sosial secara positif dan terarah. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan sosialisasi yang memberikan pengetahuan, pemahaman, serta strategi praktis kepada siswa mengenai personal branding melalui media sosial agar mereka mampu membangun citra diri yang positif, bertanggung jawab, dan sesuai dengan nilai-nilai pendidikan. Dalam konteks yang lebih luas, peningkatan penetrasi internet dan intensitas keterhubungan remaja pada perangkat digital menjadikan isu jejak digital, keamanan, dan kesejahteraan digital semakin penting untuk diperhatikan oleh institusi pendidikan. Kondisi ini memperkuat urgensi program edukasi yang tidak hanya mendorong pemanfaatan media sosial untuk hiburan, tetapi juga mengarahkan siswa pada penggunaan yang aman, kritis, produktif, dan berorientasi masa depan, termasuk melalui penguatan literasi digital dan pembiasaan etika digital.

Selanjutnya, kegiatan ini diselenggarakan dengan tujuan memberikan pemahaman kepada siswa SMAN 2 Tandun mengenai konsep dan pentingnya personal branding di era digital, meningkatkan kesadaran siswa terhadap dampak jejak digital dalam penggunaan media sosial, serta membekali siswa dengan strategi pemanfaatan media sosial secara bijak, positif, dan bertanggung jawab. Melalui pelaksanaan kegiatan ini, siswa juga didorong untuk mengembangkan potensi, minat, dan prestasi melalui media sosial sebagai sarana pembentukan citra diri yang positif, sekaligus didukung dalam peningkatan literasi digital sebagai bekal menghadapi pendidikan lanjutan dan dunia kerja. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi siswa SMAN 2 Tandun, kegiatan ini memberikan tambahan wawasan dan pemahaman mengenai pentingnya membangun personal branding yang positif melalui pemanfaatan media sosial secara bijak dan bertanggung jawab, serta meningkatkan kesadaran terhadap dampak jejak digital. Bagi pihak sekolah, kegiatan ini mendukung upaya penguatan karakter, literasi digital, dan pembinaan siswa agar mampu menggunakan media sosial sebagai sarana pengembangan diri. Sementara itu, bagi perguruan tinggi, kegiatan ini menjadi bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat, serta memperkuat hubungan kerja sama antara perguruan tinggi dan institusi pendidikan menengah.

Adapun masyarakat sasaran dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah siswa SMAN 2 Tandun, Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau. Sasaran kegiatan difokuskan pada siswa sekolah menengah atas yang aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, namun belum sepenuhnya memahami pentingnya personal branding serta dampak jangka panjang dari jejak digital. Melalui kegiatan sosialisasi ini, siswa diharapkan mampu meningkatkan literasi digital dan memanfaatkan media sosial secara positif, bijak, dan bertanggung jawab sebagai sarana pengembangan diri dan pembentukan citra diri yang baik.

METODE

Metode penerapan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat “Sosialisasi Strategi Personal Branding melalui Media Sosial bagi Siswa SMAN 2 Tandun” disusun dalam alur kerja yang sistematis agar materi yang diberikan benar-benar sesuai kebutuhan peserta dan berdampak pada perubahan pengetahuan serta sikap bermedia sosial. Tahap awal dimulai dari persiapan, yaitu tim pengabdian merancang tujuan, indikator capaian, serta skenario kegiatan berdasarkan karakteristik siswa yang merupakan pengguna aktif media sosial. Pada tahap ini dilakukan koordinasi intensif dengan pihak SMAN 2 Tandun untuk memastikan kesesuaian jadwal, ketersediaan ruang, dukungan perangkat (LCD, pengeras suara, akses internet bila diperlukan), serta pemetaan kondisi awal siswa melalui diskusi informal dengan guru/pengelola sekolah. Penyusunan bahan sosialisasi kemudian difokuskan pada isu yang paling dekat dengan kehidupan siswa: bagaimana identitas digital terbentuk, mengapa jejak digital perlu dikelola, dan bagaimana etika digital dipraktikkan dalam interaksi sehari-hari. Penekanan literasi digital dan etika ini selaras dengan kerangka literasi digital yang menempatkan aspek kecakapan, etika, keamanan, dan budaya digital sebagai pilar penting pembelajaran (Kominfo Roadmap Literasi Digital 2020–2024 yang dirujuk dalam laporan pengukuran literasi digital Indonesia).

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan, yang dirancang sebagai pembelajaran orang muda (youth learning) yang menekankan partisipasi, relevansi konteks, dan praktik langsung. Materi tentang personal branding disampaikan tidak sebatas definisi, tetapi dihubungkan dengan contoh nyata: konsistensi identitas, kualitas konten, rekam jejak aktivitas, serta dampaknya terhadap peluang pendidikan dan karier. Selanjutnya, sesi jejak digital menekankan bahwa unggahan, komentar, dan pola interaksi dapat menjadi “rekaman” yang memengaruhi reputasi, sehingga siswa perlu memahami konsekuensi jangka panjang dari aktivitas daring. Dalam bagian etika bermedia sosial, siswa diajak membedakan konten yang informatif/edukatif dengan konten yang berisiko menimbulkan masalah (misalnya oversharing, ujaran kebencian, perundungan, atau penyebaran informasi tidak terverifikasi). Metode yang digunakan adalah ceramah interaktif yang diselengi pertanyaan pemantik, diskusi kelompok kecil, studi kasus sederhana (misalnya menilai contoh unggahan), dan tanya jawab terbuka agar siswa dapat mengaitkan materi dengan pengalaman mereka sendiri. Pendekatan ini sejalan dengan penekanan UNESCO mengenai pentingnya media and information literacy untuk membangun kemampuan berpikir kritis, tanggung jawab bermedia, dan keselamatan dalam bernavigasi di ruang digital.

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan evaluasi sebagai sarana melihat ketercapaian pemahaman dan respons siswa. Evaluasi dilakukan secara formatif selama proses (misalnya melalui pertanyaan lisan, refleksi singkat, serta pengamatan partisipasi) dan secara sederhana di akhir kegiatan (misalnya meminta siswa menyebutkan kembali prinsip personal branding, contoh praktik etika digital, atau langkah menjaga jejak digital). Fokus evaluasi bukan hanya “hafalan konsep”, melainkan juga kemampuan siswa menilai situasi dan menentukan pilihan bermedia sosial yang lebih aman serta produktif. Kerangka ini penting karena berbagai kajian menekankan bahwa ruang digital menyediakan peluang belajar dan kreativitas, namun sekaligus menghadirkan risiko paparan konten bermasalah, penggunaan bermasalah, dan isu keselamatan daring—sehingga intervensi edukatif perlu memastikan pemahaman dan kesiapan perilaku, bukan sekadar pengetahuan. Tahap akhir adalah pelaporan, yaitu menyusun laporan pertanggungjawaban yang memuat rangkaian pelaksanaan, dokumentasi, hasil evaluasi, catatan temuan lapangan, serta rekomendasi tindak lanjut (misalnya penguatan kebijakan sekolah terkait etika digital, pembuatan panduan unggah konten positif, atau kegiatan lanjutan berupa klinik konten dan portofolio digital). Pelaporan juga dimaknai sebagai proses refleksi program agar kegiatan berikutnya lebih adaptif terhadap perubahan tren media sosial dan kebutuhan siswa.

Teknik penyelesaian masalah dalam program ini menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif. Masalah utama—yakni pemanfaatan media sosial yang belum optimal untuk pengembangan diri, rendahnya pemahaman personal branding, serta minimnya kesadaran jejak digital—ditangani melalui sosialisasi terarah yang menekankan literasi digital, etika, dan keamanan bermedia sosial, disertai diskusi agar siswa mampu mengidentifikasi masalah yang mereka hadapi sendiri dan menemukan strategi praktis untuk memperbaikinya. Dengan intensitas penggunaan internet yang terus meningkat di Indonesia, penguatan literasi digital pada remaja menjadi semakin relevan; karena itu, program ini menempatkan media sosial bukan sebagai sesuatu yang harus dihindari, melainkan sebagai ruang yang perlu dikelola secara sadar agar menjadi sarana produktif untuk menampilkan potensi, prestasi, dan karya siswa secara bertanggung jawab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Masyarakat Sasaran

Masyarakat sasaran dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah siswa SMAN 2 Tandun, Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau. Siswa merupakan kelompok usia remaja yang aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk berkomunikasi, memperoleh informasi, maupun sebagai sarana hiburan. Aktivitas tersebut terlihat dari kebiasaan siswa berinteraksi melalui berbagai platform digital, mengikuti tren informasi, serta membagikan pengalaman pribadi dalam bentuk unggahan, komentar, maupun *story*. Namun, pada umumnya pemanfaatan media sosial oleh siswa masih belum diarahkan secara optimal untuk pengembangan diri dan pembentukan citra diri yang positif. Sebagian siswa cenderung menggunakan media sosial untuk kebutuhan hiburan dan pergaulan, tanpa mempertimbangkan bagaimana konten yang mereka unggah dapat membentuk persepsi orang lain terhadap diri mereka.

Selain itu, masih ditemukan sebagian siswa yang belum memahami pentingnya personal branding serta dampak jangka panjang dari jejak digital yang mereka tinggalkan. Mereka belum sepenuhnya menyadari bahwa unggahan yang tampak sederhana, komentar yang spontan, atau interaksi dalam ruang digital dapat terdokumentasi dan berpengaruh pada reputasi pribadi. Situasi ini menunjukkan perlunya pendampingan dan edukasi yang tepat untuk meningkatkan literasi digital, memperkuat etika bermedia sosial, dan membangun kesadaran agar siswa mampu menggunakan media sosial secara bijak. Dengan adanya penguatan pemahaman ini, siswa diharapkan lebih siap memanfaatkan ruang digital sebagai sarana yang bermanfaat, bukan sekadar tempat berinteraksi tanpa kontrol.

Selain karakteristik sebagai pengguna aktif media sosial, siswa SMAN 2 Tandun juga berada pada fase perkembangan remaja yang cenderung kuat dalam pencarian jati diri dan pengakuan sosial. Kondisi ini membuat mereka lebih mudah terpengaruh oleh tren, *peer pressure*, dan kebutuhan untuk tampil “diterima” di ruang digital. Akibatnya, sebagian siswa belum memiliki kebiasaan menyeleksi informasi, menyusun tujuan penggunaan media sosial, maupun mempertimbangkan dampak konten terhadap citra diri. Hal ini memperkuat alasan bahwa pendampingan tidak hanya menekankan aspek pengetahuan, tetapi juga pembentukan sikap, kebiasaan, serta kontrol diri agar siswa mampu mengelola perilaku digital secara lebih sehat dan terarah.

Potensi Pengembangan (Pemberdayaan) Masyarakat

Siswa SMAN 2 Tandun memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan, baik dari aspek akademik maupun non-akademik. Potensi tersebut tercermin dari beragam minat, bakat, prestasi, serta keaktifan siswa dalam berbagai kegiatan sekolah dan ekstrakurikuler. Pada aspek akademik, siswa memiliki peluang untuk menampilkan capaian belajar, keterlibatan dalam lomba, atau karya-karya yang terkait dengan mata pelajaran. Sementara itu, pada aspek non-akademik, banyak siswa yang aktif dalam organisasi, olahraga, seni, kegiatan keagamaan, maupun program sekolah yang mendorong kepemimpinan dan kerja sama tim.

Tingkat penggunaan media sosial yang tinggi di kalangan siswa juga menjadi peluang besar yang dapat dimanfaatkan untuk pemberdayaan. Media sosial dapat menjadi wadah untuk menampilkan prestasi, karya, dan aktivitas positif siswa secara lebih luas, sekaligus membangun jaringan dan memperkaya pengalaman belajar. Dengan pemahaman dan pendampingan yang tepat, siswa dapat belajar mengelola identitas digital secara konsisten, memilih konten yang relevan dengan potensi diri, serta membangun citra diri yang baik di mata publik. Hal ini akan mendukung kesiapan siswa dalam menghadapi jenjang pendidikan lanjutan maupun dunia kerja, karena mereka terbiasa menampilkan rekam jejak digital yang positif, produktif, dan mencerminkan karakter yang baik.

Potensi siswa juga dapat dikembangkan melalui pembiasaan membangun portofolio digital yang menampilkan proses, bukan hanya hasil. Misalnya, siswa dapat mendokumentasikan kegiatan organisasi, proses latihan ekstrakurikuler, pengalaman mengikuti lomba, atau karya kreatif seperti desain, tulisan, dan video edukasi. Aktivitas semacam ini tidak hanya memperkuat personal branding, tetapi juga melatih keterampilan abad ke-21 seperti komunikasi, kreativitas, kolaborasi, dan berpikir kritis. Jika dikelola dengan baik, media sosial dapat berfungsi sebagai ruang belajar yang memperluas kesempatan siswa untuk memperoleh umpan balik, jejaring, bahkan peluang kompetisi atau beasiswa di masa depan.

Solusi Pengembangan (Pemberdayaan) Masyarakat

Solusi pengembangan masyarakat dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui pelaksanaan sosialisasi dan edukasi mengenai strategi personal branding melalui media sosial. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman kepada siswa tentang konsep personal branding, pentingnya menjaga jejak digital, serta etika dalam menggunakan media sosial. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif disertai contoh-contoh yang relevan dengan kehidupan siswa, sehingga lebih mudah dipahami dan diaplikasikan dalam aktivitas sehari-hari. Contoh-contoh tersebut membantu siswa membedakan konten yang mendukung citra diri positif dengan konten yang berpotensi menimbulkan masalah, serta mendorong mereka memahami langkah-langkah sederhana untuk membangun reputasi digital yang baik.

Melalui kegiatan ini, siswa dibekali pengetahuan dan keterampilan dasar untuk memanfaatkan media sosial secara positif, produktif, dan bertanggung jawab sebagai sarana pengembangan diri. Siswa juga didorong untuk mulai memetakan potensi pribadi, menentukan nilai yang ingin ditonjolkan, serta menyusun arah penggunaan media sosial agar lebih terstruktur. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga dapat berfungsi sebagai portofolio digital yang menampilkan minat, bakat, prestasi, serta aktivitas positif siswa. Pendekatan ini diharapkan mampu membangun kebiasaan baru yang lebih sehat dalam bermedia sosial, sekaligus memperkuat rasa percaya diri siswa dalam menampilkan kemampuan terbaik mereka.

Sebagai tindak lanjut solusi, kegiatan sosialisasi juga dapat diperkuat dengan langkah praktis yang mendorong siswa menerapkan materi secara nyata, misalnya dengan membuat rencana sederhana: menentukan nilai diri yang ingin ditonjolkan, memilih tema konten positif (prestasi, edukasi, kegiatan sekolah, minat bakat), serta menyusun aturan pribadi seperti batasan unggahan, cara merespons komentar, dan kebiasaan memeriksa kebenaran informasi sebelum membagikan. Dengan adanya latihan atau simulasi membuat konten yang sesuai etika dan tujuan personal branding, siswa akan lebih mudah memahami penerapan konsep dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini membantu siswa tidak hanya “mengerti”, tetapi juga mampu “melakukan” secara konsisten dan bertanggung jawab.

Tingkat Ketercapaian Sasaran Program

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul “Sosialisasi Strategi Personal Branding melalui Media Sosial bagi Siswa SMAN 2 Tandun” telah dilaksanakan dengan baik dan lancar sesuai dengan rencana yang telah disusun. Kegiatan ini diikuti oleh siswa SMAN 2 Tandun dengan tingkat partisipasi yang tinggi, baik dari segi kehadiran maupun keterlibatan selama sesi berlangsung. Selama pelaksanaan kegiatan, siswa menunjukkan antusiasme yang baik, terlihat dari keaktifan mereka dalam mengikuti pemaparan materi, keterlibatan dalam diskusi, serta banyaknya pertanyaan yang diajukan pada sesi tanya jawab. Situasi ini menunjukkan bahwa topik personal branding dan jejak digital memiliki relevansi yang kuat dengan kehidupan siswa dan menarik perhatian mereka untuk mempelajari lebih dalam.

Materi yang disampaikan meliputi konsep personal branding, pentingnya menjaga jejak digital, etika bermedia sosial, serta strategi pemanfaatan media sosial secara positif dan bertanggung jawab. Berdasarkan hasil diskusi dan evaluasi sederhana yang dilakukan selama kegiatan berlangsung, diketahui bahwa siswa memperoleh pemahaman baru mengenai peran media sosial dalam membentuk citra diri. Siswa juga mulai menyadari bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk menampilkan potensi, minat, dan prestasi yang dimiliki, bukan hanya untuk mengikuti tren atau hiburan semata. Sasaran utama kegiatan pengabdian ini adalah siswa SMAN 2 Tandun, khususnya dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran mereka terhadap pentingnya personal branding melalui media sosial. Berdasarkan pelaksanaan kegiatan dan hasil evaluasi, sasaran tersebut dapat dikatakan tercapai. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya pemahaman siswa mengenai konsep personal branding, meningkatnya kesadaran akan dampak jejak digital, serta kemampuan siswa dalam mengidentifikasi contoh penggunaan media sosial yang positif dan negatif.

Selain itu, siswa menunjukkan sikap yang lebih bijak dalam menyikapi penggunaan media sosial setelah mengikuti kegiatan sosialisasi. Sebagian siswa menyampaikan bahwa mereka mulai memahami pentingnya mempertimbangkan dampak unggahan sebelum membagikannya, lebih berhati-hati dalam berkomentar, serta lebih selektif dalam memilih konten yang ingin ditampilkan. Kegiatan ini juga berhasil memberikan motivasi kepada siswa untuk mulai membangun citra diri yang positif melalui konten yang edukatif dan sesuai dengan nilai-nilai pendidikan, misalnya menampilkan karya, kegiatan sekolah, pengalaman lomba, atau aktivitas yang mencerminkan prestasi dan karakter baik. Dengan

demikian, kegiatan pengabdian ini dinilai efektif dalam mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Tidak hanya menambah pengetahuan secara teoritis, kegiatan ini juga mendorong perubahan pola pikir dan sikap, sehingga siswa lebih siap menerapkan strategi personal branding dalam kehidupan sehari-hari dan memanfaatkan media sosial secara lebih bertanggung jawab, aman, dan produktif

Dari sisi perubahan perilaku awal, kegiatan ini juga memperlihatkan indikasi positif berupa meningkatnya refleksi siswa terhadap kebiasaan digital mereka. Beberapa siswa mulai menyadari pentingnya mengatur privasi akun, memilih kata-kata yang lebih sopan dalam berinteraksi, serta mempertimbangkan dampak unggahan terhadap reputasi diri dan keluarga. Selain itu, muncul dorongan untuk menjadikan media sosial sebagai media produktif—misalnya mempublikasikan kegiatan sekolah, karya kreatif, atau capaian akademik—sebagai bentuk penguatan citra diri yang positif. Dengan demikian, ketercapaian program tidak hanya terlihat pada peningkatan pemahaman, tetapi juga pada tumbuhnya motivasi dan komitmen siswa untuk menerapkan strategi personal branding serta etika digital secara lebih konsisten.



Gambar. 1 Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat “Sosialisasi Strategi Personal Branding melalui Media Sosial bagi Siswa SMAN 2 Tandun” telah terlaksana dengan baik dan sesuai rencana, serta mendapat respons positif dari peserta. Program ini menjawab kebutuhan siswa yang aktif menggunakan media sosial namun belum sepenuhnya memahami personal branding, jejak digital, dan etika bermedia sosial. Melalui penyampaian materi interaktif, diskusi, dan tanya jawab, siswa memperoleh pengetahuan baru tentang bagaimana media sosial dapat membentuk citra diri dan memengaruhi peluang pendidikan maupun karier di masa depan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan

kesadaran siswa mengenai pentingnya membangun personal branding yang positif, menjaga jejak digital, serta menggunakan media sosial secara bijak, produktif, dan bertanggung jawab. Siswa juga mulai mampu mengidentifikasi contoh perilaku bermedia sosial yang baik dan kurang tepat, serta termotivasi untuk menampilkan potensi, minat, dan prestasi melalui konten yang edukatif dan sesuai nilai-nilai pendidikan. Dengan demikian, kegiatan ini dinilai efektif dalam mencapai sasaran program dan berkontribusi dalam penguatan literasi digital serta pembentukan karakter digital siswa sebagai bekal menghadapi jenjang pendidikan lanjutan maupun dunia kerja.

DAFTAR REFERENSI

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Survei penetrasi internet dan perilaku penggunaan internet 2025*(portal survei). <https://survei.apjii.or.id/>
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- DetikInet. (2025). *Survei APJII: Pengguna internet Indonesia 2025 tembus 229 juta jiwa*. <https://inet.detik.com/telecommunication/d-8047759/survei-apjii-pengguna-internet-indonesia-2025-tembus-229-juta-jiwa>
- Katadata. (2023). *Report LITDIG 2023: Status literasi digital di Indonesia* (mengacu pada Roadmap Literasi Digital 2020–2024 Kominfo) [Laporan]. https://cdn1.katadata.co.id/media/Report_LITDIG_2023.pdf
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2025). *From playgrounds to platforms: Childhood in the digital age*. https://www.oecd.org/en/publications/from-playgrounds-to-platforms-childhood-in-the-digital-age_a2c18146-en.html
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2025). *Media and information literacy* (laman program). <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2025). *Media and information literacy and digital competencies*. <https://www.unesco.org/en/articles/media-and-information-literacy-and-digital-competencies>
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2025). *New UNESCO issue brief reveals global gaps in media and information literacy policies and education*. <https://www.unesco.org/en/articles/new-unesco-issue-brief-reveals-global-gaps-media-and-information-literacy-policies-and-education>