

**PELATIHAN OPTIMALISASI *PERSONAL BRANDING* BAGI SISWA
SMK MUHAMMADIYAH PAMOTAN REMBANG SEBAGAI UPAYA PENGUATAN
INSTITUSI**

Joko Widodo¹, Purwati Anggraini^{2*}

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Malang

² E-mail: anggraini@umm.ac.id

Abstract

The problem of using media is experienced by students of SMK Muhammadiyah Pamotan, Rembang Regency. Students really need assistance in using social media, especially for personal branding purposes. SMK Muhammadiyah Pamotan wants assistance from outsiders who are willing to assist students with reasons or considerations: (1) students of SMK Muhammadiyah Pamotan Rembang Regency have never received assistance in using social media, (2) students of SMK Muhammadiyah Pamotan Rembang Regency do not understand personal branding and its benefits, (3) most students of SMK Muhammadiyah Pamotan Rembang Regency use social media for their existence, not for creative activities, (4) students of SMK Muhammadiyah Pamotan Rembang Regency need to be accompanied in using social media in order to optimize the use of social media for positive things, moreover, most SMK graduates immediately work, (5) students of Muhammadiyah Pamotan Vocational School, Rembang Regency need to receive training in the use of social media so that it can be beneficial for their future. The methods used in this dedication are lectures, self-reflection, and practice of creating interesting and creative accounts and content. All activities are carried out online, considering that schools facilitate hotspots. This ultimately has an impact on student creativity, student personal branding, and can be used for school promotions.

Keywords: *personal branding; SMK students; school promotion*

Abstrak

Permasalahan penggunaan media dialami oleh siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang. Siswa sangat memerlukan pendampingan penggunaan media sosial, khususnya untuk tujuan personal branding. SMK Muhammadiyah Pamotan menginginkan ada pendampingan dari pihak luar yang bersedia mendampingi siswa dengan alasan atau pertimbangan: (1) siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang belum pernah mendapatkan pendampingan penggunaan media sosial, (2) siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang belum memahami personal branding dan manfaatnya, (3) sebagian besar siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang menggunakan media sosial untuk eksistensi mereka, bukan untuk kegiatan kreatif, (4) siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang perlu didampingi dalam menggunakan media sosial agar dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk hal-hal positif, apalagi sebagian besar lulusan SMK langsung bekerja, (5) siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang perlu mendapatkan pelatihan dalam penggunaan media sosial agar dapat bermanfaat bagi masa depan mereka. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini ceramah, refleksi diri, dan praktik membuat akun dan konten yang menarik dan kreatif. Semua kegiatan dilakukan secara daring, mengingat sekolah memfasilitasi hotspot. Hal ini pada akhirnya berdampak pada kreativitas siswa, personal branding siswa, dan dapat dipergunakan untuk promosi sekolah.

Kata Kunci: personal branding; siswa SMK; promosi sekolah

Submitted: 2023-01-02

Revised: 2023-01-12

Accepted: 2024-01-15

Pendahuluan

Media sosial mengacu pada kumpulan platform dan teknologi *online* yang memungkinkan individu dan organisasi untuk membuat, berbagi, atau bertukar informasi, opini, dan konten dalam komunitas dan jaringan virtual (Nugroho, 2020). Platform ini biasanya menyertakan fitur seperti konten buatan pengguna, berbagi multimedia, pemesanan, dan alat keterlibatan pengguna, dan sering kali dapat diakses melalui browser web, perangkat seluler, dan teknologi digital lainnya. Contoh media sosial antara lain Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, dan YouTube.

Media sosial memiliki beberapa manfaat yang berkontribusi pada penggunaan dan popularitasnya yang meluas. Salah satu manfaatnya adalah kemampuan individu untuk terhubung

dan berkomunikasi dengan orang lain dari seluruh dunia. Platform media sosial menyediakan sarana bagi orang-orang untuk tetap berhubungan dengan teman dan keluarga, serta menjalin hubungan baru dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama. Manfaat lainnya adalah kemampuan individu untuk mengakses dan berbagi informasi dengan cepat dan mudah. Platform media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi berita, artikel, dan bentuk konten lainnya, yang dapat membantu meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang peristiwa terkini dan topik penting lainnya (Mahmudah & Rahayu, 2020).

Media sosial juga dapat digunakan sebagai alat bagi bisnis dan organisasi untuk mempromosikan produk dan layanan mereka, serta untuk terlibat dengan pelanggan dan klien. Banyak bisnis menggunakan media sosial untuk terhubung dengan pelanggan potensial dan membangun kesadaran merek. Selain itu, media sosial telah ditemukan memiliki dampak positif pada kesehatan mental, dapat membantu mengurangi perasaan kesepian dan keterasingan, serta meningkatkan perasaan sejahtera (Taqwa, 2018).

Terakhir, media sosial juga memberikan kesempatan untuk ekspresi kreatif dan ekspresi diri. Platform seperti Instagram, TikTok, Pinterest, dll memungkinkan orang untuk berbagi fotografi, video, karya seni, dan jenis konten kreatif lainnya, yang dapat membantu menumbuhkan rasa kebersamaan dan rasa memiliki. Namun, perlu diperhatikan bahwa media sosial juga memiliki kekurangan, seperti kecanduan, intimidasi maya, dan penyebaran informasi yang salah, dan penting untuk menggunakannya secara bertanggung jawab.

Selain memiliki banyak manfaat, media sosial juga berpotensi menimbulkan dampak negatif bagi individu, komunitas, dan masyarakat secara keseluruhan. Salah satu dampak negatif utama adalah potensi kecanduan (Ratulangi, Kairupan, & Dundu, 2021). Platform media sosial dirancang untuk menjadi sangat menarik dan sulit untuk dihentikan, menyebabkan beberapa orang menggunakannya secara berlebihan dan mengabaikan aspek penting lainnya dalam hidup mereka.

Dampak negatif lainnya adalah penyebaran informasi yang salah. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat dan mudah, tetapi tidak semuanya akurat atau dapat diandalkan. Misinformasi dapat menyebar dengan cepat melalui media sosial, dan sulit untuk diperbaiki setelah disebarluaskan (Ayuni, Winoto, & Khadijah, 2022). Selain itu, media sosial dapat menjadi tempat berkembang biaknya cyberbullying. Orang bisa menjadi anonim di internet dan mungkin merasa berani untuk mengatakan hal-hal yang tidak akan mereka katakan secara langsung. Ini dapat menyebabkan pelecehan, ancaman, dan bentuk intimidasi lainnya.

Selain itu, media sosial juga dapat berdampak negatif pada kesehatan mental. Penelitian telah mengaitkan penggunaan media sosial yang berlebihan dengan peningkatan tingkat depresi, kecemasan, dan masalah kesehatan mental lainnya (Haniza, 2019). Selain itu, media sosial juga dapat menyebabkan perasaan terisolasi, rendah diri, dan kurangnya privasi. Selain itu, media sosial juga dapat berdampak negatif pada kesehatan fisik, karena dapat menyebabkan tidak aktif, postur tubuh yang buruk, dan ketegangan mata.

Terakhir, media sosial juga dapat memiliki efek negatif pada hubungan dan komunikasi. Menghabiskan terlalu banyak waktu di media sosial dapat menyebabkan pengabaian interaksi langsung dan juga dapat menyebabkan ekspektasi yang tidak realistis dan persepsi realitas yang terdistorsi, yang menyebabkan kekecewaan. Penting untuk dicatat bahwa meskipun media sosial memiliki kekurangan, bukan berarti itu buruk, ini semua tentang menggunakannya secara bertanggung jawab dan menyadari potensi efek negatifnya.

Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi beberapa strategi yang mungkin efektif dalam meminimalkan dampak negatif dari media sosial. Salah satu strateginya adalah dengan menetapkan batasan jumlah waktu yang dihabiskan di media sosial. Menetapkan jumlah waktu tertentu untuk dihabiskan di media sosial setiap hari, dan menaatinya, dapat membantu

mengurangi risiko kecanduan dan memastikan bahwa aspek penting kehidupan lainnya tidak diabaikan.

Strategi lainnya adalah selektif terhadap informasi yang dikonsumsi di media sosial. Menjadi kritis terhadap sumber informasi dan menghindari penyebaran informasi yang salah adalah penting (Christin, Yudhaswara, & Hidayat, 2021). Selain itu, pengecekan fakta informasi sebelum membagikannya dapat membantu membatasi penyebaran informasi yang salah. Selain itu, penting untuk menyadari emosi dan kondisi mental diri sendiri saat berada di media sosial, jika mulai berdampak negatif, penting untuk istirahat. Strategi lainnya adalah meningkatkan interaksi dan komunikasi tatap muka. Menghabiskan waktu bersama teman dan keluarga secara pribadi, dan terlibat dalam aktivitas lain yang meningkatkan interaksi sosial, dapat membantu mengurangi perasaan terisolasi dan meningkatkan kesejahteraan.

Selain itu, penting untuk memperhatikan pengaturan privasi dan mengetahui informasi pribadi yang dibagikan di media sosial. Pengguna media sosial harus berhati-hati dalam membagikan informasi pribadi agar privasi pengguna terjaga dan mengurangi risiko *cyberbullying* serta bentuk pelecehan online lainnya. Terakhir, penting untuk menyadari potensi efek negatif dari media sosial, dan mengambil langkah-langkah untuk meminimalkannya. Ini dapat mencakup menetapkan batasan jumlah waktu yang dihabiskan di media sosial, selektif tentang informasi yang dikonsumsi, dan memperhatikan emosi dan kondisi mental sendiri. Penting untuk dicatat bahwa tidak semua strategi berlaku untuk semua orang dan penting untuk menemukan strategi yang paling cocok untuk masing-masing pengguna media sosial.

Mudah dan mudahnya penggunaan media sosial sesungguhnya dapat dimanfaatkan untuk *personal branding*. Berdasarkan penelitian sebelumnya, ada beberapa strategi yang mungkin efektif dalam menggunakan media sosial untuk *personal branding*. Salah satu strateginya adalah mengidentifikasi dan mendefinisikan *personal branding*. Mendefinisikan *personal branding* melibatkan identifikasi kualitas, nilai, dan keterampilan unik, dan mengomunikasikannya secara konsisten di semua platform media sosial. Strategi lainnya adalah membuat dan membagikan konten berkualitas tinggi. Membuat dan berbagi konten yang berharga, relevan, dan menarik di media sosial dapat membantu membangun keahlian dan menarik pengikut dan pemberi kerja potensial.

Selain itu, penting bagi pengguna media sosial untuk menjalin komunikasi dengan orang lain di media sosial dengan berkomentar, berbagi, dan menanggapi kiriman. Ini dapat membantu membangun hubungan dan meningkatkan visibilitas. Strategi lain adalah berjejaring dengan orang lain di bidang yang sama. Terhubung dengan profesional lain di bidang yang sama dapat membantu memperluas jaringan profesional dan meningkatkan visibilitas. Selain itu, penting untuk konsisten dalam hal jenis konten yang dibagikan, nada pesan, dan cara menampilkan diri di media sosial. Ini dapat membantu menciptakan personal branding yang jelas dan konsisten.

Terakhir, penting untuk menyadari potensi efek negatif dari media sosial, dan mengambil langkah-langkah untuk meminimalkannya. Ini dapat mencakup menetapkan batasan jumlah waktu yang dihabiskan di media sosial, selektif tentang informasi yang dikonsumsi, dan memperhatikan emosi dan kondisi mental sendiri. Penting untuk dicatat bahwa membangun personal branding di media sosial membutuhkan waktu, usaha, dan konsistensi. Selain itu, penting untuk mempertimbangkan audiens dan pesan apa yang ingin disampaikan.

Remaja pada dasarnya adalah aset bangsa yang harus dibimbing dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengarahkan siswa untuk bijak dalam menggunakan media sosial adalah dengan melakukan pendampingan yang intensif agar remaja dapat mengelola media sosial untuk kegiatan yang positif dan kreatif. Hal ini dapat dimulai di SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang yang seluruh siswanya berusia remaja dan sangat membutuhkan pendampingan. Siswa SMK Muhammadiyah Pamotan

Kabupaten Rembang belum pernah mendapatkan pendampingan pengelolaan media sosial untuk kegiatan yang kreatif dan positif, dengan demikian media sosial yang dimilikinya hanya untuk menunjukkan eksistensi dan sebatas hiburan mereka. Mereka belum mengenal personal branding dan bagaimana membangun personal branding yang akan berdampak positif bagi diri mereka sendiri dan lingkungan sekitar, khususnya sekolah.

Personal branding mengacu pada proses menciptakan dan mempromosikan citra atau identitas yang diasosiasikan dengan individu, biasanya dalam konteks tujuan profesional atau karir mereka. Ada sejumlah manfaat yang terkait dengan personal branding, terutama bagi remaja dan yang berdampak pada sekolah. Pertama, personal branding dapat membantu individu menonjol di pasar kerja yang kompetitif. Dengan mengembangkan personal branding yang kuat, individu dapat membedakan dirinya dari orang lain dengan kualifikasi dan pengalaman yang sama, membuat mereka lebih menarik bagi pemberi kerja atau klien potensial.

Kedua, personal branding dapat membantu individu membangun reputasi positif dan membangun kredibilitas dalam bidang yang mereka pilih. Dengan mengomunikasikan keterampilan, nilai, dan pencapaian mereka secara konsisten, individu dapat menjadikan diri mereka sebagai ahli dan pemimpin pemikiran dalam industri mereka. Ketiga, personal branding dapat membantu individu untuk mencapai tujuan karirnya. Dengan mengartikulasikan merek pribadi mereka dengan jelas, individu dapat mengomunikasikan aspirasi mereka dengan lebih efektif dan menyelaraskannya dengan peluang yang selaras dengan tujuan mereka.

Akhirnya, personal branding dapat menjadi sangat penting bagi remaja dan berdampak pada sekolah, karena dapat membantu mereka membangun kepercayaan diri, mengkomunikasikan bakat dan kemampuan unik mereka, dan mempersiapkan mereka untuk peluang masa depan. Secara keseluruhan, personal branding dapat menjadi alat yang ampuh bagi individu dari segala usia untuk mencapai tujuan profesional mereka dan membangun karier yang sukses.

Hubungan antara personal branding dan sekolah sangat kompleks dan beragam. Di satu sisi, sekolah memainkan peran penting dalam membentuk merek pribadi seseorang, karena sekolah menyediakan platform bagi siswa untuk mengembangkan dan menampilkan bakat, keterampilan, dan hasrat mereka. Misalnya, siswa yang berprestasi di bidang akademik, atletik, atau kegiatan ekstrakurikuler dapat mengembangkan personal branding yang mencerminkan pencapaian dan prestasi mereka di bidang-bidang tersebut.

Di sisi lain, personal branding juga dapat memberikan dampak yang signifikan bagi sekolah. Dengan mengembangkan personal branding yang kuat, siswa dapat menjadi lebih menarik bagi petugas penerimaan perguruan tinggi dan calon pemberi kerja, yang dapat membantu mereka mencapai tujuan pendidikan dan karier mereka. Selain itu, personal branding dapat membantu siswa membangun kepercayaan diri dan harga diri mereka, yang dapat membawa kesuksesan dan kepuasan yang lebih besar di sekolah.

Selain itu, sekolah juga dapat memainkan peran kunci dalam memfasilitasi proses personal branding bagi siswa dengan memberikan kesempatan untuk belajar tentang personal branding dan bagaimana mengembangkannya, mendukung mereka untuk membuat resume, dan memberi mereka kesempatan untuk memamerkan bakat dan keterampilan mereka di ranah publik. Ringkasnya, hubungan antara personal branding dan sekolah bersifat timbal balik, yang saling mempengaruhi satu sama lain. Sekolah dapat menyediakan platform bagi siswa untuk mengembangkan personal brand mereka, sedangkan personal branding dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kesuksesan dan peluang siswa, baik di sekolah maupun di luarnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa personal branding merupakan hal yang sangat penting. Hal ini senada dengan hasil wawancara dengan kepala sekolah SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang. Kepala sekolah menyampaikan bahwa beberapa siswa SMK Muhammadiyah Pamotan sebenarnya telah mulai berpikir untuk membuat sesuatu dan diposting di media sosial. Hal ini tampak dari beberapa karya siswa berupa vlog yang sudah diunggah di media sosial. Hanya saja, sedikit di antara mereka yang sudah mempunyai pandangan ke depan terkait media sosial. Sebagian besar belum dapat memanfaatkan media sosial untuk membangun kreativitas dan personal branding. Untuk itulah kepala sekolah yang juga didampingi oleh wakil kepala sekolah bidang kesiswaan berharap ada pengarahan dari pihak luar sekolah yang berpengalaman mengolah media sosial untuk memberikan pendampingan kepada siswa. Dengan demikian, siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang perlu diarahkan agar kelak mereka menjadi generasi penerus yang berkualitas, kreatif, dan mampu bersaing dengan lulusan sekolah lain.

Mengacu pada analisis situasi tersebut di atas dan hasil wawancara tim dengan kepala sekolah dan guru BP, diperoleh permasalahan sebagai berikut: (1) siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang belum pernah mendapatkan pendampingan penggunaan media sosial, (2) siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang belum memahami personal branding dan manfaatnya, (3) sebagian besar siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang menggunakan media sosial untuk eksistensi mereka, bukan untuk kegiatan kreatif, (4) siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang perlu didampingi dalam menggunakan media sosial agar dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk hal-hal positif, apalagi sebagian besar lulusan SMK langsung bekerja, (5) siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang perlu mendapatkan pelatihan dalam penggunaan media sosial agar dapat bermanfaat bagi masa depan mereka.

Permasalahan mitra ini harus segera dicarikan solusinya agar remaja tumbuh menjadi generasi yang berkarakter, lebih bijak dalam menggunakan media sosial, dan dapat mengoptimalkan personal branding melalui media sosial yang dimiliki. Pengarahan ini pada akhirnya dapat menghasilkan media sosial yang mempunyai konten positif dan kreatif.

Metode

a. Persiapan Kegiatan

Langkah persiapan dalam kegiatan pengabdian masyarakat di antaranya (1) koordinasi dengan Kepala Sekolah, Guru BP, dan Kepala Humas SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang. Koordinasi tersebut perlu dilakukan agar ada kesepakatan tentang teknis pelaksanaan dan target akhir yang akan dicapai. Koordinasi juga perlu dilakukan untuk memudahkan evaluasi dengan baik. (2) koordinasi antara Tim dengan Koordinator Siswa. Koordinasi ini penting dilakukan karena siswa merupakan mitra tim. Kegiatan ini bertujuan untuk memudahkan pelaksanaan kegiatan dan menyepakati kontrak pengabdian. Dengan demikian tujuan akhir dan luaran pengabdian dapat tercapai.

b. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada siswa dalam menggunakan media sosial sebagai media personal branding yang berdampak pada diri mereka dan sekolah. Beberapa tujuan dalam pendampingan bijak bermedia sosial di antaranya:

- 1) Siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang lebih memahami era digital dan karakteristik generasi digital. Siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang yang awalnya memiliki pemahaman yang rendah diharapkan melalui pendampingan ini semakin memiliki pemahaman yang meningkat terkait era digital dan karakteristik generasinya. Siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang diharapkan mampu

mengenali kondisi dirinya. Dengan Demikian, siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang lebih mudah beradaptasi dengan gempuran era digital dan siap menghadapi revolusi industri 4.0.

- 2) Siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang memiliki kemampuan untuk melakukan kontrol diri menggunakan media sosial. Siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang yang awalnya kurang memahami berkaitan dengan dampak negatif dari media sosial menjadi semakin mengerti dan memahami bahaya dari penggunaan yang terlalu berlebihan dari media sosial. Dengan demikian mereka memiliki sikap untuk bisa bersikap bijak dan cerdas dalam bermedia sosial.
- 3) Siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang semakin mampu mengelola media sosial yang dimiliki menjadi konten yang positif dan kreatif melalui personal branding.

Jumlah peserta pelatihan sebanyak 22 siswa, yang berasal dari kelas : X – XII SMK. Materi kegiatan berupa (a) penggunaan internet, (b) hubungan bahasa dengan internet, (c) bijak bermedia sosial, (d) kreativitas dalam bermedia sosial, dan (e) personal branding.

Adapun teknis pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut.

- 1) Tim membuat grup WA untuk mempermudah komunikasi dengan siswa.
- 2) Tim memberikan materi yang dibagikan ke grup WA.
- 3) Setelah memberikan materi, kemudian diskusi baik melalui grup WA maupun google meet.
- 4) Materi diberikan dalam 6 kali pertemuan.
- 5) Setelah materi diberikan, kemudian ada pendampingan dalam penggunaan media sosial melalui online (tim mengecek media sosial siswa).
- 6) Siswa juga diberi kuesioner mengenai pengetahuan dan pengalaman bermedia sosial.

c. Evaluasi Kegiatan

Tim juga melakukan kegiatan monitoring program yang dilakukan sejak awal dimulainya kegiatan ini, yaitu mulai dari tahap persiapan, proses pelaksanaan, sampai tahap akhir kegiatan. Setiap akhir tahapan kegiatan dilakukan monitoring guna mengetahui apakah pelaksanaan program sesuai dengan rencana program yang telah dibuat. Pada akhir pelaksanaan tim memberikan *post test* untuk mengetahui tingkat pemahaman dan sikap dari peserta dalam bersosial media. Pada tahap evaluasi ini dapat terlihat bahwa jika sebanyak 22 siswa dapat menggunakan media sosial dengan lebih baik, kreativitas siswa sedikit demi sedikit terasah, masih perlu pendampingan penggunaan bahasa agar lebih komunikatif dan tepat sesuai dengan konteks.

Hasil dan Pembahasan

Pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 3 Desember 2022-21 Januari 2023. Peserta kegiatan berjumlah 22 Siswa kelas X-XII SMK Muhammadiyah Pamotan Kabupaten Rembang. Kegiatan ini dilakukan secara daring. Hal tersebut disebabkan jarak yang jauh dan dari awal penyusunan proposal, kegiatan ini didesain dengan model pendampingan secara daring. Media yang digunakan untuk kegiatan daring yaitu *Whatsapp* Grup dan *Google Meet*. Media tersebut dipilih karena semua siswa mempunyai media tersebut dan tidak mengalami kesulitan ketika menggunakannya.

Bentuk kegiatan pengabdian adalah pemaparan materi dan diskusi. Materi disampaikan oleh pengabdian melalui WA Grup dan google meet. Setelah itu siswa mempelajari dan memahami materi yang diberikan kemudian dilanjutkan diskusi dengan siswa. Materi pengabdian diberikan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan sebagaimana tersampaikan pada bab 3.

Pengabdian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, di antaranya (1) koordinasi dengan pihak sekolah, (2) pemberian materi, (3) diskusi, (4) pendampingan siswa, dan (5) produk siswa. Kelima tahap pengabdian tersebut diuraikan di bawah ini.

a. Koordinasi dengan Pihak Sekolah

Sebelum melakukan pengabdian, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pihak sekolah. hal tersebut bertujuan agar jadwal yang sudah ditawarkan oleh tim tidak mengganggu kegiatan belajar siswa. Tim melakukan koordinasi dengan Kepala Sekolah dan Waka Kesiswaan melalui telepon dan pesan Whatsapp.

Ketika koordinasi dengan Waka Kesiswaan, tim pengabdian menanyakan waktu yang sesuai untuk memberikan materi dan teknis pemberian materi. Hal tersebut dilakukan agar siswa merasa nyaman dan tidak mengganggu kegiatan belajar siswa. Karena jarak yang jauh, koordinasi dengan Waka Kesiswaan dilakukan secara daring yaitu menggunakan Whatsapp.

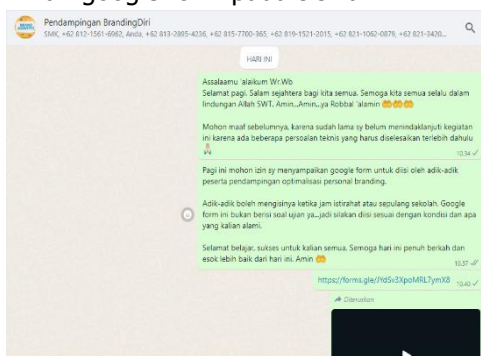


Gambar 1. Koordinasi Tim Pengabdian dengan Waka Kesiswaan

b. Pemberian Materi Media Sosial dan Personal Branding

Setelah melakukan koordinasi dengan pihak sekolah, tim pengabdian kemudian membuat grup Whatsapp yang bernama Personal Branding. Grup WA Personal Branding dibuat untuk memudahkan komunikasi dengan siswa. Grup Whatsapp ini dipilih karena semua siswa menggunakan aplikasi ini. Pemberian materi dilakukan secara bertahap sesuai dengan jadwal yang sudah disepakati.

Sebelum memulai pendampingan personal branding, tim membagikan angket yang berisi sejumlah pertanyaan terkait pengalaman siswa dalam memahami dan menggunakan media sosial. Hal ini penting untuk dilakukan karena pengetahuan siswa inilah yang menjadi dasar penyusunan materi dan strategi penyampaian materi. Selain itu, penjajagan ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa siswa telah mempunyai media sosial yang aktif dan melek media. Berikut hasil tangkapan layar terkait pengiriman google form pada siswa.



Gambar 2. Pengiriman pranala angket melalui WAG

Setelah diberi waktu sehari, peserta pelatihan mengisi google form yang telah dikirimkan oleh tim. Dari 22 orang peserta, hanya 14 orang yang mengisi google form atau angket penajagan. Berikut hasil angket tersebut.

- 1) Sejumlah 14 siswa terdapat 13 siswa yang telah memiliki media sosial aktif, baik Instagram, Facebook, maupun TikTOK
- 2) Sebagian besar siswa mempunyai media sosial dalam kurun waktu 1-5 tahun. Artinya, sangat dimungkinkan beberapa siswa telah memiliki media sosial sejak awal SMP atau bahkan di masa akhir SD.
- 3) Sebagian besar siswa menggunakan media sosial untuk hiburan saja. Namun demikian, ada juga yang menggunakan media sosial untuk memposting tugas sekolah dan personal branding. Terhitung hanya 2 orang responden yang mengaku telah melakukan personal branding di media sosial mereka.
- 4) Rata-rata siswa menggunakan media sosial lebih dari 2 jam. Artinya, durasi siswa dalam berinteraksi dengan orang lain melalui media sosial tergolong tinggi.
- 5) Manfaat menggunakan media sosial bagi siswa adalah mendapatkan hiburan, mendapatkan teman baru, dan mendapatkan informasi terkini.
- 6) Sebagian besar siswa pernah memposting kegiatan sekolah atau tugas yang terkait dengan sekolah. Artinya, hal ini merupakan modal untuk siswa melakukan personal branding yang dapat meningkatkan promosi sekolah.
- 7) Sebagian besar siswa juga telah mempunyai konsep tertentu sebelum memposting sesuatu di media sosial. Artinya, tujuan mereka sudah tertata dan ini merupakan modal yang baik untuk memperkuat personal branding.
- 8) Namun demikian, sebagian besar siswa belum mengetahui secara jelas apa itu personal branding.
- 9) Setelah mencari informasi di internet, sebagian besar mengetahui bahwa personal branding itu dimaksudkan untuk mencitrakan diri atau memberikan merek pada diri agar lebih dikenal orang lain.
- 10) Setelah mengetahui apa itu personal branding, sebagian siswa mengaku pernah memposting sesuatu dalam rangka personal branding dengan cara memposting kegiatan positif, gambar atau foto yang bagus, atau dengan kalimat yang memotivasi.
- 11) Sebagian besar siswa mengetahui bahwa sebenarnya personal branding dapat berdampak positif bagi siswa dan sekolah.
- 12) Seluruh siswa yang mengisi angket telah mempunyai pengalaman yang membanggakan. Ini merupakan modal yang baik untuk diposting di media sosial sebagai upaya personal branding.

Tim memberikan materi melalui WA Grup, kemudian siswa diberi waktu selama 30 menit untuk membaca dan memahami materi. Materi dibuat secara menarik dan menggunakan Bahasa yang sederhana agar siswa lebih mudah untuk memahami. Setelah itu dilakukan diskusi di grup. Selain menggunakan Whatssap, tim juga menggunakan google meet untuk mendampingi siswa. Berikut WAG yang dibuat untuk memudahkan tim berkomunikasi dengan peserta dan guru pendamping.



Gambar 3. WAG Personal Branding

Dalam WAG ini, tim juga memberikan materi sekaligus mengajak siswa berdiskusi. Diskusi yang dilakukan terkait dengan materi yang disampaikan oleh tim. Diskusi dipimpin langsung oleh tim dengan didampingi oleh guru pendamping. Ada beberapa respon siswa yang menarik dan menandakan bahwa beberapa siswa, khususnya dari kelas multimedia, yang aktif di media sosial dan mampu menggunakan media sosial dengan baik. Hanya saja, mereka masih perlu didampingi untuk memperkuat personal branding yang dapat berdampak pada sekolah. Berikut contoh pemberian materi yang dilakukan oleh tim melalui WAG.

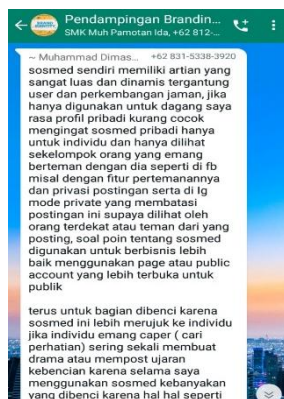


Gambar 4. Materi dan diskusi yang disampaikan oleh tim.

c. Diskusi Bersama Siswa

Ketika materi sudah disampaikan dan siswa sudah memahami isi dari materi tersebut, kegiatan selanjutnya adalah diskusi. Diskusi ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman siswa terhadap materi yang disampaikan. Diskusi ini juga dilakukan untuk mengklarifikasi jika ada materi yang kurang jelas atau kurang dipahami oleh siswa.

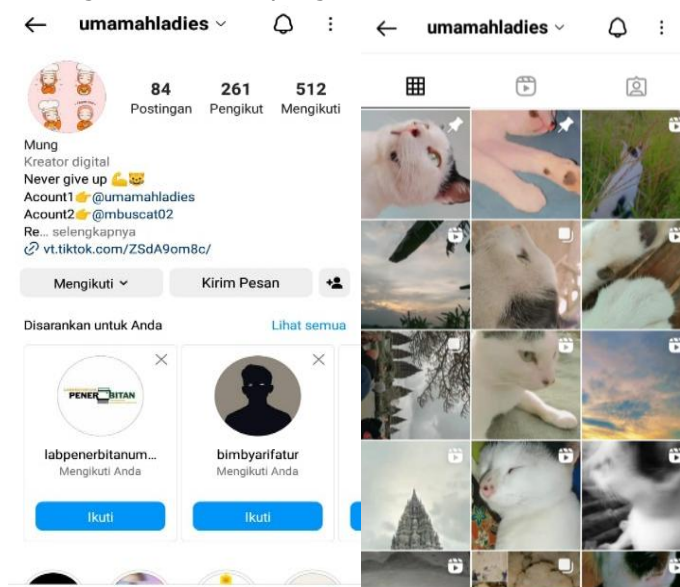
Kegiatan diskusi ini juga dipandu oleh tim dan didampingi oleh guru-guru pendamping yang ditugaskan oleh sekolah. Ada 3 guru yang ditugaskan oleh sekolah untuk mendampingi siswa selama kegiatan. Guru pendamping memberikan motivasi kepada siswa untuk tetap aktif. Sehingga, kegiatan diskusi ini tetap berjalan dengan lancar.



Gambar 5. Respon peserta pendampingan.

d. Pendampingan Siswa

Setelah mendapatkan materi dan berdiskusi, kemudian siswa dibagi menjadi kelompok-kelompok kecil. Setiap kelompok terdiri dari lima siswa. Pengelompokan ini bertujuan agar siswa lebih fokus dan memahami instruksi yang diberikan oleh tim pengabdian. Dalam pendampingan ini, siswa diminta untuk membuat konten kemudian diposting ke dalam media sosial berupa Instagram atau Facebook atau Tiktok atau bisa juga Youtube. Selanjutnya, tim pengabdian memberikan arahan kepada siswa melalui *google meet*. Pendampingan ini bertujuan agar siswa lebih memahami konten yang diposting. Selain itu, tim pengabdian juga memberikan masukan-masukan agar postingan siswa lebih menarik. Setelah mendapatkan masukan, siswa kemudian memposting ulang konten tersebut sesuai dengan arahan tim pengabdian.



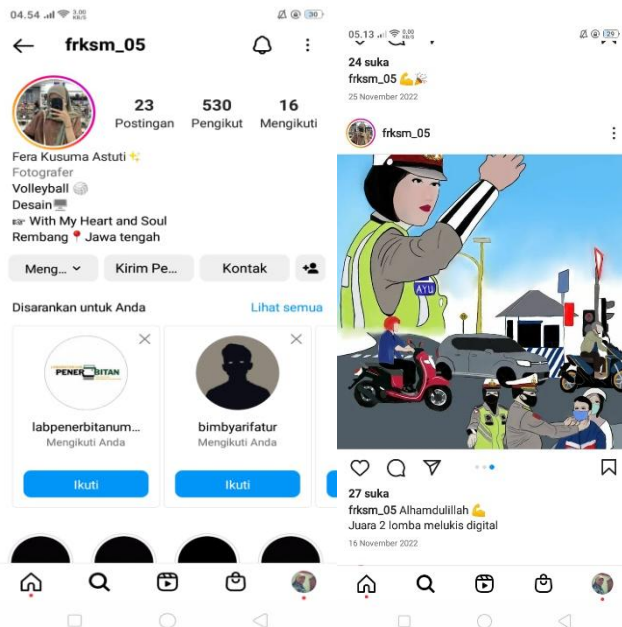
Gambar 6. Salah satu karya siswa yang sudah mengarah pada konsep yang baik.

Setelah mendapatkan pendampingan, siswa memperbaiki deskripsi diri agar lebih spesifik dan ingin dikenal orang sebagai apa. Misalnya digital creator. Setelah itu, siswa diminta untuk memperbaiki postingannya agar lebih menarik, dengan caption yang menginspirasi dan menggunakan bahasa Indonesia yang baik sesuai konteks. Dengan demikian, siswa tinggal membuat karya yang dapat dikaitkan dengan upaya peningkatan promosi sekolah.

e. Produk Karya Siswa

Kegiatan pengabdian ini mempunyai luaran yaitu produk personal branding siswa berupa postingan siswa pada media sosial. Produk siswa dalam bentuk konten media sosial yang berupa personal branding dan harus bermanfaat bagi sekolah. Produk ini dibagi menjadi dua bentuk. Pertama, postingan siswa sebelum mendapatkan materi personal branding dan postingan kedua

yaitu konten yang sudah mendapatkan materi personal branding. Postingan dikatakan berhasil jika terlihat kreatif dari sisi tampilan, ada pesan yang disampaikan, menggunakan bahasa Indonesia yang baik, tujuan posting jelas yaitu sesuai dengan tujuan personal branding, dan tentu dikaitkan dengan media sosial milik sekolah.



Gambar 7. Prestasi siswa yang postingannya perlu dilinkkan dengan web atau IG sekolah

f. Diskusi Bersama Siswa

Ketika materi sudah disampaikan dan siswa sudah memahami isi dari materi tersebut, kegiatan selanjutnya adalah diskusi. Diskusi ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman siswa terhadap materi yang disampaikan. Diskusi ini juga dilakukan untuk mengklarifikasi jika ada materi yang kurang jelas atau kurang dipahami oleh siswa.

Kegiatan diskusi ini juga dipandu oleh tim dan didampingi oleh guru-guru pendamping yang ditugaskan oleh sekolah. Ada 3 guru yang ditugaskan oleh sekolah untuk mendampingi siswa selama kegiatan. Guru pendamping memberikan motivasi kepada siswa untuk tetap aktif. Sehingga, kegiatan diskusi ini tetap berjalan dengan lancar. Ketika berdiskusi dengan peserta pelatihan, terlihat bahwa siswa mulai memahami manfaat *personal branding* dan bagaimana cara melakukan *personal branding* yang efektif. Beberapa siswa mulai merancang postingan yang akan diunggah ke media sosial, mengumpulkan bahan, dan terlihat percaya diri siswa semakin meningkat. Hal ini terlihat dari hasil evaluasi setelah beberapa kegiatan pendampingan dilakukan. Hal ini sesuai dengan hasil pengabdian yang dilakukan oleh Krisnawati (2021), bahwa pelatihan *personal branding* mampu meningkatkan percaya diri peserta untuk mempromosikan produk yang dihasilkan.

g. Pendampingan Siswa

Setelah mendapatkan materi dan berdiskusi, kemudian siswa dibagi menjadi kelompok-kelompok kecil. Setiap kelompok terdiri dari lima siswa. Pengelompokan ini bertujuan agar siswa lebih fokus dan memahami instruksi yang diberikan oleh tim pengabdian. Dalam pendampingan ini, siswa diminta untuk membuat konten kemudian diposting ke dalam media sosial berupa Instagram atau Facebook atau Tiktok atau bisa juga Youtube. Selanjutnya, tim pengabdian memberikan arahan kepada siswa melalui *video call* Whatsapp. Pendampingan ini bertujuan agar siswa lebih memahami konten yang diposting. Selain itu, tim pengabdian juga memberikan masukan-masukan agar postingan siswa lebih menarik. Setelah mendapatkan masukan, siswa kemudian memposting ulang konten tersebut sesuai dengan arahan tim pengabdian.

Dengan pendampingan optimalisasi personal branding, pengetahuan dan keterampilan siswa dalam pembuatan konten media sosial semakin meningkat. Siswa peserta pelatihan yang sebagian ingin bekerja setelah lulus sekolah merasa pelatihan ini bermanfaat untuk membangun kepercayaan diri dan keterampilan lebih. Karya yang dihasilkan telah menggunakan bahasa yang lebih baik dan tujuan yang jelas. Hal ini sesuai dengan hasil pengabdian yang dilakukan oleh Kadiyono, Gunawan, Budiarto, & Andriani (2020), *personal branding* memberikan dampak positif pada penambahan wawasan, keterampilan, dan kesiapan mahasiswa dalam memasuki dunia kerja. Hal ini dapat diterapkan pada perguruan tinggi atau sekolah untuk meningkatkan kesiapan mahasiswa dan siswa dalam menghadapi dunia kerja.

h. Karya Siswa

Kegiatan pengabdian ini mempunyai luaran yaitu produk *personal branding* siswa berupa postingan siswa pada media sosial. Produk siswa dalam bentuk konten media sosial yang berupa *personal branding* dan harus bermanfaat bagi sekolah. Produk ini dibagi menjadi dua bentuk. Pertama, postingan siswa sebelum mendapatkan materi *personal branding* dan postingan kedua yaitu konten yang sudah mendapatkan materi personal branding. Postingan dikatakan berhasil jika terlihat kreatif dari sisi tampilan, ada pesan yang disampaikan, menggunakan bahasa Indonesia yang baik, tujuan posting jelas yaitu sesuai dengan tujuan *personal branding*, dan tentu dikaitkan dengan media sosial milik sekolah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pelatihan optimalisasi personal branding dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar lebih siap bersaing di dunia kerja maupun persaingan di dunia maya. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Pondrinal, Suardi, & Tedy (2022) bahwa pelatihan keterampilan digital mampu membangun sumber daya manusia, yaitu pemuda peserta pelatihan. Hal ini terlihat dari promosi yang dilakukan di media sosial yang semakin meningkat dan menarik.

Media sosial yang dipergunakan oleh siswa dapat disambungkan atau ditandai di media sosial sekolah. Hal ini tentu sangat menguntungkan pihak sekolah, karena dapat meningkatkan promosi sekolah dengan cara menyebarkan prestasi dan karya siswa. Dari sekian banyak media sosial yang ada, ada beberapa rekomendasi media sosial yang cocok untuk kepentingan ini, yaitu facebook, youtube, website, Instagram, dan tiktok (Amilia, Rowindi, & Mubaroq, 2022).

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian literasi digital yang diikuti oleh siswa SMK Muhammadiyah Pamotan Rembang berjalan dengan baik. Hal itu terlihat dari antusias siswa yang aktif mengikuti kegiatan pengabdian. Siswa mendapatkan ilmu mengenai pemanfaatan media sosial untuk kegiatan positif dan kreatif serta sudah relatif memahami tujuan dan manfaat *personal branding*. Sebelum mendapatkan materi mengenai *personal branding*, siswa memposting gambar di media sosial dengan konten yang kurang menarik. Akan tetapi, setelah mendapatkan materi mengenai *personal branding*, konten yang diposting oleh siswa lebih menarik, kreatif, mempunyai tujuan yang lebih jelas, dan tentunya disesuaikan dengan *personal branding* siswa.

Daftar Pustaka

- Amilia, F., Rowindi, G., & Mubaroq, S. (2022). Pemanfaatan Publikasi Di Media Sosial Untuk Lembaga Pendidikan. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(5), 1141-1147.
- Ayuni, I., Winoto, Y., & Khadijah, U. L. (2022). PERILAKU LITERASI INFORMASI PADA ANAK DI MEDIA SOSIAL. *Literasi: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia serta Pembelajarannya*, 6(2), 176-190.

- Christin, M., Yudhaswara, R. K., & Hidayat, D. (2021). Deskripsi Pengalaman Perilaku Selektif Memilih Informasi Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Media Massa Televisi Description of Selective Behavioral Experience of Choosing Covid-19 Information in Mass Media Television. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol, 25(1)*, 61-73.
- Haniza, N. (2019). Pengaruh Media Sosial terhadap Perkembangan Pola Pikir, Kepribadian dan Kesehatan Mental Manusia. *J. Komun.*
- Kadiyono, A. L., Gunawan, G., Budiarto, A., & Andriani, E. (2020). Pelatihan Personal Branding Bagi Persiapan Pengembangan Karir Mahasiswa Tingkat Akhir. *International Journal of Community Service Learning, 4(4)*, 263-273.
- Krisnawati, W. (2021). Pelatihan personal branding dan product branding pada karang taruna dalam meningkatkan pemasaran serta penjualan produk UMKM Desa Klamongan Gresik Gresik. *DedikasiMU: Journal of Community Service, 3(3)*, 961-969.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara, 2(1)*, 1-9.
- Nugroho, C., Sos, S., & Kom, M. I. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Prenada Media.
- Pondrinal, M., Suardi, M., & Tedy, T. (2022). Optimalisasi Promosi Kampung Manggis Secara Digital Sebagai Potensi Agrowisata di Kota Padang. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 6(5)*, 1406-1412.
- Ratulangi, A. G., Kairupan, B. H., & Dundu, A. E. (2021). Adiksi internet sebagai salah satu dampak negatif pembelajaran jarak jauh selama masa pandemi Covid-19. *Jurnal Biomedik: JBM, 13(3)*, 251-258.
- Taqwa, M. I. (2018). *Intensitas penggunaan media sosial instagram stories dengan kesehatan mental* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).