

**SOSIALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK UNTUK *PERSONAL*
BRANDING PADA SISWA SMA**

¹⁾ **Aulia Metha Utami S.Sos., M.I.Kom,** ²⁾ **Ni Putu Armiwirayanti S.I.Kom**

^{1,2}, Afiliasi Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang
dosen02848@unpam.ac.id, dosen02848@unpam.ac.id

ABSTRAK

Indonesia mengalami kemajuan yang signifikan dalam penggunaan teknologi digital. Aplikasi Tiktok yang merupakan platform media sosial untuk berbagai video pendek, menjadi sangat populer di kalangan Generasi Z yang tumbuh dengan teknologi digital, internet dan media sosial. Gen Z, yang saat ini sebagian besar siswa SMA, telah dibawa ke ekosistem media sosial oleh TikTok, yang memengaruhi pertumbuhan pribadi mereka dan interaksi sosial mereka dengan teman atau sesama siswa. TikTok bukan hanya situs web untuk berbagi dan mencari informasi; itu juga bisa menjadi platform pembelajaran interaktif.

TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling disukai oleh siswa sekolah menengah atas, yang menimbulkan pertanyaan penting tentang bagaimana penggunaan TikTok memengaruhi interaksi sosial di kalangan siswa sekolah menengah atas, termasuk pola konsumsi media, komunikasi antarpribadi, dan hubungan teman sebaya. Karena mereka memiliki akses mudah ke perangkat seluler dan internet, siswa mudah terpengaruh oleh media sosial. Personal Branding juga merupakan hal yang biasanya dilakukan oleh gen z pada media sosial. Tidak hanya melakukan personal branding, namun pentingnya membangun persona diri sendiri itu harus dipelajari pertama kali daripada hal lainnya.

Keyword: Tiktok, Gen Z, *Personal Branding*

ABSTRACT

Indonesia is experiencing significant progress in the use of digital technology. The TikTok app, a social media platform for short videos, has become very popular among Generation Z who have grown up with digital technology, the internet and social media. Gen Z, currently mostly high school students, have been brought into the social media ecosystem by TikTok, which affects their personal growth and their social interactions with friends or fellow students. TikTok is not just a website for sharing and searching information; it can also be an interactive learning platform. TikTok has become one of the most preferred social media platforms by high school students, which raises important questions about how TikTok usage affects social interactions among high school students, including media consumption patterns, interpersonal communication, and peer relationships. As they have easy access to mobile devices and the internet, students are easily influenced by social media. Personal branding is also something that gen z usually does on social media. Not only doing personal branding, but the importance of building one's own persona must be learned first than anything else.

Keywords: *Tiktok, Gen Z, Personal Branding*

PENDAHULUAN

Media sosial terus tumbuh seiring dengan kemajuan teknologi internet yang mendorong pengguna untuk berkompetisi dengan dinamika mobilitas di zaman revolusi industri 4.0. Media sosial adalah aplikasi berbasis konten yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara audio visual dengan pengguna lain, baik di wilayah atau Negara yang sama maupun di belahan dunia yang jauh.

Indonesia mengalami kemajuan yang signifikan dalam penggunaan teknologi digital. Aplikasi Tiktok yang merupakan platform media sosial untuk berbagai video pendek, menjadi sangat populer di kalangan Generasi Z yang tumbuh dengan teknologi digital, internet dan media sosial.

Gen Z, yang saat ini sebagian besar siswa SMA, telah dibawa ke ekosistem media sosial oleh TikTok, yang memengaruhi pertumbuhan pribadi mereka dan interaksi sosial mereka dengan teman atau sesama siswa. TikTok bukan hanya situs web untuk berbagi dan mencari informasi; itu juga bisa menjadi platform pembelajaran interaktif.

TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling disukai oleh siswa sekolah menengah atas, yang menimbulkan pertanyaan penting tentang bagaimana penggunaan TikTok memengaruhi interaksi sosial di kalangan siswa sekolah menengah atas, termasuk pola konsumsi media, komunikasi antarpribadi, dan hubungan teman sebaya. Karena mereka memiliki akses mudah ke perangkat seluler dan internet, siswa mudah terpengaruh oleh media sosial.

Personal branding adalah proses membangun citra diri yang positif di mata orang lain. Hal ini penting bagi semua orang, termasuk Gen Z, yang saat ini merupakan generasi terbesar di dunia. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), Gen Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Mereka tumbuh di era digital yang penuh dengan informasi dan teknologi. Hal tersebut membuat Gen Z lebih aktif pada media sosial untuk wadah mereka mengekspresikan diri, membangun relasi, dan mendapatkan informasi.

Berangkat dari banyaknya gen Z dalam menggunakan media sosial terutama Tiktok dan banyak mengakses media sosial karena media sosial merupakan bagian

dari kehidupan sehari-hari mereka. Mereka menggunakan media sosial untuk berbagai keperluan, seperti mencari informasi, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan orang lain, maka pengabdian masyarakat ini bermaksud Sosialisasi pemanfaatan media sosial tiktok untuk self branding pada siswa SMA.

Tiktok dan Personal Branding

Media sosial terus tumbuh seiring dengan kemajuan teknologi internet yang mendorong pengguna untuk berkompetisi dengan dinamika mobilitas di zaman revolusi industri 4.0. Media sosial adalah aplikasi berbasis konten yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara audio visual dengan pengguna lain, baik di wilayah atau Negara yang sama maupun di belahan dunia yang jauh. Mereka bisa berinovasi secara luas sesuai dengan niat dan tujuan yang diinginkan.

Sejalan dengan itu, konten – konten di media sosial Tiktok dapat dimanfaatkan untuk menarik minat pengguna dan dapat berfungsi sebagai pemicu pergerakan atau kekuatan masyarakat. Tiktok adalah platform media sosial yang mulai meraih popularitas global pada tahun 2017, di mana pengguna dapat membuat video pendek dengan durasi beberapa detik hingga menit. Pertumbuhan media sosial Tiktok di seluruh dunia dapat dilihat dari jumlah pengguna yang mengunduh aplikasi tersebut. Media sosial Tiktok adalah salah satu platform yang sedang populer di berbagai kalangan, tanpa memandang profesi apa pun.

Indonesia mengalami kemajuan yang signifikan dalam penggunaan teknologi digital. Aplikasi Tiktok yang merupakan platform media sosial untuk berbagai video pendek, menjadi sangat populer di kalangan Generasi Z yang tumbuh dengan teknologi digital, internet dan media sosial. Tiktok menyediakan berbagai kemampuan menarik yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan, membagikan dan menikmati konten video pendek dengan cepat. Media sosial ini bukan hanya mengubah cara generasi Z membagikan pengalaman mereka, tetapi juga mempengaruhi bagaimana mereka membangun dan menjaga hubungan sosial dengan teman, keluarga dan rekan – rekan mereka.

Personal Branding

Di era digital yang semakin berkembang dan dinamis seperti sekarang ini, *personal branding* menjadi salah satu aspek yang paling penting dalam membangun citra diri dan mencapai kesuksesan. Baik itu dalam dunia pekerjaan maupun kehidupan pribadi. Personal branding adalah suatu proses membangun dan mengelola citra atau reputasi dari masing-masing diri kalian ya sobat mbois. Hal tersebut melibatkan bagaimana cara kalian dalam memperkenalkan diri kepada dunia. Baik dalam kehidupan pribadi maupun profesional.

Personal branding berbicara tentang bagaimana cara menjadikan diri kalian sebagai suatu *merk/ brand* yang banyak dikenali dan mendapatkan kepercayaan dari orang lain. Seperti saat kalian menyuguhkan suatu identitas, pengetahuan dan kemampuan yang kalian miliki yang dapat membedakan diri kalian dengan orang lain. Jadi singkatnya begini sobat mbois. Orang akan tau ini kalian hanya dengan mendengarkan suara tanpa melihat vidionya. Atau orang akan tau kalian dari beberapa istilah yang kalian ciptakan. Jadi personal branding ini sangat penting dimiliki dan dilakukan oleh setiap individu.

Manfaat personal branding:

1. **Membangun Reputasi** : Personal branding memungkinkan sobat mbois untuk membangun dan mengelola reputasi dengan cermat. Dengan memilih bagaimana kalian ingin dilihat oleh orang lain dan secara konsisten memancarkan citra tersebut, kalian dapat mengendalikan bagaimana orang lain memandang kalian loh. Nah hal ini merupakan dasar dari reputasi yang baik yang akan terwujud nantinya.
2. **Kredibilitas** : Dengan memiliki personal branding yang kuat dan terpercaya, sobat mbois dapat membangun kredibilitas di antara rekan, partner, atasan maupun bawahan kalian nantinya. Orang akan lebih cenderung mempercayai kalian jika mereka melihat kalian sebagai ahli atau sumber yang dapat diandalkan dalam bidang tertentu.
3. **Membangun Koneksi** : Dengan citra diri yang jelas dan tertata maka kalian akan mendapatkan nilai plus dari publik. Selain itu koneksi yang kalian miliki akan semakin luas. Karena kesuksesan kalian dalam membangun citra diri

maka tidak heran jika nantinya tawaran kolaborasi akan berdatangan dengan lancar.

4. **Membangun kejujuran dan kepercayaan diri** : sebagai orang komunikasi, dua hal tersebut sangatlah penting. Jika kalian saja tidak bisa jujur tentang aspirasi apa yang kalian pikirkan, lantas kepercayaan diri itu juga tidak akan muncul dari diri kalian. Ketika citra yang kalian suguhkan dengan penataan yang benar, maka kalian akan lebih yakin untuk tampil dihadapan publik karena tidak ada hal menggajal yang harus ditutupi.
5. **Meningkatkan Citra Sosial Media** : Personal branding yang kuat dapat meningkatkan keterlibatan kalian di platform media sosial. Orang akan lebih tertarik untuk mengikuti dan berinteraksi dengan kalian jika sobat mbois memberikan konten yang konsisten, relevan, dan bermanfaat. Ini dapat memperluas jaringan dan meningkatkan pengaruh secara online.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada bulan tanggal 12 Mei 2025 dengan metode yang digunakan dalam pelatihan adalah metode pelatihan komprehensif yaitu memberi penyuluhan secara keseluruhan peserta dalam hal ini adalah siswa siswi SMA Adzkia Islamic School – Tangerang Selatan yang dilakukan dengan metode sebagai berikut:

- 1) Metode penyampaian informasi langsung dengan metode ceramah dari tim pengabdian dilengkapi dengan alat visual seperti power point, dan audio visual seperti video recorder.
- 2) Penyuluhan/sosialisasi dilakukan dengan penggunaan aplikasi digital/platform digital sosial media instagram sebagai peraga dan visual lainnya.
- 3) Sesi diskusi dan tanya jawab juga sharing antara tim pengabdian dan peserta terkait dengan materi yang telah diberikan. Untuk itu di perlukan rancangan yang meliputi pelaksanaan kegiatan dan evaluasi program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan Pengabdian Kegiatan Masyarakat yang dilakukan di SMA Adzkia Islamic School Tangerang Selatan, dilakukan sosialisasi dalam bentuk presentasi kepada siswa siswi sekolah yang mencakup kelas XII dan kelas XI dimana mereka merupakan generasi melek internet dan pengguna media sosial yang cukup intens.

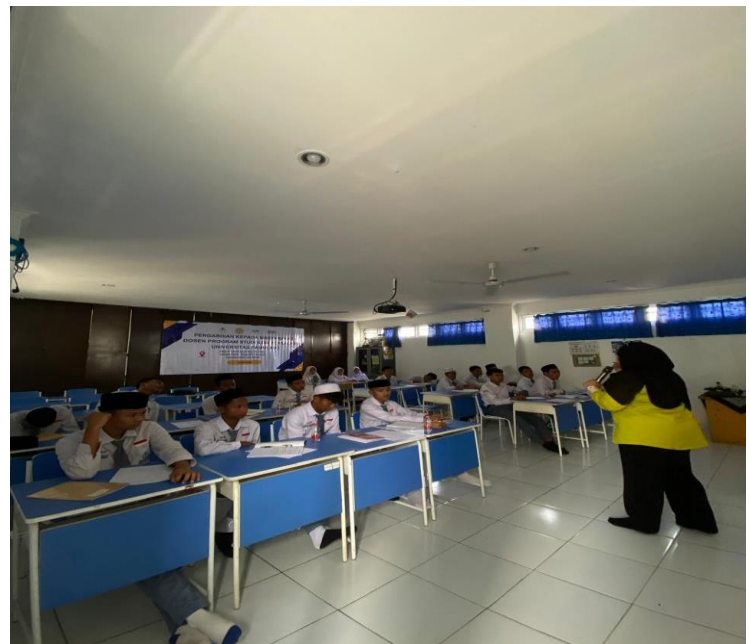
Sosialisasi dilakukan dengan 2 sesi karena melibatkan 2 kelompok yang memaparkan materi materi yang berbeda. Pada sosialisasi penggunaan tiktok dalam meningkatkan self branding, pada peserta terlihat begitu tertarik dan dikemudian hari ingin mencoba untuk menggunakan media sosial bukan hanya sebagai sarana hiburan, namun juga sarana menambah pengetahuan dan pengalaman dalam self branding.

Pada saat memberikan pemaparan, para siswa siswi sangat tertarik kepada materi yang diberikan karena mereka sangat menginginkan pengetahuan yang relevant pada generasi mereka. Untuk pemberian sosialisasi dilakukan dengan versi atraktif dimana di awal disajikan pemaparan melalui power point, diberikan penjelasan, dan serta melakukan pertanyaan dan jawaban yang atraktif menjadikan sosialisasi terasa hidup dan dapat langsung di praktekan oleh para peserta. Pemanfaatan media sosial tiktok diharapkan dapat membantu generasi berikutnya meningkatkan dan dapat membangun :

1. **Membangun Reputasi** : Personal branding memungkinkan untuk membangun dan mengelola reputasi dengan cermat. Dengan memilih bagaimana kita ingin dilihat oleh orang lain dan secara konsisten memancarkan citra tersebut, dapat mengendalikan bagaimana orang lain memandang kita. Nah hal ini merupakan dasar dari reputasi yang baik yang akan terwujud nantinya.
2. **Kredibilitas** : Dengan memiliki personal branding yang kuat dan terpercaya, kita dapat membangun kredibilitas di antara rekan, dan partner. Orang akan lebih cenderung mempercayai kita jika mereka melihat kita sebagai ahli atau sumber yang dapat diandalkan dalam

bidang tertentu.

3. **Membangun Koneksi** : Dengan citra diri yang jelas dan tertata maka kita akan mendapatkan nilai plus dari publik. Selain itu koneksi yang kalian miliki akan semakin luas. Karena kesuksesan kalian dalam membangun citra diri maka tidak heran jika nantinya tawaran kolaborasi akan berdatangan dengan lancar.
4. **Membangun kejujuran dan kepercayaan diri** : sebagai orang komunikasi, dua hal tersebut sangatlah penting. Jika kita saja tidak bisa jujur tentang aspirasi apa yang kita pikirkan, lantas kepercayaan diri itu juga tidak akan muncul dari diri kita. Ketika citra yang kita suguhkan dengan penataan yang benar, maka kita lebih yakin untuk tampil dihadapan publik karena tidak ada hal mengganjal yang harus ditutupi.
5. **Meningkatkan Citra Sosial Media** : Personal branding yang kuat dapat meningkatkan keterlibatan kita di platform media sosial. Orang akan lebih tertarik untuk mengikuti dan berinteraksi dengan kita dan jika dilakukan dengan konsisten, relevan, ini akan memberikan manfaat besar serta dapat memperluas jaringan dan meningkatkan pengaruh secara online.





Kesimpulan dan Saran**Kesimpulan**

Dengan pelaksanaan PKM kali ini, kami mengharapkan dampak yang positif dan signifikan dalam penggunaan media sosial lebih baik lagi kedepannya bagi generasi muda di Indonesia, terutama dimulai dari kalangan generasi muda yang memiliki kesempatan untuk bersekolah. Pemanfaatan media sosial diharapkan dapat meningkatkan kualitas diri dan kualitas kemampuan soft skills maupun hard skills yang sangat dibutuhkan pada jaman ini. Sebagaimana ada peningkatan, diharapkan terdapat juga kehati hatian dan mawas diri pada penggunaan media sosial sebagai tempat untuk melakukan improvokasi kemampuan diri sendiri. Diharapkan dapat bijak dalam menggunakan media sosial kedepannya dan belajar lebih banyak lagi tentang kemajuan teknologi.

Saran

Dalam Pengabdian kegiatan Masyarakat kali ini seharusnya dapat dilakukan tidak hanya di sekolah namun juga di lingkungan yang lebih besar dan mohon untuk kebijakannya tidak mengharuskan di satu wilayah tertentu karena masih banyak masyarakat yang membutuhkan informasi, dimulai dari lingkungan terdekat dahulu.

Daftar Pustaka

Christiany Juditha, Devi Purnamasari,dkk. (2016). *New Media Diskursus Sosial, Budaya, Politik dan Ekonomi dalam Ruang virtual*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.

Darmaningrum, Tita Melia Milyane, Kurniawati,dkk. (2023). *Literasi Media Digital*. Jawa Barat: WIDINA MEDIA UTAMA.

Gaspersz, Bonaraja Purba, Sherly, dkk. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar* . : Yayasan Kita Menulis.

Ph.D, Jandy Luik,. (2020). *Media Baru Sebuah Pengantar*. Jakarta: Kencana.

Rambe, Fahmi, Aldy Safruddin,dkk. (2024). *Perkembangan Teknologi Digital Untuk Berbagai Bidang Kehidupan (Digital Technology For Humanity)*. Medan: USU Press Art Design, Publishing & Printing.

<https://fresh.trigunadharma.ac.id/detail/simak-sejarah-tiktok-dan-perjalanannya-masuk-ke-indonesia>, diakses pada Sabtu 1 Maret 2025 jam 10.00

https://unair.ac.id/post_fetcher/fakultas-vokasi-revolusi-industri-4-0-pengaruh-internet-dan-sosial-media-terhadap-anak-dan-remaja/, diakses pada Sabtu 1 maret 2026 jam 10.00

<https://ikom.umsida.ac.id/personal-branding-pengertian-manfaat-cara-membangun/>, diakses pada Minggu 2 Maret 2025 pukul 12.00