

**Program Kreativitas Mahasiswa Dalam Pengabdian Kepada Masyarakat
Smk Dwi Putra Kota Tangerang Selatan**

Banifra Eriana Fantri, Styo Budi Utomo, Sefi Anastalia Gita, Nurul Hidayat

Mahasiswa Dan Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Email:

dosen01759@unpam.ac.id, erianafantri@gmail.com, sefianastaliagita21@gmail.com,
nurul.batav@gmail.com

ABSTRAK

Di era digital yang serba cepat, kemampuan membangun personal branding yang kuat menjadi salah satu keterampilan penting bagi generasi muda, termasuk Gen Z. SMK Dwi Putra menghadapi tantangan dalam mempersiapkan siswanya agar memiliki daya saing di dunia kerja dan wirausaha, terutama dalam memanfaatkan platform digital secara efektif. Untuk menjawab kebutuhan ini, program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Pamulang bertujuan memberikan pelatihan komprehensif tentang strategi personal branding di era digital. Pelatihan ini dirancang untuk membekali siswa dengan pemahaman mendalam mengenai konsep personal branding, keterampilan teknis dalam mengelola media sosial, serta strategi menciptakan citra positif dan autentik di dunia maya.

Kata kunci: Pengembangan diri, Personal Branding, Pelatihan Komprehensif, Pemberdayaan Generasi Muda

ABSTRACT

In the fast-paced digital era, the ability to build a strong personal branding is one of the important skills for the younger generation, including Gen Z. SMK Dwi Putra faces challenges in preparing its students to be competitive in the world of work and entrepreneurship, especially in utilizing digital platforms effectively. To answer this need, the Community Service (PKM) program conducted by Pamulang University students aims to provide comprehensive training on personal branding strategies in the digital era. This training is designed to equip students with an in-depth understanding of the concept of personal branding, technical skills in managing social media, and strategies for creating a positive and authentic image in cyberspace.

Kata kunci: Pengembangan diri, Personal Branding, Pelatihan Komprehensif, Pemberdayaan Generasi Muda.

PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berkembang pesat, pembangunan personal branding yang kuat menjadi aspek penting dalam mencapai kesuksesan, terutama bagi generasi muda. Salah satu kelompok yang menghadapi tantangan ini adalah siswa SMK, khususnya di SMK Dwi Putra. Generasi Z, yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi dan informasi, memiliki potensi besar untuk memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk mengembangkan citra diri yang dapat mendukung karier dan kehidupan mereka di masa depan. Namun, banyak dari mereka yang belum sepenuhnya memahami bagaimana membangun personal branding yang efektif dan sesuai dengan karakter serta potensi mereka.

Pelatihan komprehensif tentang personal branding di era digital ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam kepada siswa SMK Dwi Putra tentang pentingnya menciptakan citra diri yang autentik dan menarik di dunia maya. Dalam pelatihan ini, para peserta akan diajarkan cara mengoptimalkan media sosial, mengelola konten digital secara bijak, serta memanfaatkan berbagai platform untuk menonjolkan keunikan dan keahlian mereka. Selain itu, pelatihan ini juga akan membekali mereka dengan keterampilan untuk berkomunikasi secara efektif di dunia digital, membangun jaringan, serta mempersiapkan diri untuk tantangan profesional di masa depan.

Kegiatan ini sangat relevan dengan kebutuhan para siswa yang akan segera terjun ke dunia kerja atau melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Dengan membekali mereka dengan keterampilan membangun personal branding yang baik, diharapkan siswa SMK Dwi Putra dapat lebih siap menghadapi tuntutan dunia kerja yang semakin kompetitif, terutama di era digital. Selain itu, pelatihan ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan tentang pentingnya citra diri dalam membentuk reputasi profesional yang positif dan membangun kepercayaan diri yang kuat di kalangan generasi muda.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka dapat diperoleh rumusan masalah yang dihadapi generasi muda adalah:

1. Apa saja kendala yang dihadapi siswa SMK Dwi Putra dalam membangun personal branding lalu bagaimana strategi untuk mendorong penggunaan teknologi yang efektif untuk pengembangan diri.

TUJUAN KEGIATAN

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat adalah :

1. Untuk menganalisis peran siswa SMK Dwi Putra dalam membangun personal branding yang kuat di era digital.
2. Mengidentifikasi kendala dan potensi yang dimiliki siswa SMK Dwi Putra dalam membangun personal branding.
3. Merancang program pelatihan yang melibatkan siswa SMK Dwi Putra untuk memperkuat personal branding mereka di era digital.

TINJAUAN PUSTAKA

***Kreativitas Mahasiswa dalam Personal Branding**

Kreativitas mahasiswa merupakan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan inovatif dalam berbagai bidang, seperti sains, teknologi, seni, dan sosial-budaya. Kreativitas ini dapat menjadi sumber daya yang sangat berharga dalam upaya pembangunan masyarakat, termasuk pembangunan personal branding. Personal branding adalah proses menciptakan dan mengelola citra diri atau reputasi individu di mata publik, baik itu secara profesional maupun pribadi. Konsep ini mulai populer pada akhir abad ke-20, terutama dengan berkembangnya media sosial dan pentingnya kehadiran online. Kajian tentang pembentukan citra pada diri seorang mulai menjadi topik penting pada diskursus populer dan akademis sejak 10 tahun terakhir (Jacobson, 2020).

Konsep ini dikenal dengan personal branding yang secara terminologi digunakan

pada era modern tetapi secara praktis telah lama digunakan semenjak adanya interaksi manusia dan masyarakat (Scheidt, Gelhard, & Henseler, 2020). Setiap orang melakukan aktivitas membentuk merek diri secara individu, walaupun tidak dilakukan secara sistematis. Personal branding mulai dikaji secara ilmiah ketika digunakan secara luas dan menjadi fenomena terutama di kalangan selebriti dan pemanfaatan media sosial. Menurut Montoya dan Vandehey (2002), personal branding merupakan cara individu membedakan dirinya dari orang lain melalui penggunaan atribut atau karakteristik tertentu yang dapat menginspirasi kepercayaan dan penghargaan. Personal branding juga melibatkan pengelolaan persepsi publik terhadap keahlian, nilai-nilai, dan citra diri seseorang di berbagai platform. Meski personal branding sudah ada sejak era-era sebelumnya, namun di era digital inilah tahapan personal branding menjadi hal yang begitu umum dilakukan, khususnya melalui internet. Berdasarkan laporan Wearesocial (Ramadhan, GNFI, 2018), pengguna internet dunia saat ini telah mencapai 4,021 miliar orang. Masih dalam laporan yang sama, dapat diketahui bahwa di Indonesia sendiri jumlah pengguna internet mencapai 132 juta orang. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa lebih dari 50% penduduk Indonesia telah mengakses internet.

***Platform Digital**

Platform digital seperti Google Classroom, Coursera, dan LinkedIn Learning menyediakan kesempatan untuk belajar secara fleksibel dan mandiri. Generasi Z cenderung lebih nyaman dengan metode pembelajaran berbasis teknologi.

***Soft Skill dan Hard Skill**

Soft skill adalah kemampuan interpersonal yang mencakup komunikasi, kerja sama tim, dan kepemimpinan. Hard skill adalah kemampuan teknis spesifik seperti pemrograman, desain grafis, dan analisis data. Kombinasi keduanya menjadi kunci sukses dalam dunia kerja saat ini. Generasi Z perlu mengembangkan keduanya secara bersamaan

untuk menjawab tantangan kerja yang semakin kompleks (Rasid et al., 2020).

Penelitian menunjukkan bahwa individu dengan soft skill yang baik memiliki peluang lebih besar untuk sukses dalam dunia kerja, terutama dalam lingkungan kerja berbasis kolaborasi. Sementara itu, hard skill yang kuat diperlukan untuk memenuhi tuntutan teknis dalam berbagai profesi (Santoso & Kurniawan, 2020).

***Kendala dan Potensi Gen Z**

Generasi z hidup dalam era revolusi industri 4.0 dengan perubahan serba cepat dalam segala bidang. Setiap saat menghadapi perubahan, prediksi begitu cepat menjadi kedaluwarsa. Berbagai penemuan teknologi canggih menyediakan berbagai fasilitas untuk mengatasi kesulitan hidup sehari-hari agar semua lebih mudah. Pengalihan tenaga kerja manusia ke tenaga robot yang dirancang untuk efisiensi kerja dan pengendalian biaya produksi akan menyebabkan banyaknya peluang kerja yang tertutup. Kondisi ini sudah mulai terasa pada saat ini yang sudah mulai dibaca oleh generasi Z. Dalam penelitian penulis, ditemukan 98% responden menyatakan bahwa hal yang dicemaskan adalah sulitnya mencari pekerjaan. Tekanan yang sekaligus tantangan masa depan generasi Z ini menuntut sikap positif untuk mengatasinya agar tidak berdampak negatif. Kemajuan teknologi robotik mendatangkan kecemasan tersendiri. Disisi lain generasi ini tidak menyukai pekerjaan yang kaku.

Generasi Z adalah kelompok individu yang lahir pada akhir 1990-an hingga awal 2010-an. Sebagai "digital natives,"

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan berlangsung pada hari Jum'at, tanggal 30 November 2024, pukul 13.30–15.30, melalui kunjungan langsung ke lokasi SMK Dwi Putra. Khalayak sasaran dari kegiatan ini meliputi dua kelompok utama, yaitu siswa SMK Dwi Putra dan guru atau staf pengajar. Siswa menjadi target utama untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam membangun personal branding yang kuat di era digital. Guru dan staf pengajar

juga dilibatkan untuk mendukung penerapan konsep personal branding yang efektif, baik untuk siswa maupun institusi. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan.

a) Metode Penyuluhan

Metode ini digunakan sebagai langkah awal untuk memberikan pemahaman teoritis mengenai pentingnya personal branding di era digital. Beberapa topik utama yang disampaikan adalah:

- Konsep Personal Branding: Pengertian, tujuan, dan peran penting personal branding dalam karier dan kehidupan pribadi.
- Membangun Citra Positif: Cara mengenali nilai, kepribadian, dan keunikan diri untuk membangun citra yang kuat.
- Mengelola Jejak Digital: Pentingnya menjaga konten di media sosial untuk menciptakan persepsi yang positif di mata audiens.
- Strategi Konten Digital: Membuat konten yang relevan, menarik, dan mencerminkan identitas diri.
- Platform Pendukung: Mengetahui platform digital seperti LinkedIn, Instagram, dan TikTok untuk membangun dan mempromosikan personal branding.

b) Metode Pelatihan

Pelatihan ini difokuskan untuk membantu siswa menerapkan teori personal branding ke dalam praktik nyata. Beberapa kegiatan yang dilakukan adalah:

- Pembuatan Profil Media Sosial: Siswa diajarkan cara membuat profil yang menarik di platform seperti LinkedIn dan Instagram, dengan fokus pada deskripsi diri, foto profil, dan konten unggulan.
- Pengenalan Aplikasi Digital: Pemateri menunjukkan cara menggunakan Canva untuk membuat desain konten yang profesional, serta aplikasi Notion untuk merencanakan strategi personal branding.
- Praktik Pembuatan Konten: Siswa diminta membuat konten sederhana, seperti video pendek tentang keahlian mereka, atau desain visual yang mencerminkan identitas diri mereka.

→ Strategi Networking: Simulasi bagaimana membangun jejaring yang kuat dengan memanfaatkan media sosial secara profesional, termasuk cara berinteraksi dengan audiens dan memanfaatkan komentar positif.

c) Metode Evaluasi, Evaluasi dilakukan untuk mengukur pemahaman dan kemampuan siswa dalam membangun personal branding.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

Pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman siswa tentang pentingnya personal branding, dengan 85% siswa mampu menjelaskan konsep dan cara membangun citra positif di dunia digital. Sebagian besar siswa juga berhasil mengimplementasikan pembelajaran, seperti membuat profil media sosial profesional dan menggunakan aplikasi seperti Canva dan Notion untuk merancang konten.

Pembahasan

Pelatihan ini efektif dalam memberikan siswa keterampilan praktis untuk membangun personal branding yang kuat di era digital. Dengan dukungan teknologi dan aplikasi yang relevan, siswa dapat lebih mudah mengelola citra digital mereka, yang sangat penting untuk menghadapi tantangan di dunia kerja modern.

Program Kreativitas Mahasiswa Dalam Pengabdian Kepada Masyarakat Smk Dwi Putra Kota Tangerang Selatan

Beberapa program kreativitas mahasiswa telah diimplementasikan di SMK Dwi Putra dengan memperkenalkan dampak positif dan negatif dunia digital di era saat ini. Dengan menggunakan metode diskusi lalu lanjut dengan metode sesi tanya jawab antara moderator dan audiens.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelatihan untuk membangun personal branding yang kuat di era

digital di SMK Dwi Putra memiliki potensi besar dalam mempersiapkan siswa menghadapi tantangan dunia kerja, namun masih perlu peningkatan dalam penguasaan teknologi dan aplikasi digital yang mendukung personal branding. Strategi optimalisasi pelatihan personal branding perlu fokus pada peningkatan keterampilan digital siswa, pengembangan konten kreatif, dan pembentukan citra positif melalui media sosial yang relevan. Implementasi pelatihan menunjukkan bahwa dengan pemberdayaan yang tepat, siswa dapat menjadi individu yang memiliki personal branding yang kuat, siap bersaing di era digital.

Saran

1. Pemerintah daerah dan sekolah perlu memberikan dukungan lebih intensif dalam bentuk program pelatihan berkelanjutan dan penyediaan fasilitas digital untuk siswa.
2. Perguruan tinggi, termasuk Universitas Pamulang, dapat mengembangkan program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan siswa SMK dalam membangun personal branding yang kuat.
3. Perlu adanya sistem monitoring dan evaluasi untuk mengukur efektivitas penerapan personal branding oleh siswa dalam kehidupan sehari-hari dan dunia profesional.
4. Pengembangan model pelatihan yang adaptif terhadap tren digital dan kebutuhan generasi Z perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan siswa dapat membangun citra diri yang relevan dan berpengaruh.

Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.

Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Mompreneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.

Priadi, Andri, et al. "PENYULUHAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN MEMPERKUAT BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENINGKATAN VALUE PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN MASYARAKAT KELURAHAN PONDOK BENDA KOTA TANGERANG SELATAN." *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreativitas Abdi Masyarakat Kreatif* 1.3 (2020): 97-105. Malayu S. P. Hasibuan. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. 2007. Bumi Aksara, Jakarta.

Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisiyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.

Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Displin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.

Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy. (2020). Meningkatkan Produktivitas

DAFTAR PUSTAKA

Usaha Dimasa

Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Dwiyantri, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.

Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L., Yuniati, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.

Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreativitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).

Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Diayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.

Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

DOKUMENTASI KEGIATAN

