

PEMANFAATAN PEMAHAMAN DESAIN DAN KONTEN DALAM PENGEMBANGAN KUALIFIKASI PERSONAL PADA SISWA MAN 5 BOGOR

Optimizing Design and Content Competence for Student Personal Qualification Development at MAN 5 Bogor

Gusmayeni¹, Mufidah Karimah², Abdurrahman Harits³

^{1,2,3}Prodi Sistem Informasi, Universitas Pamulang, Banten

Email: ¹dosen02985@unpam.ac.id, ²dosen02829@unpam.ac.id, ³dosen02895@unpam.ac.id

No HP: ¹082111020129, ²081286089212, ³085695465193

ABSTRAK: Era digital menuntut pelajar memiliki identitas digital yang kuat sebagai bagian dari kesiapan akademik, sosial, dan karier di masa depan. Personal branding menjadi strategi penting dalam membangun citra diri yang positif melalui pemanfaatan media digital, desain konten visual, dan teknologi Artificial Intelligence (AI). Namun, hasil observasi awal menunjukkan bahwa siswa MAN 5 Bogor masih memiliki keterbatasan dalam memahami dan memanfaatkan personal branding secara strategis. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam membangun personal branding berbasis desain konten digital dan pemanfaatan AI. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi ceramah interaktif, workshop atau praktik langsung, diskusi dan tanya jawab, serta evaluasi hasil karya. Kegiatan ini melibatkan tiga orang dosen Program Studi Sistem Informasi Universitas Pamulang sebagai pemateri utama dan lima orang mahasiswa sebagai pendamping praktik. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep personal branding digital, peningkatan keterampilan dalam membuat desain konten menggunakan aplikasi desain dan tools AI, serta tumbuhnya kesadaran untuk memanfaatkan media digital secara produktif dan kreatif. Dengan demikian, kegiatan PkM ini berkontribusi dalam memperkuat literasi digital dan kualifikasi personal siswa sebagai bekal menghadapi tantangan di era digital.

Kata kunci: Personal Branding, Desain Konten Digital, Artificial Intelligence, Literasi Digital, Pengabdian Kepada Masyarakat.

ABSTRACT: The digital era requires students to develop a strong digital identity as part of their academic, social, and future career readiness. Personal branding has become an essential strategy for building a positive self-image through digital media, visual content design, and the utilization of Artificial Intelligence (AI). However, preliminary observations indicate that students of MAN 5 Bogor still have limited understanding and skills in using personal branding strategically. Therefore, this Community Service (Pengabdian kepada Masyarakat) program aims to enhance students' knowledge and skills in developing personal branding based on digital content design and AI utilization. The activities were conducted using interactive lectures, hands-on workshops, discussion and question-and-answer sessions, and evaluation of participants' work. The program involved three lecturers from the Information Systems Study Program of Universitas Pamulang as main instructors and five Information Systems students as practice assistants. The results show an improvement in students' understanding of digital personal branding concepts, increased skills in creating digital content using design applications and AI tools, and greater awareness of using digital media productively and creatively. Thus, this community service program contributes



to strengthening students' digital literacy and personal qualifications to face challenges in the digital era.

Keywords: *Personal Branding, Digital Content Design, Artificial Intelligence, Digital Literacy, Community Service*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara individu berinteraksi, membangun citra diri, dan bersaing di dunia profesional. Identitas digital kini menjadi salah satu aspek penting dalam kehidupan generasi muda karena dapat mempengaruhi peluang karier, jaringan sosial, dan persepsi publik terhadap individu. Istilah personal branding sendiri mengacu pada proses strategis membangun citra diri yang mencerminkan nilai, karakter, dan keterampilan unik melalui *platform* digital seperti media sosial dan blog, sehingga mendukung pencapaian tujuan akademik maupun profesional di era digital (Enjelina, Artawan, Putradinata, Antara, & Sari, 2025).

Meskipun generasi saat ini terkenal sebagai digital native yang akrab dengan berbagai teknologi digital, tidak semua siswa memiliki kemampuan yang memadai untuk memanfaatkan *platform* digital secara produktif dan strategis. Observasi awal di MAN 5 Bogor menunjukkan bahwa banyak siswa lebih menggunakan media sosial untuk konsumsi konten daripada memanfaatkan *platform* tersebut untuk membangun portofolio digital atau identitas diri yang kuat. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara penggunaan media digital secara umum dengan pemahaman konseptual dan keterampilan praktis dalam membangun personal branding yang efektif (Vinaring & Widiawanti, 2025).

Salah satu faktor penting dalam pembangunan personal branding digital adalah kemampuan desain grafis dan produksi konten visual. Konten visual yang menarik berperan penting dalam menyampaikan pesan secara efektif dan meningkatkan kredibilitas di mata audiens digital. Desain visual yang baik tidak hanya memperkuat identitas, tetapi juga meningkatkan daya tarik konten terhadap audiens, sehingga berkontribusi pada terbentuknya reputasi *online* yang profesional dan positif (Enjelina, Artawan, Putradinata, Antara, & Sari, 2025).

Selain itu, kemajuan teknologi seperti *Artificial Intelligence* (AI) semakin mempermudah produksi konten digital yang berkualitas tinggi. AI digunakan dalam berbagai aplikasi pendidikan untuk meningkatkan pemahaman dan efisiensi pembelajaran, serta dalam otomatisasi pembuatan konten kreatif seperti desain gambar dan teks. Pemanfaatan AI dalam konteks pendidikan dan personal branding memberikan peluang besar bagi pelajar untuk meningkatkan kompetensi digital mereka secara cepat dan efektif (Rifky, 2024). Beberapa studi menunjukkan bahwa penggunaan AI tidak hanya meningkatkan pengalaman pembelajaran tetapi juga memberikan personalisasi pembelajaran yang relevan dengan kebutuhan individu, yang dapat diterapkan pada konteks optimalisasi konten digital untuk personal branding (Rifky, 2024).

Namun demikian, keterampilan siswa dalam mengintegrasikan desain konten visual, strategi personal branding, dan pemanfaatan AI masih relatif rendah. Hal ini disebabkan oleh minimnya edukasi terstruktur yang menggabungkan aspek konseptual dengan praktik nyata dalam konteks pembangunan personal branding. Bahkan pada banyak sekolah, pelatihan kreatif digital masih terfokus pada konsumsi teknologi daripada produksi konten yang strategis. Kondisi ini mengindikasikan perlunya intervensi edukatif yang sistematis dan aplikatif (Vinaring & Widiawanti, 2025).

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dirancang untuk memberikan pelatihan personal branding berbasis desain konten digital dan pemanfaatan teknologi AI kepada siswa MAN 5 Bogor. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memperkuat pemahaman siswa tentang konsep personal branding, meningkatkan keterampilan desain grafis dan produksi konten digital, serta meningkatkan kemampuan penggunaan AI dalam mendukung keberlanjutan identitas digital yang positif. Diharapkan melalui pelatihan ini, siswa tidak hanya memahami konsep personal branding secara teoritis, tetapi juga dapat mengimplementasikannya secara nyata melalui media digital yang mereka gunakan sehari-hari.



METODA

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di MAN 5 Bogor dengan peserta siswa-siswi kelas XI dan XII program keahlian Teknologi Informasi dan Komunikasi dengan serangkaian tahapan kegiatan yang sudah terstruktur dan diatur secara sistematis.

Metode pelaksanaan kegiatan pelatihan dalam program Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang berdasarkan pendekatan pembelajaran interaktif dan partisipatif untuk mengoptimalkan keterlibatan peserta serta transfer keterampilan yang aplikatif. Aktivitas diawali dengan ceramah interaktif sebagai metode penyampaian materi pengenalan personal branding, desain konten digital, dan pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI), yang bertujuan memberikan landasan teori serta konteks penggunaan media digital secara strategis. Pendekatan ceramah interaktif telah banyak digunakan dalam pelatihan keterampilan digital untuk menciptakan pemahaman awal dan keterlibatan peserta melalui dialog dua arah antara fasilitator dan partisipan, sebagaimana ditunjukkan dalam pelatihan digital *public speaking* yang melibatkan ceramah dan diskusi dalam konteks pembentukan personal branding siswa (Aidin & Hayat, 2025).

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan workshop atau praktik langsung, yang memberikan ruang bagi peserta untuk langsung mempraktekkan pembuatan desain konten menggunakan aplikasi desain grafis seperti Canva atau Photoshop serta pemanfaatan tools AI seperti ChatGPT dan AI desain lainnya. Metode workshop interaktif terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan praktis peserta karena mengintegrasikan teori dengan praktik lapangan sehingga peserta dapat menghasilkan produk nyata selama kegiatan pelatihan (Aliman, Susanto, & Mulyono, 2025).

Selain itu, sesi diskusi dan tanya jawab dilakukan untuk menggali karakteristik personal branding masing-masing siswa dan membahas strategi yang sesuai dengan tujuan individu. Diskusi kelompok seperti ini sejalan dengan praktik pelatihan digital yang menyertakan elemen dialog dan pemecahan masalah bersama dalam meningkatkan kompetensi peserta (Supratman, Irpan, Nurramadhani, Ningsih, & Pomares, 2025).

Tahap berikutnya adalah evaluasi hasil karya, yang merupakan asesmen terhadap produk desain dan konten yang dibuat oleh peserta pada akhir pelatihan. Evaluasi karya memberikan umpan balik konstruktif sehingga peserta dapat merevisi dan mengembangkan identitas digital mereka dengan lebih matang. Evaluasi praktikal telah diidentifikasi sebagai langkah penting dalam kegiatan pelatihan digital yang menilai kemampuan peserta dalam menerapkan keterampilan yang diajarkan (Alifah & Hardjati, 2025).

Adapun alur kegiatan pelatihan dirancang dengan tiga tahapan utama: tahap persiapan, yang meliputi penyusunan materi, modul pelatihan, dan alat bantu pembelajaran; tahap pelaksanaan, berupa pelatihan desain, pembuatan konten, dan pemanfaatan AI dengan output berupa desain identitas pribadi yang dihasilkan oleh peserta; serta tahap evaluasi, berupa tinjauan bersama terhadap hasil branding siswa yang diharapkan menghasilkan revisi karya dan rekomendasi perbaikan. Rangkaian metode yang terpadu ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pemahaman konseptual peserta, tetapi juga memberikan keterampilan praktis yang dapat langsung diaplikasikan dalam konteks personal branding digital mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di MAN 5 Bogor berlangsung dengan dukungan sumber daya akademik dari Program Studi Sistem Informasi Universitas Pamulang, yang melibatkan tiga orang dosen sebagai tim pelaksana dan pemateri utama, serta lima orang mahasiswa sebagai pendamping kegiatan. Keterlibatan



dosen sebagai pemateri memberikan kontribusi signifikan terhadap kualitas penyampaian materi, khususnya pada aspek konseptual personal branding, desain konten digital, dan pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI), karena materi disampaikan berdasarkan kompetensi keilmuan dan pengalaman praktis dosen di bidang sistem informasi dan teknologi digital. Sementara itu, mahasiswa berperan aktif dalam mendampingi peserta saat sesi praktik, membantu proses teknis penggunaan aplikasi desain dan tools AI, serta memfasilitasi interaksi yang lebih intensif antara peserta dan tim pelaksana.



Gambar 1. Tim Pengabdian kepada Masyarakat

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep personal branding digital. Sebelum kegiatan, sebagian besar siswa memandang media sosial hanya sebagai sarana hiburan dan komunikasi informal. Namun, setelah mengikuti sesi ceramah interaktif dan diskusi, siswa mulai memahami personal branding sebagai strategi membangun identitas digital yang mencerminkan potensi, minat, dan nilai diri secara positif dan terarah. Hal ini terlihat dari kemampuan siswa dalam merumuskan tujuan *personal branding* sederhana, seperti penentuan citra diri yang ingin ditampilkan serta pemilihan jenis konten yang sesuai dengan karakter masing-masing. Temuan ini sejalan dengan tujuan kegiatan PkM yang menekankan penguatan kesadaran strategis siswa dalam memanfaatkan media digital secara produktif.



Gambar 2. Kegiatan *Workshop*

Pada sesi workshop dan praktik langsung, siswa berhasil menghasilkan berbagai desain konten digital yang merepresentasikan identitas pribadi mereka, baik dalam bentuk poster digital, konten media sosial, maupun rancangan visual profil diri. Penggunaan aplikasi desain seperti Canva dan Photoshop, yang dipadukan dengan pemanfaatan AI seperti ChatGPT dan tools AI desain, terbukti membantu siswa dalam mengembangkan ide, menyusun narasi konten, serta meningkatkan kualitas visual karya yang dihasilkan. Peran mahasiswa pendamping dalam sesi ini cukup krusial, terutama dalam membantu siswa yang belum terbiasa menggunakan aplikasi desain atau teknologi AI, sehingga proses pembelajaran berlangsung lebih efektif dan inklusif. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan praktik langsung yang didampingi oleh tim akademik mampu meningkatkan keterampilan teknis siswa secara nyata.



Gambar 3. Keterlibatan Mahasiswa dalam Kegiatan PkM

Diskusi dan tanya jawab yang dilakukan setelah sesi praktik memperkaya pemahaman siswa terkait strategi

personal branding yang kontekstual. Melalui diskusi ini, siswa diajak merefleksikan kesesuaian antara desain, pesan konten, dan citra diri yang ingin dibangun. Dosen pemateri berperan dalam memberikan umpan balik konseptual, sementara mahasiswa membantu memfasilitasi diskusi kelompok kecil. Hasil diskusi menunjukkan bahwa siswa mulai mampu mengidentifikasi kekuatan dan keunikan diri masing-masing serta menyesuaikannya dengan strategi konten digital yang lebih konsisten. Hal ini mengindikasikan bahwa metode diskusi tidak hanya berfungsi sebagai klarifikasi materi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan kesadaran reflektif dalam proses personal branding.



Gambar 4. Sesi Diskusi dan Tanya Jawab

Tahap evaluasi hasil karya menunjukkan bahwa sebagian besar siswa mampu merevisi dan menyempurnakan desain serta konten yang telah dibuat berdasarkan masukan dari tim pelaksana. Evaluasi dilakukan dengan meninjau aspek visual, kejelasan pesan, konsistensi identitas, dan relevansi konten dengan tujuan personal branding. Proses evaluasi ini memberikan pengalaman belajar yang bermakna bagi siswa karena mereka tidak hanya menghasilkan karya, tetapi juga memahami proses perbaikan dan pengembangan berkelanjutan. Dari perspektif pengabdian, hasil ini menegaskan bahwa kolaborasi antara dosen sebagai pemateri dan mahasiswa sebagai pendamping mampu menciptakan lingkungan pelatihan yang kondusif, aplikatif, dan berorientasi pada peningkatan kualifikasi personal siswa secara nyata

SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan PKM di MAN 5 Bogor menunjukkan bahwa pemahaman terpadu dalam desain grafis, produksi konten kreatif, dan pemanfaatan teknologi AI secara signifikan dapat meningkatkan kualifikasi personal siswa melalui pengembangan personal branding yang kuat dan otentik. Integrasi ketiga aspek ini memberikan bekal keterampilan digital yang krusial (*essential digital skills*), tidak hanya sebagai kompetensi teknis, tetapi juga sebagai modal strategis bagi siswa untuk membangun identitas, diferensiasi diri, dan daya saing dalam menghadapi persaingan di tingkat global.

Berdasarkan temuan tersebut, dirumuskan beberapa rekomendasi strategis untuk keberlanjutan dan pengembangan lebih lanjut:

1. Disarankan agar sekolah mempertimbangkan untuk memasukkan kurikulum atau program pelatihan digital



branding dan literasi AI ke dalam struktur ekstrakurikuler tetap atau muatan lokal. Hal ini akan memberikan akses dan panduan yang berkelanjutan bagi lebih banyak siswa dalam mengelola identitas digital mereka secara proaktif.

2. Guru, khususnya yang mengampu mata pelajaran terkait teknologi, seni, atau kewirausahaan, dapat didorong untuk memanfaatkan teknologi AI sebagai alat penunjang pembelajaran kreatif. Pelatihan workshop bagi guru untuk menguasai tools desain berbasis AI dapat meningkatkan efektivitas pengajaran dan memberikan contoh aplikasi langsung yang relevan dengan dunia kerja.
3. Siswa perlu terus diarahkan dan difasilitasi untuk mengembangkan portofolio digital yang terdokumentasi dengan baik. Portofolio ini, yang berisi karya desain, konten, serta strategi branding pribadi, tidak hanya berfungsi sebagai alat refleksi perkembangan diri tetapi juga dapat menjadi aset konkret untuk mendukung pendaftaran ke perguruan tinggi, program beasiswa, atau bahkan persiapan memasuki dunia kerja.

Dengan implementasi rekomendasi yang sinergis antara institusi, pendidik, dan siswa ini, diharapkan terbentuk ekosistem pembelajaran digital yang mendorong terciptanya generasi yang tidak hanya cakap secara teknologi tetapi juga memiliki kesadaran dan kemampuan untuk memposisikan diri secara strategis di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidin, N., & Hayat, S. (2025). Pelatihan Digital Public Speaking untuk Pembentukan Personal Branding di Media Sosial bagi Siswa SMK Muhammadiyah 1 Tangerang melalui Metode Workshop Interaktif. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3, 47-54. doi:<https://doi.org/10.54082/ijpm.519>
- Alifah, D. A., & Hardjati, S. (2025). Pelatihan Pembuatan Curriculum Vitae Menggunakan Kinobi CV sebagai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 10648-10658.
- Aliman, Susanto, H., & Mulyono, S. (2025, Agustus). Pelatihan Personal Dan Digital Branding Untuk Meningkatkan Jiwa. *TREND JURNAL – ABDIMAS*, 1, 15-22.
- Enjelina, P. W., Artawan, K. W., Putradinata, I. G., Antara, D. V., & Sari, N. M. (2025, Maret). Membangun Personal Branding untuk Meningkatkan Peluang Karir di Bidang Kreatif bagi Siswa SMA. *WIDYABHAKTI JURNAL ILMIAH POPULER*, 7, 89-96. doi:<https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v7i2.420>
- Rifky, S. (2024). Dampak Penggunaan Artificial Intelligence Bagi Pendidikan Tinggi. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and*, 2, 37-42. doi:<https://doi.org/10.31004/ijmst.v2i1.287>
- Supratman, L., Irpan, A. M., Nurramadhani, A., Ningsih, R. D., & Pomares, K. M. (2025, Juli). Empowering Teachers' Digital Literacy: Training on Creating. *Pedagogia: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 17, 151-160. doi:<https://doi.org/10.55215/pedagogia.v17i1.45>
- Vinaring, B., & Widiawanti, O. (2025). PELATIHAN PERSONAL BRANDING DIGITAL BAGI SISWA GENERASI Z DI SMK SASMITA JAYA 1. *Jurnal Harmoni Ilmu Sosial dan Abdi Bangsa*, 86-96.

