



Pelatihan Manajemen Media Sosial untuk Membangun Personal Branding Siswa SMK Negeri 1 Dendang

Ayu Gede Willdahlia¹, I Dewa Gede Aristana^{2*}, I Dewa Putu Gede Wiyata³, Ni Kade Ayu Nirwana⁴, Ni Made Sudianti⁵, I Kadek Krisna Dwipayana Putra⁶, I Gusti Ngurah Agung Prama Daniswara Puta Kusuma⁷

¹⁻⁷ Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan Desain Kreatif, Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia (INSTIKI), Denpasar Indonesia

Korespondensi penulis: dewa.aristana@instiki.ac.id

Article History:

Received: Juni 14, 2025;

Revised: Juni 28, 2025;

Accepted: Juli 12, 2025;

Published: Juli 14, 2025;

Keywords: Community Service, Digital Literacy, Employability, Social Media Management, Student Branding

Abstract: *Social Media Management Training to Improve Student Branding at SMK Negeri 1 Dendang aims to equip students with the skills and knowledge necessary to build a strong personal brand through social media platforms. In today's digital era, effective use of social media is essential not only for communication but also for career development, entrepreneurship, and professional networking. This initiative was born from the observed need to improve students' digital presence, self-promotion abilities, and readiness to face the competitive job market, especially since many vocational students are highly skilled in their technical domains but lack the ability to present themselves effectively in the digital space. The implementation process includes a series of workshops, hands-on content creation activities, peer reviews, and mentorship sessions. Students are taught to manage their personal profiles, curate content that aligns with their career goals, and analyze engagement metrics to refine their approach. Teachers are also involved to ensure continued guidance after the program concludes. The outcomes of this program include increased student awareness of personal branding, improved digital communication skills, and greater confidence in leveraging social media as a professional tool. Furthermore, the initiative contributes to the school's broader objective of preparing graduates who are not only technically competent but also digitally savvy and market-ready.*

Abstrak.

Pelatihan Manajemen Media Sosial untuk Peningkatan Student Branding di SMK Negeri 1 Dendang bertujuan membekali siswa dengan keterampilan membangun personal branding yang kuat melalui platform media sosial. Di era digital saat ini, penggunaan media sosial yang efektif sangat penting untuk komunikasi, pengembangan karier, kewirausahaan, dan networking profesional. Inisiatif ini berawal dari kebutuhan untuk meningkatkan kehadiran digital siswa, kemampuan promosi diri, dan kesiapan menghadapi pasar kerja yang kompetitif, terutama karena banyak siswa kejuruan terampil dalam bidang teknis tetapi kurang mampu mempresentasikan diri secara efektif di ruang digital. Proses implementasi melibatkan serangkaian workshop interaktif, aktivitas pembuatan konten praktis, tinjauan sejawat, dan sesi mentorship. Siswa diajarkan mengelola profil pribadi, mengkurasi konten sesuai tujuan karier, dan menganalisis metrik engagement untuk menyempurnakan pendekatan mereka. Guru juga dilibatkan untuk memastikan panduan berkelanjutan setelah program berakhir. Hasil dari program ini mencakup peningkatan kesadaran siswa tentang personal branding, peningkatan keterampilan komunikasi digital, dan kepercayaan diri yang lebih besar dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat profesional. Proyek ini juga berkontribusi pada tujuan sekolah untuk mempersiapkan lulusan yang kompeten secara teknis dan juga mahir digital serta siap pasar

Kata kunci: Layanan Masyarakat, Literasi Digital, Kemampuan Kerja, Manajemen Media Sosial, Branding Mahasiswa

1. LATAR BELAKANG

Pulau Belitung, yang dikenal dengan identitas budayanya yang kaya dan aspirasi pendidikan yang berkembang, semakin menyadari pentingnya membekali siswa dengan keterampilan abad ke-21. Kemampuan untuk menavigasi dan memanfaatkan media sosial secara strategis telah menjadi penting seiring media digital menjadi bagian fundamental dari komunikasi sehari-hari dan keterlibatan profesional. Namun, siswa SMK Negeri 1 Dendang, sebagai siswa kejuruan di daerah terpencil, sering menghadapi tantangan dalam mengakses panduan terstruktur tentang cara memanfaatkan platform media sosial untuk kemajuan karier dan personal branding. Menyadari kesenjangan ini, tim dosen INSTIKI menggagas proyek pengabdian masyarakat yang berfokus pada Pelatihan Manajemen Media Sosial untuk Peningkatan Student Branding di SMK Negeri 1 Dendang. Inisiatif ini dirancang untuk membangun kapasitas siswa dalam mengelola identitas digital mereka, mengomunikasikan keterampilan, dan memposisikan diri secara kompetitif di pasar kerja modern.

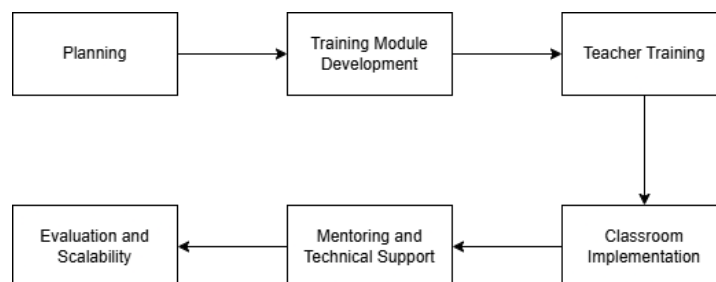
Pelaksanaan pelatihan ini menghadapi beberapa tantangan terkait mitra. Banyak siswa masih kekurangan pengetahuan dasar tentang digital branding dan belum terbiasa dengan penggunaan media sosial secara profesional. Guru juga membutuhkan peningkatan keterampilan untuk mendukung dan mempertahankan program secara efektif setelah peluncuran awal. Keterbatasan akses ke alat digital dan konektivitas internet lebih lanjut menghambat praktik dan keterlibatan yang konsisten. Selain itu, siswa sering menghadapi kurangnya kepercayaan diri dalam mempresentasikan diri secara daring karena kurangnya panduan terstruktur. Ada juga kesenjangan dalam mengintegrasikan literasi media sosial ke dalam kurikulum kejuruan yang sudah ada.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, tim proyek merancang strategi intervensi yang komprehensif dan peka konteks. Langkah pertama melibatkan pengembangan kurikulum pelatihan modular yang disesuaikan dengan tingkat keterampilan siswa, berfokus pada personal branding, digital storytelling, algoritma platform, dan strategi konten. Workshop praktis dilaksanakan untuk membantu siswa membuat profil profesional, portofolio, dan konten menarik yang selaras dengan keahlian kejuruan mereka. Guru juga dilibatkan melalui sesi peningkatan kapasitas paralel untuk memastikan kesinambungan dan mentorship setelah pelatihan selesai. Model mentorship yang melibatkan pembuat konten lokal dan profesional media juga dibentuk untuk memberikan panduan dan inspirasi berkelanjutan. Program ini dirancang dengan mempertimbangkan keberlanjutan, yaitu dengan mengintegrasikan literasi media sosial ke dalam mata pelajaran relevan seperti kewirausahaan dan komunikasi, sehingga memastikan penerapan jangka panjang dalam kurikulum sekolah.

Tujuan utama dari proyek ini adalah untuk meningkatkan kompetensi digital dan kemampuan personal branding siswa melalui pelatihan manajemen media sosial terstruktur di SMK Negeri 1 Dendang. Inisiatif ini bertujuan membekali siswa dengan pengetahuan dan keterampilan praktis untuk menggunakan platform media sosial secara strategis dalam menampilkan kemampuan kejuruan mereka, membangun identitas digital profesional, dan meningkatkan peluang kerja. Dengan menggabungkan workshop langsung dan latihan pembuatan konten, program ini juga berupaya menumbuhkan pemikiran kritis, kreativitas, dan kepercayaan diri digital di kalangan siswa. Secara paralel, proyek ini bertujuan memberdayakan guru dengan alat dan strategi pedagogis yang diperlukan untuk mendukung dan mempertahankan pendidikan digital branding dalam kurikulum sekolah. Tujuan penting lainnya adalah untuk mempromosikan penggunaan media sosial yang etis, bertanggung jawab, dan terarah, mendorong siswa untuk menjadi warga digital yang sadar. Kegiatan ini juga bercita-cita untuk membangun model pemberdayaan digital berbasis komunitas yang dapat direplikasi untuk sekolah kejuruan, khususnya di daerah pedesaan atau daerah yang kurang terlayani.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Flowchart di bawah ini mengilustrasikan implementasi terstruktur dari proyek Pelatihan Manajemen Media Sosial untuk Peningkatan Student Branding di SMK Negeri 1 Dendang dalam enam tahapan utama.



Gambar 1. Flowchart Metode Implementasi Program

Perencanaan (Planning): Proyek ini dimulai dengan fase perencanaan awal yang melibatkan rapat koordinasi dengan perwakilan sekolah, identifikasi kebutuhan siswa dan guru, serta perumusan tujuan pelatihan. Tahap ini juga mencakup penilaian awal untuk memahami tingkat literasi digital peserta saat ini.

Pengembangan Modul Pelatihan (Training Module Development): Berdasarkan wawasan dari fase perencanaan, seperangkat materi pembelajaran yang komprehensif dikembangkan, meliputi strategi media sosial, pembuatan konten, etika digital, dan teknik

branding. Modul-modul ini dirancang agar bersifat praktis, relevan secara lokal, dan selaras dengan minat kejuruan siswa.

Pelatihan Guru (Teacher Training): Sebelum melibatkan siswa, sesi pelatihan dilaksanakan untuk guru-guru terpilih guna mempersiapkan mereka sebagai fasilitator dan mentor. Sesi-sesi ini berfokus pada pengenalan materi pelatihan kepada guru, prinsip-prinsip panduan penggunaan media sosial, dan cara mengintegrasikan diskusi *branding* ke dalam pengajaran yang sudah ada.

Implementasi di Kelas (Classroom Implementation): Pelatihan siswa disampaikan melalui serangkaian sesi interaktif, menggabungkan instruksi teoretis dengan tugas praktis. Siswa dibimbing untuk membuat portofolio digital mereka sendiri dan menerima umpan balik konstruktif tentang kehadiran daring mereka. Pembelajaran *peer-to-peer* didorong untuk memperkuat keterlibatan.

Mentoring dan Dukungan Teknis (Mentoring and Technical Support): Mentoring pasca-pelatihan diberikan melalui kolaborasi dengan pembuat konten dan profesional digital. Selain itu, mekanisme dukungan dibentuk untuk membantu siswa dan guru dalam mengatasi tantangan teknis selama dan setelah sesi pelatihan.

Evaluasi & Skalabilitas (Evaluation & Scalability): Proyek ini diakhiri dengan fase evaluasi untuk menilai kemajuan siswa, mengumpulkan umpan balik, dan mendokumentasikan pelajaran yang didapat. Serangkaian rekomendasi dihasilkan untuk mendukung integrasi kurikulum dan mereplikasi program di sekolah kejuruan lain dengan karakteristik serupa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Student Branding di SMK Negeri 1 Dendang telah menghasilkan perubahan signifikan dalam cara siswa memahami dan mempresentasikan identitas mereka di ruang digital. Inisiatif ini memperkenalkan pendekatan terstruktur untuk penggunaan media sosial—beralih dari interaksi murni sosial ke promosi diri strategis yang selaras dengan keterampilan kejuruan dan aspirasi karier siswa. Transformasi ini sangat berdampak dalam meningkatkan kepercayaan diri siswa, literasi digital, dan kesiapan untuk terlibat dengan dunia profesional secara daring. Salah satu hasil paling menonjol dari inisiatif ini adalah keberhasilan pengembangan dan penyampaian modul pelatihan yang terarah. Modul-modul ini disesuaikan dengan kebutuhan unik siswa kejuruan, mencakup topik-topik utama seperti *personal branding*, pembuatan konten, perilaku digital yang etis, dan strategi khusus platform. Melalui penugasan praktik langsung, siswa didorong untuk membangun portofolio digital mereka sendiri dan mengembangkan konten yang secara efektif menampilkan kompetensi mereka. Paparan praktis

ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis mereka tetapi juga menumbuhkan pola pikir yang lebih profesional tentang bagaimana mereka menggunakan platform media sosial.

Program ini melibatkan serangkaian sesi kelas interaktif, diskusi kelompok, dan evaluasi sejawat. Siswa secara aktif terlibat dalam mengidentifikasi kekuatan pribadi mereka, menyusun bio profesional, dan merancang identitas visual mereka secara daring. Lingkungan kolaboratif yang didorong oleh program ini memfasilitasi pembelajaran sejawat dan meningkatkan motivasi. Guru, yang telah menerima pelatihan pendahuluan, memainkan peran kunci dalam membimbing siswa dan memimpin diskusi selama *workshop*. Keterlibatan mereka memastikan bahwa proses pembelajaran dikontekstualisasikan dan tertanam dalam kegiatan kelas yang sedang berlangsung.



Gambar 2. Pengenalan Media Sosial kepada Siswa



Gambar 3. Suasana Sesi Pengenalan Media Sosial

Inisiatif ini juga memperoleh manfaat dari kemitraan dengan praktisi digital dan pembuat konten yang berfungsi sebagai mentor tamu. Para ahli ini memberikan perspektif dunia nyata dan tips praktis tentang cara menavigasi media sosial secara efektif untuk pengembangan karier. Paparan ini memungkinkan siswa untuk memahami standar industri dan praktik terbaik, membuat pengalaman pelatihan menjadi lebih relevan dan inspiratif. Kehadiran

mentor juga berkontribusi pada pembangunan jaringan yang dapat sangat berharga untuk magang atau peluang kerja di masa depan.



Gambar 4. Sesi Tanya Jawab (1)



Gambar 5. Implementasi Media Sosial

Dari sudut pandang pendidik, sesi pelatihan sangat berperan dalam membangun kapasitas mereka untuk mendukung upaya *branding* siswa di luar durasi proyek. Banyak guru awalnya menyatakan ketidakakraban dengan prinsip-prinsip *personal branding* dan dinamika platform. Namun, melalui serangkaian sesi pelatihan dan kolaborasi, mereka mengembangkan kepercayaan diri untuk memfasilitasi kegiatan siswa, mengintegrasikan konten *branding* ke dalam mata pelajaran mereka, dan mengevaluasi tugas digital dengan lebih efektif. Guru melaporkan peningkatan keterlibatan di kelas dan mengamati tingkat inisiatif siswa yang lebih tinggi dalam mempresentasikan karya mereka secara daring.



Gambar 6. Sesi Tanya Jawab (2)

Meskipun ada perkembangan positif ini, proyek juga menghadapi beberapa tantangan implementasi. Isu utama adalah variasi dalam akses siswa terhadap alat digital dan konektivitas internet, yang memengaruhi konsistensi partisipasi dan keluaran. Beberapa siswa kurang akrab dengan platform media sosial tertentu dan membutuhkan dukungan tambahan untuk sepenuhnya terlibat dengan konten pelatihan. Lebih lanjut, mengintegrasikan *branding* media sosial ke dalam kurikulum kejuruan yang sudah padat menuntut manajemen waktu dan fleksibilitas yang cermat dari siswa dan guru. Untuk mengatasi hambatan ini, tim proyek menawarkan materi *offline* tambahan, memungkinkan format pengiriman yang fleksibel, dan memberikan mentoring satu per satu bila diperlukan.

Di luar hasil langsung untuk siswa dan guru, proyek ini menyoroti nilai menjembatani pendidikan kejuruan dengan keterampilan era digital. Dengan menekankan presentasi diri digital, pelatihan berkontribusi pada kemampuan kerja dan adaptasi siswa secara keseluruhan. Model kolaboratif yang melibatkan pendidik, profesional digital, dan komunitas lokal menggarisbawahi pentingnya kemitraan lintas sektor dalam memberikan intervensi pendidikan yang berdampak.

Melihat ke depan, keberhasilan inisiatif ini menjadi dasar untuk penskalaan program pemberdayaan digital serupa ke sekolah kejuruan lain di daerah pedesaan atau daerah yang kurang terlayani. Arah masa depan dapat mencakup pengintegrasian analisis dan pelacakan kinerja ke dalam portofolio siswa, penggunaan alat AI untuk peningkatan konten, dan penawaran modul sertifikasi dalam manajemen media sosial. Memperkuat dukungan institusional dan menyelaraskan dengan kerangka literasi digital nasional juga akan sangat penting dalam memastikan keberlanjutan. Seiring lanskap digital terus berkembang, memberdayakan siswa dengan keterampilan *branding* dan komunikasi akan menjadi penting dalam mempersiapkan mereka untuk tuntutan dinamis tenaga kerja masa depan.



Gambar 7. Penyerahan Cenderamata

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Student Branding di SMK Negeri 1 Dendang secara signifikan telah meningkatkan keterampilan komunikasi digital dan presentasi diri profesional siswa yang berpartisipasi. Melalui pengembangan dan penyampaian modul pelatihan terstruktur, proyek ini berhasil mengubah penggunaan media sosial dari hiburan informal menjadi *personal branding* strategis. Siswa belajar mengkurasi kehadiran digital mereka, mengembangkan konten yang selaras dengan keahlian kejuruan, dan membangun kepercayaan diri dalam mempromosikan diri di dunia daring. Guru juga diberdayakan melalui *workshop* yang disesuaikan untuk mendukung dan mempertahankan pengetahuan ini dalam lingkungan sekolah, memperkuat keberlanjutan inisiatif jangka panjang. Meskipun menghadapi tantangan awal seperti tingkat akses digital yang bervariasi dan pemahaman konsep *branding* yang berbeda, proyek ini memberikan dukungan terarah dan strategi adaptif untuk memastikan partisipasi inklusif. Mentoring kolaboratif dengan praktisi digital lebih lanjut memperkaya program, menawarkan relevansi dunia nyata dan wawasan karier yang berharga. Inisiatif ini tidak hanya meningkatkan literasi digital dan kesiapan siswa untuk pasar kerja, tetapi juga menumbuhkan budaya sekolah yang berorientasi ke depan dan merangkul teknologi sebagai alat pemberdayaan. Dengan mengintegrasikan literasi media sosial ke dalam kerangka pendidikan sekolah, proyek ini meletakkan dasar bagi pendidikan *branding* siswa yang dapat direplikasi, diskalakan, dan berdampak di institusi kejuruan di seluruh Indonesia. Ini menyoroti peran penting pemberdayaan digital dalam mempersiapkan kaum muda untuk tuntutan masa depan yang terhubung, kompetitif, dan didorong inovasi. Saran kedepan untuk penelitian selanjutnya, adalah lebih meningkatkan dampak dan keberlanjutan pelatihan manajemen media sosial dalam pendidikan kejuruan, beberapa perbaikan strategis dan inisiatif masa depan direkomendasikan. Pertama, memperluas cakupan modul pelatihan untuk mencakup topik-

topik lanjutan seperti analisis konten, pemasaran media sosial, dan pengembangan situs web pribadi dapat memberikan siswa seperangkat alat *branding* yang lebih komprehensif. Mengintegrasikan modul-modul ini ke dalam bidang studi yang lebih luas seperti kewirausahaan dan komunikasi akan memastikan relevansi dan keterlibatan yang lebih dalam di seluruh disiplin ilmu. Kedua, peningkatan akses ke sumber daya dan alat digital sangat penting untuk partisipasi inklusif. Menyediakan perangkat bersama, mengoptimalkan materi pembelajaran untuk lingkungan *low bandwidth*, dan menawarkan aktivitas *offline* alternatif dapat membantu menjembatani kesenjangan digital di antara siswa. Selain itu, pengembangan platform *online open access* di mana siswa dapat mengakses tutorial, template, dan contoh sejawat akan mendukung pembelajaran berkelanjutan di luar kelas. Ketiga, pembentukan mentoring jangka panjang dan jaringan alumni dapat membantu mempertahankan motivasi siswa dan penerapan keterampilan *personal branding* di dunia nyata. Dengan menghubungkan siswa dengan profesional di bidang minat mereka, sekolah dapat menciptakan jalur untuk magang, kolaborasi, dan pameran portfolio *online*. Keempat, pengembangan profesional berkelanjutan bagi guru harus diprioritaskan, melalui program pelatihan lanjutan, lingkaran belajar sejawat, dan integrasi literasi media sosial ke dalam kerangka pengembangan guru. Terakhir, mendorong kolaborasi yang lebih luas dengan industri lokal, profesional media digital, dan pembuat kebijakan pendidikan dapat membantu melembagakan literasi media sosial sebagai kompetensi inti dalam pendidikan kejuruan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia serta pihak SMK Negeri 1 Dendang, serta pihak lainnya yang terkait sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan lancar dan sukses.

DAFTAR REFERENSI

- 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 (IJPM)*, 3(1), 47–54. <https://doi.org/10.54082/ijpm.519>
- Alfarizzi, R., & Fanaqi, C. (2025). Workshop personal branding di era digital untuk kompetensi siswa sekolah menengah kejuruan. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 133–146. <https://doi.org/10.37478/abdika.v5i1.5352>
- Aristana, I. D. G., Putra, I. D. P. G. W., Nirwana, N. K. A., Prayana, I. K. W. D., Pratiwi, N. W. A. D., Desmayani, N. M. M. R., ... Kayana, A. A. D. P. (2024). Pelatihan media sosial di SMK Sanjiwani Gianyar: Meningkatkan peluang bisnis di era digital. *Jurnal*

- Widya Laksmi: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 28–32. <https://doi.org/10.59458/jwl.v4i1.69>
- Clara, P., & Mulyani, S. (2023). Assessing digital literacy skills among vocational school students in Surabaya. *Journal of Education and Learning*, 18(3), 745–752. <https://doi.org/10.29313/jel.v18i3.8678>
- Cullen, M., Calitz, A. P., & Botha, A. (2024). The use of social media for personal branding. *Proceedings of the International Business Conference*, Stellenbosch, South Africa. Retrieved from ResearchGate
- Dufour, M., Jacq, L., & Uhler, M. (2014). *Students' perceptions of online personal branding on social media*. DIVA Portal.
- Habibi, M. W. (2024). Digital literacy ability of private vocational students in Surabaya City. *Journal of Education & Learning*, 18(3), 745–752. <https://doi.org/10.11591/edulearn.v16i1.20390>
- Jia, W., & Huang, X. (2023). Digital literacy and vocational education: Essential skills for the modern workforce. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(5), 2382–2390. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v13-i5/17080>
- Johnson, K. M. (2017). The importance of personal branding in social media: Educating students to create and manage their personal brand. *International Journal of Education and Social Science*, 4(1), 21–27. <https://ijessnet.com/wp-content/uploads/2022/10/3-51.pdf>
- Koessoy, H., Katuuk, D. A., Lengkong, J. S. J., & Rotty, V. N. J. (2023). Digital literacy learning management innovation at state vocational schools in Manado City. *Tadbir: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, 7(2), 275–292. <https://doi.org/10.29240/jsmp.v7i2.6981>
- Lukman, A., Fatmawati, A., & Syam, M. M. A. (2022). Pelatihan penggunaan social media marketing bagi siswa SMK TPI. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 71–80. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v4i2.670>
- Park, J., Williams, A., & Son, S. (2020). Social media as a personal branding tool: A qualitative study of student athletes' perceptions and behaviors. *Journal of Athlete Development and Experience*, 2(1), Article 4. <https://doi.org/10.25035/jade.02.01.04>
- Setiyawan, H., Suharno, S., & Pambudi, N. A. (2023). The influence of digital and vocational information literacy on student learning outcomes. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 13(2), 192–204. <https://doi.org/10.21831/jpv.v13i2.53999>
- Szántó, P., Papp Váry, Á., & Radácsi, L. (2025). Research gap in personal branding: Understanding and quantifying personal branding by developing a standardized framework for personal brand equity measurement. *Administrative Sciences*, 15(4), 148. <https://doi.org/10.3390/admsci15040148>
- Wahjusaputri, S., & Nastiti, T. I. (2022). Digital literacy competency indicator for Indonesian high vocational education needs. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, 16(1), 85–91. <https://doi.org/10.11591/edulearn.v16i1.20390>