Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat | SENAMA
Website: https://ejournal.unsera.ac.id/index.php/senama
E-ISSN : 3063-4849
UNIVERSITAS SERANG RAYA, 3 Juli 2024

Membangun *Personal Branding* dan Pengenalan Linkedin sebagai Platform Jaringan Profesional Pada Siswa-Siswi SMAN 3 Kota Cilegon

Anharudin[1], Delsa Miranty[2]
[1]Sistem Komputer, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Serang Raya, Jl. Raya Cilegon KM.5 Taman Drangong Kota Serang Banten 42162
[2]Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Jl. Ciwaru Raya Cipare Kota Serang Banten 42117

anhar.dean@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan zaman dan semakin meningkatnya kemajuan dibidang teknologi informasi menuntut pribadi seseorang khususnya siswa-siswi yang masih menempuh pendidikan menengah untuk memiliki pribadi yang baik dan terampil serta mampu menguasai teknologi informasi. SMAN 3 Kota Cilegon merupakan salah satu sekolah menengah yang berada di Kotamadya Cilegon Provinsi Banten. Terdapat banyak siswa dan siswi di sekolah ini yang masih belum mengenal *Personal Branding* yang di implementasikan kedalam media teknologi informasi. Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di SMAN 3 Cilegon dilakukan dengan memberikan edukasi bagaimana membangun *personal branding* dan mengenalkan platform jaringan profesional yang bertujuan agar siswa-siswi dapat mempersiapkan apa yang menjadi nilai diri yang nantinya dapat di tunjukan kepada masyarakat luas, khususnya ketika akan terjun di dunia profesional melalui platform Linkedin. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah terlihat bahwa para siswa dan siswi begitu antusias dan tumbuh rasa percaya dirinya, sehingga mereka dapat mendeskripsikan apa yang menjadi kelebihan masing-masing, selain itu siswa dan siswi juga mampu mengikuti serta dapat mempraktikan penggunaan platform Linkedin dan sekaligus mencoba membuat akun serta memiliki keinginan dan ketertarikan untuk mengeksplor lebih jauh terkait platform Linkedin.

Kata kunci: Linkedin, *Personal Branding,* Teknologi Informasi

ABSTRACT

The development of the times and the increasing progress in the field of information technology requires individuals, especially students who are still pursuing secondary education, to have a good and skilled personality and be able to master information technology. SMAN 3 Kota Cilegon is one of the secondary schools in the Municipality of Cilegon, Banten Province. There are many students at this school who are still not familiar with Personal Branding which is implemented in information technology media. The community service carried out at SMAN 3 Cilegon is carried out by providing education on how to build personal branding and introducing a professional networking platform that aims to enable students to prepare self-worth which can later be demonstrated to the wider community, especially when they enter the world. professionally via the LinkedIn platform. The result of this service activity is that it can be seen that the students are very enthusiastic and their self-confidence has grown, so that they can describe their respective strengths, apart from that, the students are also able to follow and practice using LinkedIn platform and at the same time try to make an account and have the desire and interest to explore further regarding the Linkedin platform.

Keywords*: Linkedin, Personal Branding, Information Technology*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan semakin meningkatnya kemajuan dibidang teknologi informasi menuntut pribadi seseorang khususnya siswa-siswi yang masih menempuh pendidikan menengah untuk memiliki pribadi yang baik dan terampil serta mampu menguasai teknologi informasi. Salah satu isu yang saat ini menjadi trending adalah mengenai bagaimana membangun karakter yang baik kepada generasi muda terutama generasi Z yang disebut juga sebagai generasi stoberi yang acap kali di sebut dan digambarkan sebagai generasi muda yang dianggap lembut seperti buah stroberi. Istilah ini mengacu pada kesan bahwa generasi ini mudah rusak atau tidak tahan terhadap tekanan dan tantangan, mirip dengan buah stroberi yang lembut dan mudah memar (Hirst, 1978).

Personal branding adalah proses membangun citra diri yang kuat dan konsisten di mata orang lain, baik secara online maupun offline. Hal ini melibatkan penggunaan strategi untuk menonjolkan nilai-nilai unik, keahlian, dan kepribadian yang membedakan seseorang dari orang lain. Menurut Timothy P. O'Brien (Haroen, 2014) mendefinisikan bahwa *Personal Branding* adalah sebuah identitas pribadi yang dapat membentuk suatu respon emosional pada orang lain perihal kualitas serta nilai diri yang dimiliki seseorang.

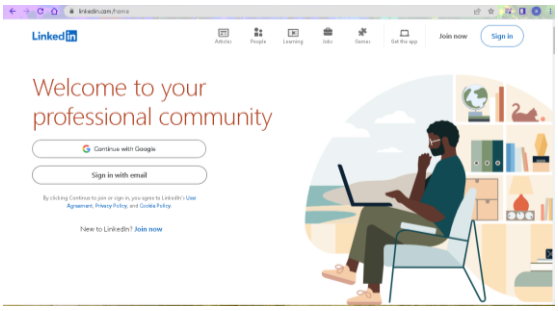
Pengenalan *personal branding* pada remaja khususnya siswa-siswi yang masih duduk dibangku sekolah menengah sangatlah penting dilakukan, hal ini dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan dan karakter remaja dimasa sekarang. Sehingga dikemudian hari mereka dapat menunjukan karakter dan sikap yang baik serta kemampuan dan kelebihan mereka agar dapat diterima masyarakat luas. Dengan mempersiapkan diri lebih baik dalam menghadapi persaingan di dunia kerja, memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi, dan mampu membangun karier yang sukses melalui pencitraan diri yang positif dan profesional. (Mardiani et al., 2024) Membangun *Personal Branding* dapat dikenali salah satunya adalah dengan membuka peluang profesional, kemudian membuat sebuah visi untuk masa depan dan menerapkan visi dapat mengarah pada pekerjaan yang lebih baik, pengakuan industri, pertumbuhan yang lebih baik, lebih banyak peluang dan mempunyai kedekatan dengan klien dalam sebuah perusahaan. (Pawar et al., 2022). Selain itu juga berani berekspresi di media sosial adalah sebagai bentuk membangun *personal branding* yang positif untuk keuntungan mereka di masa yang akan datang. (Rizki Apriliyanti et al., 2024)

SMA Negeri 3 Kota Cilegon memiliki banyak siswa dan siswi yang beragam dan dari latar belakang yang berbeda, sehingga mereka bertumbuh dan berkembang dengan sifat dan karakter yang beraneka ragam. Banyak dari mereka yang belum mengenal jati diri dan karakteristik masing-masing yang sebetulnya dapat mereka gunakan dalam menata karir mereka dimasa depan. Mereka sama sekali belum mengerti dan faham apa yang menjadi kemampuan dan kelebihan mereka, bagaimana cara menampilkan atau menunjukan apa yang mereka punya, apa yang menjadi kelebihan mereka. Yang mereka tau hanyalah bagaimana memiliki kemampuanyang baik secara akademis. Padahal bukan hanya kemampuan itu saja yang harus dimiliki untuk dapat sukses dimasa yang akan datang. Selain itu siswa-siswi belum mengenal dan mengetahui mengenai platform pendukung untuk mempromosikan atau menunjukan *personal branding* mereka, harus bagaimana dan kemana mereka mengimplementasikan serta menunjukan kelebihan yang mereka miliki kepada masyarakat luas.

Kegiatan pengabdian yang dilakukan di SMA Negeri 3 Kota Cilegon ini bukan hanya memberikan edukasi dan pemahaman siswa-siswi tentang bagaimana membangun karakter dan kemampuan yang ditunjukan dalam bentuk *Personal Branding* masing-masing individu, tetapi juga diberikan juga pengenalan mengenai platform yang mendukung dalam *personal branding* yaitu platform *professional branding*

Linkedid. Sehingga nantinya mereka terbiasa menggunakan platform ini dalam kehidupan sehari-hari(Aulia Zahrannissa Yunash et al., 2024)

Linkedid merupakan platform jaringan professional online yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk proses rekrutmen dengan memanfaatkan tools yang telah disediakan LinkedIn guna mempermudah proses rekrutmen, dan dapat mencari serta menemukan calon pegawai yang diperlukan untuk meningkatkan *hiring decision* yang efektif (Chandra, 2003)



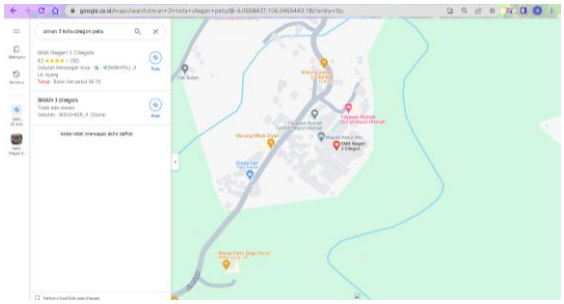
Gambar 1. *Website Linkedid*
Sumber : *(Linkedid.com, 2024)*

Pengabdian pada masyarakat ini difokuskan pada bagaimana mengedukasi peserta didik di SMA Negeri 3 Kota Cilegon mengenai pentingnya *Personal Branding* dan bagaimana menggunakan platform *Professional Branding* yaitu Linkedid.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini tentu saja harapannya siswa-siswi dapat menggali potensi yang ada dalam diri masing-masing personal untuk kemudian mendeskripsikan apa yang menjadi kelebihan yang ada dalam pribadi masing-masing individu untuk kemudian diimplementasikan ke dalam praktik teknologi dengan menggunakan platform Linkedid sebagai pelopor platform yang menyediakan berbagai fitur yang didalamnya dapat dimanfaatkan oleh penggunanya untuk memperkenalkan individu seseorang serta mengeksplor dan menunjukan semua yang menjadi kelebihan-kelebihan dari seseorang yang terangkum dalam *personal branding*.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di pada hari Senin tanggal 10 Juni 2024 yang berlokasi di SMA Negeri 3 Kota Cilegon. SMA Negeri 3 Kota Cilegon beralamat di Jalan Lebakayang no.68 Kelurahan Bulakan Kecamatan Cibeber Kota Cilegon Propinsi Banten dengan akreditasi A dengan berbagai fasilitas dan sarana penunjang yaitu ruang kelas, perpustakaan, ruang *audio visual*, laboratorium dan fasilitas olahraga serta tempat ibadah. Peta lokasi SMA Negeri 3 Kota Cilgon dapat dilihat pada gambar 2 berikut :



Gambar 2. Peta lokasi SMAN 3 Cilegon

Peserta yang ikut dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebanyak 60 siswa-siswi dari kelas 10 dan 11.

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, dilakukan dengan survei terlebih dahulu dengan menyebarkan isian google form, kemudian melakukan observasi lapangan, wawancara serta diskusi dengan Kepala Sekolah serta dewan guru yang dilakukan untuk mengetahui terkait informasi permasalahan yang berkaitan dengan karakteristik serta potensi yang dimiliki peserta didik di SMA Negeri 3 Kota Cilegon. Setelah mendapatkan informasi terkait hal-hal yang dapat diangkat menjadi topik pada kegiatan pengabdian masyarakat, kemudian dilakukan persiapan-persiapan guna tindak lanjut terkait apa yang menjadi masalah yang sudah disampaikan oleh pihak sekolah.

Pada kegiatan ini penyampaian materi dilakukan melalui presentasi dan diskusi, pada tahap ini peserta didik diajak untuk mengidentifikasi pribadi dari masing-

masing individu terkait potensi serta kelebihan apa yang dimiliki saat ini dan yang sedang dijalani. Kemudian setelah pemaparan dilanjutkan dengan demonstrasi penggunaan Linkedid. Peserta didik diajak bagaimana menggunakan aplikasi ini, mulai dari bagaimana cara membuat akun dan seterusnya. Tahap berikutnya evaluasi yaitu dengan melakukan sebar form melalui *Google form* yang harus di isi oleh peserta didik yang sudah mengikuti rangkaian kegiatan agar dapat mengetahui kesan-kesan dan perubahan yang dirasakan oleh para peserta. Tahap terakhir yaitu pembuatan laporan serta publikasi.

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan melibatkan mahasiswa KKM Kelompok 50. Agar mahasiswanya mendapatkan pemahaman dan pengalaman bagaimana berorganisasi dan bermasyarat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan observasi dan diskusi terlebih dahulu agar kemudian dapat menentukan tema atau topik apa yang akan dijadikan bahan pada kegiatan pengabdian. Dari hasil observasi serta diskusi tim maka ditentukan untuk lokasi kegiatan dilakukan di SMA Negeri 3 Kota Cilegon. Langkah berikutnya Tim mengunjungi pihak sekolah dan bertemu langsung dengan Bapak Kepala Sekolah dan para guru. Tim menjelaskan maksud dan tujuan serta memperkenalkan diri terkait kegiatan apa yang akan dilakukan disekolah. Berikut dokumentasi kunjungan yang dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Kunjungan ke SMAN 3 Cilegon

Selain itu juga tim melakukan diskusi dengan pihak sekolah terkait kondisi peserta didik mengenai pengetahuan mereka tentang mengenali potensi diri, kemampuan dan nilai tambah masing-masing individu. Sebetulnya target dari kegiatan ini adalah dari kelas 12. Namun karena disaat yang bersamaan kelas 12 sudah lulus dari sekolah. Sehingga tim melakukan sosialisasi untuk siswa-siswi dikelas 10 dan 11. Karena jumlah siswa dari kelas 10 dan 11 begitu banyak maka tim mengundang hanya 60 siswa. Karena keterbatasan tempat.



Gambar 4. Diskusi dengan pihak SMAN 3 Cilegon

Setelah dilakukan observasi dan wawancara dengan pihak sekolah dapat disimpulkan bahwa peserta didik belum sepenuhnya mengerti dan mengetahui terkait *personal branding* dan platform yang digunakan sebagai media untuk mengenalkan dan menunjukan potensi pribadi kepada masyarakat secara luas secara *online*. Namun peserta didik sudah terbiasa menggunakan *gadget* maupun media sosial.

Tahap selanjutnya yang dilakukan adalah tim melakukan persiapan materi dan perlengkapan untuk kegiatan yang akan dilakukan. Kegiatan ini dilaksanakan di ruang audio visual yang dimiliki oleh SMAN 3 Kota Cilegon.



Gambar 5. Registrasi Peserta Kegiatan

Kegiatan dimulai dengan sambutan dari Bapak Kepala Sekolah SMAN 3 Kota Cilegon yaitu Bapak Rochmat Wirandanubrata, M.Pd. dan Ketua pelaksana kegiatan pengabdian yang ditunjukan pada gambar 6.



Gambar 6. Sambutan dan Pembukaan Kegiatan

Para peserta didik terlihat sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ini, karena selain pemaparan secara teori, kegiatan ini dilakukan dengan praktek dan diselingi dengan *ice breaking* agar siswa-siswi tidak merasa bosan dalam mengikuti kegiatan yang dilakukan kurang lebih selama 4 jam dari pukul 09.00 Wib sampai dengan pukul 12.00 Wib.



Gambar 7. Siswa-siswi Peserta Kegiatan

Peserta didik dalam kegiatan ini mendapatkan penjelasan dan pemaparan tentang pentingnya mengetahui potensi dan kelebihan-kelebihan dalam diri pribadi dan kemampuan atau *skill* yang dimiliki baik yang sudah dikuasai maupun yang sedang berproses dalam pembentukan karakter maupun kemampuan, bisa dalam semua bidang. Misalnya keterampilan dalam seni, kemampuan dalam salah satu cabang olahraga, melukis, dan lain sebagainya.



Gambar 8. Pemaparan Materi

Selain itu para siswa juga di jelaskan dan dikenalkan apa dan bagaimana platform Linkedid itu dapat dimanfaatkan sebagai platform yang digunakan untuk *showing personal branding* seseorang dan membantu mengimplementasikan dan menjadi media dalam memperkenalkan jati diri dan karakter yang baik dari seseorang, sehingga dikemudian hari dapat digunakan sebagai sebuah portofolio yang nantinya akan dilihat oleh perusahaan atau instansi pencari kerja untuk merekrut calon pekerjanya, tanpa harus melakukan cara yang konvensional dan membutuhkan biaya yang cukup besar. Sehingga para siswa mengerti dan faham, bahwa di zaman yang serba digital seperti saat sekarang ini, mereka tidak perlu lagi menunjukan kelebihan dan kemampuan mereka secara langsung namun dapat menuangkan ke dalam sebuah platform yang nanti ke depan akan menjadi sebuah etalase bagi diri mereka dan akan digunakan sebagai portofolio oleh sebuah perusahaan atau apapun itu. Untuk mencari calon karyawan atau pegawainya, sesuai dengan kriteria yang dicari.



Gambar 9. Pemaparan dan Praktik Penggunaan Linkedid

Setelah para siswa mendengarkan dan mempraktikan apa yang sudah dipaparkan dan dijelaskan oleh pemateri, selanjutnya siswa-siswa dipersilahkan untuk berdiskusi dan bertanya mengenai apa yang sudah disampaikan dan dirasa kurang mengerti atau kurang faham. Para siswa sangat semangat dan antusias dalam sesi ini. Banyak sekali siswa yang mengajukan pertanyaan karena ketertarikan dan rasa penasaran mereka.



Gambar 10. Sesi Diskusi dan Tanya Jawab dengan Siswa

Tahapan terakhir yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah melakukan evaluasi. Hal ini penting dilakukan agar terlihat jelas perubahan atau progres yang didapatkan dan sejauh mana kondisi sebelum dan setelah siswa-siswi mengikuti kegiatan ini. Terutama dalam memahami terkait mengenai *personal branding* dan penggunaan platform Linkedid sebagai media yang dapat dimanfaatkan oleh

siswa-siswi untuk dapat berkarir lebih profesional dimasa depan.

PEMBAHASAN

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, terlihat jelas bahwa peserta yang ikut dalam kegiatan ini mendapatkanpemahaman dan pencerahan mengenai *Personal Branding* dan penggunaan platform Linkedid. Hal ini dapat dilihat dari hasil *Google form* yang disebarkan sebelum dan sesudah kegiatan ini dilakukan. (Aulia Zahrannissa Yunash et al., 2024) seperti yang tampilkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 1. Peserta Kegiatan

Kelas	Persentase Kehadiran
10	91%
11 IPA	80.55%

Tabel 2. Isian Kuisioner 1

No	Pertanyaan	Mengetahui	Tidak Mengetahui
1	Apakah anda tahu tentang *Personal Branding?*	60%	40%
2	Apakah anda tahu tentang Platform Linkedid?	50,8 %	49,2%

Tabel 3. Isian Kuisioner 2

No	Pertanyaan	5	4	3	2	1
1	Seberapa faham anda tentang *Personal Branding* setelah mengikuti kegiatan ini?	90.4%	5.8 %	3.8 %	0 %	0 %
2	Seberapa faham anda menggunakan Aplikasi Linkedid setelah mengikuti kegiatan ini?	63.4 %	28.8%	6.8 %	1 %	0 %

Keterangan :
Skala 5 : sangat faham
Skala 4 : faham
Skala 3 : cukup faham
Skala 2 : kurang faham
Skala 1 : tidak faham

Berdasarkan tabel diatas dapat terlihat bahwa sebetulnya para siswa rata-rata sudah mengenal apa itu *personal branding* dan platform Linkedid namun mereka belum sepenuhnya faham kebermanfaatan dari dua hal tersebut.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini memberikan dampak yang positif terhadap siswa-siswi SMA Negeri 3 Kota Cilegon. Mereka menjadi lebih mengerti dan faham serta dapat memanfaatkan segala sumberdaya yang mereka miliki serta memaksimalkan penggunaan IPTEK untuk mendukung keberlangsungan masa depan mereka. Dari kegiatan ini para siswa-siswi berani mendeskripsikan diri didepan teman-temannya, lalu kemudian mampu membuat dan menggunakan aplikasi Linkedid, serta memiliki keinginan dan ketertarikan untuk mengeksplor lebih jauh terkait platform Linkedin.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih yang luar biasa kami sampaikan Kepada Ketua LPPM Universitas Serang Raya Bapak Dr. Ing Farid Wajdi, M.Sc. beserta jajarannya di LPPM UNSERA yang telah memberikan dukungan penuh dalam kegiatan pengabdian ini. Kemudian kepada Bapak Kepala Sekolah SMA Negeri 3 Kota Cilegon yakni Bapak Rochmat Wirandanubrata, M.Pd. yang telah memberikan ruang dan tempat serta membersamai kegiatan ini dari awal sampai akhir kegiatan. Terakhir kami ucapkan terima kasih banyak atas kerjasama dan bantuannya untuk Mahasiswa Kelompok 50 yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu-satu,

yang telah mempersiapkan dengan sebaik-baiknya segala sesuatunya demi kelancaran kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Aulia Zahrannissa Yunash, Hanisyah Claudya Hermanto, Kaila Aura Mevalia, & Lutfi Hardiyanto. (2024). Penyuluhan Pembuatan CV (Curriculum Vitae) dan Pengaplikasian LinkedIn dan Jobstreet terhadap Siswa SMKN 41 Jakarta. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(3), 72–83. https://doi.org/10.55606/nusantara.v4i3.2959

Chandra, E. (2003). Manfaat personal branding & professional networking untuk hiring decision pada media linkedin bagi perusahaan. *Akses : Journal of Publik & Business Administration Science*, *5*(1), 21–34. https://doi.org/10.58535/jasm.v5i1.35

Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*. Gramedia.

Hirst, P. (1978). *The Graying Of The Greens: Demographic Change And Political Realignment In Australia*.

Mardiani, I. N., Aprilia, N. I., Pratiwi, V., Qorina, I., & Samudra, J. (2024). Strategi Membangun Reputasi Untuk Sukses Karier Dengan Personal Branding di SMKN 1 Cikarang Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, *2*(4). https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/index

Pawar, A., Kusmiati, M., & Sundari, S. (2022). Building Of Online Personal Branding. *Journal of Business and Management INABA (JBMI)*, *1*(1), 1–15. https://doi.org/10.56956/jbmi.v1i1.6

Rizki Apriliyanti, Riska Aulia Noor, Fika Fibriyanita, & Adinda Fiorentina. (2024). Edukasi Membangun Personal Branding di Media Sosial Bagi Siswa OSIS SMK 2 Banjarmasin. *Jurnal Pengabdian Eksplorasi Humaniora*, *2*(1). https://doi.org/10.20527/ekshum.v2i1.10