

Pemberdayaan Siswi SMK melalui Pelatihan Digital Marketing dan Personal Branding untuk Meningkatkan Kesiapan Kerja

Aswan Supriyadi Sunge¹, Nanang Susanto², Arief Teguh Nugraha³, Christa Dian Pratiwi⁴, Edora⁵

^{1,2}Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsa

³Management, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

⁴Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsa

⁵Pendidikan Guru Sekolah, Fakultas Pendidikan, Universitas Pelita Bangsa

aswan.sunge@pelitabangsa.ac.id¹, 14210248@nusamandiri.ac.id², ariefteguhnugroho@gmail.com³,
christa.dian@pelitabangsa.ac.id⁴, edora@pelitabangsa.ac.id⁵

Diterima: 28-06-2026

Direvisi: 08-07-2026

Dipublikasikan: 13-06-2026

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah kebutuhan kompetensi tenaga kerja, khususnya bagi lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Selain kemampuan teknis, dunia industri juga menuntut keterampilan digital marketing, personal branding, komunikasi, dan kemampuan memanfaatkan media sosial secara profesional. Namun, masih banyak siswi SMK yang belum memiliki pemahaman mengenai strategi membangun citra diri positif dan memanfaatkan platform digital sebagai media promosi kemampuan maupun produk. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan memberikan pelatihan Digital Marketing dan Personal Branding kepada siswi SMK sebagai bekal memasuki dunia kerja maupun berwirausaha. Metode pelaksanaan dilakukan melalui penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, diskusi, studi kasus, serta evaluasi menggunakan pre-test dan post-test. Materi meliputi konsep Digital Marketing, optimalisasi media sosial, pembuatan konten kreatif, penyusunan Curriculum Vitae (CV) digital, personal branding, serta simulasi wawancara kerja. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai pemasaran digital dan pengembangan citra profesional. Peserta mampu membuat profil LinkedIn sederhana, menyusun CV digital, serta menghasilkan konten promosi menggunakan media sosial. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepercayaan diri dan kesiapan kerja siswi SMK.

Kata Kunci: Digital Marketing, Personal Branding, Kesiapan Kerja

Abstract

The rapid advancement of digital technology has significantly transformed workforce competency requirements, particularly for vocational high school graduates. Besides technical expertise, industries increasingly demand digital marketing skills, personal branding, communication abilities, and professional use of social media. However, many vocational students still lack knowledge of developing a professional digital identity and utilizing online platforms effectively. Therefore, this community service program aims to empower female vocational students through Digital Marketing and Personal Branding training to improve their employability. The program employed lectures, demonstrations, hands-on practice, case studies, discussions, and evaluations through pre-tests and post-tests. Training materials covered digital marketing fundamentals, social media optimization, creative content creation, digital CV preparation, personal branding, and interview simulations. The results indicate improved participant understanding of digital marketing strategies and professional self-development. Participants successfully created LinkedIn profiles, digital CVs, and promotional content using social media. Overall, the program enhanced students' confidence and work readiness.

Keywords: Digital Marketing, Personal Branding, Employability

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap berbagai sektor, termasuk dunia pendidikan dan ketenagakerjaan. Transformasi digital telah mengubah cara perusahaan memasarkan produk, membangun hubungan dengan pelanggan, hingga melakukan proses rekrutmen tenaga kerja [1]. Kondisi tersebut menuntut lulusan sekolah, khususnya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), untuk tidak hanya memiliki kompetensi akademik dan keterampilan teknis, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi digital secara efektif dalam mendukung pengembangan karier maupun kegiatan kewirausahaan [2].

SMK sebagai lembaga pendidikan vokasi memiliki peran strategis dalam mempersiapkan peserta didik agar siap memasuki dunia kerja maupun menciptakan lapangan pekerjaan secara mandiri [3]. Namun demikian, masih banyak lulusan SMK yang belum memiliki kemampuan dalam membangun personal branding serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi diri maupun pemasaran produk. Padahal, kemampuan tersebut menjadi salah satu kompetensi yang semakin dibutuhkan oleh dunia industri seiring berkembangnya ekonomi digital dan penggunaan media sosial sebagai media komunikasi profesional.

Digital Marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang memanfaatkan berbagai platform digital, seperti media sosial, marketplace, website, maupun mesin pencari untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif [4]. Penguasaan Digital Marketing tidak hanya bermanfaat bagi calon wirausahawan, tetapi juga menjadi nilai tambah bagi pencari kerja karena banyak perusahaan membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dalam mengelola pemasaran digital. Di sisi lain, Personal Branding membantu seseorang membangun identitas profesional, menunjukkan kompetensi yang dimiliki, serta meningkatkan kepercayaan diri ketika memasuki dunia kerja [5].

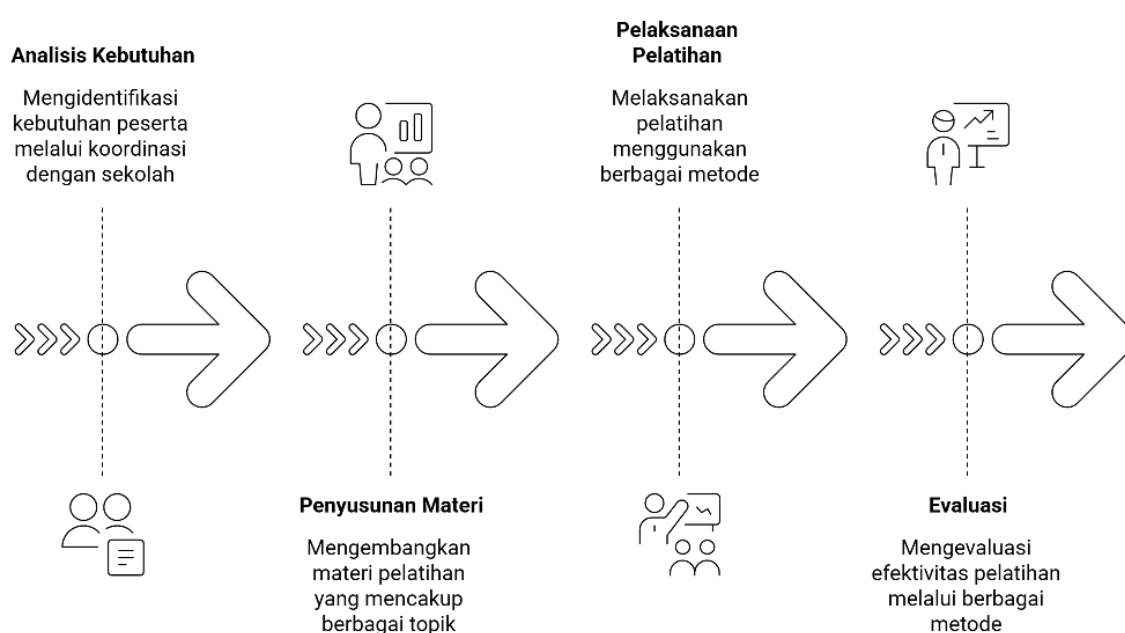
Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan pihak sekolah, diperoleh informasi bahwa sebagian besar siswi masih menggunakan media sosial sebatas untuk aktivitas komunikasi dan hiburan. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana membangun portofolio, memperkenalkan kompetensi diri, maupun mempromosikan produk masih belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan suatu kegiatan pelatihan yang mampu memberikan pemahaman sekaligus pengalaman praktik mengenai Digital Marketing dan Personal Branding agar peserta memiliki bekal yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja saat ini.

Melalui kegiatan ini diharapkan para peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai konsep Digital Marketing dan Personal Branding, tetapi juga mampu mengimplementasikan keterampilan tersebut dalam kehidupan sehari-hari sebagai bekal menghadapi dunia kerja maupun mengembangkan usaha mandiri. Selain meningkatkan literasi digital, kegiatan ini diharapkan dapat menumbuhkan rasa percaya diri, kreativitas, dan motivasi peserta dalam mempersiapkan diri menghadapi persaingan di era digital.

METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan di SMK Bina Patriot yang berlokasi di Jalan Raya Jarakosta Pulo Besar, Desa Karangmukti, Kecamatan Karang Bahagia,

Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530. Kegiatan ini diikuti oleh siswi kelas X dan XI dari berbagai program keahlian yang dipilih sebagai peserta pelatihan. Pemilihan sasaran tersebut didasarkan pada pentingnya membekali peserta didik sejak dini dengan kompetensi Digital Marketing dan Personal Branding sebagai persiapan memasuki dunia kerja maupun mengembangkan jiwa kewirausahaan setelah lulus. Kegiatan dirancang secara sistematis melalui pendekatan partisipatif yang mengombinasikan penyampaian materi, praktik langsung, diskusi, pendampingan, serta evaluasi, sehingga peserta tidak hanya memperoleh pemahaman secara teoritis tetapi juga mampu mengimplementasikan keterampilan yang dipelajari dalam situasi nyata, dan untuk lebih jelaskan gambar dibawah ini dalam pelaksanaan kegiatan tahapan sebagai berikut:



Gambar 1. Proses Pelaksanaan Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM berupa pelatihan Digital Marketing dan Personal Branding telah dilaksanakan dengan baik di SMK Bina Patriot dan diikuti oleh siswi kelas X dan XI dari berbagai program keahlian. Seluruh rangkaian kegiatan berlangsung secara interaktif dengan mengombinasikan penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, diskusi, serta sesi tanya jawab. Sejak awal kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap materi yang diberikan karena topik pelatihan dinilai relevan dengan kebutuhan dunia kerja saat ini. Gambar 2 memperlihatkan proses penyampaian materi Digital Marketing kepada peserta sebagai pengenalan mengenai konsep pemasaran digital, perkembangan media sosial, serta peluang karier di era ekonomi digital.



Gambar 2. Proses Penyampaian Materi

Selain memahami konsep, peserta juga diberikan kesempatan untuk mempraktikkan pembuatan konten digital menggunakan aplikasi desain grafis yang mudah dioperasikan, seperti Canva. Setiap peserta diminta membuat desain promosi sederhana dan menyusun caption pemasaran yang menarik sebagai implementasi materi Digital Marketing. Hasil praktik menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu menghasilkan konten promosi yang kreatif serta memahami prinsip dasar komunikasi visual dalam pemasaran digital. Aktivitas praktik ini memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi produk maupun jasa.



Gambar 3. Proses Pembelajaran Materi

Sebagai bagian dari persiapan memasuki dunia kerja, peserta juga memperlihatkan hasil karya kepada para pengajar dan pada sesi ini peserta dilatih untuk memperkenalkan diri, menjelaskan kemampuan yang dimiliki, menyampaikan pengalaman organisasi maupun kegiatan sekolah, serta menjawab pertanyaan yang umum diajukan oleh perusahaan saat proses rekrutmen. Simulasi tersebut bertujuan meningkatkan kemampuan komunikasi, rasa percaya diri, serta kesiapan mental peserta ketika menghadapi proses seleksi kerja yang sebenarnya.



Gambar 4. Menunjukkan Hasil Pembelajaran Materi

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan berlangsung, para siswi menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi, terutama pada saat sesi praktikum. Hal tersebut terlihat dari semangat peserta dalam mengikuti setiap tahapan praktik menggunakan laptop masing-masing, serta keterlibatan aktif mereka ketika mencoba langsung materi Digital Marketing dan Personal Branding yang telah disampaikan. Suasana pelatihan berlangsung interaktif dan menyenangkan, di mana peserta tampak percaya diri, aktif berdiskusi dengan instruktur maupun teman sekelompok, serta menunjukkan ekspresi antusias selama kegiatan berlangsung. Melalui praktik secara langsung, para siswi memperoleh pengalaman baru dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan keterampilan, sehingga kegiatan ini tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga meningkatkan motivasi dan kesiapan mereka dalam menghadapi dunia kerja.



Gambar 5. Menunjukkan Kegembiraan Dalam Pembelajaran

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat berupa pelatihan Digital Marketing dan Personal Branding telah terlaksana dengan baik. Pelatihan memberikan peningkatan kompetensi kepada siswi SMK dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi diri maupun pemasaran produk. Selain itu, peserta memperoleh pengalaman dalam membuat CV digital, membangun profil profesional, dan menghadapi simulasi wawancara kerja. Program ini mampu meningkatkan kesiapan kerja, kepercayaan diri, serta motivasi peserta untuk memasuki dunia industri maupun mengembangkan usaha mandiri.

Kegiatan serupa diharapkan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dengan materi yang lebih mendalam, seperti Search Engine Optimization (SEO), Content Marketing, Digital Advertising, Artificial Intelligence untuk pemasaran digital, serta pengelolaan bisnis berbasis media sosial. Selain itu, diperlukan pendampingan lanjutan agar kompetensi peserta terus berkembang sesuai kebutuhan industri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada Kepala Sekolah, guru pendamping, dan seluruh siswi SMK Bina Patriot yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Terima kasih juga kepada Universitas Pelita Bangsa atas dukungan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] X. Wen and Y. Zheng, "The Application of Artificial Intelligence Technology in Cloud Computing Environment Resources," in *Journal of Web Engineering*, vol. 20, no. 6, pp. 1853-1866, September 2021, doi: 10.13052/jwe1540-9589.2067.
- [2] D. Nurdiniah, S. Y. A. Putri, Muhammad, and S. A. Rahmawati, "Pentingnya soft skill bagi Generasi Z dalam menghadapi dunia kerja," *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, vol. 9, no. 6, pp. 6976-6985, Des. 2025, doi: 10.31764/jmm.v9i6.35648.
- [3] D. Agustian, A. Amarta, and S. Wardoyo, "Tantangan pendidikan vokasional dalam meningkatkan penyerapan lulusan SMK di dunia industri," *Jurnal Studi Guru dan Pembelajaran*, vol. 7, no. 3, pp. 1373-1382, Sep.–Des. 2024, doi: 10.30605/jsgp.7.3.2024.5016.
- [4] L. S. Saragih, A. E. Putriku, S. D. Sari, Y. N. Laia, and Y. Syahputra, "Pemanfaatan digital marketing sebagai media pemasaran dalam upaya meningkatkan kontribusi ekspor UMKM di era 4.0," *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, vol. 1, no. 3, pp. 63-72, Jun. 2024, doi: 10.61132/jusbit.v1i3.174.
- [5] D. T. Anggarini, "Faktor–faktor yang mempengaruhi personal branding dalam membangun citra dan popularitas dalam media sosial," *Business Innovation and Entrepreneurship Journal (BIEJ)*, vol. 3, no. 4, pp. 259-265, 2021, doi: 10.35899/biej.v3i4.341.