



Membangun Personal Branding dan Soft Skill Bagi Siswa SMA/SMK Sebagai Investasi di Era Digital

A. Harsada^{✉1}, A. Endang Maulana², Sitti Hardiyanti³

^{1,2,3}Institut Batari Toja Bone, Sulawesi Selatan, Indonesia

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan personal branding dan soft skill siswa SMK Negeri 1 Bone sebagai langkah strategis dalam mempersiapkan mereka menghadapi tantangan era digital dan dunia kerja yang semakin kompetitif. Kebutuhan akan soft skill seperti “komunikasi, kepemimpinan, kerjasama tim, dan kemampuan analisis, manajemen waktu, pemecahan masalah” menjadi faktor penentu keberhasilan lulusan dalam bersaing di pasar kerja modern. Fokus kegiatan mencakup pemahaman personal branding, pembuatan CV efektif, peningkatan kemampuan komunikasi, serta strategi branding media sosial dan digital marketing. Melalui pelatihan praktis, peserta belajar membangun citra profesional dan merancang CV menarik sesuai standar industri, sekaligus memahami pengelolaan media sosial sebagai bagian dari strategi branding digital. Melalui pendekatan pelatihan yang interaktif, materi yang dikemas dalam bentuk teori dan praktek langsung, termasuk simulasi, diharapkan siswa mampu membangun citra diri yang positif dan meningkatkan kepercayaan diri mereka. Pelaksanaan kegiatan tersebut dilaksanakan pada tanggal 16 Juli 2025 dengan dihadiri oleh 30 siswa kelas XI, Tim PKM serta guru pendamping. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan siswa terkait personal branding dan soft skill, yang diukur melalui pre-test dan post-test, serta respon positif dari peserta. Pada awal kegiatan, tingkat pemahaman dan keterampilan peserta dalam membangun personal branding dan soft skill masih tergolong rendah dengan rata-rata capaian pre-test sebesar 28%. Melalui pelatihan interaktif yang menggabungkan teori dan praktik, termasuk simulasi, terjadi peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta, sebagaimana tercermin dari peningkatan hasil post-test menjadi 85%. Secara umum, respon peserta terhadap kegiatan ini menunjukkan bahwa sebanyak 65% menyatakan sangat puas dan 30% puas terhadap manfaat yang diperoleh. Dengan penguatan personal branding dan soft skill, diharapkan lulusan SMK Negeri 1 Bone tidak hanya memiliki kompetensi teknis, tetapi juga mampu mengelola citra diri dan menunjukkan potensi terbaiknya sebagai investasi berharga di era digital yang penuh perubahan ini.

Kata Kunci: *personal branding; soft skill; literasi digital; pelatihan; kompetensi*

Abstract

This Community Service (PKM) activity aims to improve the personal branding and soft skills of students at SMK Negeri 1 Bone as a strategic step in preparing them to face the challenges of the digital era and the increasingly competitive world of work. The need for soft skills such as "communication, leadership, teamwork, analytical skills, time management, and problem solving" is a determining factor for the success of graduates in competing in the modern job market. The focus of the activity includes understanding personal branding, creating an effective CV, improving communication skills, and social media branding and digital marketing strategies. Through practical training, participants learn to build a professional image and design an attractive CV according to industry standards, while also understanding social media management as part of a digital branding strategy. Through an interactive training approach, the material is packaged in the form of theory and direct practice, including simulations. It is hoped that students will be able to build a positive self-image and increase their self-confidence. The activity was held on July 16, 2025, attended by 30 grade XI students, the PKM Team, and accompanying teachers. The evaluation results showed a significant increase in students' understanding and skills related to personal branding and soft skills, as measured by pre-tests and post-tests, as well as positive responses from participants. At the beginning of the program, participants' understanding and skills in building personal branding and soft skills were still relatively low, with an average pre-test score of 28%. Through interactive training combining theory and practice, including simulations, participants' knowledge and skills significantly improved, as reflected in the post-test score increasing to 85%. Overall, participant responses to this program indicated that 65% expressed very high satisfaction and 30% were satisfied with the benefits. By strengthening personal branding and soft skills, it is hoped that graduates of SMK Negeri 1 Bone will not only possess technical competency but also be able to manage their self-image and demonstrate their full potential as a valuable investment in this changing digital era.

Keywords: *personal branding; soft skills; digital literacy; training; competency*

Copyright (c) 2025 A. Harsada, A. Endang Maulana, Sitti Hardiyanti

✉ Corresponding author : A. Harsada

Email Address : ibbharsada@gmail.com

PENDAHULUAN

Tingkat pengangguran di Indonesia menjadi salah satu isu utama yang mendapatkan perhatian dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, sektor industri, dan lembaga pendidikan (Karim, 2024). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2024), pada Februari 2024, jumlah tenaga kerja nasional mencapai 149,38 juta orang, sementara jumlah penduduk yang bekerja adalah 142,18 juta orang, dengan tingkat pengangguran terbuka sebesar 4,82% (Maulana & Ekawati, 2025). Pengangguran tertinggi dialami oleh lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), yang mencapai 9,23%. Situasi ini menunjukkan adanya tantangan besar dalam menyalurkan lulusan SMK ke dunia kerja (Nurjanna & Romansyah Sahabuddin, 2022). Meskipun mereka telah mendapatkan keterampilan teknis melalui pendidikan vokasional (Tira dkk, 2023). Data ini mengindikasikan perlunya penyesuaian kurikulum dan strategi pendidikan yang lebih

menitikberatkan pada pengembangan soft skill sejak dini, agar lulusan SMK dapat lebih kompeten dan siap pakai di dunia kerja (Ahmad dkk, 2024).

Era digital saat ini, kompetensi teknis saja tidak cukup untuk bersaing di dunia kerja (Karim, 2025). Banyak lulusan SMK yang memiliki keahlian sesuai jurusan, namun kurang mampu memamerkan potensi diri secara optimal. Hal ini disebabkan oleh minimnya pemahaman tentang pentingnya personal branding sebagai alat untuk menonjol di mata pemberi kerja (Maddatuang dkk, 2020). Selain itu, soft skills seperti komunikasi, kerjasama, dan pengelolaan diri juga menjadi faktor penentu keberhasilan dalam dunia profesional (Mane dkk, 2022). Padahal, kedua aspek tersebut sangat dibutuhkan dalam proses perekrutan dan pengembangan karir. Kurangnya pelatihan praktis dan pengetahuan mengenai branding digital menambah kesenjangan kompetensi di kalangan siswa (Shadiq & Karim, 2023). Siswa sering merasa kurang percaya diri saat harus mempresentasikan diri secara profesional. Kondisi ini menghambat mereka untuk memperoleh peluang kerja yang sesuai dengan keahlian dan potensi mereka (Karim dkk, 2024). Diperlukan inovasi dan upaya terhadap pembangunan personal branding dan soft skills guna meningkatkan daya saing lulusan SMK (Ahmad, 2016; Ahmad dkk, 2024). Melalui program ini, diharapkan siswa mampu menunjukkan keunikannya dan bersaing secara sehat di tingkat nasional maupun global (Ahmad Jumarding dkk, 2021; Karim dkk, 2023).

Faktor teknologi digital semakin menyempurnakan proses pencarian kerja dan penilaian kompetensi (Peters, 1997; Perdana & Juhana, 2025). Saat ini, perusahaan maupun industri lebih mengutamakan kandidat yang mampu memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan diri mereka (Sani dkk, 2022). Siswa SMK perlu memahami pentingnya membangun citra diri yang profesional di dunia maya agar dapat menarik perhatian perusahaan. Sayangnya, banyak dari mereka yang belum mampu mengelola media sosial secara efektif dan strategis (Wilda dkk, 2025). Dampaknya, mereka kurang terlihat kompetitif di tengah kompetisi rekrutmen yang ketat. Penguasaan soft skills seperti komunikasi yang efektif, pengelolaan waktu, dan etika profesional menjadi kunci keberhasilan dalam proses seleksi kerja tersebut (Karim dkk, 2024). Kondisi ini menunjukkan perlunya pelatihan dan pembinaan yang fokus pada penguatan personal branding dan soft skills secara berkelanjutan (Kusumaningsih, 2024). Dengan demikian, siswa akan lebih siap dan percaya diri untuk menghadapi tantangan di era digital ini (Ahmad, 2023).

Personal branding menjadi hal penting dalam era digital karena individu dituntut untuk mampu mempromosikan dirinya secara profesional, baik secara langsung maupun melalui platform digital seperti media sosial atau situs portofolio (Karim, 2025). Ketidaksiapan lulusan SMK dalam memanfaatkan teknologi untuk membangun citra profesional membuat mereka kurang dilirik oleh dunia industri, meskipun memiliki kompetensi teknis yang cukup (Karim dkk, 2024). Selain itu, soft skill seperti kemampuan komunikasi, kerja sama tim, kepemimpinan, dan manajemen waktu menjadi faktor penentu keberhasilan seseorang di dunia kerja (Rachmawati, 2022). Menurut banyak penelitian, perusahaan saat ini lebih memilih tenaga kerja yang adaptif, memiliki kepribadian positif, dan mampu bekerja sama dalam tim, dibandingkan hanya yang unggul secara teknis. Kurangnya pelatihan soft skill di lingkungan sekolah membuat lulusan SMK kesulitan bersaing. Melihat pentingnya kedua hal tersebut,

membangun personal branding dan soft skill bagi siswa SMK bukan lagi pilihan, tetapi keharusan. Hal ini menjadi bentuk investasi penting yang harus diberikan sejak dini agar lulusan memiliki keunggulan kompetitif di pasar kerja yang semakin dinamis dan digital.

Menurut Tom Peters (1997) dalam bukunya *The Brand Called You*, personal branding adalah proses membentuk citra diri yang unik dan konsisten untuk menunjukkan keunikan individu kepada dunia. Peters menegaskan bahwa setiap individu harus mampu mengelola citra diri secara profesional agar dapat bersaing dan menonjol di pasar kerja maupun di kehidupan sosial. Personal branding membantu seseorang membangun identitas yang kuat dan menciptakan persepsi positif di mata orang lain, termasuk pemberi kerja dan rekan sejawat. Perdana dan Juhana (2025) menyatakan bahwa personal branding merupakan strategi pemasaran diri yang berfokus pada pengemasan kepribadian, kemampuan, dan nilai-nilai positif yang dimiliki individu untuk menciptakan persepsi baik dan memperkuat citra diri secara profesional. Selain personal branding, kurangnya penguasaan soft skill juga menjadi penghambat besar bagi lulusan SMK dalam memasuki dunia kerja. Robbins dan Judge (2017) dalam buku *Organizational Behavior* menekankan bahwa keterampilan interpersonal seperti komunikasi, kemampuan bekerja dalam tim, dan manajemen emosi memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan karier seseorang.

Menurut World Economic Forum (2020), soft skill seperti pemecahan masalah, kreativitas, dan kepemimpinan kini menjadi kompetensi yang sangat dicari oleh dunia industri. Penguasaan hard skill saja tidak cukup untuk memastikan kesiapan kerja seseorang. Menurut Robbins (2014), soft skill merupakan kunci utama dalam menilai kompetensi kandidat saat proses rekrutmen dan seleksi. Keterampilan ini menunjukkan kemampuan individu dalam berinteraksi, beradaptasi, serta menunjukkan kepribadian yang sesuai dengan budaya organisasi. Tanpa soft skill yang memadai, lulusan SMK dianggap belum mampu memenuhi kebutuhan industri yang semakin menuntut kedalaman kemampuan interpersonal dan manajerial. Menurut Singh dan Mohanty (2016), kekurangan soft skill juga berdampak langsung terhadap performa kerja dan integrasi anggota tim dalam suatu perusahaan. Mereka menekankan bahwa pelatihan soft skill merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari proses pendidikan vokasional.

Kurangnya pelatihan soft skill selama masa pendidikan sering menjadi alasan utama mengapa lulusan tidak mampu bersaing secara efektif di pasar tenaga kerja, meskipun memiliki kompetensi teknis yang cukup (Singh & Mohanty, 2016; Saudah dkk, 2023). Soft skills adalah kemampuan pribadi dan sosial yang memengaruhi kualitas hubungan dan keberhasilan seseorang dalam lingkungan kerja maupun kehidupan sehari-hari. Menurut Robbins dan Judge (2019) dalam *Organizational Behavior*, soft skills mencakup kemampuan komunikasi, kerjasama, pengelolaan waktu, kepemimpinan, dan kemampuan beradaptasi. Kusumaningsih (2024) menegaskan bahwa soft skills adalah keterampilan non-teknis yang penting untuk mendukung kompetensi teknis (hard skills) dan berperan dalam membangun hubungan, menyelesaikan masalah, serta berinteraksi secara efektif di tempat kerja.

Menurut Rachmawati (2022), personal branding dan soft skills memiliki peran vital dalam meningkatkan daya saing individu di era digital dan globalisasi. Kemampuan membangun citra diri yang positif dan menonjolkan keunikan membantu lulusan untuk memperoleh peluang kerja lebih besar dan menempatkan mereka sebagai kandidat

unggulan. Selain itu, Rahma dkk., (2024) menyatakan bahwa soft skills seperti komunikasi yang efektif, pengelolaan emosi, dan kerjasama tim sangat diperlukan untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan dunia kerja modern. Kombinasi personal branding dan soft skills mampu memperkuat posisi kandidat dan mempercepat proses adaptasi di lingkungan profesional.

Berdasarkan fenomena tersebut, tim Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dari dosen S1 Manajemen Institut Batari Toja Bone memandang perlunya dilaksanakan program sosialisasi dan pelatihan pembuatan CV, penguatan personal branding dan penguasaan soft skill kepada siswa SMK Negeri 1 Bone. Program ini dianggap sebagai langkah strategis dan penting dalam mengatasi berbagai kesulitan yang dihadapi siswa dalam mempersiapkan diri memasuki dunia kerja. Inisiatif ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kemampuan teknis siswa dalam membangun citra profesional dan merancang CV menarik sesuai standar industri, sekaligus memahami pengelolaan media sosial sebagai bagian dari strategi branding digital, juga membekali mereka dengan kepercayaan diri serta soft skills yang penting agar bisa bersaing secara kompetitif di pasar tenaga kerja.

Melalui program PKM ini, tim PKM berkomitmen untuk memberikan kontribusi nyata dalam bentuk pelatihan dan pendampingan kepada siswa SMK. Program ini akan difokuskan pada pengembangan soft skill berbasis praktik langsung serta pelatihan personal branding digital yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini (Shauma dkk, 2023; Karim dkk, 2025). Kegiatan ini dirancang agar siswa SMK tidak hanya memahami pentingnya kedua hal tersebut, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara mandiri. (Karim, 2023) Itulah mengapa Program ini penting dilaksanakan karena berkontribusi pada peningkatan kualitas lulusan SMK, sekaligus mendukung program pemerintah dalam menyiapkan SDM unggul dan siap kerja. Dengan keterlibatan aktif mahasiswa dalam pengabdian ini, diharapkan tercipta hubungan sinergis antara perguruan tinggi, sekolah, dan masyarakat dalam membangun generasi muda yang lebih kompetitif di era digital. Dengan dukungan dan pendampingan yang tepat, lulusan SMK Negeri 1 Bone diharapkan menjadi lebih siap dan kompeten dalam mengikuti proses rekrutmen, sehingga peluang mereka untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan keahlian mereka akan semakin besar.

METODOLOGI

Kegiatan pengabdian ini berbasis edukatif, yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pelatihan personal branding dan soft skill dapat meningkatkan kesiapan siswa SMK dalam menghadapi dunia kerja di era digital. Kegiatan ini dikategorikan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat yang bersifat partisipatif dan aplikatif, dan dilaksanakan di SMK Negeri 1 Bone, Sulawesi Selatan, pada hari Rabu, 16 Juli 2025. Populasi kegiatan ini adalah seluruh siswa kelas XI, dengan sampel sebanyak 30 siswa yang dipilih berdasarkan minat dan rekomendasi pihak sekolah, sebagai representasi dalam skala terbatas. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, pre-test dan wawancara terbuka dengan siswa, serta penyebaran kuesioner. Tahapan pelaksanaan kegiatan dimulai sebagai berikut:

1. Pra-survei ke SMK Negeri 1 Bone untuk menjalin komunikasi awal dengan pihak sekolah dan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi siswa maupun lulusan terkait kesiapan memasuki dunia kerja.
2. Dilakukan koordinasi dengan tim pengabdian untuk merumuskan rencana program yang sesuai dengan hasil temuan lapangan, sehingga materi pelatihan yang disusun benar-benar menjawab kebutuhan siswa.
3. Survei lanjutan bersama pihak sekolah guna memastikan kesesuaian materi dan metode pelatihan.
4. Tahap akhir adalah pelaksanaan pelatihan yang mencakup penyampaian materi tentang pengenalan potensi diri, pembuatan CV, simulasi dan praktik membuat CV, serta pelatihan wawancara kerja melalui pemaparan materi dan role-play antara narasumber dan siswa.

Tahapan diatas menggambarkan alur kegiatan PKM yang dimulai dari tahap persiapan antara tim pelaksana dan pihak sekolah sebagai mitra, kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan program, dan ditutup dengan tahap evaluasi menyeluruh untuk menilai efektivitas serta tingkat pencapaian tujuan kegiatan. Kegiatan ini difokuskan pada pelatihan keterampilan komunikasi, pembuatan CV yang menarik, serta pengelolaan media sosial profesional. Dalam pelaksanaannya, peserta dibimbing menggunakan teknologi informasi seperti platform linkedin untuk membangun profil kerja, serta memanfaatkan perangkat lunak pengolah kata dan desain grafis sederhana seperti canva untuk membuat CV dan menampilkan contoh CV yang lebih menarik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Membangun Personal Branding dan Soft Skill bagi Siswa SMA/SMK sebagai Investasi di Era Digital" dilaksanakan pada hari Rabu, 16 Juli 2025, bertempat di SMKN 1 Bone, yang beralamat di Jalan Lapawawoi Karaeng Sigeri, Desa Biru, Kecamatan Tanete Riattang. Kegiatan pelatihan ini berjalan dengan lancar dan sukses sebagai wujud komitmen untuk meningkatkan mutu lulusan SMK di Kota Bone. Khususnya dalam pengembangan personal branding dan soft skill yang sangat penting bagi kesiapan mereka memasuki dunia kerja.

A. Pre Test

Mengawali Kegiatan PKM ini dibuka oleh A. Harsada, SE.,MM sebagai narasumber pertama dengan pengisian Pre Test. Pelaksanaan pre-test sebelum penyampaian materi dalam suatu pelatihan atau kegiatan edukatif memiliki peran yang sangat penting sebagai bagian dari proses evaluasi pembelajaran. Pre-test digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman awal peserta terhadap materi yang akan diberikan, sehingga penyelenggara dapat mengetahui sejauh mana kesiapan dan latar belakang pengetahuan peserta (Karim dkk, 2022). Dengan mengetahui kemampuan awal ini, pemateri dapat menyesuaikan pendekatan, metode, dan kedalaman materi yang disampaikan agar lebih tepat sasaran. Selain itu, hasil pre-test juga menjadi dasar pembandingan untuk mengevaluasi peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan, melalui post-test. Dalam konteks pelatihan "Membangun Personal Branding dan Soft Skill bagi Siswa SMA/SMK", pre-test membantu mengidentifikasi sejauh mana siswa memahami konsep dasar seperti kepercayaan diri, pembuatan CV, pengelolaan

media sosial, dan wawancara kerja. Dengan demikian, pelaksanaan pre-test bukan hanya menjadi prosedur teknis, tetapi juga bagian integral dari strategi pembelajaran yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan hasil akhir dari kegiatan pelatihan secara keseluruhan.



Gambar 1. Suasana pengisian pre-test oleh Siswa SMK Negeri 1 Bone

B. Penyampaian Materi Pengabdian

Materi yang disampaikan oleh tim pelaksana dalam kegiatan PKM ini difokuskan pada pengembangan soft skill siswa melalui pendekatan personal branding. Mengingat dunia kerja saat ini semakin kompetitif, lulusan SMK tidak lagi cukup hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga dituntut untuk memiliki kemampuan interpersonal dan keterampilan dalam membangun serta memasarkan citra diri secara positif. Oleh karena itu, isi pelatihan lebih diarahkan pada bagaimana siswa dapat membangun citra diri yang kuat, berkomunikasi dengan efektif, serta menunjukkan sikap dan karakter yang profesional.

Kegiatan ini tidak hanya berisi pemaparan teori, tetapi juga dilengkapi dengan sesi praktik dan simulasi. Siswa dilibatkan langsung dalam simulasi wawancara kerja dan latihan membuat curriculum vitae (CV) yang menarik dan sesuai standar dunia kerja saat ini. Diharapkan, melalui kombinasi antara teori dan praktik tersebut, siswa dapat mengasah keterampilan secara nyata dan memiliki kesiapan yang lebih baik dalam bersaing serta mendapatkan pekerjaan yang layak di era digital.

Salah satu sesi utama dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) diisi oleh narasumber A. Endang Maulana, SM., MM., yang membawakan materi tentang pentingnya personal branding dalam memasuki dunia kerja. Dalam sesi tersebut, beliau menekankan bahwa personal branding bukan sekadar bagaimana seseorang menampilkan dirinya di media sosial, tetapi juga mencakup bagaimana individu membentuk persepsi orang lain terhadap dirinya melalui keunikan, karakter, dan nilai yang dimiliki. Personal branding dijelaskan sebagai proses membangun citra diri yang

selaras dengan tujuan profesional seseorang. Tujuan utamanya adalah menciptakan kesan positif yang mampu menarik perhatian dan membangun kepercayaan dari lingkungan sekitar, termasuk calon pemberi kerja. Dengan citra yang kuat dan otentik, seseorang akan lebih mudah dikenali dan diingat, yang pada akhirnya dapat membuka peluang dalam dunia kerja dan jejaring profesional.

Lebih lanjut, narasumber juga menjelaskan langkah-langkah strategis dalam membangun personal branding yang efektif. Di antaranya adalah mengenali diri sendiri secara mendalam, menetapkan tujuan yang jelas dan terarah, menjaga konsistensi dalam perilaku dan penampilan, memproduksi konten yang mencerminkan nilai diri, serta memperluas jaringan atau relasi secara aktif. Semua langkah ini penting dilakukan secara berkelanjutan agar personal branding yang dibangun dapat memberikan dampak nyata dalam pengembangan karier, khususnya bagi lulusan SMK yang akan terjun ke dunia kerja.



Gambar 2. Suasana penyampaian materi dan interaksi langsung dalam sesi pelatihan

C. Simulasi dan Latihan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini, penyampaian materi tidak hanya terbatas pada aspek teoritis, tetapi juga diperkaya dengan sesi praktik dan simulasi interaktif yang dipandu langsung oleh A. Endang Maulana, SM., MM dan Sitti Hardiyanti, SE., MM. Sesi ini dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang lebih aplikatif, di mana para siswa secara aktif dilibatkan dalam menerapkan pengetahuan yang telah mereka peroleh dari materi sebelumnya. Melalui simulasi dan latihan langsung, siswa diajak untuk menghadapi situasi nyata yang umumnya dijumpai oleh para lulusan ketika memasuki dunia kerja.

Narasumber memberikan berbagai contoh kasus, tantangan komunikasi, dan skenario seputar media sosial, seperti latihan berbicara untuk meningkatkan kepercayaan diri, penyusunan CV, hingga cara berperilaku profesional dalam lingkungan kerja. Dengan pendekatan ini, siswa tidak hanya memahami konsep personal branding

dan soft skill secara konseptual, tetapi juga mendapatkan kesempatan untuk melatih respons, sikap, dan kemampuan mereka dalam konteks yang menyerupai dunia kerja sesungguhnya.

Sesi ini menjadi bagian penting dalam mendorong pembentukan karakter dan kesiapan mental siswa, sekaligus menumbuhkan rasa percaya diri dan pemahaman praktis yang lebih mendalam. Melalui pengalaman langsung ini, diharapkan siswa mampu menginternalisasi nilai-nilai yang disampaikan, serta mengembangkan keterampilan interpersonal dan komunikasi yang dibutuhkan untuk bersaing secara efektif di era digital yang penuh tantangan.

D. Tanya Jawab dan Diskusi

Kegiatan sesi tanya jawab dan diskusi interaktif bersama para siswa dari SMKN 1 Bone. Dalam sesi ini, para peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan dan pendapat mereka secara langsung kepada tim pelaksana. Salah satu pertanyaan yang mencerminkan rasa ingin tahu tinggi dari siswa adalah mengenai pentingnya pembuatan CV serta bagaimana menyusunnya agar dapat menarik perhatian perusahaan dan lolos ke tahap seleksi selanjutnya.

Partisipasi aktif siswa dalam sesi diskusi ini menunjukkan tingginya antusiasme dan ketertarikan mereka terhadap materi yang disampaikan, khususnya terkait dengan personal branding dan soft skill yang relevan untuk dunia kerja masa kini. Respon siswa yang penuh semangat ini menjadi indikator bahwa materi yang disampaikan berhasil memancing minat dan memberikan wawasan baru yang dapat langsung dirasakan manfaatnya oleh peserta.

Tim pelaksana berharap bahwa ilmu dan keterampilan yang telah dibagikan dalam kegiatan ini dapat benar-benar diterapkan oleh siswa dalam perjalanan mereka ke dunia kerja. Hal ini sejalan dengan harapan dari tim Pelaksana PKM, A. Harsada, SE., MM., A. Endang Maulana, SM., MM., dan Sitti Hardiyanti, SE., MM. yang menekankan pentingnya penerapan hasil pelatihan secara nyata oleh para siswa agar mereka dapat meraih kesuksesan di masa depan, dengan menjadikan personal branding dan soft skill sebagai kekuatan utama.

Melalui kegiatan PKM seperti ini, tim pelaksana berkomitmen untuk terus berkontribusi dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia, khususnya di kalangan pelajar SMK. Dengan adanya pelatihan yang relevan dan berbasis kebutuhan, diharapkan semakin banyak siswa yang siap menghadapi persaingan global, memiliki kepercayaan diri, dan mampu membangun personal branding yang membedakan mereka dari yang lain.

E. Evaluasi dan Pengisian Kuesioner

Pelaksanaan kegiatan PKM ini ditutup oleh A. Harsada, SE., MM. Sebagai bagian dari tahapan evaluasi kegiatan, seluruh peserta diwajibkan mengikuti post-test di akhir sesi pelatihan. Post-test ini dirancang untuk mengukur sejauh mana pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan selama sesi sosialisasi dan pelatihan. Evaluasi ini menjadi alat penting dalam menilai efektivitas metode penyampaian materi sekaligus sebagai indikator pencapaian tujuan kegiatan.

Sebelum pelatihan dimulai, peserta terlebih dahulu mengerjakan pre-test sebagai tolok ukur pengetahuan awal mereka mengenai topik personal branding, soft skill, serta

persiapan memasuki dunia kerja. Berdasarkan hasil rekapitulasi, nilai rata-rata pre-test peserta berada pada angka 32%, yang menunjukkan bahwa pemahaman awal mereka terhadap materi masih cukup rendah. Hal ini juga memperkuat urgensi dilaksanakannya pelatihan ini sebagai bentuk intervensi edukatif yang relevan.

Setelah pelatihan selesai, peserta kembali diuji melalui post-test dengan materi yang setara. Hasilnya menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan, yaitu rata-rata mencapai 89%. Lonjakan ini mencerminkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam hal membangun personal branding, menyusun CV, melakukan persiapan wawancara kerja, serta memahami pentingnya soft skill dalam dunia kerja modern.

Peningkatan skor antara pre-test dan post-test ini tidak hanya menunjukkan keberhasilan kegiatan dalam aspek kognitif, tetapi juga memperlihatkan bahwa metode penyampaian materi—baik melalui ceramah, praktik langsung, maupun simulasi—berhasil meningkatkan kesiapan siswa secara nyata. Dengan demikian, kegiatan ini terbukti efektif dalam membekali peserta dengan keterampilan yang aplikatif dan sesuai dengan tuntutan dunia kerja saat ini.

Para pelaksana kegiatan memiliki komitmen yang kuat untuk terus memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi masyarakat, khususnya dalam dunia pendidikan. Melalui pelaksanaan berbagai program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang bersifat edukatif dan aplikatif, tim berusaha menjembatani kesenjangan antara dunia pendidikan dan tuntutan dunia kerja yang terus berkembang. Program ini menjadi salah satu bentuk nyata dari kontribusi akademisi dalam mempersiapkan generasi muda agar lebih adaptif, terampil, dan siap bersaing di era modern.

Kegiatan PKM bertema “Membangun Personal Branding dan Soft Skill bagi Siswa SMA/SMK sebagai Investasi di Era Digital” menjadi langkah strategis dalam menjawab tantangan tersebut. Dengan memberikan pelatihan berbasis keterampilan praktis dan penguatan karakter, siswa tidak hanya dibekali dengan pengetahuan teoritis, tetapi juga diarahkan untuk mampu mengenali potensi dirinya, mengelola citra profesional, serta mengasah kemampuan komunikasi dan kerja sama yang sangat dibutuhkan di dunia kerja saat ini.

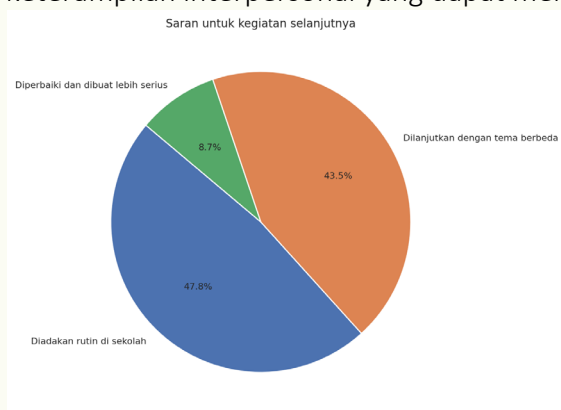
Melalui pelatihan seperti ini, diharapkan semakin banyak siswa yang memiliki kesiapan mental dan kompetensi yang memadai untuk menghadapi persaingan kerja yang semakin ketat, baik di tingkat lokal maupun global. Kemampuan dalam membangun personal branding yang kuat akan menjadi keunggulan tersendiri bagi siswa, karena hal ini dapat menjadi pembeda utama yang menunjukkan nilai unik mereka dibandingkan individu lain.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memberi manfaat jangka pendek dalam bentuk peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga menjadi investasi jangka panjang bagi pengembangan kualitas sumber daya manusia. Oleh karena itu, tim pelaksana bertekad untuk terus menginisiasi dan mengembangkan program-program serupa yang relevan dengan kebutuhan zaman dan berdampak langsung pada kemajuan pendidikan dan kesejahteraan masyarakat.

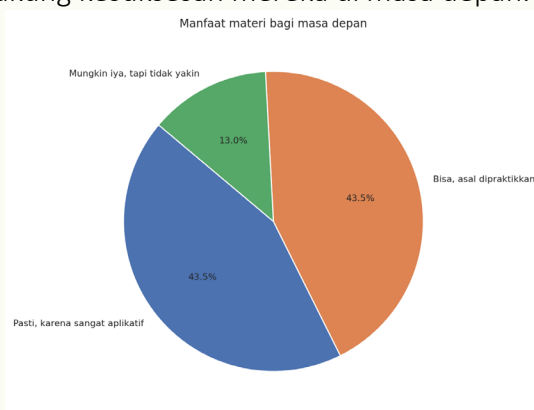
Meningkatkan efektivitas pembelajaran soft skill dan personal branding, diharapkan sekolah dapat mengintegrasikan pelatihan tersebut ke dalam kurikulum atau program pengembangan diri secara berkelanjutan. Dengan demikian, keterampilan

ini tidak hanya diberikan secara sporadis, melainkan menjadi bagian rutin dari proses pendidikan siswa. Selain itu, pelatihan yang dilakukan hendaknya mengedepankan pendekatan praktis, seperti simulasi wawancara kerja, praktik pembuatan CV digital, serta penggunaan studi kasus dunia kerja yang nyata, agar siswa lebih siap menghadapi tantangan di lapangan. Pemanfaatan teknologi digital juga sangat penting; oleh karena itu, guru dan siswa perlu terus dibekali keterampilan dalam menggunakan platform-platform digital profesional seperti LinkedIn, Canva, dan berbagai aplikasi pencari kerja untuk membangun dan memperkuat citra profesional mereka di era digital.

Sekolah juga dianjurkan menjalin kerja sama dengan dunia industri atau praktisi sumber daya manusia guna menghadirkan pelatihan yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja saat ini, sehingga materi yang disampaikan lebih aplikatif dan sesuai dengan perkembangan dunia kerja. Terakhir, keberlanjutan pembinaan melalui program mentoring atau pendampingan sangat diperlukan agar siswa tidak hanya sekadar memahami teori, tetapi juga secara konsisten mengembangkan personal branding dan keterampilan interpersonal yang dapat mendukung kesuksesan mereka di masa depan.



Gambar 4. Diagram Sarannya untuk Kegiatan Selanjutnya



Gambar 5. Diagram Manfaat Materi Bagi Masa Depan

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan bertema "Membangun Personal Branding dan Soft Skill bagi Siswa SMA/SMK sebagai Investasi di Era Digital" telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan kesiapan siswa menghadapi dunia kerja yang semakin kompetitif. Melalui pelatihan ini, siswa dibekali dengan keterampilan esensial yang tidak hanya mendukung kompetensi teknis, tetapi juga mengembangkan aspek non-teknis yang menjadi penentu keberhasilan di era digital. Materi tentang kepercayaan diri membantu siswa untuk mengenal potensi dirinya, tampil lebih yakin, serta mampu menyampaikan ide dan pendapat secara jelas dan percaya diri. Dalam sesi pembuatan CV, siswa dilatih menyusun dokumen lamaran kerja yang menarik, profesional, dan sesuai standar industri, termasuk pemanfaatan tools digital seperti Canva.

Pelatihan mengenai pengelolaan media sosial membuka wawasan siswa tentang pentingnya menjaga citra diri secara online serta membangun profil profesional, khususnya di platform seperti LinkedIn. Sementara itu, dalam materi wawancara kerja, siswa diberi kesempatan untuk melakukan simulasi interview, melatih kemampuan komunikasi, serta belajar menjawab pertanyaan secara efektif dan meyakinkan. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil menumbuhkan kesadaran dan keterampilan dasar

dalam membangun personal branding yang kuat serta memperkuat soft skill yang relevan. Hal ini menjadi investasi penting bagi siswa SMA/SMK agar mampu bersaing secara global, menyesuaikan diri dengan kebutuhan dunia kerja modern, serta memiliki keunggulan dalam membangun karier di masa depan.

Referensi:

- Ahmad Jumarding, S. E., Manne, H. A. A., & Abdul Karim, S. E. (2021). *Desa wisata menunjang transformasi ekonomi nasional di kabupaten Enrekang*. Nas Media Pustaka.
- Ahmad, A. R. (2016). MENCIPTAKAN DESA MANDIRI KESEHATAN DI DESA SALUKANAN KECAMATAN BARAKA KABUPATEN ENREKANG. *Jurnal Balireso: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 1(1).
- Ahmad, A. R. (2023). Inventarisir Sumber Daya Alam Desa Sanrobone Kabupaten Takalar Sulsel Dalam Produksi Herbal Immune Booster. *Batoboh: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1), 21-27.
- Ahmad, A. R., Handayani, S., & Handayani, V. (2024). *PIGMEN WARNA ALAMI PEMANFAATAN DALAM BIDANG FARMASI*. Nas Media Pustaka.
- Ahmad, A. R., Murfat, Z., & Handayani, V. (2024). Manisan MKS "Pendekatan Produksi dan Manajerial". *Celebes Journal of Community Services*, 3(2), 188-194.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). Labor Market Statistics. Jakarta: BPS.
- Karim, A. (2023). Analisis Kebangkrutan Perusahaan Makanan dan Minuman di Indonesia (M. Yusri. *Nas Media Pustaka*.
- Karim, A. (2024). *Pendidikan & Pendapatan Menurunkan Kemiskinan Rumah Tangga*. Nas Media Pustaka.
- Karim, A. (2025). *Transformasi Digital dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Era Soccity 5.0*. Nas Media Pustaka.
- Karim, A., Ahmad, A., & Hawing, H. (2025). The Effect of Word Discipline and Giving Rewards on Employee Performance at PT Inhutani I Banjarbaru, South Kalimantan. *Economics and Digital Business Review*, 6(1), 558-566.
- Karim, A., Ahmad, A., & Syamsuddin, I. (2024). An empirical study on the impact of village fund on economic growth and poverty alleviation. *Journal of Logistics, Informatics and Service Science*, 11(9), 333-352.
- Karim, A., Desi, N., Azis, M., & Daga, R. (2022). Kemandirian BUMDes Upaya Meningkatkan Pades di Desa Pallatikang Kabupaten Jeneponto. *Celebes Journal of Community Services*, 1(1), 1-13.
- Karim, A., Faisal, F., Jumarpati, J., Lahabu, I., Alkadry, I., Paningaran, I., ... & Hidayat, Y. (2024). Debat Pilkada 2024 Antar Siswa SMA/SMK/MA se-Kabupaten Luwu Timur. *Celebes Journal of Community Services*, 3(2), 149-160.
- Karim, A., Ruslan, M., Chahyono, C., Yunus, M. K., & Ahmad, A. (2024). Fintech P2P Lending in Increasing People's Purchasing Power in South Sulawesi Province. *Journal The Winners*, 25(2).
- Karim, A., Syamsuddin, I., & Asrianto, A. (2023). Profitability ratio analysis profit growth PT. Gudang Garam Tbk on the IDX for the 2014-2021 period. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 7(2), 649-660.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud). (2023). Laporan Peningkatan Soft Skill di Pendidikan Vokasional. Jakarta.
- Kusumaningsih, S. (2024). Pengembangan soft skill sebagai solusi pengurangan pengangguran lulusan SMK. *Jurnal Pendidikan dan Pelatihan*, 10(1), 45-52.

- Maddatuang, B., Sabara, Z., Wekke, I. S., & Karim, A. (2020). Langkah Mewujudkan Insan Cita Pandangan Lintas Disiplin.
- Mane, A. A., Syarifuddin, S., Loli, H., Menne, F., Pannyiwi, R., Hasan, S., ... & Karim, A. (2022). Peran UMKM dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Desa Kaloling. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 341-346.
- Maulana, A. E., & Ekawati, S. (2025). Eksplorasi Psikologis Pengguna TikTok Pada Generasi Zoomer: Tinjauan Literatur Tentang Motivasi, Prilaku, dan Dampak Psikologis. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1235-1244.
- Nurjanna, S. E., Ak, M., & Romansyah Sahabuddin, S. E. (2022). *Keputusan Berwirausaha Kalangan Wanita di Kota Makassar*. Nas Media Pustaka.
- Perdana, A. P., & Juhana, A. (2025). Pentingnya "Personal Branding" Bagi Setiap Individu di Dunia Kerja. *Kajian Branding Indonesia*, 6(2), 153–158.
- Peters, T. (1997). *The Brand Called You*. Fast Company.
- Rachmawati, D. (2022). Pandangan Generasi Z Mengenai Personal Branding Online. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(1), 137–149.
- Rahma, D. W., Fitriati, T. N., Firman, R. R., Daryatmo, K. T. P., Rifky, R. M., Aisyah, N., & Wibowo, N. C. (2024). Pentingnya Personal Branding: Pembekalan Siswa-Siswi SMK Telekomunikasi Telesandi dalam Menyambut Dunia Kerja. *SOROT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 92–97.
- Robbins, S. P., & Judge, T. (2019). *Organizational Behavior* (18th ed.). Pearson Education.
- Sani, A., Ahmad, A., Herison, R., Mane, A., Syamsuddin, I., & Karim, A. (2022). Wisata Desa Sapana dalam Peningkatan Ekonomi di Desa Bonto Salama Kabupaten Sinjai. *Celebes Journal of Community Services*, 1(1), 14-21.
- Saudah, S., Ambawani, S., Putranti, B. E., & Nurnawati, E. K. (2023). PENDAMPINGAN MENGENAL BAHASA SIMBOL/LOGO PADA KEMASAN PLASTIK MENUJU HIDUP SEHAT BAGI WARGADUSUN KALIJERUK II, WIDODOMARTANI, NGEMPLAK, SLEMAN. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, 4(4), 175-183.
- Shadiq, M. A., & Karim, A. (2023). Review Implementation of the Principle Transparency Filling for Structural Positions in the Takalar Regency Government. *International Journal of Social Science Research and Review*, 6(7), 342-348.
- Shauma, C. A., Fulyani, F., Pramono, A., Mahati, E., Putri, S. R., Maulana, R. A., & Anjani, G. (2023). Liprotide-encapsulated vitamin D3 modulates circulated PTH levels and improved bone microstructure. *Jurnal Gizi Indonesia (The Indonesian Journal of Nutrition)*, 12(1), 44-52.
- Singh, R., & Mohanty, S. (2016). The importance of soft skills for employability. *Journal of Vocational Education & Training*, 68(2), 284-296.
- Tira, A., Ruslan, M., & Karim, A. (2023). Strengthening legal institutions for performing rights to preservelocal art creations as national tourism assets. *Russian Law Journal*, 11(5), 2465-2471.
- Wilda, W., Hardiyanti, S., & Harsada, A. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Struktur Modal Terhadap Harga Saham Perusahaan Kelapa Sawit di Bursa Efek Indonesia. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1452-1468.
- World Economic Forum. (2020). *The Future of Jobs Report 2020*. Retrieved from <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>