

## Sosialisasi Personal Branding sebagai Strategi Pembentukan Identitas Positif Generasi Z Pada Lingkungan SMA Negeri 4 Siak Hulu

### *Socialization of Personal Branding as a Strategy for Building a Positive Identity for Generation Z at SMA Negeri 4 Siak Hulu*

Saddam Muhdi<sup>1\*</sup>, May Valzon<sup>2</sup>, Mukhammad Fathkhur Rozaq<sup>3</sup>, Amelia Elvarani<sup>4</sup>, Arzi Putra Persada<sup>5</sup>, Dinda Lestari<sup>6</sup>, Dheana Salsabiela Eddy<sup>7</sup>, Laila Indah Fitriya<sup>8</sup>, Muga Hapdy Daulay<sup>9</sup>, Prista Indria Nawang Wulan<sup>10</sup>, Raja Alya Zahra<sup>11</sup>, Umami Azizah Nasution<sup>12</sup>, Widya Ade Putri Sinaga<sup>13</sup>  
<sup>1-13</sup> Universitas Abdurrah, Indonesia

Penulis Korespondensi: [saddam.muhi@univrab.ac.id](mailto:saddam.muhi@univrab.ac.id)\*

---

#### Article History:

Received: September 14, 2025;

Revised: September 28, 2025;

Accepted: September 30, 2025;

Published: October 02, 2025;

**Keywords:** Generation Z; High school students; Personal branding; Positive identity; Socialization

**Abstract:** This community service activity through the Real Work Lecture (KKN) program aims to increase students' understanding and awareness of the importance of personal branding as a strategy for forming a positive identity for Generation Z. The socialization was held on August 28, 2025, at SMA Negeri 4 Siak Hulu, Teratak Buluh Village, targeting 12th grade students. The methods used were face-to-face counseling through PowerPoint presentations, interactive discussions, and evaluations in the form of pre-tests and post-tests to measure the level of understanding before and after the material was delivered. The results of the activity showed a significant increase in the average student understanding score, from 14.70 on the pre-test to 22.55 on the post-test, with a difference of 7.85 points. A paired t-test also showed a significant difference ( $p < 0.001$ ), confirming that personal branding socialization is effective in improving student understanding. Thus, this activity not only adds to students' knowledge but also provides them with practical skills in building a positive self-identity, increasing their self-confidence, and preparing them to face the challenges of education and work in the digital age.

---

#### Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran siswa tentang pentingnya personal branding sebagai strategi pembentukan identitas positif bagi Generasi Z. Sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 28 Agustus 2025 di SMA Negeri 4 Siak Hulu, Desa Teratak Buluh, dengan sasaran siswa kelas 12. Metode yang digunakan adalah penyuluhan tatap muka melalui presentasi PowerPoint, diskusi interaktif, serta evaluasi berupa pretest dan posttest untuk mengukur tingkat pemahaman sebelum dan sesudah pemberian materi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan rata-rata skor pemahaman siswa, dari 14,70 pada pretest menjadi 22,55 pada posttest, dengan selisih sebesar 7,85 poin. Uji t berpasangan juga menunjukkan perbedaan yang signifikan ( $p < 0,001$ ), yang menegaskan bahwa sosialisasi personal branding efektif dalam meningkatkan pemahaman siswa. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga memberikan bekal praktis bagi siswa dalam membangun identitas diri yang positif, meningkatkan rasa percaya diri, serta mempersiapkan mereka menghadapi tantangan dunia pendidikan dan kerja di era digital.

**Kata Kunci:** Generasi Z; Identitas positif; Personal branding; Siswa SMA; Sosialisasi

## **1. PENDAHULUAN**

Di era digital saat ini, personal branding menjadi salah satu aspek penting dalam membangun identitas individu, terutama bagi Generasi Z yang dikenal sebagai generasi yang tumbuh bersamaan dengan kemajuan teknologi informasi. Menurut data dari We Are Social dan Hootsuite (2023), sekitar 98% dari Generasi Z memiliki akses ke internet dan aktif di media sosial, yang menjadikan mereka sangat terpapar oleh berbagai informasi dan citra publik. Personal branding, yang didefinisikan sebagai cara individu mempromosikan diri mereka sendiri, menjadi sangat relevan dalam konteks ini. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan bagaimana mereka dipersepsikan di dunia maya, tetapi juga berpengaruh pada kesempatan karier dan interaksi sosial mereka di dunia nyata (Putri, 2022).

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu program yang diadakan oleh perguruan tinggi di Indonesia, di mana mahasiswa terjun langsung ke masyarakat untuk melakukan pengabdian. Program ini tidak hanya memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari, tetapi juga berfungsi sebagai wadah untuk mengembangkan soft skills dan personal branding mereka. Menurut penelitian oleh Rahmawati (2021), KKN dapat meningkatkan kemampuan komunikasi dan kepemimpinan mahasiswa, yang merupakan elemen penting dalam membangun personal branding yang efektif.

SMA Negeri 4 Siak Hulu terletak di Desa Teratak Buluh, yang merupakan daerah dengan potensi sumber daya manusia yang cukup baik, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan diri siswa. Berdasarkan data dari Dinas Pendidikan Kabupaten Siak, tingkat partisipasi siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler di sekolah ini masih tergolong rendah, yaitu sekitar 40% (Dinas Pendidikan Kabupaten Siak, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa siswa-siswa di sekolah ini belum sepenuhnya memanfaatkan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan dan kemampuan diri mereka.

Selain itu, lokasi Desa Teratak Buluh yang merupakan daerah yang sedang berkembang juga menjadi alasan penting dalam pemilihan subyek pengabdian ini. Dengan adanya kegiatan KKN di daerah ini, diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat, terutama dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya pendidikan dan pengembangan diri. Data dari Dinas Sosial menunjukkan bahwa tingkat pendidikan di desa ini masih tergolong rendah, dengan hanya 60% penduduk yang memiliki ijazah SMA (Dinas Sosial Kabupaten Siak, 2022).

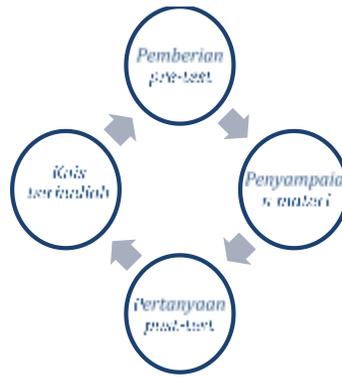
Perubahan sosial yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya kesadaran siswa tentang pentingnya personal branding dan pengembangan diri. Dengan adanya sosialisasi ini, diharapkan siswa dapat memahami bahwa citra diri yang baik dapat membuka banyak

peluang, baik di dunia pendidikan maupun di dunia kerja. Menurut data dari World Economic Forum, 65% anak-anak yang saat ini masuk sekolah dasar akan bekerja di profesi yang belum ada saat ini (WEF, 2020). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya bagi generasi muda untuk mempersiapkan diri dengan baik.

Relevansi topik ini semakin mendalam ketika mempertimbangkan tantangan sosial dan budaya yang dihadapi oleh Generasi Z. Di tengah arus informasi yang cepat dan beragam, mereka sering kali terjebak dalam citra yang tidak akurat atau negatif. Oleh karena itu, sosialisasi personal branding yang efektif melalui kegiatan KKN bisa menjadi strategi yang tepat untuk membantu mereka membangun identitas positif yang sesuai dengan nilai dan aspirasi mereka (Sari, 2023).

## **2. METODE**

Metode kegiatan yang digunakan adalah penyuluhan. Pembelajaran difokuskan pada upaya peningkatan pengetahuan dan pemahaman siswa terkait pentingnya personal branding sebagai strategi pembentukan identitas positif. Media yang digunakan dalam kegiatan ini adalah materi berupa PowerPoint serta kuesioner berupa pretest dan posttest untuk mengukur tingkat pemahaman siswa sebelum dan sesudah diberikan materi. Metode penyuluhan yang digunakan adalah diskusi interaktif dan presentasi langsung. Fasilitator dalam kegiatan sosialisasi ini adalah infokus dan ruangan kelas oleh pihak sekolah dan materi oleh pihak tim mahasiswa KKN Kelompok 10 dari Universitas Abdurrab. Sasaran kegiatan ini adalah siswa kelas 12 SMA Negeri 4 Siak Hulu, Desa Teratak Buluh. Kegiatan sosialisasi personal branding ini dilaksanakan secara tatap muka, dengan melibatkan siswa secara aktif dalam proses perencanaan sederhana, diskusi kelas, serta evaluasi melalui pretest dan posttest. Proses perencanaan dan strategi yang digunakan difokuskan pada penyusunan materi presentasi serta pemberian kesempatan diskusi bersama siswa untuk mendorong pemahaman dan penerapan personal branding dalam kehidupan sehari-hari maupun persiapan menghadapi dunia kerja dan pendidikan lanjutan.



**Gambar 1.** Alur kegiatan penyuluhan personal branding bagi gen z

### 3. HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 28 Agustus 2025 dengan sasaran siswa kelas 12 SMA Negeri 4 Siak Hulu, Desa Teratak Buluh. Pelaksanaan kegiatan dilakukan di lingkungan sekolah mulai pukul 09.00 – 11.00 WIB. Kegiatan diawali dengan pemberian pretest untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal siswa mengenai personal branding, kemudian dilanjutkan dengan penyampaian materi melalui presentasi PowerPoint serta diskusi interaktif. Setelah penyuluhan selesai, siswa diberikan posttest sebagai evaluasi untuk mengukur peningkatan pemahaman setelah menerima materi.

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	SEBELUM	14.7000	20	2.00263	.44780
	SESUDAH	22.5500	20	1.70062	.38027

Paired Samples Correlations				
		N	Correlation	Sig.
Pair 1	SEBELUM SESUDAH	&20	-.382	.097

Paired Samples Test									
Paired Differences			95% Confidence Interval			t	df	Sig. (2-tailed)	
	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Lower	Upper				
Pair 1	SEBELUM & SESUDAH	-7.85000	3.08263	.68930	-9.29272	-6.40728	-11.388	19	.000



Berdasarkan hasil analisis deskriptif, rata-rata skor sebelum perlakuan adalah **14,70** ( $SD = 2,00$ ) dan rata-rata skor sesudah perlakuan adalah **22,55** ( $SD = 1,70$ ). Hal ini menunjukkan adanya peningkatan skor sebesar **7,85 poin** setelah diberikan perlakuan. Uji korelasi berpasangan menunjukkan hubungan negatif yang tidak signifikan antara skor sebelum dan sesudah ( $r = -0,382$ ,  $p = 0,097$ ), sehingga perubahan skor tidak disebabkan oleh hubungan linear yang kuat antara kedua pengukuran. Hasil uji t berpasangan menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan antara skor sebelum dan sesudah ( $t(19) = -11,388$ ,  $p < 0,001$ ), dengan selang kepercayaan 95% berkisar antara  $-9,29$  hingga  $-6,40$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perlakuan yang diberikan **secara signifikan meningkatkan** skor peserta, sehingga perlakuan tersebut efektif dalam menghasilkan perubahan yang diinginkan.

#### 4. DISKUSI

##### Hasil Personal Branding

Berdasarkan hasil pretest dan posttest, sosialisasi personal branding pada siswa kelas 12 SMA Negeri 4 Siak Hulu, Desa Teratak Buluh, menunjukkan peningkatan signifikan pemahaman siswa setelah diberikan materi, sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa penyuluhan tatap muka, diskusi, dan simulasi efektif meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa (Sutanto, 2022; Ramadhan, 2023). Hasil ini didukung temuan bahwa penggunaan media presentasi interaktif serta evaluasi melalui pretest dan posttest mampu mengukur perubahan pengetahuan secara objektif (Mulyani, 2022; Hasanah, 2023). Peningkatan pemahaman siswa juga sejalan dengan studi yang menekankan pentingnya personal branding bagi Gen Z dalam membangun identitas positif dan kesiapan menghadapi era digital (Sari, 2021; Pratama, 2022; Nurhaliza, 2023). Kendati demikian, beberapa hambatan ditemukan, seperti keterbatasan waktu dan perbedaan tingkat pemahaman awal, sehingga diperlukan penguatan melalui workshop praktik dan studi kasus nyata (Hidayat, 2022; Rahayu,

2023; Firmansyah, 2024). Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya efektif meningkatkan pemahaman siswa mengenai personal branding, tetapi juga memiliki implikasi penting dalam membentuk identitas diri yang positif, meningkatkan rasa percaya diri, serta mempersiapkan siswa menghadapi persaingan di dunia pendidikan dan kerja (Lestari, 2022; Andini, 2023).



**Gambar 1.** Penyuluhan tentang isi materi personal branding kepada siswa kelas 12 SMA Negeri 4 Siak Hulu



**Gambar 2.** Foto bersama siswa kelas 12 SMA Negeri Siak Hulu dan pihak koordinator sekolah

Gambar 1 memperlihatkan kegiatan penyuluhan mengenai materi *personal branding* yang disampaikan oleh mahasiswa KKN Universitas Abdurrah kepada siswa kelas 12 SMA Negeri 4 Siak Hulu, di mana penyampaian dilakukan secara tatap muka menggunakan media presentasi PowerPoint dengan metode diskusi interaktif sehingga siswa dapat memahami pentingnya membangun identitas positif sejak dini; sedangkan Gambar 2 mendokumentasikan momen foto bersama antara siswa kelas 12, pihak koordinator sekolah, serta tim pelaksana kegiatan sebagai bentuk dokumentasi keberhasilan program sosialisasi, yang sekaligus menunjukkan antusiasme serta partisipasi aktif siswa dalam mengikuti kegiatan hingga selesai.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan KKN yang telah dilaksanakan di SMA Negeri 4 Siak Hulu, Desa Teratak Buluh, dapat disimpulkan bahwa program sosialisasi personal branding berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran siswa kelas 12 mengenai pentingnya membangun

identitas diri yang positif dalam menghadapi tantangan dunia pendidikan maupun persaingan di era digital. Hal ini terlihat dari adanya peningkatan signifikan skor rata-rata posttest dibandingkan pretest, yang menunjukkan efektivitas metode penyuluhan tatap muka melalui presentasi, diskusi interaktif, serta evaluasi dengan instrumen tes. Antusiasme siswa dalam mengikuti materi, partisipasi aktif dalam sesi diskusi, dan respon positif terhadap pentingnya personal branding membuktikan bahwa kegiatan ini tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga memberikan bekal keterampilan praktis yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari maupun di masa depan. Dengan demikian, kegiatan KKN ini memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan potensi generasi Z di lingkungan sekolah serta sejalan dengan tujuan pengabdian masyarakat untuk memberdayakan siswa agar lebih siap menghadapi masa depan dengan citra diri yang kuat dan positif.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Abdurrah atas dukungan dalam pelaksanaan Program KKN, serta kepada Kepala Sekolah, dewan guru, dan siswa SMA Negeri 4 Siak Hulu yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosialisasi personal branding. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada pihak Puskesmas serta masyarakat Desa Teratak Buluh yang telah memberikan izin, dukungan, dan fasilitas sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Andini, R. (2023). Pendidikan karakter dan personal branding pada generasi Z. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 12(1), 45–56.
- Firmansyah, A. (2024). Strategi pembelajaran berbasis praktik dalam meningkatkan soft skill siswa. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 9(2), 77–89. <https://doi.org/10.24815/jimps.v9i2.30440>
- Hasanah, U. (2023). Efektivitas evaluasi pretest-posttest dalam kegiatan penyuluhan pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Evaluasi*, 14(3), 120–131.
- Hidayat, M. (2022). Penguatan personal branding melalui kegiatan workshop siswa SMA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 98–105.
- Lestari, D. (2022). Personal branding dan kesiapan menghadapi dunia kerja pada siswa SMA. *Jurnal Psikologi Terapan*, 10(1), 33–41.
- Mulyani, S. (2022). Penggunaan media presentasi interaktif dalam meningkatkan hasil belajar siswa. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 7(3), 201–210. <https://doi.org/10.52208/embrio.v7i2.398>

- Nurhaliza, A. (2023). Generasi Z dan personal branding di era digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(2), 66–74. <https://doi.org/10.59024/bhinneka.v2i3.839>
- Pratama, R. (2022). Peran personal branding dalam pembentukan identitas diri remaja. *Jurnal Ilmu Sosial*, 15(2), 88–97.
- Putra, A. P. (2022). Personal branding sebagai modal sosial bagi siswa SMA dalam persiapan karier. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 14(1), 75–84. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v1i2.1324>
- Rahayu, N. (2023). Studi kasus penerapan personal branding pada siswa SMA di perkotaan. *Jurnal Pendidikan Sosial*, 6(4), 145–153.
- Ramadhan, T. (2023). Efektivitas penyuluhan berbasis tatap muka dalam meningkatkan pengetahuan siswa SMA. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 11(2), 101–110.
- Sari, P. (2021). Personal branding dan tantangan generasi Z di media sosial. *Jurnal Komunikasi Massa*, 13(2), 55–64.
- Sutanto, B. (2022). Metode diskusi dalam meningkatkan pemahaman siswa pada materi pengembangan diri. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 8(1), 22–31.
- Wulandari, F. (2024). Hubungan antara pendidikan karakter dan pembentukan identitas digital generasi Z. *Jurnal Sosial Humaniora*, 18(1), 55–67.
- Yuliani, T. (2023). Pendidikan karakter di era digital: Tantangan dan strategi untuk generasi Z. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 12(2), 89–98.