

Optimizing Social Media as a Means of Personal Branding and Youth Creativity RW 07 Margonda Depok

Luky Fabrianto^{1*}, Widi Astuti², Femmy Effendy³

Prodi Bisnis Digital, Universitas Nusa Mandiri, Jl. Raya Jatiwaringin No. 2,
Makasar, Jakarta Timur 13620

Coessponding Author : Luky Fabrianto: luky.ifb@nusamandiri.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Personal Branding
Content Creator, Media
Digital Media Social

Received : 5, July

Revised : 20, August

Accepted: 25, September

©2026 Febrianto, Astuti (s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

This community service program is designed to improve digital skills and creative abilities in young people by teaching them how to build their personal brand and create content, specifically for members of Ikatan Remaja RW 007 (IKRAR). In today's world, social media is more than just a way to connect with others. It also helps people grow, learn new things, and share their creativity. Many young people still use social media without actively engaging and don't really know about building their personal brand, creating content, or following digital ethics. This program went through different steps, like showing materials, having talks where people could share ideas, and actually practicing to make creative stuff using digital tools like smartphones. The evaluation used pre-test and post-test assessments, along with feedback from participants and the results from practical activities. The results show that participants have greatly improved in their understanding and ability to use social media in a better and more responsible way. Most people were able to create basic content and showed more understanding of how to build a good online reputation. Even though there were some time and diversity issues, the program still helped young people gain important digital skills. This plan is meant to help young people in the future keep growing in their creativity and responsibility when using the internet.

Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Personal Branding dan Kreativitas Remaja RW 07 Margonda Depok

Luky Fabrianto^{1*}, Widi Astuti², Femmy Effendy³

Prodi Bisnis Digital, Universitas Nusa Mandiri, Jl. Raya Jatiwaringin No. 2,
Makasar, Jakarta Timur 13620

Coressponding Author : Luky Fabrianto: luky.ifb@nusamandiri.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Personal Branding
Pembuat Konten, Media
Digital & Media Sosial

Received : 5, July

Revised : 20, August

Accepted: 25, September

©2026 Febrianto, Astuti (s): This is an
open-access article distributed under
the terms of the [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)
[Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan digital dan kemampuan kreatif kaum muda –khususnya anggota Ikatan Remaja RW 007 (IKRAR) – dengan mengajarkan cara membangun *personal brand* dan membuat konten. Di era saat ini, media sosial bukan sekadar sarana untuk terhubung dengan orang lain, melainkan juga wadah bagi individu untuk berkembang, mempelajari hal-hal baru, dan menyalurkan kreativitas. Banyak anak muda masih menggunakan media sosial secara pasif tanpa benar-benar memahami cara membangun *personal brand*, membuat konten, ataupun menerapkan etika digital. Program ini dilaksanakan melalui berbagai tahapan, mulai dari penyampaian materi dan diskusi interaktif untuk berbagi gagasan, hingga praktik langsung pembuatan konten kreatif menggunakan perangkat digital seperti ponsel pintar. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan kemampuan peserta untuk menggunakan media sosial secara lebih baik dan bertanggung jawab. Sebagian besar peserta mampu membuat konten dasar dan menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai cara membangun reputasi daring yang positif. Meskipun terdapat kendala terkait waktu dan keragaman latar belakang peserta, program ini tetap berhasil membekali kaum muda dengan keterampilan digital yang penting. Inisiatif ini diharapkan dapat membantu kaum muda untuk terus mengembangkan kreativitas dan sikap bertanggung jawab dalam penggunaan internet di masa mendatang.

PENDAHULUAN

Dalam era transformasi digital saat ini, remaja tidak hanya berperan sebagai pengguna media sosial, tetapi juga memiliki peluang untuk menjadi content creator yang produktif dan inspiratif (Zahra Fadilla, Yansah, and Valentine 2025). Untuk menunjang kemampuan tersebut, diperlukan pemahaman mengenai personal branding agar setiap individu mampu membangun citra diri yang positif dan profesional di ruang digital. Personal branding merupakan strategi dalam membentuk identitas dan reputasi diri melalui media sosial secara terarah dan berkelanjutan.

Pelatihan personal branding dan content creator menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan keterampilan digital (*digital skill*) dan kreativitas remaja. Melalui pemanfaatan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, peserta dilatih untuk merancang ide konten, menyusun pesan yang menarik, serta memahami etika digital dan jejak digital (Silalahi and Siregar 2025). Meskipun media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, belum semua remaja mampu memanfaatkannya secara optimal sebagai sarana pengembangan diri dan peluang masa depan (Peldi, Syahrudin, and Asmurti 2024).

Ikatan Pemuda RW 07 berada di Jalan Cemara, Margonda Raya, Pondok Cina, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat. Organisasi yang terdiri dari para pemuda dan pemudi Muslim ini secara aktif berpartisipasi dalam berbagai kegiatan keagamaan serta sosial. Visinya adalah membentuk pemuda Indonesia yang lengkap – yaitu pemuda yang beriman, berakhlak baik, memiliki wawasan yang luas, serta memiliki rasa cinta tanah air yang kuat..

Salah satu kegiatan sosial yang dilakukan IKRAR adalah membangun kesadaran literasi digital dan kreativitas bagi anggotanya serta masyarakat RW 07 Kelurahan Pondok Cina. Dalam era transformasi digital saat ini, remaja tidak hanya berperan sebagai pengguna media sosial, tetapi juga memiliki peluang untuk menjadi content creator yang produktif dan inspiratif. Untuk menunjang kemampuan tersebut, diperlukan pemahaman mengenai personal branding agar setiap individu mampu membangun citra diri yang positif dan profesional di ruang digital. Personal branding merupakan strategi dalam membentuk identitas dan reputasi diri melalui media sosial secara terarah dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil pengamatan dan diskusi dengan mitra, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh anggota Ikatan Remaja RW 007 (IKRAR) dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Saat ini, sebagian besar anggota IKRAR masih menggunakan media sosial secara pasif dan belum memanfaatkannya sebagai sarana pengembangan diri maupun kreativitas digital. Selain itu, para remaja juga belum memahami secara mendalam konsep personal branding, sehingga belum mampu membangun citra diri yang positif dan profesional di ruang digital. Permasalahan lainnya adalah keterbatasan keterampilan dasar dalam merancang, memproduksi, dan mengelola konten kreatif yang menarik dan edukatif. Di samping itu, pemahaman mengenai etika digital serta kesadaran terhadap pentingnya menjaga jejak digital juga masih perlu ditingkatkan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa diperlukan kegiatan edukasi dan pelatihan yang dapat

membantu remaja dalam memanfaatkan media digital secara lebih produktif, kreatif, dan bertanggung jawab.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh anggota Ikatan Remaja RW 007 (IKRAR), kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menawarkan beberapa solusi dalam bentuk edukasi dan pelatihan yang berfokus pada pemanfaatan teknologi digital secara positif dan produktif. Kegiatan ini diawali dengan pemberian pemahaman mengenai konsep dasar personal branding serta potensi media sosial sebagai sarana pengembangan diri dan kreativitas bagi remaja. Selanjutnya, peserta diberikan pelatihan praktik dalam merancang ide konten, teknik dasar pembuatan konten digital, serta penggunaan aplikasi sederhana untuk menghasilkan konten kreatif yang menarik. Selain itu, kegiatan ini juga mencakup sosialisasi mengenai etika bermedia sosial, keamanan digital, dan pentingnya menjaga jejak digital. Melalui rangkaian kegiatan tersebut diharapkan para remaja mampu memanfaatkan media sosial secara lebih bijak, kreatif, dan produktif, serta mampu membangun citra diri yang positif di ruang digital.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik bagi masyarakat mitra maupun bagi perguruan tinggi. Bagi anggota Ikatan Remaja RW 007 (IKRAR), kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital secara positif dan produktif, khususnya dalam membangun personal branding serta mengembangkan kreativitas melalui pembuatan konten digital. Selain itu, kegiatan ini juga membantu remaja untuk lebih bijak dalam menggunakan media sosial dengan memahami etika digital dan pentingnya menjaga jejak digital. Sementara itu, bagi dosen dan perguruan tinggi, kegiatan ini menjadi salah satu bentuk pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat, serta sebagai sarana untuk menerapkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan kepada masyarakat secara langsung. Melalui kegiatan ini diharapkan terjalin hubungan yang lebih erat antara perguruan tinggi dan masyarakat, serta tercipta kontribusi nyata dalam upaya pemberdayaan generasi muda di era digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertajuk “Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Personal Branding dan Kreativitas Remaja RW 07 Margonda” dilaksanakan dengan melibatkan mitra yaitu IKRAR 007 (Ikatan Remaja RW 007) yang berlokasi di jalan cemara margonda raya, pondok cina, kec.Beji, Kota Depok, Jawab Barat. Mitra kegiatan merupakan komunitas karang taruna yang terdiri dari para remaja yang merupakan pelajar dan mahasiswa, mereka selalu berkomitmen untuk menjadi organisasi Remaja Karang Taruna yang memiliki prinsip belajar, berjuang, dan bertaqwa.

Kegiatan tersebut dihadiri oleh 10 orang peserta yang merupakan anggota aktif dari IKRAR 007. Kegiatan diadakan secara langsung dengan pendekatan yang mengajar dan melibatkan peserta untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang personal branding dan menjadi content creator di masa digital.

Kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung pada hari Minggu, Bulan Mart taggal 7 tahun 2026 , di Depok Kampus Universitas Nusa Mandiri, Kegiatan tersebut dijalankan oleh pelaksan dosen dan juga mahasiswa yang bertindak sebagai tim. Mereka berperan sebagai fasilitator dengan membawakan bahan materi, mengarahkan diskusi, serta membimbing semua peserta untuk bisa praktik pembuatan konten media digital dan media social.

Kegiatan pengabdian dimulai dengan survei awal untuk mengetahui kebutuhan dari mitra. Tim pelaksana melakukan pengecekan di tempat dan berdiskusi dengan pengurus IKRAR 007 untuk memperoleh informasi mengenai kondisi peserta, kebutuhan pelatihan, serta kesiapan fasilitas dan peralatan yang dibutuhkan selama kegiatan berlangsung. Memahami kebutuhan peserta merupakan langkah penting dalam menciptakan program pelatihan yang sesuai dan tepat sarannya. (Ardiyansyah, Fahrizal, and Nurkhayati 2023).

Langkah selanjutnya adalah mengurus persiapan pelaksanaan kegiatan, yang mencakup membuat modul pelatihan tentang literasi keuangan, mempersiapkan alat belajar, serta berkoordinasi secara teknis dengan pihak mitra dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Materi pelatihan yang dibuat meliputi pemahaman tentang konsep dasar personal branding, media sosial, dan media digital, serta penjelasan mengenai beberapa aplikasi digital sederhana yang bisa digunakan untuk membantu dalam membuat konten digital. Pendekatan praktik yang dilakukan secara sistematis dianggap bisa meningkatkan pemahaman peserta tentang konsep personal branding dengan lebih baik.

Kegiatan tersebut diadakan dengan menggunakan metode ceramah yang interaktif, diskusi, serta praktik langsung. Metode pengajaran dengan interaksi langsung digunakan untuk menjelaskan konsep dasar tentang personal branding dan pembuat konten. Selanjutnya, peserta diminta untuk berdiskusi mengenai pemahaman mereka tentang digitalisasi dan kreativitas yang ada saat ini. Pendekatan pembelajaran partisipatif ini dianggap efektif dalam meningkatkan keterlibatan peserta dan memperkuat pemahaman mereka terhadap materi yang diajarkan, seperti yang disampaikan oleh Knowles pada tahun 1984.(Knowles 1984).

Untuk meningkatkan pemahaman secara langsung, peserta juga melakukan simulasi dan praktik sederhana dalam membuat konten digital yang bisa membantu membangun merek diri masing-masing. Pada tahap ini, peserta juga diajarkan cara menggunakan aplikasi media sosial yang sering digunakan. Menggunakan pendekatan praktis ini bisa membantu seseorang dalam memperkembangkan kreativitas serta membangun merek pribadi mereka.

Evaluasi kegiatan dilakukan agar dapat mengetahui sejauh mana peserta memahami materi yang diajarkan. Evaluasi dilakukan dengan memberikan kuesioner yang mudah diisi sebelum dan setelah pelatihan untuk mengetahui perubahan pemahaman peserta mengenai konsep personal branding serta kreativitas. Selain itu, evaluasi juga dilakukan dengan mengamati tingkat kehadiran dan keterlibatan peserta selama kegiatan berlangsung, serta melalui sesi diskusi dan tanya jawab yang bertujuan untuk memahami respons dan saran peserta terhadap materi yang disampaikan..

Bahan yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi modul pelatihan mengenai personal branding dan pembuatan konten digital, lembar kerja peserta yang digunakan untuk latihan merancang ide konten serta menyusun konsep personal branding di media sosial, serta materi presentasi dalam bentuk slide yang berisi penjelasan mengenai pemanfaatan media sosial secara positif, teknik dasar pembuatan konten kreatif, dan etika digital. Selain itu, peserta juga memanfaatkan perangkat digital yang dimiliki seperti smartphone untuk praktik pembuatan konten sederhana selama kegiatan pelatihan berlangsung.

Pelaksanaan kegiatan menggunakan media antara lain laptop, proyektor, layar presentasi, alat tulis, serta beberapa perangkat pendukung lainnya. Tujuan dari penggunaan alat-alat tersebut adalah untuk mempermudah dan mendukung proses belajar selama kegiatan berlangsung. Dengan menerapkan metode yang mengedukasi, melibatkan peserta, dan bisa diterapkan langsung, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat ini bisa meningkatkan pemahaman serta kemampuan peserta dalam mengelola uang secara bijak dan mandiri di tengah era digital.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Kegiatan dilaksanakan dalam beberapa sesi yang meliputi penyampaian materi mengenai konsep dasar personal branding dan pemanfaatan media sosial secara positif, diskusi interaktif terkait pengalaman peserta dalam menggunakan media sosial, serta pelatihan perancangan ide konten kreatif. Selain itu, peserta juga diberikan kesempatan untuk melakukan praktik pembuatan konten sederhana menggunakan perangkat digital yang dimiliki, seperti smartphone, mulai dari penyusunan konsep, pengambilan gambar atau video, hingga pengenalan teknik editing dasar menggunakan aplikasi yang mudah digunakan. Melalui kegiatan ini, peserta diharapkan dapat memahami cara membangun citra diri yang positif di ruang digital serta mampu menghasilkan konten kreatif yang bermanfaat.

Selama kegiatan berlangsung, para peserta tertarik dengan materi. Ikut berpartisipasi aktif dan turut dalam tanya jawab dan juga terlibat dalam kegiatan simulasi pembuatan konten kreatif. Partisipasi peserta terbukti dapat menaikkan motivasi mereka dalam proses belajar. (Knowles 1984).

Gambar 1. Penyampaian materi literasi keuangan



Sumber: Hasil dokumentasi kegiatan PkM (2026)

Karakteristik Peserta Kegiatan

Peserta kegiatan terdiri dari remaja dengan rentang usia 16 - 25 tahun yang merupakan anggota aktif IKRAR 007. Sebagian besar peserta masih berada pada usia produktif. Oleh karena itu, kegiatan edukasi personal branding dan kreativitas digital dinilai sangat relevan untuk membantu peserta. Seluruh peserta berpendidikan minimal SMA.

Hasil Evaluasi Kepuasan Peserta

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan cara mendistribusikan kuesioner kepada peserta setelah kegiatan selesai diadakan. Kuesioner ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana peserta memahami materi yang diberikan dan seberapa puas mereka dengan kegiatan pengabdian yang sudah dijalankan.

Tabel 2. Hasil evaluasi kepuasan peserta

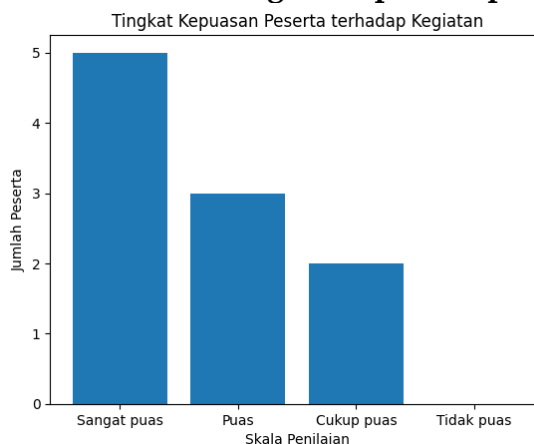
No	Indikator Pemahaman	Rata-rata Pre-test (%)	Rata-rata Post-test (%)	Peningkatan (%)
1	Konsep personal branding	56	84	28
2	Pemanfaatan media sosial secara positif	58	86	28
3	Dasar pembuatan konten digital	52	81	29
4	Etika digital dan jejak digital	55	85	30
	Rata-rata	55,25	84,00	28,75

Skala Penilaian	Jumlah Peserta	Persentase
Sangat puas	5	50%
Puas	3	30%
Cukup puas	2	20%
Tidak puas	0	0%
Total	10	100%

Sumber: Hasil pengolahan data kegiatan PkM (2026)

Berdasarkan Tabel 2, kebanyakan peserta merasa sangat puas dengan kegiatan yang telah diadakan. Metode pelatihan yang digunakan berhasil memberikan pengalaman belajar yang baik bagi para peserta.

Gambar 2. Grafik tingkat kepuasan peserta



Sumber: Hasil pengolahan data kegiatan PkM (2026)

Dampak Program terhadap Literasi Digital Peserta

Program pelatihan personal branding dan content creator yang dilaksanakan memberikan dampak positif terhadap pemahaman peserta dalam memanfaatkan media digital secara lebih bijak dan produktif. Peserta mulai memahami pentingnya membangun citra diri yang positif melalui personal branding, kemampuan merancang konten kreatif, serta kesadaran akan pentingnya etika digital dan jejak digital dalam penggunaan media sosial.

Literasi digital memiliki peran penting dalam membantu individu beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta memanfaatkan media digital untuk pengembangan diri dan peluang masa depan. Dengan memberikan edukasi literasi digital sejak usia remaja, peserta diharapkan mampu mengembangkan perilaku penggunaan media sosial yang lebih kreatif, produktif, dan bertanggung jawab.

Selain itu, kegiatan praktik pembuatan konten yang dilakukan selama pelatihan juga membantu peserta memahami secara langsung proses kreatif dalam menghasilkan konten digital. Pendekatan pembelajaran berbasis praktik terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta, karena mereka tidak hanya menerima teori, tetapi juga mengaplikasikannya secara langsung dalam bentuk karya nyata.

Gambar 3. Praktik penyusunan anggaran keuangan



Sumber: Hasil dokumentasi kegiatan PkM (2026)

Kendala dalam Pelaksanaan Kegiatan

Meskipun kegiatan pengabdian masyarakat berjalan lancar, ada beberapa hambatan yang muncul selama pelaksanaannya. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan waktu pelaksanaan sehingga tidak seluruh materi, khususnya terkait teknik pembuatan konten dan penguatan personal branding, dapat disampaikan secara lebih mendalam. Selain itu, perbedaan tingkat

pemahaman dan pengalaman peserta dalam menggunakan media sosial dan teknologi digital juga menjadi tantangan bagi fasilitator dalam menyampaikan materi secara merata.

Kendala lainnya adalah keterbatasan keterampilan teknis peserta dalam proses pembuatan konten, seperti pengambilan gambar atau video serta penggunaan aplikasi editing sederhana. Sebagian peserta masih belum terbiasa memanfaatkan fitur-fitur tersebut, sehingga diperlukan pendampingan yang lebih intensif pada saat sesi praktik berlangsung. Selain itu, keterbatasan perangkat dan kualitas koneksi internet pada beberapa peserta juga turut memengaruhi kelancaran proses pelatihan.

Meskipun demikian, secara keseluruhan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi peserta dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan dalam membangun personal branding dan memanfaatkan media sosial secara kreatif dan produktif.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program pelatihan personal branding dan content creator bagi anggota Ikatan Remaja RW 007 (IKRAR) menunjukkan bahwa edukasi literasi digital yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media sosial secara positif dan produktif. Melalui penyampaian materi mengenai konsep personal branding, pembuatan konten kreatif, serta etika digital dan jejak digital, peserta memperoleh wawasan baru tentang bagaimana membangun citra diri yang baik di ruang digital serta menghasilkan konten yang bermanfaat. Hasil evaluasi kegiatan juga menunjukkan respons yang sangat positif dari peserta, di mana sebagian besar peserta merasa kegiatan ini bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif yang dikombinasikan dengan metode interaktif dan praktik langsung efektif dalam meningkatkan minat, kreativitas, dan pemahaman peserta terhadap pemanfaatan teknologi digital.

Meskipun kegiatan berjalan lancar, program ini masih mengalami beberapa keterbatasan, khususnya jumlah peserta yang tidak terlalu banyak dan durasi kegiatan yang singkat, sehingga materi tidak bisa diberikan secara lebih dalam. Oleh karena itu, kegiatan serupa di masa depan diharapkan dapat dilakukan terus-menerus dengan peserta yang lebih banyak dan durasi yang lebih lama agar hasil yang dicapai menjadi lebih baik. Selain itu, pembuatan metode belajar yang lebih beragam, seperti pemanfaatan teknologi digital yang lebih interaktif, pendampingan pembuatan konten secara berkelanjutan, serta pembentukan komunitas kreator di lingkungan remaja, dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperkuat keterampilan dan konsistensi peserta. Program ini diharapkan mampu membekali generasi muda dengan kemampuan literasi digital yang baik sehingga siap menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

REFERENCES

- Ardiyansyah, Ardiyansyah, Fahrizal Fahrizal, and Ayu Nurkhayati. 2023. "Peningkatan Kompetensi Pemasaran Produk Melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM." *TAAWUN* 3(02):182-90. doi:10.37850/taawun.v3i02.499.
- Knowles, Malcolm S. 1984. *Andragogy in Action: Applying Modern Principles of Adult Learning*. Jossey-Bass.
- Peldi, Syahrudin, and Asmurti. 2024. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Representasi Gaya Hidup Mahasiswa." *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 2(2):78-83. <https://jurnal.unusultra.ac.id/index.php/jisdik>.
- Silalahi, Samuel Barita, and Zulkarnain Siregar. 2025. "Perancangan Konten Instagram Sebagai Media Promosi Sekawan Sukses Bersama Travel & Tour Dengan Pendekatan Design Thinking." *Ikraith-Ekonomika* 8(2):1774-86.
- Zahra Fadilla, Yosie, Savri Yansah, and Femalia Valentine. 2025. "Strategi Pengembangan Konten Digital Kreator Pemula Pada Media Sosial."