

Peningkatan Pemahaman *Personal Branding* bagi Pengurus OSIS SMAN 4 Pekanbaru melalui Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Tantri Puspita Yazid¹, Dwi Agustina Suwandi², Dwi Najwa Sahrani³, Ery Idul Syahputra⁴, Tassa Maryatun Nazah⁵, Ibnu Alpani⁶, Laila Nasicha⁷, Melani Lismawarti⁸, Nesa Mayola Awalian⁹, Ravlie Raihan Novpandi¹⁰, Refalia Rahmadinda¹¹, Sona Maida Parma¹², Herlina¹³

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12} Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

¹³Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

Received : 15 Agustus 2026, Revised : 28 Agustus 2026, Published : 7 September 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Tassa Maryatun Nazah

E-mail: tassa.maryatun4725@student.unri.ac.id

Abstrak

Kurangnya pemahaman mengenai *personal branding* menyebabkan sebagian siswa belum mampu membangun citra diri yang positif dan memanfaatkan media sosial secara bertanggung jawab. Kondisi tersebut mendorong pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program FBN Road to School dengan tema *Personal branding* bagi anggota Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) SMA Negeri 4 Pekanbaru. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep *personal branding*, etika berkomunikasi, pemanfaatan media sosial secara bijak, serta strategi membangun citra diri yang positif. Metode pelaksanaan meliputi pretest, penyampaian materi secara interaktif, diskusi dan tanya jawab, serta posttest sebagai evaluasi. Kegiatan diikuti oleh 49 peserta, dengan 35 peserta mengisi pretest dan posttest. Hasil menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pada seluruh indikator. Peningkatan tertinggi terjadi pada indikator membangun *personal branding* yang kuat sebesar 25,7%, sedangkan tingkat pemahaman peserta meningkat dari 88,57% pada pretest menjadi 100% pada posttest. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seminar melalui program FBN Road to School menunjukkan adanya peningkatan pemahaman anggota OSIS dalam membangun citra diri yang positif, beretika dalam bermedia sosial, serta mengembangkan karakter kepemimpinan.

Kata kunci - FBN Road to School, OSIS, pengabdian masyarakat, *personal branding*, siswa SMA

Abstract

A lack of understanding of *personal branding* has resulted in some students experiencing difficulties in building a positive self-image and using social media responsibly. This situation prompted a community service initiative through the FBN Road to School program, focusing on *personal branding* for members of the Intra-School Student Organization (OSIS) at SMA Negeri 4 Pekanbaru. The activity aimed to enhance participants' understanding of *personal branding* concepts, communication ethics, responsible social media use, and strategies for building a positive self-image. The implementation consisted of a pre-test, interactive presentation, discussion and question-and-answer sessions, and a post-test for evaluation. A total of 49 students participated in the activity, with 35 completing both the pre-test and post-test. The results indicated an increase in understanding across all measured indicators. The highest improvement was observed in the indicator of building a strong personal brand, which increased by 25.7%, while the overall level of participant understanding increased from 88.57% in the pre-test to 100% in the post-test. The results indicate that the seminar conducted through the FBN Road to School program

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

led to an improved understanding among Student Council members regarding building a positive self-image, practicing ethical social media use, and developing leadership character.

Keywords - FBN Road to School, OSIS, community service, personal branding, high school students

How To Cite : Yazid, T. P., Suwandi, D. A., Sahrani, D. N., Syahputra, E. I., Nazah, T. M., Alpani, I., Nasicha, L., Lismawarti, M., Awalian, N. M., Novpandi, R. R., Rahmadinda, R., Parma, S. M., & Herlina, H. (2026). Peningkatan Pemahaman Personal Branding bagi Pengurus OSIS SMAN 4 Pekanbaru melalui Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat . Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, 4(7), 3527 - 3535. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v4i7.4988>

Copyright ©2026 Tantri Puspita Yazid, Dwi Agustina Suwandi, Dwi Najwa Sahrani, Ery Idul Syahputra, Tassa Maryatun Nazah, Ibnu Alpani, Laila Nasicha, Melani Lismawarti, Nesa Mayola Awalian, Ravlie Raihan Novpandi, Refalia Rahmadinda, Sona Maida Parma, Herlina Herlina

PENDAHULUAN

Personal branding menjadi salah satu strategi komunikasi untuk menanamkan persepsi positif yang dilakukan secara langsung dan tidak langsung melalui media sosial (Yumna et al., 2021). Di era digital, setiap individu memiliki kesempatan untuk membangun citra diri melalui interaksi langsung maupun penggunaan media sosial (Anwar et al., 2025). Citra diri atau *personal branding* merupakan cara seseorang memperkenalkan nilai, karakter, kemampuan, dan potensi yang dimiliki sehingga dapat membentuk persepsi positif dari orang lain (Khikmah et al., 2026). Bagi peserta didik, khususnya pengurus Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS), *personal branding* yang positif menjadi salah satu aspek penting karena mereka berperan sebagai teladan, pemimpin, sekaligus representasi sekolah dalam berbagai kegiatan (Andika et al., 2024).

Personal branding juga merupakan representasi kolektif tentang bagaimana seseorang dirasakan oleh publik, baik dalam media sosial maupun kehidupan sehari-hari. *Personal branding* mempromosikan kekuatan dan keunikan dari seorang individu untuk suatu target audiens. *Personal branding* menjadi cara komunikasi yang efektif antara seseorang dan publiknya masing-masing, membedakan satu orang dengan yang lainnya berdasarkan keunikan dan nilai-nilai yang berbeda (Anggarini, 2021). Dalam konteks komunikasi digital, konsistensi dalam menampilkan identitas, nilai, dan karakter menjadi salah satu aspek yang menentukan bagaimana seseorang dipersepsikan oleh audiensnya (Anugrafianto, 2025).

Sebagai organisasi yang menjadi wadah pengembangan kepemimpinan, pengurus OSIS dituntut memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, bersikap profesional, bertanggung jawab, serta mampu memanfaatkan media sosial secara bijak. Namun, masih banyak siswa yang belum memahami pentingnya membangun *personal branding* secara positif (Vinaring & Widiawanti, 2025). Di SMAN 4 Pekanbaru, khususnya pada pengurus OSIS, ditemukan kondisi serupa. Berdasarkan hasil *pretest* yang didapat dari 35 dari 49 peserta menunjukkan tingkat pemahaman tentang *personal branding* cukup tinggi mencapai 88,57%. Meskipun hasil *pretest* menunjukkan tingkat pemahaman yang relatif baik, hasil tersebut tidak sepenuhnya menjadi tolak ukur berdasarkan indikator paham atau tidak pahamnya terhadap *personal branding*. Pemahaman peserta juga belum sepenuhnya merata karena masih ada 11,43% peserta yang belum mencapai pemahaman yang diharapkan, apalagi belum ada indikator penilaian pemahaman yang lebih komprehensif. Maka dari itu, diperlukan adanya kebutuhan untuk memperkuat pemahaman peserta tentang *personal branding*, khususnya terkait pengembangan citra diri, komunikasi, etika bermedia sosial, dan membangun *personal branding* yang positif di era digital.

Temuan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan pemahaman yang menjadi dasar dilaksanakannya kegiatan FBN Road to School. Sebagian siswa masih menganggap bahwa *personal branding* hanya berkaitan dengan popularitas di media sosial, padahal konsep tersebut juga mencakup pembentukan karakter, etika berkomunikasi, konsistensi sikap, serta kemampuan menunjukkan potensi diri secara positif, baik di lingkungan sekolah maupun di ruang digital. Kurangnya

pemahaman mengenai *personal branding* dapat berdampak pada cara siswa berinteraksi, membangun relasi, hingga membentuk jejak digital yang akan memengaruhi citra diri mereka di masa depan.

Dewasa ini, *personal branding* cukup banyak dijadikan tema utama dalam seminar atau pun *workshop* yang diberikan kepada siswa sekolah menengah ke atas. Hal ini menjadi penting karena perubahan yang terjadi pada kemajuan teknologi dan media yang bisa dimanfaatkan untuk membangun *personal branding* itu sendiri. *Personal branding* menjadi relevan dan aktual dalam era sekarang karena telah banyak dibahas di ranah akademik (Agustiana, 2026). Dalam jurnal Alfarizzi dan Fanaqi, 2025 misalnya, *workshop personal branding* yang dilakukan bertujuan untuk membantu para siswa mengembangkan kemampuan membentuk, mengelola, dan mengomunikasikan *personal branding* mereka secara digital.

Melihat kondisi tersebut, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau melalui program FBN Road to School menyelenggarakan Seminar *Personal branding* bagi pengurus OSIS SMA Negeri 4 Pekanbaru. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman mengenai konsep *personal branding*, pentingnya membangun citra diri yang positif, etika berkomunikasi, penggunaan media sosial secara bertanggung jawab, serta strategi mengenali dan mengembangkan potensi diri sebagai bekal kepemimpinan di lingkungan sekolah. Seminar dilaksanakan melalui penyampaian materi, diskusi interaktif, studi kasus, dan sesi berbagi pengalaman sehingga peserta tidak hanya memperoleh pemahaman secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan ini berfokus pada upaya meningkatkan pemahaman pengurus OSIS SMA Negeri 4 Pekanbaru mengenai pentingnya *personal branding* yang positif serta bagaimana seminar melalui program FBN Road to School dapat membantu mereka membangun citra diri yang baik, baik di lingkungan sekolah maupun di media sosial. Kegiatan ini bertujuan memberikan edukasi mengenai etika berkomunikasi dalam membangun *personal branding* dan pemanfaatan media sosial secara bijak, sehingga peserta mampu mengembangkan karakter, potensi diri, serta menjadi teladan yang memiliki citra positif sebagai pemimpin di lingkungan sekolah. Dengan adanya seminar ini, diharapkan pengurus OSIS memiliki kesadaran yang lebih tinggi dalam membangun *personal branding* yang positif sehingga mampu menjadi representasi sekolah yang berintegritas, percaya diri, dan mampu memberikan pengaruh positif bagi lingkungan sekitarnya.

Tolak ukur keberhasilan dari *personal branding* yang dibangun adalah citra yang diberikan orang lain kepada kita sesuai dengan apa yang kita bentuk dalam keseharian. *Personal branding* dapat dikatakan sebagai sesuatu yang positif memiliki tujuan untuk mendapatkan pandangan positif dari orang lain dan berlanjut ke tingkat yang lebih tinggi yaitu *trust* (kepercayaan) (Wahyuni Amaliah et al., 2024).

METODE

Sasaran pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah anggota Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) SMA Negeri 4 Pekanbaru dengan jumlah peserta sebanyak 49 orang. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diawali dengan pengisian lembar *pretest* melalui Google Form dan diakhiri dengan pengisian lembar *posttest* melalui Google Form. *Pretest* dan *posttest* digunakan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan. Adapun alur pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian diawali dengan pemberian *pretest* melalui Google Form yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman awal anggota OSIS SMA Negeri 4 Pekanbaru mengenai konsep *personal branding*. *Pretest* berisi beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan materi yang akan disampaikan sehingga hasilnya dapat dijadikan sebagai data awal untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan.

Tahap selanjutnya adalah pembukaan yang diawali dengan pengenalan tim pengabdian kepada peserta, dilanjutkan dengan penyampaian tujuan, manfaat, serta gambaran umum mengenai rangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan. Pada tahap ini juga disampaikan pentingnya materi *personal branding* bagi peserta sebagai bekal dalam mengembangkan potensi diri, membangun citra positif, serta meningkatkan kesiapan mereka dalam berorganisasi maupun menghadapi tantangan di masa depan.

Kegiatan berikutnya adalah penyampaian materi mengenai *personal branding* yang disampaikan secara interaktif menggunakan media presentasi. Sebelum memasuki inti materi, pemateri mengajak peserta mengikuti sesi *ice breaking* untuk menciptakan suasana belajar yang lebih santai, meningkatkan fokus, serta membangun interaksi yang lebih aktif selama kegiatan berlangsung. Setelah itu, materi disampaikan dengan mencakup pengertian *personal branding*, pentingnya mengenali potensi dan keunikan diri, membangun citra diri yang positif, etika dalam menggunakan media sosial, serta strategi membangun reputasi yang baik sebagai pelajar dan pengurus OSIS. Selama penyampaian materi, pemateri juga memberikan contoh-contoh nyata yang relevan dengan kehidupan peserta sehingga materi lebih mudah dipahami dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Setelah penyampaian materi selesai, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab. Pada sesi ini peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan, menyampaikan pendapat, maupun berbagi pengalaman terkait pengembangan diri dan penerapan *personal branding* di lingkungan sekolah maupun media sosial. Interaksi yang terjalin selama sesi diskusi diharapkan dapat memperkuat pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan sekaligus meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam membangun citra diri yang positif.

Sebagai tahap akhir, seluruh peserta diminta untuk mengisi *posttest* melalui Google Form. *Posttest* diberikan dengan indikator yang sama seperti *pretest* sehingga hasil keduanya dapat dibandingkan untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan. Data yang diperoleh dari hasil *pretest* dan *posttest* selanjutnya digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap efektivitas pelaksanaan program pengabdian masyarakat dalam meningkatkan pemahaman anggota OSIS mengenai pentingnya membangun *personal branding* sejak usia sekolah.

Tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan diukur berdasarkan peningkatan hasil *pretest* dan *posttest* pada setiap indikator yang diujikan. Selain diukur secara kuantitatif, keberhasilan kegiatan juga dinilai secara deskriptif melalui perubahan sikap peserta yang ditunjukkan oleh meningkatnya pemahaman mengenai pentingnya membangun *personal branding* yang positif, menerapkan etika dalam bermedia sosial, serta kesadaran untuk menjadi teladan sebagai pengurus OSIS di lingkungan sekolah. Dengan demikian, evaluasi kegiatan difokuskan pada perubahan pengetahuan dan sikap peserta sesuai dengan tujuan pelaksanaan pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program kerja *FBN Road to School* yang dilaksanakan di SMA Negeri 4 Pekanbaru berjalan dengan lancar. Sebanyak 49 orang peserta mengikuti kegiatan ini. Dari 49 peserta tersebut, sebanyak 35 responden mengikuti kedua pengukuran, yaitu *pretest* dan *posttest*, sehingga data dari 35 responden tersebut yang digunakan dalam analisis peningkatan pemahaman peserta. Seluruh peserta merupakan siswa yang menjabat sebagai anggota OSIS SMA Negeri 4 Pekanbaru. Kegiatan pengabdian ini merupakan salah satu bentuk dukungan dalam mencapai indikator Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB)/SDGs poin ke-4, yaitu Pendidikan Berkualitas, melalui pemberian materi mengenai *personal branding*. Materi ini bertujuan

untuk meningkatkan pemahaman siswa mengenai pentingnya mengenali potensi diri, membangun citra diri yang positif, serta mengembangkan kemampuan dalam mengomunikasikan keunggulan diri secara efektif, baik di lingkungan akademik, organisasi, maupun media digital. Pemahaman mengenai *personal branding* diharapkan dapat membantu siswa mempersiapkan diri menghadapi tantangan pendidikan dan dunia kerja yang semakin kompetitif. Selain itu, kegiatan ini juga berkontribusi terhadap pencapaian TPB/SDGs poin ke-8, yaitu Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. Kemampuan membangun *personal branding* menjadi salah satu kompetensi yang relevan dalam meningkatkan daya saing generasi muda, membuka peluang pengembangan karier, serta mempersiapkan siswa untuk beradaptasi dengan kebutuhan dunia pendidikan lanjutan maupun dunia kerja di masa mendatang (Enjelina et al., 2025).

Tujuan dilaksanakannya seminar edukasi tentang *personal branding* ini tidak hanya menyentuh aspek kognitif siswa dalam meningkatkan pemahaman terhadap *personal branding* tetapi juga memiliki implikasi penting dalam ranah afeksi dan konatif dalam membentuk identitas diri yang positif, meningkatkan kepercayaan diri, serta mempersiapkan siswa menghadapi persaingan di dunia pendidikan dan kerja (Muhdi et al., 2025). Pembinaan *personal branding* terhadap pengurus OSIS sangat penting dalam membangun kredibilitas, pengembangan kepercayaan publik, memperluas koneksi, dan mengasah keterampilan digital (Rizki Apriliyanti et al., 2024).

Rangkaian kegiatan pengabdian ini dimulai dengan pembukaan yang dilakukan oleh moderator. Selanjutnya pengisian *pretest* oleh tim pengabdian dengan cara *scan QR* yang disediakan dan diisi oleh para peserta seminar yaitu anggota OSIS SMA Negeri 4 Pekanbaru. Waktu yang diberikan untuk mengisi lembar *pretest* itu selama 60 detik.

Rangkaian acara dilanjutkan dengan penyampaian materi yang dilakukan oleh dosen yang dibawa oleh tim FBN Sidomulyo Timur yaitu dosen jurusan ilmu komunikasi yaitu ibu Sesdia Angela, S. Sos., M.I.Kom dan dosen jurusan ilmu pemerintahan yaitu ibu Asiah Wasilah, M.Si kepada para peserta. Materi yang disampaikan adalah bagaimana pentingnya membangun *personal branding* yang positif.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan dengan metode diskusi interaktif. Hal ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk berperan secara aktif dalam kegiatan pelatihan. Penyampaian materi diselingi dengan kegiatan *ice breaking* untuk menambah semangat dan keaktifan para peserta. Setelah melakukan *ice breaking* para peserta dapat kembali fokus untuk mendengarkan materi yang disampaikan oleh pemateri.

Dipenghujung acara, tim FBN Sidomulyo Timur membagikan *QR code posttest* yang harus diisi oleh para peserta pelatihan. Waktu yang diberikan untuk mengisi lembar *posttest* itu selama 60 detik. Setelah waktu habis.

Berdasarkan hasil perhitungan data *pretest* dan *posttest* dari 35 responden yang mengikuti kedua pengukuran, diperoleh peningkatan pemahaman peserta terhadap materi *personal branding* pada hampir seluruh indikator yang diukur. Peningkatan terbesar terjadi pada pertanyaan ke-7 mengenai cara membangun *personal branding* yang kuat, yaitu sebesar 20,0%, dari 80,0% pada *pretest* menjadi

100% pada *posttest*. Selanjutnya, pertanyaan ke-5 mengenai pentingnya melakukan verifikasi informasi sebelum membagikannya mengalami peningkatan sebesar 14,3%, dari 85,7% menjadi 100%. Pertanyaan ke-2 juga mengalami peningkatan sebesar 11,4%, diikuti pertanyaan ke-6 sebesar 8,5%, pertanyaan ke-3 sebesar 5,7%, pertanyaan ke-4 sebesar 2,9%, dan pertanyaan ke-1 sebesar 2,8%.

Secara umum, hasil tersebut menunjukkan bahwa setelah mengikuti kegiatan, peserta memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai konsep *personal branding*, pentingnya membangun citra diri yang positif, etika dalam bermedia sosial, serta strategi membangun reputasi yang baik melalui perilaku dan komunikasi yang bertanggung jawab. Adapun hasil lengkap perbandingan *pretest* dan *posttest* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Data Pengisian *Pretest* dan *Posttest*

No	Pertanyaan	<i>Pretest</i> (%)	<i>Posttest</i> (%)	Selisih
1.	<i>Personal branding</i> adalah?	94,3 %	97,1%	+2,8%
2.	Personal brand yang baik harus?	88,6%	100%	+11,4%
3.	Ukuran utama pemimpin adalah?	94,3%	100%	+5,7%
4.	Sebelum unggah foto teman harus?	97,1%	100%	+2,9%
5.	Informasi meragukan sebaiknya?	85,7%	100%	+14,3%
6.	AI sebaiknya digunakan untuk?	88,6%	97,1%	+8,5%
7.	Jika salah di media sosial harus?	80,0%	100%	+20,0%
8.	Personal brand kuat dibangun lewat?	71,4%	97,1%	+25,7%

Kegiatan FBN *Road to School* dengan tema *personal branding* dinyatakan berhasil. Hal ini dibuktikan dengan total persentase *pretest* dan *posttest* yang menunjukkan adanya peningkatan kemampuan para peserta. Hal ini menjadi bukti bahwa seminar pentingnya membangun *personal branding* positif memberikan dampak yang nyata bagi siswa SMA Negeri 4 Pekanbaru Data keberhasilan berdasarkan hasil *pretest* dan *posttest* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Tabel Keberhasilan Seminar *Personal branding* hasil dari *pretest* dan *posttest*

Indikator	Jumlah Peserta	<i>Pretest</i>		<i>Posttest</i>	
		Jumlah Peserta	Persentase (%)	Jumlah Peserta	Persentase (%)
Paham	35	31	88.57	35	100
Tidak Paham	35	4	11.43	0	0
Jumlah		35	100	35	100

Berdasarkan hasil tersebut, dapat dilihat bahwa adanya peningkatan pemahaman para peserta setelah mengikuti seminar *personal branding*. Peningkatan pemahaman ini terjadi karena materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta sebagai anggota OSIS dalam membangun citra diri yang positif, baik di lingkungan sekolah maupun di media sosial. Materi disampaikan secara interaktif dan tidak hanya membahas pengertian *personal branding*, tetapi juga cara membangun citra diri, penggunaan media sosial secara bijak, serta pentingnya etika dalam berkomunikasi.

Penyampaian materi yang disertai dengan ice breaking, diskusi, tanya jawab, dan contoh-contoh yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari membuat peserta lebih aktif dan mudah memahami materi yang diberikan. Hal tersebut memberikan kesempatan kepada peserta untuk lebih memahami materi yang belum dimengerti serta menghubungkannya dengan peran mereka sebagai anggota OSIS. Peningkatan pemahaman tersebut diperkuat oleh hasil perbandingan *pretest* dan *posttest* yang menunjukkan adanya peningkatan pada seluruh indikator yang diukur. Hal ini

menunjukkan bahwa materi personal branding yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh peserta setelah mengikuti kegiatan seminar.

Rangkaian acara diakhiri dengan penutupan yang dilakukan oleh moderator dan dilanjutkan dengan sesi foto bersama dengan seluruh peserta dan tim pengabdian. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan di SMA Negeri 4 Pekanbaru mendapatkan respon positif dari para siswa. Para siswa terbantu dengan adanya kegiatan pelatihan ini.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program FBN Road to School dengan tema *Personal branding* bagi pengurus OSIS SMA Negeri 4 Pekanbaru berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep *personal branding*, etika berkomunikasi, pemanfaatan media sosial secara bertanggung jawab, serta strategi membangun citra diri yang positif dalam kehidupan sehari-hari. Keberhasilan tersebut dibuktikan melalui hasil perbandingan *pretest* dan *posttest* yang menunjukkan peningkatan pemahaman pada seluruh indikator yang diukur. Tingkat pemahaman peserta meningkat dari 88,57% pada saat *pretest* menjadi 100% pada *posttest*, dengan peningkatan tertinggi sebesar 25,7% pada indikator mengenai cara membangun *personal branding* yang kuat.

Selain meningkatkan pengetahuan, kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya kesadaran peserta akan pentingnya membangun karakter, menjaga etika dalam bermedia sosial, serta menjadi teladan sebagai pemimpin di lingkungan sekolah. Metode pelaksanaan yang memadukan penyampaian materi secara interaktif, ice breaking, diskusi, tanya jawab, serta evaluasi melalui *pretest* dan *posttest* terbukti efektif dalam menciptakan proses pembelajaran yang partisipatif dan mudah dipahami. Oleh karena itu, program serupa diharapkan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dengan cakupan peserta yang lebih luas agar semakin banyak siswa-siswi memperoleh pemahaman mengenai pentingnya *personal branding* sebagai bekal dalam kehidupan akademik, organisasi, maupun dunia kerja di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada pihak SMAN 4 Pekanbaru, khususnya pengurus OSIS, yang telah berpartisipasi dan mendukung pelaksanaan kegiatan. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Ibu Tantri Puspita Yazid selaku Dosen Pembimbing Lapangan, dan rekan-rekan FBN Sidomulyo Timur atas dukungan pendanaan yang diberikan sehingga kegiatan dan penyusunan artikel ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiana, E. (2026). Personal Branding Politisi melalui Media Sosial dalam Kontestasi Politik Indonesia. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 4(2), 252–268. <https://doi.org/10.69693/ijim.v4i2.476>
- Alfarizzi, R., & Fanaqi, C. (2025). Workshop Personal Branding di Era Digital untuk Kompetensi Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 133–146. <https://doi.org/10.37478/abdika.v5i1.5352>
- Andika, Y. A., Widyastuti, W. T., & Al Farisi, S. (2024). Pelatihan Public Speaking dan Personal Branding untuk Membangun Karakter Kepemimpinan Siswa OSIS SMA Angkasa 1 Halim Perdanakusuma Jakarta. *Sarwahita*, 21(03), 366–379. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.213.10>
- Anggarini, D. T. (2021). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Personal Branding dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(4),

- 259–268. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.341>
- Anwar, C., Harits, A., & Handijono, A. (2025). Pemanfaatan media sosial dalam membangun identitas diri sebagai strategi personal branding (Studi kasus: SMKS IPTEK Tangerang Selatan). *JIPM: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 27–32. <https://doi.org/10.55903/jipm.v3i1.215>
- Enjelina, P. W., Artawan, K. W., Putradinata, I. P. G. W., Antara, D. V., & Sari, N. K. M. P. (2025). Membangun Personal Branding untuk Meningkatkan Peluang Karir di Bidang Kreatif bagi Siswa SMA. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 7(2), 89–96. <https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v7i2.420>
- Haryati, E., Wibowo, T. S., & Hidayati, N. (2026). Menjadi “Magnet Peluang” melalui personal branding: Pendampingan etika dan komunikasi efektif di SMK 10 Surabaya. *Jurnal Pengabdian West Science*, 5(7), 1287–1307. <https://doi.org/10.58812/jpws.v5i07.3760>
- Ishihara, Y. Y. U., & Oktavianti, R. (2021). Personal branding influencer di media sosial TikTok. *Koneksi*, 5(1), 76–82. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10162>
- Juwito, J., Achmad, Z. A., Kaestiningtyas, I., Dewani, P. K., Wahyuningtyas, D., Kusuma, R. M., Mas’udah, K. W., Sari, T. P., & Febrianita, R. (2022). Public Speaking and Personal Branding Skills for Student Organization Managers at Dharma Wanita High School Surabaya. *Journal of Community Service and Empowerment*, 3(1), 9–17. <https://doi.org/10.22219/jcse.v3i1.18596>
- Khaydarsyah, S., Hamran, H., Amaliah, N. W., Pratomo, R. H. S., & Agung, E. A. (2024). Pelatihan strategi membangun personal branding bagi siswa SMA. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(2), 693–699. <https://doi.org/10.53769/jai.v4i2.878>
- Lestari, R., Suciska, W., Sanjaya, F. J., Ninggar, E. H., & Setyowati, P. (2025). Peningkatan daya saing siswa SMK melalui pelatihan personal branding di era digital. *Jurnal Mitrawarga*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.23960/jmw.v4i1.62>
- Mardiani, I. N., Aprilia, N. I., Pratiwi, V., Qorina, I., Fatmasari, D., & Samudra, J. (2024). Strategi Membangun Reputasi Untuk Sukses Karier Dengan Personal Branding di SMKN 1 Cikarang Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(4), 1135–1141. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i4.960>
- Marzuki, M., Zakaria, N., Fiyul, A. Y., Halimah, L., & Arfiawati, F. (2025). Pelatihan Penggunaan Sosial Media untuk Meningkatkan Personal Branding dan Pemahaman Komunikasi Siswa SMK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 49–56. <https://doi.org/10.58818/jpm.v3i2.118>
- Maspuroh, U., Nurhasanah, E., Syafroni, R. N., & Sugiarti, D. H. (2022). Implementasi literasi digital dalam keterampilan berbicara melalui sinar untuk membentuk personal branding siswa SMA Negeri 1 Telukjambe dan SMA Negeri 1 Majalaya Kabupaten Karawang. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(2), 2378–2390. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i2.6273>
- Muhdi, S., Valzon, M., Rozaq, M. F., Elvarani, A., Persada, A. P., Lestari, D., Eddy, D. S., Fitriya, L. I., Daulay, M. H., Wulan, P. I. N., Zahra, R. A., Azizah, U. N., & Sinaga, W. A. P. (2025). Sosialisasi personal branding sebagai strategi pembentukan identitas positif generasi Z pada lingkungan SMA Negeri 4 Siak Hulu. *Karawo: Journal of Community Service*, 3(2), 1–8. <https://doi.org/10.62951/karawo.v3i2.139>
- Nandira Adisty, & Yanti, N. F. (2024). Instagram Stories and Personal Branding Among Communication Students at Mercu Buana University. *Jurnal Spektrum Komunikasi (JSK)*, 12(2), 184–194. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v12i2.709>
- Novitasari, S., Sudiharto, S., Roihanah, W., Nurfairuz, F., & Fitriah, A. (2025). Pendampingan training dan personal branding bagi generasi muda untuk meningkatkan peluang karier dan usaha siswa siswi SMK Nurul Huda. *Jurnal Dedikasi Abdi Masyarakat*, 1(2), 125–132. <https://doi.org/10.32493/jdam.v1i2.54624>
- Puspita, D. R., Anggraheni, D. R., & Stiowati, A. I. (2025). Membangun Personal Branding Dan Strategi Pemasaran Diri Bagi Siswa Smk Negeri 7 Malang. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 9(01), 19–28. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v9.i01.a10417>

- Rizki Apriliyanti, Riska Aulia Noor, Fika Fibriyanita, & Adinda Fiorentina. (2024). Edukasi Membangun Personal Branding di Media Sosial Bagi Siswa OSIS SMK 2 Banjarmasin. *Jurnal Pengabdian Eksplorasi Humaniora (EKSHUM)*, 2(1), 15–23. <https://doi.org/10.20527/ekshum.v2i1.10>
- Tantra, G. C. (2025). Designing Hola Grafika's brand communication strategy to increase interaction with consumers on Instagram. *VCD: Journal of Visual Communication Design*, 10(1), 107–124. <https://doi.org/10.37715/vcd.v10i1.4908>