

LINKEDIN MASTERY: MEMBANGUN PERSONAL BRANDING UNTUK IKATAN REMAJA RW 7 MARGONDA

Muhammad Abdullah¹, Harry Mulyadi², Valentine Theresia Simamora³

^{1,2,3)} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Nusa Mandiri
e-mail: muhammad.mau@nusamandiri.ac.id

Abstrak

Di era digital, personal branding menjadi kunci sukses dalam membangun karier yang kompetitif. Namun, banyak pemuda, termasuk anggota komunitas Ikatan Remaja RW 7 Margonda (IKRAR 007), belum memahami optimalisasi platform LinkedIn untuk membangun citra profesional. Pengabdian masyarakat ini menggunakan metode service learning dengan pendekatan partisipatif, berupa workshop dan pendampingan praktis dalam pembuatan dan optimasi profil LinkedIn, membangun jaringan, serta strategi konten personal branding. Kegiatan dilakukan secara interaktif dengan durasi 3 jam di Kampus Nusa Mandiri Margonda pada Maret 2025. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta, dengan rata-rata skor pre-test dan post-test meningkat dari 48% menjadi 81%. Peserta juga aktif mempraktikkan pembuatan profil dan membangun jaringan profesional. Umpan balik menyatakan kepercayaan diri meningkat serta niat berkelanjutan dalam penggunaan LinkedIn untuk karier. Penilaian kualitas kegiatan dari peserta mendapatkan skor tinggi pada aspek materi, pelaksanaan, dan manfaat. Pengabdian ini menegaskan pentingnya literasi digital dalam personal branding bagi pemuda, memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing mereka di dunia kerja. Implementasi program serupa dan pendampingan lanjutan direkomendasikan untuk memperkuat transformasi digital komunitas pemuda.

Kata kunci: Personal Branding; LinkedIn; Literasi Digital; Pengembangan Karier; Komunitas Remaja; Depok

Abstract

In the digital era, personal branding is a key factor for building a competitive career. However, many youths, including members of the Ikatan Remaja RW 7 Margonda community (IKRAR 007), lack understanding of how to optimize LinkedIn as a platform to establish a professional image. This community service project employed a service-learning method with a participatory approach, consisting of workshops and practical guidance on creating and optimizing LinkedIn profiles, networking, and personal branding content strategies. The activities were conducted interactively over three hours at Nusa Mandiri Campus Margonda in March 2025. Evaluation results showed a significant increase in participants' understanding, with average pre-test and post-test scores improving from 48% to 81%. Participants were actively engaged in creating profiles and building professional networks. Feedback indicated increased confidence and a sustained intention to use LinkedIn for career development. Quality assessments from participants rated the material, implementation, and benefits highly. This service project underscores the importance of digital literacy in personal branding for youth, providing a tangible contribution to enhancing their competitiveness in the workforce. The implementation of similar programs and ongoing mentoring is recommended to strengthen the digital transformation of youth communities.

Keywords: Personal Branding; LinkedIn; Digital Literacy; Career Development; Youth Community; Depok

PENDAHULUAN

Di era digital yang berkembang pesat, personal branding telah menjadi elemen krusial dalam membangun karier yang sukses (Judijanto et al., 2024). Personal branding bukan sekadar citra diri yang ditampilkan di media sosial, tetapi juga merupakan strategi untuk menunjukkan kompetensi, pengalaman, dan nilai unik yang membedakan seseorang dari kandidat lain dalam pasar kerja yang semakin kompetitif (Nindhita, 2024). Seiring dengan digitalisasi dalam proses rekrutmen tenaga kerja, perusahaan dan rekruter kini lebih mengandalkan platform profesional seperti LinkedIn untuk menilai calon kandidat sebelum melangkah ke tahap wawancara (Susanto & Hamzali, 2024). Namun demikian, meskipun platform seperti LinkedIn menawarkan peluang besar bagi individu untuk membangun personal branding yang kuat, kenyataannya masih banyak pemuda yang belum

memahami cara menggunakannya secara optimal (Rahmawati & Wijaya, 2024). LinkedIn bukan hanya tempat untuk mengunggah CV, melainkan juga sarana untuk membangun jaringan profesional, berbagi wawasan industri, serta memperluas peluang kerja (Vianggraini & Nirawati, 2023). Sayangnya, masih banyak individu yang menganggap bahwa mencari pekerjaan hanya sebatas mengirimkan lamaran kerja ke berbagai perusahaan tanpa membangun citra profesional mereka di dunia digital (Sintani & Nurlianti, 2024).

Kondisi ini juga terjadi di komunitas Ikatan Remaja RW 7 Margonda (IKRAR 007). Sebagai kelompok pemuda dengan berbagai latar belakang pendidikan dan aspirasi karier yang berbeda, anggota komunitas ini memiliki potensi besar untuk bersaing di dunia kerja. Namun, dalam praktiknya, banyak di antara mereka yang masih belum memahami pentingnya personal branding dalam meningkatkan daya saing mereka. Mereka masih beranggapan bahwa mendapatkan pekerjaan cukup dengan mengirim lamaran kerja tanpa perlu membangun dan memelihara reputasi profesional yang kuat di platform seperti LinkedIn. Selain itu, meskipun sebagian besar anggota komunitas telah memiliki akun LinkedIn, banyak di antara mereka yang belum memahami bagaimana cara menyusun profil yang menarik dan profesional. Profil mereka sering kali hanya berisi informasi dasar tanpa adanya optimasi yang dapat meningkatkan visibilitas mereka di hadapan rekruter atau profesional lainnya. Kurangnya pemahaman tentang cara membuat konten profesional serta membangun jejaring yang relevan juga menjadi kendala utama (Anggarini, 2021). Hal ini juga ditunjukkan dari jawaban pra survey kuesioner terhadap anggota Ikatan Remaja RW 7 Margonda (IKRAR 007) yang mayoritas membutuhkan pelatihan dalam meningkatkan personal branding mereka di LinkedIn:



Gambar 1. Hasil Pra Survei Kebutuhan Anggota Mitra Ikatan Remaja RW 7 Margonda (IKRAR 007)
Sumber: Google Forms (2025)

Adapun detail dari daftar pilihan jawaban yang diberikan dari anggota mitra Ikatan Remaja RW 7 Margonda (IKRAR 007), terdapat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Pra Survei Kebutuhan Anggota Mitra Ikatan Remaja RW 7 Margonda (IKRAR 007)

No	Pilihan Jawaban	Jumlah Pemilih	Percentase
1	Pelatihan Personal Branding Dan Membangun Citra Profesional Di Era Digital	1 Orang	7.69%
2	Workshop Pembuatan Dan Optimasi Profil LinkedIn Untuk Usia Produktif	5 Orang	38.46%
3	Kelas Kewirausahaan: Memulai Usaha Kecil Dari Rumah	1 Orang	7.69%
4	Pelatihan Dasar Manajemen Keuangan Keluarga Dan UMKM	2 Orang	15.38%
5	Pelatihan Membuat CV, Surat Lamaran, Dan Persiapan Wawancara Kerja	-	0%

6	Sosialisasi Peluang Kerja Dan Magang	1 Orang	7.69%
7	Workshop Pemasaran Digital Untuk Produk Lokal Atau UMKM	1 Orang	7.69%
8	Kegiatan Pelatihan Komunikasi Efektif Antar Generasi Dalam Komunitas	1 Orang	7.69%
9	Pelatihan Pembuatan Proposal Usaha Atau Program Sosial	1 Orang	7.69%
10	Pendampingan Pengelolaan Organisasi Remaja (Manajemen Kegiatan & Administrasi)	-	0%
Total		13 Orang	100%

Sumber: Google Forms (2025)

Kemudian karena kurangnya literasi digital, akun LinkedIn yang dimiliki anggota mitra Ikatan Remaja RW 7 Margonda (IKRAR 007) tidak memberikan nilai tambah yang signifikan dalam proses pencarian kerja maupun pengembangan karier mereka. Lebih jauh, perilaku digital pemuda di komunitas ini menunjukkan bahwa mereka lebih aktif di media sosial seperti Instagram dan TikTok dibandingkan LinkedIn (Murire et al., 2023). Meskipun platform tersebut menawarkan pengalaman yang lebih interaktif dan hiburan yang menarik, mereka tidak secara langsung memberikan manfaat dalam membangun personal branding untuk keperluan karier. Pemahaman bahwa LinkedIn dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan peluang kerja, membangun koneksi profesional, dan mengembangkan keterampilan melalui berbagai fitur yang tersedia seperti artikel industri, grup diskusi, dan kursus online masih belum dimiliki oleh sebagian besar anggota komunitas (Salma et al., 2024). Dengan tantangan-tantangan tersebut, diperlukan pendekatan yang lebih sistematis untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan anggota komunitas dalam membangun personal branding melalui LinkedIn (Okviosa, 2022). Upaya ini diharapkan tidak hanya membantu mereka dalam memperoleh pekerjaan, tetapi juga membangun kredibilitas mereka sebagai profesional di bidang masing-masing.

METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode service learning, yaitu pendekatan yang melibatkan secara aktif anggota komunitas Ikatan Remaja RW 7 Margonda (IKRAR 007) dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi kebutuhan, perencanaan, hingga implementasi program (Abdullah et al., 2025). Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan nyata mitra (Hernisawati et al., 2024), khususnya dalam penguatan personal branding di era digital. Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan sebelumnya, sebagian besar anggota IKRAR 007 menunjukkan ketertarikan terhadap pelatihan pembuatan dan optimasi profil LinkedIn sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar kerja. Oleh karena itu, kegiatan ini dirancang dalam bentuk workshop interaktif dan pendampingan praktis yang berfokus pada penyusunan profil LinkedIn yang profesional, teknik membangun jejaring, serta strategi konten yang sesuai dengan citra personal yang ingin dibentuk. Adapun teknis pelaksanaan kegiatan meliputi:

- 1) Pengenalan konsep dasar personal branding dan pentingnya LinkedIn dalam dunia kerja modern;
- 2) Pelatihan pembuatan profil LinkedIn yang optimal, termasuk penggunaan foto profesional, penulisan headline, ringkasan diri, dan deskripsi pengalaman;
- 3) Simulasi membangun koneksi dan berbagi konten profesional;
- 4) Diskusi reflektif mengenai tantangan dan solusi dalam membangun citra profesional secara digital.

Seluruh kegiatan dilaksanakan secara partisipatif dengan pendekatan learning by doing, agar peserta tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga mampu langsung

mempraktikkannya. Keberhasilan kegiatan diukur dari perubahan kualitas profil LinkedIn peserta sebelum dan sesudah pelatihan serta tingkat keaktifan mereka dalam menggunakan platform tersebut secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 22 Maret 2025, bertempat di Kampus Nusa Mandiri Margonda, dengan durasi kegiatan kurang lebih 3 jam. Rangkaian kegiatan dimulai dengan 30 menit persiapan acara, diikuti oleh sesi utama selama 150 menit yang mencakup pemberian materi secara interaktif mengenai personal branding dan pemanfaatan platform LinkedIn. Kegiatan ditutup dengan sesi tanya jawab selama 30 menit, serta 30 menit latihan mandiri untuk menyusun dan mengevaluasi profil LinkedIn masing-masing peserta. Rangkaian pelatihan terbagi ke dalam beberapa sesi, yaitu:

- 1) Pengenalan Konsep Personal Branding dan LinkedIn

Sesi awal bertujuan membekali peserta dengan pemahaman dasar mengenai arti penting personal branding di era digital dan posisi strategis LinkedIn sebagai platform profesional. Peserta diajak untuk memahami bahwa citra diri yang ditampilkan di platform digital dapat memengaruhi persepsi rekruter, serta berkontribusi dalam membangun kredibilitas karier. Diskusi terbuka dilakukan untuk mengeksplorasi persepsi awal peserta terhadap personal branding dan penggunaan LinkedIn.

- 2) Optimasi Profil LinkedIn

Pada sesi ini, peserta diberi panduan teknis menyusun profil LinkedIn yang menarik dan profesional. Materi mencakup penggunaan foto profil yang sesuai, penulisan headline dan ringkasan diri yang kuat, serta penyusunan riwayat pendidikan dan pengalaman secara strategis. Peserta juga mempraktikkan langsung perubahan pada akun mereka dengan pendampingan fasilitator, sehingga terjadi proses learning by doing yang efektif.

- 3) Simulasi Jaringan dan Konten Profesional

Sesi dilanjutkan dengan praktik membangun koneksi profesional, teknik menulis dan membagikan konten yang relevan dengan minat karier, serta bagaimana berinteraksi secara profesional di platform. Simulasi ini dilakukan untuk menumbuhkan kesadaran akan pentingnya keterlibatan aktif di LinkedIn, bukan hanya sebagai pemilik akun pasif.

- 4) Diskusi Reflektif dan Latihan Mandiri

Sesi terakhir dimanfaatkan untuk melakukan refleksi terhadap hambatan yang dihadapi peserta dalam membangun personal branding serta menyusun rencana ke depan. Peserta juga diminta untuk menyelesaikan latihan evaluasi berupa revisi profil LinkedIn yang kemudian ditinjau oleh fasilitator untuk mendapatkan masukan langsung.



Gambar 2. Kegiatan Presentasi Materi dalam Program Pengabdian Masyarakat

Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Hasil evaluasi pascapelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terkait penggunaan LinkedIn sebagai sarana personal branding. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terjadi kenaikan skor rata-rata dari 48% menjadi 81%, menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap strategi membangun citra profesional secara digital. Selain itu, observasi selama kegiatan mencatat adanya peningkatan partisipasi aktif peserta dalam sesi praktik langsung. Secara kualitatif, umpan balik peserta menunjukkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam memanfaatkan LinkedIn dan memahami pentingnya membangun reputasi digital sejak dulu. Beberapa

peserta juga menyatakan keinginan untuk rutin mengunggah konten terkait aktivitas belajar atau kegiatan sosial di komunitas mereka sebagai bagian dari personal branding. Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga membentuk perubahan sikap dan kebiasaan digital peserta. Temuan ini sejalan dengan hasil pra-survei yang menunjukkan rendahnya pemanfaatan LinkedIn secara optimal oleh anggota IKRAR 007, dan menguatkan urgensi penguatan literasi digital dalam konteks personal branding bagi generasi muda. Ke depan, pendampingan lanjutan dan pelatihan tingkat lanjut dapat menjadi strategi efektif untuk mendorong transformasi digital yang lebih menyeluruh dalam komunitas ini. Selain itu terdapat pegukuran juga terhadap persepsi mitra atas terselenggaranya kegiatan ini:

Tabel 2. Skor Persepsi Kegiatan Pengabdian Masyarakat Dari Sudut Pandang Anggota Mitra Ikatan Remaja RW 7 Margonda (IKRAR 007)

No	Dimensi	Skor	Kategori
1	Informasi Kegiatan Pada Saat Pelaksanaan	4.31	Sangat Baik
2	Materi/Modul Pelatihan/Kegiatan	4.31	Sangat Baik
3	Sarana Dan Prasarana Yang Digunakan Pada Saat Kegiatan Berlangsung	4.69	Sangat Baik
4	Menurut Anda, Bagaimana Tema Kegiatan Ini?	4.38	Sangat Update
5	Menurut Anda, Bagaimana Tutor/Narasumber Menyampaikan Materi	4.54	Sangat Baik
6	Susunan Acara Berjalan Dengan Baik	4.54	Sangat Setuju
7	Kegiatan Ini Memberikan Manfaat Bagi Peserta	4.62	Sangat Setuju
8	Kegiatan Ini Menambah Wawasan Peserta (Mengenai Tema Yang Disampaikan)	4.54	Sangat Setuju
9	Kegiatan Ini Menambah Keterampilan Peserta Sesuai Dengan Tema Yang Disampaikan	4.23	Sangat Setuju
10	Kegiatan Ini Memperhatikan Keselamatan Dan Kesehatan Kerja (K3)	4.31	Sangat Setuju
11	Kegiatan Ini Memberikan Pemanfaatan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Kepada Peserta Secara Berkelanjutan	4.54	Sangat Setuju
12	Hasil Kegiatan Ini Dapat Memberikan Solusi Bagi Permasalahan Yang Dihadapai Oleh Peserta	4.17	Setuju
13	Kegiatan Ini Dilakukan Sesuai Dengan Kaidah Metode Ilmiah (Dilakukan Secara Terstruktur Dan Sistematis)	4.54	Sangat Setuju
14	Jika Kegiatan Ini Diadakan Kembali, Seberapa Besar Minat Anda Untuk Berpartisipasi Kembali?	4.23	Sangat Berminat
15	Bagaimana Persepsi Anda Terhadap Kegiatan Ini Secara Keseluruhan?	4.54	Sangat Puas

Sumber: Kuesioner Pengabdian Kepada Masyarakat (2025)

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan untuk memberikan pengetahuan konseptual dan keterampilan praktis terkait optimalisasi personal branding melalui pemanfaatan platform LinkedIn kepada anggota Ikatan Remaja RW 7 Margonda (IKRAR 007). Peserta pelatihan menunjukkan peningkatan kompetensi dalam menyusun profil profesional, memahami strategi membangun jaringan, serta merancang konten digital yang mendukung citra diri positif. Hasil pelatihan mengindikasikan efektivitas intervensi dalam meningkatkan literasi digital peserta, khususnya dalam konteks membangun reputasi profesional di dunia kerja modern. Selain memberikan pemahaman baru, kegiatan ini juga mendorong perubahan sikap dan kebiasaan peserta dalam menggunakan media digital secara lebih produktif dan strategis.

SARAN

Di masa depan nanti, anggota komunitas IKRAR 007 disarankan untuk secara rutin mengoptimalkan penggunaan LinkedIn, antara lain dengan memperbarui profil secara berkala, memperluas jaringan profesional, serta membagikan konten yang relevan dengan pengembangan karier dan bidang keahlian masing-masing. Selain itu, diperlukan adanya pelatihan lanjutan secara berkala seperti kelas pembuatan konten profesional, pengembangan soft skills, dan strategi personal branding yang lebih mendalam. Peran aktif kampus juga dibutuhkan sebagai fasilitator dalam pendampingan berkelanjutan guna memastikan keberlanjutan penguatan kapasitas digital generasi muda. Dengan demikian, komunitas ini diharapkan mampu bersaing secara lebih kompetitif di dunia kerja sekaligus membangun identitas profesional yang kuat di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Apresiasi dan terima kasih disampaikan kepada Ikatan Remaja RW 7 Margonda (IKRAR 007), Kelurahan Pondok Cina, Kecamatan Beji, Kota Depok, atas partisipasi aktif dan dukungan yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Kehadiran dan keterlibatan mitra sangat berperan dalam kelancaran dan keberhasilan program serta menunjukkan komitmen bersama dalam meningkatkan kapasitas pemuda di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M., Givan, B., Pancasilawan, B. H., & Puspita, R. (2025). Penguatan Jiwa Kewirausahaan untuk Ikatan Remaja RW 7 Margonda melalui Pemahaman Sifat-Sifat Entrepreneur. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 34–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jabdimas.v8i1.7417>
- 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/https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.341>
- Hernisawati, H., Hendar, K., Silviani, M., & Irhamudin, I. (2024). Konseling Islam Penguatan Kualitas Kesehatan Mental Terhadap Prilaku Beresiko Pada Remaja. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 4(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.51214/002024041000000>
- Judijanto, L., Setiawan, Z., Saputra, R., Sarwono, D. A., Marbun, M. R., Permatasakti, D., Purba, A. E., & Ramadhan, H. (2024). Personal Branding: Membangun Citra Positif dalam Persaingan Global. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Murire, O., Cilliers, L., & Chinyamurindi, W. T. (2023). Social media role in addressing employability challenges of graduates: An expert opinion analysis. *SA Journal of Human Resource Management*, 21, 2047. <https://doi.org/https://doi.org/10.4102/sajhrm.v21i0.2047>
- Nindhita, V. (2024). Personal Branding: Persona untuk Pengembangan Karier. *Jejak Pustaka*.
- Okviosa, A. N. R. (2022). LinkedIn Use for Employee Personal Branding. *ArtComm*, 5(2), 67–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.37278/artcomm.v5i2.537>
- Rahmawati, F., & Wijaya, L. S. (2024). Membangun Personal Branding di Linkedin: Perspektif Generasi Z dalam Pencarian Kerja. *Prologia*, 8(2), 522–537. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/pr.v8i2.31791>
- Salma, E. A., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2024). Pemanfaatan Personal Branding Linkedin Dalam Peningkatan Karier Mahasiswa. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(2), 483–494. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/professional.v11i2.7073>
- Sintani, P., & Nurlianti, A. (2024). Implementasi Teknologi Dalam Perencanaan Karir Pada Era Digital: Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 1(4), 736–743. <https://doi.org/https://doi.org/10.62379/jiksp.v2i3>
- Susanto, D. B., & Hamzali, S. (2024). Peran Teknologi dalam Meningkatkan Efektivitas Rekrutmen dan Seleksi Karyawan. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(8), 2746–2757. <https://doi.org/https://doi.org/10.56338/jks.v7i8.5898>
- Vianggraini, R., & Nirawati, L. (2023). Pelatihan Membuat Profil LinkedIn yang Tepat untuk Menunjang Persiapan Karir pada Mahasiswa. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 391–404.