
EDUKASI PERSONAL BRANDING DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL KEPADA ORANG TUA SISWA SD PINTAR BANDUNG

Indira Rachmawati¹, Fetty Poerwita Sary², Nidya Dudija³, Saskia Putri Surya⁴

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

indirarachmawati@telkomuniversity.ac.id, [nidjadudija@telkomuniversity.ac.id](mailto:nidyadudija@telkomuniversity.ac.id), fettytps@telkomuniversity.ac.id,
ssaskiaputri@student.telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pada era pandemi, semua siswa di Indonesia sudah terbiasa belajar dengan cara online yang membawa dampak ketergantungan menggunakan gadget untuk bermain online pada anak-anak termasuk siswa SD. Bila hal ini tidak diintervensi akan berdampak menurunnya motivasi belajar karena kecanduan game online. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan menghadirkan orang tua siswa SD Pintar bertujuan untuk mengaitkan antara personal branding pada media sosial, motivasi belajar, bijak menggunakan gadget, dan upaya memotivasi siswa SD yang baru selesai liburan panjang. Kegiatan ini berlangsung di SD Pintar Bandung dengan melibatkan 44 orang tua dan 10 orang guru. Metode yang digunakan adalah sosialisasi dan penyuluhan materi edukasi yang disajikan secara interaktif dan inspiratif untuk para peserta, dengan fokus pada bagaimana membangun identitas positif di media sosial dan mengoptimalkan penggunaan gadget secara bijaksana sebagai alat bantu belajar. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan respon positif dari para peserta yang merasa lebih percaya diri dalam membimbing anak-anaknya menghadapi dunia digital yang dinamis. Dampak yang terlihat adalah peserta mampu melakukan aplikasi strategi praktis dalam menghadapi tantangan dunia maya, seperti bijak menggunakan gadget agar anak-anak lebih fokus dalam belajar sehingga dapat menjadi generasi muda yang berdaya saing tinggi, siap menghadapi dunia digital, serta bersemangat dalam meraih kesuksesan.

Kata Kunci : Edukasi, Media Sosial, Personal Branding, SD Pintar

PENDAHULUAN

SD Pintar adalah sekolah dasar swasta yang berada dibawah naungan Yayasan Pintar Indonesia. Yayasan ini didirikan oleh Ustadz Lili Chumedi, drs., M. Pd. I. SD Pintar Bandung terletak di Jalan Abadi IV nomor 1, Geger Kalong, Bandung.

Visi dari SD Pintar adalah menjadi Lembaga Pendidikan yang fokus mendidik

anak menjadi generasi Qurani, mandiri, dan mampu

menjadi pemimpin yang islami, kini, dan nanti. Tujuan dari SD Pintar adalah mendidik generasi PINTAR terampil Al-Qur'an, mandiri dan pemimpin islami yang melibatkan peran aktif orang tua dan lingkungan.

Misi dari SD Pintar adalah (1) mendidik anak memiliki keterampilan dan kemampuan membaca tartil, menghafal 3 juz, memahami

dan mengamalkan Al-Quran sesuai usianya, (2) memberdayakan potensi masa depan anak dengan kemandirian dan kepemimpinan islami, (3) membangun kemitraan dengan orang tua dan lingkungan dalam membentuk generasi PINTAR (Qurani, mandiri dan memimpin dengan islam).

Keunggulan dari SD Pintar Bandung adalah (1) membaca Al-Quran dengan metode MAQDIS, (2) menghafal Al-Quran dengan metode TAMI OTAKA, (3) baca tulis latin dengan metode khas PINTAR, (4) membiasakan Hidup Mandiri Islami, (5) mengembangkan Karakter Pemimpin Islami, (6) mengembangkan dan Menguatkan Kapasitas Akademik, serta (7) mengembangkan dan Menguatkan Keterampilan Masa Depan (Bahasa, Seni dan Teknologi).

Kompetensi lulusan adalah (1) tartil dan terampil membaca dan menulis Al-Quran, (2) hafal tiga juz Al-Quran, (3) mampu Hidup Mandiri dan Memimpin dengan Islami, (4) kemampuan akademik yang kompetitif, serta (5) kemampuan Bahasa, Seni dan Teknologi yang aplikatif. Selain itu, program edukasi yang ditawarkan adalah Tahsin & Tahfidz, Hafizh Day, Leadership Day, Market Day, Wisata Buku, Field trip, Outbound, Mukhoyam Quran (Camping), Renang, Home Visit, PHBI, Monthly Report, Family Day, Cinta Lingkungan.

Terdapat beberapa permasalahan yang saat ini dihadapi, diantaranya: 1) personal branding pada media sosial; 2) motivasi belajar; 3) kebijakan dalam menggunakan gadget; 4) peran orang tua. Permasalahan yang mungkin timbul terkait personal branding pada media sosial adalah kurangnya kesadaran dan pemahaman akan dampak yang dimiliki oleh citra diri yang dipublikasikan di dunia maya. Jika personal branding tidak dikelola dengan bijaksana, hal ini dapat berdampak negatif pada motivasi belajar siswa dan merusak identitas positif mereka (Cummings et al., 2020; Gagne, 2014; Holden, 2019; Madigan, 2019).

Beberapa masalah masalah yang mungkin muncul dalam hal motivasi belajar adalah ketidaktahuan orang tua dan guru tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat motivasi belajar siswa. Selain itu, kurangnya dukungan dan pujian dari orang tua atau guru juga dapat menghambat semangat belajar siswa (Rohmalimna et al., 2022).

Salah satu permasalahan yang sering muncul terkait penggunaan gadget adalah kecanduan atau penggunaan gadget yang berlebihan oleh siswa. Jika gadget tidak digunakan dengan bijak, ini dapat mengganggu konsentrasi dan fokus belajar siswa serta berdampak negatif pada kesehatan fisik dan mental mereka. Permasalahan yang mungkin terkait peran orang tua adalah kurangnya keterlibatan dan pemahaman orang tua tentang pentingnya mendukung personal branding positif dan motivasi belajar anak di era digital. Kurangnya waktu yang dihabiskan bersama anak-anak dan kurangnya komunikasi terbuka juga dapat menjadi tantangan bagi orang tua (Nguyen & Tang, 2022).

Siswa SD mungkin mengalami kesulitan dalam memahami konsep personal branding pada media sosial dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi motivasi belajar mereka. Selain itu, beberapa siswa mungkin tidak menyadari dampak negatif dari penggunaan gadget yang berlebihan dan kurangnya kesadaran tentang pentingnya mengatur waktu secara seimbang antara belajar dan bermain. Permasalahan yang mungkin muncul adalah kurangnya dorongan dan dukungan dari orang tua atau guru untuk membantu mereka menghadapi tantangan ini (Anderman, 2020; Eisenberg et al., 2006)

Melalui pemahaman yang mendalam tentang permasalahan di atas, kita dapat merancang pendekatan dan strategi yang tepat untuk mengatasi setiap tantangan yang terkait dengan keterkaitan antara personal branding pada media sosial, motivasi belajar, bijak menggunakan gadget, peran orang tua, siswa

SD, dan memotivasi siswa SD yang baru selesai libur panjang (Bjorklund, 2022; Borah, 2021; Duncan, 2009; Essa & Burnham, 2019).

METODE

Kegiatan yang dilaksanakan untuk menanggulangi permasalahan pada masyarakat sasar SD Pintar Bandung adalah memberikan sosialisasi atau penyuluhan dalam hal personal branding pada media sosial, motivasi belajar kepada siswa SD setelah masa liburan sekolah, penggunaan internet yang bijak saat memulai masa sekolah, peran orang tua dan guru dalam memotivasi serta memantau kegiatan anak-anak SD saat memulai masa sekolah.

Kegiatan ini dilakukan secara tatap muka di lokasi sekolah SD Pintar. Peserta yang hadir adalah para orang tua atau wali murid SD Pintar dan para guru SD Pintar, beserta dengan tim narasumber dari kampus Telkom University.

Peserta mengikuti kegiatan ini disertai juga dengan sesi tanya jawab dan pemberian hadiah doorprize bagi 3 orang penanya pertama. Selain itu, partisipan mengikuti kegiatan Pre-test yang dilakukan sebelum acara sosialisasi dimulai agar mengetahui pengetahuan dasar dari peserta, kemudian kegiatan post-test dilakukan setelah acara sosialisasi selesai sehingga dapat diketahui adanya peningkatan pengetahuan setelah peserta mendengarkan sosialisasi.

Evaluasi pelaksanaan program dilakukan pada akhir acara adalah dengan menyebarkan kuesioner yang diisi oleh peserta, dimana hasil evaluasi tersebut dapat dijadikan feedback untuk tim narasumber dari kampus Telkom University.

HASIL DAN PEMBAHASAN

- 1. Personal branding pada media sosial** dilakukan dengan Melibatkan orang tua dan guru dalam mendukung siswa dalam memahami dampak personal branding pada motivasi belajar dan identitas positif mereka.
- 2. Motivasi belajar** dilakukan dengan Melakukan pelatihan bagi orang tua dan

guru mengenai cara memahami dan mempengaruhi faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi belajar siswa.

- 3. Bijak menggunakan gadget** dilakukan dengan Melibatkan orang tua dalam mengawasi penggunaan gadget siswa di rumah dan memberikan batasan waktu yang tepat.
- 4. Peran orang tua** dilakukan dengan 1) Mengadakan program pelatihan dan seminar untuk orang tua tentang pentingnya peran mereka dalam mendukung personal branding positif dan motivasi belajar anak; 2) Membuat lingkungan yang terbuka dan komunikatif antara orang tua dan anak, di mana anak merasa didukung.
- 5. Evaluasi pelaksanaan program** Evaluasi yang dilaksanakan di akhir pelatihan dengan menggunakan kuesioner untuk mengukur seberapa baik pelaksanaan pelatihan ini. Tabel 1 menunjukkan rekapitulasi hasil *feedback*.

Tabel 1.1 Kuesioner Pemilaian Abdimas

PERTANYAAN	STS1	TS2	CS3	S4	SS5
Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri.			4	24	13
Program Pengabdian Masyarakat ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasarnya(peserta)			4	24	13
Waktu pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini relatif telah mencukupi sesuai kebutuhan		1	3	26	11
Dosen dan mahasiswa Universitas Telkom bersikap ramah, cepat dan tanggap membantu selama kegiatan.			1	21	20
Masyarakat sasar (peserta) menerima dan mengharapkan program pengabdian masyarakat Universitas Telkom saat ini dan masa yang akan datang.			3	21	12
44 Responden		1	15	116	69
		2%	7%	57%	34%

- 6. Tinjauan hasil yang dicapai** Pengukuran kegiatan seminar luring ini membandingkan antara skor hasil pretest (sebelum diberikan materi pelatihan) dan hasil posttest (setelah pemberian materi). Dalam Gambar 1 terlihat adanya perubahan signifikan dalam peningkatan pemahaman peserta

pada saat sebelum dan sesudah kegiatan sosialisasi.



KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian terhadap orang tua siswa SD Pintar ini adalah bentuk sosialisasi dan pelatihan untuk menaikan kesadaran peran orang tua terhadap psikologis anak dalam masa pertumbuhan seiring dengan pembelajaran di sekolah dasar.

Berdasar pada banyaknya pemberitaan mengenai efek samping penggunaan gadget di kalangan siswa sekolah dasar yang dapat membuat anak kecanduan dan menjadi tidak terkontrol, peran orang tua sangat penting untuk menyikapi masalah ini.

Dengan metode yang digunakan untuk pelatihan ini, dapat diketahui apabila ada beberapa orang tua yang masih belum bisa menyikapi dengan benar untuk berperan dalam penggunaan gadget yang dapat mempengaruhi motivasi belajar sang anak. Sedangkan orang tua lainnya sudah bisa memahami sikap yang harus dilakukan untuk dapat mengubah gadget menjadi motivasi anak untuk semangat belajar.

Oleh karena itu, pelatihan ini berhasil dilakukan dengan menyasar orang tua siswa sekolah dasar sesuai dengan yang diharapkan. Rekomendasi untuk pihak narasumber adalah meneruskan kegiatan ini secara periodik

mengikuti tren yang sesuai dengan keadaan berlangsung.

REFERENSI

- Anderman, E. M. (2020). Achievement motivation theory: Balancing precision and utility. *Contemporary Educational Psychology*, 61, 101864.
- Bjorklund, D. F. (2022). *Children' s thinking: Cognitive development and individual differences*. Sage publications.
- Borah, M. (2021). Motivation in learning. *Journal of Critical Reviews*, 8(2), 550-552.
- Duncan, N. (2009). *Developmental psychology*. Juta and Company Ltd.
- Eisenberg, N., Fabes, R. A., & Spinrad, T. L. (2006). *Handbook of child psychology* (Vol. 3, pp. 646-718). Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons.
- Essa, E. L., & Burnham, M. M. (2019). *Introduction to early childhood education*. Sage Publications.
- Cummings, E. M., Davies, P. T., & Campbell, S. B. (2020). *Developmental psychopathology and family process: Theory, research, and clinical implications*. Guilford Publications.
- Gagné, M. (Ed.). (2014). *The Oxford handbook of work engagement, motivation, and self-determination theory*. Oxford University Press, USA.
- Holden, G. W. (2019). *Parenting: A dynamic perspective*. Sage Publications.
- Madigan, S., Prime, H., Graham, S. A., Rodrigues, M., Anderson, N., Khoury, J., & Jenkins, J. M. (2019). Parenting behavior and child language: A meta-analysis. *Pediatrics*, 144(4).

- Nguyen, H. T., & Tang, C. W. (2022). Students' intention to take E-learning courses during the COVID-19 pandemic: a protection motivation theory perspective. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 23(3), 21-42.
- Rohmalimna, A., Yeau, O., & Sie, P. (2022). The Role of Parental Parenting in the Formation of the Child's Self-Concept. *World Psychology*, 1(2), 36-45.