

Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Branding dan Komunikasi Siswa Tingkat Sekolah Menengah

Hermin Kusumajati¹, Jasmin Jannatania²

¹Universitas Pamulang

²Universitas Pamulang

hermin.kusumajati@gmail.com

Abstract: This activity aims to improve digital literacy and communication skills of SMK Pustek Serpong students in utilizing social media strategically and professionally. Through an educational, participatory, and contextual approach, this activity targets 11th grade students majoring in Multimedia who have great potential in developing digital identity and personal branding through platforms such as Instagram, TikTok, etc. The training focused on understanding the concept of personal branding, creative content creation strategies, and digital communication ethics. In addition to delivering the material, this activity also included hands-on practice, group discussions, content simulations, and reflective evaluations. The results of the activity showed an increase in students' understanding of the importance of building a positive and responsible self-image in the digital world. This activity is expected to foster ethical awareness, enhance digital creativity, and shape students' professional mindset in facing the challenges of the working life and the creative industry in the digital era.

Keywords: *digital ethics, digital literacy, personal branding, social media*

Abstrak: Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan komunikasi siswa SMK Pustek Serpong dalam memanfaatkan media sosial secara strategis dan profesional. Melalui pendekatan edukatif, partisipatif, dan kontekstual, kegiatan ini menyasar siswa kelas XI jurusan Multimedia yang memiliki potensi besar dalam mengembangkan identitas digital dan personal branding melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan LinkedIn. Pelatihan difokuskan pada pemahaman konsep personal branding, strategi pembuatan konten kreatif, serta etika komunikasi digital. Selain penyampaian materi, kegiatan ini juga mencakup praktik langsung, diskusi kelompok, simulasi konten, dan evaluasi reflektif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman siswa terhadap pentingnya membangun citra diri secara positif dan bertanggung jawab di dunia digital. Kegiatan ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran etis, meningkatkan kreativitas digital, serta membentuk pola pikir profesional siswa dalam menghadapi tantangan dunia kerja dan industri kreatif di era digital.

Kata kunci: *etika digital, literasi digital, media sosial, personal branding*

Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial menjadi salah satu platform paling populer di kalangan remaja dan generasi muda, termasuk siswa SMK. Platform ini menawarkan kombinasi visual dan naratif yang sangat efektif dalam membangun personal branding dan menyampaikan pesan secara menarik. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sheldon dan Bryant (2016), Instagram digunakan tidak hanya untuk berinteraksi sosial, tetapi juga sebagai media untuk menampilkan identitas diri kepada publik secara visual dan estetik. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram dapat menjadi alat strategis untuk mengekspresikan nilai, minat, dan keahlian individu jika digunakan dengan tepat.

Namun, pemanfaatan Instagram oleh siswa umumnya masih bersifat konsumtif dan spontan, tanpa perencanaan konten atau kesadaran terhadap implikasi jangka panjang dari jejak digital yang ditinggalkan. Studi dari Djafarova dan Trofimenko (2019) menunjukkan bahwa pengguna muda sering kali mengabaikan aspek kredibilitas, keaslian konten, dan etika digital saat membangun citra diri secara daring. Optimalisasi media sosial, termasuk Instagram, tidak hanya mencakup kemampuan teknis dalam membuat konten, tetapi juga mencakup pemahaman strategis tentang audiens, estetika visual, penjadwalan konten, penggunaan hashtag, hingga analisis performa melalui insight yang disediakan platform. Dalam konteks pembelajaran vokasional, keterampilan ini menjadi bagian penting dari literasi digital modern. Seperti yang ditegaskan oleh Kurniasari dan Lestari (2021) dalam jurnal Jurnal Ilmu Komunikasi, kemampuan memanfaatkan media sosial secara strategis merupakan soft skill yang mendukung kesiapan kerja, terutama bagi siswa yang ingin terjun di dunia industri kreatif, pemasaran digital, atau kewirausahaan.

Lebih jauh lagi, pelatihan optimalisasi media sosial juga membuka ruang bagi siswa untuk memahami nilai-nilai etika dalam bermedia digital. Etika dalam penggunaan media sosial, seperti tidak menyebarkan informasi palsu, menjaga privasi diri dan orang lain, serta menghormati keberagaman pendapat, perlu ditanamkan sejak dini. Hal ini sejalan dengan pandangan Livingstone dan Helsper (2007), yang menekankan pentingnya membangun “digital literacy” yang tidak hanya mencakup keterampilan teknis, tetapi juga tanggung jawab sosial dalam penggunaan media digital.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang sebagai ruang interaktif dan reflektif bagi siswa SMK Pustek Serpong untuk menggali potensi mereka dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pengembangan diri. Melalui pendekatan partisipatif dan kontekstual, pelatihan ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong transformasi cara berpikir siswa tentang media

sosial. Dengan demikian, diharapkan siswa tidak hanya menjadi pengguna media sosial yang aktif, tetapi juga mampu menjadi kreator konten yang bertanggung jawab, sadar akan citra diri, serta siap bersaing dalam lingkungan digital yang terus berkembang.

Dengan pelatihan ini pula, siswa diajak untuk tidak hanya melihat media sosial sebagai hiburan, tetapi juga sebagai ruang profesional yang dapat menunjang masa depan mereka. Entah sebagai calon wirausahawan, pekerja industri kreatif, ataupun individu yang ingin membangun reputasi profesional secara online, kemampuan mengelola media sosial secara optimal dan etis menjadi modal penting dalam menghadapi tantangan dunia kerja di era digital. Media sosial telah berkembang menjadi platform strategis dalam membangun citra diri (personal branding), menyampaikan informasi secara luas, dan membentuk reputasi digital seseorang. Sayangnya, siswa SMK masih banyak yang menggunakan media sosial tanpa strategi yang jelas dan cenderung tidak menyadari pentingnya etika digital. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini diarahkan untuk memberikan edukasi serta pelatihan kepada siswa agar mereka mampu menggunakan media sosial secara optimal dan bertanggung jawab.

METODE

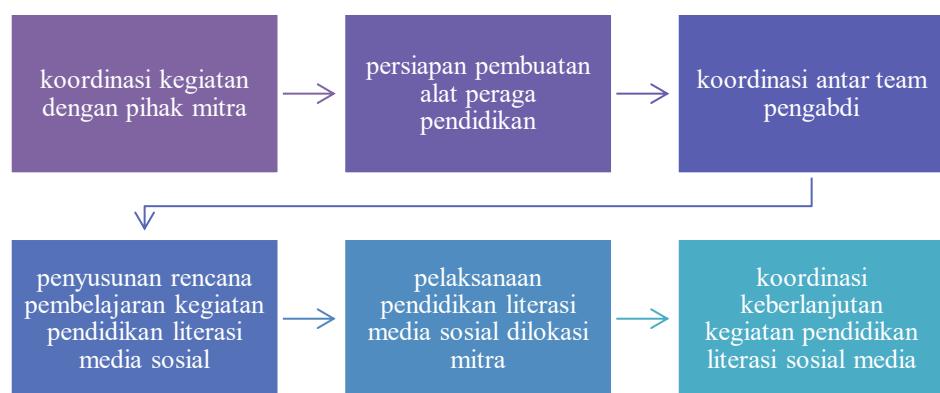
Metode kegiatan yang digunakan dalam program pengabdian ini menggabungkan pendekatan edukatif, partisipatif, dan praktik langsung berbasis literasi digital. Pendekatan tersebut dipilih agar proses pembelajaran tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dan relevan dengan kebutuhan serta konteks kehidupan siswa. Melalui metode ini, diharapkan siswa dapat memahami konsep-konsep secara mendalam sekaligus mampu menerapkannya secara nyata dalam penggunaan media sosial sehari-hari. Materi disampaikan melalui berbagai teknik seperti ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, dan simulasi pembuatan konten digital. Ceramah interaktif digunakan agar siswa tidak pasif menerima informasi, melainkan aktif bertanya dan berpartisipasi sehingga pemahaman menjadi lebih menyeluruh. Studi kasus juga menjadi sarana untuk menghubungkan teori dengan fenomena nyata di dunia media sosial, sehingga siswa mampu menganalisis dan mengkritisi praktik-praktik komunikasi digital yang ada.

Simulasi dan praktik langsung menjadi bagian inti dari kegiatan karena memberikan kesempatan bagi siswa untuk berkreasi dan bereksperimen secara langsung. Dalam sesi ini, siswa tidak hanya belajar membuat konten, tetapi juga mempraktikkan pengelolaan akun secara profesional mulai dari penentuan tema visual hingga penyusunan caption yang

menarik dan komunikatif. Hal ini memberikan pengalaman belajar yang komprehensif dan meningkatkan rasa percaya diri siswa dalam memanfaatkan media sosial sebagai media branding diri.

1. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan atau langkah – langkah pelaksanaan pengabdian dengan menggunakan metode literasi media sosial dilakukan sebagai berikut:



2. Pelaksanaan Pengabdian

Pemilihan lokasi adalah di SMA Pustek Serpong dengan melihat penggunaan sosial media yang besar oleh siswanya. Hampir 100% siswa SMA Pustek Serpong menggunakan sosial media. Kegiatan literasi sosial media dilakukan dengan rincian sebagai berikut:

No	Waktu	Durasi	Kegiatan
1	09.00 – 09.30 WIB	30 menit	Pembukaan <ul style="list-style-type: none"> • Sambutan Kepala Sekolah • Penjelasan tujuan kegiatan oleh panitia • Perkenalan narasumber
2	09.30 – 10.30 WIB	60 menit	Sesi 1: Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Personal Branding <ul style="list-style-type: none"> • Pengertian & pentingnya personal branding • Contoh tokoh sukses • Tips membangun citra positif & profesional
3	10.30 – 11.45 WIB	75 menit	Sesi 2: Strategi Pembuatan Konten Kreatif <ul style="list-style-type: none"> • Jenis-jenis konten menarik • Teknik dasar desain & copywriting • Tools gratis untuk konten visual

4	11.45 – 12.45 WIB	60 menit	ISHOMA (Istirahat, Sholat, Makan)
5	12.45 – 14.15 WIB	90 menit	Sesi 3: Praktik dan Simulasi <ul style="list-style-type: none"> • Pembagian kelompok • Simulasi pembuatan konten • Presentasi & umpan balik narasumber
6	14.15 – 15.00 WIB	45 menit	Sesi 4: Etika Berkomunikasi di Media Sosial <ul style="list-style-type: none"> • Etika & kesadaran digital • Menghindari hoaks & ujaran kebencian • Membangun interaksi sehat
7	15.00 – 15.30 WIB	30 menit	Penutup dan Evaluasi <ul style="list-style-type: none"> • Kesimpulan

Selain metode-metode tersebut, kegiatan ini juga menggunakan **Forum Group Discussion (FGD)** sebagai strategi untuk menggali pemahaman dan pengalaman siswa secara lebih mendalam. FGD merupakan diskusi terstruktur yang melibatkan kelompok kecil peserta dengan fasilitator yang memandu jalannya diskusi agar tetap fokus pada topik yang telah ditentukan. Dalam konteks kegiatan ini, FGD difokuskan pada diskusi mengenai tantangan, peluang, dan strategi siswa dalam mengelola media sosial untuk personal branding dan komunikasi profesional.

Melalui FGD, siswa didorong untuk saling berbagi pengalaman nyata, saling memberi masukan, dan mendiskusikan solusi atas masalah yang mereka hadapi dalam penggunaan media sosial. FGD memungkinkan terjadinya interaksi dua arah yang dinamis antara peserta dan fasilitator, sehingga dapat mengungkap berbagai perspektif yang mungkin tidak muncul dalam sesi ceramah atau praktik individu. Hal ini sangat penting untuk memahami bagaimana siswa memaknai penggunaan media sosial secara personal dan sosial, serta bagaimana mereka menyesuaikan strategi komunikasi mereka sesuai dengan situasi yang berbeda.

Untuk mengevaluasi keberhasilan metode yang diterapkan, tim pelaksana menggunakan teknik observasi lapangan yang mendokumentasikan respon dan keterlibatan siswa selama kegiatan berlangsung. Selain itu, dokumentasi kegiatan berupa foto dan video juga diambil untuk mendukung evaluasi serta sebagai bahan refleksi bersama. Wawancara singkat terhadap siswa dilakukan untuk menggali persepsi dan perubahan sikap mereka terhadap penggunaan media sosial, sehingga hasil evaluasi dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai dampak program secara kualitatif.

HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan ini juga memberikan dampak positif dalam membentuk pola pikir profesional siswa sejak dini. Mereka dilatih untuk berpikir secara strategis mengenai kehadiran digital mereka dan bagaimana hal itu dapat dimanfaatkan untuk menunjang masa depan karier, baik di dunia kerja maupun industri kreatif. Pendekatan ini selaras dengan tuntutan era digital yang membutuhkan individu yang adaptif, komunikatif, dan memiliki kemampuan representasi diri yang kuat di ruang publik virtual. Secara kolektif, kegiatan ini turut berkontribusi dalam menciptakan ekosistem digital yang sehat dan produktif di lingkungan sekolah. Melalui optimalisasi media sosial, siswa dapat memperkuat jaringan sosial yang positif, meningkatkan citra sekolah, serta membentuk komunitas yang kolaboratif dan saling mendukung. Kegiatan ini menjadi langkah strategis dalam membangun generasi muda yang tidak hanya cakap teknologi, tetapi juga memiliki kesadaran kritis, tanggung jawab sosial, dan integritas digital yang kuat.

Selain meningkatkan kemampuan teknis dalam menggunakan media sosial secara produktif, program ini juga berhasil menumbuhkan kesadaran kritis siswa terhadap etika digital, keamanan informasi, dan dampak dari jejak digital. Pemahaman ini menjadi bekal penting bagi generasi muda agar tidak hanya menjadi pengguna, tetapi juga kontributor aktif yang bertanggung jawab dalam ekosistem digital yang sehat. Keberhasilan program ini juga menunjukkan pentingnya kolaborasi antara institusi pendidikan, komunitas lokal, dan pihak eksternal seperti praktisi media atau penggiat literasi digital. Pendekatan lintas sektor ini memungkinkan siswa mendapatkan wawasan yang lebih luas serta pengalaman belajar yang aplikatif dan kontekstual. Kegiatan ini ditujukan kepada siswa kelas XI jurusan Multimedia yang dipandang memiliki kesiapan dan kebutuhan khusus terhadap penguatan kompetensi literasi digital, personal branding, serta komunikasi digital yang etis dan produktif.



Gambar 1. Pemaparan Materi

1. Ketercapaian Tujuan dan Respons Peserta

Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan utama untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam memanfaatkan media sosial secara strategis, khususnya sebagai sarana untuk memperkuat identitas diri (personal branding), membangun komunikasi profesional, serta menumbuhkan kesadaran etika dalam interaksi digital. Berdasarkan observasi lapangan dan hasil umpan balik dari peserta, kegiatan ini menunjukkan ketercapaian tujuan yang signifikan. Siswa menunjukkan respons yang sangat positif, terlihat dari tingkat kehadiran yang tinggi, partisipasi aktif dalam sesi diskusi dan praktik, serta kesungguhan dalam menyelesaikan tugas-tugas simulasi pembuatan konten. Materi yang disampaikan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga dikemas dalam bentuk interaktif dan kontekstual sehingga mampu memantik minat serta keterlibatan peserta.

Kegiatan diawali dengan sesi pembukaan dan penyampaian materi pengantar mengenai pentingnya media sosial dalam kehidupan remaja saat ini. Kemudian dilanjutkan dengan sesi-sesi tematik yang membahas personal branding, teknik pembuatan konten visual dan naratif, serta etika komunikasi digital. Para siswa terlihat antusias, banyak mengajukan pertanyaan, dan aktif berbagi pengalaman pribadi terkait penggunaan media sosial. Salah satu indikasi keberhasilan adalah kemampuan siswa dalam mengidentifikasi kesalahan umum dalam penggunaan media sosial serta merancang alternatif strategi yang

lebih positif dan produktif. Hal ini terlihat dalam sesi diskusi kelompok dan simulasi, di mana mereka mampu mengkritisi konten digital yang beredar dan mengusulkan cara perbaikan secara kreatif.

2. Peningkatan Literasi Digital dan Kompetensi Praktis

Kegiatan ini secara langsung berdampak pada peningkatan literasi digital siswa, khususnya dalam hal memahami fungsi strategis media sosial. Siswa tidak lagi memandang media sosial hanya sebagai ruang hiburan atau ekspresi pribadi, tetapi sebagai sarana untuk membangun citra profesional dan mempresentasikan potensi diri di hadapan publik yang lebih luas. Melalui materi yang disampaikan dan sesi praktik langsung, siswa memperoleh pemahaman tentang struktur dan dinamika algoritma media sosial, jenis-jenis konten yang sesuai untuk branding personal, serta tools yang dapat digunakan untuk menunjang desain konten. Platform seperti Canva, CapCut, dan Instagram diperkenalkan sebagai alat bantu yang efektif dan mudah diakses untuk memproduksi konten berkualitas tinggi.

Hasil simulasi menunjukkan bahwa siswa mampu merancang konten digital yang mencerminkan nilai, minat, dan aspirasi pribadi mereka. Beberapa kelompok bahkan menunjukkan kemampuan menyusun narasi visual dan caption yang kuat dan komunikatif. Selain itu, siswa juga mampu mengidentifikasi waktu terbaik untuk mengunggah konten, jenis *hashtag* yang sesuai dengan target audiens, dan pentingnya *engagement* sebagai bagian dari strategi jangkauan digital.

Proses ini memberikan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan industri kreatif, khususnya di bidang media sosial, pemasaran digital, dan komunikasi visual. Siswa mulai memahami bahwa kemampuan menciptakan konten yang bermakna dapat menjadi aset kompetitif dalam berbagai konteks profesional, termasuk saat melamar pekerjaan, mengikuti lomba, atau mempromosikan produk.

3. Pembentukan Mindset Profesional dan Etika Digital

Salah satu capaian penting dari kegiatan ini adalah terbentuknya pola pikir (mindset) profesional dalam berinteraksi di ruang digital. Siswa mulai menyadari bahwa setiap unggahan dan komentar mereka di media sosial berpotensi menciptakan persepsi publik yang dapat memengaruhi masa depan akademik maupun profesional mereka. Oleh karena itu, mereka dilatih untuk mempertimbangkan nilai, dampak, dan etika dari setiap konten yang mereka produksi dan bagikan. Materi mengenai etika digital disampaikan dengan pendekatan diskusi reflektif dan berbasis kasus nyata. Siswa diajak berdialog mengenai isu-isu seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, oversharing, cyberbullying,

dan pencemaran nama baik di dunia maya. Dalam diskusi kelompok, mereka diberi kesempatan untuk mengevaluasi pengalaman pribadi maupun kasus yang diangkat dari media, kemudian diminta untuk merumuskan solusi atau strategi preventif.

Hasil dari sesi ini sangat menggembirakan. Siswa menunjukkan peningkatan kesadaran tentang pentingnya berpikir kritis sebelum mengunggah sesuatu, serta mulai mempertimbangkan risiko jangka panjang dari tindakan daring mereka. Beberapa siswa menyampaikan rencana untuk menghapus konten lama yang tidak relevan atau kurang pantas, serta mulai menyusun strategi baru untuk membangun akun media sosial yang lebih mencerminkan nilai-nilai positif. Simulasi dan FGD juga menunjukkan bahwa siswa mulai menginternalisasi nilai-nilai profesionalitas, seperti tanggung jawab, kesantunan, konsistensi, dan integritas digital. Hal ini merupakan capaian strategis dalam membentuk generasi muda yang bukan hanya melek teknologi, tetapi juga memiliki kepekaan sosial dan moral dalam menggunakan teknologi tersebut.

4. Penguatan Identitas Kolektif dan Komunitas Sekolah

Selain memberikan dampak pada level individu, kegiatan ini juga berhasil memperkuat identitas kolektif siswa dan komunitas sekolah melalui media sosial. Selama kegiatan berlangsung, siswa tidak hanya belajar membranding diri sendiri, tetapi juga diajak untuk berpikir bagaimana citra sekolah dapat dibentuk dan ditampilkan secara positif di ruang digital. Beberapa kelompok peserta mengambil inisiatif untuk membuat konten yang menampilkan kegiatan belajar di kelas, proyek multimedia, dokumentasi kegiatan ekstrakurikuler, dan pencapaian sekolah. Konten tersebut dirancang dengan konsep profesional, memperhatikan estetika visual, narasi yang kuat, serta nilai-nilai yang mencerminkan identitas SMK Pustek Serpong. Hal ini menandai terbentuknya ekosistem digital di lingkungan sekolah yang lebih produktif dan positif. Aktivitas seperti saling mengapresiasi karya, membagikan informasi kegiatan sekolah, serta mengangkat cerita inspiratif dari teman sekelas dapat menjadi pemantik solidaritas digital dan memperkuat rasa memiliki terhadap institusi.

Lebih jauh lagi, kegiatan ini membuka peluang kolaborasi antara siswa, guru, dan pihak sekolah dalam mengelola akun resmi sekolah. Beberapa siswa mengusulkan untuk membuat tim kreatif media sosial sekolah yang berisi perwakilan siswa dari berbagai jurusan untuk memproduksi konten secara berkala. Ini menjadi indikator bahwa siswa tidak hanya menjadi pengguna media, tetapi juga *content creator* aktif dan strategis.

5. Evaluasi Kegiatan dan Dampak Jangka Panjang

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui berbagai instrumen kualitatif, termasuk observasi, FGD, dokumentasi visual, serta wawancara reflektif dengan peserta. Berdasarkan hasil evaluasi, mayoritas siswa merasa kegiatan ini sangat bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan mereka saat ini, terutama dalam menyiapkan diri menghadapi dunia kerja dan dunia digital yang semakin kompetitif. Sebelum kegiatan, sebagian besar siswa menggunakan media sosial secara impulsif dan tanpa strategi. Namun, setelah mengikuti kegiatan, banyak dari mereka mulai menyusun rencana konten pribadi, menyadari pentingnya *personal branding*, dan memiliki kesadaran terhadap etika komunikasi daring.

Dampak jangka panjang dari kegiatan ini diharapkan mampu membekali siswa dengan kompetensi abad ke-21, seperti *critical thinking*, *digital communication*, *self-management*, dan *responsible digital citizenship*. Siswa tidak hanya diajarkan untuk menjadi pengguna teknologi, tetapi juga untuk menjadi pelaku perubahan yang membentuk ekosistem digital yang sehat, etis, dan konstruktif. Dengan demikian, kegiatan PKM ini tidak hanya memberikan transfer pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga menjadi media transformasi sikap dan karakter siswa dalam menghadapi tantangan zaman digital. Kegiatan ini diharapkan menjadi model yang dapat direplikasi di sekolah lain, khususnya di tingkat menengah kejuruan, untuk membentuk generasi muda yang adaptif, inovatif, dan beretika di era digital.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertajuk “Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Branding dan Komunikasi Siswa Tingkat Sekolah Menengah” yang dilaksanakan di SMK Pustek Serpong berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan literasi digital dan keterampilan komunikasi siswa, khususnya di kalangan kelas XI jurusan Multimedia. Dengan hasil yang dicapai dalam program ini, dapat disimpulkan bahwa penguatan literasi digital dan keterampilan komunikasi melalui media sosial merupakan investasi penting dalam mempersiapkan siswa menghadapi tantangan dan peluang di era digital. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu terus dilakukan dan dikembangkan agar dampaknya dapat dirasakan secara lebih luas dan berkelanjutan.

Sebagai tindak lanjut, direkomendasikan agar sekolah-sekolah mengintegrasikan modul literasi digital ke dalam kurikulum atau kegiatan ekstrakurikuler secara berkala. Selain itu, perlu

disediakan platform bagi siswa untuk menyalurkan kreativitas digital mereka, seperti lomba konten positif atau kampanye daring yang mengedukasi masyarakat. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan semangat literasi digital yang telah ditanamkan melalui program dapat terus tumbuh dan memberikan manfaat jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*
- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Polity Press
- Djafarova, E., & Trofimenco, O. (2019). ‘Instafamous’—Credibility and self-presentation of micro-celebrities on social media. *Information, Communication & Society*
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education
- Kurniasari, A., & Lestari, R. D. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana personal branding: Studi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*
- Livingstone, S., & Helsper, E. J. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Schivinski, B., & Dabrowski, D. (2016). The effect of social media communication on consumer perceptions of brands. *Journal of Marketing Communications*
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*