



**Pemberdayaan Karang Taruna Dalam Membangun Personal Branding Melalui Pemanfaatan AI di Desa Meteseh, Boja, Kabupaten Kendal**  
***Youth Empowering in Generating Personal Branding through Utilizing Artificial Intelligent Tools at Meteseh-Boja, Kendal Regency***

**Retno Apriliyanti<sup>✉</sup>, Hargokendar Suhud, Ardianto, Panunjang Waruwu<sup>1</sup>**  
Departemen Informatika, Universitas Karya Husada Semarang  
Email: retno@unkaha.ac.id

**INFO ARTIKEL**

**Riwayat Artikel :**

Diterima : 18 Februari 2025  
Direvisi : 28 Februari 2025  
Dipublikasikan : 25 Maret 2025

**Kata Kunci :**

*Personal branding; karang taruna; artificial intelligence*



Humanity Empowerment Journal memiliki lisensi dibawah [Creative Commons Attribution-4.0 International Public License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

**Hak Cipta:** ©2025 oleh penulis

**ABSTRAK**

Berdasarkan laporan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia bahwa pengguna internet pada tahun 2023 mencapai 78,19% atau menembus angka 215.626.156 penduduk Indonesia menggunakan internet. Upaya untuk memunculkan dampak positif penggunaan internet, sangat perlu training atau edukasi dalam membuat platform yang baik dan sehat. Melakukan Social Media Branding dapat berawal dari menanamkan nilai individu yang baik dan berterima dengan norma Indonesia maupun universal. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pengetahuan terkait membangun Personal Branding yang baik melalui media social dengan menggunakan platform AI yang dapat diakses oleh masyarakat khususnya adalah remaja Karang Taruna. Metode yang digunakan adalah dengan *Rural Participatory Appraisal* yang diikuti oleh Penggiat UMKM muda dan Karang Taruna sejumlah 26 peserta. Diharapkan terdapat peningkatan pemahaman dalam menciptakan Personal Branding yang baik secara kreatif dengan bantuan Artificial Intelligence sehingga dapat mengangkat citra baik individu maupun sosial masyarakat sekitar.

**ARTICLE INFO**

**Article History :**

Received : 18 February 2025  
Revised : 28 February 2025  
Published : 25 March 2025

**Keywords:**

*Personal branding; youth ; artificial intelligence*



Humanity Empowerment Journal is licensed under [Creative Commons Attribution-4.0 International Public License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

**Copyright:** ©2025 by authors

**ABSTRACT**

*According to the Association of Indonesian Internet Service Providers, internet users will reach 78.19% in 2023, surpassing the current figure of 215,626,156 Indonesians who use the internet. In order to reveal the positive effects of internet use, training or education is required in order to create a good and healthy platform. Instilling individual values that are excellent and acceptable to Indonesian and worldwide norms can be the first step in Social Media Branding. This community service activity intends to give knowledge about Personal Branding through social media utilizing an AI platform that the general public, particularly Karang Taruna youth, may access. The Rural Participatory Appraisal approach was applied, and 26 young MSME activists and Youth Organizations participated. It is intended that with the help of Artificial Intelligence, there will be a greater grasp of how to create strong in a creative way that will raise both individual and societal images of the surrounding community.*

## I. Pendahuluan

Di era digital seperti sekarang ini, personal branding menjadi hal yang begitu lumrah dilakukan. Meski personal branding sudah ada sejak era-era sebelumnya, namun di era digital inilah tahapan personal branding menjadi hal yang begitu umum dilakukan, khususnya melalui internet. Berdasarkan laporan Wearesocial (Afrilia, 2018), pengguna internet dunia saat ini telah mencapai 4,021 miliar orang. Masih dalam laporan yang sama, dapat diketahui bahwa di Indonesia sendiri jumlah pengguna internet mencapai 132 juta orang. Realitas virtual ini merupakan fenomena yang sering muncul karena new media memungkinkan penggunaannya untuk menggunakan ruang seluas-luasnya, Media sosial menjadi tempat bagi para individu maupun kelompok yang sedang membangun citra sosial melalui dunia daring, hal utama yang menjadi focus mereka yaitu authenticity (keunikan) personal yang ingin ditunjukkan kepada sosial, berbagi pengalaman kepada sesama, pengalaman dapat berupa *success story* yang dapat menginspirasi orang lain untuk tetap berpikir positif dan optimis, selain fokus pada interpretasi pribadi mereka masing-masing, beberapa orang juga membangun citra diri dalam menempatkan etika yang relevan saat bermedia sosial (Petruică, 2016).

*Personal branding* dapat membawa kita pada profesionalitas yang sukses, ada enam tahap yang harus dilalui untuk mencapai kesuksesan dalam sisi profesionalitas, yaitu melakukan introspeksi diri apa yang menjadi kelebihan dan kekurangan masing-masing, tahap selanjutnya adalah proses memahami apa saja yang perlu dibenahi dan dengan cara apa harus berbenah. Tahap ketiga, yaitu melakukan pengembangan, proses uji coba metode atau strategi menjadi bagian yang membutuhkan kesabaran dan konsistensi, sehingga orang dapat mengembangkan point-point yang sudah dipelajari sebelumnya. Afirmasi positif adalah mantra yang dapat menjadi motivasi dalam memacu konsistensi dalam usaha membangun *personal branding*, mengkerasakan peluang dengan sesuatu yang unik, ide yang di dapat lalu ditransfer menjadi *footprint* yang siap untuk dipresentasikan ke halayak umum, tahap terakhir adalah mengkomunikasikan hasil footprint dengan kebutuhan pasar dalam hal ini adalah sasaran yang dituju, dengan membuka komunikasi publik proses pengembangan akan semakin menuju ke kesesuaian minat pasar terhadap *personal branding* yang sedang kita bangun. (Philbrick and Cleveland, 2015)

Kelurahan Meteseh, Boja mempunyai komoditas perkebunan yang baik, seperti singkong, pisang dan beberapa tanaman pangan yang lain. Letak geografis area ini berada dalam dataran tinggi sehingga memungkinkan untuk tanaman dan perkebunan, ada beberapa komoditas tanaman lain selain tanaman pangan, salah satunya adalah karet. Secara Demografis ketersediaan sarana prasarana seperti pasar, sekolah, dan area perkantoran tidak banyak, sehingga banyak penduduk sekitar melakukan kegiatan diluar area nya. Kempatan yang ada untuk memungkinkan warga nya mempunyai kemampuan secara mandiri untuk membangun bisnis atau berwirausaha sangat besar. UMKM sangat banyak, beberapa warga memiliki usaha seperti makanan ringan, baju dan komoditi lain. Hal yang menjadi permasalahan adalah masih minimnya akses promosi dari warga ke area di luar kelurahan Boja. Akses promosi yang mereka lakukan adalah dengan mengupload hasil foto pada status *Whatsapp* atau melalui *Facebook* namun perlunya membangun Business dan untuk memajukan produk yang mereka jual. Selain masalah UMKM perlunya memperkenalkan area wilayah Meteseh, Boja sebagai daerah yang bisa disosialisasikan di pada pihak luar.

Program Pembangunan di area pedesaan yang dicanangkan adalah mengubah daya guna dan fungsi dari suatu komoditi menjadi bernilai jual, selain itu pendayagunaan dalam teknologi



menjadi hal yang perlu untuk digarap mengingat salah satu unsur keterbukaan publik adalah dengan melakukan publikasi tentang apa yang menjadi data bersama. Kemajuan Desa salah tidak hanya menjadi tugas bagi perangkat desa dan masyarakat melainkan perlu adanya peran akademis sebagai pihak yang akan menjadi fasilitator dan mediator dalam pelaksanaan pendayagunaan masyarakat desa,

Keterbukaan data dan teknologi menjadi peluang bagi warga untuk dapat mempromosikan wilayah mereka dan menarik minat pihak lain untuk bergabung dalam hal peningkatan upah dan kewirausahaan, namun permasalahan yang muncul adalah ketrampilan warga dalam mengakses dan menggunakan teknologi masih minim. Hal ini berbanding terbalik dengan realita dilapangan dimana sudah banyak platform online yang ditujukan untuk membuat infografis dan videografis. Platform yang tidak berbayar dapat membantu Karang Taruna dalam melakukan Branding personal atau pada wilayah nya. Personal Branding menjadi hal yang sangat penting dalam positioning diri sebagai bentuk mempromosikan diri dengan skill yang dipunya untuk mendapatkan satu Value (nilai) yang lebih biasanya dalam posisi dunia industry kreatif dan kewirausahaan. Bagi pemuda dan pemudi pentingnya membuat suatu personal branding yang baik agar nantinya saat mereka berkarya atau berwiraswasta maka rekan dan kolega akan merasa nyaman dalam berkolaborasi.

Program Pembangunan di area pedesaan yang dicanangkan adalah mengubah daya guna dan fungsi dari suatu komoditi menjadi bernilai jual, selain itu pendayagunaan dalam teknologi menjadi hal yang perlu untuk digarap mengingat salah satu unsur keterbukaan publik adalah dengan melakukan publikasi tentang apa yang menjadi data bersama. Kemajuan Desa salah tidak hanya menjadi tugas bagi perangkat desa dan masyarakat melainkan perlu adanya peran akademis sebagai pihak yang akan menjadi fasilitator dan mediator dalam pelaksanaan pendayagunaan masyarakat desa,

Keterbukaan data dan teknologi menjadi peluang bagi warga untuk dapat mempromosikan wilayah mereka dan menarik minat pihak lain untuk bergabung dalam hal peningkatan upah dan kewirausahaan, namun permasalahan yang muncul adalah ketrampilan warga dalam mengakses dan menggunakan teknologi masih minim. Hal ini berbanding terbalik dengan realita dilapangan dimana sudah banyak platform online yang ditujukan untuk membuat infografis dan videografis. Platform yang tidak berbayar dapat membantu Karang Taruna dalam melakukan Branding personal atau pada wilayah nya. Personal Branding menjadi hal yang sangat penting dalam positioning diri sebagai bentuk mempromosikan diri dengan skill yang dipunya untuk mendapatkan satu Value (nilai) yang lebih biasanya dalam posisi dunia industry kreatif dan kewirausahaan. Bagi pemuda dan pemudi pentingnya membuat suatu personal branding yang baik agar nantinya saat mereka berkarya atau berwiraswasta maka rekan dan kolega akan merasa nyaman dalam berkolaborasi.

Teknik dalam membuat personal branding bagi Karang Taruna dapat memanfaatkan teknologi, contohnya pada postingan Facebook, Instagram, Tiktok atau Youtube mereka menyampaikan pesan-pesan yang edukatif dan persuasive, hal ini akan menambah semangat pemuda dalam menambah kreatifitas mereka yang berujung pada adanya Personal Branding yang dapat dikenal oleh khalayak umum. Hal ini yang mendasari dari Departemen Informatika Universitas Karya Husada Semarang untuk turut serta dalam memajukan sumber daya manusia khususnya pada Karang Taruna Desa Mijen, Boja Kabupaten Kendal. Diharapkan setelah adanya forum pemberdayaan ini pemuda Karang Taruna dapat mempromosika Personal Branding mereka yang mewakili daerah mereka, sehingga akan menambah produktifitas mereka dalam berkarya dan berwirausaha.

## II. Metode

Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat telah terlaksana pada hari Sabtu tanggal 29 Juli 2023 di Desa Meteseh, Kecamatan Boja, Kabupaten Kendal. Acara ini dihadiri oleh perwakilan Karang Taruna dan Pelaku UMKM sejumlah 26 orang. Metode yang digunakan adalah dengan *community empowering* dengan menggunakan teknologi sebagai media personal branding. Dengan metode ini, karangtaruna dapat membuat personal branding tentang dirinya atau branding dari desa dan UMKM yang ada oada Desa Meteseh. Produk yang ada pada UMKM berupa, jamu dan beberapa makanan tradisional. UMKM terbentuk dari beberapa kelompok ibu-ibu yang tergolong dalam PKK dengan dibantu dengan karangtaruna yang rata-rata berusia 17 tahun keatas

## III. Hasil dan Pembahasan

Hasil yang didapat adalah adanya kesadaran peserta dalam menggunakan teknologi untuk mendukung Personal Branding atau Product Branding pada peserta UMKM. Sebagian besar responden telah mengetahui dan menggunakan teknologi AI dalam membuat feed pada instagram atau editing foto produk, namun mereka tidak melakukan personal branding yang baik. Pertanyaan terkait berapa banyak mereka malakukan branding dengan memposting di imedia sosial masih sangat minim. Bahkan tidak setiap hari mereka akan mengupgrade profil mereka secara personal.

Gambar 1. Pemaparan materi mengenai Personal Branding



Gambar 1. Pemaparan materi mengenai Pemanfaatan AI untuk peningkatan



Gambar 3. Peserta Karang Taruna berbaur dengan pelaku UMKM terlibat dalam diskusi



Penggunaan teknologi secara online sangat diminati oleh responden, mereka menggunakan media online untuk melakukan editing gambar dan video, sedangkan aplikasi yang mereka cukup familiar seperti canva, video maker, dll. Yang masih menjadi tndak lanjut adalah bagaimana mereka melakukan peningkatan pada personal branding untuk mengedukasi masyarakat dan memberikan pengaruh positif untuk kalangan muda atau peminat UMKM.

Program Pembangunan di area pedesaan yang dicanangkan adalah mengubah daya guna dan fungsi dari suatu komoditi menjadi bernilai jual, selain itu pendayagunaan dalam tekhnologi menjadi hal yang perlu untuk digarap mengingat salah satu unsur keterbukaan publik adalah dengan melakukan publikasi tentang apa yang menjadi data bersama. Kemajuan Desa salah tidak hanya menjadi tugas bagi perangkat desa dan masyarakat melainkan perlu adanya peran akademis sebagai pihak yang akan menjadi fasilitator dan mediator dalam pelaksanaan pendayagunaan masyarakat desa,

Keterbukaan data dan teknologi menjadi peluang bagi warga untuk dapat mempromosikan wilayah mereka dan menarik minat pihak lain untuk bergabung dalam hal peningkatan upah dan kewirausahaan, namun permasalahan yang muncul adalah ketrampilan warga dalam mengakses dan menggunakan tekhnologi masih minim. Hal ini berbanding terbalik dengan realita dilapangan dimana sudah banyak platform online yang ditujukan untuk membuat infografis dan videografis. Platform yang tidak berbayar dapat membantu Karang Taruna dalam melakukan Branding personal atau pada wilayah nya. Personal Branding menjadi hal yang sangat penting dalam positioning diri sebagai bentuk



mempromosikan diri dengan skill yang dipunya untuk mendapatkan satu Value (nilai) yang lebih biasanya dalam posisi dunia industry kreatif dan kewirausahaan. Bagi pemuda dan pemudi pentingnya membuat suatu personal branding yang baik agar nantinya saat mereka berkarya atau berwiraswasta maka rekan dan kolega akan merasa nyaman dalam berkolaborasi.

Teknik dalam membuat personal branding bagi Karang Taruna dapat memanfaatkan teknologi, contohnya pada postingan Facebook, Instagram, Tiktok atau Youtube mereka menyampaikan pesan-pesan yang edukatif dan persuasive, hal ini akan menambah semangat pemuda dalam menambah kreatifitas mereka yang berujung pada adanya Personal Branding yang dapat dikenal oleh khalayak umum. Hal ini yang mendasari dari Departemen Informatika Universitas Karya Husada Semarang untuk turut serta dalam memajukan sumber daya manusia khususnya pada Karang Taruna Desa Mijen, Boja Kabupaten Kendal. Diharapkan setelah adanya forum pemberdayaan ini pemuda Karang Taruna dapat mempromosika Personal Branding mereka yang mewakili daerah mereka, sehingga akan menambah produktifitas mereka dalam berkarya dan berwirausaha

Media menjadi penjemabatan dalam menumbuhkembangkan kepercayaan diri seseorang saat membangun *branding* secara personal, pada dunia Pendidikan, sumber media digital dapat membantu guru dan siswa dalam mencapai tujuan pembelajaran. Guru dapay menggunakan platform digital media unruk membuat media pebelajaran dan siswa pun akan sangat tertarik dengan pembelajaran yang disampaikan secara kreatif dan inovatif (Munthe *et al.*, 2024). Gerakan literasi digital telah masuk pada salah satu poin pada metode kurikulum Merdeka, Dimana sumbe belajar tidak hanya disipkan oleh guru, namun siswa pun dapat berkontribusi untuk membuat sumber belajar yang baik, kreatif dan inovatif. Pada lingkup perguruan tinggi pun, pelatihan diberikan kepada tenaga dosen untuk mempermudah dalam melaksanakan kinerjanya. (Perdana and Bohari, 2024) memberikan pelatihan kepada Fakultas Keseatan Masyarakat untuk menggunakan AI Bard, Gamma APP AI, CANVA, Chat GPT, and Jenni AI. Tugas pokok dosen salah satunya adalah menyiapkan perangkat pembelajaran, media dan materi yang menarik sehingga dirasa sangat bermanfaat dalam mempromosikan digital literasi kepada civitas akademika agar tujuan digitalisasi dapat dirasakan semua lini.

Pemanfaatan AI juga digunakan dalam merancang projek siswa, Canva merupakan salah satu AI yang digemari siswa karena kompitabel dengan siswa yang baru mengenal ap aitu literasi digital (Pinontoan *et al.*, 2023). Beberapa forum pelatihan yang serupa dengan yang dilakukan penulis membidik sasaran anak-anak muda dalam pemanfaatan AI untuk keperluan Pendidikan maupun konten sosial media yang dapat meaikan anak-anak muda, seperti yang didapatkan oleh sekolah menengah di Maluku Tengah (Sri *et al.*, 2024).

Studi literatur oleh (Tahsin and Azzahra, 2024) membahas bagaimana AI yang dipakai dapat mendukung kemampuan digital bisnis para siswa dalam dunia industry kreatif. Anak muda usia sekolah diberikan ketrampilan dalam membuat logo untuk usaha kreatif mereka dengan menggunakan *AI logo generator platforms* seperti Canva, Adobe Logo Maker, and Wix Logo Maker. Hasilnya dapat dirasakan dalam dunia pendidikan dan bisnis digital kreatif.

#### IV. Kesimpulan

Pemanfaatan AI sangat dibutuhkan dalam mendukung Personal Branding yang baik, pada sosial media Personal Branding merupakan bentuk bagian dari Personal Marketing yang akan menumbuhkan *trust* (kepercayaan) sosial. Karang taruna dan pelaku UMKM Desa Meteseh, Kecamatan Boja, Kabupaten Kendal merasakan manfaat atas edukasi yang diberikan dan sebagai bentuk aplikasinya mereka akan mempraktikkan pada sosial media masing-masing. Tips dan trik dalam membuat feed instagram, membuat logo gratis dengan AI memberikan pengetahuan bagi para remaja dan pelaku UMKM

#### V. Daftar Pustaka

- Afrilia, A.M. (2018) 'Personal Branding Remaja di Era Digital', *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), pp. 20–30. Available at: <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3626>.
- Munthe, M.V.R. *et al.* (2024) 'Practical Socialization of The Use of Canva Magic AI as a Solution for Digital Learning Media Development for Teachers at State Primary School 091333 Rayausang Dolok Masagal District, Simalungun District Masagal Kabupaten Simalungun', *Journal of Community Research and Service*, 8(2). Available at: <https://doi.org/10.24114/JCRS.V8I2.62220>.
- Perdana, F. and Bohari, B. (2024) 'Pelatihan Pemanfaatan Artificial Intelligence dan Canva bagi Dosen Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Tadulako', *Poltekita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), pp. 121–128. Available at: <https://doi.org/10.33860/PJPM.V5I1.3494>.
- Petrucă, I. (2016) 'Personal Branding through Social Media', *International Journal of Communication Research* [Preprint].
- Philbrick, J.L. and Cleveland, A.D. (2015) 'Personal Branding: Building Your Pathway to Professional Success', *Medical Reference Services Quarterly*, 34(2), pp. 181–189. Available at: <https://doi.org/10.1080/02763869.2015.1019324>.
- Pinontoan, N.A. *et al.* (2023) 'Exploring High School Students' Potential for Improving Design with Artificial Intelligence', *ICCD*, 5(1). Available at: <https://doi.org/10.33068/ICCD.V5I1.666>.
- Sri, C. *et al.* (2024) 'Sosialisasi Media Intraktif Menggunakan Canva Berbasis Artificial Intelligence (AI) di SMA Negeri 6 Maluku Tengah', *ARDHI : Jurnal Pengabdian Dalam Negri*, 2(3), pp. 50–59. Available at: <https://doi.org/10.61132/ARDHI.V2I3.453>.
- Tahsin, M. and Azzahra, P.L. (2024) 'Penerapan Kecerdasan Buatan untuk Meningkatkan Pembelajaran Desain Logo dalam Industri Kreatif', *Design Journal*, 2(1), pp. 23–32. Available at: <https://doi.org/10.58477/DJ.V2I1.163>.