Jurnal GEMBIRA (Pengabdian Kepada Masyarakat)
Vol. 4, No. 5, Oktober 2026
E-ISSN 2985-3346

PELATIHAN PRODUKSI VIDEO "PROFESSIONAL PERSONA" BAGI SISWA SMK GRAFIKA DESA PUTERA SEBAGAI PORTOFOLIO DIGITAL MENUJU DUNIA KERJA DAN PERGURUAN TINGGI

TRAINING ON "PROFESSIONAL PERSONA" VIDEO PRODUCTION FOR STUDENTS OF SMK GRAFIKA DESA PUTERA AS A DIGITAL PORTFOLIO TOWARDS THE WORLD OF WORK AND HIGHER EDUCATION

Komarudin Subekti[1*], Edwin Yustian Nulhakim[2], Cheshea Junia Setiawan[3]
[1,2,3] Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
[1]dosen03113@unpam.ac.id, [2]dosen03262@unpam.ac.id, [3]chesheajulinaa@gmail.com

Article History:
Received: September 10th, 2026
Revised: October 10th, 2026
Published: October 15th, 2026

Keywords: *Personal Branding, Digital Portfolio, Persona Video, Vocational School Students, Work Readiness.*

Abstract: *This community service activity aims to strengthen the competitiveness of students at SMK Grafika Desa Putera through a "Professional Persona" video production training, designed to address graduate unemployment caused by skill-presentation gaps, limited digital personal-branding literacy, and low self-confidence. An intensive two-day workshop combined lectures, demonstration, and hands-on video-editing practice using CapCut, following preparation, implementation, and evaluation stages. Thirty-two twelfth-grade students participated; average knowledge scores rose from 54.7 to 84.3, confidence in speaking on camera rose from 2.6 to 3.9, and 65.6% of participants created or updated a LinkedIn profile. The activity produced 32 ready-to-use portfolio videos and strengthened the partner school's digital image.*

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan daya saing lulusan SMK Grafika Desa Putera melalui pelatihan produksi video "Professional Persona" sebagai portofolio digital menuju dunia kerja dan perguruan tinggi. Program ini menjawab tingginya angka pengangguran lulusan SMK akibat kesenjangan presentasi kompetensi, minimnya literasi personal branding digital, serta rendahnya rasa percaya diri siswa. Metode pelaksanaan berupa workshop intensif dua hari yang meliputi tahap persiapan (observasi dan penyusunan modul), pelaksanaan (ceramah, demonstrasi, dan praktik editing menggunakan aplikasi CapCut), serta evaluasi (review karya dan monitoring publikasi di platform profesional). Peserta berjumlah 32 siswa Kelas XII jurusan Desain Komunikasi Visual. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan rata-rata skor pengetahuan dari 54,7 menjadi 84,3, peningkatan kepercayaan diri berbicara di depan kamera dari 2,6 menjadi 3,9, serta 65,6% peserta berhasil membuat atau memperbarui profil LinkedIn. Luaran kegiatan berupa 32 video portofolio siap pakai dan penguatan citra digital sekolah mitra.

Kata Kunci: Personal Branding, Portofolio Digital, Video Persona, Siswa SMK, Kesiapan Kerja.

PENDAHULUAN

Era disrupsi teknologi digital telah mengubah secara fundamental lanskap ketenagakerjaan secara global dan nasional. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memegang peranan strategis dalam mencetak tenaga kerja terampil, namun tingkat pengangguran terbuka (TPT) lulusan SMK masih sering menjadi salah satu yang tertinggi dibandingkan jenjang pendidikan lain, kondisi yang dipicu oleh kesenjangan kompetensi (skill mismatch) antara pendidikan sekolah dan kebutuhan riil dunia industri (Agustian, Amartha, & Wardoyo, 2024). Dunia kerja modern juga semakin menuntut soft skills seperti komunikasi, pemecahan masalah, dan adaptasi teknologi, sementara lulusan SMK kerap merasa kurang percaya diri menghadapi persaingan tersebut.

SMK Grafika Desa Putera, lembaga pendidikan vokasi di Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan, membekali siswanya dengan kompetensi Desain Grafika, Produksi Grafika, dan Desain Komunikasi Visual (DKV) yang relevan dengan kebutuhan digitalisasi. Namun, bukti hasil belajar siswa umumnya masih tersimpan dalam bentuk nilai rapor yang abstrak, sementara dunia industri membutuhkan bukti konkret berupa portofolio hasil karya. Perkembangan portofolio digital (e-portfolio) memungkinkan penilaian pembelajaran vokasi yang lebih otentik dan transparan (Masluhah & Afifah, 2022), dan penggunaan video sebagai media personal branding kini menjadi standar baru yang efektif membangun kepercayaan audiens serta membedakan kandidat dari pesaingnya (Agustian et al., 2024; Ti Yu, 2011).

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa siswa SMK umumnya belum memahami pentingnya citra diri digital dan belum memiliki keterampilan memproduksi konten audiovisual yang representatif; penggunaan media sosial masih dominan pada aspek hiburan personal ketimbang manajemen reputasi profesional (Vinaring & Widiawanti, 2025). Berdasarkan analisis situasi tersebut, permasalahan mitra dirumuskan sebagai berikut: bagaimana pelatihan praktis produksi video "Professional Persona" dapat meningkatkan pemahaman personal branding digital, keterampilan teknis pembuatan video portofolio, serta kesiapan kerja (work readiness) siswa SMK Grafika Desa Putera?

Kegiatan ini bertujuan memberikan pemahaman teoretis dan praktis mengenai pembentukan Professional Persona yang autentik, melatih keterampilan produksi video mobile dari penulisan skenario hingga editing menggunakan aplikasi CapCut, memfasilitasi penyusunan portofolio digital berbasis video, mendorong pengelolaan reputasi digital di platform profesional seperti LinkedIn, serta meningkatkan rasa percaya diri siswa melalui praktik storytelling visual. Konsep Professional Persona merujuk pada identitas yang ditampilkan individu di ruang publik untuk menunjukkan kompetensi dan profesionalisme (Philbrick & Cleveland, 2015), sementara personal branding merupakan proses strategis mengomunikasikan nilai unik diri kepada audiens target melalui elemen autentik, berwibawa, aspiratif, memiliki kedekatan, dan penampilan yang terjaga (Izi, Saputri, Rini, Fahrudin, & Izza, 2025). Video portofolio menawarkan keunggulan berupa demonstrasi keterampilan nyata, penunjukan kepribadian, transparansi, dan aksesibilitas

global (Masluhah & Afifah, 2022), sehingga menjadi instrumen yang relevan untuk memperkuat kesiapan kerja siswa vokasi.

METODE

Kegiatan pengabdian ini menyasar siswa Kelas XII jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV) SMK Grafika Desa Putera, dengan pertimbangan bahwa kelompok ini berada pada tahap persiapan krusial memasuki dunia kerja maupun perguruan tinggi serta memiliki dasar literasi digital yang relatif baik. Kegiatan dilaksanakan selama dua hari intensif, Rabu–Kamis, 15–16 April 2026, bertempat di laboratorium komputer dan ruang praktik SMK Grafika Desa Putera, Jl. Komp. Desa Putera No. 5, Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan.

Metode pelaksanaan didesain secara partisipatif melalui tiga tahap. Tahap persiapan meliputi observasi lapangan dan koordinasi dengan pihak sekolah untuk mengidentifikasi kemampuan awal siswa, dilanjutkan penyusunan modul pelatihan. Tahap pelaksanaan menggabungkan metode ceramah (landasan konsep personal branding dan komunikasi profesional), demonstrasi (teknik pengambilan gambar dan editing CapCut oleh instruktur), praktik langsung (produksi video Professional Persona secara individu/kelompok dengan bimbingan tutor), serta diskusi dan umpan balik atas karya yang dihasilkan. Materi mencakup workshop identitas profesional melalui analisis SWOT pribadi, pelatihan storytelling visual dan scriptwriting dengan teknik elevator pitch (30–60 detik), workshop produksi video mobile (framing, angle, stability, pencahayaan, dan tata suara), pelatihan editing video dengan aplikasi CapCut, serta simulasi publikasi dan manajemen reputasi digital di platform seperti LinkedIn.

Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan melalui instrumen pre-test dan post-test berbasis desain one-group pretest-posttest (Effendy, 2016) yang terdiri atas 15 butir soal pilihan ganda mencakup pemahaman personal branding, storytelling visual, teknik pengambilan gambar, dan etika publikasi digital; kuesioner self-report skala Likert 1–5 untuk mengukur kepercayaan diri sebelum dan sesudah kegiatan; penilaian kualitas video menggunakan rubrik framework “4C’s” (Clarity, Consistency, Content, Communication); serta kuesioner kepuasan pasca-kegiatan mengacu pada model evaluasi empat level Kirkpatrick (Ritonga, Saepudin, & Wahyudin, 2019).

HASIL

Kegiatan diikuti oleh 32 siswa Kelas XII DKV, terdiri atas 18 laki-laki (56%) dan 14 perempuan (44%) berusia 17–19 tahun. Berdasarkan kuesioner awal, 78% peserta telah memiliki akun media sosial pribadi, namun hanya 12% yang pernah menggunakannya secara sadar untuk pengembangan karier, memperkuat premis bahwa penggunaan media sosial siswa SMK masih dominan pada aspek hiburan (Vinaring & Widiawanti, 2025).

Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pengetahuan yang signifikan, dari rata-rata 54,7 menjadi 84,3 (skala 0–100), atau kenaikan 29,6 poin. Peningkatan tertinggi terjadi pada aspek pemahaman personal branding (52,1 menjadi 88,4) dan etika publikasi digital (52,3

menjadi 86,2), sementara teknik pengambilan gambar meningkat lebih moderat (56,4 menjadi 78,9) karena keterbatasan waktu praktik.

Aspek yang Diukur	Rata-rata Pre-Test	Rata-rata Post-Test	Peningkatan
Pemahaman Konsep Personal Branding	52,1	88,4	36,3
Storytelling dan Scriptwriting Visual	58,0	83,7	25,7
Teknik Pengambilan Gambar	56,4	78,9	22,5
Etika dan Manajemen Publikasi Digital	52,3	86,2	33,9
Rata-rata Keseluruhan	**54,7**	**84,3**	**29,6**

Tabel 1. Perbandingan Skor Pre-Test dan Post-Test Peserta

Pada praktik produksi video mobile, peserta dibagi ke dalam delapan kelompok kecil dan mempraktikkan teknik framing, angle, dan stability. Seluruh kelompok berhasil menghasilkan raw footage berdurasi rata-rata 3–5 menit yang kemudian diolah pada sesi editing menggunakan CapCut. Hasil observasi menunjukkan 29 dari 32 peserta (90,6%) mampu menyelesaikan editing dasar secara mandiri, sementara keterampilan transisi halus dan tata suara masih memerlukan bimbingan tutor pada sebagian peserta, sejalan dengan pola pada pelatihan CapCut serupa di kalangan siswa SMK (Istiqomah et al., 2024).

Sebanyak 32 video Professional Persona dinilai menggunakan rubrik 4C's dengan skala 1–4: aspek Clarity memperoleh skor rata-rata 3,4, Content 3,3, Communication 3,1, sedangkan Consistency memperoleh skor terendah, 2,8, mengindikasikan bahwa keselarasan antara konten video dan profil media sosial peserta masih menjadi tantangan karena sebagian besar peserta belum memiliki profil digital profesional sebelum kegiatan.

Pada aspek afektif, kuesioner self-report menunjukkan peningkatan rata-rata skor kepercayaan diri berbicara di depan kamera dari 2,6 menjadi 3,9, dan keyakinan mempromosikan kompetensi pribadi dari 2,4 menjadi 3,8. Temuan ini relevan dengan kajian yang menunjukkan bahwa penguatan efikasi diri berkontribusi positif terhadap kesiapan kerja siswa SMK (Andrianus, 2020). Pada sesi simulasi publikasi, hanya 6 dari 32 peserta (18,8%) yang memiliki akun LinkedIn aktif sebelum pelatihan, namun 21 peserta (65,6%) berhasil membuat atau memperbarui profil LinkedIn pada akhir kegiatan. Evaluasi level reaksi menunjukkan 87,5% peserta menyatakan "sangat puas" dan 12,5% "puas" terhadap keseluruhan pelaksanaan pelatihan.



Gambar 1. Dokumentasi Pelatihan

PEMBAHASAN

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan kontribusi pada tiga dimensi kesiapan kerja siswa SMK Grafika Desa Putera, yaitu dimensi kognitif (pemahaman personal branding dan portofolio digital), psikomotorik (keterampilan produksi dan editing video), serta afektif (kepercayaan diri dan kesiapan psikologis). Peningkatan kepercayaan diri peserta sejalan dengan temuan bahwa terdapat hubungan positif antara efikasi diri dan kesiapan kerja siswa SMK, di mana semakin tinggi keyakinan siswa atas kemampuannya, semakin tinggi pula kesiapan kerjanya (Sabrina, Yohana, & Widyastuti, 2024). Penguasaan keterampilan digital yang diperoleh peserta juga relevan dengan temuan bahwa literasi digital merupakan determinan utama kesiapan kerja siswa SMK di era transformasi digital (Purnama, Indrawati, & Akbarini, 2024).

Model pembelajaran berbasis proyek yang diterapkan, di mana siswa memproduksi artefak nyata berupa video portofolio, sejalan dengan temuan bahwa pendekatan semacam ini efektif meningkatkan kompetensi dan kesiapan kerja siswa SMK dibandingkan pembelajaran teoretis semata (Pratama & Sudarsono, 2024; Fitriana, Prasetya, Ayubadiah, Saputri, & Lestari, 2025). Skor Consistency yang relatif rendah pada penilaian 4C's memperkuat pentingnya intervensi lanjutan berupa pendampingan pembuatan profil digital yang konsisten sebagai satu kesatuan dengan video portofolio, sejalan dengan gagasan bahwa personal branding yang efektif menuntut konsistensi pesan pada seluruh titik kontak digital seseorang (Rahman, Iqbal, & Yusuf, 2021).

Pola peningkatan skor pre-test ke post-test pada kegiatan ini sebanding dengan berbagai laporan pengabdian sejenis yang mengangkat tema pelatihan keterampilan digital berbasis CapCut bagi siswa SMK, yang juga melaporkan peningkatan keterampilan dan tingkat kepuasan tinggi setelah sesi praktik terbimbing (Wijaya, Sitompul, Mulyanto, & Wahyuni, 2023; Zulfa, Widodo, Fandhilah, & Abror, 2023). Konsistensi temuan ini memperkuat validitas pendekatan blended ceramah-demonstrasi-praktik sebagai model pelatihan yang efektif bagi siswa SMK meskipun berdurasi relatif singkat.

Beberapa faktor pendukung teridentifikasi selama pelaksanaan, yaitu dukungan penuh sekolah mitra, antusiasme tinggi peserta (tingkat kehadiran 100%), rasio pendampingan mahasiswa-siswa 1:4, serta kemudahan aplikasi CapCut. Adapun kendala meliputi keterbatasan waktu praktik pengambilan ulang gambar, variasi kualitas perangkat smartphone peserta, keterbatasan koneksi internet pada sesi pembuatan akun LinkedIn, serta belum optimalnya keselarasan antara video dan profil digital peserta. Keterbatasan lain adalah durasi evaluasi yang belum menjangkau level perilaku dan hasil sesuai kerangka Kirkpatrick secara menyeluruh, mengingat dampak jangka panjang memerlukan pemantauan pasca-kegiatan yang lebih panjang.

KESIMPULAN

Kegiatan Pelatihan Produksi Video Professional Persona bagi siswa SMK Grafika Desa Putera telah terlaksana secara efektif dengan tingkat partisipasi dan antusiasme peserta yang tinggi. Terjadi peningkatan pengetahuan siswa mengenai personal branding, storytelling visual, teknik produksi video, dan etika publikasi digital, ditunjukkan oleh kenaikan rata-rata skor pre-test ke post-test sebesar 29,6 poin (dari 54,7 menjadi 84,3). Peserta berhasil menghasilkan 32 video portofolio Professional Persona dengan kualitas baik pada aspek Clarity, Content, dan Communication, meskipun aspek Consistency antara video dan profil digital masih memerlukan penguatan lanjutan.

Kegiatan ini juga berkontribusi pada peningkatan kepercayaan diri siswa, tercermin dari kenaikan skor kepercayaan diri berbicara di depan kamera dari 2,6 menjadi 3,9 dan skor keyakinan mempromosikan kompetensi pribadi dari 2,4 menjadi 3,8, serta 65,6% peserta berhasil membuat atau memperbarui profil LinkedIn sebagai langkah awal manajemen reputasi digital profesional. Sebagai rekomendasi, disarankan agar sekolah mitra mengalokasikan waktu tambahan pada kegiatan ekstrakurikuler untuk memperdalam keterampilan editing lanjutan dan konsistensi profil digital, siswa secara aktif melanjutkan publikasi video pada platform profesional, serta tim pengabdian selanjutnya merancang evaluasi pasca-kegiatan (*follow-up*) guna mengukur dampak jangka panjang terhadap kesiapan kerja siswa.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim penulis menyampaikan terima kasih kepada Rektor Universitas Pamulang, Dekan Fakultas Komunikasi dan Desain, serta Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang atas dukungan pendanaan dan fasilitasi kegiatan ini. Terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Sekolah, guru pendamping, dan seluruh siswa Kelas XII SMK Grafika Desa Putera atas partisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan, serta kepada mahasiswa pendamping yang telah berkontribusi sebagai fasilitator dan tutor kelompok.

DAFTAR REFERENSI

Agustian, D., Amartha, A., & Wardoyo, S. (2024). Tantangan Pendidikan Vokasional dalam Meningkatkan Penyerapan Lulusan SMK di Dunia Industri. Jurnal Studi Guru dan Pembelajaran, 7(3), 1373–1382. https://doi.org/10.30605/jsgp.7.3.2024.5016

Andrianus, I. J. (2020). Efikasi Diri dengan Kesiapan Kerja pada Siswa Kelas XII di SMK X. Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi, 8(4), 572–578.

Effendy. (2016). Pemberian Pre-Test dan Post-Test terhadap Hasil Belajar Mata Diklat HDW.DEV.100.2.A pada Siswa SMKN 2 Lubuk Basung. Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknik Elektro, 1(2), 81–88.

Fitriana, F., Prasetya, C., Ayubadiah, F., Saputri, A., & Lestari, A. L. (2025). Penerapan Metode Pembelajaran Project Based Learning (PjBL) dalam Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Siswa SMK Sabilal Muhtadin Balikpapan. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka.

Istiqomah, T. D., Effindi, M. A., Anwar, F. M., Suhartanti, R. A., Zakariya, R. A., Irawati, D., & Jannah, R. (2024). Pelatihan Video Editing Menggunakan Aplikasi CapCut untuk Membangun Keterampilan Kreatif di SMK Darul Mustofa. BESIRU: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(12), 983–990. https://doi.org/10.62335/mhdtjx19

Izi, A. N., Saputri, I. D., Rini, D. E. S., Fahrudin, F., & Izza, Z. R. (2025). Beyond the Classroom: The Role of Personal Branding in Teacher Professional Identity Construction. Suhuf: International Journal of Islamic Studies, 37(1), 139–150. https://doi.org/10.23917/suhuf.v37i1.10008

Masluhah, & Afifah, K. R. (2022). Electronic Portofolio Sebagai Instrumen Penilaian Pembelajaran Siswa di Era Digital. Jurnal Basicedu, 6(2), 1883–1896. https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i2.2236

Philbrick, J. L., & Cleveland, A. D. (2015). Personal Branding: Building Your Pathway to Professional Success. Medical Reference Services Quarterly, 34(2), 181–189. https://doi.org/10.1080/02763869.2015.1019324

Pratama, W., & Sudarsono, B. (2024). Model Pembelajaran Berbasis Kerja: Meningkatkan Kompetensi dan Kesiapan Kerja Siswa SMK. Jurnal Pendidikan Teknik Mesin, 11(1), 52–61. https://doi.org/10.36706/jptm.v11i1.20

Purnama, S. I., Indrawati, C. D. S., & Akbarini, N. R. (2024). Pengaruh Digital Literacy dan Self Efficacy terhadap Kesiapan Kerja Siswa SMK Negeri 1 Sukoharjo. Jurnal Informasi dan Komunikasi Administrasi Perkantoran, 8(1), 65–72. https://dx.doi.org/10.20961/jikap.v8i1.7569

Rahman, F., Iqbal, M., & Yusuf, A. (2021). Personal Branding for University Lecturers: Strategies for Enhancing Institutional Prestige. Journal of Higher Education and Leadership, 12(4), 203–218.

Ritonga, R., Saepudin, A., & Wahyudin, U. (2019). Penerapan Model Evaluasi Kirkpatrick Empat Level dalam Mengevaluasi Program Diklat di Balai Besar Pelatihan Pertanian (BBPP) Lembang. Jurnal Pendidikan Nonformal, 14(1), 12.

Sabrina, S., Yohana, C., & Widyastuti, U. (2024). Pengaruh Efektivitas Praktik Kerja Industri, Self-Efficacy (Efikasi Diri), dan Motivasi Kerja terhadap Kesiapan Kerja Siswa SMK. Cendikia: Jurnal Pendidikan dan Pengajaran, 2(11), 252–263.

Ti Yu. (2011). E-portfolio, a Valuable Job Search Tool for College Students. Campus-Wide Information Systems, 29(1), 70–76. https://doi.org/10.1108/10650741211192064

Vinaring, B., & Widiawanti, O. (2025). Pelatihan Personal Branding Digital bagi Siswa Generasi Z di SMK Sasmita Jaya 1. Jurnal Harmoni Ilmu Sosial dan Abdi Bangsa (HISAB), 1(1), 86–96.

Wijaya, V., Sitompul, N., Mulyanto, U. H., & Wahyuni, S. (2023). Pelatihan Editing Video Menggunakan Aplikasi Smartphone CapCut bagi Ibu-Ibu Gabungan Organisasi Wanita Sambas. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 4(2), 1343–1351. https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i2.980

Zulfa, P. F., Widodo, A. E., Fandhilah, F., & Abror, D. (2023). Pelatihan Membuat dan Mengedit Video Menggunakan Aplikasi CapCut pada Pondok Pesantren Modern Dar Al-Faradis. Community Empowerment Journal, 1(3), 110–121. https://doi.org/10.61251/cej.v1i3.26