

Literasi Visual Fotografi dalam Pembentukan Personal Branding Siswa SMA Negeri 23 Makassar

Muhammad Ainun Mukminin¹ Muammar Tauhid² Yul Rachmawati³ Megawati⁴

Universitas Muslim Indonesia¹, Universitas Muslim Indonesia², Universitas Muslim Indonesia³

Email: ¹muhammad.ainunmukminin@umi.ac.id, ²muammar.tauhid@umi.ac.id, ³yul.rachmawati@umi.ac.id,

⁴megawati.fs@umi.ac.id.

Article Info	Abstract
Keywords: visual literacy; photography; personal branding; social media; community service Kata Kunci: literasi visual; fotografi; personal branding; media sosial; pengabdian masyarakat  Lisensi: cc-by-sa	<i>This community service activity examines the role of visual literacy through photography in shaping the personal branding of students at SMA Negeri 23 Makassar on social media. It responds to the high intensity of social media use among students, not yet matched by their ability to manage visual content for building a positive self-image. The activity is part of a community service program by Universitas Muslim Indonesia lecturers entitled “Level Up Your Communication,” implemented at SMA Negeri 23 Makassar in November–December 2025, focusing on photography instruction and practice as visual communication. A descriptive qualitative approach was used, with data gathered through participatory observation, discussions with students and teachers, and visual documentation, analyzed through data reduction, thematic categorization, and narrative interpretation. Findings show students underwent a two-stage learning process: conceptual understanding of basic photography techniques (camera function, composition, lighting, angle) and hands-on field practice, later interpreted as a strategic skill for building a positive social media image. Supporting factors included school support, facilitator competence, and student motivation, while inhibiting factors were limited training duration and less conducive classroom conditions from ongoing building renovation. Findings recommend integrating visual literacy into secondary school curricula and strengthening digital communication ethics in photography instruction.</i> Abstrak Kegiatan pengabdian ini bertujuan mengeksplorasi peran literasi visual melalui fotografi dalam pembentukan personal branding siswa SMA Negeri 23 Makassar di media sosial. Kajian ini dilatarbelakangi tingginya intensitas penggunaan media sosial di kalangan pelajar yang belum sepenuhnya diimbangi kemampuan mengelola konten visual sebagai sarana membangun citra diri positif. Kegiatan ini bagian dari program pengabdian dosen Universitas Muslim Indonesia bertajuk “Level Up Your Communication: Belajar Public Speaking dan Media Visual dalam Membangun Personal Branding di Media Sosial”, dilaksanakan di SMA Negeri 23 Makassar pada November–Desember 2025, dengan fokus pada materi dan praktik fotografi sebagai media komunikasi visual. Kegiatan ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, diskusi dengan siswa dan guru pendamping, serta dokumentasi visual, kemudian dianalisis melalui reduksi data, kategorisasi tema, dan interpretasi naratif. Hasil kegiatan menunjukkan siswa mengalami proses belajar dua tahap, yaitu pemahaman teknis dasar fotografi (fungsi kamera, komposisi, pencahayaan, sudut pengambilan gambar) serta praktik pengambilan gambar di lapangan, yang kemudian dimaknai sebagai keterampilan strategis membangun citra diri positif di media sosial. Faktor pendukung meliputi dukungan lingkungan sekolah, kompetensi fasilitator, dan motivasi siswa, sedangkan faktor penghambat meliputi keterbatasan waktu pelatihan dan kondisi ruang belajar belum kondusif akibat renovasi gedung sekolah. Temuan ini merekomendasikan pengintegrasian literasi visual ke dalam kurikulum sekolah menengah serta penguatan etika komunikasi digital dalam pembelajaran fotografi.
Corresponding Author	Muhammad Ainun Mukminin Universitas Muslim Indonesia; ainun.mukminin@umi.ac.id
How to Cite (APA Style)	Kausar, M., Nurdin, A. S. A., Rizki, Atiah, & Darniarti, R. R. (2022). Penerapan personal branding pada siswa SMA 5 Terbuka Cinangka Depok Jawa Barat. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi, 2(3), 83–87.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola interaksi sosial masyarakat, termasuk generasi muda usia sekolah menengah. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia mencatat bahwa tingkat penetrasi internet nasional mencapai 79,5 persen pada awal tahun 2024, dengan generasi Z sebagai kelompok usia yang memberikan kontribusi pengguna terbesar (APJII, 2024). Tingginya angka tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang keseharian bagi pelajar, tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai panggung presentasi diri. Sayangnya, intensitas penggunaan media sosial yang tinggi ini belum selalu diimbangi dengan kemampuan mengelola konten visual secara bertanggung jawab dan strategis untuk membangun citra diri yang positif.

Salah satu keterampilan penting dalam konteks tersebut adalah literasi visual, yaitu kemampuan memahami, membaca, serta memproduksi pesan dalam bentuk gambar (Widiatmojo, 2020). Fotografi, sebagai salah satu wujud konkret dari komunikasi visual, tidak lagi sekadar berfungsi mendokumentasikan peristiwa, melainkan telah menjadi bahasa yang digunakan individu untuk menyampaikan identitas dan membangun kesan tertentu di hadapan khalayak (Aji, 2021; Hakim, 2024). Dalam praktiknya, keterampilan fotografi, baik menggunakan kamera profesional maupun kamera ponsel pintar, kini menjadi modal penting bagi remaja dalam mengelola akun media sosial pribadi mereka.

Konsep personal branding merujuk pada upaya individu mengelola, mengomunikasikan, dan mempertahankan citra diri yang khas agar dikenali secara positif oleh khalayak (Fitriani et al., 2024). Di kalangan remaja, personal branding melalui media sosial semakin banyak dipraktikkan, mulai dari unggahan foto keseharian hingga konten yang dirancang secara sengaja untuk menampilkan kompetensi atau minat tertentu (Restusari & Farida, 2019; Sari et al., 2025). Fenomena ini sejalan dengan konsep dramaturgi Erving Goffman (1959), yang memandang interaksi sosial, termasuk di ruang digital, sebagai panggung pertunjukan tempat setiap individu berupaya mengelola kesan (*impression management*) melalui simbol-simbol yang ditampilkan, termasuk foto.

Menyadari pentingnya kompetensi tersebut, Lembaga Pengabdian pada Masyarakat dan Dakwah Universitas Muslim Indonesia melaksanakan program pengabdian

dosen muda bertajuk “Level Up Your Communication: Belajar Public Speaking dan Media Visual dalam Membangun Personal Branding di Media Sosial” di SMA Negeri 23 Makassar selama 30 hari, yaitu pada 24 November–24 Desember 2025, dengan melibatkan empat dosen muda Universitas Muslim Indonesia sebagai pemateri sesuai bidang keahlian masing-masing: Muammar Tauhid, S.Sos., M.Sos. (Public Speaking), Yul Rachmawati, S.Hum., M.A. (Karya Tulis Ilmiah), Muhammad Ainun Mukminin, A.Md., S.I.Kom., M.I.Kom. (Fotografi), dan Megawati, S.I.Kom., M.I.Kom. (Public Relations dan Etika Komunikasi). Salah satu materi inti dalam program ini adalah fotografi, yang disampaikan berdekatan dengan materi personal branding dan etika komunikasi, sehingga siswa tidak hanya dibekali keterampilan teknis memotret, tetapi juga pemahaman mengenai bagaimana hasil foto tersebut dapat dimanfaatkan secara strategis dalam membangun citra diri di media sosial. Program ini menjadi ruang yang relevan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana siswa mengalami, memaknai, serta menghadapi tantangan dalam proses belajar fotografi sebagai bagian dari literasi visual mereka.

Berbagai kajian mengenai personal branding remaja di media sosial umumnya berfokus pada mahasiswa atau pengguna dewasa muda (Fitriani et al., 2024; Sari et al., 2024), sementara kajian yang secara khusus mengeksplorasi pengalaman siswa sekolah menengah dalam mempelajari fotografi sebagai fondasi personal branding masih terbatas. Oleh karena itu, artikel ini berupaya mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi secara kualitatif bagaimana siswa SMA Negeri 23 Makassar mengalami proses pelatihan fotografi, bagaimana mereka memaknai fotografi sebagai sarana personal branding di media sosial, serta faktor apa saja yang mendukung dan menghambat pemanfaatan fotografi tersebut untuk membangun citra diri. Secara lebih rinci, artikel ini bertujuan menggali pengalaman siswa dalam proses pembelajaran fotografi, mendeskripsikan persepsi mereka terhadap peran fotografi dalam personal branding, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat penerapannya sebagai media branding di media sosial. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai pemaknaan siswa terhadap fotografi, menjadi dasar pengembangan kurikulum literasi visual di sekolah menengah, serta memberikan rekomendasi praktis bagi guru dan dosen pengabdian dalam mengintegrasikan fotografi dengan etika komunikasi digital.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu upaya menggambarkan secara mendalam suatu fenomena sosial berdasarkan data yang bersifat naratif, bukan angka, dengan tim dosen bertindak sebagai instrumen utama (Sugiyono, 2018). Pendekatan ini dipilih karena tujuan kegiatan bukan untuk menguji hubungan antarvariabel, melainkan untuk memahami secara utuh bagaimana siswa mengalami dan memaknai proses belajar fotografi dalam konteks personal branding di media sosial. Kegiatan dilaksanakan di SMA Negeri 23 Makassar, sebuah sekolah menengah negeri di Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar, yang berdiri sejak tahun 2017 dan mulai menerima peserta didik pada 2021 (Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia, t.t.). Pada saat pengabdian berlangsung, sekolah ini belum memiliki gedung permanen dan menumpang pada bangunan milik LLDIKTI Wilayah IX yang tengah menjalani renovasi, sebuah kondisi yang turut memengaruhi dinamika pelaksanaan kegiatan di lapangan. Secara keseluruhan, program pengabdian berlangsung selama 24 November–24 Desember 2025, dengan pengumpulan data yang berfokus pada rangkaian sesi materi dan praktik fotografi yang berlangsung pada awal Desember 2025, yaitu penyampaian materi fotografi pada Senin, 1 Desember 2025 dan praktik lapangan pada Selasa, 2 Desember 2025, serta didukung oleh observasi terhadap keseluruhan rangkaian program sejak 24 November 2025.



Gambar 1. Sarana dan Prasarana SMA Negeri 23 Makassar

Peserta kegiatan adalah siswa SMA Negeri 23 Makassar yang mengikuti rangkaian pelatihan fotografi dalam program pengabdian, dengan dukungan informasi tambahan dari guru pendamping dan dosen pemateri sebagai sumber triangulasi. Penentuan siswa yang

menjadi fokus pengamatan dilakukan secara purposif, yaitu siswa yang terlibat aktif dalam sesi pemaparan materi maupun praktik pengambilan gambar di lapangan. Materi fotografi disampaikan oleh Muhammad Ainun Mukminin, A.Md., S.I.Kom., M.I.Kom., salah satu dari empat dosen muda Universitas Muslim Indonesia yang ditempatkan di SMA Negeri 23 Makassar pada tahun akademik 2025/2026.

Metode pelaksanaan kegiatan meliputi penyampaian materi, diskusi interaktif, praktik langsung, dan evaluasi pemahaman peserta. Pada tahap penyampaian materi, siswa diperkenalkan pada dasar-dasar fotografi yang mencakup fungsi kamera, prinsip komposisi, pengaturan pencahayaan, serta variasi sudut pengambilan gambar. Materi ini disampaikan berdekatan dengan materi personal branding dan etika komunikasi digital yang dibawa oleh dosen lain dalam tim, sehingga siswa memperoleh pemahaman yang saling terkait antara keterampilan teknis fotografi dan pemanfaatannya secara strategis di media sosial. Pada tahap praktik, siswa diajak keluar ruang kelas untuk mempraktikkan teknik pengambilan gambar secara langsung, baik menggunakan kamera ponsel maupun kamera profesional, dengan pendampingan langsung dari dosen pemateri.



Gambar 2. Dokumentasi Penyampaian Materi Fotografi dan Personal Branding (Sumber: Laporan Pengabdian LPMD-UMI, 2025)



Gambar 3. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi partisipatif terhadap perilaku dan respons siswa selama sesi pemaparan materi maupun praktik memotret; diskusi dan tanya jawab dengan siswa serta guru pendamping untuk menggali pemaknaan mereka terhadap fotografi dan kaitannya dengan personal branding; serta dokumentasi berupa foto kegiatan dan hasil karya visual siswa. Instrumen yang digunakan meliputi pedoman observasi lapangan, catatan lapangan (field notes), panduan diskusi semi-terstruktur, serta rubrik analisis konten visual sederhana untuk menelaah karya foto siswa dari aspek komposisi, pencahayaan, dan kesesuaian pesan visual dengan citra diri yang ingin dibangun. Analisis data mengikuti tahapan reduksi data, kategorisasi tema, dan interpretasi naratif (Sugiyono,

2018), sedangkan keabsahan data diperoleh melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari siswa, guru pendamping, dan dosen pemateri, serta triangulasi teknik, yaitu membandingkan hasil observasi, diskusi, dan dokumentasi visual.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengalaman Siswa dalam Mengikuti Pelatihan Fotografi

Pengalaman siswa dalam mengikuti pelatihan fotografi berlangsung dalam dua tahap yang saling berkesinambungan. Tahap pertama berupa pemaparan materi dasar fotografi yang mencakup pengenalan fungsi kamera, prinsip komposisi, pengaturan pencahayaan, serta variasi sudut pengambilan gambar. Pada tahap ini, siswa tampak antusias menyimak penjelasan yang disampaikan secara sederhana dan aplikatif, sehingga materi yang secara teknis cukup kompleks dapat dipahami tanpa memerlukan latar belakang keahlian fotografi sebelumnya. Tahap kedua berupa praktik lapangan, saat siswa diajak keluar ruang kelas untuk mempraktikkan teknik pengambilan gambar secara langsung, baik menggunakan kamera ponsel maupun kamera profesional, dengan pendampingan langsung dari dosen pemateri.



Gambar 4. Tahapan Pembelajaran Fotografi

Pola pembelajaran dua tahap ini, dari pemahaman konseptual menuju praktik langsung, sejalan dengan gagasan literasi visual sebagai kemampuan yang tidak cukup dipahami secara kognitif semata, tetapi perlu diasah melalui pengalaman langsung memproduksi gambar (Aji, 2021). Temuan ini juga sejalan dengan

hasil kegiatan pengabdian serupa di sekolah lain, yang menunjukkan bahwa pelatihan fotografi berbasis praktik langsung mampu meningkatkan pemahaman peserta terhadap teknik dasar fotografi sekaligus menumbuhkan ketertarikan mereka untuk memanfaatkan hasil foto pada akun media sosial pribadi (Sari & Irena, 2021).



Gambar 5. Dokumentasi Praktik Public Speaking dan Fotografi (Sumber: Laporan Pengabdian LPMD-UMI, 2025)

Antusiasme siswa tidak berhenti pada sesi praktik yang difasilitasi dosen, melainkan berlanjut pada inisiatif mandiri berupa keberanian mencoba menggunakan kamera serta mencari tahu sendiri kiat-kiat pengambilan gambar yang estetik. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa pengalaman belajar fotografi tidak hanya menghasilkan pemahaman teknis, tetapi juga menumbuhkan rasa ingin tahu yang mendorong siswa untuk terus mengembangkan kemampuan visualnya secara mandiri di luar sesi pelatihan.

Pemaknaan Siswa terhadap Fotografi sebagai Sarana Personal Branding

Pemaknaan siswa terhadap fotografi tidak berhenti pada aspek teknis, melainkan berkembang menjadi pemahaman bahwa keterampilan memotret merupakan modal penting dalam membangun citra diri di media sosial. Pemaknaan ini tidak terlepas dari desain program pengabdian yang menempatkan materi fotografi secara berdekatan dengan materi personal branding dan etika komunikasi digital. Keterkaitan kedua materi tersebut mendorong siswa untuk memahami foto bukan sekadar dokumentasi peristiwa, melainkan representasi diri yang

dapat memengaruhi bagaimana mereka dipersepsikan oleh khalayak di ruang digital.

Pemaknaan tersebut relevan dengan konsep dramaturgi Erving Goffman (1959), yang memandang unggahan di media sosial sebagai bagian dari “panggung depan” (front stage) tempat individu menampilkan versi diri yang ingin dilihat oleh orang lain. Foto yang dihasilkan siswa, dengan demikian, dapat dipahami sebagai simbol yang sengaja dikelola untuk membangun kesan tertentu. Temuan ini sejalan dengan berbagai kajian personal branding remaja yang menunjukkan bahwa generasi muda cenderung menggunakan konten visual di media sosial secara strategis untuk menonjolkan keunikan, kompetensi, atau minat tertentu sebagai bagian dari upaya membangun citra diri yang positif dan autentik (Restusari & Farida, 2019; Sari et al., 2025; Vițelar, 2019).

Lebih jauh, sebagian siswa menunjukkan keingintahuan yang melampaui sekadar keterampilan estetika memotret, yaitu ketertarikan untuk memanfaatkan personal branding bagi pengembangan karier mereka pada masa mendatang. Kecenderungan ini mengindikasikan bahwa literasi visual melalui fotografi, bagi sebagian siswa, mulai dipahami sebagai investasi jangka panjang, bukan semata kebutuhan estetis sesaat dalam mengunggah konten di media sosial. Pemahaman semacam ini sejalan dengan temuan bahwa personal branding di kalangan generasi muda erat kaitannya dengan orientasi pengembangan diri dan daya saing di masa depan, termasuk dalam konteks akademik maupun profesional (Sari et al., 2024).

Faktor Pendukung dan Penghambat

Terdapat sejumlah faktor yang mendukung efektivitas pelatihan fotografi dalam program ini. Pertama, dukungan lingkungan sekolah yang tercermin dari kesediaan pihak sekolah memberikan izin, waktu, dan fasilitas bagi pelaksanaan kegiatan secara terencana. Kedua, kompetensi fasilitator, dalam hal ini dosen penerbit yang memiliki latar belakang dan pengalaman di bidang fotografi, sehingga mampu menjelaskan materi secara sistematis serta memberikan umpan balik yang membangun. Ketiga, motivasi dan minat peserta yang tinggi, tercermin dari keberanian siswa mencoba teknik-teknik baru serta rasa ingin tahu mereka terhadap pemanfaatan fotografi untuk kepentingan personal branding. Ketiga faktor ini saling melengkapi dan menjadi prasyarat penting bagi keberhasilan proses transfer keterampilan literasi visual kepada siswa.



Gambar 6. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelatihan Fotografi

Di sisi lain, kegiatan ini juga mengidentifikasi sejumlah faktor penghambat. Faktor pertama adalah keterbatasan durasi pelatihan, yang menyebabkan sejumlah materi tidak dapat disampaikan secara tuntas serta membatasi kesempatan siswa untuk berlatih dan mendapatkan umpan balik evaluatif secara memadai. Faktor kedua berkaitan dengan kondisi fisik lingkungan belajar, mengingat SMA Negeri 23 Makassar belum memiliki gedung permanen dan tengah menjalani proses renovasi pada masa pelaksanaan program, sehingga sejumlah ruang kelas mengalami gangguan suara yang cukup mengganggu jalannya kegiatan pemaparan materi.

Kondisi ini menegaskan bahwa keberhasilan transfer literasi visual melalui kegiatan pengabdian tidak semata ditentukan oleh kualitas materi dan fasilitator, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh dukungan infrastruktur dan alokasi waktu yang memadai. Temuan ini memberi implikasi praktis bagi perancangan program pengabdian maupun pembelajaran fotografi selanjutnya, khususnya dalam mempertimbangkan durasi pelatihan yang lebih proporsional serta kondisi lingkungan belajar yang kondusif agar proses internalisasi keterampilan visual dapat berlangsung lebih optimal.

D. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan tiga hal pokok. Pertama, pengalaman siswa dalam mengikuti pelatihan fotografi berlangsung melalui dua tahap yang saling melengkapi, yaitu pemahaman konsep dasar fotografi dan praktik pengambilan gambar secara langsung, yang keduanya berhasil menumbuhkan antusiasme serta rasa ingin tahu siswa untuk terus mengasah keterampilan visualnya secara mandiri. Kedua, siswa memaknai fotografi bukan sekadar keterampilan teknis, melainkan sebagai sarana strategis untuk membangun dan mengelola citra diri yang positif di media sosial, sejalan dengan kebutuhan mereka akan pengakuan sosial maupun orientasi pengembangan karier di masa depan. Ketiga, keberhasilan proses tersebut ditopang oleh dukungan lingkungan sekolah, kompetensi fasilitator, dan motivasi siswa yang tinggi, namun juga dihadapkan pada tantangan berupa keterbatasan waktu pelatihan dan kondisi fisik lingkungan belajar yang belum sepenuhnya kondusif.

Temuan tersebut membawa sejumlah implikasi bagi berbagai pihak. Bagi sekolah, hasil kegiatan ini menegaskan perlunya menyediakan ruang dan waktu yang lebih terstruktur bagi pembelajaran literasi visual, termasuk mempertimbangkan fotografi sebagai bagian dari kegiatan intrakurikuler maupun ekstrakurikuler, serta memastikan kondisi lingkungan belajar yang kondusif agar transfer keterampilan dapat berlangsung optimal. Bagi dosen, temuan ini menjadi masukan untuk merancang materi fotografi yang lebih aplikatif dan terintegrasi dengan pembelajaran etika komunikasi digital, sekaligus mengalokasikan waktu pendampingan praktik yang memadai agar siswa memperoleh pengalaman belajar yang lebih mendalam dan bermakna. Adapun bagi kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) selanjutnya, hasil ini merekomendasikan perencanaan durasi pelaksanaan yang lebih matang, koordinasi awal dengan pihak sekolah terkait kesiapan fasilitas dan lingkungan belajar, serta pengembangan skema pemantauan pascakegiatan agar keberlanjutan dampak literasi visual pada siswa dapat terukur dengan lebih baik.

Saran

Berdasarkan temuan tersebut, kegiatan pengabdian ini merekomendasikan beberapa hal. Pertama, sekolah menengah perlu mempertimbangkan integrasi literasi visual, termasuk fotografi, ke dalam kurikulum atau kegiatan ekstrakurikuler secara lebih terstruktur dan berkelanjutan, tidak hanya melalui kegiatan pengabdian yang bersifat insidental. Kedua, program pelatihan

fotografi bagi siswa sebaiknya dirancang dengan alokasi waktu yang lebih memadai agar peserta memperoleh kesempatan praktik dan evaluasi yang cukup. Ketiga, materi fotografi perlu terus diintegrasikan dengan pembelajaran etika komunikasi digital, sehingga keterampilan visual yang dimiliki siswa dapat dimanfaatkan secara bertanggung jawab dalam membangun personal branding di media sosial. Bagi kegiatan pengabdian serupa di masa mendatang, cakupan kajian dapat diperluas dengan melibatkan jumlah informan yang lebih banyak serta rentang waktu observasi yang lebih panjang untuk memperkaya pemahaman mengenai dinamika literasi visual di kalangan pelajar sekolah menengah.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian pada Masyarakat dan Dakwah Universitas Muslim Indonesia, pimpinan dan guru SMA Negeri 23 Makassar, serta seluruh siswa yang telah berpartisipasi aktif sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Aji, D. T. (2021). Literasi visual sebagai pendekatan dalam pembelajaran fotografi. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 17(2), 123–134.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). Survei penetrasi internet Indonesia 2024. <https://apjii.or.id>
- Fitriani, N. A., Firmansyah, M. I., Oktaviani, R., & Rizkianfi, M. W. (2024). The use of social media for personal branding purpose. *Acta Diurna: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 51–66. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2024.20.1.8349>
- Hakim, A. M. (2024). Fotografi: Peran elemen fotografi sebagai bahasa visual—pemahaman teknis dan artistik. *Imaji*, 15(2), 135–148.
- Juwito, J., Achmad, Z. A., Kaestiningtyas, I., Dewani, P. K., Wahyuningtyas, D., Kusuma, R. M., Mas'udah, K. W., Sari, T. P., & Febrianita, R. (2022). Public speaking and personal branding skills for student organization managers at Dharma Wanita High School Surabaya. *Journal of Community Service and Empowerment*, 3(1), 9–17. <https://doi.org/10.22219/JCSE.V3I1.18596>
- Kausar, M., Nurdin, A. S. A., Rizki, Atiah, & Darniarti, R. R. (2022). Penerapan personal branding pada siswa SMA 5 Terbuka Cinangka Depok Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi*, 2(3), 83–87.
- Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia. (t.t.). Data referensi pendidikan. Diakses 22 Desember 2025, dari <https://referensi.data.kemendikdasmen.go.id/pendidikan>
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). Instagram sebagai alat personal branding dalam membentuk citra diri (Studi pada akun Bara Pattiradjawane). *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 176–186. <https://doi.org/10.35760/mkm.2019.v3i2.2340>
- Sari, W. P., & Irena, L. (2021). Komunikasi visual di era digital melalui pelatihan fotografi. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(2). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v3i2.9422>
- Sari, W. P., Halim, C., & Bernadett, F. C. (2025). Membangun citra diri positif melalui pembelajaran tentang personal branding untuk Generasi Z. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 8(3), 530–537. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v8i3.35620>
- Sari, W. P., Paramita, S., & Irena, L. (2024). Model personal branding nano-influencers Generasi Z di Instagram. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 328–340. <https://doi.org/10.24912/JMIEB.V8I2.30308>
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Vițelar, A. (2019). Like me: Generation Z and the use of social media for personal branding. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7(2), 257–268.
- Widiatmojo, R. (2020). Literasi visual sebagai penangkal foto hoax Covid-19. *Sospol*, 6(1), 114–127.
- Winduwati, S., Lavenia, A., Rahardja, J., Gunawan, T. A. F., Zabdi, R. R., & Puspitaningrahyu, W. (2025). Pengembangan personal branding remaja di media sosial. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 8(2), 463–470.