

Pengembangan Portofolio Digital Berbasis LinkedIn sebagai Upaya Persiapan Siswa SMA/SMK Menuju Dunia Kerja dan Pendidikan Lanjut

K Wulandari^{*1}, F S Rahayu²

¹⁻²Program Studi Sistem Informasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

E-mail: kristina.wulandari@uajy.ac.id¹, safty.rahayu@uajy.ac.id²

Abstrak. Di era digital, kemampuan membangun portofolio profesional secara daring merupakan keterampilan krusial yang perlu dimiliki oleh generasi muda. Untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam hal tersebut, dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di tiga sekolah: SMA BOPKRI 3 Yogyakarta, SMA Pius Bakti Utama Purworejo, dan SMK Negeri 4 Purworejo. Program ini mencakup pelatihan langsung, praktik pembuatan akun LinkedIn, serta penyuluhan mengenai pentingnya *personal branding*. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas siswa memberikan respons positif terhadap materi dan metode yang digunakan. Mereka mengakui bahwa kegiatan ini memperluas wawasan dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya membangun jejak digital yang profesional. Namun, pelaksanaan program menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan akses internet, larangan penggunaan ponsel di lingkungan sekolah, serta perbedaan kultur belajar antara siswa dan pemateri. Meskipun demikian, program ini berhasil membuka akses awal terhadap pemanfaatan platform profesional di kalangan pelajar. Hal ini dibuktikan dengan 90,47% peserta yang menyatakan berencana menggunakan LinkedIn di masa depan. Ke depan, dibutuhkan pendekatan yang lebih adaptif dan kolaboratif untuk menjawab tantangan infrastruktur dan budaya belajar. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pengenalan platform profesional seperti LinkedIn sejak dini dapat menjadi langkah strategis dalam mempersiapkan siswa menghadapi dunia kerja dan pendidikan tinggi secara lebih siap dan kompetitif.

Kata kunci: *Personal Branding*; Portofolio Digital; LinkedIn; Siswa SMA dan SMK

Abstract. In the digital era, the ability to build a professional online portfolio has become a crucial skill for the younger generation. To enhance students' understanding and capabilities in this area, a community engagement program was conducted at three schools: SMA BOPKRI 3 Yogyakarta, SMA Pius Bakti Utama Purworejo, and SMK Negeri 4 Purworejo. The program included hands-on training, guided LinkedIn account creation, and educational sessions on the importance of personal branding. Evaluation results showed that many students responded positively to both the content and the delivery methods. They acknowledged that the program broadened their perspectives and increased their awareness of the importance of maintaining a professional digital footprint. However, the implementation faced several challenges, such as limited internet access, school policies restricting mobile phone usage, and differences in learning culture between students and facilitators. Despite these obstacles, the program successfully introduced students to the use of professional platforms. This was evidenced by 90.47% of participants indicating their intention to use LinkedIn in the future. Moving forward, more adaptif and collaborative approaches are needed to address

infrastructure and cultural barriers. This initiative demonstrates that early exposure to professional platforms like LinkedIn can be a strategic step in preparing students to face the workforce and higher education with greater readiness and competitiveness.

Keywords: Digital Portfolio; LinkedIn; Personal Branding; High school and vocational school students

1. Pendahuluan

Di era digital yang semakin kompetitif, kemampuan untuk membangun dan mengelola portofolio pribadi menjadi keterampilan esensial yang menentukan daya saing di pasar kerja maupun dunia akademis. Portofolio digital tidak lagi sekadar pilihan, tetapi telah menjadi kebutuhan untuk memperkenalkan kompetensi, pengalaman, dan potensi seseorang secara profesional kepada dunia [1]. Berbeda dengan portofolio konvensional, portofolio digital menawarkan fleksibilitas, aksesibilitas, dan jangkauan global yang memungkinkan individu untuk menampilkan karya dan keahlian mereka tanpa batasan geografis maupun temporal [2].

LinkedIn, sebagai salah satu platform profesional terbesar di dunia dengan lebih dari 1 miliar pengguna di berbagai negara [3] telah menjadi standar de facto untuk membangun jejaring profesional dan *personal branding*. Studi menunjukkan bahwa 87% rekruter menggunakan LinkedIn secara aktif dalam proses rekrutmen, dan kandidat dengan profil LinkedIn yang komprehensif memiliki 71% peluang lebih tinggi untuk dipanggil wawancara dibandingkan mereka yang tidak memiliki [4]. LinkedIn tidak hanya berfungsi sebagai CV digital, tetapi juga sebagai platform dinamis untuk berbagi gagasan, membangun otoritas di bidang keahlian tertentu, dan membuka peluang kolaborasi profesional.

Penelitian [5] menunjukkan bahwa LinkedIn telah berkembang menjadi platform profesional terbesar di dunia, dengan lebih dari 850 juta pengguna. Platform ini tidak hanya digunakan untuk mencari pekerjaan, tetapi juga sebagai alat pengembangan diri melalui fitur seperti LinkedIn Learning, Job Recommendations, dan *networking* [6]. Fitur-fitur tersebut dinilai efektif untuk meningkatkan peluang kerja dan kepuasan pengguna terhadap proses pencarian kerja maupun melanjutkan pendidikan tinggi. Fitur-fitur LinkedIn dapat menampilkan proyek sekolah, sertifikat, kegiatan ekstrakurikuler, hingga pengalaman magang dalam bentuk portofolio digital yang dapat diakses publik [7].

Namun, meskipun teknologi dan platform untuk membangun portofolio digital semakin mudah diakses, masih terdapat kesenjangan keterampilan dalam memaksimalkan potensinya. Menurut Survei Ketenagakerjaan Nasional 2023, 61% pencari kerja *fresh graduate* di Indonesia mengaku kesulitan dalam membuat profil profesional *online* yang menarik, dan 73% belum memahami cara mengoptimalkan LinkedIn untuk pengembangan karier [8]. Kesenjangan ini dapat menjadi penghalang signifikan dalam persaingan pasar kerja yang semakin ketat, terutama di era dimana 92% rekruter mengecek kehadiran digital kandidat sebelum proses wawancara [7].

Di sisi lain, optimalisasi portofolio digital memerlukan pemahaman yang mendalam tentang aspek teknis dan strategis, seperti penggunaan kata kunci yang relevan dengan industri, teknik *storytelling* yang efektif, dan strategi konten yang koheren [9]. Tanpa pemahaman ini, portofolio digital berpotensi hanya menjadi tampilan data tanpa narasi yang meyakinkan atau kemampuan untuk menarik perhatian target audiens.

Di era digital saat ini, siswa SMA dan SMK perlu dipersiapkan untuk menghadapi persaingan di dunia kerja dan pendidikan lanjut dengan kemampuan memanfaatkan teknologi digital [10]. Pengembangan portofolio digital menjadi salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing siswa, terutama dalam menunjukkan keahlian dan pengalaman mereka secara konkret kepada pihak eksternal [11]. Selain itu, portofolio digital yang kuat dapat meningkatkan peluang siswa untuk diterima di perguruan tinggi maupun mendapatkan pekerjaan [12].

Pelatihan Portofolio Digital berbasis LinkedIn dirancang untuk menjembatani kesenjangan keterampilan tersebut. Melalui pendekatan praktis dan komprehensif, pelatihan ini bertujuan untuk memberdayakan peserta dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk membangun portofolio digital yang menarik, profesional, dan strategis, meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka di pasar kerja global [13].

2. Analisis Situasi

Sistem pendidikan menengah di Indonesia masih menghadapi tantangan dalam mengembangkan kemampuan pemanfaatan portofolio digital, yang kini semakin relevan dengan kebutuhan industri, khususnya di bidang Human Resource Development (HRD) dalam proses perekrutan[14]. Pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu terobosan penting bagi HRD dalam menilai kompetensi dan potensi calon tenaga kerja sejak di bangku sekolah. Beberapa sekolah mitra yang akan dilibatkan dalam program ini memiliki beberapa karakteristik diantaranya :

1. SMA BOPKRI 3 Yogyakarta merupakan sekolah swasta yang terletak di wilayah Banguntapan, Yogyakarta, dengan jumlah siswa sekitar 223 orang dan dibimbing oleh 17 tim pengajar yang berdedikasi tinggi. Sekolah ini memiliki sejarah panjang dalam dunia pendidikan, dengan semangat pelayanan terhadap siswa dari berbagai latar belakang, khususnya dari ekonomi menengah ke bawah. Kekuatan utama sekolah ini terletak pada pendekatan pembelajaran yang inklusif dan perhatian personal dari para guru.

Namun, tantangan yang dihadapi cukup signifikan, terutama dalam penguasaan teknologi digital dan kesiapan siswa menghadapi dunia kerja maupun pendidikan lanjutan di era modern. Kemampuan akademik yang beragam, terbatasnya infrastruktur digital, serta minimnya paparan terhadap platform profesional menjadi hambatan dalam menumbuhkan daya saing lulusan. Oleh karena itu, dibutuhkan inovasi dalam bentuk integrasi platform digital seperti LinkedIn ke dalam pengembangan siswa. Dengan demikian, pemanfaatan LinkedIn secara terstruktur dapat menjembatani keterbatasan akses teknologi dengan kebutuhan siswa untuk tampil dalam ekosistem global yang semakin kompetitif [15].

2. SMA Pius Bakti Utama Purworejo merupakan sekolah swasta Katolik yang berlokasi di Kecamatan Bayan, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah. Dengan jumlah siswa sekitar 76 orang yang dibimbing oleh 15 guru profesional, sekolah ini menekankan pendidikan berbasis humaniora dan nilai-nilai karakter. Kekuatan utama SMA Pius Bakti Utama terletak pada pendekatan pembelajaran yang mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dan sosial, serta penekanan pada pengembangan karakter siswa. Namun, tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan dalam akses teknologi dan pengembangan portofolio digital siswa. Keterbatasan infrastruktur digital dan kurangnya pemanfaatan platform profesional menjadi hambatan dalam mempersiapkan siswa menghadapi dunia kerja dan pendidikan lanjutan di era digital. Untuk mengatasi tantangan tersebut, integrasi platform digital seperti LinkedIn dapat menjadi solusi strategis. Penggunaan LinkedIn dapat membantu siswa dalam membangun portofolio digital, memperluas jaringan profesional, dan meningkatkan literasi digital. Dengan demikian, siswa dapat lebih siap menghadapi tantangan di dunia kerja dan pendidikan tinggi [16].
3. SMK Negeri 4 Purworejo dengan jumlah siswa sebanyak 794 siswa ini dibimbing oleh 46 guru yang profesional dan berlokasi di Purworejo, Jawa Tengah. SMK Negeri 4 Purworejo memiliki kekuatan di bidang orientasi praktik dan kemitraan industri, yang menjadikannya unggul dalam memberikan pengalaman dunia kerja nyata bagi siswanya. Sekolah ini bekerja sama dengan berbagai industri untuk program magang dan pengembangan keterampilan praktis. Namun, SMK ini menghadapi tantangan signifikan dalam hal akses terhadap infrastruktur digital, yang membatasi

kemampuan siswa dalam menyusun portofolio digital. Meski keterampilan praktis sudah dikembangkan, kemampuan untuk menyajikan dan mempresentasikan kompetensi mereka dalam bentuk portofolio digital yang sesuai dengan standar industri masih terbatas.

Ketiga sekolah ini menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam kesiapan untuk mengembangkan portofolio digital yang relevan dengan standar industri dan praktik perekrutan modern. Masing-masing sekolah memiliki kelebihan dan tantangan yang perlu diatasi dengan pendekatan yang disesuaikan. SMA BOPKRI 3 Yogyakarta, SMA Pius Bakti Utama Purworejo dan SMK Negeri 4 Purworejo ini mencerminkan pentingnya pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing institusi untuk mengembangkan portofolio digital yang relevan dengan standar industri dan praktik perekrutan modern.

3. Metode Pengabdian

Pendekatan yang digunakan sebagai solusi untuk upaya program pendataan yang telah disebutkan pada bagian II di atas berupa pelatihan bagi guru dan siswa dalam portofolio digital sebagai bentuk pembelajaran transformatif. Peran mitra di sini adalah sebagai penyelenggaraan dan target pelatihan. Pelatihan akan dilakukan secara langsung di lokasi dengan menggunakan Laboratorium Komputer yang sudah ada di sekolah masing-masing. Metode ini memungkinkan mitra lebih cepat dan tepat dalam memahami permasalahan dan kemudian mempelajari penggunaan LinkedIn sebagai solusi portofolio digital yang transformatif [17]. Materi pelatihan meliputi:

- a. Penjelasan mengenai Portofolio Digital
- b. Penjelasan mengenai penggunaan LinkedIn
- c. Workshop menggunakan LinkedIn

Berikut pada Tabel 1 adalah jumlah waktu pelatihan:

Tabel 1. Waktu Pelatihan

Mitra	Jumlah Menit
SMA Bopkri 3 Yogyakarta	240
SMA Pius Purworejo	240
SMK 4 Purworejo	240
Total	720

3.1. Tahapan dan Luaran Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat dibagi ke dalam 4 tahap yaitu tahap Persiapan, tahap Pelaksanaan dan tahap Pelaporan. Rincian kegiatan dan luarannya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Tahapan dan Luaran Kegiatan

No	Kegiatan	Luaran
Tahap Persiapan		
1.	Mempersiapkan materi-materi untuk pelatihan	Materi penyuluhan personal branding
Tahap Pelaksanaan		
2.	Memberikan pelatihan ke mitra tentang penggunaan LinkedIn	Pengetahuan mengenai penggunaan LinkedIn

No	Kegiatan	Luaran
3.	Pembuatan Akun Linkedin	Akun Linkedin tiap siswa
Tahap Pelaporan		
4.	Membuat artikel untuk publikasi	Artikel jurnal

Dalam Tabel 2 dijelaskan mengenai 3 tahapan utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap pelaporan. Setiap tahapan memiliki aktivitas dan luaran yang mendukung tercapainya tujuan kegiatan yaitu :

1. Tahap Persiapan

Pada tahap awal, tim pelaksana melakukan identifikasi kebutuhan mitra terkait pemanfaatan media digital untuk pengembangan *personal branding*. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim menyusun materi pelatihan yang difokuskan pada topik *personal branding* dengan penekanan pada pemanfaatan platform profesional LinkedIn. Materi ini mencakup konsep dasar personal branding, pentingnya membangun citra profesional, serta strategi pengelolaan identitas digital yang efektif. Luaran dari tahap ini adalah tersusunnya materi penyuluhan *personal branding* yang akan digunakan dalam kegiatan pelatihan.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini merupakan inti dari kegiatan pengabdian. Terdapat dua kegiatan utama, yaitu pelatihan penggunaan LinkedIn dan pendampingan pembuatan akun, yang akan dibahas lebih rinci yaitu :

a. Pelatihan Penggunaan LinkedIn

Kegiatan pelatihan dilaksanakan dalam bentuk sesi tatap muka interaktif yang membahas secara komprehensif fungsi, manfaat, serta langkah-langkah penggunaan LinkedIn sebagai media pengembangan personal branding. Peserta dikenalkan pada fitur-fitur utama LinkedIn dan dibekali pengetahuan praktis tentang cara membangun profil yang profesional, memperluas jaringan, dan mengoptimalkan visibilitas akun di dunia profesional. Luaran dari kegiatan ini adalah meningkatnya pengetahuan peserta mengenai penggunaan LinkedIn.

b. Pendampingan Pembuatan Akun LinkedIn

Setelah memperoleh pemahaman teoritis, peserta didampingi secara langsung untuk membuat akun LinkedIn. Proses ini mencakup pengisian identitas diri, pengalaman akademik atau organisasi, keahlian, serta penambahan foto profil dan deskripsi profesional. Tujuannya adalah agar setiap peserta memiliki akun LinkedIn yang aktif dan representatif. Luaran dari kegiatan ini adalah akun LinkedIn yang dimiliki oleh setiap peserta.

3. Tahap Pelaporan

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan yang telah dilakukan, tim pelaksana menyusun sebuah artikel ilmiah yang mendeskripsikan proses pelaksanaan, hasil, serta evaluasi kegiatan. Artikel ini disiapkan untuk dipublikasikan sebagai bentuk dokumentasi kegiatan dan diseminasi pengetahuan kepada khalayak yang lebih luas. Luaran dari tahap ini adalah artikel untuk publikasi jurnal.

3.2. Metode Pengolahan Data

Data yang diperoleh melalui kuesioner akan dianalisis secara kualitatif. Kuesioner ini berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan untuk menggali persepsi, pengalaman, dan tanggapan peserta terhadap kegiatan

pengabdian yang dilaksanakan. Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, seluruh jawaban peserta dikumpulkan dan di transkrip. Kedua, dilakukan koding awal terhadap data dengan mengidentifikasi kata kunci atau frasa penting dari setiap jawaban. Ketiga, dilakukan kategorisasi untuk pengelompokan data. Setelah itu, dianalisis untuk melihat kecenderungan atau pola jawaban yang muncul dari mayoritas peserta. Hasil analisis kemudian disajikan secara naratif dengan menyisipkan beberapa kutipan langsung dari peserta untuk memperkuat temuan.

4. Hasil dan Pembahasan

Pada Bab ini akan menyajikan hasil dari kegiatan pengabdian. Seluruh rangkaian kegiatan meliputi tahap persiapan, pelaksanaan, dan pelaporan telah terlaksana dengan baik. Untuk mengukur efektivitas kegiatan, tim pelaksana juga menyebarkan kuesioner kepada peserta guna memperoleh data kuantitatif terkait pemahaman, pengalaman, dan kepuasan terhadap pelatihan yang diberikan. Hasil yang disajikan meliputi persentase jawaban peserta terhadap sejumlah pertanyaan tertutup maupun terbuka dalam kuesioner. Selanjutnya, hasil ini dibahas untuk melihat keterkaitan antara pemahaman awal peserta, dampak kegiatan, serta evaluasi mereka terhadap jalannya kegiatan. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai efektivitas kegiatan serta menjadi dasar untuk pengembangan program serupa di masa mendatang.

4.1. Tahap Persiapan: Penyusunan Materi Personal Branding

Tim pelaksana menyusun materi pelatihan berbasis pendekatan aplikatif dengan konten yang disesuaikan dengan kebutuhan dan pemahaman siswa. Materi utama mencakup:

- a. Konsep dasar *personal branding* dan urgensinya di era digital.
- b. Komponen penting profil profesional.
- c. Cara efektif menggunakan LinkedIn sebagai media pengembangan diri.

Materi disampaikan menggunakan media presentasi interaktif dan studi kasus nyata dari akun LinkedIn tokoh muda inspiratif. Salah satu bagian materi menekankan pentingnya membuat ringkasan diri (*summary*) yang autentik dan relevan.

4.2. Tahap Pelaksanaan: Pelatihan dan Pembuatan Akun LinkedIn.

Kegiatan pelaksanaan terbagi dalam dua bagian yaitu pelatihan dan pendampingan.

4.2.1. Pelatihan Penggunaan LinkedIn.

Sesi ini diikuti oleh siswa – siswi SMA/SMK. Tim pelaksana menyampaikan materi terkait: Pengenalan antarmuka dan fitur utama LinkedIn, cara membangun profil yang menarik dan profesional dan strategi menambah koneksi dan peluang. Gambar 1, Gambar 2 dan Gambar 3 merupakan dokumentasi penyampaian materi terkait pengenalan antarmuka dan fitur utama LinkedIn, cara membangun profil yang menarik dan profesional dan strategi menambah koneksi dan peluang di SMA Bopkri 3 Banguntapan, SMA Pius Bakti Prima dan SMK 4 Purworejo.



Gambar 1. Pemaparan Materi di SMA Pius Purworejo



Gambar 2. Pemaparan Materi di SMK 4 Purworejo



Gambar 3. Pemaparan Materi di SMA Bopkri Banguntapan

4.2.2. Pendampingan Pembuatan Akun

Siswa dibimbing untuk membuat akun LinkedIn secara langsung, termasuk mengisi bagian foto profil, headline, pendidikan, pengalaman organisasi, serta menambahkan *skills*. Gambar 4, Gambar 5 dan Gambar 6 merupakan dokumentasi pendampingan di SMA Bopkri 3 Banguntapan, SMA Pius Purworejo dan SMK 4 Purworejo.



Gambar 4. Pendampingan Akun Pembuatan Linkedin di SMA Pius Purworejo



Gambar 5. Pendampingan Akun Pembuatan Linkedin di SMA Bopkri Banguntapan



Gambar 6. Pendampingan Akun Pembuatan Linkedin di SMKN 4 Purworejo

Hasil pendampingan ditunjukkan pada Tabel 3 dan Tabel 4. Penjelasan hasil kuesioner yang dirangkum ke dalam dua kriteria utama, yaitu 1) Pemahaman tentang LinkedIn dan 2) Kualitas pemateri serta penyampaian materi.

Tabel 3. Pemahaman Tentang LinkedIn

No	Pertanyaan	Jawaban (opsi)	Jumlah	Persentase (%)
1	Sudah tahu tentang LinkedIn sebelum kegiatan?	Ya	17	26.98%
		Tidak	46	73.02%
2	Sudah punya akun LinkedIn sebelumnya?	Ya	6	9.52%
		Tidak	57	90.48%
		Sangat Paham	12	19.05%
3	Seberapa paham kamu tentang penggunaan LinkedIn?	Paham	23	36.51%
		Cukup Paham	24	38.10%
		Tidak Paham	3	4.76%
		Sangat Tidak Paham	1	1.59%
		Sangat Paham	9	14.29%
4	Seberapa paham kamu tentang manfaat LinkedIn?	Paham	33	52.38%
		Cukup Paham	20	31.75%
		Sangat Tidak Paham	1	1.59%
5	Apakah berencana menggunakan LinkedIn ke depan?	Ya	57	90.47%
		Tidak	6	9.52 %
6	Bertambah wawasan setelah kegiatan	Sangat Setuju	26	41.27%
		Setuju	26	41.27%
		Cukup Setuju	11	17.46%
		Sangat Setuju	28	44.44%
7	Materi bermanfaat	Setuju	28	44.44%
		Cukup Setuju	7	11.11%

Tabel 3 merupakan hasil kuesioner yang dibagikan kepada siswa. Sebelum kegiatan, hanya 26,98% peserta yang sudah mengenal LinkedIn, sedangkan 73,02% belum pernah mengenalnya. Kemudian 9,52% peserta sudah memiliki akun LinkedIn, sisanya belum pernah membuat akun. Setelah kegiatan, tingkat pemahaman meningkat yaitu : 38,10% responden menyatakan cukup paham, 36,51% paham, dan 19,05% sangat paham terhadap penggunaan LinkedIn. Mengenai pemahaman manfaat LinkedIn: 52,38% menyatakan paham dan 31,75% cukup paham. Sebanyak 90,47% peserta berencana menggunakan LinkedIn di masa depan, menunjukkan kegiatan ini berhasil meningkatkan ketertarikan dan kesadaran akan pentingnya platform tersebut.

Tabel 4. Kualitas Pemateri serta Penyampaian Materi

No	Pertanyaan	Jawaban (opsi)	Jumlah	Persentase (%)
1	Pemateri jelas dan menarik	Sangat Setuju	28	44.44%
		Setuju	30	47.62%
		Cukup Setuju	5	7.94%

No	Pertanyaan	Jawaban (opsi)	Jumlah	Percentase (%)
2	Waktu cukup	Sangat Setuju	14	22.22%
		Setuju	31	49.21%
		Cukup Setuju	16	25.40%
		Tidak Setuju	2	3.17%
3	Interaksi tim dengan peserta	Sangat Setuju	23	36.51%
		Setuju	30	47.62%
		Cukup Setuju	10	15.87%
		Sangat Setuju	23	36.51%
4	Kepuasan keseluruhan	Setuju	27	42.86%
		Cukup Setuju	13	20.63%

Tabel 4 merupakan hasil penilaian terhadap pemateri dan cara penyampaian materi yaitu 88,88% responden merasa bahwa materi yang disampaikan sangat bermanfaat (gabungan "Sangat Setuju" dan "Setuju"). Kemudian 92,06% menyatakan bahwa pemateri menyampaikan materi dengan jelas dan menarik. Dari segi Waktu yaitu 71,43% merasa waktu yang diberikan sudah cukup, walaupun ada 3,17% yang merasa tidak cukup. Dalam hal interaksi tim pengabdian dengan peserta dengan jumlah 84,13% menyatakan puas hingga sangat puas atas kualitas interaksi yang terjadi. Lalu untuk tingkat kepuasan keseluruhan terhadap kegiatan pun tinggi sebesar 79,37% responden merasa puas hingga sangat puas.

Berdasarkan tanggapan terbuka dari peserta, kegiatan ini secara umum mendapatkan respons yang sangat positif. Peserta merasa kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pemanfaatan LinkedIn sangat bermanfaat, informatif, dan menambah wawasan baru, khususnya dalam memahami pentingnya personal branding dan jejaring profesional.

Beberapa peserta memberikan apresiasi terhadap penyampaian materi dan interaksi yang terjalin, dengan pernyataan seperti:

“Materi sangat jelas dan kakak pengampu sangat ramah.”
“Kegiatan ini sangat membantu dan menambah wawasan saya.”
“Saya menjadi tahu fungsi dari LinkedIn yang sebelumnya belum saya ketahui.”

Meskipun demikian, terdapat sejumlah saran konstruktif yang dapat dijadikan bahan evaluasi untuk pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang yaitu:

1. Durasi Kegiatan
Beberapa peserta menyatakan bahwa waktu yang tersedia masih kurang untuk mendalami materi. Mereka menyarankan agar kegiatan serupa ke depan diberikan waktu yang lebih panjang agar pemahaman dapat lebih optimal.
2. Metode Penyampaian dan Interaksi
Peserta mengusulkan penambahan *ice breaking* atau *games* ringan untuk meningkatkan keterlibatan dan semangat selama kegiatan berlangsung. Ada pula masukan agar sesi tanya jawab dibuat lebih interaktif dan mendalam.
3. Kondisi Kelas dan Peran Pendamping
Beberapa peserta menyoroti kondisi kelas yang kurang kondusif serta menyarankan agar pendamping lebih aktif dalam menjaga ketertiban dan mendampingi peserta selama praktik.
4. Persiapan Teknis dan Logisti

Saran juga diberikan terkait pentingnya persiapan teknis seperti memastikan perangkat dan koneksi sudah siap, serta menginformasikan sebelumnya terkait keperluan membawa hp pribadi agar kegiatan dapat berjalan lancar.

Dalam pelaksanaan pengabdian ini, terdapat beberapa kendala yang dihadapi di berbagai lokasi sekolah. Pertama, keterbatasan sarana dan prasarana seperti akses internet yang lemah dan fasilitas laboratorium komputer yang tidak memadai menjadi hambatan utama saat praktik pembuatan akun LinkedIn. Hal ini menyebabkan proses belajar berlangsung lebih lama dan kurang optimal. Kedua, di beberapa sekolah, siswa tidak diperbolehkan menggunakan telepon genggam, sehingga verifikasi akun yang umumnya memerlukan akses melalui SMS tidak dapat dilakukan langsung selama sesi berlangsung. Ketiga, terdapat perbedaan kultur belajar antara siswa dengan pemateri dari perguruan tinggi, sehingga dalam beberapa situasi terjadi kesenjangan dalam penyampaian materi. Hal ini menuntut adaptasi dari pihak pemateri agar lebih memahami karakteristik dan ritme belajar siswa.

Meskipun terdapat kendala teknis dan kultural tersebut, kegiatan tetap berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif. Masukan dari peserta juga menunjukkan bahwa kegiatan seperti ini dibutuhkan dan layak untuk dikembangkan lebih lanjut, dengan peningkatan pada aspek durasi, metode interaktif, dan kesiapan teknis di lapangan.

5. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pengenalan dan pemanfaatan LinkedIn ini terbukti memberikan dampak positif, khususnya dalam meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan motivasi siswa dalam membangun *personal branding* serta portofolio digital profesional. Didukung oleh data kuantitatif yang kuat, kegiatan ini dinilai bermanfaat, tepat sasaran, dan relevan dengan kebutuhan peserta. Sebanyak 90,47% peserta menyatakan berencana menggunakan LinkedIn di masa depan, yang mencerminkan keberhasilan program dalam membangun kesadaran akan pentingnya portofolio digital sejak dulu. Hasil ini juga menunjukkan potensi untuk mereplika kegiatan serupa di masa mendatang, dengan penyesuaian teknis seperti durasi dan pendekatan pembelajaran yang lebih adaptif. Secara keseluruhan, tingkat kepuasan terhadap kegiatan juga tinggi, dengan 79,37% responden menyatakan puas hingga sangat puas terhadap keseluruhan pelaksanaan program. Saran kedepannya dapat di replikasi kegiatan ini untuk siswa-siswi SMA/SMK dalam mempersiapkan dunia kerja dan pendidikan lanjut.

6. Referensi

- [1] M. Kanasan and T. A. Rahman, “Personal Branding in the Digital Era: Social Media Strategies for Graduates,” vol. 5, no. 1, pp. 40–59, 2024, [Online]. Available: www.carijournals.org/www.carijournals.org
- [2] X. Yin and N. Lv, “Comparison of Physical Portfolio and E-portfolio for Language Assessment,” *The Educational Review, USA*, vol. 8, no. 1, pp. 177–180, Mar. 2024, doi: 10.26855/er.2024.01.033.
- [3] A. E. Agazzi, “Study of the usability of LinkedIn: a social media platform meant to connect employers and employees”, doi: 10.48550/arXiv.2006.03931.
- [4] H. G. Krishna and V. Mohan, “SOCIAL MEDIA RECRUITMENT FROM EMPLOYERS PERSPECTIVE,” 2016.
- [5] Aishu R, “Assessing the Effectiveness of LinkedIn as a Job Search and Career Development Platform for Students,” 2023. [Online]. Available: www.ijrnd.org
- [6] E. Alydia Salma, S. Nursanti, and W. Utamidewi, “Pemanfaatan Personal Branding LinkedIn Dalam Peningkatan Karier Mahasiswa,” 2024. [Online]. Available: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-deep-dive-linkedin-new-user-milestone>.
- [7] D. Bagus Susanto *et al.*, “Peran Teknologi dalam Meningkatkan Efektivitas Rekrutmen dan Seleksi Karyawan The Role of Technology in Improving the Effectiveness of Employee Recruitment and Selection,” *Jur Jurnal Kolaboratif Sains*, vol. 7, no. 8, pp. 2746–2757, doi: 10.56338/jks.v7i8.5898.
- [8] “KEADAAN ANGKATAN KERJA DI INDONESIA Labor Force Situation in Indonesia.”

- [9] P. Juppi, "Digital Storytelling as a narrative approach to identity and career construction," *Capitale Culturale*, vol. 2023, no. supp14, pp. 49–68, 2023, doi: 10.13138/2039-2362/3133.
- [10] M. Stange, "Preparing Students for Digital Era Careers Preparing Students for Digital Era Careers PREPARING STUDENTS FOR DIGITAL ERA CAREERS."
- [11] E. P. ODODO, D. A. B. INYANG, and D. Billy, "IMPACT OF LINKEDIN MARKETING ON RECRUITMENT AND SELECTION PROCESSES IN THE IT INDUSTRY," *The American Journal of Management and Economics Innovations*, vol. 6, no. 9, pp. 31–40, Sep. 2024, doi: 10.37547/tajmei/Volume06Issue09-06.
- [12] C.-M. Maria, D. Spyros, and L. Amalia, "THE USE OF E-PORTFOLIOS IN TEACHING AND ASSESSMENT."
- [13] P. Juppi, "Digital Storytelling as a narrative approach to identity and career construction," *Capitale Culturale*, vol. 2023, no. supp14, pp. 49–68, 2023, doi: 10.13138/2039-2362/3133.
- [14] S. López-Carril, E. Glebova, D. Bae, and M. H. González-Serrano, "Social Media as a Teaching-Learning Tool to Enhance Students' Professional Profile: The Case of LinkedIn," *Eur J Educ*, Mar. 2024, doi: 10.1111/ejed.12862.
- [15] J. K. Abdi, B. A. Wulandari, R. Norawati, I. Anastasia, A. Ridha, and R. Heryanti, "Penggunaan Portofolio Digital Untuk Mendorong Pembelajaran Refleksi dan Mandiri."
- [16] A. S. M. Amadi, "Pendidikan di Era Global: Persiapan Siswa untuk Menghadapi Dunia yang Semakin Kompetitif," *Educatio*, vol. 17, no. 2, pp. 153–164, Feb. 2023, doi: 10.29408/edc.v17i2.9439.
- [17] M. Yogi, *et al.*, "Pelatihan Pembuatan Portofolio Digital Menggunakan Aplikasi Google site sebagai implementasi dari Kurikulum Merdeka Digital Portfolio Creation Training Using Google site Application as an implementation of the Independent Learning Curriculum in Langkan Village, Langgam District, Pelalawan Regency," vol. 3, no. 3, pp. 164–170, 2023.