

Sosialisasi tentang Tips Menjadi Influencer Positif: Bangun Citra Diri Lewat Konten Berkualitas

Ari Usman *¹

¹ Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

*e-mail: ariusman026@gmail.com

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman anggota Karang Taruna RW 05 Rancamulya, Bandung, tentang pentingnya membangun citra diri yang positif di media sosial melalui konten yang berkualitas. Sosialisasi dilaksanakan secara partisipatif melalui metode ceramah dan tanya jawab interaktif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memiliki ketertarikan tinggi terhadap dunia digital, namun masih memerlukan penguatan literasi digital, etika bermedia, serta strategi membangun personal branding. Peserta juga didorong untuk aktif membuat konten yang mendidik, menginspirasi, dan bebas dari unsur negatif. Metode ceramah digunakan untuk menyampaikan materi secara sistematis, sementara sesi tanya jawab mendorong peserta terlibat aktif dalam diskusi. Kegiatan ini diharapkan menjadi awal dari gerakan digital yang lebih positif dan memberdayakan di lingkungan Karang Taruna.

Kata kunci: literasi digital, influencer positif, citra diri

Abstract

This community-service program aimed to help members of the youth group Karang Taruna RW 05 Rancamulya, Bandung, understand how to build a positive online image through quality content. The outreach, titled "Tips for Becoming a Positive Influencer," used a participatory format that blended brief lectures with lively Q&A sessions. Findings show that participants are very interested in the digital world but still need stronger digital literacy, social-media ethics, and personal-branding strategies. They were encouraged to post content that educates, inspires, and stays free of hoaxes or negativity. Lectures delivered the material step-by-step, while Q&A periods let participants share experiences and ask practical questions. Overall, the program is expected to spark a more positive and empowering digital culture within the Karang Taruna community.

Keywords: digital literacy, positive influencer, self-image

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan remaja. Platform seperti Instagram, TikTok, dan *YouTube* tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga sebagai wadah untuk mengekspresikan diri dan menunjukkan potensi yang dimiliki. Banyak remaja yang berkeinginan menjadi seorang *influencer*, yaitu sosok yang dikenal dan memiliki banyak pengikut di media sosial. Hal ini tentunya bukan sesuatu yang salah, karena menjadi *influencer* bisa menjadi peluang untuk berkarya dan membagikan hal-hal positif kepada banyak orang. Namun, menjadi *influencer* juga membutuhkan tanggung jawab agar apa yang dibagikan benar-benar membawa manfaat.

Tidak sedikit yang berpikir bahwa dengan hanya membuat unggahan atau posting di media sosial, mereka bisa mendapatkan bayaran besar dan menjadikannya sebagai penghasilan utama sehari-hari. Di era digital sekarang, profesi *influencer* memang dianggap menjanjikan secara bisnis dan pendapatan. Bukan cuma soal membuat konten yang murah dan gampang, para *influencer* sekarang juga mulai menerapkan standar yang jelas dan serius terhadap kontrak serta produk yang mereka promosikan (Meifitri, 2020).

Sayangnya, tidak sedikit remaja yang belum memahami cara menjadi *influencer* yang baik dan bertanggung jawab. Demi mendapatkan perhatian dan jumlah pengikut yang banyak, tidak sedikit orang terjebak membuat konten yang mengandung unsur negatif seperti hoaks, provokasi, atau pamer gaya hidup tidak sehat. Hal ini tidak hanya berdampak buruk pada citra diri, tetapi juga bisa merugikan pihak yang mengonsumsi konten tersebut.

Sebuah penelitian menunjukkan bahwa konten negatif di media sosial seperti *cyberbullying*, *body shaming*, dan hoaks berdampak signifikan terhadap kesehatan mental

generasi Z di Indonesia. Paparan tinggi terhadap konten semacam ini meningkatkan risiko kecemasan, depresi, dan stres, dengan *cyberbullying* sebagai pemicu stres utama dan *body shaming* banyak memengaruhi kaum perempuan. Hoaks juga memperkuat kecemasan, terutama terkait isu sensitif. Minimnya literasi digital memperburuk kondisi ini karena banyak pengguna belum mampu memilah informasi secara kritis. Oleh karena itu, diperlukan upaya bersama untuk menciptakan ruang digital yang lebih sehat (Sabillillah & Sutabri, 2025). Dalam jangka panjang, konten-konten negatif bisa menyebabkan reputasi buruk dan bahkan mengundang masalah hukum atau sosial. Karena itu, penting bagi remaja untuk mengetahui cara membangun citra diri yang positif sejak awal.

Salah satu organisasi yang anggotanya terdiri dari para remaja adalah Karang Taruna, yang hadir sebagai wadah pembinaan dan pengembangan generasi muda. Berdasarkan Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor: 83/HUK/2005 Tentang Pedoman Dasar Karang Taruna, Karang Taruna didefinisikan sebagai organisasi sosial wadah pengembangan generasi muda yang tumbuh dan berkembang atas dasar kesadaran dan tanggung jawab sosial dari, oleh dan untuk masyarakat terutama bergerak di bidang usaha kesejahteraan sosial (karangtaruna.or.id, n.d.).

Organisasi ini memiliki peran penting dalam menumbuhkan rasa tanggung jawab sosial, kepedulian terhadap lingkungan, serta semangat kebersamaan di kalangan remaja. Melalui berbagai kegiatan yang bersifat edukatif, kreatif, dan produktif, Karang Taruna mendorong anggotanya untuk berkontribusi aktif dalam pembangunan masyarakat. Di tengah arus digitalisasi saat ini, Karang Taruna juga memiliki peluang besar untuk menjadi ruang belajar literasi digital dan media sosial yang positif bagi anggotanya. Dengan pembinaan yang tepat, Karang Taruna dapat melahirkan generasi muda yang tidak hanya aktif di dunia nyata, tetapi juga berdaya dan bijak di dunia digital.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan di Karang Taruna RW 05 Rancamulya Bandung. Anggota Karang Taruna tersebut adalah para remaja pengguna aktif internet dan media sosial. Mereka secara intens menggunakan berbagai *platform* media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Namun sayangnya mereka masih memiliki pemahaman yang minim tentang bagaimana cara membentuk citra diri yang positif di media sosial, terutama bagi yang berminat menjadi influencer. Untuk itu perlu diberikan wawasan seputar pembangunan citra diri positif di media sosial. Secara umum, literasi digital merupakan pengetahuan umum yang wajib diketahui oleh para remaja pengguna media sosial, agar mereka mampu mengelola media sosial dengan bijak sebagai upaya pembentukan karakter (Ayupradani, Sofiyana, Huda, Nasucha, & Siswanto, 2021).

Para akademisi Program Studi Ilmu Komunikasi UNIBI yang memiliki kekhasan dalam bidang literasi media ingin berbagi pengalaman dan pengetahuan secara teoritis maupun praktis mengenai bagaimana tips menjadi influencer positif dengan membangun citra diri lewat konten berkualitas melalui Program PkM ini.

Berdasarkan paparan di atas, maka dipandang perlu adanya sebuah kegiatan yang mengedukasi remaja, khususnya anggota Karang Taruna, tentang cara menjadi influencer positif melalui media sosial. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk membekali peserta dengan pengetahuan dasar tentang membangun citra diri yang baik serta cara membuat konten yang menarik dan bertanggung jawab. Kegiatan ini akan menjadi langkah awal untuk mendorong remaja agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial dan mulai membangun citra diri yang positif sejak dini.

METODE

Tahapan Kegiatan

1. Tahap Perencanaan

Pada tahap ini, dilakukan diskusi dan tukar ide (*brainstorming*) guna merumuskan rencana awal dari kegiatan sosialisasi.

2. Tahap Persiapan

Aktivitas pada fase ini mencakup penentuan lokasi pelaksanaan sosialisasi, penyusunan jadwal kegiatan, serta pembentukan tim pelaksana lengkap dengan pembagian tugas masing-masing anggota.

3. Tahap Pelaksanaan

Terdapat dua kegiatan utama yang dilakukan, yaitu:

a. Observasi

Tim melakukan kunjungan ke Karang Taruna RW 05 Rancamulya Bandung yang beralamat di Jl. Rancakasiat Bandung, untuk mengamati situasi secara langsung.

b. Analisis hasil observasi

Hasil pengamatan dikaji untuk mengidentifikasi berbagai masalah yang ditemukan, kemudian dirumuskan sebagai bahan dalam penyusunan materi sosialisasi.

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Dalam pelaksanaan kegiatan PkM ini digunakan dua jenis metode penyampaian yaitu:

1. Metode ceramah.

Metode ceramah dipilih karena memiliki banyak kelebihan diantaranya: jangkauan penyebaran materi ajar di dalam kelas lebih luas serta tidak membutuhkan biaya besar atau alat peraga khusus (Tiwery, 2019). Dalam kegiatan PkM ini fasilitator menyampaikan materi seputar citra diri, tips menjadi influencer positif, termasuk di dalamnya pembahasan tentang etika berkomunikasi digital, pengemasan konten, serta hal-hal yang perlu diwaspadai ketika menggunakan media sosial.

2. Metode tanya jawab.

Metode tanya jawab dilakukan setelah atau bersamaan dengan metode ceramah. Metode ini efektif dalam membuat suasana kelas lebih hidup karena melatih peserta didik untuk aktif berpikir dan menyampaikan gagasan secara lisan, melatih peserta didik berani menyampaikan pendapat, serta sebagai pemancing ke dalam diskusi (Warti, 2019). Peserta dalam sosialisasi ini distimulasi untuk mengajukan pertanyaan maupun berbagi pengalaman mereka seputar topik influencer di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi bertema *Tips Menjadi Influencer Positif: Bangun Citra Diri Lewat Konten Berkualitas* ini dilatarbelakangi oleh maraknya penggunaan media sosial di kalangan remaja khususnya anggota Karang Taruna, namun belum diimbangi dengan kesadaran mengenai tanggung jawab dalam membangun citra diri yang positif di ruang digital. Banyak remaja cenderung mengikuti tren saja tanpa memahami dampak dari konten yang diunggah, termasuk potensi tersebarinya konten negatif seperti: hoaks, *body shaming*, atau provokasi. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan dalam hal literasi digital, khususnya dalam memahami etika bermedia sosial, membangun identitas digital, dan menghasilkan konten yang tidak hanya viral namun juga bernilai. Dalam konteks tersebut, kegiatan ini bertujuan memberi pemahaman praktis kepada anggota Karang Taruna agar dapat mengambil peran aktif sebagai *influencer positif* di lingkungan dan konteks masing-masing. Keberhasilan dalam menjadi influencer positif tidak hanya diukur dari jumlah pengikut atau popularitas, tetapi lebih pada bagaimana seorang individu dapat memengaruhi pola pikir dan perilaku orang lain ke arah yang lebih baik (Febri, 2024).

Pada tahap awal sosialisasi, fasilitator memulai kegiatan dengan melakukan *brainstorming* untuk menggali tingkat pemahaman para anggota Karang Taruna mengenai dunia digital. Peserta diajak berdiskusi terbuka tentang bagaimana mereka menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, termasuk platform yang digunakan dan jenis konten yang mereka konsumsi. Dari diskusi tersebut, terungkap bahwa sebagian besar peserta cukup aktif di media sosial, bahkan beberapa di antaranya bahkan sudah mulai membuat serta mengunggah konten di media sosial. Namun, masih banyak dari mereka yang belum memahami secara menyeluruh dampak dari konten yang mereka buat, serta pentingnya membangun citra diri yang positif di

ruang digital. Hasil *brainstorming* ini menjadi pijakan awal bagi fasilitator dalam menyesuaikan materi agar lebih relevan dan aplikatif bagi peserta.



Gambar 1. Sesi *brainstorming* bersama peserta

Solusi pertama yang ditawarkan kepada para peserta adalah pentingnya menyajikan konten-konten positif yang memiliki nilai manfaat. Banyak anggota Karang Taruna yang belum menyadari pentingnya menentukan *niche* atau tema khusus dalam membangun citra diri secara konsisten. Mereka cenderung memproduksi konten secara acak dan sembarang alias belum terfokus pada tema tertentu. Pengertian *niche* sendiri dalam konten media sosial adalah segmen atau pembagian spesifik dari pengunjung media sosial atau target pasar yang mempunyai minat, kebutuhan, dan preferensi. *Niche* membuat konten yang dibuat akan difokuskan meraih segmen market yang dituju (Imanulloh, 2024).

Dalam sesi penyampaian materi dan diskusi, para peserta diberikan wawasan dan pemahaman tentang bagaimana memilih tema konten yang bermanfaat, baik yang bersifat menghibur, mendidik, maupun menginspirasi. Selain itu, peserta juga diajak menyadari pentingnya menghindari konten negatif yang dapat merusak reputasi diri dan merugikan orang lain. Etika digital ditekankan sebagai fondasi utama, termasuk kejujuran dalam menyampaikan informasi dan keberanian menjadi diri sendiri, bukan meniru semata-mata demi popularitas.

Persoalan kedua yang teridentifikasi adalah kurangnya kesadaran mengenai pentingnya interaksi digital yang sehat antara pembuat konten dan audiens. Banyak pengguna media sosial mengejar jumlah *likes* dan *followers*, namun melupakan kualitas interaksi yang terbangun. Padahal, interaksi yang aktif dan autentik dapat memperkuat dan membangun hubungan dengan audiens, meningkatkan pengaruh lewat engagement nyata, serta memperdalam loyalitas (Putri & Widodo, 2024). Oleh karena itu, para anggota Karang Taruna diarahkan untuk membangun komunikasi dua arah yang positif, seperti membalas komentar atau pesan dengan bahasa yang ramah dan sopan. Peserta juga diajak memahami bahwa *engagement* bukan hanya angka, tetapi mencerminkan kedekatan dan kepercayaan antara mereka dan audiens. Membangun komunitas digital yang sehat menjadi salah satu strategi penting dalam membentuk citra diri sebagai *influencer positif*.



Gambar 2. Penyampaian materi

Permasalahan ketiga yang menjadi fokus pembahasan adalah kurangnya konsistensi dalam memproduksi konten dan minimnya budaya belajar di kalangan pemuda. Banyak peserta mengaku sulit untuk konsisten karena keterbatasan waktu, ide, atau motivasi. Oleh karena itu, materi sosialisasi menekankan pentingnya menjadikan konten sebagai bagian dari rutinitas produktif, bukan sekadar aktivitas selingan terutama bagi mereka yang berminat menjadi influencer profesional. Konsistensi dalam produksi konten akan sangat mendukung pembentukan personal branding (Artati, Yustikasari, & Setianti, 2025). Evaluasi konten juga disarankan dilakukan secara berkala agar peserta memahami mana konten yang efektif dan mana yang perlu diperbaiki. Dalam hal ini, peserta didorong untuk terus belajar tentang *personal branding*, teknik *storytelling*, dan editing konten agar mampu bersaing secara sehat di era digital.

Selama berlangsungnya sosialisasi, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap materi yang disampaikan. Mereka aktif bertanya tentang banyak hal terutama mengenai cara membangun citra diri, teknik membuat konten yang menarik dan positif, hingga etika bermedia sosial. Beberapa peserta juga membagikan pengalaman pribadi mereka dalam menggunakan media sosial, yang kemudian menjadi bahan diskusi bersama. Suasana diskusi berlangsung dinamis dan interaktif, mencerminkan semangat belajar yang positif dari anggota Karang Taruna.



Gambar 3. Sesi diskusi dan tanya jawab

Secara keseluruhan, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menunjukkan bahwa para anggota Karang Taruna memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan positif di media sosial, asalkan dibekali dengan pemahaman yang tepat dan dukungan yang memadai. Masalah utama yang mereka hadapi bukan pada keterbatasan teknologi, tetapi pada kurangnya kesadaran terhadap nilai dan dampak dari konten yang mereka buat. Dengan adanya kegiatan ini, peserta tidak hanya memperoleh wawasan teknis, tetapi juga pemahaman tentang tanggung jawab sosial mereka sebagai bagian dari ekosistem digital. Sosialisasi ini diharapkan menjadi

langkah awal dalam membentuk generasi muda yang bijak, kreatif, dan berintegritas di dunia digital. Kegiatan diakhiri dengan penyerahan sertifikat pada fasilitator.



Gambar 4. Penyerahan sertifikat

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang bertema “*Tips Menjadi Influencer Positif: Bangun Citra Diri Lewat Konten Berkualitas*”, dapat disimpulkan bahwa para anggota Karang Taruna RW 05 Rancamulya Bandung menunjukkan antusiasme dan minat tinggi terhadap isu-isu seputar dunia digital dan media sosial. Sosialisasi ini berhasil menggugah kesadaran peserta akan pentingnya menjadi pengguna media sosial yang bijak, kreatif, dan bertanggung jawab. Diskusi yang berlangsung interaktif menunjukkan bahwa banyak peserta memiliki potensi dan semangat untuk membangun citra diri yang positif di ruang digital, namun masih membutuhkan bimbingan dalam hal etika, konsistensi, serta pemahaman mengenai literasi digital.

Selain memberikan pemahaman teoretis, kegiatan ini juga menawarkan solusi praktis yang aplikatif, mulai dari cara menentukan niche konten, membangun interaksi yang sehat dengan audiens, hingga pentingnya budaya belajar dan evaluasi dalam proses menjadi influencer. Dengan membekali anggota Karang Taruna dengan keterampilan dasar literasi digital dan strategi konten, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam menciptakan lingkungan media sosial yang lebih positif dan memberdayakan. Ke depan, kegiatan serupa perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk memperkuat kapasitas digital generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Artati, D. G., Yustikasari, & Setianti, Y. (2025). Personal Branding Krisna Pratiwi sebagai Lifestyle Influencer di Instagram. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, Vol. 14, No. 2, 286-302.
- Ayupradani, N. T., Sofiyana, L. N., Huda, M., Nasucha, Y., & Siswanto, H. (2021). Peningkatan Literasi Digital Anggota Karang Taruna Tunas Harapan sebagai Pembentuk Pendidikan Karakter Bangsa. *Buletin KKN Pendidikan*, Vol. 3, No. 2, 169-174.
- Febri, H. (2024). Menjadi Influencer Positif: Teladan bagi Kaum Muda Kristen Berdasarkan 1 Timotius 4:12. *Vox Veritatis: Jurnal Teologi dan Pendidikan Agama Kristen*, Vol. 3, No. 2, 95-105.
- Imanulloh, H. (2024, September 20). *niche dalam social media*. Retrieved from utas.co: https://utas.co/blog/niche-dalam-social-media/#Apa_Itu_Niche_Kontennbsp
- karangtaruna.or.id. (n.d.). *Tentang karang taruna*. Retrieved from <https://www.karangtaruna.or.id/>: <https://www.karangtaruna.or.id/p/tentang-karangtaruna.html?>

- Meifitri, M. (2020). Fenomena Influencer sebagai Salah Satu Bentuk Cita-Cita Baru di Kalangan Generasi Zoomer. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, Vol. 2, No. 2, 69-82.
- Putri, E. A., & Widodo, A. (2024). Keterlibatan Audiens dalam Mendukung Karya Influencer di Instagram. *Jurnal Netnografi Komunikasi (JNK)*, Vol. 3, No. 1, 17-33.
- Sabillillah, H., & Sutabri, T. (2025). Analisis Pengaruh Paparan Konten Negatif di Media Sosial terhadap Kesehatan Mental Gen Z. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, Vol. 3, No. 1, 43-48.
- Tiwery, B. (2019). *Kekuatan dan Kelemahan Metode Pembelajaran dalam Penerapan Pembelajaran HOTS (Higher Order Thinking Skills)*. Malang: Media Nusa Creative.
- Warti, E. (2019). *Pembelajaran HOTS (Higher Order Thinking Skills) melalui Penerapan Berbagai Metode Pembelajaran*. Malang: Media Nusa Creative.