



JURNAL SENSASI (SELAMATKAN SATU GENERASI)

Vol. Desember 2024

website: www.sensasi.org

Personal Branding di Media Sosial: Peluang dan Tantangan bagi Mahasiswa Gen Z

Edukasi

Reindy Imanuel Sapara
Universitas Kristen Immanuel
imanuelsapara@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia pendidikan dan karier. Mahasiswa generasi Z (Gen Z), yang lahir dan tumbuh di era digital, sangat akrab dengan berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, LinkedIn, dan X (Twitter). Media sosial tidak lagi sekadar tempat berbagi momen pribadi, tetapi telah berkembang menjadi wadah untuk membangun citra diri atau personal branding. Personal branding di media sosial menjadi penting bagi mahasiswa Gen Z sebagai modal awal dalam merintis karier, memperluas relasi profesional, dan menunjukkan potensi diri kepada dunia. Dengan personal branding yang baik, mahasiswa dapat membuka berbagai peluang, mulai dari magang, kerja sama bisnis, hingga mendapatkan beasiswa. Namun, di balik peluang besar tersebut, terdapat tantangan yang harus dihadapi, seperti menjaga konsistensi konten, risiko pencitraan berlebihan, hingga tekanan sosial yang dapat memengaruhi kesehatan mental. Oleh karena itu, memahami konsep personal branding di media sosial serta peluang dan tantangan yang ada menjadi hal penting bagi mahasiswa Gen Z untuk mempersiapkan diri menghadapi dunia profesional di era digital saat ini.

RUMUSAN MASALAH

Di era digital yang semakin berkembang pesat, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi Z yang dikenal sebagai digital native. Mahasiswa Gen Z tidak hanya menggunakan media sosial sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai wadah untuk menampilkan kemampuan, prestasi, dan minat pribadi mereka. Fenomena ini menjadikan personal branding di media sosial sebagai hal yang penting dan relevan untuk dikelola dengan baik. Citra diri yang ditampilkan di media sosial dapat memengaruhi pandangan orang lain, termasuk dosen, rekan sejawat, perusahaan, atau bahkan pihak yang menawarkan beasiswa. Personal branding yang baik mampu memberikan nilai tambah dan menjadi pembeda di tengah persaingan yang semakin ketat, terutama di dunia kerja maupun dunia akademik. Oleh karena itu, pemahaman tentang pentingnya membangun personal branding yang positif menjadi sebuah kebutuhan bagi mahasiswa Gen Z di era digital saat ini.

Meskipun media sosial menawarkan banyak peluang untuk membangun personal branding, tidak sedikit mahasiswa Gen Z yang masih kebingungan dalam menentukan langkah yang tepat agar branding yang dibangun tidak justru menjadi bumerang. Banyak yang terjebak

dalam pencitraan berlebihan, mengikuti tren semata, atau bahkan kehilangan keaslian diri karena tuntutan ingin terlihat "sempurna" di dunia maya.

Di sisi lain, menjaga konsistensi dalam konten, memilih platform yang sesuai, serta mampu menampilkan keunikan diri secara positif menjadi tantangan tersendiri. Strategi yang efektif sangat dibutuhkan agar personal branding yang dibangun benar-benar mencerminkan karakter asli dan mampu bertahan dalam jangka panjang. Dengan strategi yang tepat, mahasiswa Gen Z dapat memanfaatkan media sosial sebagai aset penting dalam perjalanan akademik, karier, maupun pengembangan diri secara berkelanjutan.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka rumusan masalah dalam artikel ini adalah:

1. Mengapa personal branding di media sosial penting bagi mahasiswa Gen Z?
2. Bagaimana strategi efektif bagi mahasiswa Gen Z untuk membangun personal branding yang positif dan autentik di media sosial?

HASIL DAN PEMBAHASAN

Personal branding adalah proses membangun dan memperkenalkan citra diri secara sengaja agar dikenal sesuai dengan keahlian, karakter, dan nilai yang ingin ditonjolkan. Bagi mahasiswa Gen Z, media sosial menjadi sarana utama membangun personal branding karena aksesibilitas dan jangkauannya yang luas. Platform seperti Instagram, TikTok, LinkedIn, dan YouTube banyak dimanfaatkan untuk menunjukkan portofolio, prestasi, hingga opini pribadi. Konten yang dibagikan di media sosial secara tidak langsung membentuk persepsi orang lain terhadap diri seseorang.



Gambar 1. Meningkatkan Personal Branding Melalui Sosial Media

Pentingnya Personal Branding untuk Mahasiswa Gen Z

Mahasiswa Gen Z hidup di era di mana informasi tersebar sangat cepat. Personal branding yang baik tidak hanya berguna untuk membangun kepercayaan diri, tetapi juga membuka berbagai peluang di dunia akademik, karier, dan bisnis.

Contoh sederhana, seorang mahasiswa jurusan Desain Grafis yang aktif membagikan karya desainnya di Instagram berpotensi lebih cepat dikenal dan mendapatkan proyek freelance dibandingkan mahasiswa lain yang tidak membangun portofolio digitalnya.

Peluang dari Personal Branding di Media Sosial

Personal branding yang kuat memberikan berbagai peluang bagi mahasiswa Gen Z, antara lain:

- Mendapatkan kesempatan magang dan kerja melalui portofolio digital.
- Membangun jaringan profesional lebih luas.
- Dilirik oleh brand atau perusahaan untuk kerja sama atau endorsement.
- Mengikuti lomba atau kompetisi yang memerlukan rekam jejak digital.
- Menjadi content creator yang berpengaruh dan bisa mendapatkan penghasilan tambahan.

Dengan memanfaatkan media sosial secara tepat, mahasiswa tidak hanya dikenal di lingkungan kampus, tetapi juga memiliki kesempatan lebih besar dikenal di tingkat nasional bahkan internasional.

Tantangan dan Risiko Personal Branding di Media Sosial

Di balik peluang besar, membangun personal branding juga memiliki tantangan, di antaranya:

- Tekanan sosial untuk selalu terlihat sempurna di media sosial.
- Risiko oversharing atau membagikan terlalu banyak informasi pribadi.
- Konsistensi dalam membangun citra diri yang sesuai dengan karakter asli.
- Ancaman keamanan data pribadi yang bisa disalahgunakan pihak tak bertanggung jawab.

Mahasiswa harus mampu memilah mana konten yang pantas dibagikan ke publik dan mana yang sebaiknya disimpan sebagai privasi.

Strategi Efektif Membangun Personal Branding yang Positif dan Autentik

Agar personal branding tetap sehat dan membawa dampak positif, berikut beberapa strategi yang bisa diterapkan mahasiswa Gen Z:

- Kenali diri sendiri dan tentukan keunikan atau nilai jual pribadi.
- Tentukan platform yang tepat, misalnya LinkedIn untuk profesional, Instagram untuk karya visual, atau TikTok untuk edukasi kreatif.
- Buat konten yang konsisten dan bermanfaat sesuai minat atau bidang yang ditekuni.
- Bangun interaksi positif dengan audiens, bukan sekadar mengejar jumlah likes atau followers.
- Jaga etika digital, hindari ujaran kebencian atau konten provokatif.

Dengan menerapkan strategi di atas, mahasiswa akan lebih mudah membangun personal branding yang kuat, positif, dan tetap mencerminkan keaslian diri.

KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa personal branding di media sosial memiliki peran penting dalam mendukung perjalanan akademik dan karier mahasiswa Gen Z. Media sosial bisa menjadi "etalase digital" yang memperkenalkan potensi diri ke dunia luar. Namun, dibalik peluang tersebut, mahasiswa juga harus bijak menghadapi tantangan agar personal branding yang dibangun tidak berbalik menjadi bumerang.

Kunci utamanya adalah kenali diri, bangun citra positif, dan tetap autentik di setiap konten yang dibagikan. Dengan begitu, personal branding akan menjadi investasi jangka panjang yang bermanfaat di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Raharjo, B. (2019). *Media Sosial dan Generasi Milenial: Menakar Dampak Media Sosial dalam Kehidupan Sehari-hari*. Kencana.
- Fadilah, N. (2021). *Personal Branding: Strategi Membangun Citra Diri di Era Digital*. Deepublish.
- Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). *Online Personal Branding: Processes, Challenges, and Implications*. In *Journal of Interactive Marketing*, 25(1), 37-50.
- Rakhmat, J. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Personal Branding Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 123-135.
- Saraswati, D. A., & Nugroho, Y. (2021). Media Sosial dan Personal Branding Mahasiswa dalam Membangun Identitas Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 45-56.
- Kumparan. (2022, September 15). Cara Membangun Personal Branding di Media Sosial untuk Mahasiswa. *Kumparan.com*. <https://kumparan.com/berita-terkini/cara-membangun-personal-branding-di-media-sosial-untuk-mahasiswa-1yKZ2a8Hp8L>
- Kompas.com. (2023, Januari 5). Pentingnya Personal Branding Bagi Mahasiswa di Era Digital. *Kompas.com*. <https://www.kompas.com/edu/read/2023/01/05/080000871/pentingnya-personal-branding-bagi-mahasiswa-di-era-digital>