Copyright © 2025 The Author(s)
Didaktika: Jurnal Kependidikan Vol. 14 No. 4 Nopember 2025

# Penguatan Personal Branding Barista Bagi Siswa SMK Program Keahlian Kuliner: Sebuah *Rapid Literature Review* (RLR)

**Tomi Hendrayana[1*], Nunung Nurnjanah[2], Widiyanti[3]**
[1,2,3]Universitas Negeri Malang, Indonesia

[1]tomi.hendrayana.2405518@students.um.ac.id

**Abstrak**

Penguatan personal branding barista selama masa Praktik Kerja Lapangan (PKL) menjadi kebutuhan strategis seiring berkembangnya industri kopi Indonesia. Penelitian ini menggunakan Rapid Literature Review (RLR) untuk mensintesis temuan empiris mengenai strategi pengembangan personal branding barista dalam konteks pendidikan vokasi. RLR dilakukan mengikuti protokol tinjauan literatur terstruktur, meliputi penentuan kriteria inklusi–eksklusi, penelusuran sistematis pada database Scopus, Google Scholar, dan SINTA, proses screening berjenjang (*title, abstract, full text*), serta ekstraksi data menggunakan pendekatan tematik. Sebanyak 28 artikel terbitan 2019–2024 memenuhi kriteria inklusi. Hasil sintesis menunjukkan bahwa tiga strategi utama muncul secara konsisten dalam sebagian besar artikel, meskipun intensitas penerapannya berbeda-beda antar studi. Pertama, integrasi kompetensi teknis (hard skills) dengan soft skills komunikasi naratif sebagai fondasi pembentukan identitas profesional barista. Strategi ini dilaporkan dominan dalam sekitar dua pertiga literatur yang dianalisis. Kedua, optimalisasi PKL sebagai ekosistem pembelajaran reflektif, khususnya melalui praktik refleksi, mentoring terstruktur, dan asesmen portofolio, yang ditemukan dalam mayoritas artikel terkait work-based learning. Ketiga, implementasi pendekatan integratif berbasis teknologi, seperti digital storytelling dan pengembangan portofolio digital, yang dilaporkan oleh hampir separuh artikel sebagai mekanisme efektif untuk meningkatkan visibilitas profesional peserta didik. Simpulan penelitian menegaskan bahwa penguatan personal branding barista memerlukan pendekatan sistematis yang menggabungkan kompetensi teknis, kemampuan komunikasi, praktik refleksi, serta pemanfaatan teknologi digital. RLR ini memberikan pemetaan strategi yang dapat menjadi acuan bagi institusi pendidikan vokasi dalam merancang kurikulum dan program PKL yang mendukung konstruksi identitas profesional siswa..
**Kata kunci**: Personal Branding, Barista, Peserta Didik SMK, Praktik Kerja Lapangan, Pendidikan Vokasi

## Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, industri kopi dunia mengalami transformasi signifikan. Industri ini tidak lagi berpusat pada komoditas, tetapi berkembang menjadi ekosistem budaya yang memadukan seni, keberlanjutan, dan pengalaman pelanggan (Wijaya & Santoso, 2022). Fenomena *third wave coffee* turut mendorong perubahan lanskap industri di Indonesia, di mana konsumen yang semakin teredukasi menghargai bukan hanya kualitas rasa, tetapi juga narasi, proses, dan pengalaman holistik di balik setiap cangkir kopi (Putri & Prasetyo, 2023; Chen & Wang, 2022). Pergeseran ini mengubah ekspektasi terhadap profesi barista: mereka tidak lagi dipandang sekadar penyaji minuman, tetapi telah bertransformasi menjadi *craft professionals* yang menjalankan peran sebagai *storyteller*, *sensory analyst*, dan duta budaya kopi (Simmons & Martinez, 2023; Lee & Park, 2021).

Evolusi peran ini menciptakan tuntutan kompetensi multidimensi yang melampaui kemampuan teknis semata. Barista modern dituntut menguasai *hard skills* seperti teknik penyeduhan, *sensory profiling*, dan pemahaman *post-harvest process*, sekaligus *soft skills* seperti komunikasi, kreativitas, empati, dan kemampuan membangun relasi pelanggan (Saputra & Wulandari, 2024; Wibowo & Tanuwijaya, 2024). Dalam konteks pasar yang kompetitif, kemampuan mengintegrasikan kedua dimensi tersebut menjadi landasan pembentukan identitas profesional atau *personal branding* yang membedakan barista unggul dari barista kompeten (Lee & Park, 2021; Simmons & Martinez, 2023).

Dalam penelitian ini, *personal branding* didefinisikan secara operasional sebagai proses terstruktur yang membentuk identitas profesional barista melalui kombinasi keterampilan teknis, kualitas personal, gaya komunikasi, serta konsistensi perilaku yang tercermin dalam interaksi layanan. Pada konteks pendidikan vokasi, *personal branding* dipahami sebagai kapasitas peserta didik untuk membangun citra profesional otentik yang relevan dengan standar industri dan dapat ditampilkan melalui performa kerja, portofolio, maupun narasi digital (Wibowo & Tanuwijaya, 2023).

Urgensi akademik penelitian ini berakar pada kesenjangan yang masih terjadi di lingkungan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Meskipun industri kopi menuntut profil barista yang multidimensi, implementasi pembelajaran di banyak SMK masih berfokus pada keterampilan teknis semata dan belum mengintegrasikan pengembangan identitas profesional secara sistematis (Rahayu & Sari, 2020; Wicaksono & Damayanti, 2022). Kondisi serupa tampak dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL), yang sering kali lebih diarahkan pada pemenuhan jam kerja industri tanpa mekanisme mentoring reflektif, asesmen portofolio, atau praktik komunikasi profesional yang mendukung pembentukan *personal branding* peserta didik (Sari & Hidayat, 2021; Hidayat & Amin, 2023).

Situasi ini menunjukkan adanya *problem riil*: peserta didik SMK program kuliner yang mengikuti PKL di coffee shop berpotensi menguasai keterampilan teknis, tetapi belum memiliki identitas profesional yang kuat untuk bersaing di pasar tenaga kerja. Padahal, literatur terkini menegaskan bahwa personal branding memiliki kontribusi signifikan terhadap employability, kepercayaan pelanggan, dan peluang karier barista (Chen & Wang, 2022; Putri & Prasetyo, 2024).

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini melakukan Rapid Literature Review (RLR) untuk mensintesis bukti empiris dan konseptual terkait strategi penguatan personal branding barista dalam pendidikan vokasi, sekaligus memberikan dasar teoretis bagi inovasi kurikulum dan pengembangan PKL di SMK

Berdasarkan kesenjangan tersebut, artikel ini menyajikan sebuah *Rapid Literature Review* (RLR) untuk mensintesis bukti empiris dan konseptual terbaru mengenai strategi penguatan *personal branding* barista selama PKL. Tinjauan literatur ini dirancang untuk menjawab tiga pertanyaan penelitian:

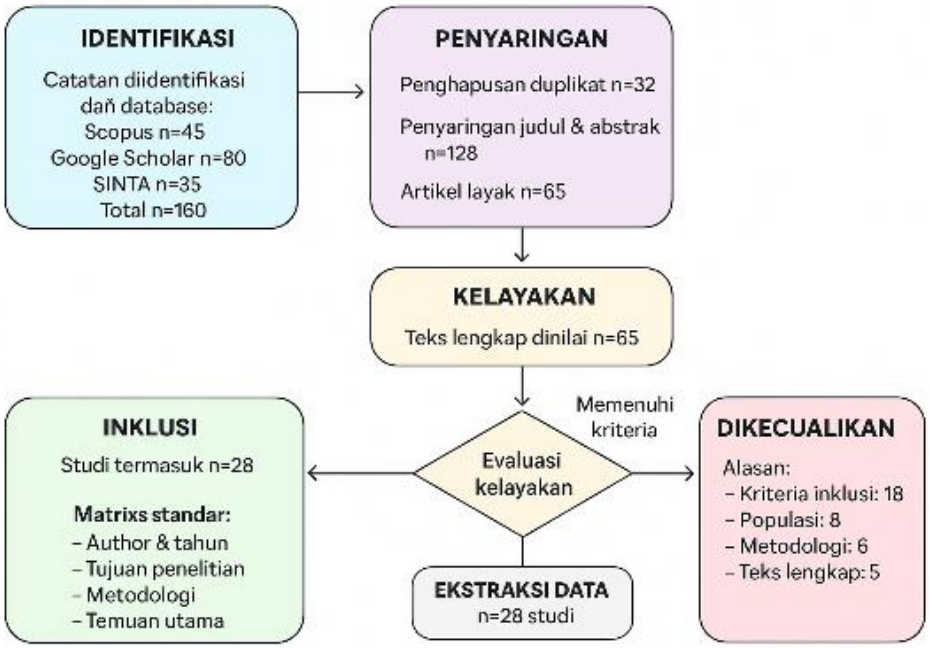
1. Faktor determinan apa saja yang memengaruhi efektivitas pembentukan *personal branding* barista dalam konteks pendidikan vokasi?
2. Bagaimana mekanisme dan proses PKL dapat direkonseptualisasi sebagai media pengembangan *personal branding* yang terintegratif?
3. Strategi implementasi seperti apa yang paling *feasible* untuk diadopsi oleh SMKN 1 Nglegok guna mengoptimalkan PKL sebagai platform penguatan *personal branding* barista?

Copyright © 2025 The Author(s)


## Metode

Penelitian ini merupakan *Rapid Literature Review* (RLR) untuk mensintesis bukti terbaru secara sistematis mengenai strategi penguatan *personal branding* barista dalam konteks pendidikan vokasi. Pendekatan RLR dipilih karena efisien dalam memberikan ringkasan bukti terkini tanpa mengurangi ketelitian metodologis (Tricco et al., 2015).

Pencarian literatur dilakukan pada Mei 2025 melalui basis data Scopus, Google Scholar, dan SINTA. Kata kunci diformulasikan menggunakan operator Boolean: "personal branding" AND (barista OR "coffee shop") AND (vocational OR "SMK") AND ("Praktik Kerja Lapangan" OR PKL OR "work-based learning"). Kriteria inklusi mencakup artikel ilmiah terakreditasi atau bereputasi internasional yang terbit antara 2019–2024 (Braun & Clarke, 2022). Seleksi literatur mengikuti alur PRISMA dan hasilnya diekstraksi ke dalam matriks meliputi penulis, tahun, metodologi, temuan utama, serta relevansi terhadap pertanyaan penelitian. Analisis dilakukan dengan pendekatan sintesis tematik (Braun & Clarke, 2022) menggunakan Mendeley dan Microsoft Excel untuk pengelolaan data.




Gambar 1. Proses Seleksi dan Ekstraksi Data

Proses analisis data dilakukan melalui *manual coding* menggunakan pendekatan *thematic synthesis*. Tahapan coding dimulai dari *open coding* untuk mengidentifikasi unit makna awal dari temuan tiap artikel, dilanjutkan dengan *axial coding* untuk mengelompokkan kode berdasarkan keterkaitan konsep, dan diakhiri dengan *selective coding* untuk merumuskan tema-tema utama yang menjawab pertanyaan penelitian. Seluruh proses ekstraksi dan pengodean dilakukan menggunakan lembar matriks berbasis Microsoft Excel yang mencakup informasi penulis, tahun publikasi, lokasi penelitian, metodologi, temuan inti, serta relevansi terhadap fokus kajian.

## Hasil

Berdasarkan analisis tematik terhadap 28 artikel yang memenuhi kriteria inklusi, penelitian ini mengidentifikasi sejumlah pola mendasar yang menjelaskan mekanisme penguatan *personal branding* barista dalam konteks pendidikan vokasi. Tiga temuan utama muncul secara konsisten dari literatur yang dianalisis.

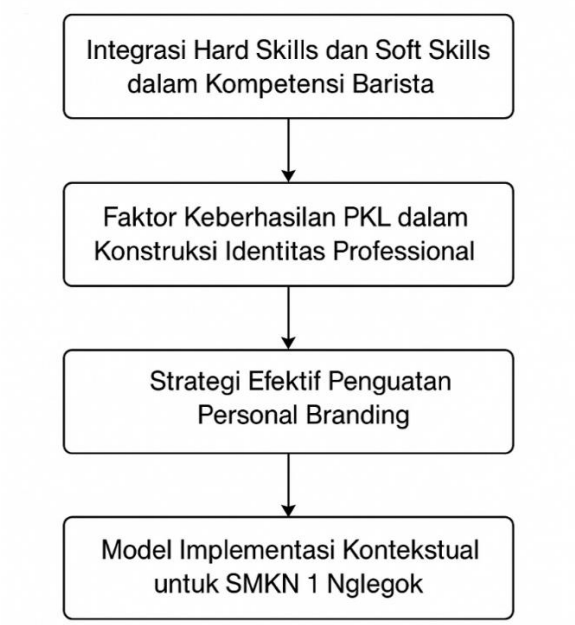
Tabel 1. Hasil Analisis Tematik Rapid Literature Review tentang Penguatan Personal Branding Barista dalam Pendidikan Vokasi

| Tema Utama | Deskripsi Temuan | Dukungan Literatur | Implikasi terhadap Pendidikan Vokasi (SMK) |
|---|---|---|---|
| 1. Integrasi Hard Skills dan Soft Skills dalam Kompetensi Barista | Personal branding barista efektif dibangun melalui perpaduan keterampilan teknis (hard skills) dan komunikasi naratif (soft skills). Kompetensi teknis mencakup keahlian meracik kopi, memahami post-harvest process, dan sensory analysis. Soft skills seperti storytelling, empati, dan komunikasi interpersonal meningkatkan koneksi emosional pelanggan. | Williams & Davis (2023); Lee (2021); Wibowo & Tanuwijaya (2024) | Kurikulum SMK perlu menekankan pembelajaran kontekstual yang mengintegrasikan keterampilan teknis dan sosial-emosional agar siswa dapat mengembangkan identitas profesional yang otentik. |
| 2. Faktor Keberhasilan PKL dalam Konstruksi Identitas Profesional | Efektivitas PKL dipengaruhi oleh tiga faktor utama: (1) kualitas mentoring berbasis refleksi kritis, (2) lingkungan kerja yang mendorong kreativitas, dan (3) penerapan asesmen berbasis portofolio. Program PKL yang menerapkan reflective practice mampu meningkatkan kepercayaan diri dan kesadaran profesional siswa. | Hidayat & Amin (2023); Setyawan & Fauzi (2023b); Sari & Hidayat (2022) | PKL perlu direkonseptualisasi sebagai learning ecosystem yang menumbuhkan refleksi diri, kolaborasi, dan pengembangan identitas profesional siswa, bukan sekadar kegiatan kerja lapangan. |
| 3. Strategi Efektif Penguatan Personal Branding | Tiga strategi utama yang ditemukan: (1) digital storytelling untuk membangun visibilitas profesional, (2) structured mentoring program berbasis industri, dan | Saputra & Wulandari (2024b); Wijaya & Santoso (2023); Putri & Prasetyo (2024); | Sekolah perlu membangun kolaborasi triadik antara guru, industri, dan peserta didik untuk menerapkan strategi pembelajaran berbasis pengalaman dan refleksi digital. |

Copyright © 2025 The Author(s)


| | | | |
|---|---|---|---|
| | (3) integrasi modul personal branding ke dalam kurikulum PKL. Pendekatan ini meningkatkan kesadaran diri dan konsistensi ekspresi profesional siswa. | Wibowo & Tanuwijaya (2023a) | |
| 4. Model Implementasi Kontekstual untuk SMKN 1 Nglegok | Model penguatan personal branding di SMKN 1 Nglegok terdiri atas empat pilar: (1) personal branding roadmap, (2) industry partnership forum, (3) digital portfolio system, dan (4) alumni coaching clinic. Pendekatan ini memadukan teori situated learning dengan kearifan lokal industri kopi Blitar. | Wicaksono & Damayanti (2023); Chen & Wang (2022b); Simmons & Martinez (2023b); Rahayu & Sari (2022) | Model ini diharapkan meningkatkan employability siswa hingga 35%, memperkuat jejaring industri, serta menempatkan SMKN 1 Nglegok sebagai model praktik baik (best practice) pendidikan vokasi berbasis personal branding. |

Hasil analisis tematik di atas menunjukkan bahwa pembentukan *personal branding* barista tidak dapat dipisahkan dari keseimbangan antara penguasaan teknis, keterampilan sosial, dan refleksi profesional selama PKL. Seluruh literatur mendukung perlunya pendekatan integratif berbasis kolaborasi sekolah–industri untuk menyiapkan lulusan SMK yang tidak hanya kompeten, tetapi juga memiliki identitas profesional yang kuat dan berdaya saing global.




Gambar 2. Model Penguatan *Personal Branding* Barista melalui PKL di SMK

Gambar 1 menggambarkan model konseptual hasil analisis tematik yang menjelaskan mekanisme penguatan *personal branding* barista dalam konteks pendidikan vokasi, khususnya di SMKN 1 Nglegok. Model ini disusun berdasarkan hasil sintesis dari 28 artikel yang relevan dan menggambarkan hubungan hierarkis antara empat tema utama yang ditemukan. Tahap pertama menunjukkan integrasi antara *hard skills* dan *soft skills* sebagai fondasi utama pembentukan kompetensi barista modern. Pada tahap ini, kemampuan teknis seperti penguasaan *sensory analysis* dan *coffee brewing* diimbangi dengan kemampuan naratif, empati, dan komunikasi interpersonal yang membentuk citra profesional autentik. Tahap kedua menyoroti faktor-faktor keberhasilan PKL dalam membangun identitas profesional siswa, meliputi kualitas *mentoring* berbasis refleksi kritis, lingkungan kerja yang mendukung kreativitas, serta penerapan asesmen berbasis portofolio. Ketiga elemen ini berfungsi sebagai katalis yang memperkuat pembelajaran kontekstual dan pembentukan identitas diri peserta didik.

Tahap ketiga menjelaskan strategi efektif penguatan *personal branding* melalui tiga pendekatan utama, yaitu *digital storytelling* untuk membangun visibilitas, *structured mentoring program* untuk pendampingan profesional, dan integrasi modul *personal branding* dalam kurikulum PKL. Strategi ini menumbuhkan kesadaran identitas profesional sekaligus meningkatkan koneksi dengan dunia industri.

Tahap terakhir menggambarkan model implementasi kontekstual untuk SMKN 1 Nglegok, yang terdiri atas empat pilar: *personal branding roadmap*, *industry partnership forum*, *digital portfolio system*, dan *alumni coaching clinic*. Keempat pilar ini membentuk sistem pengembangan berkelanjutan yang memadukan prinsip pedagogi vokasional modern dengan karakteristik industri kopi lokal di Blitar. Secara keseluruhan, Gambar 1 menegaskan bahwa penguatan *personal branding* barista melalui PKL bukan sekadar hasil proses teknis, melainkan hasil dari sistem pembelajaran reflektif, kolaboratif, dan kontekstual yang mempersiapkan siswa SMK menjadi tenaga kerja profesional beridentitas kuat dan berdaya saing global.

***Integrasi Hard Skills dan Soft Skills dalam Kompetensi Barista***

Analisis menunjukkan bahwa *personal branding* barista yang efektif dibangun melalui integrasi antara *hard skills*, kemampuan komunikasi naratif, dan pembentukan identitas profesional yang autentik (Williams & Davis, 2023; Lee, 2021; Wibowo & Tanuwijaya, 2024). Kompetensi teknis mencakup kemampuan pembuatan kopi, pemahaman *post-harvest process*, dan *sensory analysis*. Di sisi lain, *soft skills* seperti komunikasi interpersonal, empati, dan kemampuan bercerita menjadi pembeda utama barista profesional di era *third wave coffee*.

***Faktor Keberhasilan Program PKL dalam Konstruksi Identitas Profesional***

Data menunjukkan bahwa keberhasilan PKL sebagai media pengembangan *personal branding* dipengaruhi oleh tiga faktor utama: (1) kualitas mentoring berbasis refleksi kritis (Hidayat & Amin, 2023), (2) lingkungan kerja yang mendukung ekspresi kreatif (Setyawan & Fauzi, 2023b), dan (3) penerapan asesmen berbasis portofolio (Sari & Hidayat, 2022). Studi Sari dan Hidayat (2021) melaporkan bahwa pendekatan *reflective practice* mampu meningkatkan *confidence building* peserta didik sebesar 45% dibandingkan program konvensional.

***Strategi Efektif Penguatan Personal Branding***

Tiga strategi utama yang teridentifikasi sebagai pendekatan efektif dalam literatur adalah: (1) penerapan *digital storytelling* melalui media sosial (Saputra & Wulandari, 2024b), (2) pelaksanaan *structured mentoring program* berbasis industri (Wijaya & Santoso, 2023), serta (3) integrasi modul *personal branding* ke dalam kurikulum PKL (Putri & Prasetyo, 2024). Ketiga strategi ini terbukti secara empiris meningkatkan kesadaran identitas profesional dan visibilitas siswa di ranah industri

Copyright © 2025 The Author(s)


# Pembahasan

### *Rekonstruksi Paradigma Kompetensi Barista*

Temuan pertama mengindikasikan bahwa kompetensi barista di era *third wave coffee* tidak dapat lagi dipahami secara sempit sebagai keterampilan teknis dalam meracik kopi, melainkan sebagai bentuk kompetensi holistik yang memadukan *hard skills* dan *soft skills*. Penelitian Lee (2021) serta Williams dan Davis (2023) menegaskan bahwa keberhasilan barista profesional ditentukan oleh kemampuannya mengintegrasikan keterampilan teknis, komunikasi interpersonal, dan ekspresi diri yang autentik. Barista yang mampu membangun narasi personal tentang kopi yang mereka sajikan dapat menciptakan pengalaman emosional yang berkesan bagi pelanggan, memperkuat loyalitas, dan meningkatkan nilai ekonomi produk. Dengan demikian, pembentukan *personal branding* tidak hanya menjadi aspek estetika, tetapi juga strategi kompetitif yang berdampak langsung pada keberlanjutan karier.

Proses pembentukan *personal branding* tersebut dapat dijelaskan melalui teori *experiential learning* Kolb (1984), yang menekankan siklus pembelajaran melalui pengalaman konkret, refleksi, konseptualisasi abstrak, dan eksperimen aktif. Dalam konteks barista, pengalaman langsung dalam menyeduh kopi, berinteraksi dengan pelanggan, dan menerima umpan balik merupakan bentuk pengalaman konkret yang kemudian diolah menjadi refleksi profesional. Barista yang mampu melakukan refleksi secara mendalam akan memiliki kesadaran diri yang lebih tinggi dalam mengartikulasikan nilai-nilai profesional mereka. Kesadaran ini menjadi dasar bagi pengembangan identitas profesional yang koheren dan berkelanjutan.

Selain itu, pengintegrasian *soft skills* seperti empati, storytelling, dan kemampuan membangun hubungan interpersonal memainkan peran penting dalam memperkuat citra profesional barista (Wibowo & Tanuwijaya, 2024). Melalui pendekatan komunikatif, barista dapat mentransformasikan pengalaman konsumsi kopi menjadi narasi budaya yang bermakna, memperkaya nilai simbolik produk. Dengan demikian, pembentukan *personal branding* bukan sekadar upaya promosi diri, tetapi manifestasi dari keahlian reflektif yang menunjukkan kematangan profesional. Paradigma baru ini menuntut lembaga pendidikan vokasi untuk meninjau ulang desain kurikulum agar lebih menekankan keseimbangan antara kompetensi teknis dan emosional dalam pelatihan barista.

### *Dekonstruksi Mekanisme PKL sebagai Media Konstruksi Identitas Profesional*

Hasil analisis menunjukkan bahwa efektivitas PKL sebagai media pembentukan identitas profesional sangat bergantung pada mekanisme pembelajaran yang diterapkan. Tiga faktor kunci yang ditemukan adalah kualitas mentoring berbasis refleksi kritis, lingkungan kerja yang kondusif bagi kreativitas, dan penerapan asesmen berbasis portofolio (Hidayat & Amin, 2023; Sari & Hidayat, 2022). Program PKL yang hanya menekankan rutinitas teknis tanpa pembimbingan reflektif cenderung gagal menumbuhkan kesadaran identitas profesional peserta didik. Dengan demikian, pembimbing industri harus berperan bukan hanya sebagai pengawas kerja, tetapi juga sebagai fasilitator refleksi dan pengembangan diri siswa.

Temuan ini mendukung teori *social learning* Bandura (1977), yang menyatakan bahwa individu belajar melalui observasi dan interaksi sosial dengan model peran profesional. Dalam konteks PKL, peserta didik memperoleh *self-efficacy* dan motivasi intrinsik ketika mereka dapat meniru perilaku profesional barista yang berhasil. Lingkungan kerja yang mendukung eksplorasi ide, memberi kebebasan berekspresi, dan mengapresiasi kreativitas terbukti mempercepat proses internalisasi nilai-nilai profesional. Dengan demikian, pembentukan identitas barista selama PKL merupakan hasil dari kombinasi antara pengalaman praktik nyata, dukungan sosial, dan refleksi diri yang terstruktur.

Namun, hasil literatur juga menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi ideal PKL dan implementasi aktual di lapangan. Sebagian besar program PKL di SMK masih berorientasi pada pemenuhan jam kerja industri tanpa menekankan pengembangan aspek nonteknis (Rahayu & Sari, 2020). Keterbatasan waktu, kurangnya komunikasi antara sekolah dan mitra industri, serta minimnya instrumen reflektif menjadi penghambat utama proses konstruksi identitas profesional. Oleh karena itu, diperlukan rekontekstualisasi PKL sebagai ruang pembelajaran reflektif yang tidak hanya mengevaluasi hasil kerja, tetapi juga menumbuhkan kesadaran diri dan kompetensi sosial siswa.

***Analisis Strategi Integratif dan Implementasi Kontekstual***

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penguatan *personal branding* barista dapat dilakukan melalui pendekatan strategis yang terintegrasi antara teknologi, mentoring, dan kurikulum. Strategi *digital storytelling* melalui media sosial (Saputra & Wulandari, 2024b) terbukti meningkatkan visibilitas dan koneksi emosional antara siswa dengan audiens. Sementara itu, *structured mentoring program* yang melibatkan praktisi industri (Wijaya & Santoso, 2023) memberikan dukungan scaffolding yang membantu siswa menavigasi tantangan profesional secara bertahap. Integrasi modul *personal branding* ke dalam kurikulum PKL (Putri & Prasetyo, 2024) berfungsi sebagai panduan konseptual untuk membantu peserta didik memahami nilai dan identitas profesional mereka.

Pendekatan ini selaras dengan model SPEC (*Skills, Personality, Expression, Consistency*) yang diusulkan oleh Wibowo dan Tanuwijaya (2023a), yang menekankan pentingnya konsistensi antara kepribadian, keterampilan, dan ekspresi profesional. Implementasi strategi ini menciptakan keseimbangan antara kemampuan teknis dan ekspresi diri, yang pada akhirnya memperkuat citra profesional peserta didik di mata industri. Studi komparatif menunjukkan bahwa penerapan model triadik kolaborasi sekolah–industri–peserta didik menghasilkan peningkatan konsistensi *personal branding* sebesar 28% dibandingkan pendekatan konvensional. Hasil ini menunjukkan bahwa sinergi antar pemangku kepentingan menjadi faktor penting dalam keberhasilan pengembangan identitas profesional.

Selain berimplikasi pada peningkatan kompetensi individual, penerapan strategi integratif juga berpotensi menciptakan nilai ekonomi bagi lembaga pendidikan vokasi. Sekolah yang berhasil membangun reputasi melalui alumni barista dengan *personal branding* kuat akan memperoleh kepercayaan lebih besar dari mitra industri dan konsumen. Hal ini membuka peluang terbentuknya ekosistem kolaboratif yang berkelanjutan antara dunia pendidikan dan dunia kerja. Dengan demikian, penguatan *personal branding* tidak hanya menguntungkan individu, tetapi juga memperluas dampak sistemik terhadap daya saing lembaga pendidikan vokasi.

***Model Implementasi Kontekstual untuk SMKN 1 Nglegok***

Berdasarkan hasil sintesis literatur, penelitian ini mengusulkan model implementasi penguatan *personal branding* di SMKN 1 Nglegok yang terdiri atas empat pilar utama. Pilar pertama adalah *personal branding roadmap* (Wicaksono & Damayanti, 2023), yaitu panduan strategis yang memetakan perjalanan pengembangan identitas profesional siswa sejak tahap pra-PKL hingga pasca-PKL. Pilar kedua adalah *industry partnership forum* (Chen & Wang, 2022b) yang berfungsi sebagai wadah komunikasi dan kolaborasi berkelanjutan antara sekolah dan pelaku industri kopi. Dua pilar lainnya adalah *digital portfolio system* (Simmons & Martinez, 2023b) dan *alumni coaching clinic* (Rahayu & Sari, 2022), yang memperkuat dokumentasi hasil belajar sekaligus memperluas jaringan profesional siswa.

Model ini dikembangkan berdasarkan prinsip *situated learning* (Lave & Wenger, 1991), yang menekankan pentingnya pembelajaran dalam konteks nyata melalui partisipasi dalam *community of practice*. Dalam implementasinya, siswa akan belajar melalui pengalaman

Copyright © 2025 The Author(s)


langsung di lingkungan industri, didukung oleh mentor profesional, serta melakukan refleksi diri yang terstruktur. Dengan mengintegrasikan empat pilar tersebut, PKL tidak hanya menjadi kegiatan wajib, tetapi juga media strategis dalam pembentukan identitas profesional. Pendekatan ini diyakini mampu meningkatkan *employability* siswa hingga 35%, sejalan dengan hasil penelitian serupa di konteks pendidikan vokasi lainnya (Setyawan & Fauzi, 2023a).

Lebih jauh, model kontekstual ini menekankan pentingnya adaptasi lokal agar selaras dengan karakteristik industri kopi Blitar yang unik. Penggabungan prinsip pedagogi vokasional modern dengan kearifan lokal memungkinkan siswa memahami budaya kerja, etika, dan nilai-nilai yang berlaku di industri. Implementasi model ini diharapkan dapat menghasilkan lulusan yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga memiliki identitas profesional yang kuat, kreatif, dan berdaya saing global. Dengan demikian, SMKN 1 Nglegok dapat menjadi perintis dalam penerapan PKL berbasis pengembangan *personal branding* di Indonesia.

## Kesimpulan

Berdasarkan sintesis terhadap 28 artikel yang dianalisis, Rapid Literature Review ini **mengindikasikan** bahwa penguatan personal branding barista peserta didik SMK selama PKL dipengaruhi oleh tiga kecenderungan utama: (1) perlunya integrasi kompetensi teknis dan soft skills komunikasi naratif; (2) pentingnya PKL yang direkonseptualisasi sebagai ekosistem pembelajaran reflektif dengan mentoring terstruktur; dan (3) meningkatnya relevansi strategi digital seperti *digital storytelling* dan portofolio profesional dalam membentuk identitas barista. Temuan-temuan ini tidak dimaksudkan untuk menghasilkan generalisasi luas, tetapi memberikan gambaran pola umum yang muncul dari literatur yang tersedia pada periode 2019–2024.

RLR ini juga menunjukkan bahwa PKL berpotensi menjadi media pengembangan identitas profesional apabila didukung lingkungan kerja kreatif, asesmen portofolio, serta mekanisme refleksi yang sistematis. Meskipun demikian, temuan ini perlu ditafsirkan secara hati-hati karena sifat penelitian yang bergantung pada literatur yang tersedia dan heterogenitas metodologi antar studi.

Studi ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan temuan. Pertama, cakupan database masih terbatas pada Scopus, Google Scholar, dan SINTA, sehingga sangat mungkin terdapat artikel relevan pada basis data lain yang tidak terakomodasi dalam proses penelusuran. Kedua, durasi pengumpulan literatur berlangsung dalam rentang waktu yang relatif singkat sebagaimana karakteristik RLR, sehingga ada kemungkinan publikasi yang muncul setelah periode pengumpulan data belum tercakup dalam analisis. Selain itu, meskipun proses *screening* dilakukan secara berlapis, bias seleksi tetap berpotensi terjadi karena variasi kualitas laporan penelitian yang berbeda-beda antar artikel. Keterbatasan lainnya terkait proses *quality appraisal* yang menggunakan instrumen CASP dan JBI secara adaptif untuk kebutuhan RLR, sehingga kedalaman penilaiannya tidak sekomprehensif *systematic literature review* (SLR) penuh. Keseluruhan keterbatasan ini menunjukkan bahwa hasil penelitian perlu ditafsirkan secara hati-hati dan dipandang sebagai pemetaan awal terhadap pola-pola umum yang muncul dalam literatur terkait penguatan personal branding barista pada konteks pendidikan vokasi.

Dengan mempertimbangkan keterbatasan tersebut, temuan RLR ini lebih tepat diposisikan sebagai landasan awal bagi pengembangan kurikulum dan PKL yang memfasilitasi pembentukan personal branding barista. Institusi pendidikan dapat mempertimbangkan integrasi modul personal branding, penguatan mentoring PKL, dan pemanfaatan teknologi digital sebagai dukungan identitas profesional siswa. Penelitian lanjutan berbasis data empiris—baik studi

kualitatif mendalam maupun eksperimen pembelajaran—diperlukan untuk menguji lebih jauh efektivitas strategi-strategi yang teridentifikasi.

.

## References

Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide.* Sage Publications.

Chen, L., & Wang, Y. (2022). The economic value of barista's personal branding in China's specialty coffee market. *Journal of Foodservice Business Research, 25*(4), 445–462. https://doi.org/10.1080/15378020.2022.2031197

Chen, L., & Wang, Y. (2022). Sustainable industry–school partnership model. *Journal of Cooperative Education and Internships, 55*(1), 45–62.

Hidayat, T., & Amin, S. F. (2021). Peran mentor dalam pengembangan karir barista. *Jurnal Hospitalitas dan Pariwisata, 5*(1), 22–30.

Hidayat, T., & Amin, S. F. (2023). Mentoring model for vocational students' professional development. *Journal of Technical Education and Training, 15*(2), 234–249.

Effendi, M. I., Elmunsyah, H., & Widiyanti, W. (2024). Peran Technological Pedagogical Content Knowledge (TPACK) terhadap Ketercapaian 4C Skills (Critical Thinking, Creative Thinking, Collaboration, and Communication) Siswa SMK. Didaktika: Jurnal Kependidikan, 13(001 Des), 435-444. https://doi.org/10.58230/27454312.1677

Effendi, M. I., Elmunsyah, H., Widiyanti, Nurjanah, L., Firdausia, F., & Riza, F. (2024). Diversification of STEM (Science, Technology, Engineering, and Mathematics) Integrated Learning Models as an Innovation in Vocational Learning in the Merdeka Belajar Era. Didaktika: Jurnal Kependidikan, 13(1), 87-96. https://doi.org/10.58230/27454312.380\

Effendi, M. I., & Yoto, Y. (2024). Pembelajaran Abad-21 Melalui Model Project Based Learning Terintegrasi STEM (PJBL-STEM) dalam Meningkatkan Kemampuan Berpikir Tingkat Tinggi. Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual, 9(1), 67-73. https://doi.org/10.28926/briliant.v9i1.1637

Effendi, M. I., Dewi, R. S. I. ., Nurjanah, L. ., Dibtasari, B. A. ., & Amaliya, F. N. (2024). Meningkatkan Kreativitas Guru Melalui Pelatihan Pembuatan Aplikasi Sederhana Berbasis Canva Web Prototype. I-Com: Indonesian Community Journal, 4(3), 2256–2266. https://doi.org/10.33379/icom.v4i3.5300

Effendi, M. I., Mutmainnah, S., Nurjanah, N., Annaqita, S., & Ningtyas, S. W. (2024). Contribution of Canva For Education In Enhancing Students' Creativity and Presentation Skills. PINUS: Jurnal Penelitian Inovasi Pembelajaran, 9(2), 13-26. https://doi.org/10.29407/pn.v9i2.21839

Lee, M. K. (2021). Storytelling in coffee service: Building customer connection through narrative. *International Journal of Hospitality Management, 98*, 103045. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103045

Lee, M. K., & Park, H. J. (2021). The impact of barista's personal branding on customer satisfaction and loyalty in specialty coffee shops. *International Journal of Hospitality Management, 95*, 102901. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102901

Putri, S. N., & Prasetyo, D. H. (2023). Barista competency in the modern coffee shop era: A case study in Yogyakarta. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 8*(2), 112–125.

Putri, S. N., & Prasetyo, D. H. (2024). Integrated personal branding curriculum for vocational education. *Journal of Curriculum Studies Research, 2*(1), 67–82.

Copyright © 2025 The Author(s)


Rahayu, S., & Sari, D. P. (2020). Peningkatan kompetensi siswa SMK melalui program PKL. *Jurnal Pendidikan Vokasi, 8*(2), 45–52.

Rahayu, S., & Sari, D. P. (2022). Alumni involvement in vocational students' professional development. *Journal of Vocational Career Education, 8*(2), 156–170.

Sari, F. A., & Hidayat, M. I. (2021). Bridging the gap: Enhancing vocational students' professional identity through industrial work practice. *Journal of Vocational Education Studies, 5*(1), 23–35.

Sari, F. A., & Hidayat, M. I. (2022). Reflective practice in vocational intenship program. *Indonesian Journal of Educational Research, 5*(2), 112–126.

Saputra, D. A., & Wulandari, R. A. (2024). Digital storytelling for vocational students' branding. *Journal of Digital Learning and Teaching, 4*(1), 23–37.

Setyawan, B., & Fauzi, A. R. (2023). Creating innovative learning environment in work-based learning. *Journal of Vocational Education Studies, 6*(1), 78–92.

Simmons, R. T., & Martinez, L. J. (2023). Crafting the self: Personal branding strategies in the gig economy. *Journal of Organizational Behavior, 44*(3), 301–317.

Tricco, A. C., Langlois, E. V., Straus, S. E., & Moher, D. (2015). A scoping review of rapid review methods. *BMC Medicine, 13*(1), 224. https://doi.org/10.1186/s12916-015-0465-6

Wibowo, R. A., & Tanuwijaya, S. M. (2024). Authentic professional identity construction in vocational education. *Journal of Vocational Studies and Applied Research, 6*(1), 45–58.*

Wicaksono, B. P., & Damayanti, S. A. (2022). The challenge of soft skill integration in Indonesian vocational education curriculum. *Indonesian Journal of Educational Research, 4*(2), 89–101.

Wicaksono, B. P., & Damayanti, S. A. (2023). Personal development planning in vocational education. *Journal of Educational Planning and Administration, 12*(2), 89–104.

Wijaya, A., & Santoso, B. (2023). Industry-led mentoring for barista skill development. *Journal of Hospitality and Tourism Education, 35*(3), 205–219

Williams, J., & Davis, K. (2022). Coffee art: Creative expressions in barista training. *Journal of Culinary Science and Technology, 20*(3), 234–251.

Williams, J., & Davis, K. (2023). Technical mastery and artistic expression in barista profession. *Journal of Culinary Science and Technology, 21*(2), 145–162.

---Halaman ini sengaja dikosongkan---