

Penguatan *Personal Branding* untuk Persiapan Memasuki Dunia Kerja Siswa SMK Bistek Bekasi

Kristiana Widiawati*¹, Lala Wiladiyah², Siti Dewi Winata³, Lintang Putri Estiarto⁴, Selly Elga Arliana⁵

¹Program Studi Manajemen, Universitas Bina Insani Bekasi

^{2,3,4}Program Studi Bisnis Digital, Universitas Bina Insani, Indonesia

⁵Mahasiswa Program Studi Bisnis Digital, Universitas Bina Insani, Indonesia

*e-mail: kristiana@binainsani.ac.id¹, lalawiladiyah@binainsani.ac.id², sitidewi@binainsani.ac.id³, lintang@binainsani.ac.id⁴, selly@binainsani.ac.id⁵

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) penguatan *personal branding* dilaksanakan di SMK Bisnis dan Teknologi (Bistek) Kota Bekasi sebagai upaya strategis untuk meningkatkan daya saing lulusan SMK kelas 12 di tengah tingginya persaingan dunia kerja. Tujuan kegiatan adalah mengatasi permasalahan utama siswa, yaitu kurangnya pemahaman tentang *personal branding*, minimnya keterampilan menyusun *curriculum vitae* dan portofolio digital, serta kesenjangan kompetensi *soft skills* dengan kebutuhan industri. Metode *Participatory Action Research (PAR)* adanya problematika yang ada dan dilaksanakan secara partisipatif dengan kegiatan utama sosialisasi interaktif pengenalan konsep *personal branding*, pelatihan penyusunan *curriculum vitae* & portofolio digital. Hasil pretest sebesar "32%" dan post test sebesar "89%" menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang signifikan. Hasil analisa angket kepuasan terhadap keseluruhan kegiatan pelatihan adalah "60%" menyatakan "sangat puas", "32%" menyatakan "puas." dan "8%" menyatakan "cukup puas," membuktikan bahwa pembekalan *soft skills* dan literasi dan pelatihan *personal branding* tidak hanya meningkatkan kesiapan kerja siswa, tetapi juga memperkuat sinergi antara sekolah dan industri. Rekomendasi berkelanjutan mencakup pelatihan terjadwal, pendampingan alumni, serta perluasan jejaring dengan dunia usaha.

Kata Kunci: *Personal Branding, Kesiapan Kerja, Soft Skill, Curriculum Vitae, Daya Saing*

Abstract

Community Service (PkM) activities to strengthen personal branding were carried out at the Bekasi City Business and Technology Vocational School (Bistek) as a strategic effort to increase the competitiveness of grade 12 vocational school graduates in the midst of high competition in the world of work. The purpose of the activity is to overcome the main problems of students, namely the lack of understanding of personal branding, the lack of skills in preparing curriculum vitae and digital portfolios, and the gap in soft skills competencies with industry needs. The Participatory Action Research (PAR) method was chosen to address existing problems in a participatory manner with the main activities of interactive socialization of the introduction of personal branding concepts, training in the preparation of curriculum vitae & digital portfolios. Pretest results of "32%" and post test results of "89%" showed a significant increase in knowledge and skills. The results of the questionnaire analysis of satisfaction with the overall training activities were "60%" stating "very satisfied", "32%" stating "satisfied." and "8%" stating "quite satisfied," proving that the provision of soft skills and literacy and personal branding training not only increases students' job readiness, but also strengthens the synergy between schools and industry. Continuous recommendations include scheduled training, alumni mentoring, and expanding networks with the business world.

Keywords: *Personal Branding, Work Readiness, Soft Skills, Rriculum Vitae, Competitiveness*

1. PENDAHULUAN

Tingginya pengangguran di Indonesia merupakan permasalahan utama yang menjadi sorotan nasional dan menjadi salah satu isu kritis yang mendapat perhatian

serius dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, industri, dan institusi Pendidikan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2024 menyatakan bahwa angkatan kerja nasional mencapai 149,38 juta orang dengan jumlah penduduk yang bekerja sebanyak 142,18 juta orang dan tingkat pengangguran terbuka sebesar 4,82% dengan pengangguran tertinggi berasal dari lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang mencapai 9,23%. Hal ini menunjukkan bahwa tantangan besar dalam penyerapan lulusan SMK ke dunia kerja, meskipun mereka telah dibekali dengan keterampilan teknis melalui pendidikan vokasional (www.bps.co.id, 2025).

Data menunjukkan bahwa angka pengangguran lulusan SMK masih relatif tinggi. Salah satu penyebabnya adalah peserta didik tidak siap untuk menunjukkan potensi diri mereka kepada calon pemberi kerja atau industri. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) bertanggung jawab secara strategis untuk menghasilkan lulusan teknis yang siap kerja untuk memenuhi kebutuhan industri (Putra, 2025). Di era digital dan revolusi industri 4.0, *personal branding* sangat penting untuk meningkatkan daya saing seseorang. Lulusan baru, termasuk Generasi Z, diharuskan untuk menunjukkan prestasi dan keunikan mereka karena persaingan ketat untuk posisi di tempat kerja. Perusahaan sekarang mempertimbangkan *personal branding* sebagai salah satu faktor penting saat menilai calon karyawan baru (Raju & Fadhilah, 2024).

Upaya terpadu sangat penting untuk meningkatkan soft skill lulusan SMK demi kesiapan kerja mereka. Kesiapan kerja didefinisikan sebagai kondisi dimana seseorang memiliki kemauan, kemampuan menyelesaikan tugas, serta kematangan fisik, mental, dan pengalaman yang diperlukan. Lulusan SMK memerlukan pembekalan berbagai soft skill kunci, seperti kerjasama tim, kreativitas, penyelesaian masalah, komunikasi efektif, kepemimpinan, manajemen emosi, pengambilan keputusan, berpikir kritis, kemampuan mendengar, dan manajemen waktu. Dalam memasuki dunia kerja, kesuksesan lulusan SMK tidak hanya bergantung pada keterampilan teknis (*hard skills*), tetapi juga pada kesiapan kerja terkait soft skill, khususnya kemampuan menyiapkan dokumen lamaran kerja yang efektif dan berkomunikasi dengan percaya diri saat wawancara (Muspawi & Lestari, 2020; Oktafien et al., 2024; Rahma et al., 2024).

Proses *rekrutment* saat ini tak hanya menilai *Curriculum Vitae* (CV)/surat lamaran, tapi juga identitas dan nilai unik kandidat. *Personal branding* merupakan pembentukan citra diri melalui pengemasan kepribadian, kemampuan, dan nilai untuk menciptakan persepsi positif dengan strategi pemasaran diri. *Personal branding* kuat bantu lulusan SMK raih peluang karir lebih baik, di mana *Curriculum Vitae* (CV) berfungsi sebagai alat utamanya dengan memaparkan identitas dan kompetensi sehingga kandidat lebih menonjol (Oktafien et al., 2024; Perdana & Juhana, 2025) (Dumont & Ots, 2020; Kusumaningsih, 2024; Marin & Nilă, 2021; Perdana & Juhana, 2025; Rachmawati, 2022; Utami & Christin, 2023).

Program pengabdian masyarakat di SMK Bistek Bekasi ini fokus pada pelatihan praktis *personal branding* untuk mengatasi kurangnya bimbingan karir siswa. Menjawab kesenjangan kompetensi industri-pendidikan yang didukung kebijakan "*Link and Match*" Kemdikbud, kegiatan ini membekali siswa kelas 12 dengan pemahaman menyusun CV efektif dan strategi wawancara percaya diri—keterampilan soft skill krusial yang selama ini belum tercover dalam kurikulum. Tujuannya agar lulusan tak hanya menguasai kemampuan teknis, tapi juga mampu mempresentasikan potensi diri secara profesional, sehingga siap bersaing di pasar kerja global dan mengurangi hambatan mendapatkan pekerjaan sesuai keahlian.

Siswa kelas XII SMK Bistek menghadapi empat masalah kritis: (1) Minimnya kesadaran personal branding untuk memetakan nilai unik pengalaman magang/proyek, (2) Keterbatasan pengalaman kerja formal yang melemahkan kepercayaan diri dalam menyusun *curriculum vitae*/wawancara, (3) Kurangnya literasi digital untuk membangun citra profesional yang konsisten di platform daring, dan (4) Ketidaksiapan menghadapi standar rekrutmen global yang menuntut kreativitas presentasi diri. Solusi yang ditawarkan dari permasalahan yang ada di SMK Bisnis dan Teknologi (Bistek) diantaranya adalah memberikan penguatan Literasi tentang persiapan kerja melalui *Personal Branding*, memberikan pelatihan pembuatan *curriculum vitae* sebagai bentuk Citra Diri, melakukan pendampingan dan penyusunan CV dengan pemanfaatan teknologi, mempersiapkan siswa mengikuti tahapan wawancara dan membangun kepercayaan diri bagi siswa/I dalam memasuki dunia kerja

Adapun tujuan kegiatan PkM adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya *personal branding* dengan memperkenalkan konsep personal branding sebagai alat krusial dalam persaingan dunia kerja modern. Mengembangkan keterampilan praktis dalam membangun *personal branding*: melalui melatih siswa menyusun CV yang selaras dengan keunikan diri. Meningkatkan kesiapan mental dan *soft skills* untuk dunia kerja melalui praktek kemampuan komunikasi, manajemen waktu, dan etika profesional melalui simulasi wawancara kerja. Mendorong pemanfaatan teknologi untuk pengembangan diri melalui literasi digital dalam membangun citra profesional (misalnya membuat portofolio *online* atau CV visual dengan Canva).

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) tidak hanya membantu meningkatkan kemampuan teknis dalam penulisan CV dan wawancara, tetapi juga membekali siswa dengan kepercayaan diri dan *soft skills* yang diperlukan untuk bersaing di pasar kerja. Dengan dukungan dan bimbingan yang tepat, lulusan SMK Bistek akan lebih siap dan kompeten dalam menghadapi proses rekrutmen, sehingga peluang mereka untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan keahlian mereka akan semakin besar.

2. METODE

Kegiatan ini menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR) didasarkan adanya problematika yang ada yang dilaksanakan secara partisipatif. (Hosaini & Rinwanto, 2021). Partisipasi dari peserta sangat penting agar problematika mitra dapat diselesaikan. Metode pelaksanaan adalah memberikan. Dengan diadakannya pelatihan tersebut diharapkan para peserta pelatihan dapat mempraktikkannya dalam proses pengembangan diri masing-masing (Wahyudi & Utomo, 2022). Pelatihan-pelatihan oleh pihak di luar sekolah diharapkan dapat meningkatkan dan menambah pengetahuan serta kompetensi keahlian para siswa (Darso et al., 2024). Metode pelaksanaan pelatihan menjadi kegiatan 3 (tiga) sesi dalam bentuk :

1. Sosialisasi dan literasi personal branding untuk membangun citra diri
2. Pelatihan pembuatan *curriculum vitae* praktek persiapan wawancara menghadapi HRD di perusahaan.

Sasaran utama peserta kegiatan adalah siswa kelas XII SMK Bistek kelas XII SMK Bisnis dan Teknologi (Bistek) sebanyak 272 siswa dengan jurusan sebagai berikut:

Tabel 1 Peserta Kegiatan Pelatihan

No	Kelas/jurusan	Jumlah
1	Kelas XII PM 1	37 orang
2	Kelas XII PM 2	39 orang
3	Kelas XII PM 3	37 orang
4	Kelas XII TSM 1	35 orang
5	Kelas XII TSM 2	36 orang
6	Kelas XII PBL 1	43 orang
7	Kelas XII PBL 2	45 orang

Sumber : Data PkM, 2025

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan PKM sebagai berikut:



Gambar 1 Alur Kegiatan Pengabdian

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan alur kegiatan PkM, dimana kegiatan diawali dengan tahapan persiapan tim dengan mitra atau pihak sekolah, dilanjutkan pada tahap pelaksanaan kegiatan dan diakhiri dengan evaluasi kegiatan secara keseluruhan sebagai *feedback* ketercapaian pelaksanaan PkM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilaksanakan secara *offline* (tatap muka) dengan Mitra SMK Bisnis dan Teknologi (Bistek). Lokasi kegiatan dilaksanakan di SMK Bisnis dan Teknologi (Bistek) yang beralamat di Jl. Ckunir Raya No. 01, RT.001/RW.002, Jaka Mulya, Kec. Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat 17146, Indonesia. Kegiatan dilaksanakan pada Hari Kamis, 6 Februari 2025, dari pukul 08.00 –

15.30 WIB. Pada kegiatan pelatihan ini, pembicara atau narasumber adalah dosen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Insani dengan melibatkan 4 (empat) orang dosen dan 1 (satu) orang mahasiswa Program Studi Bisnis Digital dan S-1 Manajemen dari Fakultas Bisnis Universitas Bina Insani, sebagai berikut: Lala Wiladiyah, S.I.Kom., M.M., Kristiana Widiawati, S. Pd., M.M., CMA., Siti Dewi Winata, S.E., M.M., Lintang Putri Estiarto, S.E., M.Ak dan Selly Elga Arliana (mahasiswa). Kegiatan diawali dengan pengisian kehadiran melalui link *Google Form*: bit.ly/pkmbiu yang wajib dilakukan oleh peserta pelatihan, sekaligus untuk mengetahui kesiapan peserta sebelum mengikuti pelatihan. peserta pada kegiatan PkM adalah kelas XII dengan jumlah keseluruhan peserta yang hadir sebanyak 272 orang.

Sosialisasi dan Pengenalan *Personal Branding*

Diawali dengan pengisian *pretest* sebelum penyampaian materi literasi dan pelatihan personal branding. Tujuan *Pretest* adalah untuk mengetahui kesiapan peserta dan mengetahui pengetahuan tentang *personal branding*. Selanjutnya tim dosen menyampaikan paparan materi. Materi yang disampaikan berdasarkan permasalahan mitra yaitu materi tentang Penyampaian pengenalan/Literasi tentang persiapan kerja melalui *Personal Branding*, Pengelolaan *platform* profesional seperti LinkedIn, portofolio digital.



Gambar 2 Sosialisasi Personal Branding

Gambar 2 adalah kegiatan sosialisasi kepada seluruh peserta, dan kegiatan telah melibatkan partisipasi dari seluruh peserta

Pelatihan Penyusunan Curriculum Vitae dan Wawancara Persiapan Kerja.

Pelatihan Penyusunan CV & Persiapan Wawancara Kerja dirancang khusus untuk membekali siswa SMK Kelas XII dengan keterampilan praktis dan digital personal branding yang kompetitif. Pelatihan ini fokus pada penyusunan *curriculum vitae* (CV) profesional berbantuan teknologi seperti *Canva* atau *Piktochart* untuk membuat desain visual menarik dengan template modern, Peserta juga akan belajar mengoptimalkan CV agar *ATS-friendly* (lolos sistem scan otomatis di *platform* seperti Jobstreet) melalui strategi penempatan *keyword* relevan.



Gambar 3 Sesi Pelatihan Menyusun *Curriculum Vitae*

Pada gambar 3 adalah sesi kedua yaitu pelatihan penyusunan *curriculum vitae*. Pada sesi ini partisipasi peserta sangat antusias dalam praktek menyusun *curriculum vitae* yang lebih modern dan berbasis teknologi/ipteks atau AI

Untuk persiapan wawancara, pelatihan ini menyertakan simulasi virtual via Zoom/Google Meet dengan analisis rekaman bahasa tubuh dan intonasi, serta pemanfaatan tools berbasis Artificial Intelligence (e.g., HireVue) untuk latihan wawancara adaptif dengan *feedback instan*. Materi *personal branding* ditingkatkan dengan pelatihan optimasi LinkedIn: mulai dari pembuatan *headline* spesifik. Peserta juga akan diajak melakukan *audit media sosial* (Instagram/TikTok) untuk memastikan jejak digital yang profesional dan workshop pembuatan Video CV kreatif 60 detik menggunakan CapCut.



Gambar 4 Kegiatan Pelaksanaan PkM

Pada akhir sesi, seluruh peserta mengerjakan *post test* sebagai evaluasi dan pengukuran selama mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Hasil *Pre-test* dan *post test* dilakukan untuk mengukur pengetahuan dan keterampilan peserta. Hasil *pre-test* menunjukkan 32% dan hasil *post-test* adalah sebesar 89%. Terjadi peningkatan signifikan tentang pemahaman pengetahuan tentang *personal branding* dan persiapan kerja dan keterampilan dari sebelum dan setelah mengikuti pelatihan, dapat di lihat pada tabel berikut: Berikut adalah hasil rekapitulasi hasil *pre-test* dan *post-test*.

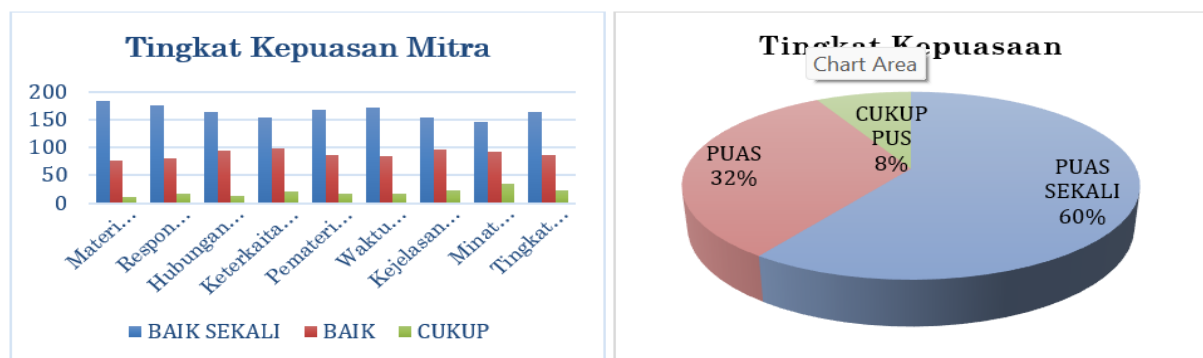
Tabel 2 Hasil *Pretest* dan *Post-test*

No	Indikator	Capaian	
		Sebelum	Sesudah
1	Kemampuan Membangun <i>Personal Branding</i>	5%	15%
	Kemampuan Membuat CV	6%	23%
2	Memampuan Mengelola <i>platform</i> profesional	5%	20%
3	Kemampuan Wawancara	9%	16%
4	Kemampuan berkomunikasi	7%	15%
Skor		32%	89%

Pada tabel 2. menunjukan hasil *pre-test* sebesar 32% dan hasil *post-test* sebesar 89%. Dapat disimpulkan bahwa ada peningkatan signifikan tentang pemahaman pengetahuan tentang *personal branding* dan persiapan kerja dan keterampilan dari sebelum dan setelah mengikuti pelatihan bagi siswa kelas XII SMK Bistek Bekasi Kegiatan ini mengajarkan siswa dan memberi mereka pengetahuan dan praktek langsung dalam membangun *personal branding* melalui pembuatan *Curriculum Vitae* (CV), persiapan wawancara kerja.

Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Untuk mengevaluasi perubahan pengetahuan, hasil *pre-test* dan *post-test* dianalisis melalui kuesioner yang dibagikan pada awal dan akhir kegiatan yang dilakukan sebagai kontrol. (Hartati et al., 2025). Evaluasi dilakukan untuk meninjau kembali pelaksanaan kegiatan PKM melalui survey pengisian kuesioner tentang pendapat peserta untuk mengetahui seberapa keberhasilan kegiatan pelatihan dilaksanakan (Amalia et al., 2021; Andayana et al., 2024). Untuk mengetahui dan mengukur tingkat kepuasan mitra selama mengikuti kegiatan pelatihan, pada akhir kegiatan pelatihan, seluruh peserta diwajibkan mengisi angket kepuasan mitra melalui link *google form*: <http://bit.ly/pkmbiu>. Pengisian angket merupakan bentuk evaluasi kegiatan terhadap kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan dan sebagai perbaikan di masa yang akan datang. Sesuai dengan rekapitulasi pengisian angket, maka dapat dilakukan Analisa kepuasan mitra selama mengikuti kegiatan pelatihan, sesuai dengan 9 (Sembilan) pernyataan yang tertulis pada angket yang disebarkan kepada 272 siswa kelas XII SMK Bistek. Berikut merupakan hasil Analisa yang telah dilakukan seperti terlihat pada gambar grafik terlampir.



Gambar 5. Tingkat Kepuasan Siswa SMK Terhadap Pelaksanaan Kegiatan

Gambar 5 merupakan hasil pengukuran kepuasan berdasarkan angket kepuasan peserta kegiatan Sesuai dengan rekapitulasi pengisian angket, maka dapat dilakukan Analisa kepuasan mitra selama mengikuti kegiatan pelatihan, sesuai dengan 9 (Sembilan) pernyataan yang tertulis pada angket yang disebarkan kepada 272 siswa kelas XII SMK Bistek. Hasil angket kepuasan mitra menyatakan bahwa kegiatan penguatan dan pelatihan *personal branding* bahwa sebanyak 60% peserta menyatakan Baik Sekali, 32% menyatakan Baik dan 8% menyatakan Cukup Baik.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) melalui sosialisasi dan pelatihan telah terlaksana dengan adanya peningkatan pemahaman tentang pentingnya *personal branding*. Kegiatan literasi dan merupakan bentuk solusi terhadap permasalahan mitra yaitu siswa kelas XII SMK Bistek. Berdasarkan hasil *pre-test* menunjukkan 32% dan hasil *post-test* adalah sebesar 89%. Terjadi peningkatan signifikan tentang pemahaman dan keterampilan siswa dalam menyusun CV dan membantu kesiapan mental dan *soft skills*, kemampuan komunikasi untuk wawancara kerja. Inti materi telah berhasil *ditransfer* kepada peserta pelatihan sesuai dengan kebutuhan SMK Bistek Kota Bekasi sehingga siswa lebih percaya diri dan siap menghadapi tantangan di dunia kerja melalui *personal branding*. Di akhir kegiatan pengukuran kepuasan terhadap keseluruhan kegiatan pelaksanaan meliputi 9 aspek yaitu, materi, respon peserta, keterkaitan materi, kemampuan pemateri, waktu pelaksanaan, kejelasan penyampaian materi, minat peserta, dan tingkat pemahaman. Hasil analisa angket kepuasan peserta terhadap keseluruhan kegiatan menunjukkan bahwa 60% peserta menyatakan Baik Sekali, 32% menyatakan Baik dan 8% menyatakan Cukup Baik. Saran sebagai tindak lanjut adalah melakukan pendampingan dan mengadakan kegiatan untuk *batch* selanjutnya, dikarenakan keterbatasan waktu dan jumlah peserta yang banyak, sehingga dapat dibagi ke dalam kelompok-kelompok kecil. Rekomendasi lainnya adalah kegiatan ini bisa dikembangkan sebagai penelitian lanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada LPPM Universitas Bina Insani yang telah mendukung dan memfasilitasi dalam bentuk *in-kind*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang mendukung dan memotivasi tim dosen pelaksana kegiatan PkM. Terima kasih juga disampaikan kepada pihak sekolah SMK Bisnis dan Teknologi (Bistek) Kota Bekasi yang telah memberikan kesempatan dan izin serta memfasilitasi kegiatan pelatihan ini sehingga bisa berjalan lancar. Apresiasi kami berikan kepada para siswa kelas XII SMK Bistek Kota Bekasi yang sangat antusias dan kooperatif atas partisipasinya selama kegiatan berlangsung. Kami sangat berterima kasih kepada tim dosen selaku pelaksana PkM atas *effort* yang telah diberikan mulai dari persiapan, pelaksanaan sampai pelaporan kegiatan ini. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat yang berguna bagi para siswa dalam mempersiapkan dan memasuki dunia kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A., Hasan, M. F. R., Rosyidah, A., & Yatmadi, D. (2021). Pendampingan Perbaikan Fasilitas Musholla Al-Amin Untuk Meningkatkan Kenyamanan Beribadah. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3104–3113.
- Andayana, M. N. D., Pradana, I. P. Y. B., & Fallo, A. (2024). Sosialisasi Pembuatan Skala Prioritas Dalam Pemanfaatan Dan Penggunaan Dana Desa Untuk Menekan Angka

- Korupsi. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(1), 501–513.
- Darso, D., Permana, M. R., Ramadhan, A., Seto, I. D., Apitiadi, S. D., & Ferdianto, D. A. (2024). Pelatihan Mikrokontroler Arduino-R3 bagi siswa SMK N 1 Purwokerto. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 76–81.
- Dumont, G., & Ots, M. (2020). Social dynamics and stakeholder relationships in personal branding. *Journal of Business Research*, 106, 118–128.
- Hartati, H., Wicita, P. S., Yunus, F. A. M., & Pakaya, M. S. (2025). Penyuluhan Kesehatan Dan Demonstrasi Produk Minuman Fungsional Pada Siswa Sma Untuk Pencegahan Dini Diabetes Mellitus. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(2), 1544–1552.
- Hosaini, R., & Rinwanto, R. (2021). Pengantar Metodologi Participatory Action Research (Implementasi dan Contoh Penulisan Proposal Penelitian dan PKM Berbasis PAR). *Yogyakarta, Bintang Pustaka Madani*.
- Kusumaningsih, R. (2024). Investasi keterampilan dan kompetensi yang relevan untuk anak zaman now. *MULIA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(1), 20–27.
- Marcko Abdullah Putra. (2025). *Tren Keterampilan Lulusan SMK 2025: Data Riil dan Analisa Pasar kerja*. <https://syababcamp.Com/Blog/Tren-Keterampilan-Lulusan-Smk-2025>. <https://syababcamp.com/blog/tren-keterampilan-lulusan-smk-2025>
- Marin, G. D., & Nilă, C. (2021). Branding in social media. Using LinkedIn in personal brand communication: A study on communications/marketing and recruitment/human resources specialists perception. *Social Sciences & Humanities Open*, 4(1), 100174.
- Muspawi, M., & Lestari, A. (2020). Membangun kesiapan kerja calon tenaga kerja. *Jurnal Literasiologi*, 4(1).
- Oktafien, S., Santoso, A. B., Qibtiyah, M. R., & Rahmayanti, R. (2024). Strategi Peningkatan Soft Skill melalui Personal Branding Bagi Siswa SMK di Kota Bandung. *Abdimas Galuh*, 6(2), 1903–1913.
- Perdana, A. P., & Juhana, A. (2025). Pentingnya" Personal Branding" Bagi Setiap Individu di Dunia Kerja. *Kajian Branding Indonesia*, 6(2), 153–158.
- Rachmawati, D. (2022). Pandangan Generasi Z Mengenai Personal Branding Online Fresh Graduates Dalam Mencari Pekerjaan. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(1), 137–149.
- Rahma, D. W., Fitriati, T. N., Firman, R. R., Daryatmo, K. T. P., Rifky, R. M., Aisyah, N., & Wibowo, N. C. (2024). Pentingnya Personal Branding: Pembekalan Siswa-Siswi SMK Telekomunikasi Telesandi dalam Menyambut Dunia Kerja. *SOROT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 92–97.
- Raju & Muhammad Fadhilah. (2024). Meretas Keberhasilan di Dunia Digital: Menggali Kekuatan Personal Branding dan Strategi Efektif dalam Mengelolanya di Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>
- Utami, T. R., & Christin, M. (2023). Strategi Personal Branding Comedian Influencer di Media Sosial. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 146–164.
- Wahyudi, F., & Utomo, L. T. (2022). Pelatihan Pengembangan Profesi Guru Melalui Penyusunan Karya Tulis Ilmiah Dan Karya Inovatif di SMAN 1 Sumberpucung. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 137–142.
- www.bps.co.id, (2025). <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/c1bacde03256343b2bf769b0/statistik-indonesia-2024.html>