

Peningkatan Pemahaman Communication Skills dan Personal Branding Bagi Siswa MA Al ‘Imaroh

Improving the Understanding of Communication Skills and Personal Branding of MA Al ‘Imaroh Students

Satim Hamid ^{1*}, Ririn Uke Saraswati ², Jon Edy ³, Dede Rahmat ⁴,
Alfian Mubarok ⁵, Ati Luliani ⁶, Linda Parwati ⁷, Fikry Dwi Seftian ⁸,
Muhammad Cahya Nira ⁹

¹⁻⁹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ekadharma, Indonesia

Alamat: Sukaraya, Karangbahagia, Bekasi Regency, West Java 17530

Korespondensi email: ririnukesaras@gmail.com

Article History:

Received: November 16,2024;

Revised: November 30,2024;

Accepted: Desember 15,2024;

Published: Desember 16,2024;

Keywords: Seminars, Service, Communication, Branding

Abstract: *The community service seminar activity with the title “Increasing Understanding of Communication Skills and Personal Branding for MA Al Imaroh Students” was carried out with the aim of improving students' communication skills and self-image. This seminar was attended by 44 participants from the total number of students, and the evaluation results showed that there was an increase in understanding by 100%. Through interactive methods and hands-on practice, students are given the knowledge and skills needed to develop effective communication skills and build positive personal branding. In this activity, students were given training on how to create an attractive CV. This activity not only provides new insights, but also encourages students to apply the skills acquired in everyday life, both in the school environment and in the community. Thus, this seminar successfully achieved its objectives and is expected to be a model for other community service activities in the future.*

Abstrak

Kegiatan seminar pengabdian masyarakat dengan judul "Peningkatan Pemahaman Communication Skills dan Personal Branding Bagi Siswa MA Al Imaroh" dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi dan citra diri siswa. Seminar ini diikuti oleh 44 peserta dari total siswa yang ada, dan hasil evaluasi menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pemahaman sebesar 100%. Melalui metode interaktif dan praktik langsung, siswa diberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengembangkan kemampuan komunikasi yang efektif serta membangun personal branding yang positif. Dalam kegiatan ini siswa diberikan pelatihan bagaimana membuat CV yang menarik. Kegiatan ini tidak hanya memberikan wawasan baru, tetapi juga mendorong siswa untuk menerapkan keterampilan yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari, baik di lingkungan sekolah maupun di masyarakat. Dengan demikian, seminar ini berhasil mencapai tujuannya dan diharapkan dapat menjadi model bagi kegiatan pengabdian masyarakat lainnya di masa mendatang.

Kata Kunci: Seminar, Pengabdian, Komunikasi, Branding

1. PENDAHULUAN

Pentingnya *communication skill* bagi siswa MA Al ‘Imaroh Kelas XII agar mereka dapat berinteraksi dengan baik di dunia kerja, sementara personal branding membantu membangun citra diri yang positif, meningkatkan peluang kerja, dan membedakan diri dari calon pekerja lain nantinya. Keterampilan komunikasi antar pribadi dapat dilatih melalui beberapa cara antara lain: wawancara, permainan, bimbingan, diskusi, berpidato, menulis

(Maskan, 2023).Siswa MA Al 'Imaroh perlu memahami bahwa skil komunikasi, seperti keterampilan komunikasi lisan (*oral communication*) keterampilan komunikasi tulisan (*written communication*) dan keterampilan komunikasi non-verbal (*non-verbal communication*) menjadi esensial untuk bersaing di pasar kerja yang semakin kompleks.

Sementara itu, personal branding, seperti berkolaborasi, membangun reputasi positif sebagai pemecahan masalah dan profesionalisme dalam komunikasi juga semakin diprioritaskan dalam lingkungan kerja yang serba cepat dan dinamis. Personal branding-nya dengan suatu tujuan, yaitu untuk dihargai (Mardiani et al., 2024) .Memahami fenomena seperti itu, persaingan global menyoroti pentingnya keterampilan interpersonal dan pemahaman tentang budaya global. Dengan tantangan ini, siswa MA Al-Imaroh perlu menyadari bahwa *communication skill* dan *personal branding* bukan hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga merupakan investasi penting untuk memastikan keberhasilan dan relevansi mereka di masa depan yang dipengaruhi oleh banyak faktor tersebut. Dengan begitu perlu adanya keselarasan anatar skill komunikasi dan personal branding dengan kecerdasan intelektual dan emosional supaya memiliki karir yang mumpuni dalam dunia kerja. Beberapa kegiatan abdimas bagi siswa juga dilakukan oleh LPPM STIE Ekadharma Indonesia, diantara adalah pemanfaatan teknologi informasi (Septiadi et al., 2023), Strategi pemasaran dengan Modal Chatting (Amanda Putri et al., 2024), Strategi Financial Management (Winda et al., 2024) serta pentingnya pendidikan dan karir (Sarawati et al., 2023)

MA Al-Imaroh merupakan sekolah yang berada di Jl. Bojong Koneng RT 001 RW.002 yang merupakan lembaga berbasis agama Islam yang berada di Telaga Murni Cikarang Barat Bekasi. Berdasarkan observasi dan wawancara antara tim pengabdian dengan pihak sekolah dan beberapa siswa kelas disana masih banyaknya siswa yang belum memahami pentingnya skill komunikasi dan personal branding. Pemahaman terkait aspek-aspek dan apa saja yang diperlukan sebagai siswa yang siap menuju dunia kerja juga masih sangat sedikit. Bahkan masih ada siswa yang belum tahu dengan jelas manfaat dari skill komunikasi dan personal branding. Kegiatan ditujukan kepada siswa kelas XII yang akan lulus dan siap menuju dunia kerja.

Tujuan dari seminar ini adalah untuk memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana siswa bisa memahami lalu menerapkan skill komunikasi dan personal branding yang berfokus pada siswa kelas XII khususnya yang ada di MA Al'Imaroh Siswa yang menguasai tentang skill komunikasi dan personal branding memiliki keunggulan dalam memenuhi tuntutan pekerjaan sektor industri tertentu. Selain itu, hal ini juga dapat

meningkatkan adaptabilitas mereka dalam menghadapi perubahan lingkungan kerja yang cepat. Kegiatan seminar ini di harapkan dapat memberi pemahaman keterampilan komunikasi dan cara membangun personal branding yang dapat membekali siswa MA Al-Imaroh dengan fondasi yang kuat untuk kesuksesan karir mereka di masa depan.

2. METODE

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Jl. Bojong Koneng, Telagamurni, Kec. Cikarang Barat., Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530 dilaksanakan pada tanggal 22 November 2024. Kegiatan pengabdian dengan tema “Communication skill and personal branding untuk pengembangan karir menuju dunia kerja ” diikuti oleh 44 peserta dari siswa kelas XII MA Al ‘Imaroh. Kegiatan dilakukan secara offline berupa seminar dengan penyampaian materi dari beberapa narasumber baik dari mahasiswa semester VII prodi Manajemen dan narasumber dari dosen. Adapun rangkaian kegiatan dapat di lihat pada gambar 1 dibawah.



Gambar 1. Rangkaian Kegiatan

Tahap Persiapan

Tahapan ini merupakan tahapan persiapan sebelum pelaksanaan kegiatan Abdimas. Tim Abdimas melakukan survey dan observasi terlebih dahulu ke beberapa lokasi dan karena lokasi terdekat dengan antusias peserta cukup banyak hingga tim abdimas memutuskan lokasi kegiatan di MA Al Imaroh. Kemudian tim abdimas melakukan koordinasi berbagai pihak untuk perizinan. Selanjutnya membuat persiapan-persiapan baik materi maupun tools yang diperlukan dalam kegiatan seperti banner, plakat, konsumsi dan projector.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini peserta akan dilakukan kegiatan- kegiatan sebagai berikut:

- Para peserta melakukan registrasi pukul 13.00 - 13.30 sekaligus mengambil snack dan minum, dilanjut pembukaan oleh MC pukul 13.30 untuk memulai acara.
- Setelah pembukaan acara dilanjut dengan menyanyikan Lagu Indonesia Raya lalu dilanjutkan dengan sambutan dari ketua pelaksana, perwakilan MA Al Imaroh dan perwakilan dari kampus.

- c. Pemaparan dari para narasumber materi baik dari narasumber mahasiswa maupun dosen program studi manajemen
- d. Pre test dan post test sebagai indikator pemahaman peserta
- e. Diskusi dan Tanya Jawab
- f. Untuk mencairkan suasana tim mempersiapkan beberapa ice breaking berupa games-games interaktif.
- g. Pada sesi akhir peserta seminar diberikan form pengisian *Feedback* sebagai umpan balik kegiatan.



Gambar 2. Registrasi Peserta



Gambar 3. Games dan Hadiah



Gambar 4. Penyampaian Materi Narasumber

Tahap Evaluasi Dan Pelaporan

Monitoring dan evaluasi program pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui kuesioner yang dibagikan kepada seluruh peserta untuk memastikan apakah kegiatan yang dilakukan telah memenuhi kebutuhan dan masalah peserta. Pelaporan rangkaian kegiatan ini terdiri dari (1) Laporan Kegiatan, (2) Publikasi Artikel pada Jurnal Pengabdian Masyarakat, dan (3) Video kegiatan yang diupload di YouTube.

3. HASIL

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Jl. Bojong Koneng, Telagamurni, Kec. Cikarang Bar., Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530. Berjalan dengan baik dan lancar, yang telah dilaksanakan pada tanggal 22 November 2024. Kegiatan pengabdian dengan tema “Communication skill and personal branding untuk pengembangan karir menuju dunia kerja ” diikuti oleh 44 peserta dari MA Al ‘Imaroh. Dalam pelaksanaan kegiatan peserta sangat antusias terhadap materi karena kegiatan ini berfokus pada persiapan menuju dunia kerja. Dan Pemberian materi langsung dari para narasumber baik dari mahasiswa maupun dosen aktif untuk menyampaikan materi secara implementatif dan edukatif. Peserta secara interaktif terlibat dalam rangkaian acara yang berlangsung.

Deskripsi Peserta

Peserta kegiatan adalah siswa kelas XII MA Al ‘Imaroh jurusan IPA juga diikuti oleh Mahasiswa Stie Ekadharma Indonesia smester 1 dengan data pada tabel 1 dibawah.

Tabel 1. Deskripsi Peserta

Kriteria	Jumlah	Presentase
Jenis kelamin		
Perempuan	43	99%
Laki-laki	1	1%
Pekerjaan		
Siswi	33	75%
Mahasiswa dan Mahasiswi	11	25%
Jurusan		
IPA	33	75%
Management	11	25%

Berdasarkan tabel 1. diatas dapat di ketahui kegiatan ini diikuti oleh siswa MA Al ‘Imaroh dan mahasiswa STIE Ekadharma Indonesia semester 1 dengan 99 % jenis kelamin perempuan dan 1 % berjenis kelamin laki-laki . siswa kelas XII pada jurusan IPA yang

berjumlah 33 peserta (75%) dan mahasiswa berjumlah 11 peserta (25 %) .

Indikator Pre Test dan Post Test

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan peserta MA Al'Imaroh tentang keterampilan komunikasi dan personal branding. Untuk mengevaluasi seberapa baik tujuan ini tercapai, instrumen evaluasi yang digunakan adalah kuesioner yang sama yang dibagikan kepada peserta baik sebelum maupun sesudah kegiatan. Oleh karena itu, jelas bahwa peserta dapat melihat kemajuan mereka baik sebelum maupun setelah kegiatan. Tabel 2 berikut menunjukkan hasil evaluasi sebelum pelaksanaan dan sesudah pelaksanaan pengabdian.

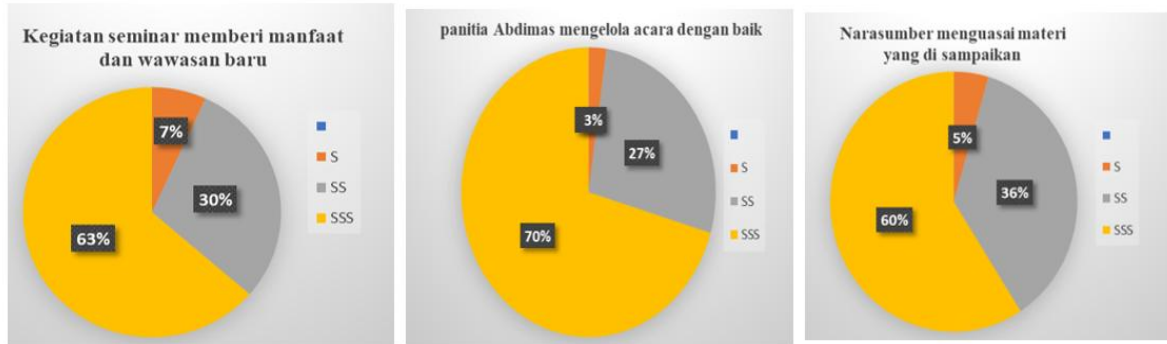
Tabel 2. Hasil Pre Test dan Post Test

No	Pertanyaan	PRE TES		POST TES	
		Belum Paham	Paham	Belum Paham	Paham
1	Apakah anda mengetahui tentang Personal Branding dan Skil Komunikasi ?	99%	1%	0%	100%
2	Apakah anda mengetahui jenis – jenis komunikasi	97%	3%	0%	100%
3	Apakah anda tahu cara mengembangkan personal branding yang bisa jadi daya tarik dalam dunia kerja	100%	0%	0%	100%

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan hasil pre-test dan post-test dari peserta kegiatan. Pada indikator pertanyaan nomor 1 dari hasil pre test diketahui hanya 1 % peserta yang memahami tentang komunikasi skill dan Personal Branding dan setelah kegiatan meningkat menjadi 100% peserta telah memahaminya. Pada pertanyaan nomor 2 peserta yang mengetahui jenis komunikasi hanya 3% dan setelah kegiatan meningkat menjadi 100%. Pada pertanyaan nomor 3 peserta yang mengetahui cara mengembangkan personal branding yang bisa jadi daya tarik dalam dunia kerja sebelumnya 0% meningkat menjadi 100%. Dari indikator tersebut diketahui peningkatan pemahaman kepada peserta kegiatan.

Umpan Balik (Feedback)

Umpan balik (feedback) dilakukan melalui kuisisioner kepada peserta merupakan alat penting dalam menilai efektivitas kegiatan pengabdian masyarakat yang di laksanakan di MA AL IMAROH Manfaat dari umpan balik ini tidak hanya terbatas pada peningkatan kualitas kegiatan tetapi juga saran membangun dari peserta berkontribusi pada pengembangan berkelanjutan. Pilihan jawaban dengan menggunakan SSS = Sangat Setuju Sekali ; SS= Sangat Setuju ; S= Setuju ; TS = Tidak Setuju dan STS= Sangat Tidak Setuju.



Gambar 5. Hasil Feed Back

Berdasarkan hasil kuisioner yang ditampilkan pada gambar 5 diatas dapat diketahui bahwa 63 % “Sangat Setuju Sekali” kegiatan seminar telah memberi manfaat dan wawasan baru. Dalam hal penyampaian materi 60% peserta Sangat Setuju Sekali bahwa narasumber menguasai materi yang disampaikan. Sedangkan untuk tim abdimas 70% narasumber menyatakan Sangat Setuju Sekali panitia abdimas telah mengelola acara yang baik.

4. DISKUSI

Pemahaman Communication Skill Dan Personal Branding menuju dunia kerja

Communication Skill

Menurut ma arif 2021, menyatakan communication skill atau keterampilan komunikasi adalah sebuah keterampilan proses penyampaian dan penerimaan pesan oleh manusia dengan sarana tertentu dan imbas tertentu. (Mayowi & Maarif, 2023) . Proses itu disampaikan oleh seseorang pada diri sendiri atau orang lain. Penerima pesannya pun bisa diri sendiri atau orang lain, dalam skala luas ataupun sempit. Sarana untuk menyampaikan dan menerima pesan kadang berupa hal-hal yang melekat pada diri, kadang berupa hal-hal yang dibuat lebih lanjut dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Imbasnya kadang sesuai dengan keinginan pengirim/penerima pesan, kadang tidak sesuai. awal sampai terjadinya perubahan sosial. Disi lain (Roding & Mustafa, 2022) berpendapat komunikasi dapat dilihat dari 2 segi yaitu: (1) Pengertian secara etimologis atau asal kata. Komunikasi berasal dari Bahasa latin ‘*communicatio*’, bersumber dari kata ‘*communis*’ yang berarti “sama” yaitu “sama makna”. Mengacu pada definisi secara etimologis, komunikasi akan berlangsung apabila terdapat kesamaan makna mengenai sesuatu hal yang dikomunikasikan. Jadi, berlangsung atau tidaknya suatu komunikasi antarmanusia tergantung pada seberapa jauh orang mengerti pernyataan-pernyataan yang disampaikan oleh lawan bicaranya. Pendapat lain menyebutkan istilah komunikasi berasal dari kata *communicare* yang berarti berpartisipasi, memberitahukan, atau menjadi milik bersama. Milik bersama dalam istilah

Bahasa Inggris ialah *common*, yang berarti “biasa” atau “milik bersama” (2). Pengertian secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.

Ada 2 jenis Komunikasi skill yaitu :

- a. Komunikasi Lisan Komunikasi verbal diartikan sebagai komunikasi tatap muka dengan menggunakan mulut (lisan) dalam penyampaian informasi ketika berbicara dengan rekan kerja seperti tatap muka, rapat, dan percakapan melalui telepon (Rasmiyatun, 2021)
- b. Non Verbal Komunikasi non verbal adalah bahasa tubuh seperti kelipan non-verbal mata, duduk berdekatan, dan cara memandang menjadi sebuah pesan yang terlihat efektif dan mudah dipahami. (Mardiani et al., 2024)

Tujuan komunikasi di antaranya untuk memberikan informasi, menyelesaikan masalah, mengevaluasi perilaku, dan menolong orang lain. tujuan ini nantinya akan memengaruhi penyusunan komponen komunikasi lainnya. (Sahana et al., 2021)

Personal Branding

Kotler & Amstrong, (2001: 33) (Wahyu et al., 2020) mendefinisikan Brand sebagai sebuah nama, syarat, tandan, simbol, desain, atau gabungan dari kesemuanya, yang dapat merepresentasikan siapa yang memproduksi, memasarkan dan menjual produk. Bahkan, cukup banyak opini yang beranggapan bahwa brand merupakan bagian yang esensial dari suatu produk. (Rahmatunisa & Febriani, n.d.). Sementara itu, Deckers dan Lacy (2011) menerangkan personal branding sebagai langkah untuk mempromosikan atau mengenalkan diri seseorang kepada publik dengan tujuan untuk memperbesar peluang. Selaras dengan definisi tersebut, Personal branding juga dapat dimaknai sebagai langkah strategis seseorang dalam mengenalkan identitas pribadinya kepada orang lain sehingga membentuk respon emosional sebagai representasi dari kualitas diri, karakter dan nilai yang dimiliki orang tersebut (Kendal, 2023). Secara lebih sederhana, Personal branding merupakan sebuah mekanisme di mana individu dilihat sebagai sebuah brand (merek) oleh target market (Syaifudin & Narto, 2023)

Personal branding perlu dimiliki oleh individu untuk dapat bersaing di dunia kerja, menggapai pekerjaan, dan pengembangan profesi kerja. Dengan Personal branding yang kuat dapat mendorong individu dalam mengembangkan kemampuannya dan meningkatkan self awareness, self-esteem, self-worth, dan nilai positif lainnya. Sehingga dapat menjadi nilai pembeda atau keunikan seorang individu dari orang lain (Sarmin et al., 2024)

Personal branding sangat penting untuk dimiliki individu terutama dalam bersaing di

dunia kerja yang dapat menentukan posisi kerja, jabatan, dan lain sebagainya. Berikut apa saja pentingnya personal branding antara lain: a) Menjadi pembeda dari orang lain, dengan personal branding, kita akan menjadimenonjol dan berbeda dari orang lain, sehingga dapat memberikan kesan di benakorang lain. b) Membangun koneksi, personal branding yang baik dapat memperluas koneksidengan orang lain dan tentunya akan memberikan banyak manfaat. c) Membuka peluang baru, Pada era kompetitif seperti saat ini terutama di duniakerja, personal branding yang kuat dapat membuka peluang baru dan akan memberikan kesuksesan dalam karir. d) Meningkatkan kepercayaan diri, dalam dunia kerja, tentu saja kepercayaan dirisangat diperlukan karena mereka yang memiliki hal tersebut pasti self- esteem dan self-value nya kuat yang berdampak positif dalam hal integritas dan loyalitas di pekerjaan. Namun, perlu diingat bahwa kepercayaan diri yang terlalu tinggi pun juga tidak baik. Personal branding menawarkan berbagai manfaat yang signifikan terutama di era digital di mana setiap orang mempunyai akses pada platfrom yang mendukung yang bersangkutan memproyeksi citra diri masing – masing . di dalam dunia kerja.

Hubungan Antara Communication Skill, Personal Branding dan Pengembangan Karir dalam Dunia Kerja

Komunikasi menjadi alat yang bisa membantu manusia untuk mengaktualisasikan dirinya, dan survive (Permukiman & Gresik, 2024) dengan ini menjelaskan komunikasi menunjang perkembangan karir seseorang dan Personal branding di gambarkan sebagai kemampuan untuk menampilkan siapa diri seseorang sebenarnya melalui serangkaian pesan yang konsisten dan autentik yang secara efektif menyampaikan nilai seseorang kepada dunia , hal ini menunjukkan bahwa personal branding bukan hanya tentang menjadi terkenal tentang membangun citra diri (monotoya 2020) (Fitriana et al., 2022) (Permukiman & Gresik, 2024) dengan ini menjelaskan personal branding menunjang perkembangan karir seseorang .Personal branding dan skill komunikasi memiliki hubungan yang erat dalam dunia kerja karena keduanya saling mendukung untuk membangun citra diri yang positif dan profesional.

Beberapa ahli mengemukakan tentang hubungan anatra skill komunikasi dan personal branding dalam pengembangan karir dalam dunia kerja antara lain (a) Tom Peters (Penggagas konsep personal branding), (peters, 2024) Dalam artikelnya yang terkenal "The Brand Called You", Peters menyatakan bahwa setiap individu harus memperlakukan dirinya seperti sebuah merek. Personal branding adalah bagaimana seseorang memasarkan dirinya di tempat kerja dan menjadi berbeda. Komunikasi yang efektif, menurut Peters, merupakan salah satu cara utama untuk membangun dan memperkuat personal brand, baik melalui

presentasi, diskusi, maupun interaksi sehari-hari. (b) Jeff Bezos (CEO Amazon), (peters, 2024) beliau mengatakan, “Your brand is what people say about you when you're not in the room.” Hal ini mengindikasikan bahwa personal brand seseorang sangat bergantung pada bagaimana mereka berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. Setiap pesan yang disampaikan dalam percakapan atau presentasi mencerminkan citra pribadi yang dibangun di mata orang lain. Dari beberapa pendapat para ahli tentang hal tersebut, terlihat jelas bahwa komunikasi memainkan peran penting dalam membangun, memperkuat, dan mempertahankan personal branding di dunia kerja. Komunikasi yang efektif memastikan bahwa pesan personal brand seseorang diterima dan dipahami dengan baik oleh orang lain.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan kepada peserta didik MA Al 'Imaroh, l. Bojong Koneng, Telagamurni, Kec. Cikarang Barat, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530 berjalan dengan lancar. Setiap tahapan program terlaksana dengan baik sesuai dengan rencana awal yang telah ditetapkan. Hasil evaluasi yang dilakukan menunjukkan bahwa kegiatan ini berdampak signifikan dalam menambah wawasan dan pengetahuan peserta mengenai manfaat pentingnya *communication skill* dan *personal branding* untuk pengembangan karir menuju dunia kerja bagi siswa MA Al 'Imaroh. Beberapa saran dari yang diterima oleh tim abdimas dari hasil feedback diantaranya durasi kegiatan materi narasumber diperpanjang sehingga peserta memiliki waktu yang cukup untuk mendalami materi. Dari sisi pelaksanaan, acara seminar ke depan dapat dibuat lebih meriah dengan menambahkan elemen kreatif, seperti dekorasi, hiburan, atau interaksi yang lebih menarik. Selain itu, diharapkan kegiatan seperti ini dapat lebih sering diadakan untuk memberikan manfaat kepada lebih banyak peserta. Melalui kegiatan seminar ini, dapat menjadi solusi untuk membekali siswa dengan keterampilan yang relevan agar lebih siap bersaing di dunia kerja.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim Abdimas mengucapkan terima kasih kepada LPPM STIE Ekadharma Indonesia. Terimakasih Kepada Pihak Sekolah MA Al 'Imaroh sebagai tempat terselenggaranya kegiatan. Serta para narasumber dan panitia yang terlibat dalam kegiatan ini.

DAFTAR REFERENSI

Amanda Putri, D., Wulandari, R., Oprasia Adiasa, S., Fuadah, T., Uke Saraswati, R., & Moh Zulkifli, S. (2024). Peningkatan Pemahaman Pemasaran Modal Chatting Siswa Sma

Mathla'ul Anwar Batujaya Karawang Oleh. 2(1).

- Mardiani, I. N., Aprilia, N. I., Pratiwi, V., Qorina, I., Fatmasari, D., & Samudra, J. (2024). Strategi Membangun Reputasi Untuk Sukses Karier Dengan Personal Branding Di Smkn 1 Cikarang Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(4), 1135–1141. [URL yang tidak valid dihapus]
- Rahmatunisa, S., & Febriani, E. (N.D.). Strategi Public Relations Dalam Membangun Personal Branding Seniman Visual (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Public Relations Dalam Membangun Personal Branding Muklay Sebagai Seniman Visual).
- Roding, I., & Mustafa, C. (2022). Peningkatan Kemahiran Bahasa Dan Komunikasi Melalui Pengaplikasian Circle Time Bagi Kanak-Kanak Tadika Improving Communication Skill Using Circle Time For Preschool Children. 12(2), 29–40.
- Sahana, W., Islam, U., & Sumatera, N. (2021). *Cybernetics: Journal Educational Research And Social Studies*. 2, 25–37.
- Sarawati, R. U., Sarmin, S., Asmia, S., Enjelina, D., Rahmawati, N., & Anggraeni, R. (2023). Peran Penting Pendidikan Dalam Pengembangan Karir Di Eradigital Pada Siswa Smk Islam Al-Amin. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(4).
- Sarmin, S., Zulkifli, S. M., & Saraswati, R. U. (2024). Branding Panduan Praktis Membangun Brand. Yayasan Drestanta Pelita Indonesia.
- Septiadi, D., Sanjaya, B., Anisa, A. M., Saraswati, R. U., Fathurohman, A., Hamid, S., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Indonesia, E. (2023). Pemanfaatan Teknologi Untuk Produktivitas Belajar Di Ma Nurul Huda Tegal Gede Cikarang Selatan. 1(1).
- Syaifudin, A. A., & Narto, S. (2023). Membangun Personal Branding Dan Kemampuan Public Speaking Untuk Pengembangan Karir Masa Depan Pemuda. *Abdi Makarti*, 2(2), 127. [URL yang tidak valid dihapus]
- Wahyu, M. N., Sutiarto, S., & Bharata, H. (2020). Pembelajaran Soft Skill Komunikasi Untuk. *Jurnal Cendekia: Jurnal Pendidikan Matematika*, 04(01), 406–413.
- Winda, S., Damanik, H., Saraswati, R. U., & Soedjatmoko, S. (2024). Memahami Strategi Financial Management Bagi Siswa Smk Bina Patriot Understabding Financial Management Strategies For Among Smk Bina Patriot Students. 1(2), 43–52.