

Maksimalkan Potensi Diri Dan Bisnis Melalui Personal Branding Di Media Sosial

Ahmad Fatawi ¹, Fahmi Susanti ², Kania Rachma Putri Sumarno ³, Muhammad Asran Aminullah Al Aqlami ⁴

^{1,2,3,4} Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

ABSTRACT - This Community Service (PkM) activity aims to optimize the personal potential and business initiation of 36 Grade XI students at SMK Al Amanah Pamulang through strengthening digital ethics, media literacy, and personal branding. A participatory qualitative descriptive method was applied through three main stages: (1) preparation (needs observation and instrument design); (2) implementation (interactive presentations, case simulations, and digital portfolio creation); and (3) evaluation (reflection and feedback). Data were collected via observation, discussions, and reflection sheets, then analyzed qualitatively through data reduction, indicator categorization, comprehension interpretation, and conclusion drawing. The results showed a shift in student mindset from passive-consumptive social media users to productive-professional ones. This program provides a specific impact for the school by supplying a personal branding mentoring model and pre-internship (PKL) preparation tools.

ABSTRAK - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan mengoptimalkan potensi diri dan rintisan bisnis 36 siswa Kelas XI SMK Al Amanah Pamulang melalui penguatan etika digital, literasi media, dan personal branding. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif partisipatif melalui tiga tahapan utama: (1) persiapan (observasi kebutuhan dan penyusunan instrumen); (2) pelaksanaan (pemaparan materi interaktif, simulasi studi kasus, dan pembuatan portofolio digital); serta (3) evaluasi (refleksi dan umpan balik). Data dikumpulkan melalui observasi, diskusi, dan lembar refleksi, lalu dianalisis secara kualitatif spesifik melalui reduksi data, kategorisasi indikator, interpretasi pemahaman, dan penarikan kesimpulan. Hasil kegiatan menunjukkan perubahan pola pikir siswa dari pengguna media sosial pasif-konsumtif menjadi produktif-profesional. Kegiatan ini memberikan dampak spesifik bagi sekolah berupa model pendampingan personal branding dan instrumen pembekalan pra-Praktik Kerja Lapangan (PKL).

Vol. 2 No. 1 (2026): Maret
pp. 50–58

✉ ahmadfamz75@gmail.com

Keywords -

Digital ethics, media literacy, personal branding, vocational education.

Kata Kunci -

Etika digital, literasi media, personal branding, pendidikan kejuruan.



PENDAHULUAN

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan jenjang pendidikan menengah yang memiliki karakteristik khusus, yaitu berorientasi pada pengembangan keterampilan dan kompetensi keahlian tertentu sesuai dengan kebutuhan dunia kerja dan dunia usaha. Pendidikan di SMK dirancang tidak hanya untuk membekali peserta didik dengan pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan di lingkungan kerja. Dengan demikian, lulusan SMK diharapkan mampu menjadi tenaga kerja yang siap pakai, produktif, dan kompetitif di tengah dinamika perkembangan industri dan teknologi yang semakin pesat. Namun, dalam praktiknya, kesiapan lulusan SMK tidak hanya ditentukan oleh penguasaan kompetensi teknis semata, melainkan juga oleh kemampuan non-teknis (soft skills), seperti komunikasi, etika kerja, kepercayaan diri, kemampuan beradaptasi, serta keterampilan membangun citra diri yang positif di ruang publik digital (Setyaningsih dkk., 2020; Tumanggor dkk., 2024).

Perkembangan teknologi digital dan media sosial yang sangat pesat telah membawa perubahan signifikan terhadap pola komunikasi, cara memperoleh informasi, serta cara individu membangun identitas diri di ruang publik. Media sosial kini tidak lagi sebatas sarana hiburan atau komunikasi personal, melainkan telah bergeser menjadi instrumen strategis untuk membangun reputasi, jejaring profesional, portofolio digital, serta peluang bisnis (Marzuki dkk., 2025; Pasaribu dkk., 2024). Bagi siswa SMK yang sedang mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja atau merintis usaha mandiri, kemampuan memanfaatkan media sosial secara bijak, etis, dan produktif melalui personal branding menjadi kompetensi yang semakin penting (Alfarizzi & Fanaqi, 2025). Meskipun memiliki peran strategis, kondisi empiris di SMK Al-Amanah berdasarkan hasil observasi awal menunjukkan masih adanya berbagai kendala dan kesenjangan. Pertama, terdapat keterbatasan pemahaman dari siswa maupun tenaga pendidik mengenai konsep serta strategi personal branding di media sosial, sehingga pemanfaatan platform digital belum optimal dalam menampilkan potensi diri maupun peluang bisnis secara profesional. Kedua, kurangnya dukungan infrastruktur digital seperti ketersediaan perangkat pendukung serta akses internet yang stabil turut menghambat praktik pembuatan konten kreatif dan pengelolaan media sosial sekolah/siswa secara berkelanjutan. Ketiga, minimnya pelatihan bagi guru terkait pengembangan dan penerapan personal branding di media sosial mengakibatkan belum maksimalnya pembimbingan sekolah dalam membentuk citra diri dan rintisan usaha siswa yang berdaya saing di era digital. Permasalahan-permasalahan empiris tersebut menegaskan kuatnya urgensi pelaksanaan program pendampingan dan pelatihan di SMK Al-Amanah.

Sejumlah kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) terdahulu telah berupaya merespons tantangan literasi digital dan personal branding pada kelompok remaja maupun siswa menengah kejuruan. PkM yang dilaksanakan oleh Tumanggor dkk. (2024) serta Marzuki dkk. (2025) berfokus pada pelatihan personal branding dan komunikasi media sosial untuk meningkatkan kesiapan kerja siswa SMK. Sementara itu, PkM oleh Alfarizzi & Fanaqi (2025) serta Sakaril (2024) memberikan workshop pembuatan konten bagi content creator pemula di SMK. Pada aspek pembuatan dokumen karier, PkM oleh Andini dkk. (2024) melatih perancangan



portofolio dan CV digital berbasis visual, sedangkan PkM oleh Amalia dkk. (2024) serta Mardiani dkk. (2024) menggunakan metode partisipatif untuk memperkuat soft skills dan reputasi siswa. Di sisi lain, PkM oleh Pasaribu dkk. (2024) mendampingi siswa SMK melalui pelatihan content marketing dan social media marketing, serta PkM oleh Aidin & Hayat (2025) yang melatih digital public speaking. Meskipun program-program PkM tersebut telah memberikan dampak positif, sebagian besar pengabdian sebelumnya berfokus secara terpisah baik hanya pada etika komunikasi, pembuatan CV, maupun pemasaran digital semata tanpa mengintegrasikan peningkatan potensi diri kejuruan dengan pengembangan rintisan bisnis siswa, serta belum menyentuh hambatan keterbatasan guru dan infrastruktur pendukung secara bersamaan.

Oleh karena itu, inovasi dan nilai tambah (keunggulan) dari program PkM di SMK Al-Amanah ini terletak pada pendekatan holistik yang memadukan penguatan identitas personal, keterampilan praktis pembuatan konten bisnis, serta adaptasi terhadap kendala teknis sekolah. Berbeda dari pengabdian sebelumnya, kegiatan PkM ini tidak hanya memaparkan materi secara teoritis, tetapi langsung mengarahkan peserta untuk mempraktikkan penyusunan identitas personal dan pembuatan konten media sosial autentik yang merepresentasikan keunggulan diri maupun rintisan bisnis. Selain itu, program ini merancang strategi pembuatan konten yang efisien agar tetap relevan diimplementasikan oleh siswa meskipun berada dalam kondisi keterbatasan akses internet dan infrastruktur digital sekolah.

Solusi yang ditawarkan melalui kegiatan PkM ini diwujudkan dalam bentuk pemberian materi mengenai optimalisasi potensi diri dan pengembangan bisnis melalui personal branding di media sosial. Pemaparan materi difokuskan pada pengenalan konsep, strategi, dan urgensi membangun citra diri yang positif, konsisten, serta bernilai. Peserta dibekali pengetahuan pengelolaan identitas digital, teknik komunikasi digital, strategi penyusunan konten yang relevan dan autentik, serta cara membangun interaksi dan kepercayaan (trust) audiens. Dilanjutkan dengan sesi praktik langsung, peserta diajak menyusun ide konten bisnis sederhana yang dapat mengekspos kompetensi keahlian mereka.

Berdasarkan permasalahan mitra tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mendampingi siswa dan tenaga pendidik SMK Al-Amanah dalam meningkatkan pemahaman literasi digital, menguasai etika dan strategi personal branding, serta mampu mempraktikkan pembuatan konten digital untuk memaksimalkan potensi diri dan rintisan bisnis. Melalui pengabdian ini, diharapkan peserta dapat mengenali kekuatan diri secara lebih terarah, meningkatkan daya saing lulusan, serta membuka peluang karier dan bisnis secara berkelanjutan di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif berbasis kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan di SMK Al Amanah Pamulang pada hari Kamis, 13 November 2025, pukul 08.00 hingga 12.00 WIB. Pelaksanaan kegiatan ini dibimbing oleh tim pengabdian yang terdiri dari dosen pembimbing (Fahmi Susanti, SKM., M.M.) serta tim mahasiswa pelaksana (Ahmad Fatawi, Kania Rachma Putri Sumarno, M. Asran Aminullah Al Aqlami).



Program ini menggunakan pendekatan partisipatif yang menempatkan siswa sebagai subjek aktif melalui pemaparan materi secara interaktif, diskusi kelompok, simulasi, refleksi diri, dan tanya jawab.

Sasaran kegiatan ini difokuskan pada siswa Kelas XI SMK Al Amanah Pamulang dengan jumlah peserta sebanyak 36 murid. Pemilihan peserta dilakukan secara teknik purposive sampling, yaitu siswa yang terlibat langsung dalam kegiatan pendampingan sesuai dengan tujuan program. Pemilihan sasaran ini didasarkan pada pertimbangan bahwa siswa SMK merupakan kelompok yang relevan untuk dikaji karena berada pada fase persiapan memasuki dunia kerja dan dunia usaha serta aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Rancangan kegiatan disusun secara sistematis yang mengintegrasikan empat pilar utama materi, yaitu: (1) penguatan etika di dunia kerja dan ruang digital, (2) literasi digital, (3) pengembangan *personal branding* dan bisnis di media sosial, serta (4) peningkatan kesiapan kerja melalui penguatan *soft skills*. Tahapan pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi tiga langkah utama. Pertama, melakukan observasi awal kebutuhan mitra, berkoordinasi dengan pihak sekolah, serta menyusun instrumen dan panduan kegiatan. Kedua, penyampaian materi empat pilar, dilanjutkan dengan simulasi/studi kasus penyusunan draf *personal branding*, serta diskusi kelompok interaktif. Dan ketiga, tahap evaluasi yaitu pelaksanaan refleksi individu, pengumpulan masukan langsung (*feedback*) dari peserta, dan observasi ketercapaian kegiatan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, diskusi kelompok, refleksi individu, dan umpan balik (*feedback*) langsung dari siswa. Instrumen penelitian dikembangkan dalam bentuk panduan kegiatan terstruktur yang memuat indikator-indikator evaluasi, mencakup: (a) format observasi partisipasi untuk mengukur keaktifan dan fokus siswa selama sesi; (b) skema simulasi dan studi kasus untuk menilai kemampuan praktis siswa dalam mengemas potensi diri; serta (c) lembar pertanyaan reflektif guna menilai pemahaman siswa terkait etika, literasi digital, dan konsep *personal branding*.

Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang dilaksanakan melalui empat tahapan sistematis:

1. Identifikasi dan Pencatatan Data: Mengumpulkan seluruh catatan hasil observasi partisipasi, lembar refleksi, serta masukan dari 36 siswa.
2. Kategorisasi Data: Mengelompokkan data berdasarkan indikator empat pilar materi utama.
3. Interpretasi Data: Menganalisis dan menafsirkan tingkat pemahaman, perubahan sikap, serta keterampilan siswa dalam membangun *personal branding*.
4. Penarikan Kesimpulan: Merumuskan tingkat efektivitas kegiatan PkM dan menyusun rekomendasi praktis bagi pengembangan pembelajaran karakter serta literasi digital di SMK Al Amanah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan edukasi, observasi partisipatif, serta analisis lembar refleksi



terhadap 36 siswa Kelas XI SMK Al Amanah Pamulang, diperoleh gambaran perubahan pemahaman dan keterampilan siswa sebelum dan sesudah kegiatan sebagai berikut:

1. Pemahaman Etika Digital

Sebelum kegiatan, sebagian besar siswa memandang aktivitas bermedia sosial murni sebagai ranah hiburan pribadi tanpa memperhitungkan dampaknya di masa depan. Masih ditemukan siswa yang kurang menyadari pentingnya memisahkan konten pribadi dan citra profesional. Setelah diberikan edukasi dan studi kasus, terjadi peningkatan kesadaran yang signifikan. Dari hasil observasi, siswa mulai memahami konsekuensi rekam jejak digital (*digital footprint*) dan menunjukkan komitmen untuk menggunakan bahasa yang lebih santun serta membatasi unggahan yang berpotensi merusak reputasi profesional mereka.

2. Tingkat Literasi Digital

Sebagian siswa masih memiliki kecenderungan menerima dan membagikan informasi di media sosial tanpa melakukan verifikasi kebenaran, sehingga rentan terpapar disinformasi. Melalui simulasi pemilahan informasi, tingkat literasi digital siswa menunjukkan perubahan positif. Siswa menjadi lebih kritis dalam menilai kredibilitas sumber informasi, mampu mengenali indikasi hoaks, serta memahami cara mengoptimalkan fitur-fitur media digital untuk mencari referensi yang mendukung kompetensi kejuruan mereka.

3. Pemahaman dan Praktik Personal Branding

Sebelum kegiatan, sebagian besar siswa mengartikan *personal branding* sebatas upaya mencari popularitas atau memperbanyak jumlah pengikut (*followers*). Setelah sesi materi dan praktik mandiri, pemahaman siswa bergeser secara mendasar. Siswa menyadari bahwa *personal branding* adalah proses membangun rekam jejak positif yang merepresentasikan keahlian, sikap, dan nilai diri. Pada sesi praktik, seluruh 36 siswa Kelas XI berhasil menyusun draf identitas diri dan merancang portofolio digital sederhana yang menonjolkan karya serta potensi keahlian kejuruan mereka.

4. Dampak Keseluruhan terhadap Siswa

Secara keseluruhan, sekitar 75–80% siswa menunjukkan perubahan pola pikir dan perilaku digital yang lebih terkontrol. Mereka menjadi lebih selektif dalam berinteraksi di ruang publik daring, mampu mengidentifikasi keunggulan diri, serta mulai menyelaraskan aktivitas media sosial mereka dengan tujuan karier masa depan.

Untuk mendukung uraian tersebut, dokumentasi kegiatan ditampilkan pada Gambar dibawah ini



Gambar 1. Penyampaian Materi



Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM, 2025.

Gambar 2. Diskusi dan Simulasi



Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM, 2025.

Hasil PkM ini menegaskan bahwa penguatan etika digital dan literasi digital merupakan dua pilar utama yang saling bersinergi dalam membentuk personal branding siswa SMK Al Amanah. Etika digital berfungsi sebagai fondasi moral agar siswa menggunakan media sosial secara bijak dan profesional, sedangkan literasi digital memungkinkan siswa mengelola platform secara kritis dan produktif. Temuan ini selaras dengan studi Tumanggor dkk. (2024) serta Marzuki dkk. (2025) yang menyatakan bahwa intervensi pelatihan personal branding dan komunikasi media sosial secara terstruktur efektif meningkatkan kesiapan mental dan daya saing siswa SMK.

Dalam aspek penguatan etika komunikasi dan pencegahan risiko digital, hasil kegiatan ini mengonfirmasi pandangan Pratama & Utami (2022) serta Setyaningsih dkk. (2020) bahwa kesadaran akan rekam jejak digital mutlak diperlukan untuk menghindari perilaku destruktif yang dapat merusak peluang karier di masa depan. Lebih lanjut, keberhasilan siswa dalam melatih teknik komunikasi dan menyusun profil digital tercermin dari efektivitas metode interaktif yang digunakan, sejalan dengan temuan Aidin & Hayat (2025) serta Fitriani & Dewanti (2024) yang menekankan pentingnya digital public speaking dan komunikasi interpersonal dalam menumbuhkan kepercayaan diri siswa. Pada aspek penyusunan portofolio keahlian, pendampingan yang diberikan berhasil mendorong siswa mentransformasikan tugas praktik kejuruan menjadi konten digital yang profesional. Hal ini memperkuat temuan PkM oleh Alfarizzi & Fanaqi (2025), Amalia dkk. (2024), serta Andini dkk. (2024) yang membuktikan bahwa perancangan portofolio digital secara langsung meningkatkan kesiapan siswa saat menghadapi dunia kerja.

Nilai tambah dan kebaruan dari program PkM di SMK Al Amanah ini terletak pada pendekatan terintegrasi yang tidak hanya berfokus pada persiapan kerja semata, tetapi juga mengarahkan siswa untuk memanfaatkan personal branding dalam merintis bisnis mandiri



berbasis media sosial. Hal ini sejalan dengan pandangan Pasaribu dkk. (2024) dan Susanto & Astuti (2023) mengenai pentingnya optimalisasi platform digital untuk pemasaran dan kewirausahaan. Melalui pembekalan ini, siswa dipersiapkan tidak hanya sebagai pencari kerja (job seeker), tetapi juga sebagai pencipta peluang (job creator) di era digital.

Berdasarkan keberhasilan dan hasil evaluasi kegiatan PkM yang telah dilaksanakan, program edukasi ini membawa implikasi penting bagi penguatan karakter dan literasi digital di lingkungan sekolah. Pendekatan partisipatif berbasis praktik terbukti efektif mengubah pola pikir siswa dari pengguna media sosial yang pasif menjadi lebih produktif dan profesional. Temuan ini menegaskan perlunya integrasi materi etika digital, literasi media, serta personal branding ke dalam program pembinaan siswa maupun layanan Bimbingan Konseling (BK) secara berkelanjutan.

Untuk menjaga keberlanjutan dampak positif tersebut, beberapa rekomendasi praktis dirumuskan bagi pemangku kepentingan. Pihak SMK Al Amanah Pamulang disarankan untuk memberikan pendampingan pembuatan portofolio digital secara berkala sebagai bagian dari pembekalan wajib siswa sebelum melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Selain itu, bagi tim pengabdian atau peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan pemantauan jangka panjang guna mengukur efektivitas portofolio digital tersebut dalam mendukung penyerapan kerja lulusan di dunia industri maupun keberhasilan rintisan bisnis mandiri mereka setelah lulus sekolah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di SMK Al Amanah Pamulang, dapat disimpulkan bahwa penguatan etika digital, literasi digital, dan personal branding di media sosial merupakan aspek yang sangat penting dalam mendukung pengembangan potensi diri siswa sekaligus meningkatkan kesiapan mereka menghadapi dunia kerja maupun dunia usaha. Melalui kegiatan edukatif yang dilaksanakan secara partisipatif, interaktif, dan berbasis diskusi, peserta memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pemanfaatan media sosial secara positif, bertanggung jawab, dan profesional. Program ini berhasil mendorong perubahan pola pikir 36 siswa dari yang sebelumnya cenderung menjadi pengguna media sosial secara pasif dan konsumtif menjadi individu yang lebih produktif, kreatif, serta mampu memanfaatkan platform digital sebagai sarana membangun kompetensi, jejaring profesional, dan peluang karier maupun kewirausahaan.

Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan kesadaran siswa bahwa etika dalam bermedia sosial, kemampuan melakukan literasi digital melalui proses penyaringan dan verifikasi informasi, serta kemampuan membangun citra diri (personal branding) yang positif dan profesional merupakan kompetensi yang sangat dibutuhkan pada era transformasi digital. Ketiga aspek tersebut tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan kualitas interaksi di ruang digital, tetapi juga menjadi modal penting dalam membangun reputasi, meningkatkan kepercayaan diri, memperluas peluang kerja, serta memperkuat daya saing lulusan di tengah tuntutan dunia industri yang semakin kompetitif.



Secara lebih spesifik, pelaksanaan PkM ini memberikan manfaat nyata bagi SMK Al Amanah Pamulang melalui tersedianya model pendampingan personal branding yang terintegrasi dengan materi etika digital dan literasi digital sebagai bentuk pembekalan yang sistematis bagi siswa. Model pendampingan ini mampu menjawab keterbatasan pemahaman awal yang sebelumnya masih dimiliki oleh guru maupun siswa terkait pentingnya pengelolaan identitas digital secara profesional. Di samping itu, program ini dapat menjadi instrumen pembekalan yang berkelanjutan bagi sekolah dalam mempersiapkan siswa sebelum mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL), sehingga mereka tidak hanya memiliki kompetensi teknis sesuai bidang keahlian, tetapi juga memiliki karakter digital yang baik, kemampuan berkomunikasi secara profesional, serta kesiapan yang lebih optimal untuk beradaptasi dengan kebutuhan dunia industri dan dunia usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidin, N., & Hayat, S. (2025). Pelatihan Digital Public Speaking untuk Pembentukan Personal Branding di Media Sosial bagi Siswa SMK melalui Metode Workshop Interaktif. *Inovasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 47-54.
- Alfarizzi, R., & Fanaqi, C. (2025). Workshop Personal Branding di Era Digital untuk Kompetensi Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 133–146
- Amalia, A., Hasan, M. F. R., Rosyidah, A., & Yatmadi, D. (2024). Penguatan Personal Branding untuk Persiapan Memasuki Dunia Kerja Siswa SMK Bistek Bekasi. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 40-48.
- Andini, D., Kusandar, H. F., Andriati, Y. S., Faizal, R., & Adbillah, W. A. (2024). Developing Digital Portfolios to Enhance Employability and Career Success: A Community Service Program for High School Students and Fresh Graduates. *Jurnal Dedikasi Sains dan Teknologi*, 4(2), 204-212.
- Fitriani, L., & Dewanti, K. (2024). Pelatihan public speaking dan komunikasi interpersonal dalam meningkatkan kepercayaan diri siswa SMK. *Jurnal Community Engagement*, 5(1), 77–85.
- Pratama, R., & Utami, S. (2022). Sosialisasi etika bermedia sosial dan pencegahan cyberbullying pada remaja usia sekolah. *Jurnal Abdimas Kebangsaan*, 3(3), 89–97.
- 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.
- Marzuki, M., Zakaria, N., Fiyul, A. Y., Halimah, L., & Arfiawati, F. (2025). Pelatihan Penggunaan Sosial Media untuk Meningkatkan Personal Branding dan Pemahaman Komunikasi Siswa SMK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 49–56.
- Pasaribu, L. N., dkk. (2024). Peningkatan Literasi Digital Siswa SMKS melalui Pelatihan Content Marketing dan Social Media Marketing. *Jurnal Wahana Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 110–118.
- Sakaril, G. (2024). Pelatihan Personal Branding Content Creator Di Media Sosial Bagi Siswa SMK



Prima Unggul Kota Tangerang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 14(2), 88–95.

Setyaningsih, R., Abdullah, A., Prihantoro, E., & Hustinawaty, H. (2020). Komunikasi Asertif dan Penggunaan Media Sosial dalam Menghadapi Dunia Usaha dan Dunia Kerja. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), 36–44.

