

Personality Branding sebagai Peluang Karir Generasi Alpha

Personality Branding as a Career Opportunity for Generation Alpha

Novi Primita Sari

Department of Banking and Finance,
University of Muhammadiyah
Malang, Malang, East Java,
Indonesia

email: noviprimita@umm.ac.id

Kata Kunci

Personal Branding
Citra
Pendidikan

Keywords:

Personality Branding
Branding
Education

Received: May 2025

Accepted: June 2025

Published: August 2025

Abstrak

branding pada generasi Alpha sebagai strategi membangun peluang karir di era digital. Kegiatan ini menyasar siswa SMK Idhotun Nasyikin dengan pendekatan edutainment, pelatihan komunikasi, dan tes minat bakat. Generasi Alpha, sebagai *digital-native*, memiliki potensi besar dalam membangun citra diri secara otentik melalui media sosial dan platform digital lainnya. Hasil pendampingan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep dasar personal branding, seperti identitas diri, pengelolaan reputasi digital, serta strategi konten visual melalui Instagram. Evaluasi skor menunjukkan bahwa peserta telah mampu menciptakan profil digital yang mencerminkan keunikan dan konsistensi *personal brand* mereka, meskipun aspek estetika dan *engagement* masih perlu penguatan. Temuan ini menegaskan bahwa literasi *personality branding* merupakan kompetensi strategis yang perlu ditanamkan sejak dini sebagai bekal memasuki dunia kerja dan kewirausahaan digital. Disarankan integrasi materi ini dalam kurikulum vokasi untuk penguatan daya saing generasi muda.

Abstract

This community service program aims to improve personality branding literacy in the Alpha generation as a strategy to build career opportunities in the digital era. This activity targets students of SMK Idhotun Nasyikin with an edutainment approach, communication training, and aptitude tests. As a digital-native, Generation Alpha has excellent potential to build an authentic self-image through social media and other digital platforms. The mentoring results showed a significant increase in understanding the basic concepts of personal branding, such as self-identity, digital reputation management, and visual content strategies through Instagram. The score evaluation showed that participants had been able to create digital profiles that reflected the uniqueness and consistency of their brands, although the aesthetic and engagement aspects still needed strengthening. This finding confirms that personality branding literacy is a strategic competency that needs to be instilled early on as a provision for entering the world of work and digital entrepreneurship. It is recommended that this material be integrated into the vocational curriculum to strengthen the competitiveness of the younger generation.



© 2025 Novi Primita Sari. Published by Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v10i8.9908>

PENDAHULUAN

Personal branding, atau pencitraan kepribadian, adalah proses di mana individu membangun dan mempromosikan identitas unik mereka kepada dunia (Vasconcelos et al., 2021). Untuk generasi Alpha, yang lahir antara tahun 2010 dan 2025, *personality branding* memiliki beberapa ciri khas yang berbeda karena mereka tumbuh dalam era digital yang sangat maju. Generasi Alpha adalah *digital-native*, artinya mereka tumbuh dengan teknologi digital dan internet. Mereka akan cenderung menggunakan media sosial, *blog*, *vlog*, dan *platform* digital lainnya untuk membangun dan mempromosikan merek pribadi mereka (Gorbatov et al., 2019). Generasi ini cenderung menekankan kreativitas dan otentisitas dalam pencitraan diri. Mereka menghargai keaslian dan cenderung menghindari pencitraan yang terlihat terlalu 'dipoles' atau tidak nyata.

Personal branding bagi generasi Alpha sebagai tujuan dari program pengabdian ini adalah tentang upaya yang dapat dilakukan untuk usaha menampilkan keunikan mereka di dunia digital dengan cara yang autentik dan kreatif serta positif.

Dengan strategi yang tepat dan dukungan yang memadai, generasi Alpha dapat memanfaatkan teknologi untuk membangun kepribadian yang kuat dan positif (Elfranata *et al.*, 2023), yang akan membantu mereka dalam berbagai aspek kehidupan mereka dan dapat menciptakan peluang karir yang baik di masa depan. Mengedukasi *Personal branding* bagi siswa SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) sangat penting karena dapat memberikan banyak manfaat yang signifikan bagi perkembangan pribadi dan profesional mereka. *Personal branding* membantu siswa mengenali kekuatan, kelemahan, minat, dan nilai mereka sendiri (Susilawati *et al.*, 2023). Ini mendorong kesadaran diri yang lebih dalam, yang penting untuk pengembangan pribadi dan profesional. Dengan memahami diri sendiri, siswa dapat lebih mudah menentukan arah karier yang sesuai dengan minat dan kemampuan mereka.

Generasi Alpha – yakni generasi yang lahir setelah tahun 2010 – merupakan kelompok yang sangat lekat dengan perkembangan teknologi digital, media sosial, dan perubahan dinamika sosial global. Mereka tumbuh dalam era informasi yang cepat, namun ironisnya banyak siswa SMK dari generasi ini yang belum memiliki pemahaman yang tepat tentang citra diri, potensi unik, dan cara membangun identitas profesional secara positif. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar siswa SMK lebih fokus pada keterampilan teknis sesuai jurusannya, namun mengabaikan pentingnya membentuk citra diri yang kuat, konsisten, dan relevan dengan dunia kerja modern. Minimnya kesadaran akan *Personal branding* ini menyebabkan siswa SMK kesulitan menampilkan diferensiasi diri saat melamar kerja, magang, maupun membangun jejaring profesional. Padahal, di era digital saat ini, jejak digital dan citra diri *online* menjadi bagian penting dalam proses seleksi dan penilaian calon tenaga kerja. Banyak pelaku industri mengakui bahwa keterampilan membangun *Personal branding* menjadi nilai tambah yang signifikan, terutama dalam bidang kreatif, pemasaran, wirausaha, hingga teknologi. Oleh karena itu, memberikan pemahaman dan pelatihan tentang *Personal branding* kepada siswa SMK – khususnya Gen Alpha – merupakan kebutuhan mendesak. Hal ini tidak hanya mendukung kesiapan mereka memasuki dunia kerja, tetapi juga membekali mereka dengan kemampuan membangun identitas diri yang positif, autentik, dan profesional sejak dulu.

Di dunia kerja yang sangat kompetitif seperti saat ini kita dituntut untuk memiliki *Personal branding* yang kuat, dengan *Personal branding* yang kuat tersebut dapat membuat siswa lebih menonjol di mata calon pemberi kerja, sehingga hal ini dapat meningkatkan peluang mereka untuk mendapatkan pekerjaan sesuai dengan keinginan mereka (Wijaya *et al.*, 2022). *Personal branding* bagi siswa SMK adalah investasi penting untuk masa depan mereka. Dengan membekali siswa dengan keterampilan dan pengetahuan tentang bagaimana membangun dan memelihara merek pribadi yang kuat, tim kelompok pengabdian Bersama sekolah akan membantu mereka mempersiapkan diri untuk sukses dalam karier dan kehidupan pribadi. Ini tidak hanya meningkatkan peluang kerja mereka tetapi juga membangun dasar yang kuat untuk pertumbuhan pribadi dan profesional (Scheidt *et al.*, 2020).

Di era digital yang terus berkembang, kehadiran internet dan media sosial juga telah mengubah cara individu dalam membangun dan mempresentasikan diri mereka dihadapan publik. Salah satu konsep yang semakin mendapat perhatian adalah *personality branding*, yaitu proses pengelolaan dan promosi citra diri sebagai "merek" yang bisa dikenali dan diingat oleh orang lain (Hanafi *et al.*, 2023). Bagi generasi Alpha, yang tumbuh dan berkembang dengan teknologi digital sejak lahir, kemampuan untuk memahami dan memanfaatkan *personality branding* menjadi peluang karir yang sangat menjanjikan. Dengan literasi digital yang tinggi, generasi Alpha memiliki potensi besar untuk menciptakan, mengelola, dan mempromosikan identitas diri mereka secara efektif melalui *platform* digital seperti media sosial. Literasi *personality branding* tidak hanya membantu mereka membangun reputasi di dunia maya, tetapi juga membuka peluang karir di berbagai industri kreatif dan profesional. Kemampuan ini memungkinkan mereka untuk bersaing di pasar tenaga kerja yang semakin kompetitif, sekaligus menciptakan nilai tambah sebagai individu yang memiliki identitas unik dan autentik di era digital (Setyanto *et al.*, 2016).

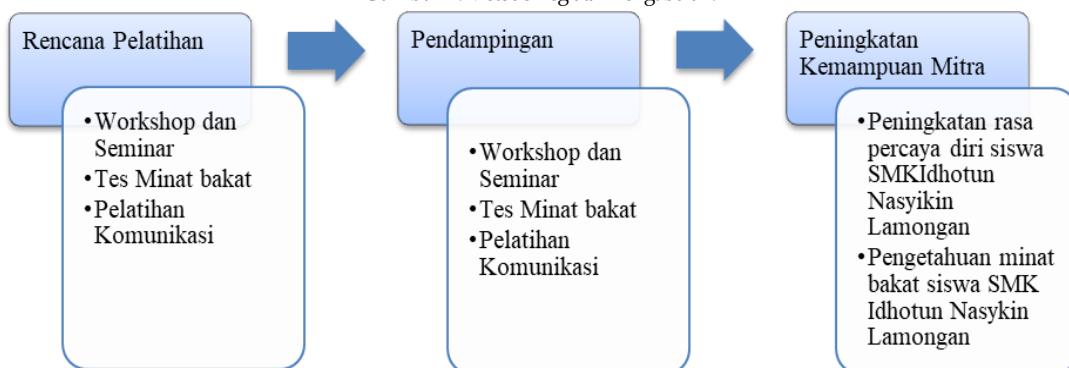
Pada kaitannya dengan karir dimasa yang akan datang Literasi *Personal branding* sangat penting bagi generasi Alpha karena beberapa alasan utama yang berkaitan dengan perkembangan dunia digital dan tantangan karir di masa depan. Diantaranya adalah: Generasi Alpha tumbuh di lingkungan digital di mana identitas daring dan reputasi *online* memiliki peran besar dalam membentuk persepsi orang lain (Maspuroh *et al.*, 2022). Literasi *Personal branding* membantu mereka

memahami cara membangun citra diri yang positif dan profesional di dunia maya, yang sangat penting dalam menjaga reputasi digital mereka di era media sosial yang transparan. Generasi alpha dapat menciptakan peluang karir lebih awal karena memiliki kemampuan untuk mempromosikan diri sejak usia dini, generasi Alpha dapat menciptakan peluang karir bahkan sebelum mereka memasuki dunia kerja formal. Dengan membangun *personal brand* yang kuat, mereka dapat menarik perhatian perusahaan, merek, atau komunitas yang relevan dengan minat dan keahlian mereka. Ini memberikan keuntungan kompetitif dibandingkan generasi sebelumnya (Yugih Setyanto *et al.*, 2020).

METODE

Metode pendampingan yang dilakukan pada kegiatan meningkatkan literasi *personality branding* pada generasi Alpha perlu disesuaikan dengan karakteristik dan gaya belajar generasi ini, yang sangat akrab dengan teknologi dan digitalisasi. Pendampingan berbasis *edutainment* (pendidikan yang disampaikan dengan cara menghibur) dan pendekatan interaktif melalui *platform* digital merupakan strategi yang efektif. Metode kegiatan yang dilakukan oleh Tim PKM adalah melalui serangkaian pendekatan yang dirancang untuk membantu individu, khususnya siswa SMK, dalam mengembangkan, membangun, dan mempromosikan merek pribadi mereka. Berikut adalah beberapa langkah dan metode yang dapat digunakan untuk mendampingi siswa dalam proses *personal branding*: Secara garis besar, metode kegiatan ditunjukkan pada gambar 1 berikut ini :

Gambar 1. Metode Kegiatan Pengabdian.



Secara rinci, keterlibatan mitra di setiap strategi dan metode kegiatan adalah sebagai berikut:

Strategi	Metode Kegiatan	Keterlibatan Mitra
Penguatan <i>personality branding</i> bagi siswa SMK Idhotun Nasyikin	Identifikasi siswa Pendampingan tes minat bakat dan Latihan komunikasi	Keterlibatan aktif dalam diskusi dan penyampaian informasi pribadi Penyediaan tempat, keterlibatan aktif dalam diskusi dan pengerjaan tes minat bakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan literasi *personality branding* yang dilakukan dengan target generasi Alpha menunjukkan hasil yang signifikan dalam peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta terkait dengan konsep dan penerapan *personal branding* di dunia digital. Hal ini dibuktikan dengan beberapa postingan di media sosial yang lebih memiliki nilai dibanding yang sebelumnya (konten tidak mengandung unsur sara). Peserta yang merupakan siswa siswi dilingkungan sekolah SMK Idhotun Nasyikin telah menunjukkan peningkatan pemahaman yang cukup tinggi terhadap konsep dasar *personality branding*. Sebagian besar peserta dapat menjelaskan dengan baik pentingnya membangun citra diri yang kuat dan konsisten di *platform* digital. Mereka juga memahami elemen-elemen penting dalam *branding*, seperti identitas visual, pesan utama yang ingin disampaikan, serta cara mengelola reputasi *online*. Melalui proyek-proyek yang diberikan selama pendampingan, peserta berhasil membuat dan mengembangkan profil digital yang mencerminkan *personal brand* mereka. Mereka mampu memilih *platform* digital yang sesuai dengan minat dan tujuan karir mereka, serta menciptakan konten

yang relevan dengan citra diri yang ingin mereka bangun. Hasil ini terlihat dalam akun media sosial, blog, atau portofolio digital yang mereka kembangkan selama kegiatan berlangsung.

Tabel I. Skor kemampuan kemampuan siswa dalam pemahaman *personality branding* melalui media Instagram (IG).

No.	Aspek	Skor
1	Pemahaman Identitas Diri	4
2	Kreatifitas	4
3	Estetika	3
4	Pemanfaatan Fitur IG	4
5	Engagement	3
6	Hastag	4
Total		22

Dari hasil penilaian skor indikator siswa dapat disimpulkan bahwa siswi SMK Idhotun Nasyikin telah mampu dalam menjelaskan secara jelas siapa mereka, apa yang membedakan mereka dari orang lain, serta pesan utama yang ingin disampaikan melalui profil *Instagram* mereka. Pada Profil *Instagram* masing-masing siswa telah memiliki tampilan yang konsisten dan estetis sesuai dengan *personal brand* yang ingin dibangun, baik dalam *feed*, *story*, maupun *highlight*, tetapi masih perlu pendampingan agar semakin baik kedepannya. Setiap aspek dari hasil penilaian di atas dapat dievaluasi untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang pemahaman dan keterampilan siswa dalam membangun *personal branding* melalui *Instagram*. Pengukuran skor ini juga bisa dijadikan dasar untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut, baik dalam konteks pendampingan maupun evaluasi diri siswa.



Gambar 1. Aktivitas kegiatan Bersama Guru dan Para siswa.

PEMBAHASAN

Generasi Alpha, yang lahir setelah tahun 2010, merupakan generasi pertama yang sepenuhnya tumbuh di lingkungan digital sejak lahir. Mereka mengakses teknologi sejak usia dini, sudah terbiasa dalam menggunakan perangkat pintar, internet, dan media sosial sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Hal ini membuat literasi digital, termasuk *personality branding*, menjadi aspek yang sangat penting bagi mereka dalam menghadapi masa depan, terutama dalam konteks penciptaan peluang karir. Dalam dunia yang semakin kompetitif, tidak hanya perusahaan atau produk yang membutuhkan *branding*, tetapi juga seorang individu. Generasi Alpha dapat memanfaatkan *personality branding* sebagai alat untuk membedakan diri di pasar tenaga kerja yang sangat dinamis ini (Shabrina, 2023). Melalui pengelolaan citra diri yang baik di media sosial dan *platform* digital pribadi yang mereka miliki, mereka dapat menciptakan peluang karir, baik sebagai pekerja kreatif, *influencer*, pengusaha, maupun profesional di bidang-bidang lainnya. Dalam konteks ini, literasi *personality branding* mengacu pada pemahaman mendalam tentang bagaimana cara membangun, mengelola, dan mempromosikan citra diri yang konsisten, relevan, dan positif. Generasi Alpha perlu menguasai keterampilan ini untuk menjadi lebih kompetitif dan mampu memanfaatkan peluang karir yang terbuka di era digital.

Melalui penguatan literasi *personality branding*, generasi Alpha dapat memaksimalkan penggunaan *platform* digital, seperti *Instagram*, *TikTok*, *LinkedIn*, dan *YouTube* untuk mempromosikan keahlian, minat, dan identitas diri mereka. Profil yang terkelola dengan baik memungkinkan mereka lebih mudah ditemukan oleh calon pemberi kerja, klien, atau kolaborator, sekaligus memberikan kesan profesional sejak dulu (Aqshlnawitri *et al.*, 2023). Media sosial memungkinkan generasi Alpha untuk tidak hanya bekerja sebagai karyawan, tetapi juga menciptakan karir mandiri sebagai seorang konten kreator, *influencer*, atau bahkan wirausaha digital. Kemampuan untuk membangun *personal brand* yang kuat dapat membuka pintu bagi mereka untuk memperoleh dukungan merek, *sponsorship*, hingga membangun usaha digital mereka sendiri. Kemampuan untuk mengelola reputasi digital menjadi faktor penting dalam membangun karir yang berkelanjutan. Dengan literasi *personality branding*, generasi Alpha dapat menjaga konsistensi dan profesionalisme dalam interaksi digital mereka, sehingga membangun citra yang dapat dipercaya. Hal ini tidak hanya membantu dalam jangka pendek, tetapi juga dalam membangun hubungan profesional jangka panjang.

Korelasi antara Pelatihan Komunikasi dan *Personal branding*:

- a. *Personal branding* membutuhkan kemampuan komunikasi yang efektif

Personal branding bukan sekadar tentang penampilan luar atau media sosial, tetapi tentang bagaimana seseorang menyampaikan citra, nilai, dan keunikannya kepada orang lain. Tanpa keterampilan komunikasi, pesan *personal branding* tidak akan sampai secara utuh dan tepat sasaran. Contoh: Seorang siswa SMK yang punya keahlian desain grafis harus bisa menjelaskan ide kreatifnya, mempresentasikan portofolionya, dan bernegosiasi secara percaya diri. Ini semua membutuhkan keterampilan komunikasi.

- b. Komunikasi adalah alat utama membangun persepsi public

Setiap kata yang diucapkan, cara menyampaikan ide, hingga bahasa tubuh, akan membentuk persepsi orang lain tentang diri seseorang. Maka, pelatihan komunikasi menjadi fondasi utama agar siswa bisa mengontrol bagaimana mereka dipersepsikan, baik dalam wawancara kerja, presentasi, maupun interaksi *online*.

- c. Komunikasi memperkuat konsistensi *personal branding* di berbagai *platform*

Seseorang yang memiliki kemampuan komunikasi baik akan lebih mampu menjaga konsistensi identitas dirinya di berbagai kanal – baik saat bicara langsung, melalui CV, media sosial, maupun saat membuat konten.

- d. Pelatihan komunikasi membentuk kepercayaan diri dan keaslian (*authenticity*)

Personal branding yang kuat harus dibangun dengan keaslian dan keyakinan diri. Pelatihan komunikasi membantu siswa:

- 1) Mengidentifikasi kekuatan diri;
- 2) Menyampaikan cerita personal (*personal story*) yang otentik;
- 3) Menanggapi kritik dan pertanyaan dengan tenang.

KESIMPULAN

Literasi *personal branding* merupakan keterampilan penting yang dapat menjadi peluang karir yang besar bagi generasi Alpha di era digital. Melalui pemahaman yang mendalam tentang cara membangun dan mengelola *personal brand*, mereka dapat menciptakan identitas diri yang kuat, membedakan diri di pasar kerja, dan membuka jalur karir yang kreatif dan inovatif. Namun, untuk mencapai hal ini, diperlukan pendampingan dan pendidikan yang memadai, agar generasi ini dapat membangun *personal brand* yang autentik, konsisten, dan positif di dunia digital. Jejak digital yang tidak dikelola dengan baik bisa merusak *personal brand*. Oleh karena itu, generasi Alpha perlu memahami pentingnya etika digital, seperti menjaga privasi, menghindari konten negatif atau provokatif, serta membangun interaksi yang positif dengan audiens mereka. Pendidikan tentang etika digital perlu diintegrasikan dalam literasi *personality branding* agar mereka memahami konsekuensi jangka panjang dari setiap aktivitas *online*.

Program pengabdian masyarakat yang mengusung tema *personality branding* sebagai strategi pengembangan diri untuk Generasi Alpha menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan literasi digital, kesadaran diri, dan keterampilan

komunikasi peserta, khususnya siswa SMK Idhotun Nasyikin. Generasi Alpha yang tumbuh dalam ekosistem digital memiliki potensi besar untuk membentuk identitas dan reputasi diri melalui media sosial secara kreatif dan otentik. Melalui pendekatan *edutainment*, pelatihan komunikasi, serta proyek media sosial berbasis minat dan bakat, peserta kegiatan mampu memahami elemen dasar dari *personal branding*, seperti identitas diri, estetika digital, pemanfaatan fitur media sosial, serta strategi keterlibatan audiens. Skor evaluasi menunjukkan bahwa siswa telah mencapai tingkat pemahaman yang baik dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana ekspresi *personal branding*, meskipun aspek estetika dan engagement masih memerlukan penguatan lebih lanjut. *Personal branding* terbukti menjadi alat strategis yang memungkinkan generasi muda menyiapkan diri menghadapi dunia kerja yang semakin kompetitif dan berbasis digital. Oleh karena itu, pembinaan literasi ini perlu terus dikembangkan secara sistematis dalam lingkungan 1898endidikan vokasi sebagai bekal karir masa depan generasi Alpha.

Pihak sekolah diharapkan mengintegrasikan materi literasi digital dan *personality branding* ke dalam kurikulum pembelajaran, khususnya pada mata pelajaran yang terkait dengan kewirausahaan, komunikasi, dan pengembangan diri. Diperlukan pelatihan tambahan terkait estetika visual, strategi pembuatan konten kreatif, serta teknik meningkatkan interaksi (*engagement*) di media sosial agar *personal branding* siswa lebih kuat dan menarik perhatian audiens secara profesional. Sekolah dapat mengembangkan sistem penilaian berbasis portofolio digital yang merekam proses dan capaian siswa dalam membangun *personal branding*, sehingga dapat digunakan sebagai bukti keterampilan non-akademik yang diakui secara formal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada seluruh Jajaran SMKs Idhotun Nasyiin Lamongan yang telah memperbolehkan saya dan tim pendamping pengabdian melakukan kegiatan disana. Tak lupa juga saya ucapan kepada Fakultas Vokasi – LPPM Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan bantuan pendanaan program pendampingan pengabdian kami dengan skema Dana *Blockgrant*.

REFERENSI

- Aqshalnawitri, D., Reanata, D. M., & Santika, N. A. (2023). Analisis Pelaksanaan Event Workshop Pentingnya Membangun Personal Branding di Media Sosial. *JSI Jurnal Sosiologi Indonesia*, 2(1). <https://repository.upi.edu/view/year/2023.html>
- Elfranata, S., Daud, D. J., Yeni, Y., Pratiwi, N., Meliyani, E., Ervin, E., & Mecang, H. K. (2023). Pengaruh Self Esteem dan Self Efficacy Terhadap Kesiapan Kerja Siswa SMK Negeri di Kecamatan Pontianak Utara. *JEID: Journal of Educational Integration and Development*, 2(4). <https://doi.org/10.55868/jeid.v2i4.147>
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2019). Get Noticed to Get Ahead: The Impact of Personal Branding on Career Success. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02662>
- Hanafi, H., & Reza, F. (2023). Pelatihan The Powerfull of Personal Branding and Leadership Di SMK Negeri 9 Bandung. *Jurnal Bhakti Karya Dan Inovatif*, 3(2). <https://doi.org/10.37278/bhaktikaryadaninovatif.v3i2.695>
- Maspuroh, U., Nurhasanah, E., Syafroni, R. N., & Herlina, Sugiarti, D. (2022). IMPLEMENTASI LITERASI DIGITAL DALAM KETERAMPILAN BERBICARA MELALUI SINIAR UNTUK MEMBENTUK PERSONAL BRANDING SISWA SMA NEGERI 1 Syntax Literate: *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(2). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i2.6273>
- Scheidt, S., Gelhard, C., & Henseler, J. (2020). Old Practice, but Young Research Field: A Systematic Bibliographic Review of Personal Branding. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01809>

- Setyanto, Y., & Winduwati, D. S. (2016). Pentingnya Kemampuan Personal Branding di Era Digital. Seminar Nasional Hasil Penerapan Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat III 2016. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i4.31913>
- Shabrina, N. (2023). ANALISIS PERSONAL BRANDING VIRAL ALDI TAHER SEBAGAI BAGIAN DARI SELF-MARKETING. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3). <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3436>
- Susilawati, S., & Asbari, M. (2023). Personal Branding: Antara Uang dan Nama. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1. <https://doi.org/10.70508/literaksi.v1i01.20>
- Vasconcelos, L., & Rua, O. L. (2021). Personal branding on social media: The role of influencers. *E-Revista de Estudos Interculturais*, 3(9). <https://doi.org/10.34630/erei.v3i9.4232>
- Wijaya, B. S., & Nasution, A. A. (2022). Social media, personal branding and the hypoesthesia of communication corruption. *Cogent Arts and Humanities*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2095095>
- Yugih Setyanto & Septia Winduwati. (2020). Pentingnya Personal Branding di Era Digital. Juni, August. https://www.researchgate.net/publication/335097051_Pentingnya_Kemampuan_Personal_Branding_di_Era_Digital