

Optimalisasi Potensi Diri Siswa Melalui *Personal Branding* Pasca Praktik Kerja Lapangan di Era Merdeka Belajar

Optimizing Students Personal Potential Through Personal Branding Post Field Work Practices in the Era of Independent Learning

Muhammad Erwan Syah^(1*) & Novita Nirmalasari⁽²⁾

Program Studi Psikologi, Fakultas Ekonomi dan Sosial,
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta, Indonesia

*Corresponding author: muhammaderwansyach@yahoo.com

Abstrak

Upaya yang dapat dilakukan oleh Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang akan mencetak siswa sebagai lulusan yang akan memasuki dunia kerja adalah dengan melakukan intervensi untuk meningkatkan kesiapan siswa menghadapi dunia kerja. Intervensi yang dilakukan berupa program pelatihan dengan pemberian wawasan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk meningkatkan kapasitas psikologis siswa yang akan menjadi angkatan kerja baru, khususnya dalam hal *Personal Branding*. Pemberian program pelatihan dilakukan menggunakan konsep pengembangan karir yang memperhatikan tahap perkembangan karir siswa yang berada pada tahap eksplorasi. Intervensi berupa pelatihan ini dilakukan pada 225 siswa kelas XII pasca praktik kerja lapangan dan memberikan dampak positif pada penambahan wawasan, keterampilan, dan kesiapan mahasiswa dalam memasuki dunia kerja. Hal ini dapat diterapkan pada SMK lain untuk meningkatkan kesiapan siswa dalam menghadapi dunia kerja. Pemberian program pelatihan dilakukan menggunakan konsep pengembangan karir yang memperhatikan tahap perkembangan karir siswa yang berada pada tahap eksplorasi. Intervensi berupa pelatihan ini dilakukan pada 225 orang mahasiswa dan kemudian ditemukan bahwa terdapat peningkatan pada post test dibanding dengan pre test. Pemberian program pelatihan secara berkala berhasil meningkatkan kesiapan siswa dalam memasuki dunia kerja dari sisi kesiapan psikologis dalam memasuki dunia kerja.

Kata Kunci: Potensi Diri, *Personal Branding*, Siswa SMK

Abstract

Efforts that can be made by Vocational High Schools (SMK) that will produce students as graduates who will enter the world of work are by intervening to increase students readiness to face the world of work. The intervention carried out is in the form of a training program that provides the insight and skills needed to increase the psychological capacity of students who will become the new workforce, especially in terms of *Personal Branding*. The provision of training programs is carried out using the career development concept which takes into account the stage of student career development which is at the exploration stage. This intervention in the form of training was carried out on 225 class XII students after field work practice and had a positive impact on increasing students' insight, skills and readiness to enter the world of work. This can be applied to other vocational schools to increase students' readiness to face the world of work. The provision of training programs is carried out using the career development concept which takes into account the stage of student career development which is at the exploration stage. This intervention in the form of training was carried out on 225 students and it was found that there was an increase in the post test compared to the pre test. Providing regular training programs has succeeded in increasing students' readiness to enter the world of work in terms of psychological readiness in entering the world of work.

Keywords: Personal Potential, *Personal Branding*, Vocational School Students

Rekomendasi mensitasi :

Syah, M. E. & Nirmalasari, N. (2023), Optimalisasi Potensi Diri Siswa Melalui *Personal Branding* Pasca Praktik Kerja Lapangan di Era Merdeka Belajar. Gotong Royong : Jurnal Pengabdian, Pembinaan Dan Penyuluhan Kepada Masyarakat, 3 (1): 25-32.

PENDAHULUAN

Di era digital seperti sekarang ini, personal branding menjadi hal yang bisa dilakukan. Personal branding menjadi hal penting sebagai cara untuk meningkatkan 'nilai jual' seseorang (Afrilia, 2018). Personal branding merupakan pandangan yang ada dalam diri seseorang tentang bagaimana orang lain dilihat dari segi positifnya dalam menggunakan jasanya (Hakim et al., 2017; Lumban Tobing & Damayanti, 2016; Salam, 2020; Soraya, 2017). Meski personal branding sudah ada sejak era-era sebelumnya, namun di era digital inilah tahapan personal branding menjadi hal yang begitu umum dilakukan, khususnya melalui internet.

Kemajuan teknologi komunikasi meniadakan sekat dan jarak yang membatasi individu satu dan lainnya (Afrilia, 2018; Herawati, 2011). Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) diharapkan memiliki *employability* yakni kesiapan bekerja untuk menghadapi dunia kerja setelah lulus dari SMK. Dengan menekankan pada keahlian kompetensi melalui pembekalan teori dan penguatan praktek yang selaras dengan kebutuhan dunia kerja maka diperlukan pengembangan terhadap kemampuan intra dan interpersonal dari setiap siswanya. Jika ini tidak tangani dengan baik ini tentunya akan berdampak terhadap jumlah pengangguran yang ada (Syah & Bantam, 2022).

Menteri Ketenagakerjaan Ida Fauziyah memprediksi jumlah pemutusan hubungan kerja (PHK) akibat Covid-19 akan bertambah sekitar 2,92 juta hingga 5,23 juta orang. Menaker menyatakan jumlah pekerja yang terdampak situasi pandemi Covid-19 mencapai 1,7 juta orang, baik pekerja formal maupun informal. Kedua, perubahan lanskap pasar

<https://jp3km.jurnalp3k.com/index.php/j-p3km>

tenaga kerja pasca-krisis. SMERU Research Institute (2020), terdapat potensi perubahan lanskap pasar tenaga kerja pada masa pasca krisis menyebabkan tersingkirnya tenaga kerja berpendidikan dan berketerampilan rendah dari sektor formal. Setidaknya ada empat hal terjadi: (1) Jumlah tenaga kerja yang terkena PHK lebih besar dari penyerapan kerja. (2) Perusahaan hanya akan merekrut tenaga kerja memiliki produktivitas tinggi dan mampu mengerjakan beberapa tugas sekaligus (multitasking). (3) Saat pandemik, teknologi memungkinkan kegiatan ekonomi untuk terus berjalan tanpa bergantung pada interaksi fisik manusia (Khairul Adabidan Desi Yustari Muchtar, 2017). Jadi di masa depan, tenaga kerja yang dibutuhkan ke depan.

Pelatihan Personal Branding bagi persiapan pengembangan karir siswa SMK pasca praktik kerja lapangan 265 adalah mereka memiliki kemampuan di bidang teknologi. Bagi para pelaku usaha, sistem alih daya (outsourcing) dan pekerja kontrak menjadi lebih menarik. karena keduanya memberikan fleksibilitas tinggi kepada perusahaan dalam hubungannya dengan tenaga kerja. Oleh karenanya, dibutuhkan proses pengembangankarir bagi mahasiswa tingkat akhir agar memiliki potensi dan kompetensi yang dibutuhkan dalam rangka membentuk diri menjadi SDM Unggul dan berdaya saing (Wardani & Syah, 2022).

Upaya untuk mengembangkan karir dilakukan menggunakan konsepteor Super, pengembangan karir memberikan penjelasan bahwa individu usia 15-24 tahun berada pada tahap eksplorasi (Agung budi prabowo et al., 2018). Tahap eksplorasi ditandai dengan mulai melakukan penelaahan diri (*self-examination*), mencoba membagi berbagai peranan,

serta melakukan penjelajahan pekerjaan atau jabatan baik di sekolah, pada waktu senggang, maupun melalui sistem magang (Mansyur et al., 2019). Dengan adanya program coaching yang fokus dalam mengembangkan identitas vokasional (*vocational identity*) siswa SMK, diharapkan dapat membantu siswa dalam mengembangkan identitas vokasional secara utuh, sehingga terhindar dari kebingungan peran identitas (*role confusion*) khususnya peran identitas vokasional.

Hal ini akan meningkatkan kematangan karir siswa di era Merdeka belajar. Kematangan karier adalah sejauh mana individu telah mencapai titik dalam perkembangan kognisi, emosi, dan faktor psikologis lainnya di mana seseorang memiliki kemampuan untuk membuat pilihan yang realistis dan matang (Maslikhah et al., 2019; Winarsih et al., 2014). Semakin matang individu, semakin besar kemungkinan individu membuat keputusan yang bijak, tulus, dan memuaskan berkenaan dengan pilihan karier. Hal ini memungkinkan individu untuk mengatasi tugas perkembangan karier pada berbagai tahap perkembangan karier. Kematangan karier adalah kemampuan untuk membuat pilihan pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan individu, minat kerja dan preferensi pekerjaan.

Winarsih dkk., (2014) telah melakukan penelitian yang luas mengenai remaja, yaitu mengenai kesiapan individu dalam membuat pilihan yang baik. Mereka berasumsi terdapat perbedaan kematangan karier antar individu yang mengindikasikan kemampuan mengidentifikasi berbagai komponen kematangan karier.

Siswa SMK memerlukan pengisian tahap eksplorasi karir dengan meningkatkan kemampuan melakukan perencanaan dalam karir pasca praktik kerja lapangan, <https://jp3km.jurnalp3k.com/index.php/j-p3km>

melakukan eksplorasi, mengambil keputusan dan memiliki informasi-informasi yang relevan dalam pengembangan karir. Upaya untuk dapat mengembangkan sikap positif dalam mengembangkan karir dan mengembangkan wawasan serta keterampilan yang diperlukan dapat dilakukan melalui intervensi pengembangan karir siswa SMK melalui program pelatihan. Penelitian yang dilakukan oleh Ng & Feldman (2005) menyebutkan bahwa terdapat beberapa hal yang mempengaruhi kesuksesan seseorang.

Dari sisi dukungan pihak sekolah selaku organisasi (*organizational sponsorship*) memiliki sumbangan paling tinggi dalam membentuk kepuasan karir individu. Hal ini dapat dilakukan dalam melakukan pelatihan (*training & skill development*). Faktor kedua yang memiliki faktor terbesar lainnya adalah perbedaan individu, yang ditandai dengan adanya karakteristik individu yang bersifat unik. Upaya mengembangkan karakteristik individu dalam mengembangkan diri menjadi paaduan terbaik dalam upaya mengembangkan kesiapan kerja siswa SMK. Pengembangan karakteristik pribadi ini dibangun melalui citra diri (*personal branding*). Dengan demikian, upaya melakukan intervensi berupa pelatihan dapat memberikan kesempatan pada siswa untuk melakukan eksplorasi karir yang dilakukan oleh dirinya sendiri dengan diberikan gambaran dan contoh nyata mengenai dunia kerja dan apa yang mau ditampilkan oleh dirinya pada dunia kerja melalui citra diri sehingga dapat lebih siap dalam menghadapi tuntutan di dunia kerja kelak.

BAHAN DAN METODE PELAKSANAAN

Pada Pelatihan dilakukan sebagai intervensi peningkatan kesiapan kerja

siswa SMK. Tujuan utama dari program pelatihan ini adalah untuk dapat membuat para siswa ini mampu menjadi pribadi yang lebih baik lagi pasca praktik kerja lapangan dan menjadi yang terbaik di bidang yang akan dipilihnya kelak. Topik yang menjadi fokus utama adalah pembangunan citra diri (Personal Branding). Peserta pelatihan adalah 225 siswa kelas XII SMK Muhammadiyah Ponjong yang telah mengisi informed consent dan kesediaan untuk mengikuti kegiatan secara penuh. Pelatihan dilakukan secara luring di Aula SMK Muhammadiyah Ponjong yang berlangsung selama 2 sesi.

Materi pada pelatihan ini di antaranya (1) Career Assessment, tujuan kegiatan ini adalah memberikan self awareness terhadap pengembangan karir yang sudah dimiliki dan hal apa yang perlu dikembangkan. Isi kegiatan ini diantaranya pemahaman mengenai eksplorasi karir yang dibutuhkan dalam upaya mengembangkan karir ke depan. Setelah itu dilakukan Career Assessment yang dilakukan dengan Teknik online test dimana siswa dapat mengenal diri dari sisi kepribadian, menilai potensi kewirausahaan dan kesiapan karir (employability), juga mengetahui kelebihan maupun kekurangannya untuk selanjutnya menjadi bahan pengembangan dirinya; (2) Career Assessment Feedback, tujuan kegiatan ini adalah memberikan umpan balik atas pemetaan perkembangan karir yang dimiliki oleh siswa. Isi kegiatan ini diantaranya pemahaman akan potensi diri dan tahap perkembangan karir siswa. Siswa juga diarahkan untuk dapat memetakan kompetensi, baik secara hard skill maupun soft skill. Dalam kegiatannya, peserta diberikan workbook agar dapat merinci seberapa jauh mereka telah

<https://jp3km.jurnalp3k.com/index.php/j-p3km>

melakukan atau pun belum melakukan hal-hal yang mungkin menunjang kesiapannya untuk berkarir; (3) Personal Branding, tujuan kegiatan ini adalah memberi kesadaran pentingnya menarik perhatian dunia luar pada diri individu masing-masing. Isi kegiatan ini adalah siswa diberikan pemaparan agar dapat mengenali dan menguasai dirinya masing-masing sehingga mampu melakukan branding diri dalam meniti karir, kemudian diberikan workbook yang sekiranya dapat membantu siswa mengenali dirinya lebih dalam dan dapat mencari tahu potensi dalam diri yang dapat dikembangkannya, serta potensi lingkungan yang menunjang usaha mereka dalam melakukan branding.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan pertama, Identifikasi: *What's Your Story?* Tahapan pertama dalam membangun personal branding adalah untuk menemukan keunikan diri. Dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan diri, dikenal istilah self awareness. Self awareness melibatkan menyadari berbagai aspek diri termasuk sifat, perilaku, dan perasaan. Pada dasarnya, merupakan keadaan psikologis di mana diri menjadi fokus perhatian. Pada tahapan pertama ini dibagi menjadi langkah-langkah berikut: Pertama, tentukan tujuan temukan keotentikan dan identifikasi tujuan dalam hidup. Individu yang berorientasi pada tujuan cenderung lebih bahagia dan lebih sukses. Kedua, lengkapi Penilaian Diri. Langkah berikutnya adalah untuk mengevaluasi bagaimana tujuan yang sudah ditentukan dibandingkan dengan kondisi saat ini, baik secara pribadi maupun secara profesional. Apakah ada blind spot yang perlu dikoreksi? Dalam melihat blind spot

ini, dapat dengan menanyakan pandangan orang lain terhadap diri atau dengan bantuan professional menggunakan self assessment. Menurut APA, melalui self assessment, dapat diidentifikasi kekuatan dan kelemahan, baik secara akademis dan profesional, termasuk minat dan nilai-nilai individu. Ketiga, tuliskan tujuan. Sebelum menyelesaikan tahap identifikasi dalam pengembangan personal branding, individu harus mengkristalkan tujuan dan menentukan tindakan yang akan dicapainya. Tuliskan tujuan secara spesifik dalam hal waktu, di mana dan bagaimana cara mencapainya. Ingatlah untuk menggunakan metode SMART yaitu spesifik, terukur, dapat dicapai, realistis dan terikat waktu.

Tahapan kedua, Build: Develop Your Story. Pada tahap ini, individu perlu mengembangkan bukti dan kemudian menampilkannya dengan baik untuk mendapatkan pengakuan di dunia professional yang menunjukkan keterampilan serta minat. Pertama, develop inventory skills. Membangun bukti dalam hal keterampilan atau minat, baik secara kualitas maupun kuantitas. Kedua, master story telling. Keterampilan dan minat dapat disampaikan secara tertulis, lisan atau visual-menggunakan kombinasi elemen untuk memastikan yang menarik atau membantu menyampaikan tujuan. Media sosial dapat membantu mempermudah dalam memperluas koneksi, dan efisien untuk berbagi minat, kegiatan dan prestasi professional. Ketiga, perbarui bio professional.

Dokumentasikan pengalaman yang menunjukkan minat profesional. Pastikan judul profil dan pernyataan ringkasan bersifat unik dan relevan. Sangat penting untuk menjelaskan bakat dengan cara yang

menarik. Tips lain dalam tahap ini adalah: selalu memiliki foto profesional saat ini. Gunakan foto yang sama pada semua profil media social dan gunakan nama yang sama dan bio yang konsisten di digital platform, misalnya, LinkedIn, asosiasi profesional, database alumni.

Tahapan ketiga, Market: Tell Your Story. Pada bagian ini, personal branding individu akan dimunculkan ke dalam tindakan. Tindakan ini terdiri atas, Pertama, promote your plan and grow your digital network. Saat ini, sangat penting untuk mengelola digital personal branding dengan cara membuat, memoles dan secara teratur memperbaruinya dalam rangka memperluas jejaring melalui media sosial. Kedua, grow your network. Network adalah tentang berbagi informasi dan membangun kepercayaan dan hubungan; ini adalah dasar dari hubungan pribadi yang bermakna, sehingga penting dalam memelihara relasi profesional yang sudah dibangun. Ketiga, Improve Your Influence. Hal yang penting dikuasai pada tahap ini adalah komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif adalah seni memberi pengaruh kepada orang lain dalam hal kepercayaan, sikap, maupun tindakan.

Tahapan keempat, Nurture: Keep Your Story Fresh. Jadilah pembelajar seumur hidup, tetap terinformasi dan terinspirasi. Jadilah ulet, bergairah, hormat, dan berkomitmen. Dalam bagian akhir ini, individu diharapkan terus bergerak termotivasi, menggali lebih dalam ke dalam keahliannya, terutama dalam memonitor diri sendiri dan menentukan dalam membuat perubahan atau keluar dari zona nyaman. Terdiri atas beberapa tahap yaitu: pertama, *stay motivated*. Tahap ini memerlukan keterampilan dalam manajemen perubahan.

Dibutuhkan waktu dan energi untuk terus membuat perubahan, membuat perilaku baru dan meningkatkan hasil. Kedua, build a new skill. Perbaikan diri perlu terus dilakukan. Pola pikir pertumbuhan membantu kemampuan dasar individu dapat terus dikembangkan. Individu perlu terus membangun portofolio keterampilan dan kekuatan yang dimilikinya. Kedua, revise as necessary. Mencapai keberhasilan adalah kerja keras. Terus mencoba, gagal, terus mencoba, dan akhirnya berhasil. Namun, mungkin ada alasan bahwa sudah waktunya untuk mendefinisikan kembali dan membuat perubahan arah. Sebagai gambaran dalam rangkaian program pelatihan pada sesi citra diri, setelah menerima materi, peserta diajak untuk melakukan praktek mempresentasikan diri dalam membuat langkah-langkah dalam mempertajam personal brand untuk karir yang lebih baik. Dimulai dari tahap pertama yakni pengisian identitas dimana peserta memberikan nilai yang ia pegang sebagai prinsip hidup, apa saja hal yg dianggap penting, sehingga akan memengaruhi perilaku, cara berkomunikasi, dan berinteraksi dengan orang lain. Nilai ini kemudian akan diturunkan menjadi personal branding yang ingin dibentuk dalam diri peserta. Selanjutnya menuliskan tujuan hidup peserta jangka pendek dan jangka panjang, dan mengisi SWOT analisis. Kemudian tahap kedua yang diisi dari membangun personal branding adalah "Build". Bagaimana peserta dapat menunjukkan kemampuannya tersebut hal apa saja yang SUDAH di lakukan dalam rangka mencapai tujuan, dan hal apa yang BELUM di lakukan dalam mencapai tujuan tersebut. Dan tahap yang ketiga atau terakhir adalah melakukan aksi untuk mempromosikan personal brand masing-

masing peserta. Dalam kegiatan pelatihan yang telah diselenggarakan, evaluasi kegiatan perlu untuk dilakukan untuk mengetahui sejauhmana kelebihan dan kekurangan dari pelaksanaan kegiatan dan juga akan membantu untuk mengetahui hambatan dan kekurangan selama proses pelaksanaan kegiatan.

Secara umum, program pelatihan dapat diterima dengan baik dan membawa dampak yang positif untuk menambah wawasan, keterampilan, dan kesiapan siswa kelas XII SMK Muhammadiyah Ponjong dalam bekerja. Hal ini akan mendukung upaya yang dapat sekolah lakukan untuk meningkatkan kesiapan kerja lulusannya memasuki dunia kerja.

SIMPULAN

Terjadi kesenjangan antara dunia pendidikan di tingkat SMK dan dunia kerja. Sekolah memandang lulusan yang mempunyai kompetensi tinggi adalah mereka yang lulus dengan nilai tinggi. Sedangkan dunia kerja menganggap bahwa lulusan yang high competence adalah mereka yang mempunyai kemampuan teknis dan sikap yang baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa hard skill merupakan faktor penting dalam bekerja, namun keberhasilan seseorang dalam bekerja tidak terlepas dari soft skill yang baik. Situasi pandemi covid-19 yang memberikan efek bertambahnya jumlah pengangguran dan semakin sedikitnya lapangan pekerjaan memberikan dampak diperlukan adanya upaya dari setiap orang untuk dapat mengatasi permasalahan, terutama dari sisi kesiapan kerja baik meningkatkan orientasi berwira-usaha atau meningkatkan kemampuannya bekerja melalui peningkatan kapasitas psikologis yang dimiliki oleh individu selaku angkatan kerja. Program pelatihan

dapat dilakukan sebagai intervensi untuk meningkatkan kesiapan kerja siswa SMK menjadi lulusan yang siap menghadapi dunia kerja. Pemberian materi berupa asesmen diri, peningkatan citra diri dan pengembangan diri memiliki dampak yang baik terhadap kesiapan siswa dalam memasuki dunia kerja.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami selaku pengabdian mengucapkan banyak terimakasih kepada SMK Muhammadiyah Ponjong yang telah bekerja sama dengan baik hingga proses pengabdian ini selesai. Selain itu, pengabdian juga mengucapkan kepada Prodi Psikologi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dengan maksimal kepada kami.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20–30. <https://doi.org/10.29313/mediator.viii.3626>
- Agungbudiprabowo, A., Hakim, A. Z., Hafiar, H., & Puspitasari, L. (2017). Personal Branding of Homeschooling Teacher. *Eduutech*, 16(2), 122–137.
- Herawati, E. (2011). Komunikasi Dalam Era Teknologi Komunikasi Informasi. *Humaniora*, 2(9), 100–109.
- Kristina, A. (2017). Model Training Needs Analysis Untuk Membentuk Perilaku Inovatif Sdm Industri Kecil Sepatu Di Jawa Timur. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 14(4), 434. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2010.v14.i4.2184>.
- Kurt, R. (2019). Industry 4.0 in Terms of Industrial Relations and Its Impacts on Labour Life. *Procedia Computer Science*, 158, 590–601. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.093>.
- Lumban Tobing, C. R., & Damayanti, T. (2016). Personal Branding Putri Danizar Sebagai Disc Jockey Muda Indonesia (Studi Riset Naratif mengenai Personal Branding Putri Danizar Sebagai Disc Jockey Muda Indonesia). *Communication*, 7(2), 58. <https://doi.org/10.36080/comm.v7i2.629>.
- Mansyur, A. I., Chairunnisa, D., & Hidayat, D. R. (2019). Implementasi Teori Super pada Pelatihan Personal Branding Bagi Persiapan Pengembangan Karir Mahasiswa Tingkat Akhir 273 Program Layanan Bimbingan dan Konseling Karir untuk Mahasiswa Perguruan Tinggi. *Jurnal Psikologi Konseling*, 15(2). <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/Konseling/article/download/16197/12649>.
- Maslikhah, Hapsyah, D. R., Jabbar, A. A., & Hidayat, D. R. (2019). Implementasi Teori Donald E. Super Pada Program Layanan BK Karir di SMK. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 41(17), 7661–7680. <http://journal.unas.ac.id/ilmu-budaya/article/download/716/589>.
- Nurhudaya, N., & Budi Amin, A. (2018). Efektivitas Program Bimbingan Karir Berbasis Teori Super untuk Mengembangkan Identitas Vokasional Remaja. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Konseling: Jurnal Kajian Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan Konseling*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.26858/jpkk.v4i1.5725>.
- Salam, O. D. (2020). Personal Branding Digital Natives di Era Komunikasi Media Baru (Analisis Personal Branding di Media Sosial Instagram). *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2(1), 19–30. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v2i1.6070>.
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9.
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 30–38. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jkom/article/view/2654>.
- Sulaefi, S. (2017). Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Terhadap Disiplin Kerja Dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1). <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1212>.
- Syah, M. E. & Bantam, D. J. (2022). Konseling Kelompok Sebagai Mediator Hubungan Antara Tingkat Stres Akademik dengan School Well Being pada Siswa SMK Kelautan Kabupaten Gunungkidul di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Diversita*, 8 (2), 215–224.
- Wardani, A. F., & Syah, M. E. (2022). Gambaran Self Efficacy Mahasiswa Angkatan Pertama dalam Proses Penyusunan Skripsi.

Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi, 10(4),
671.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i4.8628>

- Winarsih, Baedhowi, & Bandi. (2014). Pengaruh Tenaga Kerja, Teknologi, Dan Modal Dalam Meningkatkan Produksi Di Industri Pengolahan Garam Kabupaten Pati. *Pendidikan Insan Mandiri*, 3, 88-98.
- Zipi, N. P., & Himam, F. (2014). Pengaruh Pelatihan Membangun Relasi Terhadap Peningkatan Kinerja Tim Karyawan Bpr X Yogyakarta. *Jurnal Intervensi Psikologi (JIP)*, 6(1), 39-50.
<https://doi.org/10.20885/intervensipsikologi.vol6.iss1>