

PENINGKATAN CYBER RELATIONS MELALUI INSTAGRAM SEBAGAI BAKAL PERSONAL BRANDING SISWA SMA N 7 BEKASI

Alifiah Ghaniyyu Widiyaningrum

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta

alifiah.ghaniyyu@mercubuana.ac.id

Abstract

In the era of rapid digitalization, social media, especially Instagram, has become the main platform for self-expression and social interaction, especially among teenagers and high school students. This phenomenon opens up opportunities for students to build self-image or personal branding. Students of SMA Negeri 7 Bekasi, as part of the digital generation, are highly exposed to social media, including Instagram, which is an important tool in forming and managing their personal branding. This personal branding not only reflects the image in the real world, but also includes their ability to manage their image in cyberspace. The importance of personal branding on Instagram is increasingly relevant for students of SMA Negeri 7 Bekasi, because it can affect their journey after graduation, such as scholarship selection, university admission, or the world of work. Having a positive personal branding in cyberspace is a significant added value. This community service program will be implemented with systematic training and evaluation methods to ensure that the objectives are achieved. This training aims to provide students with an understanding of the concept of personal branding and how to implement it on Instagram. It is hoped that students can recognize their potential, develop digital skills, and use Instagram to build strong and positive personal branding. This program aims to increase students' awareness of the importance of self-image in cyberspace and provide practical strategies to manage their digital reputation effectively.

Keywords: Cyber relations , Personal branding , Digital skills

Abstrak

Dalam era digitalisasi yang pesat, media sosial, terutama Instagram, menjadi platform utama untuk ekspresi diri dan interaksi sosial, khususnya di kalangan remaja dan siswa SMA. Fenomena ini membuka peluang bagi siswa untuk membangun citra diri atau personal branding. Siswa SMA Negeri 7 Bekasi, sebagai bagian dari generasi digital, sangat terpapar media sosial, termasuk Instagram, yang menjadi alat penting dalam membentuk dan mengelola personal branding mereka. Personal branding ini tidak hanya mencerminkan citra di dunia nyata, tetapi juga mencakup kemampuan mereka dalam mengelola citra di dunia maya. Pentingnya personal branding di Instagram semakin relevan bagi siswa SMA Negeri 7 Bekasi, karena dapat mempengaruhi perjalanan mereka setelah lulus, seperti seleksi beasiswa, penerimaan universitas, atau dunia kerja. Memiliki personal branding yang positif di dunia maya menjadi nilai tambah yang signifikan. Program pengabdian ini akan dilaksanakan dengan metode pelatihan dan evaluasi sistematis untuk memastikan tujuan tercapai. Pelatihan ini bertujuan memberikan pemahaman kepada siswa tentang konsep personal branding dan cara mengimplementasikannya di Instagram. Diharapkan siswa dapat mengenali potensi mereka, mengembangkan keterampilan digital, dan menggunakan Instagram untuk membangun personal branding yang kuat dan positif. Program ini bertujuan meningkatkan kesadaran siswa tentang pentingnya citra diri di dunia maya serta memberikan strategi praktis untuk mengelola reputasi digital mereka secara efektif.

Kata Kunci: Cyber relations , Personal branding , Keterampilan digital

Pendahuluan

Dalam menghadapi era digitalisasi yang terus berkembang pesat, media sosial menjadi aspek tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, menjadi sarana utama bagi ekspresi diri dan interaksi

*Correspondent Author: alifiah.ghaniyyu@mercubuana.ac.id

sosial. Di antara berbagai platform yang ada, Instagram muncul sebagai wadah utama bagi remaja, khususnya siswa SMA, untuk berbagi foto dan video serta membentuk identitas digital mereka. Fenomena ini membuka peluang baru dalam membentuk citra diri atau personal branding. Cyber Public Relations (Cyber PR) adalah upaya membangun dan memelihara hubungan baik dengan publik melalui media digital (Nurhana, 2023; SURYANINGSIH & Fathan, 2022) Di lingkungan SMA, Cyber PR dapat mencakup berbagai kegiatan, mulai dari komunikasi melalui media sosial, publikasi konten positif, hingga interaksi dengan komunitas online. Melalui Cyber PR yang efektif, siswa dapat membangun reputasi yang baik dan memperluas jaringan sosial mereka.

Personal branding adalah proses membangun dan mempromosikan citra diri yang unik dan positif (Juwito et al., 2022; Taufikurrahman et al., 2023). Bagi siswa SMA, personal branding melibatkan pengelolaan identitas online mereka untuk mencerminkan nilai, kepribadian, dan aspirasi mereka. Dengan personal branding yang kuat, siswa dapat menunjukkan kemampuan, prestasi, dan minat mereka, yang dapat membantu mereka dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk penerimaan di perguruan tinggi dan pencarian kerja di masa depan (Fitrianti et al., 2021; Permata, 2022; Watie & Erysyad, 2021). SMA Negeri 7 Bekasi, sebagai bagian dari generasi yang tumbuh dalam era digital, secara signifikan terpapar oleh media sosial, terutama Instagram. Dalam konteks ini, Peningkatan cyber relations di Instagram menjadi relevan sebagai alat untuk membangun dan mengelola personal branding mereka. Personal branding tidak lagi hanya terkait dengan citra di dunia nyata, melainkan juga sejauh mana mereka mampu memanfaatkan dan mengelola citra mereka di dunia maya.



Gambar 1 Aktifitas Siswa dalam Instagram

Pentingnya personal branding di dunia digital, terutama di Instagram, menjadi sangat krusial bagi siswa SMA Negeri 7 Bekasi. Hal ini tidak hanya berdampak pada aspek pribadi mereka, tetapi juga dapat mempengaruhi perjalanan mereka setelah lulus dari sekolah menengah atas. Di era di mana keberadaan daring menjadi pertimbangan dalam seleksi beasiswa, penerimaan universitas, atau bahkan dunia kerja, memiliki personal branding yang positif di dunia maya dapat menjadi nilai tambah yang signifikan.

Analisis Situasi dan Permasalahan Mitra

Situasi di SMA Negeri 7 Bekasi menunjukkan bahwa siswa-siswa terpapar secara intensif oleh media sosial, khususnya Instagram. Fenomena ini menciptakan kebutuhan akan pemahaman mendalam mengenai konsep personal branding, terutama karena dampaknya yang meluas dari

dunia maya hingga ke dunia nyata. Analisis situasi menyoroti bahwa siswa memiliki potensi besar dalam memanfaatkan Instagram sebagai alat untuk membangun citra diri positif. Namun, permasalahan yang muncul adalah kurangnya pemahaman tentang cara efektif mengelola personal branding di platform ini. Siswa mungkin belum memahami dampak jangka panjang dari aktivitas mereka di Instagram terhadap masa depan mereka, terutama terkait dengan keberhasilan dalam perjalanan akademis dan karir.

Tujuan Kegiatan dan Kaitannya dengan MBKM, IKU, dan Fokus Pengabdian

Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan evaluasi sistematis kepada siswa SMA Negeri 7 Bekasi, dengan fokus pada konsep personal branding melalui Instagram. Melalui kegiatan ini, diharapkan siswa dapat mengoptimalkan keberadaan mereka di dunia maya untuk menciptakan citra diri yang positif. Selain itu, program ini secara langsung mendukung pencapaian IKU dan fokus pengabdian dengan memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pengembangan aspek soft skills dan digital literacy.

Peta Jalan (Roadmap) PkM 5 Tahun ke Depan dan Sinergi dengan RIPkM UMB

Peta jalan pengabdian ini diarahkan pada peningkatan pemahaman siswa SMA Negeri 7 Bekasi tentang personal branding di Instagram. Dalam lima tahun ke depan, rencana pengabdian ini akan diintegrasikan dengan berbagai program pengembangan diri yang lebih luas. Sinergi dengan RIPkM UMB terlihat melalui fokus pada pengembangan bidang ekonomi dan belajar berwirausaha, menciptakan hubungan yang erat antara citra diri positif di dunia maya dan potensi kesuksesan dalam dunia bisnis. Dengan menetapkan bidang unggulan dan topik relevan dengan roadmap, PkM ini bertujuan untuk menjelaskan sinergi antar kelompok PkM, menciptakan solusi terpadu untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh siswa SMA Negeri 7 Bekasi terkait personal branding di era digital. Ini akan menjadi langkah konkret dalam mendukung perkembangan mereka tidak hanya sebagai individu, tetapi juga sebagai anggota masyarakat yang mampu berkontribusi secara positif.

Pengabdian ini dilakukan untuk memberikan pandangan terkait dengan siswa SMAN 7 Bekasi untuk mendeskripsikan peningkatan Cyber Relations Pada Media Sosial Sebagai Bakal Personal Branding Di SMAN 7 Bekasi. Dengan strategi yang tepat, media sosial bisa menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun personal branding yang kuat. Tetap konsisten, autentik, dan berfokus pada konten berkualitas untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

Berdasarkan masalah yang di ungkapkan pada latar belakang, maka dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

- 1) Sejauh mana pengetahuan dan pemahaman siswa SMAN 7 Bekasi mengenai pentingnya mempelajari *copy writing* dengan memanfaatkan digital marketing bagi usaha mereka?
- 2) Sejauh mana kemampuan siswa SMA N 7 Bekasi dalam mempraktikkan *personal branding* dalam *Personal Branding* dengan memanfaatkan media sosial?
- 3) Sejauh mana pengetahuan dan pemahaman siswa SMAN 7 Bekasi mengenai pentingnya dengan memanfaatkan media sosial bagi usaha mereka?
- 4) Sejauh mana kemampuan siswa SMAN 7 Bekasi dalam mempraktikkan Pembuatan konten wirausaha dalam memanfaatkan media social?



Gambar 2 Foto Sekolah SMAN 7 Kota Bekasi

Metode Pelaksanaan

Setelah melaksanakan kegiatan observasi awal di Sekolah SMAN 7 Bekasi didapatkan banyaknya siswa yang telah memanfaatkan media sosial sebagai kertrampilan dalam membuat konten untuk mempersiapkan personal branding sebagai pelajar. Banyak diantara pelajar yang berkontribusi secara langsung dalam membuat konten untuk keperluan tugas sekolah ataupun kegiatan sekolah. Membangun personal branding bagi pelajar melalui media sosial adalah langkah yang cerdas untuk meningkatkan profil pribadi dan profesional. Berikut adalah beberapa cara untuk melakukannya:

- 1) Tentukan Niche atau Topik Utama : Pilih bidang atau topik yang diminati dan kuasai. Misalnya, jika suka menulis, fokuslah pada konten tentang tips menulis, karya sastra, atau ulasan buku. Konsistensi dalam topik akan membantu membangun identitas yang jelas.
- 2) Buat Konten Berkualitas : Konten adalah kunci. Pastikan setiap postingan bermanfaat, informatif, dan menarik. Gunakan kombinasi teks, gambar, dan video untuk menjaga variasi dan meningkatkan keterlibatan.
- 3) Konsisten dalam Posting: Tentukan jadwal posting yang konsisten, misalnya sekali sehari atau beberapa kali seminggu. Konsistensi membantu pengikut tahu kapan mengharapkan konten baru.
- 4) Gunakan Platform yang Tepat: Pilih platform media sosial yang sesuai dengan tujuan dan audiens. Instagram dan TikTok cocok untuk konten visual dan video singkat, sementara LinkedIn lebih tepat untuk konten profesional.
- 5) Bangun Jaringan: Terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama. Ikuti akun-akun yang relevan, berpartisipasi dalam diskusi, dan jangan ragu untuk berkomentar atau berbagi konten mereka.
- 6) Berinteraksi dengan Pengikut: Jawab pertanyaan,anggapi komentar, dan hargai pengikut. Interaksi yang baik dapat meningkatkan loyalitas dan membuat pengikut merasa dihargai.
- 7) Gunakan Hashtag dengan Bijak Hashtag membantu meningkatkan visibilitas konten. Gunakan hashtag yang relevan dengan topik, tetapi jangan berlebihan. Beberapa hashtag populer dan beberapa yang lebih spesifik biasanya efektif.
- 8) Tampilkan Kepribadian: Biarkan kepribadian bersinar dalam setiap postingan. Orang lebih cenderung mengikuti akun yang terasa otentik dan manusiawi.
- 9) Pelajari dan Beradaptasi: Analisis kinerja postingan untuk melihat apa yang bekerja dan apa yang tidak. Gunakan insight dari media sosial untuk menyesuaikan strategi.

- 10) Jaga Etika dan Integritas: Selalu berpegang pada etika dan jaga integritas dalam setiap konten yang Anda buat. Hindari konten negatif atau yang dapat merusak reputasi.

Tema dari kegiatan ini adalah kegiatan motivasi pengetahuan dan pemahaman siswa SMAN 7 Bekasi mengenai pentingnya Penyuluhan Implementasi Cyber Relations Pada Media Sosial Sebagai Bakal Personal Branding Di SMAN 7 Bekasi. Kami menggunakan tema ini karena kami ingin memberikan bagaimana Implementasi Cyber Relations Pada Instagram Sebagai Bakal Personal Branding Siswa SMA N 7 Bekasi.

Bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan berupa :

- 1) Pelatihan Pemberian materi tentang pentingnya personal branding Pemberian materi tentang pentingnya profesional image dalam peluang usaha.
- 2) Evaluasi dalam melakukan dampak pelatihan Metode: Penggunaan kuesioner dan alat evaluasi, analisis perubahan dalam metode pengajaran, tanya jawab strategi komunikasi dalam Digital Branding dan Evaluasi
- 3) Pengembangan. Penenrapan dalam pembelajaran : Mengajak guru untuk mendukung mengikuti konsep personal

Branding dalam media sosial. Pemantauan dan Umpan balik berkelanjutan: Melakukan pemantauan berkelanjutan. Melakukan kegiatan kolaborasi, dan melakukan pertimbangan pelatihan Tingkat lanjut Dengan mengadopsi pendekatan ini, pelatihan personal branding di SMAN 7 Bekasi dapat dijalankan dengan efisiensi yang tinggi, memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi seluruh komunitas Pendidikan. Pendekatan efisien ini melibatkan desain program pelatihan yang terstruktur dan relevan dengan kebutuhan peserta, mengintegrasikan materi yang dapat diterapkan dalam konteks pengajaran sehari-hari. Kegiatan dilaksanakan secara tatap muka (luring) di Sekolah SMAN 7 Bekasi yang terletak di Jalan Lingkar Tata Kota kecamatan Jatisampurna Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat dengan tema “Meningkatkan Kesadaran Lingkungan melalui Pelatihan Public Speaking bagi siswa SMAN 7 Bekasi”. Kegiatan berlangsung selama 1 (satu) hari yaitu pada hari Rabu, 31 Januari 2024, pukul 09.00 sampai dengan 13.00 WIB, Khalayak sasaran adalah siswa SMAN 7 Bekasi kelas 12 sebanyak 35 siswa serta para guru SMAN 7 Bekasi.

Pelatihan Pemberian materi tentang pentingnya personal branding

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program. Pihak SMAN 7 Kota Bekasi menyambut baik kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh dosen-dosen dari Universitas Mercu Buana. Bentuk partisipasi yang diberikan adalah menyiapkan peserta yaitu siswa, tempat dan kebutuhan dalam kelas. Dengan adanya kontribusi dari pihak Sekolah, maka kegiatan dapat berjalan dengan baik dan lancar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan metode : Penyampaian materi,Praktik konten personal branding, Diskusi dan tanya jawab, Game

Evaluasi dalam melakukan dampak pelatihan. Mekanisme Evaluasi Kegiatan

- 1) Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pre dan post-test terkait materi dan pelaksanaan kegiatan.
- 2) Kuesioner evaluasi pelaksanaan kegiatan dengan tema “Penyuluhan Implementasi Cyber Relations Pada Media Sosial Sebagai Bakal Personal Branding Di SMAN 7 Bekasi” diberikan setelah kegiatan selesai.
- 3) Hasil dari evaluasi adalah para peserta atau siswa merasa perlu dilaksanakan kegiatan lanjutan, peserta menyampaikan bahwa pelatihan seperti ini sangat bermanfaat dan mengharapkan agar kegiatan dan materi ini juga diberikan kepada adik-adik kelasnya agar mempunyai kesadaran lingkungan yang tinggi dan juga mempunyai keahlian personal branding, guna meningkatkan skill siswa.

Peran dan tugas dari masing-masing anggota tim sesuai dengan kompetensinya dan penugasan mahasiswa.

Nama	Posisi dalam Tim	Peran dan Tugas
Alifiah Ghaniyyu W	Ketua	Memberikan materi
Dewi Ambarsari	Anggota	Moderator dan tanya jawab
Yutta Kezia Mourine	Mahasiswa	Dokumentasi dan Publikasi
Shifa Nuraini Madinna Putri	Mahasiswa	Registrasi dan Desain

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan secara tatap muka di lingkungan sekolah SMAN 7 Bekasi berlangsung dengan lancar dan sukses. Pertemuan ini dirancang dengan baik oleh tim dari Universitas Mercu Buana bekerja sama dengan pihak Sekolah SMAN 7 Bekasi. Acara dimulai dengan sambutan dari Sekretaris Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Kepala Sekolah SMAN 7 Bekasi, yang memberikan kata pengantar dan motivasi kepada para peserta. Setelah pembukaan, kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh narasumber ahli di bidang komunikasi digital. Narasumber memberikan penyuluhan yang mendalam tentang "Peningkatan Cyber Relations pada Media Sosial sebagai Dasar Personal Branding di SMAN 7 Bekasi." Materi yang disampaikan mencakup pentingnya membangun personal branding melalui media sosial, teknik-teknik untuk meningkatkan profil pribadi dan profesional, serta strategi untuk memanfaatkan media sosial secara efektif.

Acara ini diadakan di ruang kelas SMAN 7 Bekasi pada hari Senin, 29 Januari 2024, dari pukul 09.00 hingga 13.00 WIB. Kegiatan ini diikuti oleh 35 siswa kelas 12 yang menunjukkan antusiasme tinggi sepanjang acara. Pokok bahasan yang disampaikan berkaitan dengan pentingnya pengetahuan mendalam tentang membangun personal branding melalui media sosial sebagai langkah strategis untuk meningkatkan profil pribadi dan profesional.

Antusiasme peserta sangat tinggi, dengan 90% siswa menyadari pentingnya memiliki pengetahuan mendalam tentang penggunaan media sosial. Mereka menganggap keterampilan ini penting dalam membuat konten untuk membangun personal branding sebagai pelajar. Sesi diskusi yang interaktif memungkinkan siswa untuk bertanya langsung kepada narasumber mengenai berbagai aspek dari topik yang dibahas. Selain itu, sesi praktik memberikan kesempatan bagi siswa untuk mempraktikkan teknik-teknik yang telah dipelajari secara langsung.

Siswa merasa terbantu karena memperoleh pengetahuan baru mengenai personal branding dan teknik komunikasi yang dapat diterapkan baik di lingkungan sekolah maupun di luar sekolah.



Gambar 3 Pendapat siswa pentingnya personal branding

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat dan memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan digital dan kesadaran akan pentingnya citra diri di dunia maya. Dengan demikian, kegiatan PkM ini berhasil mencapai tujuannya untuk memberikan wawasan dan keterampilan praktis kepada siswa dalam mengelola reputasi digital mereka secara efektif.

Jenis luaran pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat kali ini berupa publikasi di surat kabar dan youtube.

- Pemberitaan kegiatan yang dipublikasikan pada surat kabar: https://wahananews.co/edukasi/pengabdian-dosen-fikom-meningkatkan-potensi_siswa-sma-7-bekasi-dengan-kreativitas-teknologi-hAg31X96F7
- Youtube: <https://youtu.be/2m2mJuzmOGU>

Kesimpulan dan Saran

Peningkatan cyber relations melalui Instagram sebagai bakal personal branding bagi siswa SMA Negeri 7 Bekasi telah menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan oleh tim dari Universitas Mercu Buana berhasil memberikan pemahaman mendalam dan keterampilan praktis mengenai pentingnya personal branding di era digital. Dalam acara yang berlangsung pada hari Senin, 29 Januari 2024, dari pukul 09.00 hingga 13.00 WIB di ruang kelas SMAN 7 Bekasi, diikuti oleh 35 siswa kelas 12, peserta mendapatkan pengetahuan tentang bagaimana memanfaatkan Instagram untuk membangun dan mengelola personal branding mereka. Materi yang disampaikan oleh narasumber ahli di bidang komunikasi digital mencakup teknik-teknik untuk meningkatkan profil pribadi dan profesional, serta strategi untuk memanfaatkan media sosial secara efektif. Antusiasme tinggi ditunjukkan oleh para siswa, dengan 90% peserta menyadari pentingnya memiliki pengetahuan mendalam tentang penggunaan media sosial untuk personal branding. Sesi diskusi interaktif dan praktik langsung memberikan kesempatan bagi siswa untuk bertanya dan mempraktikkan teknik-teknik yang dipelajari, meningkatkan pemahaman mereka tentang topik yang dibahas. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif yang nyata. Siswa merasa terbantu dengan pengetahuan baru yang diperoleh mengenai personal branding dan teknik komunikasi yang dapat diterapkan di lingkungan sekolah maupun di luar sekolah. Selain itu, mereka menganggap keterampilan ini penting dalam membuat konten untuk membangun personal branding sebagai pelajar. Dengan demikian, kegiatan PkM ini telah mencapai tujuannya untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan siswa dalam mengelola reputasi digital mereka secara efektif. Implementasi cyber relations di Instagram sebagai alat untuk personal branding menjadi langkah strategis yang penting bagi siswa SMA Negeri 7 Bekasi dalam menghadapi tantangan di dunia akademis dan profesional di masa depan. Hasil kegiatan ini juga diharapkan dapat berkelanjutan dengan adanya pelatihan lanjutan dan kolaborasi yang lebih erat antara sekolah dan pihak universitas. Penggunaan media sosial sebagai alat untuk membangun personal branding yang kuat dan positif akan menjadi nilai tambah yang signifikan bagi siswa dalam perjalanan akademis dan karir mereka di masa depan.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Mercu Buana Jakarta atas hibah yang telah diberikan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini. Hibah ini sangat berperan penting dalam keberhasilan kegiatan kami, yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa SMA Negeri 7 Bekasi dalam membangun personal branding melalui media sosial, khususnya Instagram. Dukungan yang diberikan oleh LPPM Universitas Mercu Buana Jakarta memungkinkan kami untuk melaksanakan program ini dengan baik, menyediakan materi yang relevan, serta melibatkan narasumber yang kompeten di bidang komunikasi digital. Kami berharap bahwa hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang

berkelanjutan bagi siswa, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dan mendukung pencapaian tujuan pendidikan di era digital.

Referensi

- Fitrianti, A., Watie, E. D. S., & Ersyad, F. A. (2021). Personal Branding Mahasiswa Ilmu Komunikasi Usm Geri Da Pinto Pada Akun Creator Tiktok@ Omagaaakkk. In ... usm. ac. id, diakses pada tanggal academia.edu. <https://www.academia.edu/download/93918701/478470073.pdf>
- Juwito, J., Achmad, Z. A., Kaestiningtyas, I., & ... (2022). Public speaking and personal branding skills for student organization managers at Dharma Wanita High School Surabaya. *Journal of ...* <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jcse/article/view/18596>
- Nurhana, M. (2023). Internet dan Public Relations. *repo.unida.gontor.ac.id*. <http://repo.unida.gontor.ac.id/3079/>
- Permata, S. (2022). Pembinaan Strategi Personal Branding Melalui Kegiatan Public Speaking Bagi Siswa SMKN 49 Jakarta Utara. In IKRA-ITH ABDIMAS. *ojs.upi-yai.ac.id*. <https://ojs.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/1564/1282>
- SURYANINGSIH, F. A., & Fathan, F. (2022). Cyber Branding Uin Raden Mas Said Surakarta Melalui Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *eprints.iain-surakarta.ac.id*. http://eprints.iain-surakarta.ac.id/3226/1/Full Teks_171211030.docx.pdf
- Taufikurrahman, T., Juwito, J., & ... (2023). Organizational Management and Public Speaking Training for Student Organization Managers PGRI 1 Junior High School, Buduran, Sidoarjo. *Nusantara Science* <http://www.nstproceeding.com/index.php/nuscientech/article/view/947>
- Watie, E. D. S., & Ersyad, F. A. (2021). Personal Branding Mahasiswa Ilmu Komunikasi Usm Geri Da Pinto Pada Akun Creator Tiktok@ Omagaaakkk. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*. <https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/view/3483>