

# 3792\_Galley.pdf

*by* redaksi abdimaspatikala

---

**Submission date:** 18-Nov-2025 04:30PM (UTC+0800)

**Submission ID:** 2819349585

**File name:** 3792\_Galley.pdf (1.46M)

**Word count:** 3095

**Character count:** 20926

## PERSONAL BRANDING PENDIDIK TARI DALAM PEMBERDAYAAN KOMUNITAS SENI SEBAGAI PEWARIS BUDAYA

Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana  
[alifiah.ghaniyyu@mercubuana.ac.id](mailto:alifiah.ghaniyyu@mercubuana.ac.id)

### Abstract

Dance education plays an important role in preserving traditional culture, but many dance educators have not maximized the potential of personal branding to enhance their image and promote their work. Therefore, this activity aims to provide training on the importance of personal branding to dance educators in an effort to empower the arts community and preserve culture. This activity is carried out through a training and mentoring approach in building personal branding using social media. The method used is practice-based training involving sessions on the introduction of personal branding concepts, social media content creation, as well as simulations and role-playing. This activity was held on March 14, 2024, at the Ayodya Pala Foundation, Depok, and was attended by 25 dance educators who were divided into small groups for discussion and hands-on practice. Participants were given material on how to build a strong self-image through social media platforms, especially Instagram. The results of the activity showed that 85% of participants were very satisfied with the interactive and practical delivery of the material. A total of 90% of participants reported an increase in their understanding and confidence in managing their personal branding through social media. Participants also showed great enthusiasm for the importance of using digital technology to promote their artwork and enhance their role as cultural preservers.

**Keywords:** Interpersonal Communication, Personal Branding, Community Empowerment, Art Education, Cultural Preservation

### Abstrak

Pendidikan seni tari memiliki peran penting dalam pelestarian budaya tradisional, namun banyak pendidik tari yang belum memaksimalkan potensi personal branding untuk meningkatkan citra diri dan mempromosikan karya mereka. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan mengenai pentingnya personal branding kepada pendidik tari dalam upaya pemberdayaan komunitas seni dan pelestarian budaya. Kegiatan ini dilakukan melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan dalam membangun personal branding menggunakan media sosial. Metode yang digunakan adalah pelatihan berbasis praktik yang melibatkan sesi pengenalan konsep personal branding, pembuatan konten media sosial, serta simulasi dan role-playing. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 14 Maret 2024 di Yayasan Ayodya Pala, Depok, diikuti oleh 25 pendidik tari yang dibagi menjadi kelompok kecil untuk diskusi dan praktik langsung. Peserta diberikan materi tentang cara membangun citra diri yang kuat melalui platform media sosial, khususnya Instagram. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 85% peserta merasa sangat puas dengan metode penyampaian materi yang interaktif dan praktis. Sebanyak 90% peserta melaporkan peningkatan pemahaman dan kepercayaan diri dalam mengelola personal branding mereka melalui media sosial. Peserta juga menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap pentingnya penggunaan digital untuk mempromosikan karya seni dan meningkatkan peran mereka sebagai pelestari budaya.

**Kata Kunci:** Komunikasi Interpersonal, Personal Branding, Pemberdayaan Komunitas, Pendidikan seni, Pelestarian Budaya

### Pendahuluan

Pendidik tari memiliki posisi strategis dalam menjaga keberlangsungan seni dan budaya tradisional Indonesia. Namun, peran tersebut sering kali tereduksi hanya pada fungsi teknis sebagai

\*Correspondent Author: [alifiah.ghaniyyu@mercubuana.ac.id](mailto:alifiah.ghaniyyu@mercubuana.ac.id)

pengajar gerak tari, sehingga kontribusi mereka sebagai agen pelestari budaya tidak memperoleh pengakuan yang semestinya. Kondisi ini terlihat di lingkungan Yayasan Ayodya Pala, sebuah komunitas seni yang telah lama berkomitmen terhadap pelestarian tari tradisional, tetapi pendidiknya masih menghadapi rendahnya visibilitas publik dan legitimasi profesional (Hidayat, 2022). Fenomena ini menunjukkan bahwa aspek personal branding belum dikelola secara optimal oleh para pendidik tari.

Kurangnya pemahaman mengenai personal branding berdampak pada dua isu utama. Pertama, rendahnya apresiasi masyarakat terhadap profesi pendidik seni karena tidak adanya citra profesional yang kuat. Kedua, melemahnya daya tarik generasi muda terhadap seni tari tradisional karena pendidik tidak tampil sebagai figur inspiratif yang relevan dengan konteks digital saat ini. Padahal, personal branding yang konsisten dan autentik terbukti dapat memperkuat identitas profesional dan jejaring sosial, serta meningkatkan legitimasi budaya seorang pendidik (Kim, 2020).

Di era digital, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi arena penting pembentukan citra diri. Namun banyak pendidik tari masih memiliki keterbatasan dalam literasi digital, terutama pada keterampilan produksi konten, pemahaman algoritma, dan narasi visual. Akibatnya, seni tari tradisional menjadi kurang kompetitif dibandingkan konten budaya populer yang lebih modern dan mudah dikonsumsi masyarakat (Sutanto & Sari, 2024). Tidak optimalnya personal branding di ranah digital bukan hanya persoalan kapasitas individu, tetapi juga ancaman bagi keberlangsungan seni tradisional dalam ekosistem budaya kontemporer (Wibowo, 2023).

Secara teoretis, persoalan ini dapat dijelaskan melalui konsep *presentation of self* dari Goffman (1959), yang menekankan bahwa individu perlu mengelola impresi sosial guna memperoleh pengakuan dan legitimasi. Dalam konteks pendidik tari, kemampuan menampilkan citra diri profesional bukan sekadar strategi komunikasi, tetapi juga representasi nilai budaya yang mereka warisi. Selaras dengan pemikiran Bourdieu (1986), personal branding dapat dipahami sebagai modal simbolik yang memperkuat posisi sosial pendidik dalam komunitas seni dan masyarakat luas.

Urgensi penguatan personal branding semakin kuat ketika dikaitkan dengan agenda pembangunan global. Pelestarian seni tari tradisional merupakan bagian dari upaya mencapai SDGs, khususnya Tujuan 4 (Quality Education) dan Tujuan 11 (Sustainable Cities and Communities), yang menekankan pentingnya pendidikan berkualitas dan pelestarian warisan budaya (United Nations, 2015). Selain itu, dalam konteks nasional, penguatan kapasitas pendidik tari mendukung implementasi kebijakan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) yang menekankan kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat berbasis proyek (Kemendikbud, 2020).



**Gambar 1:** IKU Perguruan Tinggi  
(Sumber: Daya & Diktiristek, 2021; SEVIMA, 2020)

Dengan demikian, permasalahan yang dihadapi pendidik tari di Yayasan Ayodya Pala mencerminkan isu yang lebih luas dalam perkembangan seni dan pendidikan di Indonesia. Lemahnya personal branding tidak hanya membatasi pengakuan atas profesi pendidik tari, tetapi juga menghambat pemberdayaan komunitas seni dan keberlanjutan budaya. Intervensi melalui pelatihan dan pendampingan personal branding berbasis literasi digital menjadi kebutuhan yang mendesak agar pendidik tari mampu berperan optimal sebagai pewaris budaya dan motor penggerak komunitas seni di era modern.

### Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan di Yayasan Ayodya Pala, sebuah komunitas seni yang berfokus pada pelestarian dan pengembangan seni budaya tradisional Indonesia dibangun melalui tiga fase utama yang bersinergi guna memastikan efektivitas program: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi & tindak lanjut.

#### 1. Fase persiapan

Pada fase persiapan, tim pelaksana melakukan analisis kebutuhan melalui survei awal dan diskusi kelompok dengan para pendidik tari serta pemangku komunitas. Data kebutuhan ini kemudian digunakan untuk merancang modul pelatihan yang relevan dengan kondisi lokal dan perkembangan digital terkini. Sejalan dengan pendekatan penelitian partisipatif yang menekankan kolaborasi dengan komunitas sebagai mitra aktif, kami menyandarkan design ini pada konsep community engaged methods yang menunjukkan pentingnya inklusi komunitas sedari awal (Sankofa, Daly, & Falkenburger, 2024).

#### 2. Fase pelaksanaan

Selanjutnya, fase pelaksanaan mencakup rangkaian workshop intensif yang meliputi: (1) pelatihan personal branding dan storytelling budaya, (2) praktik produksi konten digital (video, foto, caption) untuk platform media sosial, dan (3) simulasi serta role-play komunikasi publik pendidik tari. Pelatihan dilaksanakan secara interaktif dengan metode blended learning (tatap muka dan daring), serta diperkaya dengan mentoring dan peer-review antar peserta. Pendekatan ini didukung oleh literatur mengenai desain metode campuran (mixed methods) yang menunjukkan bahwa penggabungan kuantitatif dan kualitatif mampu memperkuat implementasi program berbasis pendidikan inklusif (Thomas et al., 2024).

#### 3. Fase evaluasi

Pada fase evaluasi dan tindak lanjut, kami menerapkan instrumen evaluasi sebelum (pre-test) dan sesudah (post-test) untuk mengukur peningkatan kemampuan personal branding dan literasi digital peserta. Selain itu, dilakukan penilaian portofolio peserta, wawancara mendalam, dan refleksi kelompok sebagai bagian dari triangulasi data guna memperkuat validitas temuan. Pendekatan ini sejalan dengan kajian tentang pelibatan komunitas dalam pengumpulan dan analisis data yang menunjukkan bahwa keterlibatan aktif komunitas mampu meningkatkan rasa memiliki dan keberlanjutan program (Palinkas et al., 2025).

Untuk memastikan keberlanjutan, kegiatan dilengkapi dengan roadmap mentoring selama 12 bulan ke depan, pembentukan forum komunitas pendidik tari, dan integrasi hasil pelatihan ke dalam kegiatan rutin sanggar atau yayasan mitra. Penguatan jejaring dan kolaborasi ini penting agar hasil pelatihan tidak berhenti pada saat program selesai, melainkan bermuara pada pemberdayaan berkelanjutan dan transformasi kapasitas komunitas sebuah komponen yang banyak ditekankan dalam literatur pemberdayaan komunitas (Heaton et al., 2024).



**Gambar 2.** Tahapan Kegiatan

### Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat mengenai personal branding bagi pendidik tari di Yayasan Ayodya Pala menghasilkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta terkait pengelolaan citra diri profesional di era digital. Workshop yang dilakukan secara interaktif memberikan ruang bagi para pendidik tari untuk memahami konsep personal branding, mulai dari kesadaran diri mengenai identitas budaya yang mereka representasikan hingga kemampuan mengomunikasikan nilai tersebut melalui berbagai platform digital. Antusiasme peserta terlihat sejak awal kegiatan, sebagaimana tergambar pada Gambar 3 yang menunjukkan aktivitas para pendidik tari saat mengajar, yang menjadi titik awal refleksi mengenai bagaimana peran mereka dapat ditingkatkan melalui personal branding yang lebih kuat.



**Gambar 3** Aktifitas pendidik tari dalam mengajar

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menerapkan prinsip-prinsip personal branding secara langsung melalui praktik pembuatan konten digital. Dalam sesi pelatihan produksi konten, peserta menghasilkan berbagai bentuk karya seperti foto, video, dan caption yang merefleksikan karakter personal dan nilai budaya yang mereka ajarkan. Proses hands-on training ini menjadi titik penting karena membantu peserta mengatasi hambatan teknis yang sebelumnya mereka hadapi dalam memanfaatkan media sosial, terutama terkait ketidakpercayaan diri dan

keterbatasan literasi digital. Pada tahap ini, Gambar 4 yang memperlihatkan narasumber saat menyampaikan materi menggambarkan dinamika penyampaian pengetahuan yang interaktif dan responsif terhadap kebutuhan peserta. Selain itu, kegiatan simulasi dan role-play dalam komunikasi publik membantu peserta meningkatkan kemampuan berbicara di hadapan audiens, menyampaikan narasi budaya, serta memperkenalkan diri sebagai pendidik tari yang profesional dan berkomitmen terhadap pelestarian seni tradisional.



**Gambar 4** Narasumber memaparkan materi  
(Sumber : Tim PKM 2025)

Diskusi kelompok yang menjadi bagian dari kegiatan menghasilkan pertukaran pengalaman yang kaya antara peserta, di mana mereka saling membagikan tantangan dan strategi dalam mengembangkan personal branding. Pertukaran ini tampak dalam Gambar 5 yang menampilkan proses tanya jawab antara peserta dan pemateri, memperlihatkan bagaimana interaksi dua arah membantu memperluas pemahaman peserta mengenai strategi komunikasi yang efektif. Beberapa peserta mengakui bahwa sebelum mengikuti kegiatan, mereka belum memahami pentingnya membangun citra profesional secara daring, namun setelah workshop berlangsung, mereka mulai menyadari bahwa personal branding bukan sekadar pencitraan, tetapi juga bentuk tanggung jawab budaya untuk memastikan seni tari tradisional tetap relevan bagi generasi muda. Peserta juga menunjukkan perkembangan dalam kemampuan refleksi diri, terlihat dari perbaikan narasi bio, konsistensi tema visual, serta keberanian menampilkan proses kreatif mereka di media sosial.

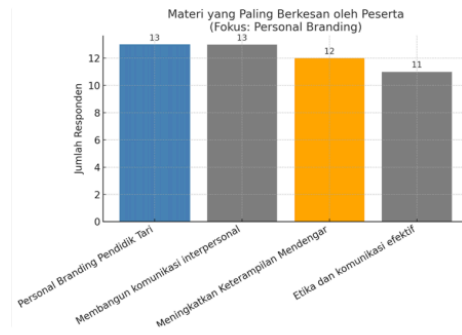


**Gambar 5.** Proses Tanya Jawab  
Sumber : Tim PKM 2025

Di sisi lain, hasil evaluasi internal menunjukkan peningkatan motivasi serta kepercayaan diri peserta dalam mengelola akun media sosial sebagai sarana profesional. Peserta merasa pelatihan membantu mereka memahami strategi membangun audiens, membuat konten yang menarik, serta

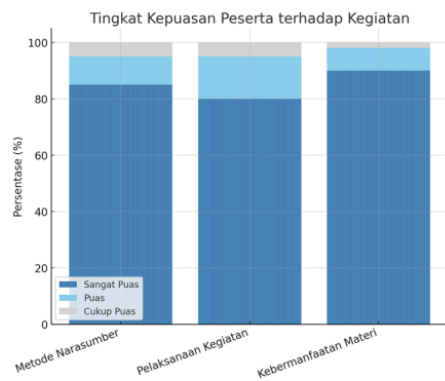


menjaga reputasi positif di ruang digital. Temuan ini didukung oleh visualisasi hasil evaluasi pada Gambar 6 terkait evaluasi materi paling diminati peserta yang menunjukkan personal branding tari dan membangun komunikasi interpersonal lebih dominan dibandingkan yang lainnya.



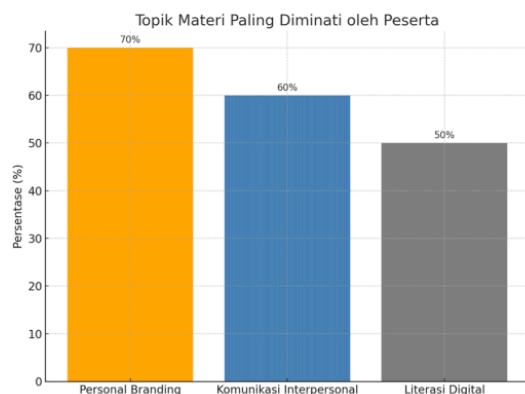
**Gambar 6.** Grafik evaluasi materi paling diminati Peserta  
(Sumber : PKM 2025)

Sedangkan pada tingkat kepuasan peserta terhadap kegiatan pengabdian menunjukkan sangat puas pada masing-masing indikator yaitu terkait metode narasumber dalam menyampaikan materi, pelaksanaan kegiatan, dan kebermanfaatan materi kegiatan yang ditunjukkan pada Gambar 7.



**Gambar 7.** Tingkat kepuasan peserta terhadap kegiatan  
(Sumber : PKM 2025)

Selanjutnya pada monitoring kepuasan topik materi yang diminati oleh peserta kegiatan PkM menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa sebagian besar peserta menilai materi personal branding sebagai yang paling menarik, relevan, dan bermanfaat. Selain itu, pendekatan monitoring dan umpan balik yang dilakukan tim PkM memperkuat kemampuan peserta dalam memperbaiki kualitas konten, baik dari sisi estetika, teknik penyuntingan, maupun pesan budaya yang ingin disampaikan. Hal ini tercermin dari perubahan signifikan pada portofolio digital peserta yang mulai menunjukkan konsistensi branding dan kreativitas dalam penyajian karya seni tari.



**Gambar 8.** Topik Materi Paling diminati peserta  
(Sumber : Tim PKM 2025)

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis dalam personal branding, tetapi juga berdampak pada cara pandang peserta terhadap peran mereka sebagai pendidik seni dan pelestari budaya. Para pendidik tari mulai menyadari bahwa mereka memiliki potensi besar untuk menjadi figur publik yang dapat menginspirasi generasi muda melalui media digital. Hasil kegiatan ini memperlihatkan bahwa penguatan personal branding mampu meningkatkan daya saing pendidik tari di era modern, memperluas jaringan profesional mereka, serta memperkuat posisi komunitas seni tradisional di ruang publik digital. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan dampak positif yang nyata, baik secara individual maupun kolektif, bagi pendidik tari dan komunitas seni yang mereka wakili.

Hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang menunjukkan peningkatan literasi digital dan personal branding di antara pendidik tari mencerminkan temuan dalam pengabdian seni kontemporer, di mana pelatihan digitalisasi dapat memperkuat posisi ekonomi dan kultural komunitas seni tradisional (Hikmah, Nurdiana, & Indriyani, 2025). Dalam studi di Kalimantan Selatan, misalnya, pelatihan digitalisasi tari kolaboratif tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis warga seniman, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif komunitas melalui pemasaran digital.

Kemampuan peserta untuk menghasilkan konten visual berupa foto dan video yang mencerminkan identitas budaya mencerminkan kekuatan modal digital sebagai elemen penting dalam branding pribadi. Penelitian terbaru oleh Martiyani (2024) menegaskan bahwa modal digital termasuk keterampilan produksi konten dan jaringan komunitas merupakan fondasi penting dalam pembangunan personal brand di kalangan komunitas seni (dalam konteks seniman lukis, tetapi relevansinya kuat untuk pendidik tari).

Lebih jauh, transformasi cara pandang pendidik tari terhadap peran mereka sebagai agen pelestarian budaya sejalan dengan gagasan pemberdayaan masyarakat melalui kreativitas digital. Lestari dan Persada (2024) mengemukakan bahwa pendidikan sosial yang dipadukan dengan kreativitas digital dapat memperkuat literasi digital sekaligus membangun jejaring sosial-ekonomi komunitas, mendukung daya tahan budaya di tengah transformasi digital. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan personal branding tidak hanya soal citra, tetapi juga tanggung jawab sosial budaya.

Temuan bahwa peserta semakin percaya diri berbicara di depan publik dan menyampaikan narasi budaya melalui simulasi dan role-play juga dapat dikaitkan dengan teori experiential learning modern, di mana pengalaman langsung (melalui praktik dan simulasi) menjadi sarana efektif dalam menginternalisasi nilai dan keterampilan (Kolb, dalam literatur terkait). Pendekatan model



pembelajaran ini mirip dengan intervensi pendidikan seni berbasis masyarakat yang berkontribusi pada transformasi identitas melalui partisipasi aktif (misalnya dalam komunitas seni anak-anak) sebagaimana dilaporkan di komunitas Rumah Kreatif Tambak Bayan.

Lebih dari itu, peningkatan kepercayaan diri peserta dalam mengelola akun media sosial profesional mencerminkan perkembangan identitas digital yang strategis. Dalam konteks seni budaya, strategi personal branding melalui media sosial seperti Instagram merupakan alat penting untuk membangun visibilitas dan legitimasi (UNIKOM, 2024). Hal ini konsisten dengan praktik komunitas kesenian di Desa Barepan, di mana pelatihan media sosial menekankan konsistensi konten, penjadwalan unggahan, dan penggunaan tagar untuk memperkuat identitas digital kelompok seni.

Secara kolektif, hasil kegiatan PkM menunjukkan bahwa intervensi berbasis pemberdayaan digital dapat memperkuat posisi pendidik tari sebagai figur profesional dan representatif budaya. Dengan modal digital yang semakin matang, mereka tidak hanya mampu mengkomunikasikan identitas budaya, tetapi juga membangun jaringan dan audiens yang lebih luas. Temuan ini memperkuat gagasan bahwa personal branding dalam konteks seni tradisional bukan sekadar upaya pemasaran diri, tetapi bagian dari strategi pelestarian budaya yang adaptif dan berkelanjutan di era digital.

### Kesimpulan dan Saran

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat mengenai penguatan personal branding pendidik tari di Yayasan Ayodya Pala menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital, kemampuan komunikasi publik, dan keterampilan produksi konten mampu memperkuat peran pendidik sebagai agen pelestari budaya sekaligus figur profesional yang relevan di era digital. Untuk menjaga keberlanjutan hasil kegiatan, pendidik disarankan untuk menerapkan strategi konten secara konsisten, membangun jejaring dengan komunitas seni lain, serta mengikuti pelatihan lanjutan berbasis digital marketing maupun storytelling budaya. Implikasi dari kegiatan ini menegaskan bahwa personal branding bukan hanya sarana pengembangan diri, tetapi juga instrumen pemberdayaan komunitas seni yang dapat meningkatkan visibilitas budaya, memperkuat identitas profesional pendidik, dan mendukung keberlanjutan seni tari tradisional dalam ekosistem digital yang semakin kompetitif.

### 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 komunitas yayasan Ayodya Pala Center Art dalam Personal Branding Pendidik Tari dalam Pemberdayaan Komunitas Seni sebagai Pewaris Budaya. 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

- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood.
- Daya, D. S., & Dikristek, D. (2021). *Pedoman program talenta*. Kemdikbudristek.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Heaton, L., Williams, J., & Carter, S. (2024). Community empowerment frameworks: Sustaining grassroots capacity in digital culture programs. *Journal of Community Development*, 59(2), 145–162.

- Hidayat, R. (2022). Personal branding pendidik seni dalam perspektif komunikasi budaya. *Jurnal Komunikasi dan Seni*, 14(2), 45–57.
- Kemendikbud. (2020). *Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Kim, Y. (2020). The role of personal branding in the creative industries. *Journal of Cultural Studies*, 32(1), 78–92. <https://doi.org/10.1080/xxxx>
- Palinkas, L., Morgan, C., & Randall, S. (2025). Participatory approaches in community-based data evaluation. *International Journal of Participatory Research*, 11(1), 33–52.
- Sankofa, K., Daly, L., & Falkenburger, E. (2024). Community-engaged methods for inclusive learning design. *Journal of Participatory Education*, 18(1), 22–39.
- SEVIMA. (2020). Inilah 8 sumber data pelaporan Indikator Kinerja Utama (IKU) Perguruan Tinggi. <https://sevima.com/inilah-8-sumber-data-pelaporan-indikator-kinerja-utama-iku-perguruan-tinggi/>
- Sutanto, A., & Sari, D. (2024). Digital branding strategy for traditional art educators in Indonesia. *International Journal of Media and Communication*, 5(1), 112–129.
- The Sustainable Development Goals Report. (2020). United Nations. <https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/>
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Wibowo, A. (2023). Tantangan pelestarian budaya di era digital: Studi kasus komunitas seni tradisional. *Jurnal Kebudayaan Indonesia*, 18(3), 201–218.

## ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas PGRI Semarang Student Paper	1 %
2	abditekper.uho.ac.id Internet Source	1 %
3	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet Source	<1 %
4	jos.unsoed.ac.id Internet Source	<1 %
5	simpultumbuh.uii.ac.id Internet Source	<1 %
6	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
7	ebin.pub Internet Source	<1 %
8	ejournal.undiksha.ac.id Internet Source	<1 %
9	es.scribd.com Internet Source	<1 %
10	jurnal.umus.ac.id Internet Source	<1 %
11	Hurriyati Ratih, Tjahjono Benny, GafarAbdullah Ade, Sulastri, Lisnawati.	<1 %

# "Advances in Business, Management and Entrepreneurship", CRC Press, 2020

Publication

---

---

Exclude quotes	Off	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	On		