



Pentingnya Personal Branding: Pembekalan Siswa-Siswi SMK Telekomunikasi Telesandi dalam Menyambut Dunia Kerja

Dea Wemona Rahma^{1*}, Trimalda Nur Fitriati², Reza Ramadani Firman³, Khansa Tanaya Putri Daryatmo⁴, Reza Mohammad Rifky⁵, Najwa Aisyah⁶, Nadine Charista Wibowo⁷

^{1, 4, 5}Sistem Informasi, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom, Jakarta

^{2, 3, 6, 7}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jakarta

Email: wemona@telkomuniversity.ac.id^{1*}, trimalda@telkomuniversity.ac.id²,

rezafirman@telkomuniversity.ac.id³, khansa@student.telkomuniversity.ac.id⁴,

rezarifky@student.telkomuniversity.ac.id⁵, najwaaisyah@student.telkomuniversity.ac.id⁶,

nadinecharistaa@student.telkomuniversity.ac.id⁷

Abstract

Vocational high school (SMK) graduates are meant to work immediately after graduation. However, hard skills alone are insufficient. Graduates need to be well equipped with soft skills. The majority of industries prefer workers who have balanced hard skills and soft skills. Based on the urgency of the problem, the abdimas team provides a solution to the problem by organizing a sharing session entitled "Build Your Personal Branding (Preparation for the World of Work and College)" for the students of SMK Telekomunikasi Telesandi Bekasi. This activity aims to increase the students' knowledge on how to build personal branding using curriculum vitae (CV). In addition, it also aims to equip students with insights related to the most essential soft skills needed and sought after by companies in today's digital era. The activity was attended by 268 students, consisting of students majoring in Software Engineering, Visual Communication Design, and Computer and Network Engineering. At the end of the event, participants completed a feedback through a questionnaire. Overall, the students were satisfied and agreed that the material they obtained was in accordance with their needs. The abdimas team sees an opportunity for the continuation of this program in the future and the school partners are also open to this plan.

Keywords: *personal branding, soft skills, curriculum vitae.*

Abstrak

Lulusan sekolah menengah kejuruan (SMK) ditujukan untuk langsung bekerja setelah lulus. Namun kemampuan teknis (*hard skills*) saja tidak cukup. Para lulusan perlu dibekali dengan kemampuan *soft skills*. Mayoritas industri menginginkan tenaga kerja yang memiliki kemampuan *hard skill* dan *soft skill* yang seimbang. Berdasarkan permasalahan tersebut, tim abdimas memberikan solusi berupa kegiatan *sharing session* dengan judul "Build Your Personal Brand (Persiapan Untuk Dunia Kerja dan Kuliah)" kepada siswa-siswi SMK Telekomunikasi Telesandi Bekasi. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan cara membangun *personal branding* dari *curriculum vitae* (CV). Selain itu, kegiatan ini juga dilaksanakan untuk membekali para siswa dengan wawasan terkait *soft skills* penting yang dibutuhkan dan dicari oleh perusahaan di era digital saat ini. Kegiatan dihadiri oleh 268 siswa, yang terdiri dari siswa jurusan Rekayasa Perangkat Lunak (RPL), Desain Komunikasi Visual (DKV), dan Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ). Pada akhir acara, peserta melakukan pengisian *feedback* kegiatan melalui kuesioner. Secara keseluruhan siswa merasa puas dengan kegiatan dan setuju bahwa materi yang mereka dapatkan sudah sesuai dengan kebutuhannya. Tim abdimas melihat adanya peluang keberlanjutan program abdimas ini di masa mendatang dan pihak mitra sekolah pun juga terbuka dengan rencana ini.

Kata Kunci: *personal branding, soft skills, curriculum vitae.*

A. PENDAHULUAN

Menurut data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada Agustus tahun 2023, sebanyak

2,2 juta lulusan SMK tidak bekerja, alias menganggur. Salah satu faktor penyebab banyaknya pengangguran dari lulusan SMK adalah kurangnya bekal *soft skill* di kalangan pelajar SMK (Eric,

Wibowo, Mujib, & Kusuma, 2023). Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) diharapkan mempunyai kompetensi yang siap dipakai dan diserap oleh industri. Mereka dituntut memiliki keterampilan praktis sesuai dengan bidang keahlian (*hard skill*). Selain itu, para lulusan perlu dibekali keterampilan *soft skill*, seperti kerjasama tim, kreativitas, kemampuan menyelesaikan masalah, komunikasi efektif, kepemimpinan, kemampuan mengendalikan emosi, mengambil keputusan, berpikir kritis, kemampuan mendengarkan dan juga kemampuan manajemen waktu.

Soft skill diakui sebagai komponen penting dari keahlian yang dibutuhkan untuk pekerjaan di masa depan. Institusi pendidikan kejuruan (seperti SMK) dan universitas harus mengantisipasi dan beradaptasi terhadap hal ini. Dalam rangka menjawab tantangan di era ini, para lulusan harus mahir dalam keterampilan di tempat kerja abad ke-21, yang meliputi *critical thinking, problem solving, communication, collaboration, creativity*, dan *innovation* (Musa, Mufti, Latiff, & Amin, 2012; Poláková et al., 2023).

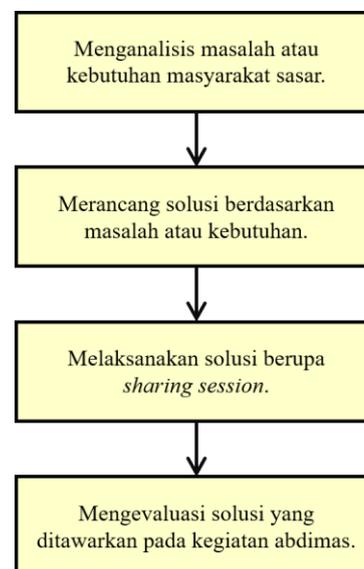
Soft skill penting lainnya yang wajib dimiliki oleh para siswa SMK agar memudahkannya terjun di industri adalah kemampuan untuk membangun *personal branding* yang kuat. *Personal branding* merupakan suatu cara seseorang dalam memperkenalkan potensi diri (Utami & Christin, 2023). *Personal branding* juga didefinisikan sebagai pembentukan dan pengelolaan merek pribadi oleh orang-orang yang menerapkan prinsip-prinsip pemasaran pada diri mereka sendiri untuk tujuan promosi (Dumont & Ots, 2020; Marin & Nilá, 2021). Keterampilan khusus yang unik dan sangat dikuasai merupakan dua pilar utama untuk membangun *personal branding* yang kuat (Furqon, Romli, & Prastowo, 2020).

Para pencari kerja mempromosikan merek mereka kepada calon pemberi kerja dengan beberapa cara. Cara yang paling umum dan konvensional adalah mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) atau *resume*. CV atau *resume* adalah bukti terdokumentasi tentang pendidikan, riwayat pekerjaan, dan lain sebagainya dari seorang kandidat (Minor-Cooley & Parks-Yancy, 2020). Sedangkan cara atau metode yang saat ini semakin populer untuk mengomunikasikan bakat dan keterampilan seseorang kepada calon pemberi kerja adalah dengan melakukan *personal branding*. *Branding* adalah rencana strategis yang dibuat oleh individu untuk menyampaikan bakat mereka kepada publik (Kucharska, Confente, & Brunetti, 2020; Minor-Cooley & Parks-Yancy, 2020). Hal ini dapat menjadi sebuah pembeda di antara para kandidat yang sama-sama mencari pekerjaan (Jhonson, 2017; Minor-Cooley & Parks-Yancy, 2020).

Mitra atau masyarakat sasaran dari kegiatan abdimas adalah SMK Telekomunikasi Telesandi, yang merupakan sekolah menengah kejuruan di bidang teknologi informasi dan telekomunikasi di Kabupaten Bekasi. Hasil penggalan masalah menyimpulkan bahwa SMK Telekomunikasi Telesandi Bekasi membutuhkan pelatihan atau sosialisasi terkait keterampilan *soft skill*, terutama untuk bekal dalam menghadapi dunia kerja. Berlandaskan hal tersebut, maka tim abdimas memberikan penawaran kepada pihak SMK Telekomunikasi Telesandi Bekasi untuk memberikan *sharing session* berjudul “*Build Your Personal Brand* (Persiapan Untuk Dunia Kerja dan Kuliah)”. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan siswa-siswi dalam membangun *personal branding*, seperti bagaimana cara membuat CV dan portofolio yang baik.

B. PELAKSAAAN DAN METODE

Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) dilakukan di SMK Telesandi Bekasi. Kegiatan diawali dengan tim abdimas menganalisis masalah dan kebutuhan yang dihadapi oleh pihak SMK Telekomunikasi Telesandi Bekasi. Selanjutnya, tim abdimas merencanakan program atau solusi yang sesuai untuk memecahkan permasalahan atau kebutuhan SMK Telekomunikasi Telesandi. Tahap berikutnya adalah melaksanakan usulan berupa sosialisasi atau *sharing session*. Gambar 1 merupakan metodologi PkM pada kegiatan ini.



Gambar 1. Metodologi PkM

Tema dari usulan solusi *sharing session* ini adalah “*Build Your Personal Branding* (Persiapan Untuk Dunia Kerja dan Kuliah)”. Narasumber dari tim abdimas menyampaikan materi dengan durasi sekitar 45 hingga 60 menit. Kemudian disusul dengan sesi tanya jawab seputar materi yang diberikan. Di akhir acara *sharing session*, tim abdimas membagikan tautan kuesioner kepuasan

kegiatan abdimas yang dibagikan kepada seluruh peserta. Evaluasi dilakukan dengan cara menganalisis kuisisioner yang telah disebarakan pada peserta sharing session di SMK Telekomunikasi Telesandi Bekasi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan atau workshop “Build your Personal Branding” dilaksanakan pada 7 Mei 2024 di SMK Telekomunikasi Telesandi Bekasi. Kegiatan ini dihadiri oleh siswa kelas XI sebanyak 268 siswa yang berasal dari jurusan Rekayasa Perangkat Lunak (RPL), Desain Komunikasi Visual (DKV), dan Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ). Sedangkan dari tim abdimas, kegiatan ini melibatkan dosen dari program studi Sistem Informasi, dosen program studi Desain Komunikasi Visual, serta perwakilan mahasiswa dari kedua program studi tersebut. Pelatihan softskill ini merupakan kelanjutan dari rangkaian kegiatan abdimas yang telah dilakukan sebelumnya. Pada kesempatan sebelumnya, tim abdimas lain yang juga berasal Universitas Telkom Jakarta telah mengadakan pelatihan dengan topik manajemen finansial.

Tahapan awal dalam kegiatan abdimas ini adalah penggalan kebutuhan atau permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Pihak sekolah SMK Telekomunikasi Telesandi menyatakan bahwa mereka saat ini membutuhkan pelatihan terkait softskill yang ditujukan untuk para siswanya. Pihak sekolah merasa bahwa kemampuan softskill yang dimiliki oleh siswa-siswi SMK tersebut masih kurang jika dibandingkan dengan kemampuan hardskill. Kemampuan teknikal para siswa tentunya telah diasah melalui pembelajaran dan praktikum di sekolah sesuai dengan jurusannya masing-masing.

Tim abdimas memutuskan untuk memberikan workshop atau pelatihan *soft skill* dengan topik pentingnya membangun *personal branding*, terutama untuk para siswa-siswi yang akan memasuki dunia kerja maupun kuliah. Tujuan dari pelatihan ini adalah memberikan pemahaman kepada para siswa pentingnya membandung *personal branding* sedini mungkin. *Personal branding* adalah salah satu cara mempromosikan diri supaya orang lain mengenali seseorang melalui pencapaian atau hal-hal positif lainnya yang pernah dilakukan (Nani, Ahluwalia, & Novita, 2021). Dengan begitu, seseorang akan tampak lebih unik dibandingkan dengan individu lainnya. Dalam konteks ini, siswa siswi SMK Telekomunikasi Telesandi perlu membangun *personal branding* mereka masing-masing supaya lebih menonjol dan lebih unggul diantara pelamar kerja lainnya.

Sesi inti pelatihan dimulai dari pemaparan materi, yakni membandingkan *hard skill* dengan *soft skill*.

Hard skill atau keterampilan teknis adalah kemampuan yang diperlukan untuk melakukan tugas-tugas terkait pekerjaan di suatu bidang. Sedangkan *soft skill* adalah keahlian yang menunjukkan bagaimana seseorang dapat berinteraksi dan bersosialisasi dengan orang lain (Hirudayaraj, Baker, Baker, & Eastman, 2021; Poláková et al., 2023; Succi & Canovi, 2020).

Keterampilan lunak atau *soft skills* yang dicari dan disoroti oleh para pemberi kerja (*employer*) ketika melakukan rekrutmen dapat dikategorikan sebagai berikut:

a) Keterampilan Komunikasi

Dalam suatu penelitian menemukan bahwa lulusan teknik lebih sering tidak memiliki kemampuan untuk berkomunikasi atau berinteraksi dengan manusia. Mereka cenderung memilih untuk berkomunikasi secara virtual daripada secara langsung. Hal ini menciptakan tantangan bagi mereka ketika terlibat dalam perdebatan atau diskusi aktif secara *real-time* dengan manusia lain (Hirudayaraj, Baker, Baker, & Eastman, 2021). Aspek penting dari *communication skill* yang masih banyak tidak dimiliki oleh lulusan adalah keterampilan mendengarkan, dimana yang ditekankan adalah pentingnya mendengarkan dengan empati, mampu menerima umpan balik, dan mengikuti instruksi.

b) Keterampilan Interpersonal

Para pemberi kerja (*employer*) menganggap keterampilan interpersonal sangat penting. Keterampilan ini meliputi menghormati orang yang lebih tua, memiliki kesadaran sosial, dan menunjukkan kecerdasan emosional dalam berinteraksi dianggap sangat penting. Selain itu, kemampuan untuk membangun dan mempertahankan hubungan profesional dengan rekan kerja, pelanggan, dan klien adalah kunci untuk bertahan hidup dan berkembang di dunia kerja (Hirudayaraj, Baker, Baker, & Eastman, 2021).

c) Karakteristik Kepribadian

Sifat atau karakteristik kepribadian juga merupakan bagian dari *soft skill*. Mulai dari kejujuran, komitmen terhadap tugas dan tanggung jawab, ketekunan, kerendahan hati, kepercayaan diri, kemauan untuk belajar, kreativitas dalam menyelesaikan masalah, kemampuan untuk memikirkan solusi dari masalah yang kompleks, hingga keterlibatan dan semangat untuk melakukan pekerjaan dengan baik atau sempurna (Succi & Canovi, 2020). Di era yang semakin kompetitif saat ini, menguasai *soft skill* tidak hanya akan membantu seseorang lebih menonjol dari yang lain, tetapi juga akan meningkatkan hubungan dengan rekan kerja, performa kerja, dan pengembangan kemampuan kerja (Asefer & Abidin, 2021).

Setelah membahas *soft skill* penting di era abad 21, materi lain yang disampaikan oleh tim abdimas adalah cara membangun *personal branding* yang diwujudkan dalam bentuk *Curriculum Vitae* (CV) atau *resume*. Mulai dari komponen apa saja yang perlu dicantumkan pada CV, seberapa banyak data diri yang perlu dicantumkan dalam CV, hingga tips dan trik yang dapat digunakan oleh siswa-siswi sekolah menengah untuk menuliskan pengalaman dan portfolio yang dapat ditulis di CV meskipun belum pernah bekerja secara formal (Yunash, Hermanto, Mevalia, & Hardiyanto, 2024). Siswa-siswi dapat mencantumkan pengalaman berorganisasi selama sekolah dan pengalaman mengerjakan proyek pada tugas mata pelajaran. Gambar 2, Gambar 3, dan Gambar 4 adalah foto dokumentasi kegiatan saat sesi pemaparan materi dan tanya jawab. Sedangkan Gambar 5 adalah foto tim abdimas bersama seluruh peserta di akhir acara.



Gambar 2. Pemaparan materi oleh tim abdimas



Gambar 3. Siswa bertanya saat sesi tanya-jawab



Gambar 4. Peserta *Sharing Session*



Gambar 5. Tim Abdimas dan seluruh peserta

Di akhir rangkaian kegiatan abdimas, tim membagikan tautan kuesioner untuk mendapatkan umpan balik dari para peserta. Kuesioner ini digunakan untuk menilai apakah kegiatan abdimas hari ini sudah sesuai dengan kebutuhan mitra atau belum. Daftar pertanyaan dan hasil dari kuesioner dapat dilihat pada Gambar 6. Angka pada Gambar 6 menunjukkan jumlah responden yang memilih jawaban pada skala penilaian tersebut. Total peserta yang mengisi kuesioner adalah 146 orang. Meskipun tautan untuk kuesioner sudah diumumkan oleh tim abdimas, masih banyak siswa yang tidak mengisi kuesioner. Hal ini menjadi salah satu catatan *lesson learned* bagi tim abdimas untuk lebih memerhatikan jumlah responden saat pengisian form *feedback* berlangsung di kegiatan abdimas berikutnya.

Pada pertanyaan nomor 1, hasil pengisian kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab Setuju (24,7%) dan Sangat Setuju (57,5%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa lebih dari 82% peserta setuju bahwa materi yang disampaikan oleh tim abdimas sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini selaras dengan pentingnya memahami *soft skill* apa saja yang saat ini penting untuk dimiliki seseorang dan pentingnya *personal branding* supaya dapat bersaing di dunia kerja.

Pertanyaan nomor 2 menayakan seperti apa kepuasan peserta terhadap pembicara dalam menyampaikan materi; apakah sudah cukup jelas dan mudah dipahami. Seperti yang terdapat pada Tabel 1, mayoritas peserta menjawab Netral (18,5%), Setuju (22,6%), dan Sangat Setuju (55,5%). Hal ini menandakan bahwa materi yang disampaikan sudah cukup jelas dan mudah dipahami oleh para siswa di SMK Telekomunikasi Telesadi.

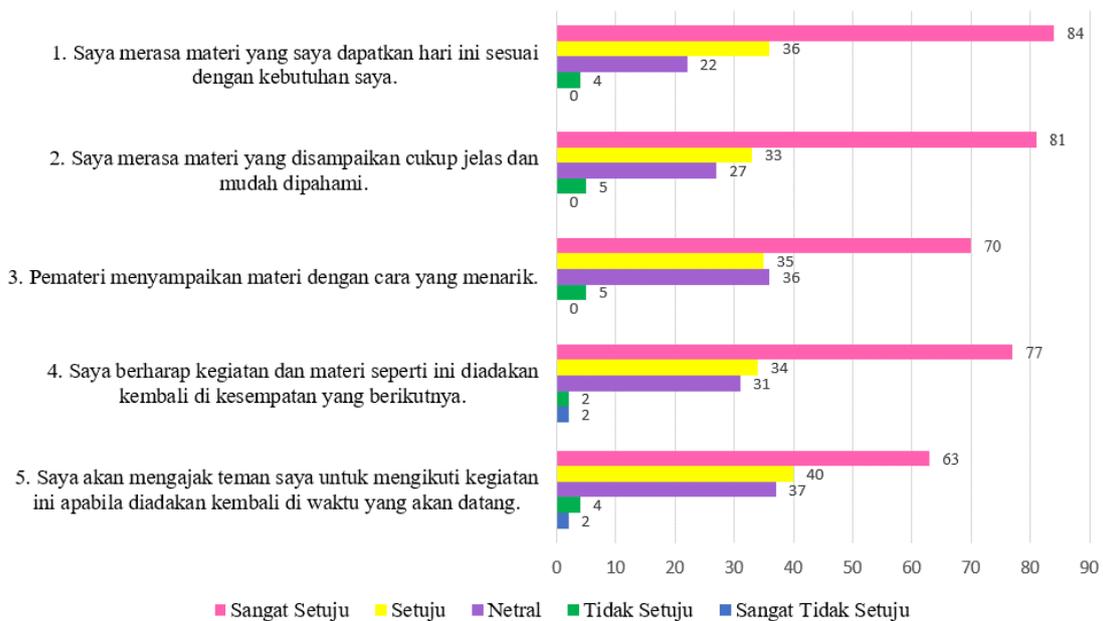
Pada pertanyaan nomor 3, tim abdimas bertujuan mencari tahu apakah gaya penyampaian materi dari tim abdimas sudah cukup menarik atau belum. Perlu disoroti bahwa meskipun 70 orang peserta menjawab Sangat Setuju, responden yang menjawab Netral dan Tidak Setuju masih lebih banyak daripada jumlah responden yang menjawab Setuju. Hal ini selaras dengan hasil jawaban pada pertanyaan terbuka terkait saran dan komentar yang

ditujukan kepada tim abdimas. Beberapa peserta memberikan saran kepada pemateri untuk lebih mencairkan suasana saat materi berlangsung. Terdapat juga komentar yang masuk bahwa pembicara beberapa kali monoton dan suara yang keluar dari mic kecil dan hampir tidak terdengar.

Pada pertanyaan nomor 4, tim abdimas menanyakan peluang keberlanjutan program abdimas seperti ini di masa mendatang. Mayoritas peserta menjawab Setuju (23,3%) dan Sangat Setuju (52,7%). Dapat disimpulkan bahwa sekitar 76% dari seluruh jumlah peserta setuju dan berharap kegiatan dan materi seperti ini diadakan kembali di masa yang akan datang. Hal ini menjadi peluang keberlanjutan kegiatan bagi tim abdimas untuk kembali melakukan *sharing session* di SMK Telekomunikasi Telesandi Bekasi.

Pada pertanyaan terakhir, yaitu pertanyaan nomor 5 bertujuan untuk mencari tahu apakah peserta yang datang pada kegiatan hari ini akan merekomendasikan kegiatan ini ke teman atau kerabatnya apabila ada kegiatan seperti ini lagi di waktu yang akan datang. Hasil menunjukkan bahwa mayoritas peserta akan mengajak atau merekomendasikan kegiatan ini ke teman-teman dekatnya. Terdapat 40 orang peserta yang menjawab Setuju (27,4%) dan 63 orang peserta menjawab Sangat Setuju (43,2%). Tim abdimas juga berharap di kesempatan yang berikutnya, peserta yang datang bisa lebih banyak lagi. Berikut ini adalah Gambar 6 yang menampilkan grafik hasil kuesioner abdimas.

Hasil Kuesioner Abdimas “Build your Personal Branding”



Gambar 6. Hasil Kuesioner Umpan Balik Abdimas

D. PENUTUP

Simpulan

Pada kegiatan abdimas kali ini, tim abdimas telah berkontribusi dengan mengadakan *workshop* atau *sharing session* yang bertema “Build your Personal Branding” untuk siswa siswi kelas XI di SMK Telekomunikasi Telesandi. Apa yang telah disampaikan oleh tim abdimas di *workshop* ini diharapkan dapat membekali para siswa dengan wawasan terkait *soft skill penting* yang dibutuhkan dan dicari oleh perusahaan di era digital saat ini.

Tim abdimas berharap para peserta siswa kelas XI dapat mulai mengasah *soft skill* nya sejak saat ini. Dengan begitu, ketika para siswa lulus dari sekolah, mereka telah menjadi seseorang yang memiliki

keterampilan komunikasi dan interpersonal yang baik, serta berkepribadian yang berkualitas.

Sedangkan dari segi keberlanjutan kegiatan, tim abdimas melihat ada banyak peluang yang dapat dimanfaatkan. Pihak sekolah pun juga sangat senang dan terbuka dengan rencana keberlanjutan program abdimas ini. Tak hanya itu, masih banyak topik terkait *soft skills* yang dapat didiskusikan dan disampaikan kepada para peserta di masa yang akan datang.

Saran

Pada abdimas kali ini, kekurangan yang dirasakan tim abdimas adalah kurangnya keterlibatan siswa-siswi dalam hal praktik pembuatan CV secara langsung. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu dan ruangan yang tidak memungkinkan. Sehingga,

tim abdimas berharap pada program selanjutnya, siswa-siswi dapat lebih dilibatkan melalui praktik atau simulasi secara langsung terkait *soft skill* yang sedang dibahas. Dengan begitu, para siswa akan lebih memiliki gambaran atau contoh nyata dari teori atau pengetahuan yang baru saja disampaikan. Tim juga berharap di kegiatan berikutnya, siswa-siswi dapat lebih kondusif dalam mengikuti rangkaian kegiatan.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Asefer, A., & Abidin, Z. (2021). Soft Skills and Graduates' Employability in the 21st Century from Employers' Perspectives: A Review of Literature. *International Journal of Infrastructure Research and Management*, 9(2), 44–59.
<https://iukl.edu.my/rmc/publications/ijirm/>
- Dumont, G., & Ots, M. (2020). Social dynamics and stakeholder relationships in personal branding. *Journal of Business Research*, 106(September 2019), 118–128.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.013>
- Eric, M., Wibowo, S., Mujib, M., & Kusuma, P. J. (2023). Peningkatan Kompetensi Diri untuk Kesiapan Memasuki Dunia Kerja Di Era Society 5.0 bagi Pelajar Nahdlatul Ulama Di Kecamatan Sawangan Kabupaten Magelang. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 5(1), 85–93.
<https://doi.org/10.36312/SASAMBO.V5I1.1030>
- Furqon, F. F., Romli, R., & Prastowo, A. A. (2020). Personal Branding Andrea Gunawan sebagai Lifestyle Influencer di Instagram. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 3(1).
<https://unma.ac.id/jurnal/index.php/jika/article/view/1734>
- Hirudayaraj, M., Baker, R., Baker, F., & Eastman, M. (2021). Soft Skills for Entry-Level Engineers: What Employers Want. *Education Sciences 2021, Vol. 11, Page 641*, 11(10), 641.
<https://doi.org/10.3390/EDUCSCI11100641>
- Jhonson, K. M. (2017). The Importance of Personal Branding in Social Media: Educating Students to Create and Manage their Personal Brand. *International Journal of Education and Social Science*, 4(1), 21–27.
<https://www.researchgate.net/publication/313256001>
- Kucharska, W., Confente, I., & Brunetti, F. (2020). The power of personal brand authenticity and identification: top celebrity players' contribution to loyalty toward football. *Journal of Product and Brand Management*, 29(6), 815–830.
<https://doi.org/10.1108/JPBM-02-2019-2241>
- Marin, G. D., & Nilä, C. (2021). Branding in social media. Using LinkedIn in personal brand communication: A study on communications/marketing and recruitment/human resources specialists perception. *Social Sciences & Humanities Open*, 4(1), 100174.
<https://doi.org/10.1016/J.SSAHO.2021.100174>
- Minor-Cooley, D., & Parks-Yancy, R. (2020). The Power of the Brand: Personal Branding and Its Effect on Job Seeking Attributes. *Journal of Internet Commerce*, 19(3), 241–261.
<https://doi.org/10.1080/15332861.2020.1777028>
- Musa, F., Mufti, N., Latiff, R. A., & Amin, M. M. (2012). Project-based Learning (PjBL): Inculcating Soft Skills in 21st Century Workplace. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 59, 565–573.
<https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2012.09.315>
- Nani, D. A., Ahluwalia, L., & Novita, D. (2021). Pengenalan Literasi Keuangan dan Personal Branding di Era Digital bagi Generasi Z di SMK PGRI 1 Kedondong. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 43–47.
<https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JSS TCS/article/view/1313>
- Poláková, M., Suleimanová, J. H., Madzík, P., Copuš, L., Molnárová, I., & Polednová, J. (2023). Soft Skills and Their Importance in the Labour Market under the Conditions of Industry 5.0. *Heliyon*, 9(8), 2405–8440.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18670>
- Succi, C., & Canovi, M. (2020). Soft Skills to Enhance Graduate Employability: Comparing Students and Employers' Perceptions. *Studies in Higher Education*, 45(9), 1834–1847.
<https://doi.org/10.1080/03075079.2019.1585420>
- Utami, T. R., & Christin, M. (2023). Strategi Personal Branding Comedian Influencer di Media Sosial. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 146–164.
<https://doi.org/10.30596/ji.v7i2.13678>
- Yunash, A. Z., Hermanto, H. C., Mevalia, K. A., & Hardiyanto, L. (2024). Penyuluhan Pembuatan CV (Curriculum Vitae) dan Pengaplikasian LinkedIn dan Jobstreet terhadap Siswa SMKN 41 Jakarta. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 72–83.
<https://doi.org/10.55606/NUSANTARA.V4I3.2959>