



DIGITAL
TALENT
SCHOLARSHIP



PASCA PELATIHAN

PELATIHAN *PERSONAL BRANDING*

Pertemuan #1- : Memahami Cara Membentuk dan
Mempertahankan Kesan dan Reputasi Diri

(Nama Tenaga Pengajar)



KOMINFO



#JADIJAGOANDIGITAL

Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Profil Pengajar

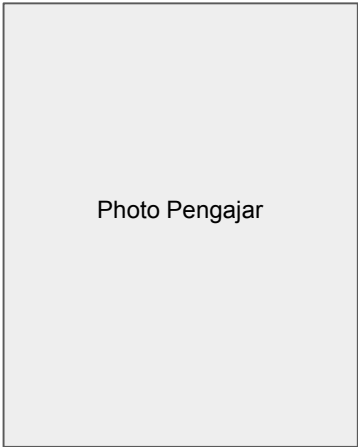


Photo Pengajar

Jabatan Akademik (tahun dan jabatan terakhir Pengajar)
Latarbelakang Pendidikan Pengajar

- AAA
- BBB
- CCC

Riwayat Pekerjaan

- AAA
- BBB
- CCC

Contact Pengajar

Ponsel :

Email :

COURSE DEFINITION

Pelatihan ini bertujuan mewujudkan keterampilan peserta dalam bidang *soft skill personal branding*. Secara khusus, pelatihan ini ditujukan bagi alumni peserta pelatihan Digital Talent Scholarship yang ingin menemukan dan mendapatkan pekerjaan yang tepat, sesuai dengan sektor Industri yang diminati sehingga pada akhirnya mampu menciptakan kesan, citra, dan reputasi diri yang positif di mata penyedia pekerjaan.

LEARNING OBJECTIVE

Memahami cara membentuk dan mempertahankan kesan dan reputasi diri melalui :

1. Memahami pengertian personal branding;
2. Memahami fungsi media sosial untuk personal branding;
3. Memahami pengertian kesan dan reputasi diri; dan
4. Memahami cara membentuk dan mempertahankan kesan dan reputasi diri.

A. MEMAHAMI PENGERTIAN PERSONAL BRANDING

PERSONAL BRANDING

Personal Branding adalah identitas pribadi yang bisa memunculkan persepsi pada benak audiens terkait dengan nilai dan kualitas yang disandang oleh pemilik nama tersebut. *Personal Branding* juga merupakan cara untuk membentuk citra diri, karakter pribadi, bidang yang menjadi keahlian dan ketertarikan serta hal khusus kepada orang banyak yang bertujuan membentuk persepsi positif pada setiap orang (Restusari, 2019).

Personal Branding tidak hanya sebatas mengkomunikasikan, tetapi perlu melakukan identifikasi terkait hal unik, relevan, dan menarik dari individu terlebih dahulu, sehingga dapat meningkatkan karir atau bisnis individu tersebut (Rampersad, 2009; Schawbel, 2015).

PERSONAL BRANDING

1. Memudahkan dalam menentukan pilihan
2. Berkarir secara fokus
3. Memperkenalkan dan mempertajam citra diri seseorang
4. Memudahkan orang lain untuk mengenal diri kita
5. Membantu menggapai tujuan hidup
6. Memberikan kepercayaan diri
7. Membentuk diri menjadi seseorang
8. Membantu mendapatkan pekerjaan atau menumbuhkan bisnis

11 Karakteristik Personal Branding :

1. Authenticity (keaslian): dibangun dari kepribadian diri dan mencerminkan karakter, nilai-nilai dan visi pribadi
2. Integrity (integritas): Kode moral dan perilaku dalam personal branding
3. Consistency (konsisten): Kekonsistenan pesan dan perilaku dalam personal branding
4. Specialization (spesialisasi) Fokus terhadap satu bidang bakat atau keterampilan
5. Authority (wibawa): Diakui dalam bidang tertentu, berpengalaman, dan sebagai pemimpin yang efektif
6. Distinctiveness (kekhasan): Bedakan diri berdasarkan merek, unik dan berbeda

11 Karakteristik Personal Branding :

7. Relevant (relevan): Personal branding berhubungan dengan khalayak dan dianggap penting
8. Visibility (Visibilitas): Personal branding disiarkan berkali-kali, terus menerus konsisten dan berulang kali
9. Persistence (kegigihan): Harus konsisten pada personal branding yang dibentuk, membutuhkan dedikasi, pengorbanan, perencanaan dan kesabaran
10. Goodwill (kebaikan): Hubungan baik, pengakuan positif dan bermanfaat
11. Performance (kinerja): Perbaikan diri akan personal branding

Identifikasi Diri Anda untuk Personal Branding :

1. Bagaimana Anda mendeskripsikan tentang diri Anda?
2. Siapa Anda?
3. Bagaimana Anda melihat diri dan interaksi Anda dengan lingkungan dan konteks di luar Anda?
4. Seberapa jauhkah orang lain mengenali diri Anda?

B. MEMAHAMI FUNGSI MEDIA SOSIAL UNTUK PERSONAL BRANDING

FUNGSI MEDIA SOSIAL UNTUK PERSONAL BRANDING

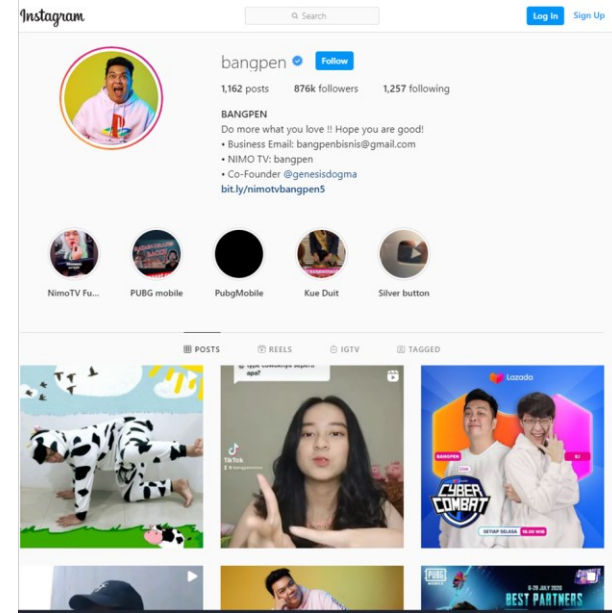
1. *Identitas* : tempat pengungkapan identitas diri pengguna di tengah-tengah koneksi dengan pengguna lain;
2. *Conversations* : tempat yang berisi aktivitas pengguna untuk berkomunikasi dengan pengguna lain;
3. *Sharing* : membantu pengguna untuk *sharing* seperti distribusi pesan, menerima pesan dan bertukar pesan;
4. *Relationship* : menggambarkan hubungan sejauh mana pengguna dapat berhubungan dengan pengguna lain; dan
5. *Reputation* : menunjukkan sejauh mana pengguna dapat mengidentifikasi status sosial orang lain

Contoh Media Sosial untuk Personal Branding

1. a. Instagram: <https://www.instagram.com/bangpen/?hl=en>

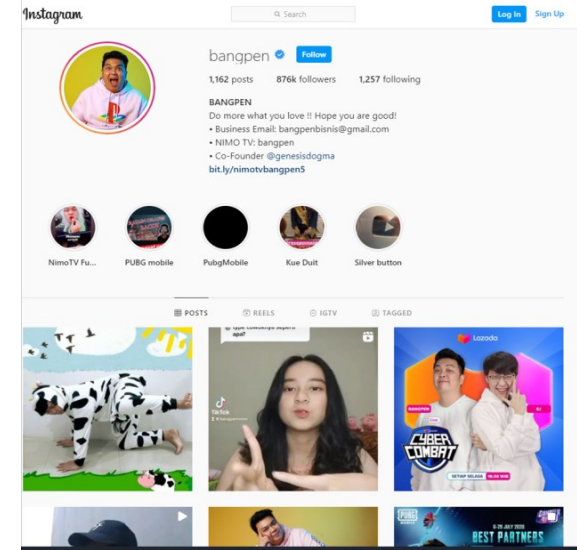
Akun Instagram Bangpen memiliki :

- kemampuan berekspresi unik di setiap konten komedinya
- followers hingga 876K
- konsistensi konten dengan ekspresi atau mimik wajahnya yang khas, yang telah digemari oleh netizen
- konsisten dengan konten komedinya, namun tetap fleksibel dalam menentukan tema, sesuai perkembangan jaman dan memiliki standar dalam penyajian konten minimal 2-3 konten per minggu
- personal branding di Instagram sudah sesuai dengan karakternya yang humoris, berani beda, dan senang menghibur orang-orang disekitarnya
- fokus sejak 2016 menjadikan Instagram untuk personal branding
- kehati-hatian dalam proses penyajian konten demi menjaga konten yang disebarakan agar bisa diterima oleh seluruh netizen dan membuat caption yang positif agar tidak menyinggung atau menimbulkan kontroversi.



Contoh Media Sosial untuk Personal Branding

- Konsistensi jenis konten yang dibagikan adalah bukan informasi privat, yaitu semua konten harus berunsur komedi karena ia adalah seorang konten kreator komedi, sehingga ia harus konsisten
- Perhatian pada batasan privat sehingga jarang menunjukkan hal-hal privasi, jikapun ada adalah hal yang bisa dijadikan bahan komedinya
- Kontrol atas akun media sosialnya sendiri karena dikelola sendiri.

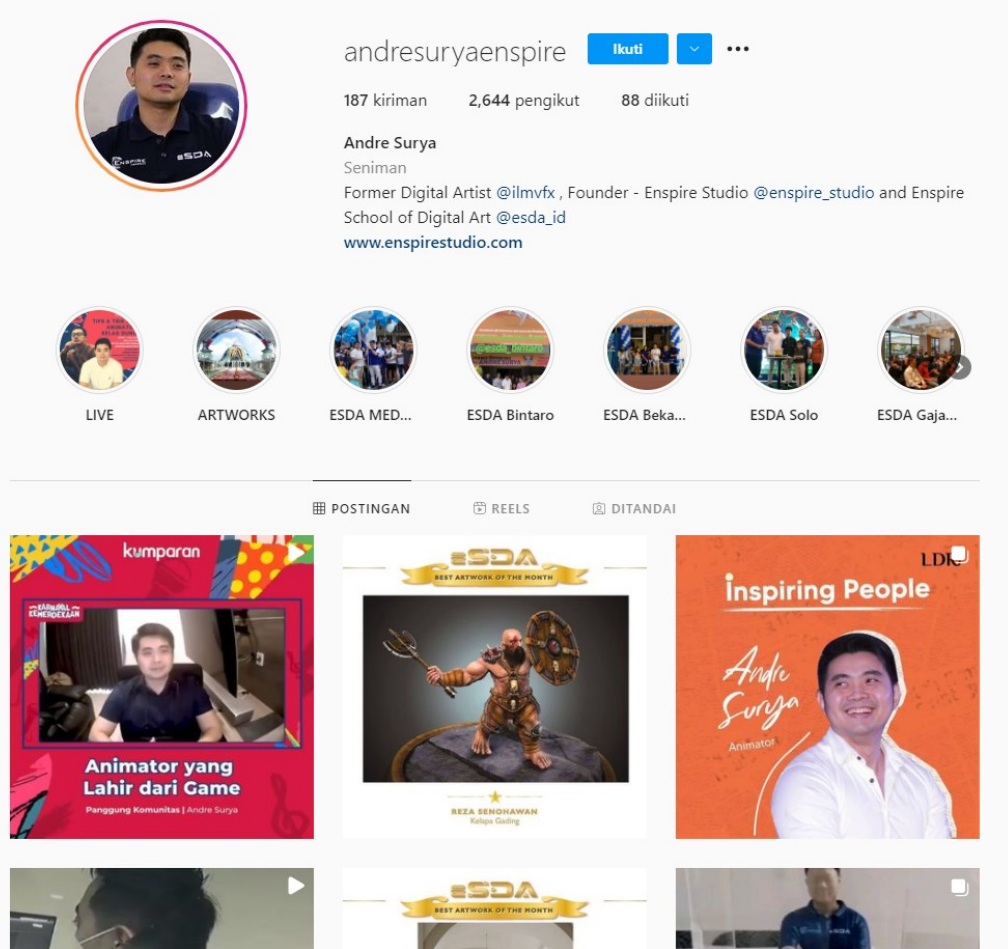


- Instagram sebagai sarana penunjang personal branding karena pengguna instagram di indonesia yang cukup besar. Unggahan keseharian Bangpen di instastory bisa membuat eksis sekaligus lebih dekat dengan para followers-nya. Selebihnya instagram digunakan untuk kepentingan endorsement.
- Kehati-hatian dalam penyajian konten agar tidak menimbulkan hal yang negatif. Konten harus dapat diterima oleh seluruh netizen sehingga dalam proses unggah, Bangpen memperhatikan momen yang dianggap penting atau prime time, supaya konten dapat dilihat secara efektif oleh netizen.

Contoh Media Sosial untuk Personal Branding

1. b. Instagram Animator:


<https://www.instagram.com/andresuryaenspire/>



Contoh Media Sosial untu Personal Branding

2. a. Linkedin Animator:

<https://www.linkedin.com/in/asurya/?originalSubdomain=id>



Andre Surya · 2nd
Founder at Enspire Studio, Co-Founder at Enspire School of Digital Art
Jakarta, Indonesia · [Contact info](#)
500+ connections
1 mutual connection: Karim Elmuntasser

[Connect](#) [Message](#) [More](#)

About

Andre has working for Industrial Light and Magic, working on VFX movies such as Iron Man 1 and 2, Transformers : Revenge of the fallen, Terminator : Salvation, Star Trek, and Rango. IG : @andresuryaenspire

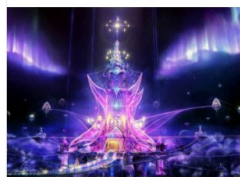
Now He is back to his home country: Indonesia, opening an animation studio called Enspire Studio, and quite recently, He is also become a co-founder of an Animation school called ESDA (Enspire School of Digital Art)

For more information about Andre and his animation company you can visit : <http://www.enspirestudio.com>

Enspire Studio portfolio :

Featured

It's been 10 years since my last artwork, trying to make a new one this year, the artwork titl...



42



Chrysalis trailer

Vimeo

Enspire Studio commissioned to work on this Trailer for Comic named "Chrysalis"...



The Escape

Behance

<http://www.enspirestudio.com>
Our first short movie

Activity

2,771 followers

Andre shared this
10 Reactions

Andre shared this
4 Reactions

Experience

Founder
Enspire School of Digital Art
May 2013 – Present · 8 yrs 4 mos
<http://www.esda.co.id>

Founder
Enspire Studio
Jan 2012 – Present · 9 yrs 8 mos
Jakarta, Indonesia
<http://www.enspirestudio.com>

2012 "The Escape" Short movie · Director and VFX Supervisor

...see more

Digital Artist
Industrial Light and Magic Singapore
Jan 2007 – Jul 2011 · 4 yrs 7 mos
Feature films :

2011 Red Tails (Modeler)

...see more

Senior lighting artist
Polaris 3D
Mar 2004 – Apr 2006 · 2 yrs 2 mos

Education

Vanarts - Vancouver, Canada
Diploma, VFX
2006 – 2007

Pasca Pelatihan

Skills & endorsements

Animation · 62

Endorsed by Adrian Ng and 2 others who are highly skilled at this

Endorsed by 2 of Andre's colleagues at Enspire Studio

Texturing · 53

Endorsed by 3 of Andre's colleagues at Enspire Studio

Endorsed by 6 people who know Texturing

Visual Effects · 47

Wasito Adimulyo and 46 connections have given endorsements for this skill

Show more

Recommendations

Received (0)

Given (1)

Stephen Putra Nugroho
Lookdev pipeline RnD at Weta Digital
November 25, 2016, Andre managed Stephen directly

I had the pleasure of working with Stephen on the production of the project "Legrand Legacy game cinematic" He is helping Us building a complex production system to make sure the project to be delivered on time and more efficient, He also proved to be a very good Technical Director, a proactive problem-solv... See more

Accomplishments

5 Honors & Awards
Award of merit · Finalist · Official selection · Best short animation · Finalist

2 Languages
English · Indonesian

2 Projects
Chrysalis · The Escape

Interests

Video, Film and Media Production
741 members

ACREATIVEALT
82 followers

The Academy of Interactive Arts and Sciences
1,661 members

Evolve CG Animation Conference and Job
1,264 members

#JADIJAGOANDIGITAL

DTS 2021

Contoh Media Sosial untuk Personal Branding

2. b. LinkedIn Penulis Buku:

<https://www.linkedin.com/in/gretchenrubin/>

Gretchen Rubin 3rd
Bestselling writer about habits and happiness at gretchenrubin.com
New York City Metropolitan Area • [Contact info](#)
2,968,485 followers
[+ Follow](#) [Message](#) [More](#)

About
Gretchen Rubin is the author of several books, including the #1 New York Times and international bestseller, The Happiness Project. Her books have sold over 3.5 million copies and been published in more than thirty languages.
[... see more](#)

Featured
Join the Outer Order Inner Calm 30-day SMS Challenge...
Gretchen Rubin CHRONICLED A YEAR IN WHICH SHE TRIED TO BE MORE GLEEFUL IN A BLOG & A BOOK CALLED THIS "PROJECT"
The Happiness Project is an answer on the...
Gretchen Rubin

Gretchen Rubin
Bestselling writer about habits and happiness at gretchenrubin.com

Volunteer experience

- board member**
New York Organ Donor Network
Health
- member of Library Council**
New York Public Library
Arts and Culture

Skills & endorsements

Blogging · 99+
Endorsed by Chris Brogan and 49 others who are highly skilled at this

Newsletters · 99+
Endorsed by Mike Davie and 4 others who are highly skilled at this

Social Media · 99+
Endorsed by Sara Ost and 25 others who are highly skilled at this
[Show more](#)

Recommendations

Received (0) **Given (1)**

Mike Courtney
Researcher & Futurist at Aperio Insights
August 4, 2015, Gretchen was a client of Mike's
I've had a terrific experience working with Mike Courtney and Aperio Insights. They created a survey which has generated more than 200,000 responses. Excellent analysis, responsive and helpful -- I highly recommend their work.

Activity
2,968,487 followers

"I take a lot of pride in my routines." Ramit Sethi is a personal finance expert...
Gretchen shared this
26 Reactions · 1 Comment

One of my favorite things about working on my book about the five senses is that...
Gretchen shared this
20 Reactions · 4 Comments

Congratulations to my brilliant friend Chris Gullebeau on the launch of...
Gretchen shared this
11 Reactions

Nothing is more exhausting than the task that is never started. Agree...
Gretchen shared this
797 Reactions · 63 Comments

[See all activity](#)

Experience

Bestselling writer; podcaster
gretchenrubin.com
1998 - Present · 23 yrs
New York City

Education

Yale Law School
J.D.
1991 - 1994
Activities and Societies: Editor-in-Chief of the Yale Law Journal, winner of the Edgar M. Cullen Prize

Yale University
BA, English
1984 - 1989

Accomplishments

8 Publications
Creating Great Workplace Habits • The Happiness Project One-Sentence Journal: A Five-Year Record • Happier at Home: Kiss More, Jump More, Abandon a Project, Read Samuel Johnson, and My Other Experiments in the Practice of Everyday Life • The Happiness Project: Or, Why I Spent a Year Trying to Sing in the Morning, Clean My Closets, Fight Right, Read Aristotle, and Generally Have More Fun • Profane Waste • Forty Ways to Look at JFK • Forty Ways to Look at Winston Churchill: A Brief Account of a Long Life • Power Money Fame Sex: A User's Guide

3 Projects
Read a sample of Gretchen Rubin's work • Read a sample of Gretchen Rubin's work • The one-minute video that resonates very deeply with people

2 Organizations
The Century Association • The Council on Foreign Relations

Interests

Yale University
315,438 followers

ECIP: Empathy, Collaboration, Passion, bro
4,750 members

Tim O'Reilly
Founder and CEO, O'Reilly Media
891,028 followers

Social Media Tech News & The Chris Voss
132,015 members

Henry Blodget
CEO and Editor, Business Insider
588,690 followers

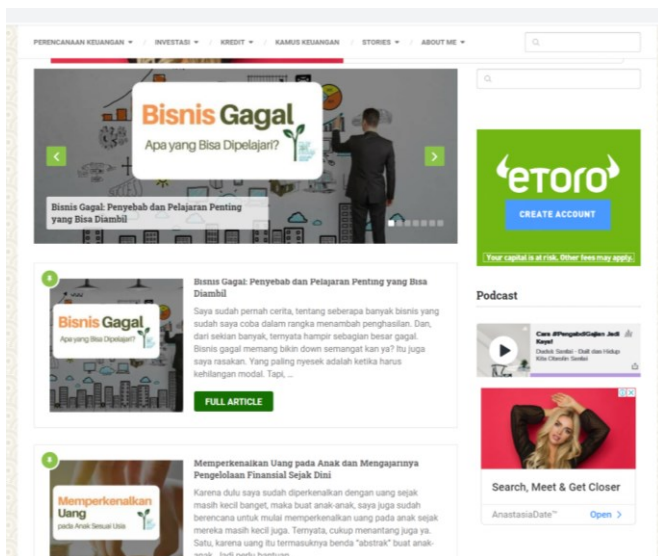
Martha Stewart
Founder of Martha Stewart Living Omnimedia
345,763 followers

[See all](#)

Contoh Media Sosial untuk Personal Branding

3. Blog Perencana Keuangan:

<https://danirachmat.com/>



Sitemap Blog danirachmat.com

Terima kasih sudah datang dan membaca blog danirachmat.com ini; namun halaman yang teman-teman tuju tidak dapat ditemukan (Error 404). Halaman sitemap blog danirachmat.com ini ditujukan untuk memberitahukan bahwa selain halaman yang dituju, di blog personal gue ini masih ada banyak yang bisa dibaca. Terutama untuk yang sedang mencari informasi tentang pengelolaan keuangan pribadi.

Isi Blog danirachmat.com

Blog ini adalah blog pribadi yang ditulis berdasarkan pengalaman dan hasil membaca gue selama ini. Di dalam blog ini berisi beberapa sub-kategori besar yang membahas hal-hal yang berkaitan dengan manajemen keuangan pribadi sebagai berikut:

1. **Perencanaan Keuangan:** Kategori ini membahas berbagai macam hal yang berhubungan dengan perencanaan keuangan. Sub kategori dari Perencanaan Keuangan ini antara lain: Dana Pendidikan, **Asuransi**, Dana Pensiun, Dana Darurat.
2. **Investasi:** Bagian investasi ini membahas beraneka ragam pilihan investasi antara lain Reksadana, Investasi Saham, Obligasi Ritel dan pilihan investasi lainnya.
3. **Kamus Keuangan:** Kalo manteman pengen tahu lebih tentang istilah-istilah keuangan, bisa coba buka kategori Kamus Keuangan dan dapatkan pengetahuan lebih dari blog danirachmat.com ini.

Silahkan diubek-ubek isi blog ini dari berbagai macam kategori yang gue pribadi berharap bisa membantu teman-teman semua dalam bidang manajemen keuangan pribadi. Apabila ada yang ingin disampaikan ke saya, bisa langsung disampaikan di kolom komentar atau kirim email ke halo@danirachmat.com.

Postingan Paling Ramai di Blog danirachmat.com

Penasaran apa saja yang postingan-postingan yang paling ramai dibaca sama para pengunjung blog ini? Ini dia daftarnya:

1. Kerja di Bank
2. Kartu ATM Mandiri Hilang dan Terblokir: Apa yang Harus Dilakukan?
3. Pergi ke Aeon Mall BSD di Negeri Antah Berantah
4. [Money Talk] Tips Ketika Kurang Bayar Pajak di SPT
5. Cerita Sedih Tilang Slip Biru
6. Kenapa Sebaiknya Tidak Tergoda Hadiah Tabungan
7. Baca Ini Sebelum Ke Big Bad Wolf Books di BSD

C. MEMAHAMI PENGERTIAN KESAN DAN REPUTASI DIRI

PENGERTIAN KESAN DAN REPUTASI DIRI

1. Kesan Diri (Self Concept)

Gambaran diri yang diketahui oleh individu yang sesuai dan bernilai dalam interaksinya dengan orang lain.

3 (tiga) karakter utama kesan/konsep diri dalam komunikasi antarpribadi:

- a. Multikonteks : pendeskripsian diri dalam berbagai cara, seperti nama, bentuk fisik, nama pekerjaan, keyakinan dan lain-lain;
- b. Cenderung subjektif: terutama dalam mendeskripsikan diri secara non biologis seperti penilaian positif kepada diri-sendiri;
- c. Abadi tetapi dapat berubah : konsep diri dapat berubah jika dalam proses pengembangan konsep diri terjadi dinamika dalam mengkategorisasikan konsep diri akan semakin positif atau negatif.

PENGERTIAN KESAN DAN REPUTASI DIRI

Kesan Diri dibentuk oleh beberapa faktor, yaitu:

- a. Citra diri (*self image*) : kemampuan individu untuk menemukan sesuatu dalam dirinya yang akan digunakan untuk menunjukan kepada orang lain tentang diri kita
- b. Perbandingan sosial : membandingkan apa yang kita lakukan dengan orang lain
- c. Ajaran budaya memengaruhi cara pandang diri Anda
- d. Pemaknaan dan evaluasi atas perilaku kita

PENGERTIAN KESAN DAN REPUTASI DIRI

2. Reputasi Diri (Self Reputation)

Pendapat dari orang lain tentang karakter atau kualitas dari diri kita.

3 Skala *undimensional* yang terdapat dalam reputasi general, yaitu:

- 1) Task Reputation: cara negosiator membangun reputasi level sukses pada saat melakukan negosiasi. Seseorang dikatakan memiliki task reputation yang tinggi jika :
 - a) Orang yang ahli dibidangnya
 - b) Sering dimintai pendapat terkait pekerjaan yang terdapat di organisasi
 - c) Orang lain sering mendatangnya ketika memiliki masalah pada pekerjaannya
 - d) Mengerti tentang sistem teknis terkait bidang pekerjaannya

3 Skala Undimensional yang Terdapat dalam Reputasi General

2) Social Reputation: manusia diciptakan sebagai makhluk sosial, terbentuk menjadi unit sosial, dan bekerja bersama-sama untuk mencapai sebuah tujuan. Seseorang dikatakan memiliki social reputation yang baik jika :

- a) Memiliki daya tarik untuk membuat orang lain merasa nyaman
- b) Sering dilibatkan pada kegiatan sosial
- c) Memiliki penerimaan yang baik dari lingkungan sekitarnya
- d) Memiliki popularitas yang tinggi

3 Skala Undimensional yang Terdapat dalam Reputasi General

3) Integrity Reputation: reputasi dapat digunakan untuk memprediksi perilaku seseorang dan integritas merupakan komponen yang penting ketika audiens ingin meramalkan kemungkinan perilaku orang lain.

Faktor faktor untuk mengukur Integrity Reputation seseorang yaitu :

- a) Memiliki integritas yang tinggi
- b) Dikenal sebagai sosok yang baik dan terhormat
- c) Orang orang merasa yakin dapat mempercayai individu tersebut
- d) Memiliki moral yang tinggi.

D. Memahami Cara Membentuk dan Mempertahankan Kesan dan Reputasi Diri

CARA MEMBENTUK DAN MEMPERTAHANKAN KESAN DAN REPUTASI DIRI

- a. Membentuk Kesan dan Reputasi melalui Penghargaan Diri dan Pengungkapan diri
 - 1) Penghargaan diri (Self Esteem)

Citra diri identik dengan penghargaan diri (self esteem), yaitu cara pandang diri termasuk di dalamnya komponen perilaku, kognitif, afektif. Penghargaan diri dapat mengembangkan kesan diri karena kemampuan mengelola penghargaan diri dapat membantu dalam melakukan interaksi sosial. Penghargaan diri merupakan upaya untuk mendukung pemeliharaan atau mempertahankan hubungan kita dengan orang lain.

2) Pengungkapan diri (self-disclosure)

Pengungkapan diri merupakan bentuk pemberian informasi secara sengaja tentang diri kita kepada orang-orang penting dalam hidup kita.

Pengungkapan diri memiliki keuntungan seperti menguatkan hubungan dan kepercayaan, saling keterbukaan, pelepasan emosi dan membantu orang lain.

Pengungkapan diri juga memiliki resiko seperti penolakan, peluang mewajibkan orang lain, melukai orang lain dan melanggar privasi orang lain.

- b. Reputasi online adalah cara melihat individu/perusahaan saat mereka mencarinya secara online, baik dalam bentuk berita, blog, profil media sosial, situs pencarian dan lain-lain.

Manajemen reputasi online dilakukan dengan 3 langkah yaitu :

- 1) Memantau dan melacak apa yang dikatakan netizen tentang mereka secara online
- 2) Menganalisis bagaimana informasi yang terlihat mempengaruhi brand dan reputasi
- 3) Memengaruhi hasil dengan berpartisipasi dalam percakapan dan menghilangkan suara/pandangan/citra negatif

LATIHAN

HOW TO BUILD A KILLER PERSONAL BRAND

Membangun Merek Diri yang Baik

Langkah 1

Apa tujuan jangka pendek Anda?

- Mendapatkan pekerjaan baru
- Menarik klien baru
- Menjadi yang terbaik di tempat kerja
- Mengembangkan bisnis
- Menunjukkan keahlian
- Menunjukkan karya
- Lain-lain

Langkah 2 Menentukan Target

Siapa yang ingin Anda buat terkesan/tertarik?

- Perekrut atau pemberi kerja
- Klien potensial
- Pelaku industri sejawat
- Jurnalis
- Kolega atau klien yang sudah ada

Langkah 3 Menilai/Memperhatikan Kompetitor

Siapa yang ingin Anda buat terkesan?

Identifikasi 3 - 5 di industri Anda yang memiliki merek yang kuat. Cari dan perhatikan apa yang Anda temukan. Tanyakan pada diri Anda:

- Platform apa saja yang mereka gunakan?
- Mereka berinteraksi dengan siapa saja?
- Apa yang membuat mereka berhasil?
- Apa yang bisa mereka perbaiki atau rubah ?
- Apa saja keunggulan Anda dibandingkan mereka?
- Di sisi mana saja yang kurang pada diri Anda?

Langkah 4 Memilih Platform yang Sesuai

Platform mana yang akan Anda pilih untuk membangun merek diri?

Mulailah dengan satu atau dua jenis platform. Anda dapat menggunakan beberapa pilihan platform yang populer seperti:

- Situs tanya jawab, seperti Quora
- Video (YouTube, Facebook Live, Snapchat dan lainnya)
- Platform visual (Pinterest, Instagram)
- Twitter
- Facebook Page (bukan Facebook personal Anda)
- LinkedIn (Groups, Pulse dan Pages)
- Situs Industri spesifik
- Google+

Langkah 5 Merancang Konten

Langkah ini merupakan inti dari proyek personal branding Anda, yaitu konten! Beberapa pertanyaan berikut ini akan membantu Anda dalam menentukan konten.

1. Sebutkan 3 - 5 topik yang akan menjadi fokus Anda
2. Urutkan lima kekuatan dan atau keahlian dalam bekerja Anda
3. Pilih 5 kata untuk mendeskripsikan kepribadian Anda
4. Gaya bahasa apa yang paling cocok untuk audiens Anda:
 - o Formal
 - o Akademis
 - o Kasual/Santai
 - o Menyenangkan dan unik
 - o dan lain-lain

REFERENSI

- Butar, Christoper Rafael Butar dan Dini Salmiyah Fithrah Ali. (2018). Strategi Personal Branding Selebgram Non Selebriti. PProfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat: Vol 2, No. 2, 86-101.
- levansyah dan Teguh P. Sadono. (2018). Personal Branding dalam Komunikasi Selebritis (Studi Kasus Personal Branding Alumni Abang None Jakarta di Media Sosial "Instagram"). Bricolage: vol 4 no. 2, 161-209. Tersedia di <http://journal.ubm.ac.id>
- Ismail, Nik Ahmad Hisham dan Mustafa Tekke. (2015). Rediscovering Rogers's Self Theory and Personality. Journal of Educational, Health and Community Psychology: vol 4 No. 3; 28-36.
- K. P. Sunastiko, F. N.R.H, and A. Putra, "Hubungan Antara Citra Diri (Self Image) dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Produk Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Diponegoro Semarang," Jurnal EMPATI, vol. 2, no. 3, pp. 52-59, Apr. 2014. [Online]. [##plugins.citationFormats.ieee.retrieved](#)
- Rakhmawati, Yuliana. (2019). Komunikasi Antarpribadi: Konsep dan Kajian Empiris. CV. Putra Media Nusantara: Surabaya.
- Restusari, Firda Nurafifah dan Nuke Farida. (2019). Instagram sebagai Alat Personal Branding dalam Membentuk Citra Diri (Studi pada Akun Bara Pattiradjawane. Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi : Vol 3 No. 2, 175-185. DOI: 10.35760/mkm.2019.v3i2.2340.
- Saptanti, E.I. (2020). Analisis Manajemen Impresi Ma'ruf Amin dalam Debat Pilpres 2019, UltimaComm: Jurnal Ilmu Komunikasi, 12(2), 262-284. DOI 10.31937/ultimacomm.v12i2.1573
- Sekti, Wisnu Anendya, Chr. Hari Soetjningsih, Adi Setiawan. (2019). Self Concept Training to Improve Future Orientation Among College Student. Psikodimensia: vol 18 no. 2, 131 - 143.
- Syawiluna, Maribella, Andry Alamsyah dan Endang Sofyan. (2017). Pemetaan Jaringan Pengetahuan dan Reputasi Menggunakan Social Network Analysis (Studi Kasus PT Mediawave Interaktif). e-Proceeding of Management. Vol 4 No. 1. 103-110.

REFERENSI

- <https://good.co/blog/personal-brand-worksheet/>
- <https://koinworks.com/blog/wanita-inspiratif-linkedin/>
- <https://www.linkedin.com/in/gretchenrubin/>
- <https://www.instagram.com/bangpen/?hl=en>
- <https://blog.gamatechno.com/tokoh-it-indonesia/>
- <https://www.instagram.com/andresuryaenspire/>
- <https://www.linkedin.com/in/asurya/?originalSubdomain=id>

#Jadijagoandigital

Terima Kasih



digitalent.kominfo



DTS_kominfo



digitalent.kominfo



digital talent scholarship