

PROPOSAL

PENGABDIAN MASYARAKAT



Pelatihan Pemanfaatan Platform Media Sosial dan Desain Canva sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan *Personal Branding* Pada Panti Asuhan Adinda

Oleh:

Heriyanto, M.Kom (0305108604)
Ika Kurniawati, M.Kom (0329048903)
Fachri Amsury, M.Kom (0329079102)
Muhammad Rizki Fahdia, M. Kom (0317119101)
Riski Permata Sari (11220138)
Ahmad Tirta Subagio (1122088)
Nurhayati (11220379)
Oktavia ananda (11220341)
Siti Nurbadriah Humairah (11220021)
Arjuna Muhammad Malik (11211779)

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

MARET

2023

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Pelatihan Pemanfaatan Platform Media Sosial dan Desain Canva sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Personal Branding Pada Panti Asuhan Adinda
2. Mitra : Panti Asuhan Adinda
3. Ketua Pelaksana
- a. Nama Lengkap : Heriyanto Mkom
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. NIP : 201909140
 - d. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - e. Program Studi : Sistem Informasi (S1)
 - f. Email : heriyanto.hio@nusamandiri.ac.id
4. Jumlah Anggota : 9
- Nama Anggota : Ika Kurniawati, M.kom
Fachri Amsury M.Kom
Muhammad Rizki Fahdia M.Kom
- Mahasiswa yang terlibat : 6 Orang
5. Biaya : Rp.3.250.000,-

Jakarta, 1 Maret 2023

Mengetahui

Rektor Universitas Nusa Mandiri



Arif Hidayat Riiana, S.Si, MM, M.Kom

Ketua Pelaksana

Heriyanto Mkom

Menyetujui,

Ketua LPPM Universitas Nusa Mandiri

Andi Saryoko, M.Kom

RINGKASAN

Media sosial adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan berbagai konten tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Media sosial juga dapat menjadi sarana untuk promosi/*branding*. Panti Asuhan Adinda adalah panti asuhan yang menampung anak-anak dan remaja belum secara optimal memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari promosi dan *branding* Yayasan ke masyarakat luas. Pelatihan kualitas konten sebagai sarana promosi dan *branding* dapat menjadi solusi dari permasalahan tersebut. Pelatihan meliputi pelatihan konsep dasar *branding* yakni konsep *self marketing*, *self promotion* dan personal branding menjadi hal penting sebagai cara untuk meningkatkan “nilai jual” seseorang atau institusi dan mendesain konten promosi dan *branding* yang menarik dan informatif menggunakan Canva. Hasil yang diharapkan nantinya para peserta dapat meningkatkan *skill* dalam mendesain materi atau konten promosi dan *branding* sehingga secara professional memanfaatkan kemampuan *self marketing* melalui portofolio di media sosial untuk mengembangkan kompetensi diri dan mampu berkompetisi dan meningkatkan nilai dirinya secara positif bagi peserta maupun institusi.

Kata Kunci: canva; media sosial; *personal branding*; pelatihan, promosi.

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Analisis Situasi.....	1
1.2. Identifikasi Masalah Mitra	4
1.3. Solusi Permasalahan.....	4
1.4. Rencana Pelaksanaan	5
BAB II TARGET DAN LUARAN.....	6
2.1. Target	6
2.2. Luaran	6
BAB III METODE PENGABDIAN MASYARAKAT.....	9
BAB IV BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	11
4.1. Anggaran Biaya.....	11
4.2. Jadwal Kegiatan	12
DAFTAR PUSTAKA	13

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Media sosial adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan berbagai konten tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Media social dapat dimanfaatkan sebagai sarana dokumentasi dari berbagai konten yang ada seperti profil, informasi, reportase, kejadian, rekaman peristiwa, dan hasil riset atau kajian. Media sosial juga dapat diintegrasikan dengan berbagai lini dan digunakan untuk menyebarkan berbagai konten yang relevan sesuai target di masyarakat dan juga untuk kepentingan mencapai visi, misi, dan tujuan organisasi [1]. Media sosial juga dapat menjadi sarana untuk promosi/*branding* [2]. Melalui tangan para pakar manajemen dan *marketing*, media sosial dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strategi manajemen [1].

Pengguna media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada. Hal ini menjadi peluang bagi mereka untuk memarketkan dirinya melalui postingan kemampuan dan kegiatan yang diunggah pada platform media tersebut sebagai sarana membangun citra positif, mempromosikan kemampuan diri dan membangun personal branding, yang pada akhirnya akan memberikan dampak positif bila dikelola dengan cara cara yang sesuai dengan etika dan procedural yang benar [3] . Termasuk di dalamnya adalah wujud eksistensi sebagai media aktualisasi diri.

Eksistensi diri merupakan segala kemungkinan yang apabila direalisasikan dapat mengarahkan individu pada keberadaan autentik, yaitu manusia menjadi dirinya sendiri, mengambil tanggung jawab untuk menjadi dirinya sendiri dengan menyeleksi kemungkinan yang ada dan disediakan dalam kehidupannya [9]. Atas alasan itulah memahami konsep *self marketing*, *self promotion* dan *personal branding* menjadi hal penting sebagai cara untuk meningkatkan “nilai jual” seseorang. Melalui *self marketing*, *self promotion*, dan *personal branding*, dapat disatukan hal-hal utama pada individu yang melibatkan skill, kepribadian, dan karakter yang dibungkus sebagai identitas yang kuat dibanding identitas diri orang lainnya [10].

Personal branding adalah suatu cara memasarkan karir seseorang atau lembaga secara berkala. Personal branding adalah proyek seumur hidup yang terus berkembang

dan berubah [4]. Di era digital seperti sekarang ini, *personal branding* menjadi hal yang bisa dilakukan dilakukan. *Personal branding* menjadi hal penting sebagai cara untuk meningkatkan ‘nilai jual’ seseorang [5]. Dari hasil observasi dilapangan kebanyakan pemuda sekitar kurang paham mengenai cara mereka membangun strategi untuk menawarkan diri untuk bekerja atau menjual jasa yang mereka miliki melalui media online [4].

Media sosial menjadi alat yang sangat efektif dalam membangun portfolio digital multimedia dan personal branding. Namun, masih banyak masyarakat yang berprofesi sebagai freelancer yang menjual jasa desain grafis, produk digital, jasa multimedia belum memanfaatkan media sosial dengan baik untuk membangun portfolio dan personal branding mereka [6]. Permasalahan yang sering dihadapi oleh masyarakat pada umumnya adalah kurangnya pengetahuan dasar tentang media sosial, kurangnya keterampilan dalam memanfaatkan media sosial, dan tidak adanya perencanaan strategi yang efektif dalam membangun portfolio dan personal branding [6].

Dalam membangun portfolio dan personal branding, dituntut dapat menginterpretasikan ide atau pesan dalam gambar atau foto melalui tulisan yang membutuhkan penguasaan kosa kata dan mengorganisasikannya dalam bentuk teks. Salah satu kesulitan yang dialami peserta ketika menulis teks caption ini adalah bagaimana menyajikan gambar atau foto yang akan ditulis *captionnya*. Peserta mengalami kesulitan apabila harus menggambar dengan tangan atau mencetak foto terlebih dahulu ketika harus membuat teks *caption* untuk menginterpretasikan atau menjelaskan keterangan/pesan dari gambar tersebut. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan sebuah media pembelajaran yang mampu membantu peserta untuk mendesain gambar atau foto yang akan diberi *caption* sehingga bisa fokus pada apa yang akan ditulis. Media yang mudah diaplikasikan dan fleksibel untuk keperluan ini adalah *canva* [7].

Canva adalah program desain online yang menyediakan berbagai alat seperti presentasi, dokumen A4, resume, poster, brosur, grafik, infografis, spanduk, pamflet, sertifikat, diploma, kartu undangan, kartu nama, kartu ucapan terima kasih, kartu pos, logo, penanda, buletin, sampul CD, sampul buku, wallpaper, template, pengeditan foto, thumbnail youtube, cerita Instagram, postingan twitter, dan sampul facebook [8].

Panti Asuhan Adinda diresmikan pada tahun 1999 setelah sebelumnya Yayasan Pembina Anak Sehat merupakan sebuah (Sekolah Dasar) SD Swasta Sosrokartono yang pada tahun 1983 didirikan oleh Ir. R. Ng. Soearto Sosrohadikoesoemo dan setelah beliau meninggal dunia tahun 1994, Yayasan diteruskan oleh Ibu Joice (istri) namun mengalami kemunduran karena tidak sanggup mencari dana, ada 35 anak yang keluar dari Sekolah karena keluarganya tidak mampu membiayai sehingga Dra. Laela Ridwan putri dari Ir. Sosrohadikusumo bertekad untuk mendirikan sebuah panti asuhan untuk menampung 35 anak yang putus sekolah dari keluarga yang tidak mampu. Panti Asuhan Adinda yang beralamat di Jl. Cendrawasih VI No. 47, RT. 012 RW. 07, Cengkareng Barat, Cengkareng, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta, tampak pada Gambar 1.



Gambar 1. Panti Asuhan Adinda

Permasalahan yang terjadi pada anak-anak remaja dan manajemen panti adalah kurangnya pemahaman mengenai cara membangun strategi dalam konsep personal branding, kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan media sosial untuk personal branding dan media promosi, Kurangnya keterampilan dalam mendesain konten promosi dan branding serta memanfaatkan media social. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim Pengabdian Masyarakat memberikan solusi untuk pengelola yayasan dan anak-anak panti asuhan dengan memberikan pelatihan tentang cara bagaimana membangun portfolio dan personal branding melalui media sosial. Dalam pengabdian masyarakat ini, pelaksana mengadakan pelatihan tentang pemanfaatan

media sosial dalam membangun portfolio dan personal branding secara efektif serta tips dan trik yang dibutuhkan para peserta dalam mendesain portfolio dan personal branding mereka. Metode ini dipilih untuk menyampaikan konsep-konsep yang penting dalam menjelaskan apa itu *Self Marketing*, *self promotion*, *personal branding*, *media social platform*, karakteristik media sosial platform yakni Instagram serta contoh membuat penyajian *self marketing*, *self promotion*, *personal branding* dan membangun *networking* di internet, dan keterampilan dalam mendesain konten promosi dan *branding* hingga menghasilkan sebuah citra dan image yang positif yang mengangkat *self marketing* sesuai dengan yang diharapkan.

1.2. Identifikasi Masalah Mitra

Identifikasi masalah mitra berisikan hasil point-point permasalahan yang dihadapi oleh mitra tersebut.

Berdasarkan uraian kondisi mitra, dapat dituliskan permasalahan yang ada yaitu:

1. Kurangnya pemahaman konsep *self marketing*, *self promotion* dan *personal branding* pada anak-anak panti asuhan Adinda
2. Kurangnya keterampilan dalam mendesain konten promosi dan branding serta memanfaatkan media sosial
3. *Branding* yayasan melalui media sosial belum dilakukan secara maksimal oleh manajemen

1.3. Solusi Permasalahan

Solusi permasalahan berisikan solusi apa yang ditawarkan dari identifikasi masalah yang dihadapi oleh mitra tersebut. Solusi permasalahan dapat disajikan dalam bentuk tabel solusi.

Tabel 1. Solusi Permasalahan

Permasalahan	Solusi
Kurangnya pemahaman konsep <i>self marketing</i> , <i>self promotion</i> dan <i>personal branding</i> pada anak-anak panti asuhan Adinda	Memberikan informasi tentang bagaimana cara memanfaatkan media sosial untuk kebutuhan portfolio dan personal branding

Kurangnya keterampilan dalam mendesain konten promosi dan branding serta memanfaatkan media sosial	Memberikan pelatihan menggunakan aplikasi Canva untuk mendesain materi atau konten promosi dan <i>branding</i>
<i>Branding</i> Yayasan melalui media sosial belum dilakukan secara maksimal oleh manajemen	Penjelasan tentang media social dan berbagai manfaat yang bisa didapat dari media sosial

1.4. Rencana Pelaksanaan

Dalam pelatihan yang akan kami laksanakan menggunakan metode ceramah dan workshop secara tatap muka pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 27 Mei 2023

Waktu : 09.00 – 12.00 WIB

Tempat : Panti Asuhan Adinda

Jl. Cendrawasih VI No. 47, RT. 012 RW. 07, Cengkareng Barat, Cengkareng, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta 11730, Indonesia

Topic : Pelatihan Pemanfaatan Platform Media Sosial dan Desain Canva sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Branding

Susunan Panitia Pengabdian Masyarakat adalah sebagai berikut :

Penanggung Jawab : Prof. Dr. Dwiza Riana, S.Si, M.M, M.Kom

Ketua Pelaksana : Heriyanto, M.Kom

Tutor : Ika Kurniawati, M.Kom

Anggota : 1. Fachri Amsury, M.Kom
2. Muhammad Rizki Fahdia, M.Kom
3. Riski Permata Sari (11220138)
4. Ahmad Tirta Subagio (1122088)
5. Nurhayati (11220379)
6. Oktavia ananda (11220341)
7. Siti Nurbadriah Humairah (11220021)
8. Arjuna Muhammad Malik (11211779)

BAB II

TARGET DAN LUARAN

2.1. Target

Target utama pada pengabdian masyarakat dengan tema “Pelatihan Pemanfaatan Platform Media Sosial dan Desain Canva sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Branding” di Panti Asuhan Adinda yang berlokasi di Jl. Cendrawasih VI No. 47, RT. 012 RW. 07, Cengkareng Barat, Cengkareng, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta 11730, Indonesia. Target atau sasaran tujuan dengan diadakannya pelatihan ini sebagai berikut :

1. Setelah mengikuti pelatihan ini, peserta mengetahui manfaat tujuan dilaksanakan literasi kegiatan *self marketing, self promoting, personal branding* melalui media social platform ini adalah untuk membuka wawasan/pengetahuan dan memberikan bekal kepada anak-anak panti asuhan Adinda untuk secara kritis memanfaatkan kemampuan menggunakan media sosial dan pemanfaatan internet dan platform media sosial yang dapat memberikan nilai ekonomi bagi mereka melalui kegiatan *self marketing, self promoting, personal branding*. Dengan demikian diharapkan nantinya para pelajar dapat secara professional memanfaatkan kemampuan *self marketingnya* melalui portofolio di media sosial untuk mengembangkan kompetensi diri dan mampu berkompetisi dan meningkatkan nilai dirinya secara positif.
2. Peningkatan kompetensi dalam memanfaatkan aplikasi Canva untuk mendesain materi atau konten promosi dan *branding* Yayasan.
3. Peningkatan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi dan *branding* Yayasan sehingga diharapkan masyarakat lebih mengenal panti asuhan Adinda beserta prestasi-prestasinya, yang berimbas pada peningkatan jumlah donatur.

2.2. Luaran

Luaran dari pengabdian masyarakat ini adanya peningkatan kemampuan anak-anak dan manajemen Panti Asuhan Adinda dalam media sosial dan pemanfaatan internet dan platform media sosial yang dapat memberikan nilai ekonomi bagi mereka melalui kegiatan *self marketing, self promoting, personal branding*. Kemampuan dalam memanfaatkan sosial media untuk *branding* dan promosi, serta meningkatkan

skill dalam memanfaatkan aplikasi Canva untuk mendesain materi atau konten promosi dan *branding* Yayasan.

Sedangkan luaran utama berbentuk artikel pada media massa (*Press Release*) dan artikel jurnal yang diterbitkan pada penerbit jurnal nasional tidak terakreditasi.

Tabel 2. Target Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Status Capaian
1	Publikasi di jurnal ilmiah cetak atau elektronik	Artikel di Jurnal Internasional	Tidak ada
		Artikel di Jurnal Nasional Terakreditasi	Tidak ada
		Artikel di Jurnal Nasional Tidak Terakreditasi	Draft
2	Artikel ilmiah dimuat di prosiding cetak atau elektronik	Internasional	Tidak ada
		Nasional	Tidak ada
		Lokal	Tidak ada
3	Artikel di media masa cetak atau elektronik	Nasional	Tidak ada
		Lokal	Draft
4	Dokumentasi pelaksanaan	Video kegiatan	Ada
5	<i>(Keynote Speaker/Invited)</i> dalam temu ilmiah	Internasional	Tidak ada
		Nasional	Tidak ada
		Lokal	Tidak ada
6	Pembicara tamu (<i>Visiting Lecturer</i>)	Internasional	Tidak ada
7	Kekayaan Intelektual (KI)	Paten	Tidak ada
		Paten Sederhana	Tidak ada
		Perlindungan Varietas Tanaman	Tidak ada
		Hak Cipta	Tidak ada
		Merk Dagang	Tidak ada
		Rahasia Dagang	Tidak ada
		Desain Produk Industri	Tidak ada
Indikasi Geografis	Tidak ada		
8	Buku Buku ber ISBN		Tidak ada
9	Book chapter		Tidak ada
10	Mitra Non Produktif	Pengetahuannya meningkat	Ada
		Keterampilannya meningkat	Ada
		Kesehatannya meningkat	Tidak ada
		Pendapatannya meningkat	Tidak ada
		Pelayanannya meningkat	Tidak ada
11	Mitra Produktif Ekonomi/Perguruan Tinggi	Pengetahuannya meningkat	Tidak ada
		Keterampilannya meningkat	Tidak ada
		Kualitas produknya meningkat	Tidak ada

	Jumlah produknya meningkat	Tidak ada
	Jenis produknya meningkat	Tidak ada
	Kapasitas produksi meningkat	Tidak ada
	Berhasil melakukan ekspor	Tidak ada
	Berhasil melakukan pemasaran antar Pulau	Tidak ada
	Jumlah aset meningkat	Tidak ada
	Jumlah omsetnya meningkat	Tidak ada
	Jumlah tenaga kerjanya meningkat	Tidak ada
	Kemampuan manajemennya meningkat	Tidak ada
	Keuntungannya meningkat	Tidak ada
	Income generating PT meningkat	Tidak ada
	Produk tersertifikasi	Tidak ada
	Produk terstandarisasi	Tidak ada
	Unit usaha berbadan hukum	Tidak ada
	Jumlah wirausaha baru mandiri	Tidak ada

BAB III

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Tahapan pelaksanaan dalam pengabdian masyarakat ini seperti yang digambarkan pada gambar 2.



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

1. **Persiapan**

Tahap persiapan yaitu pengumpulan data dan informasi dilakukan mulai bulan Maret-April 2023, dengan melakukan wawancara dan diskusi dengan pihak Yayasan Panti Asuhan Adinda terkait dengan permasalahan yang sedang dihadapi, kemudian memberikan solusi dari permasalahan tersebut.

2. **Pelaksanaan**

Kegiatan pelaksanaan dilakukan setelah mendapatkan persetujuan dari pihak Panti Asuhan Adinda, dengan memberikan pelatihan sebagai solusi dari permasalahan yang ada.

Pelaksanaan akan dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 27 Mei 2023. Kegiatan dilakukan dengan cara metode ceramah dan workshop/praktik, serta mendampingi pada saat pelatihan. Pada saat pelaksanaan ada pembagian tugas yang dilakukan oleh panitia pelaksana, yaitu :

Ketua : Mengkoordinir kegiatan Pengabdian Masyarakat agar dapat berjalan dengan lancar.

Tutor : Menyiapkan materi dan menyampaikan materi Pengabdian Masyarakat kepada peserta pelatihan

Anggota : Membantu pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini dan memastikan semua peserta dapat memahami materi yang disampaikan oleh Tutor.

3. Evaluasi

Setelah kegiatan selesai, para peserta diberikan kuesioner terkait dengan kegiatan yang telah dilakukan sebagai bahai evaluasi untuk mengetahui seberapa besar manfaat dari pelatihan yang telah dilaksanakan.

4. Laporan

Hasil kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah berupa Laporan, Press Release yang di publish pada media elektronik dan artikel ilmiah yang di publikasi pada Jurnal Nasional tidak terakreditasi

BAB IV
BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1. Anggaran Biaya

Rencana anggaran biaya pelaksanaan Pengabdian Masyarakat pada Panti Asuhan Adinda dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Rencana Anggaran Biaya

No	Uraian	Qty	Harga	Jumlah
1. Akomodasi (Perjalanan/Penginapan)				
a.	Transportasi Panitia (Survey)	10	Rp. 50.000,00	Rp. 500.000,00
Subtotal				Rp. 500.000,00
2. Peralatan				
a.	Print dan Jilid Proposal	2	Rp. 25.000,00	Rp. 50.000,00
b.	Print Modul	50	Rp. 5.000,00	Rp. 250.000,00
c.	ATK			
	c.1. Kertas	1	Rp. 100.000,00	Rp. 100.000,00
	c.2. Ballpoint	50	Rp. 3.000,00	Rp. 150.000,00
d.	Sewa LCD	1	Rp. 75.000,00	Rp. 75.000,00
e.	Kabel Power	4	Rp. 50.000,00	Rp. 200.000,00
f.	Terminal	2	Rp. 12.500,00	Rp. 25.000,00
Subtotal				Rp. 850.000,00
3. Perlengkapan & Makanan				
a.	Spanduk	1	Rp. 100.000,00	Rp. 100.000,00
b.	Souvenir	1	Rp. 100.000,00	Rp. 100.000,00
c.	Banner	1	Rp. 100.000,00	Rp. 100.000,00
c.	Plakat	1	Rp. 150.000,00	Rp. 100.000,00
Subtotal				Rp. 400.000,00
4. Biaya Lain-lain				
a.	Snack	50	Rp. 10.000,00	Rp. 500.000,00
b.	Makan Siang	50	Rp. 20.000,00	Rp. 1.000.000,00
Subtotal				Rp. 1.500.000,00
Total				Rp. 3.250.000,00

4.2. Jadwal Kegiatan

Jadwal kegiatan Pengabdian Masyarakat pada Panti Asuhan Adinda dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Jadwal Kegiatan Pengabdian

No.	Kegiatan	Bulan				
		Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Survey lapangan					
2	Pengajuan Ijin ke Instansi					
3	Pengajuan Proposal Kegiatan					
4	Mempersiapkan materi dan alat yang diperlukan untuk kegiatan					
5	Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat					
6	Monitoring dan evaluasi					
7	Penyusunan Laporan Akhir					
8	Menyusun draft artikel dan publikasi ke Jurnal Nasional					
9	Menyusun draft artikel dan publikasi ke media massa (<i>press release</i>)					

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Nuzulita *et al.*, “Improving The Quality Of Content On School Social Media As A Promotion Tool And School Branding In Surabaya Peningkatan Kualitas Konten Pada Media Sosial Sekolah Sebagai Sarana Promosi Dan Branding Sekolah Di Surabaya,” *J. Layanan Masy. (Journal Public Serv.*, vol. 6, no. 2, pp. 395–405, 2022.
- [2] Taufik, Indah Werdiningsih, Faried Effendy, Nania Nuzulita, Ibaneza Griffint Secoria, and Aulia Marcha Rizkasari Putri, “Training and Assistance of Online Marketing of Processed Marine Products Micro-Medium Business ‘Lamora’ in Kauman Village, Socah, Bangkalan,” *J. Layanan Masy. (Journal Public Serv.*, vol. 6, no. 1, pp. 185–194, 2022.
- [3] Y. Hereyah, F. H. Umarella, and E. P. Endri, “SELF MARKETING : SENI MEMASARKAN DIRI BAGI KALANGAN REMAJA MELALUI MEDIA SOSIAL,” vol. 5, pp. 1–8, 2022.
- [4] T. Irham Maulana, “Pelatihan Pembuatan Website Carrd . Co Sebagai Media Personal Branding Untuk,” *J. An-Nizam J. Bakti Bagi Bangsa*, vol. 01, pp. 127–133, 2022.
- [5] A. M. Afrilia, “Personal Branding Remaja di Era Digital,” *Mediat. J. Komun.*, vol. 11, no. 1, pp. 20–30, 2018.
- [6] T. Hidayat, “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN PORTFOLIO DIGITAL MULTIMEDIA DAN PERSONAL BRANDING SECARA EFEKTIF,” *Lap. Pengabd. Masy.*, no. 12192913, 2021.
- [7] S. N. Chamidah, “Pemanfaatan Aplikasi Canva dan Padlet Untuk Meningkatkan Kemampuan Siswa Dalam Menulis Teks Caption,” *J. Dharma Pendidik. STKIP PGRI Nganjuk*, vol. 17, no. 1, pp. 83–94, 2022.
- [8] R. E. Tanjung and D. Faiza, “Canva Sebagai Media Pembelajaran Pada Mata Pelajaran Dasar Listrik Dan Elektronika,” *Voteteknika (Vocational Tek. Elektron. dan Inform.*, vol. 7, no. 2, p. 79, 2019.

- [9] T. Flew, *New Media: An Introduction*. New York, Oxford University Press, 2002.
- [10] P. Montoya, *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques*, -: Michael, Martha & Opra , 2002.