



**KEPUASAN MAHASISWA DALAM PELATIHAN PENINGKATAN KEPERIBADIAN DAN PERSONAL BRANDING DI FAKULTAS VOKASI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA**

**Salamun Rohman Nudin<sup>1</sup>, Hafizhuddin Zul Fahmi<sup>2</sup>, Evi Winingsih<sup>3</sup>, Brillian Rosy<sup>4</sup>, Fandi Fatoni<sup>5</sup> Asmunin<sup>6</sup>, Andy Iwan Nurhidayat<sup>7</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Universitas Negeri Surabaya

[1salamunrohman@unesa.ac.id](mailto:1salamunrohman@unesa.ac.id)

**Abstrak**

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelatihan peningkatan kepribadian dan personal branding yang diselenggarakan di Fakultas Vokasi Universitas Negeri Surabaya. Metode yang digunakan adalah survei dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa yang telah mengikuti pelatihan. Fokus artikel mencakup aspek-aspek seperti konten pelatihan, metode pengajaran, interaksi antara peserta dan narasumber, serta dampak positif yang dirasakan oleh mahasiswa setelah mengikuti pelatihan. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa merasa sangat puas dengan pelatihan peningkatan kepribadian dan personal branding yang mereka ikuti. Faktor yang memberikan kontribusi tertinggi pada kepuasan mahasiswa meliputi penguasaan narasumber terhadap materi pelatihan dan pemberian kesempatan tanya jawab sejumlah 41 mahasiswa sangat puas dari 55 mahasiswa yang mengikuti pelatihan. Namun, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa, seperti peningkatan kenyamanan ruang pelatihan dan penyesuaian materi agar lebih sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya institusi pendidikan tinggi untuk terus memperbaiki dan mengembangkan program pelatihan kepribadian dan personal branding guna memenuhi harapan dan kebutuhan mahasiswa. Peningkatan kualitas pelatihan dapat berkontribusi positif tidak hanya pada perkembangan pribadi mahasiswa, tetapi juga pada pengalaman belajar mereka secara keseluruhan. Peningkatan kepuasan mahasiswa dalam kegiatan pelatihan dimasa depan dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi menyeluruh untuk penyempurnaan dan penyesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan mahasiswa. Serta menciptakan lingkungan pelatihan yang nyaman untuk mengurangi hambatan komunikasi antara mahasiswa dan narasumber.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelatihan, Survei, Kepribadian, Personal Branding, Mahasiswa

**Abstract**

*This article aims to analyze the level of student satisfaction with personality enhancement and personal branding training held at the Faculty of Vocational Studies, Surabaya State University. The method used is a survey by distributing questionnaires to students who have attended the training. The focus of the article covers aspects such as training content, teaching methods, interaction between students and instructor, and the positive impact felt by students after attending the training. The results of the analysis showed that most students were very satisfied with the personality enhancement and personal branding training they attended. Factors that contributed the highest to student satisfaction included the instructor mastery of the training material and the provision of discussion opportunities, with 41 students very satisfied out of 55 students who attended the training. However, there are several aspects that need to be considered to increase student satisfaction, such as improving the comfort of the training room and adjusting the material to better suit the needs of students. The implication of these findings is the importance of higher education institutions to continuously improve and develop personality and personal branding training programs to meet students' expectations and needs. Improving the quality of training can contribute positively not only to students' personal development, but also to their overall learning experience. Increasing student satisfaction in future training activities can be done by conducting a thorough evaluation to improve and adjust training materials to the needs of students. As well as creating a comfortable training environment to reduce communication barriers between students and instructor.*

**Keywords:** Training Satisfaction, Survey, Personality, Personal Branding, Student

## **PENDAHULUAN**

Sustainable Development Goals (SDGs) merupakan suatu rencana aksi global yang disepakati oleh para pemimpin dunia, termasuk Indonesia, guna mengakhiri kemiskinan, mengurangi kesenjangan dan melindungi lingkungan. Dalam “*Transforming Our World: The 2030 Agenda For Sustainable Development United Nations United Nations Transforming Our World: The 2030 Agenda For Sustainable Development*” terdapat 17 tujuan dan 169 Target yang diharapkan dapat dicapai pada tahun 2030. Tujuan ke empat SDGs adalah Quality Education atau kualitas pendidikan. Pada bidang tersebut peran akademisi sangat penting dalam peningkatan kualitas pendidikan di Indonesia (Org, 2015).

Maka perguruan tinggi berkewajiban untuk mendukung peningkatan kualitas dalam bidang pendidikan. Sesuai dengan amanat Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional pada pasal 39 menyebutkan bahwa “*pendidik merupakan tenaga profesional yang bertugas merencanakan dan melaksanakan proses pembelajaran, menilai hasil pembelajaran, melakukan pembimbingan dan pelatihan, serta melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, terutama bagi pendidik pada perguruan tinggi*” (Presiden, 2003).

Universitas Negeri Surabaya yang selanjutnya disebut Unesa merupakan salah satu perguruan tinggi di Indonesia. Sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi (Kemendikbud, 2020). Maka akademisi Unesa berkewajiban mendukung SDGs dengan melaksanakan Tri Dharma perguruan tinggi yang salah satunya adalah Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM).

Tema PKM yang dilaksanakan adalah “*Personality and Personal Branding for Career Development in Industry 5.0*”. Kegiatan ini dilaksanakan dengan harapan dapat meningkatkan softskill mahasiswa, khususnya pada kepribadian dan *personal branding* untuk mendukung keterserapan alumni di dunia kerja pada masa yang akan datang. Dikarenakan pada saat ini serapan lulusan yang mendapatkan pekerjaan sebelum enam bulan masih relatif rendah, yaitu 62,8% di Fakultas Vokasi, khususnya pada Program Studi Manajemen Informatika (Nudin dkk., 2022).

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kepribadian dan *personal branding* mahasiswa Fakultas Vokasi dengan menggunakan model Big Five

Personality. Model **Big Five Personality** terdiri dari lima aspek, yaitu: *Openness, Conscientiousness, Extroversion, Agreeableness, Neuroticism* atau disingkat OCEAN (Cervone & Pervin, 2022).

Pengukuran dapat dilakukan dua tahap, yaitu pretest dan posttest dengan menggunakan instrumen Big Five Inventory 2 (BFI-2) yang terdiri dari 60 butir pertanyaan (Denissen dkk., 2022; Soto & John, 2016, 2017) dan sudah diterjemahkan dalam bahasa Indonesia (Ahya & Siaputra, 2022). Hasil pengukuran jangka pendek akan menunjukkan tingkat keberhasilan pelatihan pada kegiatan PKM. Namun, pada artikel ini bertujuan untuk memaparkan hasil analisis tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelatihan peningkatan kepribadian dan *personal branding* yang diselenggarakan di Fakultas Vokasi Universitas Negeri Surabaya. Metode yang digunakan adalah survei dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa yang telah mengikuti pelatihan.

## **METODE**

Metode survei digunakan untuk melakukan analisis kepuasan mahasiswa terhadap pelatihan peningkatan kepribadian dan *personal branding* yang diselenggarakan di Fakultas Vokasi Universitas Negeri Surabaya. Instrumen survei terdiri dari 11 pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan peserta?
2. Apakah materi pelatihan dapat diterima dan diterapkan dengan mudah?
3. Apakah materi pelatihan disampaikan dengan urut dan sistematisannya jelas?
4. Apakah materi pelatihan bermanfaat bagi Anda?
5. Bagaimana pendapat Anda mengenai Waktu pelaksanaan pelatihan?
6. Bagaimana pendapat Anda mengenai kesesuaian tema dengan materi yang disampaikan?
7. Apakah Narasumber menguasai materi yang disampaikan?
8. Apakah Narasumber memberikan kesempatan tanya-jawab?
9. Apakah Narasumber menyajikan materinya dengan jelas dan berurutan?
10. Apakah Ruangan pelatihan nyaman bagi peserta?
11. Apakah Konsumsi yang disediakan sudah memuaskan bagi peserta?

Survei kepuasan ini dilakukan secara online menggunakan Googleform. Tautan survei dapat diakses melalui laman: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeqNsaPLcyCQ1EHEgFKOQwbRZWlyBYKU3lCw2-gyZjZvO2kw/viewform>.

Penilaian hasil survei menggunakan skala likert yang terdiri dari lima, yaitu:

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat setuju

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dilaksanakan dengan tiga tahap, yaitu: (1) tahap pra pelaksanaan, (2) tahap pelaksanaan, dan (3) tahap pasca pelaksanaan.

#### 1. Tahap Pra Pelaksanaan

Kegiatan yang dilaksanakan pada tahap ini adalah penyusunan materi, pendaftaran dan pembekalan. Materi yang disampaikan terdiri dari lima, antara lain:

- a. *Understanding Your Career Path*
- b. *Profiling Your Competencies*
- c. *Authentic Personal Branding*
- d. *Barrier in Personal Branding*
- e. *Communicate Your Brand*

Materi disusun oleh para narasumber dengan mengacu beberapa referensi terkini. Referensi yang digunakan dalam menyusun materi pelatihan terdiri dari buku, jurnal artikel ilmiah, dan artikel ilmiah yang diseminarkan. *Understanding your career path* (Butler, 2010; Carter dkk., 2009; Cui, 2023; Grundall & Mack, 2023; Hedge & Rineer, 2017), *profiling your competencies* (Pacher dkk., 2023; Soh, 2023), *authentic personal branding* (Santer dkk., 2023; Sylvester & Donald, 2023; Szántó, 2023), *barrier in personal branding* (Barhate & Dirani, 2022; Forsythe, 2021; Irvin dkk., 2012), dan *communicate your brand* (Konar, 2021; Sen, 2007; Summers & Smith, 2010). Pendaftaran dilakukan secara online melalui Googleform, sedangkan untuk pembekalan menggunakan Zoom Meeting. Mahasiswa yang melakukan pendaftaran sejumlah 70 orang yang dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Daftar Calon Peserta Pelatihan**

No	Program Studi	Jumlah
1	D4 Administrasi Negara	6
2	D4 Desain Grafis	5
3	D4 Kepeleatihan Olahraga	5
4	D4 Manajemen Informatika	12
5	D4 Tata Boga	9
6	D4 Tata Busana	6
7	D4 Teknik Listrik	6
8	D4 Teknik Mesin	5
9	D4 Teknik Sipil	6
10	D4 Transportasi	10
<b>Total</b>		<b>70</b>

#### 2. Tahap Pelaksanaan

Pelatihan dilaksanakan sesuai dengan rencana jadwal yang sudah disusun sebelumnya, yaitu pada tanggal 21 dan 22 Oktober 2023. Kegiatan diawali dengan pembukaan yang dihadiri oleh pimpinan Fakultas Vokasi dan narasumber. Materi utama sesuai dengan tema disampaikan oleh **Toetiek Septriasih, M. Psi., Psikolog**, Ketua Ikatan Psikologi Klinis Indonesia Wilayah Jawa Timur dan di dampingi oleh moderator Vindi Kusuma Wardani, S.Pd. Materi *Understanding Your Career Path* disampaikan oleh Hafizhuddin Zul Fahmi, S.Kom., M.Sc., *Profiling Your Competencies* oleh Dr. Evi Winingsih, S.Pd., M.Pd., *Authentic Personal Branding* oleh Brillian Rosy, S.Pd., M.Pd., *Barrier in Personal Branding* oleh Fandi Fatoni, S.Pd., M.SM., dan *Communicate Your Brand* oleh Salamun Rohman Nudin, S.Kom., M.Kom.



**Gambar 1. Cover Materi Pelatihan**

Gambar 1 merupakan cover materi yang disampaikan oleh narasumber. Materi dalam format file MS. Office Powerpoint yang disampaikan melalui media proyektor. Sehingga semua mahasiswa peserta pelatihan dapat melihat dan memahami. Materi dan sertifikat akan dikirim melalui email masing – masing mahasiswa yang telah mengikuti pelatihan dari tahap awal sampai dengan akhir.



**Gambar 2. Peserta Pelatihan**

Gambar 2 adalah dokumentasi setelah pembukaan yang diikuti oleh Wakil Dekan 1 Fakultas Vokasi, tim PKM, narasumber, dan peserta pelatihan. Sedangkan gambar 3 adalah dokumentasi penyampaian materi oleh narasumber utama. Dokumentasi tersebut menggambarkan antusiasme mahasiswa dalam mengikuti kegiatan pelatihan.



**Gambar 3. Penyampaian Materi**

Pada saat pelaksanaan tidak semua mahasiswa yang terdaftar dapat hadir untuk mengikuti kegiatan pelatihan. Mahasiswa yang hadir dan mengikuti pelatihan serta mengisi instrument kuisiner keuasan pelatihan sejumlah 55 orang. Sebaran mahasiswa berdasarkan program studi yang mengikuti pelatihan dapat dilihat pada tabel 2.

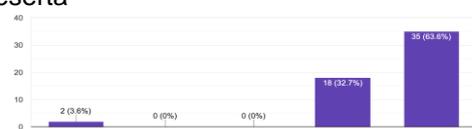
**Tabel 2. Daftar Peserta Pelatihan**

No	Program Studi	Jumlah
1	D4 Administrasi Negara	6
2	D4 Desain Grafis	5
3	D4 Kepelatihan Olahraga	3
4	D4 Manajemen Informatika	9
5	D4 Tata Boga	7
6	D4 Tata Busana	5
7	D4 Teknik Listrik	2
8	D4 Teknik Mesin	5
9	D4 Teknik Sipil	5
10	D4 Transportasi	8
<b>Total</b>		<b>55</b>

### 3. Tahap Pasca Pelaksanaan

Hasil survei keuasan mahasiswa dari masing – masing instrumen pertanyaan dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

a. Kesesuaian Materi dengan Kebutuhan Peserta



**Gambar 4. Kesesuaian Materi dengan Kebutuhan Peserta**

Pada gambar 4 menunjukkan keuasan peserta pelatihan terhadap materi pelatihan dengan kebutuhan mahasiswa sudah sangat baik. Peserta yang memberikan jawaban 5 (sangat setuju) sebanyak 63,6%.

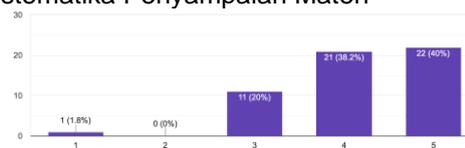
b. Kemudahan dalam Penerapan Materi



**Gambar 5. Kemudahan dalam Penerapan Materi**

Pada gambar 5 menunjukkan kemudahan peserta dalam menerapkan materi yang sudah disampaikan oleh para narasumber. Keuasan peserta pelatihan terhadap kemudahan penerapan materi sudah sangat baik. Peserta yang memberikan jawaban 5 (sangat setuju) sebanyak 47,3%.

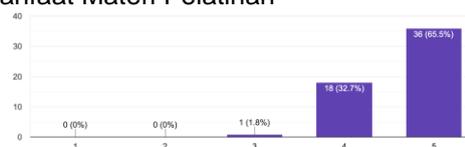
c. Sistematika Penyampaian Materi



**Gambar 6. Sistematika Penyampaian Materi**

Pada gambar 6 menunjukkan sistematika penyampaian materi sudah baik dan sangat baik yang disampaikan oleh para narasumber. Peserta yang memberikan jawaban 4 (setuju) sebanyak 38,2% dan 5 (sangat setuju) sebanyak 40%.

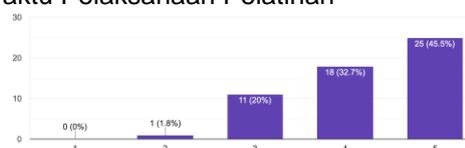
d. Manfaat Materi Pelatihan



**Gambar 7. Manfaat Materi Pelatihan**

Pada gambar 7 menunjukkan bahwa materi pelatihan yang disampaikan sangat bermanfaat untuk mahasiswa yang mengikuti pelatihan. Hal ini dapat dilihat pada keuasan peserta pelatihan yang memberikan jawaban 5 (sangat setuju) sebanyak 65,5%.

e. Waktu Pelaksanaan Pelatihan

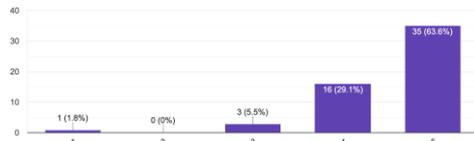


**Gambar 8. Waktu Pelaksanaan Pelatihan**

Pada gambar 8 menunjukkan bahwa waktu pelatihan yang diselenggarakan dihari sabtu dan minggu pada tanggal 21 dan 22 Oktober 2023 masih relatif baik. Hal ini berdasarkan kepuasan peserta yang memberikan jawaban 4 sebanyak 32,7% (setuju) dan 5 (sangat setuju) sebanyak 45,5%.

kepuasan peserta yang memberikan jawaban 5 (sangat setuju) sebanyak 74,5%. Sehingga mengindikasikan tingkat keberhasilan kegiatan pelatihan ini sangat berhasil. Meskipun begitu dimasa yang akan datang tetap perlu di tingkatkan dengan menggunakan model interaksi terkini.

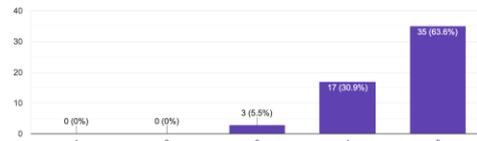
f. Kesesuaian Tema dan Materi Pelatihan



**Gambar 9. Kesesuaian Tema dan Materi Pelatihan**

Pada gambar 9 menunjukkan bahwa tema kegiatan “Personality and Personal Branding for Career Development in Industry 5.0” sangat sesuai dengan materi pelatihan yang disampaikan oleh narasumber. Kepuasan peserta pelatihan terhadap kesesuaian tema dan materi pelatihan adalah sangat setuju sebanyak 63,6%.

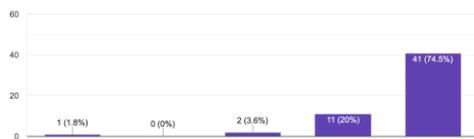
i. Penyampaian Materi Jelas dan Berurutan



**Gambar 12. Penyampaian Materi Jelas dan Berurutan**

Pada gambar 12 menunjukkan bahwa narasumber menyampaikan materi dengan sangat jelas dan berurutan. Kepuasan peserta pelatihan terhadap kejelasan materi sudah sangat baik. Peserta yang memberikan jawaban 5 (sangat setuju) sebanyak 63,6%.

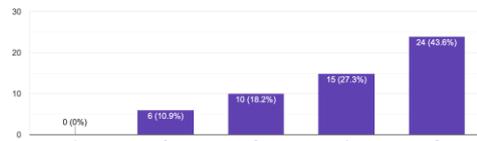
g. Penguasaan Narasumber Terhadap Materi Pelatihan



**Gambar 10. Penguasaan Narasumber Terhadap Materi Pelatihan**

Pada gambar 10 menunjukkan bahwa narasumber sangat menguasai materi yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan hasil analisis pengisian kuisisioner kepuasan peserta yang memberikan jawaban 5 (sangat setuju) sebanyak 74,5%.

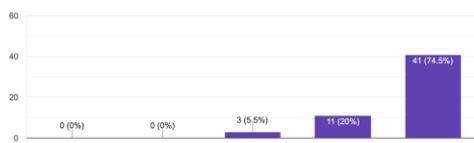
j. Kenyamanan Ruang Pelatihan



**Gambar 13. Kenyamanan Ruang Pelatihan**

Pada gambar 13 menunjukkan bahwa ruang pelatihan sudah nyaman bagi peserta pelatihan. Hal ini dapat dilihat dari analisis kepuasan peserta pelatihan terhadap kenyamanan ruang pelatihan sudah sangat baik. Peserta yang memberikan jawaban 5 (sangat setuju) sebanyak 43,6%. Namun lebih dari 50% memberikan jawaban yang lain. Sehingga kegiatan pelatihan dimasa yang akan datang harus lebih ditingkatkan lagi.

h. Pemberian Kesempatan Tanya Jawab



**Gambar 11. Pemberian Kesempatan Tanya Jawab**

Pada gambar 11 menunjukkan bahwa semua narasumber memberikan kesempatan kepada peserta untuk menyampaikan pertanyaan sesuai dengan materi yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan hasil analisis pengisian kuisisioner

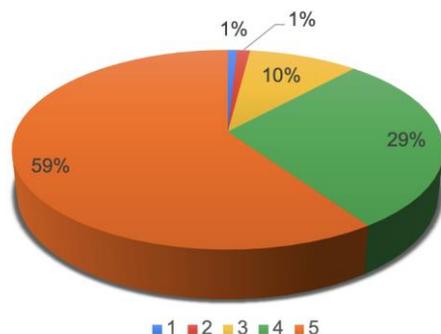
k. Konsumsi Memuaskan



**Gambar 14. Konsumsi Memuaskan**

Pada gambar 14 menunjukkan bahwa konsumsi yang disediakan oleh penyelenggara sudah sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari peserta yang memberikan jawaban 5 (sangat setuju) sebanyak 72,7%.

Gambar 15 menunjukkan hasil analisis secara keseluruhan adalah 59% mahasiswa sangat setuju (sangat memuaskan) dan 29% setuju (memuaskan). Detail hasil analisis dapat dilihat pada tabel 3.



**Gambar 15. Prosentase Hasil Survei**

### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis survei kepuasan mahasiswa dalam pelatihan peningkatan kepribadian dan personal branding dengan tema “Personality and Personal Branding for Career Development in Industry 5.0”. Maka pada bagian ini, akan dijelaskan simpulan kegiatan dan saran perbaikan dimasa yang akan datang.

#### Kesimpulan

Hasil survei mengungkapkan bahwa kepuasan mahasiswa dalam pelatihan peningkatan kepribadian dan personal branding di Fakultas Vokasi Universitas Negeri Surabaya sangat signifikan. Sebagian besar mahasiswa mengindikasikan tingkat kepuasan yang positif terhadap berbagai aspek pelatihan, termasuk konten, metode pengajaran, interaksi antara peserta dan narasumber, serta dampak positif yang dirasakan setelah mengikuti pelatihan. Faktor yang memberikan kontribusi tertinggi pada kepuasan mahasiswa meliputi penguasaan narasumber terhadap materi pelatihan dan pemberian kesempatan tanya jawab sejumlah 41 mahasiswa sangat puas dari 55 mahasiswa yang mengikuti pelatihan. Meskipun hasil menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi, temuan juga menyoroti beberapa aspek perbaikan, seperti peningkatan kenyamanan ruang pelatihan dan penyesuaian materi agar lebih sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

#### Saran

Peningkatan kepuasan mahasiswa dalam kegiatan pelatihan dimasa depan dapat diperhatikan dua hal sebagai berikut: Melakukan evaluasi menyeluruh untuk penyempurnaan dan penyesuaian materi

pelatihan dengan kebutuhan mahasiswa. Menciptakan lingkungan pelatihan yang nyaman untuk mengurangi hambatan komunikasi antara mahasiswa dan narasumber.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ahya, A., & Siaputra, I. B. (2022). Validasi Big Five Inventory-2 (BFI-2) untuk Indonesia: Belum sempurna tetapi valid dan reliabel mengukur kepribadian. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 9(1), 179–203. <https://doi.org/10.24854/jpu458 - S2>
- Barhate, B., & Dirani, K. M. (2022). Career aspirations of generation Z: a systematic literature review. *European Journal of Training and Development*, 46(1/2), 139–157.
- Butler, T. (2010). *Getting unstuck: A guide to discovering your next career path*. Harvard Business Press.
- Carter, G. W., Cook, K. W., & Dorsey, D. W. (2009). *Career paths: Charting courses to success for organizations and their employees (Vol. 11)*. John Wiley & Sons.
- Cervone, D., & Pervin, L. A. (2022). *Personality: Theory and research*. John Wiley & Sons.
- Cui, X. (2023). Exploring the Implementation Path of Career Planning for Vocational College Students. 2023 8th International Conference on Modern Management and Education Technology (MMET 2023), 483–488.
- Denissen, J. J. A., Soto, C. J., Geenen, R., John, O. P., & van Aken, M. A. G. (2022). Incorporating prosocial vs. antisocial trait content in Big Five measurement: Lessons from the Big Five Inventory-2 (BFI-2). *Journal of Research in Personality*, 96. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2021.104147>
- Forsythe, A. (2021). *The Psychology Student's Career Survival Guide: Here Be Dragons*. Routledge.
- Grundall, K., & Mack, A. (2023). Influencing Students' Technical Vocational Education and Training Career Path:: A Qualitative Research. *Caribbean Journal of Multidisciplinary Studies*, 2(1), 165–198.
- Hedge, J. W., & Rineer, J. R. (2017). Improving career development opportunities through rigorous career pathways research. RTI Press.
- Irvin, M. J., Byun, S., Meece, J. L., Farmer, T. W., & Hutchins, B. C. (2012). Educational barriers of rural youth: Relation of individual and contextual difference variables. *Journal of career assessment*, 20(1), 71–87.
- Kemendikbud. (2020). *Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik*



- Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi. [www.peraturan.go.id](http://www.peraturan.go.id)
- Konar, N. (2021). Communication skills for professionals. PHI Learning Pvt. Ltd.
- Nudin, S. R., Warsito, B., & Wibowo, A. (2022). Impact of Soft Skills Competencies to predict Graduates getting Jobs Using Random Forest Algorithm. 2022 1st International Conference on Information System and Information Technology, ICISIT 2022, 49–54. <https://doi.org/10.1109/ICISIT54091.2022.9872669>
- Org, S. U. (2015). Transforming Our World: The 2030 Agenda For Sustainable Development United Nations United Nations Transforming Our World: The 2030 Agenda For Sustainable Development. [sustainabledevelopment.un.org](http://sustainabledevelopment.un.org)
- Pacher, C., Woschank, M., & Zunk, B. M. (2023). The role of competence profiles in industry 5.0-related vocational education and training: exemplary development of a competence profile for industrial logistics engineering education. *Applied Sciences*, 13(5), 3280.
- Presiden. (2003). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- Santer, N., Manago, A., & Bleisch, R. (2023). Narratives of the self in polymedia contexts: Authenticity and branding in Generation Z. *Qualitative Psychology*, 10(1), 79.
- Sen, L. (2007). Communication skills. PHI Learning Pvt. Ltd.
- Soh, J. (2023). Career & Employability: A Practical Guide to Building a Successful Future at Work. Scola Books.
- Soto, C. J., & John, O. P. (2016). The next Big Five Inventory (BFI-2): Developing and assessing a hierarchical model with 15 facets to enhance bandwidth, fidelity, and predictive power. *Journal of personality and social psychology*, 113(1), 117. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/pspp0000096>
- Soto, C. J., & John, O. P. (2017). Short and extra-short forms of the Big Five Inventory–2: The BFI-2-S and BFI-2-XS. *Journal of Research in Personality*, 68, 69–81. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2017.02.004>
- Summers, J., & Smith, B. (2010). Communication skills handbook. John Wiley & Sons.
- Sylvester, R., & Donald, W. E. (2023). The Personal Brand VALUE Career Development Tool: A Multi-Perspective and Interdisciplinary Framework. Dalam *Handbook of Research on Sustainable Career Ecosystems for University Students and Graduates* (hlm. 238–257). IGI Global.
- Szántó, P. (2023). Systematic literature and modeling review of Personal Branding. *Marketing & Menedzment*, 57(1), 69–78.