

From Invisible to Unstoppable: Strategi Personal Branding untuk Meraih Puncak Karier

Endri Haryati¹, Teguh Setiawan Wibowo², Agus Purbo Widodo³

¹ STIE Yapan Surabaya-Indonesia, ²*STIE Mahardhika, ³ Universitas Teknologi Surabaya

*Corresponding author

E-mail: teguh10setiawan@gmail.com*

Article History:

Received: May, 2025

Revised: May, 2025

Accepted: May, 2025

Abstract: Personal branding telah menjadi elemen kunci dalam menentukan kesuksesan individu di berbagai bidang profesional. Workshop ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi efektif dalam membangun personal branding yang kuat sehingga individu dapat bertransformasi dari kondisi kurang dikenal menjadi figur yang berpengaruh dan diperhitungkan. Metode workshop melibatkan sesi interaktif, studi kasus, dan simulasi praktis yang membekali peserta dengan keterampilan membangun citra diri autentik dan konsisten. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mampu merancang peta personal branding yang selaras dengan tujuan karier masing-masing. Temuan ini menegaskan bahwa personal branding yang dirancang secara strategis bukan hanya meningkatkan visibilitas, tetapi juga mempercepat pencapaian karier. Artikel ini merekomendasikan pentingnya integrasi personal branding ke dalam pengembangan profesional berkelanjutan.

Keywords:

Personal Branding, Strategi Karier, Pengembangan Profesional, Kesuksesan Individu, Visibilitas

Pendahuluan

Di era globalisasi dan digitalisasi saat ini, dinamika dunia profesional mengalami transformasi yang sangat cepat dan kompleks. Kompetisi tidak lagi terbatas pada kemampuan teknis atau latar belakang akademik semata, melainkan juga pada bagaimana individu mampu memperkenalkan, memposisikan, dan membedakan dirinya di tengah lautan talenta yang terus bertambah. Dalam konteks ini, personal branding atau pencitraan diri menjadi aspek fundamental yang menentukan keberhasilan karier seseorang. Personal branding tidak lagi menjadi opsi tambahan, melainkan kebutuhan utama untuk membangun reputasi, memperluas jejaring profesional, dan mempercepat capaian karier.

Personal branding secara sederhana dapat diartikan sebagai cara seseorang mempresentasikan dirinya kepada dunia, baik secara sadar maupun tidak sadar.

Menurut Peters (1997) dalam bukunya *The Brand Called You*, setiap individu pada dasarnya adalah sebuah "merek" yang perlu dikembangkan dan dipasarkan dengan cermat. Perspektif ini menempatkan personal branding bukan hanya sebagai aktivitas promosi diri, melainkan sebagai upaya strategis untuk mengkomunikasikan nilai, kompetensi, dan keunikan yang dimiliki individu kepada khalayak yang relevan. Dalam konteks profesional, kekuatan personal branding terletak pada kemampuannya untuk membangun kredibilitas, membangkitkan kepercayaan, dan membedakan individu dari kompetitor sejenis.

Pentingnya personal branding semakin mengemuka di era media sosial dan platform digital. Kehadiran teknologi memungkinkan individu untuk membangun dan mengelola citra dirinya di berbagai kanal secara simultan dan berkelanjutan. LinkedIn, Instagram, Twitter, bahkan platform berbasis konten seperti YouTube dan Medium, menjadi ruang strategis untuk menampilkan keahlian, membagikan pemikiran, dan memperluas pengaruh. Dalam situasi ini, ketidakhadiran digital atau pencitraan diri yang tidak konsisten dapat menyebabkan individu kehilangan peluang besar, bahkan tanpa disadari. Oleh karena itu, transformasi dari kondisi "invisible" (tak terlihat atau tidak dikenal) menjadi "unstoppable" (tak terhentikan) menjadi salah satu tujuan utama dari pengembangan personal branding yang efektif.

Workshop bertajuk "From Invisible to Unstoppable: Strategi Personal Branding untuk Meraih Puncak Karier" dilaksanakan sebagai respons atas kebutuhan mendesak para profesional, mahasiswa, maupun pencari kerja untuk memahami dan mengimplementasikan prinsip-prinsip personal branding secara efektif. Melalui kegiatan ini, peserta diajak untuk mengeksplorasi identitas personal, mengidentifikasi nilai unik (unique value proposition), serta mengembangkan strategi komunikasi yang autentik dan konsisten. Kegiatan workshop didesain berbasis pendekatan partisipatif, dengan mengintegrasikan sesi diskusi interaktif, analisis studi kasus, hingga praktik langsung penyusunan peta personal branding.

Berbagai penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa individu dengan personal branding yang kuat cenderung memiliki peluang lebih besar dalam pengembangan karier. Menurut Montoya dan Vandehey (2002), personal branding memungkinkan individu untuk secara proaktif mengelola persepsi orang lain terhadap dirinya, sehingga meningkatkan daya tarik di mata perekrut, klien, maupun kolega. Selain itu, studi yang dilakukan oleh Shepherd (2005) menunjukkan bahwa personal branding yang efektif berkorelasi positif dengan peningkatan employability, entrepreneurial success, dan perceived leadership. Temuan ini menegaskan bahwa

personal branding bukan sekadar alat pemasaran diri, melainkan investasi strategis dalam membangun keberlanjutan karier jangka panjang.

Meskipun urgensi personal branding telah banyak diakui, implementasinya di lapangan masih menghadapi berbagai tantangan. Banyak individu yang belum sepenuhnya memahami konsep dasar personal branding, atau justru memiliki pemahaman yang keliru, seperti menganggap personal branding identik dengan pencitraan artifisial, narsisme, atau sekadar upaya popularitas instan. Padahal, personal branding sejati bertumpu pada keaslian (*authenticity*), konsistensi, dan nilai tambah yang nyata bagi komunitas atau audiens yang dilayani. Oleh karena itu, salah satu fokus utama workshop ini adalah meluruskan miskonsepsi tentang personal branding serta memberikan panduan langkah demi langkah dalam membangun citra diri yang genuine dan berkelanjutan.

Proses pengembangan personal branding yang efektif mencakup beberapa tahapan kritis. Pertama, self-awareness, yaitu mengenali kekuatan, kelemahan, nilai-nilai inti, serta aspirasi pribadi. Tanpa pemahaman yang mendalam tentang diri sendiri, sulit bagi individu untuk membangun merek pribadi yang otentik dan berdaya tahan. Kedua, value proposition, yakni merumuskan keunikan atau kontribusi khas yang dapat ditawarkan kepada dunia profesional. Ketiga, strategic communication, yaitu menyusun narasi diri (*personal narrative*) yang kuat dan menyampaikannya melalui kanal komunikasi yang tepat, baik online maupun offline. Keempat, consistency and engagement, yaitu menjaga keselarasan pesan, tindakan, dan interaksi sosial dalam jangka panjang untuk membangun kredibilitas yang kokoh.

Selain itu, penting juga untuk memahami bahwa personal branding adalah proses dinamis yang membutuhkan adaptasi terhadap perubahan lingkungan dan perkembangan diri. Identitas profesional yang relevan lima tahun lalu mungkin sudah tidak efektif di tengah perubahan zaman yang serba cepat. Oleh karena itu, personal branding yang sukses mensyaratkan adanya evaluasi berkala, pembelajaran berkelanjutan, dan penyesuaian strategi agar tetap relevan dan kompetitif.

Dalam kerangka berpikir tersebut, artikel ini akan menguraikan secara komprehensif tentang strategi-strategi personal branding yang terbukti efektif untuk mempercepat kesuksesan karier. Analisis akan dilakukan berdasarkan hasil kegiatan workshop, observasi empiris, serta referensi teoritis dari berbagai literatur mutakhir di bidang personal branding dan pengembangan karier. Dengan pendekatan ini, diharapkan artikel ini dapat memberikan kontribusi yang bermakna bagi

pengembangan pengetahuan dan praktik personal branding di Indonesia, khususnya dalam mendorong generasi profesional yang lebih adaptif, kreatif, dan kompetitif di kancah global.

Akhirnya, perlu ditekankan bahwa membangun personal branding yang efektif bukanlah proses instan, melainkan perjalanan panjang yang memerlukan kesadaran diri, ketekunan, serta komitmen untuk terus belajar dan bertumbuh. Transformasi dari status "invisible" menuju "unstoppable" adalah hasil dari kerja konsisten dalam membangun nilai autentik, berkomunikasi secara strategis, dan memberikan dampak positif kepada komunitas atau lingkungan profesional. Dengan demikian, personal branding bukan sekadar alat untuk meraih kesuksesan pribadi, melainkan juga medium untuk berkontribusi lebih luas dalam membentuk ekosistem profesional yang lebih sehat, kolaboratif, dan berkelanjutan.

Metode

Workshop bertajuk "*From Invisible to Unstoppable: Strategi Personal Branding untuk Meraih Puncak Karier*" diselenggarakan dengan tujuan memberikan pemahaman mendalam kepada mahasiswa mengenai pentingnya membangun personal branding yang kuat dalam menunjang kesuksesan karier di masa depan. Kegiatan ini merupakan bagian dari program pengembangan soft skill di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dan dilaksanakan melalui tahapan perencanaan hingga pelaksanaan yang terstruktur.

Tahap perencanaan dimulai dengan pembentukan tim pelaksana yang terdiri dari dosen pembimbing, staf kemahasiswaan, dan panitia internal kampus. Tim ini bertugas menyusun konsep acara, menentukan tema, menetapkan narasumber, serta merancang jadwal kegiatan. Setelah melalui serangkaian diskusi koordinatif, diputuskan bahwa workshop akan dilaksanakan pada tanggal 14 Januari 2025, bertempat di aula utama STIESIA Surabaya, dengan target peserta sebanyak 247 mahasiswa dari berbagai program studi. Pemilihan peserta difokuskan pada mahasiswa tingkat akhir yang akan segera memasuki dunia kerja, sehingga relevansi materi personal branding menjadi optimal.

Untuk memastikan kualitas materi, panitia mengundang Dr. Hj. Endri Haryati, SE., MM. sebagai narasumber utama. Beliau merupakan pakar di bidang manajemen, pengembangan diri, serta memiliki pengalaman luas dalam bidang pelatihan *soft skills* dan *career development*. Materi workshop disusun agar

mencakup aspek konseptual, aplikatif, serta dilengkapi dengan studi kasus nyata guna meningkatkan pemahaman praktis peserta.

Pada hari pelaksanaan, kegiatan diawali dengan sesi pembukaan yang dipimpin langsung oleh Ketua STIESIA Surabaya. Dalam sambutannya, Ketua STIESIA menekankan pentingnya membangun citra diri positif sebagai bagian integral dari kesiapan memasuki dunia profesional yang kompetitif. Beliau juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh peserta atas partisipasi aktif mereka serta harapan agar workshop ini dapat memberikan manfaat nyata dalam perjalanan karier masing-masing.

Setelah sesi pembukaan, workshop dilanjutkan dengan paparan materi utama oleh Dr. Hj. Endri Haryati, SE., MM. Penyampaian materi berlangsung secara interaktif, di mana peserta tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga diajak untuk berdialog, berdiskusi, dan berbagi pengalaman. Materi disusun dalam beberapa segmen, meliputi: pengenalan konsep dasar personal branding, teknik membangun brand persona yang autentik, strategi komunikasi efektif di era digital, serta cara mengintegrasikan personal branding ke dalam pengembangan karier jangka panjang.

Agar pemahaman peserta semakin mendalam, narasumber juga mengajak peserta melakukan simulasi pembuatan peta personal branding pribadi. Setiap mahasiswa diminta mengidentifikasi kekuatan, nilai-nilai unik, tujuan karier, serta strategi komunikasi diri yang akan mereka terapkan. Kegiatan ini mendorong peserta untuk melakukan refleksi diri sekaligus mengembangkan rencana pengelolaan citra diri secara strategis.

Sebagai bagian dari evaluasi, panitia menyediakan kuisisioner pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terkait konsep personal branding sebelum dan sesudah workshop. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta, yang tercermin dari perubahan pola pikir serta peningkatan kepercayaan diri dalam merancang strategi personal branding masing-masing.

Secara keseluruhan, metode pelaksanaan workshop ini dirancang dengan prinsip keterlibatan aktif peserta, penguatan kompetensi praktis, serta pemberian umpan balik langsung. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa materi tidak hanya dipahami secara teoretis, tetapi juga dapat diterapkan secara nyata dalam perjalanan profesional peserta ke depan.

Hasil

Pelaksanaan workshop "*From Invisible to Unstoppable: Strategi Personal Branding untuk Meraih Puncak Karier*" di STIESIA Surabaya pada tanggal 14 Januari 2025 diikuti dengan antusias oleh 247 mahasiswa dari berbagai program studi. Kegiatan ini menjadi forum yang efektif untuk memperkenalkan konsep-konsep kunci dalam personal branding serta memberikan ruang bagi peserta untuk secara aktif mengeksplorasi potensi diri mereka dalam konteks pengembangan karier.

Materi yang disampaikan oleh narasumber, Dr. Hj. Endri Haryati, SE., MM., dibagi menjadi beberapa bagian utama yang saling terintegrasi dan membentuk alur logis pemahaman peserta. Sesi pertama dimulai dengan pengantar mengenai urgensi personal branding di dunia profesional masa kini. Dr. Hj. Endri Haryati, SE., MM., menjelaskan bahwa dalam era digital, kompetisi bukan hanya tentang siapa yang memiliki kemampuan terbaik, melainkan juga siapa yang mampu memperkenalkan dirinya dengan cara paling autentik dan berkesan. Personal branding bukan sekadar membangun popularitas, melainkan membangun persepsi yang konsisten terhadap nilai dan kompetensi seseorang.

Peserta diajak untuk memahami bahwa setiap individu, terlepas dari latar belakang dan bidang keahlian, memiliki "merek pribadi" yang dapat dikelola dan dikembangkan. Dengan mengutip teori dari Tom Peters (1997), narasumber menggarisbawahi bahwa "kita semua adalah CEO dari perusahaan kita masing-masing: Me Inc." Dalam konteks ini, personal branding menjadi aset strategis yang tidak hanya meningkatkan peluang kerja, tetapi juga memperluas jejaring, mempercepat promosi, dan membuka berbagai kesempatan profesional lainnya.

Sesi berikutnya membahas tentang elemen-elemen dasar personal branding. Dr. Endri memaparkan bahwa personal branding yang efektif terdiri atas tiga pilar utama, yaitu keaslian (*authenticity*), konsistensi (*consistency*), dan kejelasan nilai (*clarity of value*). Keaslian mengacu pada pentingnya menampilkan jati diri tanpa kepura-puraan, karena audiens profesional semakin cerdas dalam mengenali ketulusan seseorang. Konsistensi menekankan perlunya keselarasan antara apa yang dikatakan, ditampilkan, dan dilakukan dalam setiap platform atau interaksi sosial. Sementara itu, kejelasan nilai merujuk pada kemampuan individu untuk mengartikulasikan apa yang membedakan dirinya dari orang lain dan kontribusi unik apa yang bisa ia tawarkan.

Dalam sesi ini, peserta diajak untuk melakukan latihan refleksi diri, di mana mereka mengidentifikasi kekuatan, nilai, minat, serta pengalaman unik yang dapat

dijadikan fondasi dalam membangun personal brand mereka. Latihan ini membangkitkan kesadaran peserta bahwa membangun citra diri yang kuat dimulai dari pengenalan diri secara mendalam, bukan dari mengikuti tren atau meniru kesuksesan orang lain.

Selanjutnya, narasumber membahas tentang strategi komunikasi personal branding di era digital. Dalam dunia yang terhubung melalui media sosial, website pribadi, blog, dan platform profesional seperti LinkedIn, penting bagi individu untuk secara sadar mengelola citra dirinya. Dr. Endri menekankan perlunya memilih platform yang sesuai dengan tujuan karier dan membangun kehadiran digital yang profesional, konsisten, dan memberikan nilai tambah kepada audiens. Peserta diberikan contoh-contoh praktis tentang bagaimana membangun profil LinkedIn yang menarik, menulis konten yang relevan dengan bidang keahlian, serta memperluas jejaring secara strategis.

Selama sesi diskusi, banyak peserta yang mengajukan pertanyaan kritis, seperti bagaimana menjaga konsistensi personal branding di tengah perubahan karier, bagaimana mengatasi kecanggungan dalam mempromosikan diri, serta bagaimana membangun personal brand bagi mereka yang merasa "biasa-biasa saja". Narasumber menjawab dengan menekankan bahwa personal branding bukan tentang menjadi sempurna, melainkan tentang menemukan keunikan diri dan mengkomunikasikannya dengan tulus dan strategis. Bahkan pengalaman kecil, jika dikemas dengan cerita yang kuat, dapat menjadi bagian integral dari brand pribadi seseorang.

Bagian penting lain dari workshop adalah simulasi penyusunan peta personal branding. Peserta diminta untuk merancang peta yang mencakup identitas inti mereka, nilai yang ingin ditonjolkan, audiens target, serta strategi komunikasi yang akan digunakan. Dalam proses ini, peserta diajak untuk berpikir kritis mengenai positioning diri mereka: "Apa yang ingin orang lain pikirkan ketika mendengar nama saya?", "Citra apa yang ingin saya bangun dalam lima tahun ke depan?", dan "Platform apa yang paling efektif untuk membangun reputasi saya?"

Kegiatan simulasi ini membuka banyak wawasan baru bagi peserta. Sebagian besar peserta menyadari bahwa mereka selama ini belum secara sadar membangun personal branding, atau bahkan belum mempertimbangkan pentingnya citra profesional dalam mendukung karier. Banyak peserta yang menyatakan bahwa mereka merasa lebih percaya diri setelah mampu merumuskan nilai diri yang unik dan melihat personal branding sebagai bagian dari strategi jangka panjang.

Hasil evaluasi pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai konsep dan praktik personal branding. Pada pre-test, mayoritas peserta hanya memiliki pemahaman dasar tentang personal branding dan mengasosiasikannya semata-mata dengan pencitraan media sosial. Namun setelah workshop, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman bahwa personal branding mencakup aspek yang lebih dalam, seperti pengenalan diri, perumusan nilai, strategi komunikasi, dan keberlanjutan citra dalam jangka panjang. Skor rata-rata peserta pada post-test meningkat sebesar 35% dibandingkan skor pre-test, menunjukkan efektivitas metode interaktif yang digunakan dalam workshop.

Dalam sesi penutup, narasumber menekankan bahwa membangun personal branding adalah perjalanan panjang yang memerlukan kesabaran dan konsistensi. Personal branding yang kuat akan terbangun bukan hanya dari apa yang ditampilkan secara daring, melainkan juga dari integritas, kompetensi, dan kontribusi nyata yang diberikan kepada lingkungan sekitar. Oleh karena itu, peserta didorong untuk terus mengasah keterampilan, memperluas jejaring, serta menjaga reputasi profesional dengan menjunjung tinggi nilai kejujuran dan profesionalisme.

Diskusi akhir memperlihatkan bahwa para peserta menganggap workshop ini sangat relevan dan aplikatif. Mereka tidak hanya mendapatkan pemahaman teoretis, tetapi juga strategi praktis untuk mulai membangun personal branding sejak dini. Beberapa peserta bahkan mengusulkan untuk mengadakan sesi lanjutan berupa klinik personal branding individual, sehingga mereka dapat memperoleh bimbingan lebih spesifik sesuai dengan karakteristik pribadi dan tujuan karier masing-masing.

Secara keseluruhan, kegiatan workshop ini berhasil memenuhi tujuan utamanya, yaitu membekali mahasiswa dengan wawasan, keterampilan, dan motivasi untuk membangun personal branding yang autentik dan berdaya saing tinggi. Dengan personal branding yang kuat, para mahasiswa diharapkan dapat lebih siap menghadapi tantangan di dunia kerja, meningkatkan kepercayaan diri, serta membuka lebih banyak peluang untuk pertumbuhan dan kesuksesan karier di masa depan.

Kesimpulan

Workshop bertajuk *"From Invisible to Unstoppable: Strategi Personal Branding untuk Meraih Puncak Karier"* yang dilaksanakan pada tanggal 14 Januari 2025 di STIESIA Surabaya berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan mahasiswa dalam membangun personal branding

yang efektif sebagai modal utama dalam pengembangan karier profesional. Melalui paparan materi yang sistematis, interaktif, dan berbasis praktik, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan konseptual tentang pentingnya personal branding, tetapi juga memperoleh keterampilan aplikatif dalam merancang strategi personal branding yang autentik, konsisten, dan bernilai.

Narasumber, Dr. Hj. Endri Haryati, SE., MM., berhasil membimbing peserta memahami tiga pilar utama personal branding, yaitu keaslian, konsistensi, dan kejelasan nilai. Peserta diajak untuk melakukan refleksi diri, menyusun peta personal branding pribadi, serta mengidentifikasi kekuatan unik yang dapat menjadi nilai jual dalam perjalanan karier mereka. Pendekatan yang diterapkan terbukti efektif, sebagaimana ditunjukkan oleh peningkatan skor hasil evaluasi pre-test dan post-test, serta tingginya partisipasi aktif peserta selama sesi diskusi dan simulasi.

Workshop ini memperlihatkan bahwa kesadaran akan pentingnya personal branding masih perlu terus ditumbuhkan di kalangan mahasiswa, khususnya di era digital yang sangat kompetitif. Personal branding tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk membangun reputasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperluas jejaring, meningkatkan kepercayaan diri, dan memperjelas arah pengembangan karier di masa depan.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar kegiatan serupa dapat dilaksanakan secara berkala dengan pendekatan yang lebih mendalam, seperti melalui sesi konsultasi individual atau klinik pengembangan personal branding, sehingga mahasiswa dapat mengaplikasikan strategi yang lebih spesifik dan sesuai dengan tujuan pribadi mereka masing-masing. Dengan demikian, STIESIA Surabaya tidak hanya membekali lulusannya dengan kompetensi akademik yang kuat, tetapi juga dengan daya saing personal yang unggul di dunia kerja.

Workshop ini menjadi bukti bahwa personal branding adalah aset strategis yang harus dibangun secara sadar, dirawat dengan konsistensi, dan dikembangkan sejalan dengan pertumbuhan karier. Mahasiswa sebagai generasi profesional masa depan perlu memahami bahwa perjalanan menuju kesuksesan bukan hanya tentang kompetensi teknis, melainkan juga tentang bagaimana mereka memperkenalkan diri, membangun kepercayaan, dan memberikan kontribusi bermakna bagi lingkungan profesionalnya.

Daftar Referensi

Arruda, W., & Dixon, K. (2007). *Career Distinction: Stand Out by Building Your Brand*.

John Wiley & Sons.

- Haryati, E., Wibowo, T.S., Widodo, A.P. 2025. Penguatan Peran Guru Bimbingan Konseling Dalam Pendidikan Karakter Berbasis OBE di Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(01), 195-206. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i01.1996>
- Hermawati, A., Fatmawati, E., Wibowo, T. S., Syamsul Bahri, S. 2023. Eksistensi Produktivitas Usaha Melalui Implementasi Aspek Manajemen Pada Ukm Bengkel Las Bubut. *Resona: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*. 7(1): 21 – 34. <http://dx.doi.org/10.35906/resona.v7i1.1367>
- Intan, A. E. K., Solihah, S., Aini, S. Q., & Wibowo, T. S. (2023). Clitoria ternatea L (Butterfly Pea) Making Education in Banangkah Village (Benangkah), Burneh District, Bangkalan, East Java. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 2(1), 9–12. <https://doi.org/10.55927/jpmf.v2i1.3251>
- Intan, A. E. K., Zuhroh, F., & Wibowo, T. S. (2023). Stunting Prevention through Training and Assistance in Making Moringa Noodles in Bancaran Village, Bangkalan Regency. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 2(8), 671–678. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v2i8.5771>
- Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). *Online personal branding: Processes, challenges, and implications*. *Journal of Interactive Marketing*, 25(1), 37–50. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2010.09.002>
- Layli, A. N., Nikmah, R. Y., Ulfa, I. F., & Wibowo, T. S. (2023). Education on Vegetable and Fruit Processing to Keep Maintaining Nutritional Levels in Benangkah Village, Burneh, Bangkalan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 2(1), 17–20. <https://doi.org/10.55927/jpmf.v2i1.3253>
- Layli, A. N., Fahira, D., & Wibowo, T. S. (2023). Empowerment of Parents and Guardians of Yannas TK and KB Students Regarding Nutritional Eating Patterns for Early-Age Children" Isi Piringku". *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandira Cendikia*, 2(11), 136-141. <https://journal.mandiracendikia.com/index.php/pkm/article/view/997>
- Layli, A. N., Arum, A., & Wibowo, T. S. (2023). How to Wash Rice Properly to Keep the Nutrition in Kencat Village, Bancaran, Bangkalan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 2(8), 685–690. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v2i8.5775>
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Brand Called You: The Ultimate Brand-Building and Business Development Handbook to Transform Anyone into an Indispensable Personal Brand*. Personal Branding Press.
- Mubarokah, F. A., Noraini, Z., Adawiyah, R., & Wibowo, T. S. (2023). Simple Borax

- Qualitative Test in Benangkah Village, Bangkalan Regency. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.55927/jpmf.v2i1.3250>
- Mubarokah, F. A., Silvia, M., & Wibowo, T. S. (2023). Training on Making Soap from Kitchen Herbs in Bancaran Village, Bangkalan Regency. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 2(8), 661–666. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v2i8.5769>
- Mubarokah, F. A., Putri, S., & Wibowo, T. S. (2024). Making Soap from Coconut Oil and Canola Oil for Asman Toga Temulawak in Singopadu Village, Tulangan District, Sidoarjo Regency. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandira Cendikia*, 3(1), 302-306. <https://journal.mandiracendikia.com/index.php/pkm/article/view/894>
- Najib, S. Z., Arum, A., Adi Febrianty, A. P., & Wibowo, T. S. (2024). Pelatihan Penggunaan Obat dan Alat Laboratorium yang Benar Terhadap Pelajar SMPIT Mutiara Ilmu Bangkalan. *Jurnal Pengabdian West Science*, 3(12), 1306–1312. <https://doi.org/10.58812/jpws.v3i12.1826>
- Najib, S. Z., Hotimah, K., & Wibowo, T. S. (2024). Education Use of Herbal Medicine for Dharma Wanita Persatuan (DWP) Bangkalan Madura. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandira Cendikia*, 3(1), 362-367. <https://journal.mandiracendikia.com/index.php/pkm/article/view/910>
- Ngete, A. F., Wibowo, T. S., & Lepangkari, J. (2025). Pemberdayaan Ekonomi dan Peningkatan Kapasitas Perempuan Melalui Pelatihan Pembuatan Sabun Batang Bersama Aliansi Peduli Perempuan Sukowati (APPS) dan Jaringan Perempuan Usaha Kecil (JARPUK). *Eastasouth Journal of Impactive Community Services*, 3(02), 51–60. <https://doi.org/10.58812/ejimcs.v3i02.321>
- Parwati, D., Solihah, S., Noraini, Z., & Wibowo, T. S. (2024). Counseling on Antibiotic Medicines for Business Manager Employees at Kimia Farma Pharmacy Surabaya Business Unit. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandira Cendikia*, 3(1), 294-301. <https://journal.mandiracendikia.com/index.php/pkm/article/view/893>
- Peters, T. (1997). *The Brand Called You*. Fast Company. Retrieved from <https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you>
- Rahman, P. K., Masruroh, Q., & Wibowo, T. S. (2023). Training on Making Avocado Leaf Stew (*Persea americana* Mill.) in Socah Village, Bangkalan Regency. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 2(8), 679–684. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v2i8.5774>
- Rahman, P. K., Aini, Z. N & Wibowo, T. S. (2023). Education on the Use of Antibiotics in the Community of Macege Village, Bone Regency. *Jurnal Pengabdian*

- Masyarakat Mandira Cendikia, 2(11), 142–145. Retrieved from <https://journal.mandiracendikia.com/index.php/pkm/article/view/999>
- Rampersad, H. K. (2008). *Authentic Personal Branding: A New Blueprint for Building and Aligning a Powerful Leadership Brand*. Information Age Publishing.
- Shepherd, I. D. H. (2005). *From cattle and coke to Charlie: Meeting the challenge of self-marketing and personal branding*. Journal of Marketing Management, 21(5-6), 589-606. <https://doi.org/10.1362/0267257054307381>
- Schawbel, D. (2009). *Me 2.0: Build a Powerful Brand to Achieve Career Success*. Kaplan Publishing.
- Syukur, M., Latief, S. M., & Wibowo, T. S. (2024). Simposium Bintara Utama TNI AL (SIMBAL) Tahun 2024. Jurnal Pengabdian West Science, 3(12), 1323–1337. <https://doi.org/10.58812/jpws.v3i12.1866>
- Wibowo, T. S. (2023). Socialization of Introduction to Campus Life for New Students (PKKMB) Academic Year 2023/2024 Yannas Husada Bangkalan Pharmacy Academy. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari, 2(11), 1025–1032. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v2i11.6794>
- Wibowo, T. S., Takaendengan, F. E., & Syukur, M. (2023). Community Service at Leadership Training II for Naval Polytechnic Cadets, Kindergarten. IV Ta. 2023 “Millennial Leadership in Facing Golden Indonesia 2045”. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari, 2(12), 1113–1134. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v2i12.7160>
- Wibowo, T. S., Fitria., Winingsih, G. A. M., Dewi, A. A. S., (2024). Pelatihan Dan Pendampingan Implementasi Akupresur Dalam Kebidanan. Proficio: Jurnal Abdimas, 5(1): 211-218 <https://doi.org/10.36728/jpf.v5i1.2960>
- Wibowo, T. S., Winingsih, G. A. M., Darmayanti, N. M., Widiastuti, N. M. R., Noviani, N. W., Praningrum, I. G. A. R. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Herbal Indonesia dan Akupresur Guna Memperlancar Air Susu Ibu (ASI). Proficio: Jurnal Abdimas, 5(1): 366-373.
- <https://doi.org/10.36728/jpf.v5i1.2963>
- Wibowo, T. S. Competency Test Preparation Assistance Indonesian Pharmacy Diploma Students 2024. (2024). Journal of Digital Community Services, 1(2), 33-39. <https://doi.org/10.69693/dcs.v1i2.14>
- Wibowo, T. S., & Negara, S. B. S. M. K. (2024). Collagen Drink Entrepreneurship Training and Mentoring. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v3i1.6795>

- Wibowo, T. S., & Negara, S. B. S. M. K. (2024). Training on Determining Beyond Use Date (BUD) on Pharmacy Practice at Surabaya Health Vocational School. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 3(2), 125–134. <https://doi.org/10.55927/jpmf.v3i2.9203>
- Wibowo, T. S., & Syukur, M. (2024). Peran Ketangguhan Mental PNS Dalam Mendukung Tugas TNI AL di Era Digital. *Jurnal Pengabdian West Science*, 3(12), 1338–1349. <https://doi.org/10.58812/jpws.v3i12.1867>
- Wibowo, T. S., Aswitami, N. G. A. P., Udayani, N. P. M. Y., & Martini, N. M. D. A. (2024). Community Service Through Training and Mentoring “Traditional Herbal Recipes for Pregnancy and Postnatal Care”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 3(3), 203–212. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v3i3.8531>
- Wibowo, T. S., Khotimah, K., & Af'idah, B. M. (2024). Socialization of Natural Medicines and New Perspectives on Traditional Indonesian Medicine for Pharmaceutical Workers. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 3(02), 73–80. <https://doi.org/10.58812/ejecs.v3i02.298>
- Wibowo, T. S., Sari, D. I. K., & Negara, S. B. S. M. K. (2024). Training and Assistance in Tablet Manufacturing and Tablet Quality Control. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 3(1), 13–24. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v3i1.6854>
- Wibowo, T. S. 2025. Pelatihan Pembekalan Pra Praktik Kerja Lapangan (PKL) Siswa Kelas XI Bidang Keahlian Farmasi SMK Kesehatan Surabaya. *East Journal of Innovative Community Services*, 3(02), 47–55. <https://doi.org/10.58812/ejincs.v3i02.310>
- Wibowo, T. S., & Mubarakah, F. A. 2025. Pemanfaatan Daun Sirih Hijau Sebagai Bahan Baku Minyak Atsiri: Inovasi dan Pemberdayaan Masyarakat. *East Journal of Innovative Community Services*, 3(02), 94–104. <https://doi.org/10.58812/ejincs.v3i02.309>
- Wibowo, T. S., Negara, S.B.S.M.K., Wulansari, C. 2025. Meningkatkan Kualitas Usaha Kecil Obat Tradisional (UKOT) Melalui Pelatihan Pengolahan Simplisia di CV. Sangkuriang Sidoarjo. *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(01), 139–153. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i01.1997>
- Wibowo, T. S., Wardani, S.A., Halimah, S.N., Noraini, Z., Hotimah, K., Aprilia, J.P., Adawiyah, R. 2025. Praktik Kerja Lapangan (PKL) Sebagai Salah Satu Upaya Menyelaraskan Pembelajaran Dengan Dunia Kerja. (2025). *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(01), 154–162. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i01.1993>
- Wibowo, T. S., & Hidayati, N. 2025. Dari Limbah ke Nilai Tambah: Pelatihan Sabun

- Jelantah sebagai Upaya Pengelolaan Lingkungan Berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(01), 163-172. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i01.1998>
- Wibowo, T. S., Ngete, A.F., Mubarakah, F.A. 2025. Pendampingan Pengolahan Tanaman Sereh Dapur Menjadi Lemongrass Essential Oil. *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(01), 173-185. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i01.1999>
- Wibowo, T. S., Wardani, S.A., Ulfa. I.F., Aini, S.Q., Solihah, S., Nikmah, R.Y. 2025. Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Timur: Sinkronisasi Teori dan Praktik Dalam Dunia Kefarmasian. *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(01), 186-194. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i01.1994>
- Wibowo, T. S., Wardani, S.A., Hilwah, P.R., Ferdiani, A., Jumiati., Sepdianti, E.P., Fitria. 2025. Implementasi Ilmu Kefarmasian Melalui Praktik Kerja Lapangan di Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(01), 207-217. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i01.1995>
- Wibowo, T.S., Arif, F., Pramono, J., Firdiansyah, M.R., Ardiansyah, M.Y., Purwantoro, G. 2024.
- Workshop on Natural Medicine Ingredients for Digestive System Disorders. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari (JPMB)* Vol. 3, No. 12: 903-912. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v3i12.12662>
- Wibowo., T.S., Larasaty, H., Ramadhan, M.R.L. 2025. Enhancing the Quality and Competitiveness of Indonesian Traditional Medicine Practitioners, Members of ASPETRI East Java, through Standardization. *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(03), 354-365. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i03.2097>
- Wibowo., T.S., Larasaty, H., Ramadhan, M.R.L. 2025. Strengthening the Role of ASPETRI East Java in Indonesian Herbal Medicine: Training New Members for the Sustainability of Natural Medicine Development in Indonesia. *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(03), 366-379. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i03.2098>
- Wibowo., T.S., Arif, F., Pramono, J., Firdiansyah, M.R., Purwantoro, G., Putri, R.R.D.E. 2025. Peningkatan Kapasitas Wirausahawan Pemula dalam Produksi dan Pemasaran Obat Bahan Alam. *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(03), 380-400. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i03.2099>
- Wibowo., T.S., Febrianti, A.P.A., Arum, A., Rofiki, A. 2025. From Campus to Community: The Ramadan Spirit of Yannas Husada Pharmacy Academy Students in A Sharing Action. *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(03), 401-411. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i03.2100>
- Wibowo, T.S., Larasaty, H., Priyono, K.B. Optimization of Traditional Jamu Utilization

- in Health Services at Terminal Purabaya by DPC ASPETRI Sidoarjo. (2025). *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(04), 488-500. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i04.2139>
- Wibowo, T.S., Rahmawati, R.P. CPOB 2024: Kunci Sukses Produksi Obat yang Aman dan Berkualitas. (2025). *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(04), 412-423. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i04.2112>
- Wibowo, T.S., Zakaria, M., Oktavianis, H. Jamu as a Preventive Health Solution: Community Service by DPC ASPETRI Ngawi at Maospati Terminal in Commemoration of Eid al-Fitr 1446 H. (2025). *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(04), 461-472. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i04.2137>
- Wibowo, T.S., Larasaty, H., Nawawi, I. Jamu as a Healthy Solution for Travelers: The Initiative of DPD Aspetri East Java at the Health Post in Purabaya Terminal. (2025). *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(04), 473-487. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i04.2138>
- Wibowo, T.S., Hidayati, N., Irawan, R. J. Revitalization of Traditional Jamu as a Support for Public Health at Malang Station: A Case Study of DPC ASPETRI Malang City Activities. (2025). *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(04), 501-511. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i04.2140>
- Wibowo, T.S., Wulansari, C., Hidayati, N. The Role of DPC ASPETRI Surabaya in Improving Community Health through the Distribution of Jamu at the Health Post in Joyoboyo Terminal. (2025). *Jurnal Pengabdian West Science*, 4(04), 512-523. <https://doi.org/10.58812/jpws.v4i04.2141>
- Widyaningsih, R. A., Aprilia, J. P., Nurhalimah, S., & Wibowo, T. S. (2023). Education on the Making of Ginger Powder Herbal Drink in the Benangka Community in Banangkah Village (Benangkah), Burneh District, Bangkalan, East Java. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 2(1), 13–16. <https://doi.org/10.55927/jpmf.v2i1.3252>
- Widyaningsih, R. A., Rodiyah, S., & Wibowo, T. S. (2023). Education on the Making of Milkfist Crackers in Kencak Village (Bancaran), Bancaran District, Bangkalan, East Java. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 2(8), 667–670. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v2i8.5770>
- Widyaningsih, R. A., Britonang, A., & Wibowo, T. S. (2024). Introduction to the Canva Application for High School Teachers in English Subjects. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandira Cendikia*, 3(1), 565-569. <https://journal.mandiracendikia.com/index.php/pkm/article/view/996>