

Peningkatan Personal Branding Digital Dengan Pembuatan CV Profil Di LinkedIn Serta Edukasi Jejak Digital

Rini Indah Sulistyowati¹, Ganda Januarta², Moeljono³, Johanis Souisa⁴
Universitas Semarang; Jl. Soekarno Hatta, Tlogosari Kulon, Kec. Pedurungan, Kota Semarang,
Jawa Tengah 50196
Email : riniindahsulistyowati7@gmail.com¹

Kilas Artikel

Volume 6 Nomor 2
Agustus 2026
DOI: <https://doi.org/10.58466/literasi>

Article History

Submission: 03-08-2026
Revised: 04-08-2026
Accepted: 05-08-2026
Published: 05-08-2026

Kata Kunci:

LinkedIn, jejak digital, personal
branding SMK Mataram

Keywords:

LinkedIn, digital footprint, personal
branding – SMK Mataram

Korespondensi:

(Rini Indah Sulistyowati)
riniindahsulistyowati7@gmail.co
m

Abstrak

Perkembangan teknologi digital menuntut lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) untuk memiliki kompetensi yang tidak hanya terbatas pada keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan membangun personal branding sebagai bekal memasuki dunia kerja maupun pendidikan lanjutan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa SMK dalam membangun citra profesional melalui penyusunan Curriculum Vitae (CV), pembuatan profil LinkedIn, dan pengembangan eduportfolio digital. Metode pelaksanaan meliputi penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, pendampingan, serta evaluasi hasil karya peserta. Selama kegiatan, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya identitas profesional di era digital dan mampu menghasilkan CV yang sesuai standar industri, membuat akun LinkedIn yang informatif, serta menyusun portfolio sebagai media dokumentasi kompetensi dan prestasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan siswa dalam menghadapi proses rekrutmen maupun pengembangan karier di masa depan. Program ini diharapkan menjadi langkah awal dalam membentuk lulusan SMK yang lebih percaya diri, kompetitif, dan siap bersaing di era transformasi digital.

Abstract

. The development of digital technology requires Vocational High School (SMK) graduates to possess competencies that are not only limited to technical skills, but also the ability to build personal branding as a provision for entering the world of work and further education. This Community Service Activity aims to improve the understanding and skills of vocational high school students in building a professional image through the preparation of a Curriculum Vitae (CV), the creation of a LinkedIn profile, and the development of a digital eduportfolio. The implementation method includes material delivery, demonstrations, direct practice, mentoring, and evaluation of participants' work results. During the activity, participants gained an understanding of the importance of professional identity in the digital era and were able to produce a CV that meets industry standards, create an informative LinkedIn account, and compile a portfolio as a medium for documenting competencies and achievements. The results of the activity showed an increase in students' knowledge, skills, and readiness to face the recruitment process and future career



development. This Community Service Activity is expected to be the first step in forming vocational high school graduates who are more confident and competitive, and ready to compete in the era of digital transformation.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia kerja di era digital menuntut lulusan SMK tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga citra diri profesional yang kuat agar mampu bersaing di pasar kerja yang semakin kompetitif. SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) adalah satuan pendidikan menengah yang berorientasi pada penguasaan kompetensi keahlian tertentu guna menyiapkan lulusan siap kerja, berwirausaha, maupun melanjutkan pendidikan. Tujuan dan karakteristik dari SMK adalah: menghasilkan lulusan dengan kompetensi teknis (*hard skills*) sesuai bidang keahlian, mengembangkan *soft skills* seperti disiplin, kerja tim, komunikasi, dan etos kerja, mendorong *link and match* dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI) serta membekali siswa dengan jiwa kewirausahaan. Banyak lulusan SMK bekerja di bidang yang tidak selalu selaras dengan kompetensi keahliannya, yang menunjukkan adanya kesenjangan antara kesiapan karier dan tuntutan pasar kerja.

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat telah mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk cara individu berkomunikasi, berinteraksi, dan membentuk identitas diri di ruang digital (Vinaring & Widiawanti, 2025). Dinamika interaksi sosial modern yang difasilitasi oleh berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter. Generasi Z yakni mereka yang lahir antara tahun 1996 hingga 2010 merupakan kelompok yang tumbuh dan berkembang bersama kemajuan teknologi tersebut, menjadikan media sosial sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari (Paniis, 2021). Era digital dan globalisasi membuat persaingan dunia kerja semakin ketat, sehingga lulusan SMK tidak cukup hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga perlu menguasai soft skill, kemampuan komunikasi digital, dan personal branding yang kuat untuk dapat bersaing dengan lulusan SMA atau lulusan lain.

Menurut Alamsyah et al., (2025) *Personal branding* digital membantu siswa membangun identitas, reputasi, dan diferensiasi diri sehingga lebih mudah dikenali oleh dunia industri maupun perguruan tinggi sedangkan menurut . *Personal Brading* dapat mempengaruhi hasil proses ketika mencari kerja, proses rekrutmen kerja kini sangat dipengaruhi oleh jejak digital. Perekrut memanfaatkan media sosial dan platform profesional untuk menilai citra diri, reputasi, dan konsistensi profil pelamar sebelum tahap wawancara. (Alamsyah et al., 2025). Di ranah online, cara pencari kerja menampilkan diri di media sosial dapat menjadi melalui CV, profil media profesional, dan aktivitas di internet menjadi "wajah" pertama yang dinilai oleh perekrut atau mitra potensial oleh karena itu, kehadiran digital yang terkelola dengan baik menjadi kebutuhan. . Salah satu media sosial yang dapat menjadi penilaian personal branding menggunakan adalah linkedin dengan penilaian *Authenticity, Integrity, Consistency, Specialization, Authority, Distinctiveness, Relevant, Visibility, Persistence, Goodwill dan Performance* (Rahmawati & Wijaya, 2024). Dikarenakan apa yang ditampilkan secara tidak langsung sudah menjadi penilaian tersendiri bagi para rekrutmen. Meskipun sekarang rata-rata siswa SMK mempunyai media sosial pribadi namun secara umum media sosial yang mengutamakan untuk kebutuhan Menurut Rachmawati (2022) *personal branding online* sangat penting baik untuk keperluan diri sendiri, maupun dalam hal mencari pekerjaan. Selain itu apa yang ditampilkan dalam sosial media hendaknya yang otentik, menggambarkan spesialisasi atau keunikan serta kelebihan dan tentunya yang ditampilkan adalah yang bermanfaat namun *Personal Branding* belum banyak diketahui oleh para siswa SMK dan mereka juga belum memahami bahwa apa yang ditampilkan di media sosial mereka dapat



dijadikan penilaian didalam perekrutan oleh para rekrutmen. cenderung menyamakan dengan sekadar “pamer” dan belum menyadari bahwa setiap konten yang diunggah membentuk reputasi profesional mereka(N. P. Sari, 2025). masih banyak siswa SMK yang belum familiar dengan platform profesional dan belum.Karena itu, diperlukan program pendampingan personal branding digital yang komprehensif bagi siswa edukasi literasi dan jejak digital agar siswa memahami risiko dan peluang dari aktivitas daring mereka mampu mengelola jejak digital secara strategis dan etis(W. P. Sari et al., 2024; Yunash et al., 2024)

SMK Mataram dibawah naungan Yayasan Pendidikan Mataram bertaraf nasioanl selain SMK juga memiliki jurusan SMA.Sekolah Menengah Kejuruan yang memiliki beberapa jurusan kejuruan antara lain Tata Boga, Tata Busana, Otomotif dan perhotelan berlokasi Jl. MT. Haryono No.403-405, Jagalan, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50136 .SMK Mataram yang memiliki banyak siswa juga memerlukan edukasi dan literasi terkait dengan pengelolaan media sosial pribadi, membuat *personal branding* melalui media sosial agar meningkatkan kesadaran siswa bahwa citra diri yang profesional di platform digital berpengaruh langsung terhadap peluang karier mereka (Luke, 2024).Secara *hard skill* mereka memiliki pengalaman melalui magang pada saat menempuh pendidikan,namun untuk meningkatkan soft skill maka perlu ditingkatkan bagaimana meningkatkan citra diri melalui media sosial.

Permasalahan Mitra

Berdasarkan observasi dan wawancara baik dengan pihak sekolahan maupun dengan beberapa siswa bahwa:

- Masih belum banyak pemahaman kemampuan Personal Branding Digital dari siswa SMK, mereka belum memahami pentingnya personal branding di dunia digital sebagai sarana memperkenalkan kompetensi, pengalaman, dan potensi diri kepada dunia kerja.
- Siswa masih belum memahami keterampilan Membuat CV yang baik, sistematis, dan sesuai standar industri serta secara menarik bagi perekrut.
- Minimnya Pemanfaatan Platform Profesional (LinkedIn), siswa SMK belum mengenal atau belum memanfaatkan LinkedIn sebagai platform profesional untuk membangun jaringan, menampilkan portofolio, dan mencari peluang kerja atau magang.
- Masih kurangnya Literasi tentang Jejak Digital Siswa yang sering menggunakan media sosial tanpa memahami bahwa aktivitas digital dapat membentuk citra profesional mereka, sehingga berpotensi menimbulkan jejak digital negatif yang dapat mempengaruhi peluang kerja di masa depan.

Maka perlu dirumuskan kegiatan pengabdian serta solusi yang dapat dilakukan untuk menjawab pertanyaan sebagai berikut:

- Bagaimana meningkatkan pemahaman siswa SMK tentang pentingnya personal branding digital untuk kesiapan memasuki dunia kerja?
- Bagaimana meningkatkan kemampuan siswa SMK dalam menyusun CV yang profesional dan sesuai dengan kebutuhan industri?
- Bagaimana membantu siswa SMK memanfaatkan LinkedIn sebagai media membangun profil profesional dan jaringan kerja?
- Bagaimana meningkatkan kesadaran siswa SMK mengenai pentingnya menjaga jejak digital yang positif?



Tujuan dan Manfaat

Tujuan kegiatan ini sesuai dengan permasalahan yang ada tujuan memfokuskan kepada hal:

- a) Menumbuhkan pemahaman akan pentingnya personal branding dan pengelolaan jejak digital yang bertanggung jawab.
- b) Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan praktis siswa dalam menyusun CV dan profil digital yang profesional.
- c) Membantu siswa membangun identitas profesional sejak dini, sehingga peluang mereka untuk memasuki dunia kerja maupun melanjutkan pendidikan menjadi lebih besar
- d) Meningkatkan kesadaran siswa SMK mengenai pentingnya menjaga jejak digital yang positif?

Manfaat kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini memberikan manfaat baik secara umum maupun secara khusus antara lain adalah:

- a) Siswa SMK Mataram selain memahami apa yang dimaksud dengan *Personal Branding*, mereka juga dapat melakukan sesuatu yang hal positif dengan memanfaatkan media sosial mereka
- b) Belajar membuat CV memiliki profil profesional di platform seperti LinkedIn, sehingga peluang jaringan dan akses informasi lowongan kerja menjadi terbatas
- c) Belajar untuk menggunakan media sosial dengan baik, mereka memiliki kesadaran bahwa jejak digital (posting, komentar, foto, dan aktivitas online lainnya) dapat berdampak pada penilaian perusahaan terhadap diri mereka di masa depan.

Target

Target dari kegiatan ini sendiri adalah:

- a) Meningkatnya kemampuan siswa dalam pemahaman mengenai personal branding, target yang dicapai secara umum adalah meningkatkan kesiapan siswa SMK dalam memasuki dunia kerja maupun pendidikan lanjutan melalui penguatan personal branding digital yang profesional, sehingga diharapkan mampu bersaing di era digital dengan citra diri yang positif dan bertanggung jawab.
- b) Meningkatkan pengertian terkait dengan kondisi setelah lulus sekolah, dimana siswa akan masuk ke kehidupan dunia kerja maupun bisnis sehingga perlu diberikan wawasan bagaimana membentuk pribadi yang siap kerja maupun memiliki usaha. Pendampingan merupakan salah satu solusi yang dapat dilakukan sehingga memberikan nilai manfaat maupun solusi saat mereka terjun ke dunia kerja
- c) Meningkatnya pemahaman dalam pembuatan CV, pemahaman tentang profil LinkedIn, pada kesempatan ini dilaksanakan pendampingan langkah demi langkah pembuatan dan pengoptimalan profil LinkedIn (foto profil, headline, ringkasan, pengalaman, skill, portofolio, koneksi).
- d) Meningkatnya kesadaran agar bersikap bijak pemahaman wawasan untuk bijak didalam memposting segala sesuatu di media sosial karena dari media sosial seringkali menjadi pertimbangan dalam merekrut tenaga kerja.

2. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian yang dilaksanakan berupa ceramah dihadapan siswa-siswa SMK dengan menyampaikan pemaparan atau presentasi memberikan materi



yang sudah dipersiapkan dan sesuai dengan topik awal yang menjadi permasalahan mitra serta solusi yang dapat diberikan kepada mitra. Adapun penjelasan mengenai metode pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

a) Metode Ceramah

Ceramah ini tim pengabdian melakukan presentasi kepada mitra mengenai menjadi wirausaha, langkah-langkah menjadi wirausaha dan usaha di bidang wirausaha melalui pemaparan dengan memberikan penjelasan materi yang sudah dipersiapkan. Sebelum melaksanakan presentasi dilakukan pre test untuk mengetahui lebih dulu sejauh mana pemahaman dari siswa terhadap materi yang akan disampaikan.

b) Metode Pelatihan

Mempraktekan dalam pembuatan CV dan LinkedIn

c) Metode Diskusi

Dengan membuka forum diskusi tanya jawab kita dapat mengetahui sejauh mana pemahaman mereka terhadap hasil pemaparan dan kemungkinan adanya pertanyaan yang mendalam dari mitra.

Sebelum pelaksanaan kegiatan dapat digambarkan alur kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat digambarkan dengan diagram pada Gambar 3.1



Gambar 3.1 Alur kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

3. HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan secara bertahap dari tahap diskusi awal dengan Kepala Sekolah SMK Mataram Bapak Eri Setiawan, S.Pd., M.Pd, kemudian sampai proses mempersiapkan pelaksanaan kegiatan. Kegiatan pengabdian dilaksanakan di SMK Mataram yang berlokasi JL.MT. Haryono No. 403-405 Semarang pada tanggal 30 April 2026 diikuti oleh siswa siswi Perhotelan didampingi oleh Ibu Maya Rizkyana Saumi, S. Pd selaku Humas dan guru SMK Mataram serta Ibu Guru Syifa Nanda Anindita, S.M, untuk dilaksanakan melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan secara partisipatif. Peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga mempraktikkan secara langsung penyusunan dokumen dan profil digital dengan bimbingan tim pengabdian. Dilaksanakan melalui metode pelatihan, praktik, dan pendampingan secara langsung agar peserta memperoleh pemahaman sekaligus keterampilan yang dapat diterapkan secara mandiri.



Pelaksanaan kegiatan terdiri atas beberapa tahapan, yaitu:

- a) Pemberian Materi
Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya personal branding digital dalam menghadapi dunia kerja, manfaat memiliki identitas profesional di platform digital, serta pentingnya menjaga jejak digital yang positif.
- b) Workshop Penyusunan Curriculum Vitae (CV) yaitu memberikan latihan sederhana membuat CV
- c) Peserta dibimbing untuk menyusun CV yang profesional, meliputi penulisan data diri, pendidikan, kompetensi, pengalaman organisasi (Susan et al., 2021) seperti pendampingan dan mempraktekan pembuatan Profil LinkedIn
Tim pengabdian mendampingi peserta dalam membuat akun LinkedIn, melengkapi profil, mengunggah foto profesional, menulis ringkasan diri (headline dan about), mencantumkan pengalaman, keterampilan, serta membangun jejaring profesional.
- d) Edukasi Jejak Digital
Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya menjaga reputasi digital, etika bermedia sosial, keamanan data pribadi, serta dampak jejak digital terhadap peluang kerja dan karier di masa depan.
- e) Evaluasi dan Pendampingan
Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test, penilaian hasil CV dan profil LinkedIn, serta sesi keaktifan siswa tanya jawab untuk memberikan masukan dan penyempurnaan terhadap hasil yang telah dibuat peserta.
Hasil yang dicapai dalam kegiatan ini:
 - a) Meningkatnya pengetahuan siswa SMK Mataram mengenai konsep personal branding digital dan pentingnya membangun citra profesional sejak dini salah satunya dengan membuat CV maupun media sosial yang dapat menjadikan data informasi terkait study dan karier
 - b) Siswa mampu menyusun Curriculum Vitae (CV) yang sesuai dengan standar dunia kerja dan siap digunakan untuk melamar pekerjaan maupun program magang. Meskipun langkah awal dibuat secara sederhana ke depannya dapat dilengkapi sesuai dengan perkembangan studi dan karier masing-masing pribadi
 - c) Siswa berhasil memiliki profil LinkedIn sebagai media untuk membangun jejaring serta meningkatkan peluang karier.
 - d) Meningkatnya kesadaran siswa dalam menjaga jejak digital yang positif melalui penggunaan media sosial secara bijaksana, etis, dan bertanggung jawab karena di masa sekarang para perekrut karyawan tetap memperhatikan citra diri pelamar kerja salah satunya lewat media sosial
 - e) Meningkatnya rasa percaya diri siswa dalam memperkenalkan kompetensi, prestasi, dan potensi diri kepada dunia industri.
 - f) Terjalinnnya sinergi antara perguruan tinggi dan sekolah dalam meningkatkan kompetensi digital serta kesiapan kerja lulusan SMK khususnya SMK Mataram dan Universitas Semarang
 - g) Secara keseluruhan, kegiatan ini mampu meningkatkan kesiapan siswa SMK dalam menghadapi persaingan di dunia kerja maupun pendidikan lanjutan melalui penguasaan keterampilan personal branding digital, kepemilikan CV dan profil LinkedIn yang profesional, serta pemahaman yang baik mengenai pengelolaan jejak digital. Dengan demikian, lulusan SMK memiliki daya saing



yang lebih tinggi dan mampu membangun citra profesional yang positif di era digital



Gambar 2. Kegiatan Penyampaian Materi Pelaksanaan Bersama Guru dan Siswa SMK Mataram

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini adalah sebagai berikut:

- Kegiatan pendampingan personal branding digital bagi siswa SMK merupakan upaya yang efektif dalam meningkatkan kesiapan peserta didik menghadapi dunia kerja dan pendidikan lanjutan di era digital.
- Melalui pelatihan penyusunan Curriculum Vitae (CV), pembuatan profil LinkedIn, serta edukasi mengenai pentingnya menjaga jejak digital, siswa memperoleh pengetahuan dan keterampilan praktis untuk membangun identitas profesional sejak dini. ,tidak terbatas media sosial untuk mencari kerja namun juga di setiap media sosial yang dimiliki
- Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis siswa dalam menyusun dokumen dan profil profesional, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya etika bermedia digital serta pengelolaan citra diri yang positif. Dengan demikian, siswa diharapkan memiliki daya saing yang lebih baik dan lebih siap menghadapi proses rekrutmen, magang, maupun peluang karier di masa mendatang.
- Kegiatan ini dapat menjadi kegiatan yang berkelanjutan agar siswa lebih mahir lagi membuat profil diri pada media sosial serta terus memberikan wawasan personal branding bukan hanya di medis sosial mencari kerja namun juga di semua media sosial yan dimiliki agar tetap bijak didalam menyampaikan atau memposting di account media sosialnya atau milik orang lain

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan kali ini kami dari tim Pengabdian Kepada Masyarakat menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

- Jajaran Pimpinan Yayasan Sekolah SMK Mataram, Kepala Sekolah SMK Mataram Bapak Eri Setiawan,S.Pd.,M.Pd,yang sudah menerima kami dan memberikan kesempatan wawancara,diskusi dan observasi Ibu Maya Rizkyana Saumi, S. Pd selaku



Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301

Humas dan guru SMK Mataram serta Ibu Guru Syifa Nanda Anindita, S.M yang sudah mendampingi dalam pelaksanaan kegiatan, serta seluruh siswa yang sudah hadir serta aktif dalam sesi tanya jawab.

- b) LPPM Universitas Semarang yang sudah mendanai dan memberikan kesempatan kepada kami untuk melaksanakan salah satu bagian Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian Kepada Masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A. I. S., Kende, Y. J., Prabawani, I., & Astuti, Y. (2025). Utilizing LinkedIn for Personal Branding and Workforce Preparation for Office Administration Students at SMK Airlangga. *Abdimas Awang Long*, 8(1), 17–28. <https://doi.org/10.56301/awal.v8i1.1345>
- Luke, J. Y. (2024). *Management The 6 th International Conference and Community Development (ICCD) 2024 “ Advancing Eco - Friendly and Zero Waste Initiatives ” TRANSFORMING COMMUNITY GROWTH BY ENHANCING COMMUNITY DEVELOPMENT WEBINAR SERIES EFFECTIVENESS : A CASE STUDY The 6. Iccd*, 377–382.
- Paniis, K. (2021). 188-Article Text-442-1-10-20211030. 2(2), 25–29.
- Rachmawati, D. (2022). Pandangan Generasi Z Mengenai Personal Branding Online Fresh Graduates Dalam Mencari Pekerjaan. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(1), 137–149. <https://doi.org/10.32509/wacana.v21i1.1916>
- Rahmawati, F., & Wijaya, L. S. (2024). Membangun Personal Branding di LinkedIn: Perspektif Generasi Z dalam Pencarian Kerja. *Prologia*, 8(2), 522–537. <https://doi.org/10.24912/pr.v8i2.31791>
- Sari, N. P. (2025). Personality Branding sebagai Peluang Karir Generasi Alpha. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(8), 1893–1899. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v10i8.9908>
- Sari, W. P., Irena, L., Augustine, M., & Carolina, A. (2024). PEMBELAJARAN DAN PENGEMBANGAN PERSONAL BRANDING DI MEDIA SOSIAL PADA GENERASI Z Proyeksi Pengguna Media Sosial 2017-2026 Kondisi ini juga terjadi di seluruh dunia secara global . *Data tahun 2021 menunjukkan bahwa berdasarkan keterampilan dan reputasi yang*. 2(4), 1524–1531.
- Susan, B., Wendy, C., Gottlieb, M., Promes, S. B., & Coates, M. B. A. W. C. (2021). *UCLA A guide to creating a high- - quality curriculum vitae*. <https://doi.org/10.1002/aet2.10717>
- Vinaring, B., & Widiawanti, O. (2025). Pelatihan Personal Branding Digital Bagi Siswa Generasi Z Di Smk Sasmita Jaya 1. *Jurnal Harmoni Ilmu Sosial Dan Abdi ...*, 1(1), 86–96. <https://ypppal-amsi.or.id/penelitian/index.php/JHISAB/article/view/78%0Ahttps://ypppal-amsi.or.id/penelitian/index.php/JHISAB/article/download/78/138>
- Yunash, A. Z., Hermanto, H. C., Mevalia, K. A., & Negara, S. K. (2024). NUSANTARA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Penyuluhan Pembuatan CV (Curriculum Vitae) dan Pengaplikasian LinkedIn dan Jobstreet terhadap Siswa SMKN 41 Jakarta Counseling on CV (Curriculum Vitae) Making and Applications of LinkedIn and Jobstreet t. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 72–83.

