

## **Pelatihan Personal Branding dan Public Speaking di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Banjar**

**Ridwan Sya'rani<sup>1</sup>, Sitna Hajar Malawat<sup>2</sup>, Beni Ahkmad<sup>3</sup>, Rizky Subhan<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi, Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, Indonesia

Email: <sup>1</sup>ridwansy@uniska-bjm.ac.id

### **Abstrak**

Pelatihan *personal branding* dan *public speaking* di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Banjar dilaksanakan untuk memberikan peningkatan pemahaman dan pengetahuan praktis kepada pegawai tentang pentingnya materi pelatihan tersebut dalam mewujudkan pelayanan prima pada masyarakat. Narasumber pelatihan adalah tim pengabdian masyarakat dan praktisi *personal branding* dan *public speaking*. Peserta kegiatan berjumlah 25 orang. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan dengan metode presentasi, diskusi dan simulasi. Rangkaian kegiatan adalah pelaksanaan pre test, pemberian materi, dan evaluasi dengan post test. Metode ini disebut juga dengan metode komparatif, yaitu membandingkan dua variabel atau lebih. Desain Pretest-Posttest dalam bentuk *Pre-Experimental Designs* tipe *One-Group Pretest-Posttest Design* diterapkan dalam penilaian hasil pelatihan. Uji t dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi dari serapan materi oleh peserta pelatihan dan uji N-Gain untuk mengetahui derajat tingkat efektivitas pelaksanaan pelatihan. Hasilnya uji t ( $p < 0.05$ ) menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta pelatihan secara signifikan dan uji hasil uji N-Gain (0.72) menunjukkan bahwa pelaksanaan pelatihan cukup efektif.

**Kata Kunci:** *Personal Branding, Public Speaking, DPMPTSP*.

### **Abstract**

*Personal branding and public speaking training at Investment and One-Stop Integrated Service Office (DPMPTSP) of the Banjar Regency is to provide increased understanding and practical knowledge to employees about the importance of the training material in realizing excellent service to the community. The trainers are the community service team and personal branding and public speaking practitioners. The number of participants in the activity is 25 people. The implementation of the activity is carried out using presentation, discussion and simulation methods. The activities are implementation of pre-tests, provision of materials, and evaluation with post-tests. The training materials include practical theories and practices of personal branding and public speaking. The results of the pre-test and post-test were tested using the t-test and N-Gain. The results of the t-test ( $p < 0.05$ ) showed a significant increase in the knowledge of training participants and the results of the N-Gain test (0.72) showed that the implementation of the training was quite effective.*

**Keywords:** *Personal Branding, Public Speaking, DPMPTSP*.

### **PENDAHULUAN**

Instansi non-komersial yang melaksanakan urusan pemerintahan daerah terkait investasi dan pelayanan perizinan terpadu adalah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP). DPMPTSP adalah titik interaksi langsung antara pemerintah dan masyarakat melalui pelayanan perizinan dan pengelolaan penanaman modal. Institusi yang melaksanakan proses pelaksanaan pelayanan publik secara terus-menerus berusaha meningkatkan peningkatan kualitas untuk mewujudkan pelayanan prima (*service excellence*) terhadap masyarakat. Proses tersebut memerlukan beberapa hal, salah satunya adalah peningkatan kompetensi para pelaksana pelayanan itu sendiri (Mayasari, 2015).

Sejalan dengan hal tersebut, Sya'rani *et al.*, (2024) menyatakan bahwa peningkatan kompetensi peserta harus dievaluasi secara terus menerus agar dapat menjaga kualitas pelayanan prima kepada masyarakat. Secara praktis, mitra pemberdayaan masyarakat diharapkan agar dapat melaksanakan peningkatan kompetensi tersebut melalui kegiatan pelatihan secara mandiri dengan memanfaatkan sumber daya yang ada semaksimal mungkin terkait hasil positif yang dihasilkan dari peningkatan kompetensi tersebut.

Ada beberapa aspek yang sering terlupakan dalam pengembangan kualitas sumber daya manusia di lembaga pelayanan, di antaranya berkaitan dengan pemahaman tentang pentingnya personal branding dan peningkatan *soft skill public speaking* atau teknik berkomunikasi di depan publik dengan etika yang baik saat berinteraksi dengan masyarakat. Dalam hal personal branding, pegawai publik dapat memulai dengan mempertahankan profesionalisme di semua aspek pekerjaan, termasuk disiplin, tanggung jawab, serta etika dalam memberikan layanan kepada masyarakat. Sama halnya dengan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan derasnya arus kemajuan teknologi dan inovasi di bidang layanan publik. Keterlibatan sumber daya manusia dalam memperluas wawasan, baik melalui platform media sosial yang konstruktif maupun melalui diskusi-diskusi secara langsung, dapat memperkuat reputasi sebagai karyawan yang memiliki keahlian. Kekuatan personal branding pegawai akan meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas publik terhadap lembaga pemerintahan

Kegiatan pelatihan *personal branding* memiliki tujuan menghasilkan pencitraan pribadi yang berkonotasi positif dalam mengenali potensi kelebihan dan evaluasi terhadap kekurangan diri terutama dalam kompetensi. Pada akhirnya nanti hasil evaluasi tersebut digunakan untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan etika dan aturan yang telah ditetapkan dalam memberikan pelayanan publik. Salah satu efek dari pembentukan personal branding ini adalah mampu meningkatkan kredibilitas. Masyarakat sebagai objek pelayanan lebih memperhatikan apa yang dilakukan oleh institusi dan pegawai, dengan kata lain pembuktian nyata akan output pekerjaan akan meningkatkan kredibilitas institusi sehingga menjaga kepercayaan masyarakat akan aspek pelayanan yang diberikan (Meifilina, 2022).

Kemampuan berkomunikasi dengan masyarakat juga membutuhkan keterampilan berbicara yang baik. Terlebih lagi, setiap institusi pemerintah yang mempunyai tugas pokok memberikan pelayanan langsung kepada masyarakat sangat perlu menguasai kemampuan tersebut untuk dapat menjelaskan rincian layanan yang tersedia beserta prosedur dan syaratnya. Kemampuan *public speaking* yang baik juga krusial untuk menginformasikan masyarakat ketika terjadi masalah dalam proses pelayanan. Tujuannya adalah supaya masyarakat tetap tenang dan yakin bahwa layanan yang diberikan akan selesai dengan standar yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Karyawan yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik, terlebih mempunyai kemampuan dapat menyampaikan pesan secara efektif, menjalin hubungan dengan beragam orang dan lembaga, serta memotivasi orang lain. Elemen dasar dalam public speaking meliputi bagaimana mengendalikan diri, menguasai materi, dan memahami kondisi audiens. Pelatihan berbicara didepan umum tersebut terbukti telah berhasil meningkatkan keahlian dan rasa percaya diri peserta, sehingga membantu pembicara dalam menyampaikan pesan dengan lebih akurat kepada audiens (Buntoro et al, 2024).

Hal positif lainnya dari pelatihan *public speaking* adalah bagian dari usaha dalam meningkatkan kualitas kinerja pemerintahan daerah melalui efektivitas komunikasi, terutama antara petugas pelayanan dan masyarakat. Kemampuan dalam menyampaikan sesuatu dengan baik dan tepat, selain memiliki efek dalam peningkatan pelayanan kepada masyarakat sebagai objek layanan, juga akan menjadi contoh dalam membangun komunikasi yang baik di institusi itu sendiri. Hal tersebut nantinya akan menciptakan tata kelola pelayanan memiliki transparansi dan cepat tanggap terhadap apa yang masyarakat perlukan (Susilawati *et al*, 2024).

Di instansi pemerintahan, anggaran untuk pelatihan atau peningkatan kapasitas/kompetensi pegawai tidak dilaksanakan secara teratur, karena tergantung pada dana yang sangat terbatas. Efisiensi anggaran dari pemerintah pusat menyebabkan peluang untuk meningkatkan kompetensi semakin terbatas, meskipun peningkatan kompetensi sangat penting untuk mempertahankan kualitas pelayanan prima kepada masyarakat. Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Kepada Satu Pintu Kabupaten Banjar merupakan instansi yang mengelola pelayanan perizinan terpadu kepada masyarakat, salah satu wujud dari tugas utamanya adalah menjadi pengelola Mal Pelayanan Publik (MPP) sejak tahun 2019 (Sya'rani *et al*, 2024). Masyarakat sebagai *pelanggan* pelayanan perizinan memerlukan faktor-faktor kualitas pelayanan yang meliputi kondisi fisik pelayanan (*tangibles*), keandalan pelayanan (*reliability*), tanggapan layanan (*responsiveness*), jaminan pelayanan (*assurance*), dan empati (*empathy*) atau biasa disebut disingkat dengan faktor-faktor *Service Quality* (Prananda *et al*, 2019). Semua faktor layanan tersebut memerlukan kompetensi dari pegawai yang memerlukan kemampuan *public speaking* yang baik agar komunikasi

kepada masyarakat bisa dimengerti dan tersampaikan dengan baik. *Personal branding* juga perlu dipelajari agar masyarakat merasa terjamin pelayanannya dan merasakan empati dari pegawai yang melayaninya. Pelatihan tentang *personal branding* dan *public speaking* belum pernah diberikan dikarenakan keterbatasan anggaran pengembangan kompetensi pegawai pelayanan, khususnya yang berstatus tenaga kontrak dan pegawai yang baru bertugas.

Atas dasar berbagai uraian tersebut di atas, tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan penjelasan sekaligus bekal keterampilan mengenai *personal branding* dan *public speaking* terhadap pegawai di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Banjar. Penambahan kompetensi ini diharapkan nantinya memberikan pentingnya keterampilan tersebut dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat sesuai dengan kewajiban kerja di DPMPTSP. Lebih lanjut lagi bertujuan untuk meningkatkan branding institusi melalui peningkatan kemampuan pelayanan.

## METODE

Pelaksanaan pelatihan pada pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara langsung dengan metode presentasi, diskusi dan simulasi. Rangkaian kegiatan adalah pelaksanaan *pre test* pada awal pelatihan, dilanjutkan dengan pemberian materi, dan melakukan evaluasi dengan *post test* pada akhir pelatihan. Metode ini disebut juga dengan metode komparatif, yaitu membandingkan dua variabel atau lebih (Darmawan, 2016). Desain Pretest-Posttest dalam bentuk *Pre-Experimental Designs* tipe *One-Group Pretest-Posttest Design* diterapkan dalam penilaian hasil pelatihan (Sugiyono dalam Andiyani dan Saputra, 2022). Rahmayati (2016) menguraikan desain sebagai dua bagian eksperimen kelas akan diberi soal pada awal kegiatan sebagai *pre test* dan pada sesi akhir sebagai *post test*. Soal *pre test* dan *post test* mengacu pada materi tentang *personal branding* dan *public speaking* (Permana dan Wijaya, 2024; Zainal, 2022).

Peserta pelatihan adalah sebanyak 25 orang yang terdiri dari semua tenaga kontrak dan Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja (PPPK) di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu yang belum pernah mendapatkan pelatihan *personal branding* dan *public speaking* sebelumnya.

Materi pelatihan meliputi penjelasan teori praktis dan simulasi terkait *personal branding* dan *public speaking*, utamanya dalam praktek pelayanan prima terhadap masyarakat.

Uji t dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi dari serapan materi oleh peserta pelatihan. Penerapan uji t ini dikarenakan data yang digunakan berpasangan/tidak bebas. Selain itu, satu sampel dalam objek penelitian akan mendapatkan dua perlakuan yang berbeda (*pre test* dan *post test*) (Montolalu dan Langi, 2018). Selanjutnya dilakukan uji N-Gain untuk mengetahui derajat tingkat efektivitas pelaksanaan pelatihan (Hake dalam Febrinita, 2022). Penggunaan uji N-Gain untuk mengetahui efektivitas pelatihan ini dikarenakan uji tersebut merupakan metode yang umum digunakan untuk mengukur efektivitas suatu pembelajaran atau intervensi dalam meningkatkan hasil belajar peserta didik (Sukarelawan *et al*, 2024). Adapun kriteria efektivitas pelatihan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Kriteria Efektivitas Pelatihan Berdasarkan Skor N Gain

N Gain Score (%)	Kriteria
$g < 0.3$	Rendah
$0.3 < g < 0.7$	Cukup
$g > 0.7$	Tinggi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan *personal branding* dan *public speaking* dilaksanakan pada tanggal 15 sampai dengan 16 Mei 2025 berlokasi di aula Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Banjar. Peserta bimbingan teknis adalah tenaga kontrak dan Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja (PPPK) di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu sejumlah 25 orang. Narasumber dalam pelaksanaan pelatihan adalah anggota tim pengabdian masyarakat dan Direktur PT Baidah Bangun Perkasa. Materi bimbingan pelatihan meliputi dasar-dasar dan penerapan *personal branding* dan *public speaking*, utamanya keterkaitannya dengan pelayanan prima sebagai salah satu tugas pokok DPMPTSP Kabupaten Banjar.

Materi *personal branding* memberikan pengertian mengenai makna dari *personal branding* itu sendiri serta bagaimana mengaplikasikannya dalam pelayanan pada masyarakat. Tujuan dari penyampaian materi ini adalah (1) mengetahui konsep dan manfaat dari *personal branding* utamanya terkait pembangunan karakter dan kepercayaan diri dalam menghadapi masyarakat. (2) Menunjukkan pentingnya membangun kepercayaan diri dan memunculkan kepercayaan diri serta *trust* dari masyarakat. (3) Menjelaskan pentingnya menjaga kredibilitas pribadi sebagai bagian dari *institution branding*. (4). Mengidentifikasi kelemahan diri sendiri dan berusaha memperbaikinya serta mencari solusi terbaik. dan (5). Mempelajari cara membangun *personal branding* secara offline maupun pada media online.

Kontribusi *personal branding* terhadap *institution branding* ini salah satunya tergambar dari hasil penelitian Efendi dan Jamal (2025) yang menjelaskan bahwa *Personal branding* tenaga pengajar memiliki implikasi yang positif terhadap reputasi universitas sebagai institusi yang menaunginya. Saat dosen mampu membangun citra akademik yang positif maka hal tersebut tak hanya meningkatkan kredibilitas dosen yang bersangkutan, akan tetapi juga secara langsung memperkuat citra universitas sebagai institusi secara keseluruhan



**Gambar 1.** Pemberian materi pelatihan *personal branding*.

Materi *public speaking* memberikan penjelasan mengenai cara menguasai seni berbicara di depan umum, fokusnya pada pentingnya keterampilan dalam meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan dalam berkomunikasi untuk membantu membangun koneksi dan mempengaruhi orang lain secara efektif. Tujuan dari penyampaian materi ini adalah (1) mengetahui pentingnya keterampilan *public speaking* dan keterkaitannya dengan *personal branding*. (2) Menjelaskan kunci keberhasilan dalam *public speaking* disertai penjelasan studi kasus. (3) Memberikan penjelasan tentang pentingnya pembuatan naskah yang efektif dalam penyampaian materi saat berbicara di depan publik. (4). Menjelaskan dan mempraktekkan teknik penyampaian materi di publik meliputi teknik penyampaian vokal dan visual. dan (5). Mempelajari strategi interaksi dengan audiens dan mengatasi kendala saat presentasi dan serta membangun kepercayaan diri saat berkomunikasi dengan masyarakat.



**Gambar 2.** Sesi simulasi materi pelatihan *public speaking*.

Pelaksanaan pre test dan post test dilakukan oleh seluruh peserta dengan memanfaatkan *google form*. Penilaian pre test dan post test didasarkan pada semua materi yang telah disampaikan selama pelatihan. Materi untuk pre test dan post test secara keseluruhan berjumlah 25 item. Analisis hasil tabulasi dan skoring dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan melalui uji t test dan N Gain. Sebelumnya, data pre test dan post test diuji normalitas datanya.

Pengujian normalitas Shapiro-Wilk digunakan untuk data pre test dan post test karena jumlah peserta pelatihan sebagai sampel jumlahnya kecil dan kurang dari 50 (Ismail, 2022; Suardi, 2019). Data hasil uji normalitas adalah sebagaimana di bawah ini:

**Tabel 2.** Hasil Uji Normalitas Shapiro-Wilk

Umum	Pre test	Post test
Jumlah Sampel	25	25
Nilai Terendah	5	18
Nilai Tertinggi	20	25
Mean	12.44	21.72
Median	12	22
P Value	0.6748	0.1853
Standar Deviasi	3.7647	2.0314
Variansi	18.1756	9.6704

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi (P value) dari pre test dan post test lebih besar dari 0,05. Berdasarkan kriteria Sig > tingkat signifikansi ( $\alpha$ ), kedua data tersebut menunjukkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi (Ardhi dan Sesmiarni, 2022).

Berdasarkan data di atas, maka analisis lanjutan yaitu uji-t berpasangan (*paired sample t-test*) dapat dilakukan untuk mengidentifikasi perbedaan *mean* hasil pelatihan (Fauziyah, 2018). Hasil dari uji t adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.** Hasil Uji t

P value	Sig	t	Sig (2 tailed)	Mean Difference	Std error difference
0.0001	0.0944	11.8974	0.05	9.28	3.9

Analisis menunjukkan nilai  $t(25) = 11,8974$ ,  $p < .001$ . Dengan kata lain, terdapat perbedaan yang jelas antara pemahaman peserta mengenai materi presentasi sebelum dan sesudah pelaksanaan pelatihan. Ini artinya materi yang disampaikan memberikan perbedaan penambahan pengetahuan yang signifikan selama proses pelatihan. Hal ini menunjukkan materi mudah diserap serta profesionalisme pemateri juga sangat mendukung proses pelatihan tersebut (Widianto *et al*, 2023).

Berdasarkan pentingnya hal tersebut, analisis efektivitas implementasi bimbingan teknis dapat diteruskan dengan menggunakan Uji N-Gain. Hasil uji N-gain adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.** Hasil Uji N-Gain

Data	N	Rata-rata			
		Pre test	Post test	N-gain	N-gain (%)
Skor	25	12.44	21.72	0.72	72.40

Nilai N-Gain (*normalize gain*) yang diperoleh dari perbandingan nilai Pre-test (sebelum pelatihan) dan Post-test setelah pelatihan adalah 0.72 Mengacu pada kriteria Hake *dalam* Febrinita (2022); Sukarelawan *et al* (2024), nilai tersebut masuk dalam range > 0.7 atau termasuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelatihan telah berjalan dengan sangat efektif. Materi yang disampaikan dalam pelatihan cukup mudah dipahami oleh peserta, sehingga terdapat 72.40 % peserta pelatihan yang memahai materi secara baik dan efektif. perbedaan signifikan antara skor pre test dan post test.

Hasil pelatihan ini nantinya akan berpengaruh pada kualitas layanan pada masyarakat, karena masyarakat sebagai pelanggan yakin dengan kompetensi petugas yang melayaninya, personal branding yang kuat berpengaruh terhadap penilaian masyarakat. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Rahmadan et al (2025) yang menyatakan bahwa penguatan personal branding Relawan di institusi Pajak, disertai dengan kualitas pelayanan yang konsisten, dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kepuasan sekaligus potensi kepatuhan wajib pajak ke depannya. Arafah et al (2022) juga menyatakan bahwa *personal branding* sangatlah diperlukan guna membangun kredibilitas seseorang. Jika kredibilitas seorang petugas pelayanan dipercaya oleh masyarakat, maka nantinya akan berpengaruh positif terhadap pencitraan positif dari institusi (Efendi dan Jamal, 2025). Pengaruh *personal branding* dijalankan dengan baik dapat berkontribusi pada peningkatan reputasi individu dan memperkuat penerimaan masyarakat terhadap kebijakan yang diambil.

Begitu juga terkait kemampuan *public speaking* pegawai di DPMPTSP, yang melayani masyarakat terkait dengan layanan perizinan maupun penanaman modal. Kemampuan berbicara yang baik di depan umum akan memudahkan masyarakat memahami alur layanan serta memudahkan proses pelayanan itu sendiri. Sejalan dengan hasil penelitian Tengkeran et al (2023) yang menyatakan bahwa disimpulkan komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Komunikasi merupakan kebutuhan utama dalam berkehidupan sosial, sehingga komunikasi harus dilakukan dengan menggunakan Bahasa atau media yang mudah dipahami dan dimengerti antara pemberi informasi dan yang menerima informasi. Komunikasi yang baik dan tepat akan memberikan kepuasan yang tinggi dari masyarakat yang memerlukan pelayanan publik. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Pelayanan masyarakat merupakan unsur penting dalam pemerintahan karena dengan pelayanan yang baik, tepat sasaran dan tidak diskriminatif akan meningkatkan kepuasan masyarakat.

## KESIMPULAN

Pelaksanaan pelatihan *personal branding* dan *public speaking* berjalan dengan baik sesuai perencanaan, meliputi kesesuaian jadwal, materi, pemberi materi maupun keikutsertaan peserta saat proses pelatihan. Materi yang disampaikan pada bimbingan teknis diserap dengan cukup efektif. Hal ini terlihat dari skor N-Gain yang didapat berdasar hasil perhitungan nilai pre test dan post test dari peserta pelatihan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Banjar serta anggota Tim Pengabdian Masyarakat yang terlibat dalam kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriany, E. F., & Saputra, R. (2022). Pengaruh Model Direct Instruction Terhadap Keterampilan Menulis Pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia Tema 2 Kelas V. *Dharmas Education Journal (DE\_Journal)*, 3(1), 25-31. <https://doi.org/10.56667/dejournal.v3i1.365>
- Ardhi, M. R., & Sesmiarni, Z. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Google Classroom Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas X TKJ SMKN 3 Padangsidempuan Sumatra Utara. *Indonesian Research Journal on Education*, 2(1), 232-237. <https://doi.org/10.31004/irje.v2i1.263>
- Barata. 2003. Dasar-dasar Pelayanan Prima. Jakarta: PT Elek Mediakomputindo.
- Buntoro, I., C. Folamauk, R. Nurina, A. Tanto, and N. Handoyo. 2024. Pelatihan Public Speaking Untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Dan Kepercayaan Diri. *Jurnal Media Tropika*, Vol. 3, no. 2, Feb. 2024, pp. 55-62, <https://doi.org/10.35508/mediatropika.v3i2.1279>
- Darmawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Efendi, Y., & Ismail, J. (2025). Optimalisasi Personal Branding Dosen dan Alumni dalam Pembentukan Brand Awareness Universitas Melalui Platform Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik dan Kebijakan Negara*, 2(1), 194-210. <https://doi.org/10.62383/komunikasi.v2i1.201>
- Eka Susilawati, Noerma Kurnia Fajarwati, Sindy Pramudita, Ismi Latifah, & Nadivah Nadivah. (2024). Meningkatkan Kapasitas Perangkat Desa dengan Memberikan Pelatihan Public Speaking di Margaluyu, Kota Serang. *Faedah : Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 219–226. <https://doi.org/10.59024/faedah.v2i3.1007>
- Elvianto, D., Khalda, S., & Gunawan, A. (2025). Efektivitas Program Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kompetensi Dan Produktivitas Karyawan. *Jisosepol: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), 238-245. <https://doi.org/10.61787/4q663p64>



- Fauziyah, D. R. (2018). Analisis Data Menggunakan Independent T Test, Dependent T Test dan Analisis of Varian (ANOVA) Test di Bidang Kesehatan Masyarakat dan Klinis. Politeknik Kesehatan Kemenkes Bandung
- Febrinita, F. (2022). Efektivitas Penggunaan Modul Terhadap Hasil Belajar Matematika Komputasi Pada Mahasiswa Teknik Informatika. *De Fermat: Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(1). <https://doi.org/10.36277/defermat.v5i2>
- Ismail, S. (2022). Pengaruh Penggunaan Model Pembelajaran Berbasis Proyek “Project Based Learning” Terhadap Hasil Belajar Fisika Peserta Didik Kelas X IPA SMA Negeri 35 Halmahera Selatan Pada Konsep Gerak Lurus”. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(5), 249-255. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6466592>
- Mayasari D. 2015. Peran Pelayanan Prima (*Service Excellence*) terhadap Kepercayaan (*Trust*) Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Skripsi UIN Malang
- Meifilina, A. (2022). Pelatihan personal branding dalam membangun citra diri. *Science Contribution to Society Journal*, 2(1), 32-48. <https://doi.org/10.35457/scs.v2i1.2410>
- Montolalu, C., & Langi, Y. (2018). Pengaruh Pelatihan Dasar Komputer Dan Teknologi Informasi Bagi Guru-Guru Dengan Uji-t Berpasangan (Paired Sample t-Test). *d\Cartesian: Jurnal Matematika dan Aplikasi*, 7(1), 44-46. <https://doi.org/10.35799/dc.7.1.2018.20113>
- Permana, I. P. H., & Wijaya, B. K. 2024. Personal Branding for Gen Z Bagaimana Mendefinisikan Diri dan Membangun Citra untuk Kehidupan yang Lebih Baik.
- Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Khannan, M. S. A. 2019. Penerapan metode service quality (servqual) untuk peningkatan kualitas pelayanan pelanggan. *Opsi*, 12(1), 1-11. <https://doi.org/10.31315/opsi.v12i1.2827>
- Rahmadhan, C. S. P., Kusmayati, N. K., & Kurniawati, Y. (2025). Pengaruh Personal Branding dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wajib Pajak. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 1406-1412. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.674>
- Rahmayati, A. (2016). Perbedaan Motivasi dan Aktivitas Siswa Menggunakan Metode College Ball dengan Metode Card Sort pada Pembelajaran IPS Kelas VIII SMP Negeri 2 Galur. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1–12.
- Sukarelawan, Indratno, Ayu. 2024. Aplikasi N-Gain vs Stacking: Analisis Perubahan Abilitas Peserta Didik Dalam Desain One Group Pretest Posttest. Penerbit Suryacahya. Yogyakarta.
- Sya'rani, R., Malawat, S. H., & Utomo, H. (2024). Bimbingan Teknis Pelayanan Prima Pada Tenaga Kontrak Di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Banjar. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(5), 8467–8469. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i5>
- Sya'rani, R., Akhmad, B., Utomo, H., Khalisah, N., & Setiawan, I. (2024). Analisis Kepuasan Masyarakat di Mal Pelayanan Publik Kabupaten Banjar. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 3529-3537. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i5.15381>
- Tengkeran, N., Suyanto, M. A., & Karundeng, D. R. (2023). Peran Komunikasi Dan Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Masyarakat. *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, 5(1), 80-91. <https://doi.org/10.51178/jecs.v5i1.1357>
- Widianto, Y. K., Handoko, Y., & Karnawati, T. A. (2023). Pengaruh Materi, Metode dan Kompetensi Pengajar dalam Pelatihan Customer Service terhadap Kinerja Sales Counter dan Salesman di Jaringan Bisnis Sepeda Motor Honda di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Profesional*, 4(2), 265-276. <https://doi.org/10.32815/jpro.v4i2.1166>
- Zainal, A. G. (2022). Public Speaking (Cerdas Saat Berbicara di Depan Umum). Penerbit Eureka