

Pengaruh *Personal branding* Terhadap Calon Kandidat Frontliner di PT. Prima Karya Sarana Sejahtera (PKSS) Palembang

¹⁾**Mutia Mawardah***, ²⁾**Renza Anjelina Sonda**

^{1,2)}Program Studi Psikologi, Universitas Bina Darma, Kota Palembang, Indonesia
Email Corresponding: mutia_mawardah@binadarma.ac.id, anjelinarena@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Personal branding
PKSS Palembang
Frontliner

PT. PKSS yang dikenal sebagai HR Solution Partner, Perusahaan PT. PKSS didirikan pada tanggal 15 Juli 1999. PT PKSS mengelola staf lebih dari 55.000 orang, dan lebih dari 200 perusahaan, baik BUMN maupun internasional, menjalin kerja sama dengan PT PKSS. Jaringan kerja PT PKSS kini tersebar dan berlokasi di 34 provinsi seluruh Indonesia. PT PKSS merupakan mitra dan konsultan setiap perusahaan di bidang sumber daya manusia, organisasi dan sistem manajemen selama lebih dari 20 tahun. metode yang digunakan yaitu observasi kepada calon pelamar kerja kerja yang mendaftarkan diri sebagai *frontliner*. *hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan yaitu* memberikan gambaran tentang bagaimana penulis melakukan observasi mengenai Pengaruh *personal branding* Terhadap Kandidat Frontliner di PT. PKSS dalam kaitannya dengan curriculum vitae (cv) calon kandidat unggulan PKSS. Hal ini tidak hanya relevan secara akademis tetapi juga berdampak langsung pada peningkatan praktik perekrutan dan pengembangan karier dalam organisasi. Langkah selanjutnya mungkin calon kandidat memahami lebih baik dalam membangun *personal branding* dan menerapkan wawasan ini dalam praktik untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang dan keberhasilan perusahaan PT. PKSS dalam memilih dan mengembangkan talenta terbaik.

ABSTRACT

Keywords:

Personal branding
PKSS Palembang
Frontliner

PT PKSS known as HR Solution Partner, PT PKSS Company was established on July 15, 1999. PT PKSS manages a staff of more than 55,000 people, and more than 200 companies, both BUMN and international, cooperate with PT PKSS. The PT PKSS network is now spread and located in 34 provinces throughout Indonesia. PT PKSS is a partner and consultant for every company in the field of human resources, organization and management systems for more than 20 years. the method used is observation to prospective job applicants who register themselves as frontliners. the results of community service that have been carried out are to provide an overview of how the author makes observations about the influence of personal branding on frontliner candidates at PT PKSS in relation to the curriculum vitae (cv) of PKSS superior candidates. This is not only academically relevant but also has a direct impact on improving recruitment practices and career development in organizations. The next step may be for candidates to better understand building personal branding and put these insights into practice to support the long-term growth and success of the PT. PKSS company in selecting and developing top talent.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

PT. PKSS yang dikenal sebagai HR Solution Partner, Perusahaan PT. PKSS didirikan pada tanggal 15 Juli 1999. PT PKSS mengelola staf lebih dari 55.000 orang, dan lebih dari 200 perusahaan, baik BUMN maupun internasional, menjalin kerja sama dengan PT PKSS. Jaringan kerja PT PKSS kini tersebar dan berlokasi di 34 provinsi seluruh Indonesia. PT PKSS merupakan mitra dan konsultan setiap perusahaan di

4104

bidang sumber daya manusia, organisasi dan sistem manajemen selama lebih dari 20 tahun. PKSS menyediakan layanan People Development, yang dapat membantu perusahaan dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia, mulai dari pencarian dan seleksi kandidat hingga pengembangan karir, pelatihan dan pengembangan keterampilan, dan manajemen karyawan. Beberapa bentuk kegiatan yang ada di PKSS yaitu proses pencarian kandidat melalui recruitment dan head hunter. Proses recruitment di PKSS menyangkut pemenuhan calon pekerja secara tepat yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Pelaksanaan dapat dilakukan secara daring dan tatap muka, didukung oleh fasilitas perangkat dan infrastruktur berbasis teknologi sehingga dapat menjangkau calon pekerja secara luas. Sedangkan proses head hunter adalah proses mencari kandidat terbaik pada posisi tertentu, untuk membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kualifikasi yang dibutuhkan dan memastikan bahwa kandidat terpilih memenuhi kriteria tersebut secara lebih cepat dan efektif

Fenomena yang terjadi selama magang di PT. PKSS adalah banyaknya kandidat yang kurang dalam melakukan *personal branding*, sehingga perusahaan yang menjadi mitra kerja PT PKSS kesulitan dalam memilih pelamar yang tepat untuk di perusahaannya. Persaingan yang besar dalam pasar tenaga kerja menuntut seorang fresh graduates untuk menampilkan prestasi dan sesuatu yang unik dari dirinya dibanding yang lain agar dapat dilihat oleh perekrut. Saat ini pola rekrutmen tenaga kerja untuk level sarjana ke atas sudah mulai melakukan tracking melalui sosial media (Instagram, Facebook, Twitter & Linkedin), melalui sosial media kandidat, seorang bagian Personalia atau praktisi Human Resources dapat menyimpulkan pribadi orang yang melamar sebuah pekerjaan (Rachmawati, 2022)

Digital Creator dan Pegawai BUMN, Forbes 30 Under 30 Vina Muliana mengatakan, 95 persen perekrut melakukan verifikasi latar belakang (background verification) dari kandidat yang akan mereka terima, adapun salah satu aspek yang diverifikasi adalah media sosial yang membuktikan memiliki jejak digital (*personal branding*) yang baik nantinya akan lebih mudah menarik perhatian para recruiter (Respati dan Dujumena, 2022). Untuk mendapatkan pekerjaan impian, pencari kerja perlu menyiapkan diri untuk kesuksesan karir jangka panjang, disarankan untuk mulai membangun *personal branding*, karena *personal branding* mencakup kepribadian, nilai-nilai, dan kemampuan individu (Muindi, 2022).

Peter Montoya tahun 1997 pertama kali mengemukakan arti *personal branding* dalam artikelnya “The Brand Called You” (Montoya, 2005). Menurutnya *personal branding* setiap orang mempunyai kekuatan untuk menjadi mereknya sendiri dan tugas utama seseorang adalah menjadi mereknya sendiri. Dalam buku keduanya, The Phenomenon of *Personal branding* (Montoya, 2002), membahas *personal branding* sebagai usaha bisnis untuk menciptakan identitas eksternal. *Personal branding* adalah gagasan persepsi, harapan, keyakinan yang ada dibenak konsumen, pelanggan potensial, atau individu yang dapat mempengaruhi perusahaan (Kotler & Pfoertsch, 2006). Berikutnya McNally & Speak menyatakan bahwa *personal branding* setiap individu adalah gambaran diri dari kegiatan dan prestasi individu serta nilai yang terealisasi dari apa yang telah dilakukannya (McNally, 2002).

PT. PKSS kerap bekerja sama dengan perusahaan BUMN maupun Swasta untuk merekrut kandidat pada posisi Frontliner. Frontliner adalah perwakilan perusahaan atau garda terdepan yang berhubungan dan berinteraksi langsung dengan pelanggan atau konsumen dengan tugas memberi informasi, solusi, mendengarkan keluhan, dan lainnya (Lianovanda, 2024). Orang-orang yang bekerja sebagai frontliner mempunyai peran penting bagi bisnis. Hal ini disebabkan mereka membawa nama baik atau citra perusahaan (Lianovanda, 2024).

Sulitnya mencari kandidat dikarenakan kurangnya *personal branding* kandidat terjadi di PKSS. Berdasarkan wawancara, penulis dengan asisten psikolog (tim rekrut) di PKSS yaitu Ummul Sabila Khairiyah, mengatakan bahwa banyaknya kandidat Gugur dalam CV maupun video perkenalan diri yang mereka lampirkan ketika melamar sebagai frontliner. Kandidat kurang memahami value (nilai) yang dapat mereka tonjolkan ketika melamar, lalu kurangnya pengalaman atau prestasi kandidat juga mempengaruhi dirinya dalam memaparkan apa saja yang menjadi *personal branding* mereka.

Berdasarkan uraian dan fenomena yang telah dipaparkan di atas, maka penulis pun tertarik untuk melihat dan mengetahui “pengaruh *personal branding* Terhadap Calon Kandidat frontliner di PT. Prima Karya Sarana Sejahtera (PKSS)”

II. MASALAH

Sulitnya mencari kandidat dikarenakan kurangnya *personal branding* kandidat yang terjadi di PT. Prima Karya Sarana Sejahtera



Gambar 1. Lokasi di PT. Prima Karya Sarana Sejahtera

III. METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian Masyarakat yang berlangsung PT. Prima Karya Sarana Sejahtera yaitu dengan melakukan observasi. Observasi adalah salah satu cara untuk mendapatkan informasi apapun dari suatu peristiwa dengan cara mengamati secara langsung untuk melihat pola dan tingkah laku dari calon pelamar kerja yang mendaftarkan diri sebagai *frontliner*

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi penulis menemukan banyaknya kandidat yang kurang dalam melakukan *personal branding*, sehingga perusahaan yang menjadi mitra kerja PT. PKSS kesulitan dalam memilih pelamar yang tepat untuk diperusahaannya. Pesaingan yang besar dalam pasar tenaga kerja menutut seorang fresh graduates untuk menampilkan prestasi dan sesuatu yang unik dari dirinya dibanding yang lain agar dapat dilihat oleh perkrut.

Sehingga PT. Prima Karya Sarana Sejahtera Palembang melakukan program kegiatan *Workshop* bersama mahasiswa Universitas Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang, Jurusan Administrasi Bisnis untuk memberikan materi tentang pentingnya *Personal branding*, Kegiatan dilakukan Pada Hari Senin, 20 Mei 2024 yang dihadiri oleh 18 Mahasiswa/Mahasiswi, kegiatan berlangsung yang disampaikan oleh Bapak Rama Sugandhi, M. Psi., CT., Psikolog Sebagai pemateri di acara workshop



Gambar 2. Kegiatan Work Shop Personal Branding

Dari kegiatan tersebut peserta dijelaskan betapa pentingnya *personal branding* untuk dimiliki individu terutama dalam bersaing di dunia kerja yang dapat menuntukan posisi kerja, jabatan dan lain sebagainya, sehingga dijelaskan bahwa poin-poin apa saja yang menjadi pentingnya *personal branding*, seperti menjadi pembeda dari orang lain, membangun koneksi, membangun peluang baru serta meningkatkan kepercayaan diri. Selain itu juga pemateri menunjukkan *curriculum vitae* yang baik dan kurang baik.

Kegiatan tersebut didapatkan hasil bahwasannya *personal branding* yang efektif dapat membedakan seseorang dari pesaing dan membangun kepercayaan terhadap perusahaan di PT. Prima Karya Sarana Sejahtera Palembang, ketika melamar pekerjaan kandidat menampilkan Account Instagram User ternyata belum cukup untuk membuat tim HR perusahaan melirik profil kandidat, kandidat juga perlu membangun *personal branding* yang kuat. Untuk membangun citra diri dengan nilai-nilai positif sebagai penerus generasi

dengan memulai dari sekarang, membangun *personal branding* calon kandidat frontliner perlu nya memperhatikan cv dan video perkenalan diri.

1. Analisis CV kandidat Frontliner

Informasi yang didapatkan oleh penulis melalui rekrutpkssplg@gmail.com yang perlu diperhatikan khusus nya calon kandidat Frontliner atau seorang fresh graduates. Hal ini merupakan cv dengan desain yang bersih, menarik perhatian tim sumber daya manusia yang merekrut kandidat terbaik, Intan Maretta. Tim rekrutmen meninjau resume Intan Maretta dan mengundangnya untuk tes wawancara awal Intan Maretta mempublikasikan informasi tentang dirinya berupa File *curriculum vitae* (CV), Transkip nilai, ijazah, ktp, pas foto 3x4, foto seluruh badan, dan Video Perkenalan diri Intan Maretta. Selain itu, penulis menjadikan Intan Maretta sebagai contoh subjek yang merupakan seorang fresh graduates dalam pemaparan materi apa saja yang harus dipersiapkan calon kandidat Frontliner dalam membangun *personal branding*.

Dalam membangun *personal branding*nya, Intan Maretta juga memperkenalkan diri melalui link video terlampir. Intan Maretta mengenakan pakaian rapi, dan jas abu-abu. Dengan memiliki tinggi badan 160 cm dan berat badan 50 kilogram, kualifikasi yang dibutuhkan oleh perusahaan PT. PKSS yang bekerja sama dengan Bank BRI khususnya posisi frontliner teller, yang berhadapan langsung dengan Nasabah.

Untuk cara penyampaian komunikasi Intan Maretta terlihat tenang dan luwes. Tidak kesulitan dalam mengenal dirinya, dan menampilkan nilai-nilai positif. Terkait pertanyaan "Who Are You?" diawal sesi Intan Maretta, terlebih dalam konteks pekerjaan. Dimana tim rekrut dapat melihat dan menilai kandidat dalam membangun *personal branding* yang kuat, dapat meningkatkan kepercayaan nasabah nantinya. Hal ini merupakan salah satu menjadi pertimbangan tim rekrut terhadap kandidat Frontliner untuk mengikuti tahap tes selanjutnya. Selain itu juga terkait *personal branding* yang ditampilkan secara online oleh intan maretta data dapat mencakup respons tim rekrutmen, tingkat kepercayaan yang ditunjukkan oleh kandidat Frontliner, dan peningkatan dalam pemahaman tentang merek Perusahaan. Dalam konteks membangun *personal branding* penulis memaparkan bahwa pentingnya kombinasi dalam meningkatkan Soft skil dan Hard skil calon kandidat frontliner di PKSS.

2. Soft Skil dan Hard Skil yang dibutuhkan untuk Kandidat Frontliner

Soft skil sering disebut dengan keterampilan lunak, mengacu pada kualitas personal membantu seseorang berinteraksi secara efektif dengan orang lain di lingkungan kerja. Soft skil berkaitan dengan kepribadian dan cara seseorang beradaptasi disituasi tertentu. Contoh yang harus diperhatikan calon kandidat frontliner

- a) Komunikasi interpersonal
kemampuan berkomunikasi dengan baik dan efektif dengan berbagai pihak rekan kerja, manajemen, dan nasabah.
- b) Keterampilan kepemimpinan
kemampuan untuk memimpin dan mengelolah tim dengan efektif, menjaga hubungan positif, dan menangani keluhan nasabah dengan baik.
- c) Keterampilan manajemen waktu
kandidat harus bisa mengatur dan mengelola waktu secara efisien, termasuk prioritas tugas-tugas yang penting dan menyelesaikan dengan tepat waktu
- d) Kemampuan beradaptasi
kandidat harus mempunyai kemampuan beradaptasi dengan perubahan lingkungan atau situasi kerja dengan cepat

Sedangkan Hard skill adalah keterampilan yang dapat diukur dan berkaitan langsung dengan pekerjaan atau tugas tertentu yang perlu dilakukan. Keterampilan ini sering kali dapat diukur melalui tes dan sertifikasi dan biasanya diperoleh melalui pendidikan formal, pelatihan, atau pengalaman kerja

Contoh hard skill yang penting bagi kandidat lini depan meliputi:

- a) Keterampilan Teknis
Misalnya, penggunaan perangkat lunak khusus, pengetahuan tentang alur kerja tertentu, keahlian administrasi basis data, dll.
- b) Keterampilan Bahasa
Kemampuan berbicara, membaca dan menulis dalam bahasa tertentu, terutama bila diperlukan untuk layanan pelanggan atau komunikasi dalam konteks internasional.

c) Keterampilan Analitis

Kemampuan menganalisis data atau informasi untuk membuat keputusan yang tepat.

d) Pengetahuan Industri

Pengetahuan khusus tentang industri atau pasar tempat kandidat beroperasi, termasuk pemahaman tentang tren, peraturan, dan praktik terbaik.

Keterampilan keras merupakan fondasi penting untuk pekerjaan tertentu, namun kandidat terbaik perlu memahami bagaimana keterampilan keras ini mendukung tujuan perusahaan dan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Penting untuk menunjukkan bahwa keterampilan tersebut berguna.

3. Pentingnya Menggabungkan Soft Skill dan Hard Skill

Kombinasi soft dan hard skill yang tepat menjadi kunci sukses menduduki posisi terdepan di PKSS dan organisasi lainnya. Kandidat yang dapat menggabungkan keterampilan teknis yang kuat dengan keterampilan interpersonal yang sangat baik dan kemampuan untuk menangani situasi yang kompleks lebih mungkin berhasil dalam membangun merek pribadi yang kuat dan menarik bagi penerimanya. Saat membahas *personal branding*, menyoroti kedua jenis keterampilan ini dalam resume dan komunikasi pribadi tidak hanya menunjukkan bahwa kandidat teratas memiliki keterampilan yang diperlukan, namun juga pemangku kepentingan yang beragam. Ini membantu menunjukkan kepada penerima bahwa dapat berinteraksi dengan baik dengan organisasi dan bertemu harapan organisasi secara komprehensif dan efektif.

Sebaliknya cv kurang baik karena kandidat kurang melakukan *personal branding* yang dapat mengurangi daya tarik dan kepercayaan pelanggan terhadap frontliner. Kurang profesional dalam pembuatan desain cv, cara penulisan cv tidak tersusun rapi, terlalu berlebihan dan kurang memuat identitas secara lengkap serta video perkenalan tidak dilampirkannya kedalam Rekrutmen PT. PKSS. Akibatnya, tim HR yang merekrut staf kesulitan menemukan kandidat terbaik. Adapun langkah-langkah yang perlu dipersiapkan untuk memasuki dunia kerja dalam membangun *personal branding* oleh calon kandidat, seorang fresh graduates, baikpun mahasiswa yang masih menempuh masa jenjang peguruan tinggi.

4. Strategi Membangun *Personal branding* Melalui *Curriculum Vitae* (cv)

Dalam pemaparan materi penulis memberikan beberapa tips cara membangun *personal branding* melalui penulisan *curriculum vitae* (cv). *Personal branding* merupakan cara individu untuk meningkatkan citra sosialnya. (Lindahl, 2013). *Personal branding* adalah segala sesuatu tentang ada pada diri yang menambah nilai, membedakan, dan menjual, Pengajaran bahasa, perilaku pribadi, sikap yang ditampilkan, strategi komunikasi, dll. *Personal branding* mempunyai dampak positif sebagai berikut: *Ability* (kemampuan), *Behavior* (Perilaku), *Way of Life* (Cara Pandang), *Mission* (Misi), *Productivity* (Produktivitas), *Profession* (Profesi)

5. Strategi sukses didunia karier Membangun *Personal branding* Melalui magang

Dalam dunia profesional modern, membangun citra pribadi yang kuat adalah kunci kesuksesan yang paling penting. Magang adalah cara efektif untuk meningkatkan *personal branding*. bukan hanya kegiatan untuk meningkatkan pengalaman profesional, tetapi juga merupakan kesempatan berharga untuk membentuk citra diri yang istimewa di mata industri.

1. Memilih magang adalah langkah pertama yang penting. Pilih magang yang tidak hanya sesuai dengan minat dan keterampilan pribadi, namun juga memberi pengalaman langsung di bidang yang calon kandidat inginkan dan selaras dengan visi karier. Untuk membantu mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan dalam industri calon kandidat dan membangun landasan yang kokoh untuk memperkuat citra profesional.
2. Bersikap proaktif selama magang. Saatnya berpartisipasi aktif dan bukan sekadar menonton. Tunjukkan inisiatif, berkontribusi semaksimal mungkin untuk semua tugas, dan melebihi harapan. Upaya ini akan membuat *personal branding* terlihat profesional.
3. Ketiga, memanfaatkan peluang untuk menjalin kontak dan hubungan dengan profesional industri yang telah menyelesaikan magang. Ajukan pertanyaan, cari masukan, dan pelajari lebih lanjut tentang industri. Hubungan ini dapat menjadi aset berharga untuk memperkuat *personal branding*, karena dukungan dan rekomendasi ahli dapat sangat bermanfaat.
4. Keempat, langkah selanjutnya adalah aktif di media sosial profesional. Media sosial lebih dari sekedar tempat untuk berbagi momen pribadi media sosial adalah alat yang ampuh untuk meningkatkan *personal branding*. Aktiflah dengan konten profesional di platform seperti LinkedIn, Twitter, dan Instagram untuk berbagi pengalaman magang, proyek, dan wawasan industri. Gunakan

media sosial untuk membangun citra dan potensi profesional. Oleh karena itu, magang bukan sekedar penugasan sementara, melainkan investasi dalam membangun *personal branding*. Dapat membangun fondasi yang kuat dengan membuat pilihan cerdas, berkontribusi positif, membangun hubungan, hadir di media sosial, dan belajar. Magang adalah kesempatan untuk membentuk citra, memajukan karir dan menciptakan kehadiran yang kuat di dunia profesional.

6. Dampak *Personal branding* Terhadap Persepsi tim rekrutmen di PT. PKSS

Dampak *personal branding* yang dibangun oleh kandidat terhadap persepsi yang diterima oleh tim rekrutmen di PT. PKSS sangat bergantung kepada seberapa kuat dan tepat *personal branding* tersebut pada resume dan profil kandidat.

1. Pencitraan Positif

Personal branding yang kuat dapat menciptakan citra positif seorang kandidat di benak tim rekrut

2. Persepsi Nilai Tambah

Tim rekrut dapat melihat kandidat sebagai seseorang yang membawa nilai tambah berdasarkan pencapaian yang dilampirkan melalui cv

3. Kesesuaian kebutuhan posisi yang diinginkan oleh Intan Maretia sebagai Frontliner Teller.

4. Daya Tarik: seperti apa yang dimiliki Intan Maretia memiliki ketertarikan pada dunia perbankan dan pengalaman sebagai manajer administrasi. terbiasa melayani customer dengan terampil, bijaksana, dan komunikatif. Lancar di bidang komputer dan akuntansi, memiliki keterampilan interpersonal yang kuat, dan mempelajari hal-hal baru dengan cepat

5. Reaksi Emosional

Hal ini menjadi pertimbangan tim rekrut meninjau resume untuk mengikuti tahap tes wawancara awal.

6. Penilaian lebih mendalam

Tim rekrutmen di PT. PKSS melakukan penilaian mendalam terhadap kandidat Intan Maretia yang memiliki *personal branding* yang jelas dan menonjol dibandingkan dengan kandidat lainnya yang kurang dalam melakukan *personal branding*.

Dalam konteks CV kandidat terbaik di PKSS atau di tempat lain, pengaruh-pengaruh ini dapat mempengaruhi bagaimana kandidat tersebut dievaluasi dan diposisikan dalam proses seleksi dan rekrutmen. Oleh karena itu, penting bagi kandidat untuk membangun *personal branding* yang relevan dan kuat melalui seluruh elemen yang disampaikan dalam resume mereka.

V. KESIMPULAN

Kesimpulan ini memberikan gambaran tentang bagaimana penulis melakukan observasi mengenai Pengaruh *personal branding* Terhadap Kandidat Frontliner di PT. PKSS dalam kaitannya dengan curriculum vitae (cv) calon kandidat unggulan PKSS. Hal ini tidak hanya relevan secara akademis tetapi juga berdampak langsung pada peningkatan praktik perekrutan dan pengembangan karier dalam organisasi. Langkah selanjutnya mungkin calon kandidat memahami lebih baik dalam membangun *personal branding* dan menerapkan wawasan ini dalam praktik untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang dan keberhasilan perusahaan PT. PKSS dalam memilih dan mengembangkan talenta terbaik

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada PT. Prima Karya Sarana Sejahtera Palembang

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Nathania Wilbert, N. E. (2023). Pengaruh Intensitas penggunaan Kosmetik Terhadap Kepercayaan Diri Pada Wanita Pekerja Frontliner . *Jurnal Psikologi Indonesia*, 1, 70.
- Agnihotri, R., Dingus, R., Hu, M. Y., & Krush, M. T. (2016). Social media: Influencing customer satisfaction in B2B sales. *Industrial marketing management*, 53, 172-180.
- Fransisca Veronica, B. F. (2022, Oktober 2). KINERJA TELLER DALAM MELAKUKAN STANDAR LAYANAN TERKAIT KEPUASAN NASABA. *Jurnal Sumber Daya Aparatur*, 58.
- Indira Diah Pitaloka, C. H. (2021, Agustus). Excellent Services by Frontliner Best Corporate Banking. *Jurnal Industri dan Perkotaan*, 17, 15,16,17.
- Jacobson, J. (2020). You are a brand: social media managers' *personal branding* and “the future audience”. *Journal of Product & Brand Management*, 29(6), 715-727.

- Johnson, K. M. (2017). The importance of *personal branding* in social media: educating students to create and manage their personal brand. *International journal of education and social science*, 4(1), 21-27.
- kerja Putri, N. H. (2016). Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4, 199.
- kompas, m. (2022, agustus 14). pentingnya *personal branding* untuk proses mencari kerja . Retrieved from kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2022/08/14/161800726/pentingnyapersonal-branding-untuk-proses-mencari>
- Rachmawati. (2022). Pandangan Generasi Z Mengenai *Personal branding* Online Fresh Graduates Dalam Mencari Pekerjaan. *Jurnal Ilmiah Ilmu komunikasi*, 21, 137.
- Racmatullaily, S. A. (2015). KINERJA FRONTLINER DALAM UPAYA MENNGKATKAN PELAYANAN Tbk.Kantor Cabang. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 1, 4.
- RINA JULIASTUTI, D. I. (2020, June). *Personal branding* Psikolog Seto Mulyadi (Kak Seto) di Era Disrupsi Media. *Jurnal Of Communications*, 1, 3.
- rockyvalentino.com. (2018). STRATEGI MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING* melalui penulisan CV. Retrieved from rockyvalentino : <https://rockyvalentino.com/wpcontent/uploads/2021/02/20180320-Strategi-Membangun-Personal-Branding-MelaluiPenulisan-CV-Rocky-Valentino.pdf>
- Totok Ismawanto, G. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Frontliner Terhadap Kepuasan Pelanggan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero). *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 16(1), 5.
- Viçelar, A. (2019). Like me: Generation Z and the use of social media for *personal branding*. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7(2), 257-268.