

Pengabdian kepada Masyarakat melalui Pelatihan Tata Rias untuk Personal Branding Mahasiswa

¹⁾Asri Wibawa Sakti*, ²⁾Winwin Wiana, ³⁾Cucu Ruhidawati, ⁴⁾Mila Karmila

^{1,2,3,4} Program Studi Tata Busana, Universitas Pendidikan Indonesia, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia
Email Corresponding: Achiewibawasakti@upi.edu*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat Personal Branding Tata Rias Kepercayaan Diri Pemberdayaan Mahasiswa	Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk meningkatkan kepercayaan diri dan memperkuat personal branding mahasiswa melalui pelatihan keterampilan perawatan wajah dan tata rias. Kegiatan ini penting karena banyak mahasiswa belum memiliki kesadaran dan kemampuan dalam mengelola penampilan profesional yang mendukung kesiapan kerja. Mitra kegiatan adalah mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia yang membutuhkan peningkatan kompetensi non-akademik guna menunjang performa akademik dan profesional. Pelaksanaan pengabdian menggunakan metode andragogi dan experiential learning melalui ceramah interaktif, demonstrasi, praktik langsung, diskusi, dan pendampingan instruktur ahli. Peserta dilibatkan secara aktif dalam setiap tahap pembelajaran agar mampu mengintegrasikan teori dan praktik secara reflektif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan, keterampilan teknis, serta kepercayaan diri peserta. Program ini memberikan dampak positif terhadap kesadaran pentingnya perawatan diri dan citra profesional, sekaligus memperkuat peran perguruan tinggi dalam memberdayakan mahasiswa untuk menghadapi dunia kerja dengan lebih siap, percaya diri, dan berdaya saing.
Keywords: Community Service Make-Up Training Personal Branding Self-Confidence Student Empowerment	ABSTRACT This community service program was implemented to strengthen students' self-confidence and professional personal branding through facial care and make-up training. The activity was motivated by the limited awareness and skills of students in presenting a credible and professional image required for academic and workplace readiness. The partner of this program was a group of undergraduate students from Universitas Pendidikan Indonesia who needed empowerment in personal grooming competencies. The service employed an andragogical and experiential learning approach involving lectures, demonstrations, hands-on practice, discussions, and expert mentoring. Participants were actively engaged in reflective and practical learning processes that integrated theoretical understanding with real application. The results indicated a significant improvement in students' knowledge, technical skills, and confidence. The program successfully raised awareness of self-care and professional appearance as essential elements of employability, highlighting the importance of university-based community service in empowering students to be confident and work-ready individuals.
This is an open access article under the CC-BY-SA license.	
	

I. PENDAHULUAN

Perubahan pasar kerja modern menuntut calon profesional tidak hanya unggul dalam kemampuan teknis tetapi juga mampu membangun citra diri yang kredibel, konsisten, dan profesional melalui *personal branding* yang mencerminkan identitas, kepribadian, serta kompetensi (Montoya dalam Lestari & Farina, 2025). Keterampilan perawatan wajah dan tata rias menjadi elemen penting karena berperan dalam meningkatkan kepercayaan diri, memperkuat citra diri, dan mempersiapkan mahasiswa untuk tampil meyakinkan di lingkungan akademik maupun profesional (Angelita, Okatini, and Silfi 2023); (Angelita et al. 2023); (Usodoningtyas, Faidah, and Dwiyantri 2025). Kajian literatur menunjukkan bahwa delapan prinsip *personal branding* Montoya, yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, keunikan, visibilitas, kesatuan,

konsistensi, dan reputasi, banyak diterapkan oleh MUA dan *beauty influencer* dalam membangun reputasi profesional serta kepercayaan publik (Daniartha, Nada, and Alkhajar 2024); (Herlina 2024); (Lestari and Farina 2025). Studi mengenai figur publik seperti Raisa Andriana, Tasya Farasya, Lizzie Parra, dan Ratu Ghania juga menegaskan bahwa *personal branding* yang otentik dan bernilai sosial mampu memperkuat identitas profesional dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk kosmetik lokal (Anasty and Dianita 2022); (Rahmawati and Swarnawati 2024); (Sekarwangi and Suryono 2022); (Tarina, Faaroek, and Tambunan 2023). Selain itu, tata rias terbukti berpengaruh terhadap peningkatan *self-esteem* dan citra diri positif melalui gaya rias sederhana, *Korean look*, maupun rias sehari-hari (Herlina 2024); (Nabila, Eti Herawati, and Jubaedah 2025); (Safitri and Rini 2021) serta berkontribusi terhadap persepsi profesionalisme dan rasa percaya diri mahasiswa (Wilbert and Effendy 2023); (Sukmawaty and Rohmawati 2025). Meskipun demikian, sebagian besar penelitian berfokus pada industri kecantikan dan media sosial (Yunianto 2025), sedangkan kajian yang menyoroti penguatan *personal branding* di kalangan mahasiswa masih terbatas, padahal pelatihan seperti *beauty class* terbukti efektif meningkatkan rasa percaya diri dan keterampilan kewirausahaan (Sayidah, Sulastris, and Nadhira Qintharah 2023). Beberapa studi juga mengungkapkan relevansi pendekatan baru dalam *branding*, seperti penerapan nilai sosial (Daniartha et al. 2024), penggunaan teknologi *Augmented Reality* untuk promosi kecantikan (Nugraha et al. 2022), strategi digital MUA lokal (Fahdini, Kusuma, and Tamalanrea 2023), *authentic branding* oleh figur laki-laki (Ramadini, 2022), *beautypreneurship* (Sekarwangi and Suryono 2022), serta peningkatan *engagement* melalui *nano-influencer* di TikTok (Charenina and Winduwati 2024). Aspek psikologis seperti kepuasan dalam *self-make-up* dan motivasi penggunaan *skincare* juga berperan penting dalam pembentukan citra diri (Sahputri et al. 2024); (Usodoningtyas et al. 2025); (Herlina 2024), sementara ketergantungan berlebihan terhadap rias justru dapat menurunkan rasa percaya diri (Safitri and Rini 2021). Faktor eksternal seperti tren media sosial turut memengaruhi perilaku rias remaja dan mahasiswa, sementara literasi kosmetika serta kesadaran akan keamanan produk masih rendah (Ramadhanti, Arum, and Atmanto 2025); (Shaquilla and Mentari 2025). Untuk menjawab kesenjangan tersebut, program pengabdian ini dirancang untuk memberdayakan mahasiswa melalui pelatihan perawatan wajah dan tata rias berbasis *andragogi* dan *experiential learning* yang melibatkan ceramah, demonstrasi, praktik langsung, diskusi reflektif, serta pendampingan oleh instruktur ahli (Fahdini et al. 2023); (Sagita et al. 2024). Pendekatan ini membantu mahasiswa memperoleh pengalaman belajar yang kontekstual, meningkatkan kepercayaan diri, serta memperkuat *personal branding* akademik dan profesional (Afifah, Mulyanti, and Chairunnisa 2024); (Muflih and Tripermata 2023); (Shaquilla and Mentari 2025), sehingga mereka lebih siap bersaing dan tampil profesional di dunia kerja.

II. MASALAH

Mahasiswa sebagai calon tenaga kerja profesional sering menghadapi kesulitan dalam membangun citra diri yang kredibel dan meyakinkan. Di lokasi pengabdian masyarakat, ditemukan beberapa permasalahan nyata. Pertama, banyak mahasiswa memiliki pemahaman yang masih rendah mengenai pentingnya *personal branding* dalam mendukung kesiapan akademik maupun profesional. Kedua, keterampilan mereka dalam perawatan wajah dan tata rias relatif terbatas, sehingga belum mampu mendukung penampilan yang sesuai dengan tuntutan dunia kerja. Ketiga, akses terhadap pelatihan tata rias yang berkualitas dan terjangkau masih sangat terbatas, sehingga mahasiswa kurang memperoleh kesempatan belajar secara praktis.

Selain itu, sebagian besar mahasiswa belum terbiasa mengintegrasikan penampilan dengan strategi komunikasi visual yang konsisten, baik dalam konteks akademik seperti presentasi maupun dalam simulasi wawancara kerja. Kondisi ini berdampak pada rendahnya rasa percaya diri ketika mereka harus tampil di forum formal. Keterbatasan sarana, kurangnya pendampingan instruktur profesional, serta rendahnya literasi digital dalam mengelola citra diri juga menjadi hambatan tambahan.

Dengan demikian, masalah utama yang dihadapi mahasiswa di lokasi pengabdian adalah kurangnya keterampilan tata rias dan *personal grooming* yang dapat menunjang *personal branding*, yang pada akhirnya melemahkan kesiapan mereka untuk bersaing di dunia kerja modern yang menuntut kombinasi antara kompetensi akademik dan performa profesional.



Gambar 1. Gedung Center of Excellence Universitas Pendidikan Indonesia

III. METODE

Penyampaian materi dalam program pelatihan ini dirancang dengan mengintegrasikan prinsip *andragogi* dan *experiential learning* sebagai dasar pembelajaran orang dewasa. Prinsip *andragogi* menempatkan peserta sebagai subjek aktif yang memiliki pengalaman hidup, kemandirian, dan motivasi intrinsik untuk belajar, sehingga proses pembelajaran diarahkan pada pemecahan masalah nyata melalui kombinasi metode ceramah interaktif, tanya jawab, demonstrasi, pendekatan partisipatif, pemberian tugas terstruktur, dan praktik langsung tata rias wajah (Yahya, Purnama, and Supeno 2023). Sementara itu, *experiential learning* menurut David A. Kolb menekankan pentingnya pengalaman langsung dalam empat tahapan siklus belajar yang meliputi *concrete experience*, *reflective observation*, *abstract conceptualization*, dan *active experimentation* sebagai proses yang mengintegrasikan teori dengan praktik dan membentuk keterampilan reflektif serta adaptif (Rahmi 2024). Dalam konteks pelatihan ini, penerapan kedua pendekatan tersebut diwujudkan melalui demonstrasi aplikatif, pengenalan berbagai jenis kosmetika dan peralatan rias profesional, serta praktik mandiri yang memungkinkan peserta mengembangkan pemahaman teoretis dan keterampilan kontekstual secara bersamaan sehingga meningkatkan kepercayaan diri serta memperkuat *personal branding* mereka di lingkungan akademik dan profesional.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

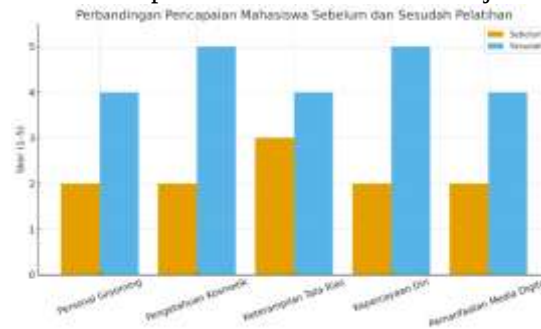
Pelaksanaan Pelaksanaan program pelatihan keterampilan perawatan dan tata rias wajah sebagai strategi penguatan *personal branding* bagi mahasiswa berlangsung pada 26 Mei 2025 di Gedung Center of Excellence Universitas Pendidikan Indonesia. Kegiatan dimulai sejak pukul 08.00 hingga 16.00, dengan metode pembelajaran yang variatif seperti ceramah, tanya jawab, demonstrasi, partisipatif, pemberian tugas, dan praktik langsung. Kombinasi metode ini terbukti efektif karena dapat menyeimbangkan aspek teoritis dengan keterampilan aplikatif. Materi inti mencakup tiga ranah utama: (1) teori *personal grooming*, (2) teori kosmetik dan teknik tata rias wajah, serta (3) praktik *make-up* secara mandiri.

Pelaksanaan kegiatan didukung oleh perencanaan jangka waktu satu tahun dengan distribusi aktivitas intensif selama sepuluh bulan. Tahapan mencakup persiapan, penyusunan proposal, pembukaan kegiatan, penyampaian teori, praktik pembuatan program, pelatihan tata rias, penyusunan laporan kemajuan, produksi modul dan jurnal, hingga penyusunan laporan akhir. Rangkaian tahapan ini memastikan program tidak hanya berhenti pada transfer keterampilan, tetapi juga menghasilkan luaran akademik berupa modul pelatihan dan artikel jurnal yang dapat direplikasi di masa depan.

Respon Peserta dan Pencapaian Tujuan

Respon mahasiswa peserta pelatihan tergolong sangat positif. Antusiasme tampak dari keaktifan dalam sesi diskusi, ketekunan mengikuti praktik, serta kesediaan untuk mendokumentasikan hasil riasan sebagai portofolio *personal branding*. Indikator ketercapaian tujuan dapat dilihat dari peningkatan kemampuan mahasiswa dalam memahami konsep dasar *personal grooming*, mengenali jenis kosmetik, serta mengaplikasikan teknik *make-up* sesuai konteks formal maupun nonformal. Selain itu, tolok ukur

keberhasilan kegiatan dapat dilihat dari peningkatan rasa percaya diri peserta saat menampilkan diri setelah pelatihan, baik dalam forum akademik maupun simulasi wawancara kerja.



Gambar 2. Perbandingan Pencapaian Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Hasil ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap peserta. Temuan ini sejalan dengan penelitian pengabdian terdahulu yang menekankan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung dalam bidang keterampilan vokasional dapat meningkatkan employability skills mahasiswa (Charenina and Winduwati 2024). Namun, perbedaan penting dari kegiatan ini adalah adanya integrasi antara keterampilan teknis make-up dengan aspek personal branding, yang relatif jarang disentuh dalam kegiatan pengabdian sejenis.

Faktor Pendorong dan Penghambat

Sejumlah faktor pendorong keberhasilan kegiatan antara lain antusiasme peserta, kehadiran narasumber profesional, dukungan institusi, serta penggunaan media digital. Keempat aspek ini membentuk ekosistem pembelajaran yang kondusif. Antusiasme mahasiswa memperlihatkan relevansi materi terhadap kebutuhan mereka, khususnya menghadapi persaingan kerja yang menuntut keterampilan komunikasi visual. Kehadiran instruktur profesional menjamin kualitas penyampaian materi, sementara dukungan institusi memastikan kelancaran logistik. Di sisi lain, pemanfaatan media digital memperluas akses pembelajaran melalui video tutorial dan modul elektronik, sehingga memungkinkan peserta melakukan pengulangan materi secara mandiri.

Namun, terdapat pula faktor penghambat yang perlu dicermati. Perbedaan keterampilan awal mahasiswa mengharuskan instruktur menyesuaikan strategi mengajar agar tidak terjadi kesenjangan. Waktu praktik yang terbatas menyebabkan beberapa teknik make-up lanjutan belum sepenuhnya dikuasai. Keterbatasan alat dan kosmetik membuat sebagian peserta tidak dapat berlatih dengan produk yang sesuai standar profesional. Selain itu, rendahnya pengalaman peserta dalam mengelola citra diri digital menjadi tantangan dalam mengintegrasikan keterampilan make-up dengan personal branding melalui platform profesional.

Manfaat dan Implikasi Pengabdian



Gambar 3. Sertifikat Peserta

Manfaat kegiatan ini dapat ditinjau dari dua dimensi utama, yaitu penguatan kapasitas individu dan kontribusi sosial. Pada level individu, mahasiswa memperoleh bekal keterampilan yang relevan untuk mendukung *personal branding*, yang berimplikasi pada peningkatan daya saing mereka di dunia kerja. Pada level sosial, kegiatan ini memperkuat peran universitas sebagai agen pemberdayaan yang mampu menjawab

kebutuhan praktis mahasiswa sekaligus menjaga relevansi akademik terhadap dinamika pasar kerja. Dibandingkan dengan temuan pengabdian sebelumnya, program ini memiliki keunggulan karena mengintegrasikan aspek kecantikan dengan literasi digital untuk membangun citra diri profesional. Penelitian pengabdian di bidang pelatihan vokasional umumnya hanya menitikberatkan pada keterampilan teknis, sedangkan kegiatan ini mendorong mahasiswa memandang tata rias bukan sekadar keterampilan estetika, tetapi juga sebagai strategi komunikasi visual dalam ranah *personal branding*. Salah satu bukti nyata keberhasilan kegiatan pengabdian adalah tersedianya sertifikat pelatihan yang diberikan kepada peserta sebagai bentuk apresiasi atas keterlibatan mereka dalam program. Gambar 2 memperlihatkan *Certificate of Completion* yang dikeluarkan oleh penyelenggara *Beauty Class*, berisi identitas peserta, tanggal pelaksanaan, serta tanda tangan instruktur dan pihak penyelenggara. Sertifikat ini berfungsi bukan hanya sebagai penghargaan simbolis, melainkan juga sebagai penguat portofolio *personal branding* mahasiswa karena dapat digunakan untuk melengkapi dokumen prestasi maupun profil profesional di platform digital seperti *LinkedIn*.



Gambar 4. Dokumentasi suasana pelatihan tata rias wajah dan personal branding.

Gambar 3 memperlihatkan suasana kegiatan pelatihan tata rias dan personal branding yang dilaksanakan di ruang pelatihan lantai 5 Gedung Center of Excellence Universitas Pendidikan Indonesia. Dokumentasi ini menunjukkan keterlibatan aktif peserta yang terdiri dari mahasiswa, baik laki-laki maupun perempuan, dalam sesi penyampaian materi. Tampak bahwa ruang pelatihan ditata dengan rapi, dilengkapi dengan media digital berupa layar presentasi yang menampilkan materi visual, serta perlengkapan kosmetik dan alat praktik yang tersedia di meja masing-masing peserta.

Keunggulan, Kelemahan, dan Peluang Pengembangan

Keunggulan utama kegiatan ini adalah desain program yang komprehensif, mencakup teori, praktik, dan refleksi, serta adanya luaran akademik berupa modul dan artikel. Selain itu, adanya kolaborasi dengan instruktur profesional meningkatkan kredibilitas kegiatan. Dari sisi kelemahan, keterbatasan waktu dan sarana menjadi hambatan yang menurunkan optimalisasi pencapaian.

Tingkat kesulitan pelaksanaan relatif tinggi pada tahap praktik, terutama bagi peserta dengan keterampilan awal rendah. Namun, tantangan ini sekaligus membuka peluang pengembangan program lanjutan dengan format *blended learning* yang memungkinkan peserta berlatih lebih intensif melalui modul daring dan konsultasi tatap muka. Peluang pengembangan juga terbuka pada aspek produksi barang, misalnya pembuatan produk kosmetik sederhana berbasis herbal lokal yang dapat menjadi inovasi kewirausahaan mahasiswa.

Gambar 4 memperlihatkan proses praktik tata rias wajah mahasiswa yang berlangsung dengan tertib dan profesional. Setiap meja peserta dilengkapi perlengkapan lengkap seperti kosmetik, cermin, apron, dan ikat kepala, menunjukkan kesiapan logistik serta keseriusan pelatihan. Dokumentasi menampilkan interaksi aktif antara instruktur dan peserta, di mana teknik rias diaplikasikan bertahap untuk memastikan pemahaman, disertai pendampingan personal yang mencerminkan penerapan *experiential learning*. Mahasiswa tampak antusias mempraktikkan materi secara mandiri dalam suasana kolaboratif dan partisipatif, saling membantu

selama proses belajar. Kehadiran instruktur yang berkeliling memperkuat efektivitas pembelajaran sekaligus menciptakan pengalaman belajar yang inklusif, kontekstual, dan berorientasi pada keterampilan nyata. Dokumentasi ini membuktikan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya menyampaikan teori, tetapi juga berhasil membangun suasana praktik yang interaktif, reflektif, dan bermakna bagi peserta..



Gambar 5. Proses praktik tata rias wajah

Diskusi

Pelatihan tata rias wajah pada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia terbukti meningkatkan pengetahuan, keterampilan teknis, dan kepercayaan diri peserta, sejalan dengan pandangan bahwa keterampilan vokasional berperan penting dalam membangun *employability skills* mahasiswa (Charenina and Winduwati 2024). Antusiasme peserta dan portofolio *personal branding* menunjukkan nilai tambah kegiatan ini karena mampu mengintegrasikan aspek estetika dengan strategi komunikasi visual profesional. Pendekatan *experiential learning* efektif mendorong mahasiswa belajar melalui pengalaman langsung (Rahmi 2024) dan selaras dengan prinsip *andragogi* yang menekankan relevansi, pengalaman hidup, serta kemandirian pembelajar dewasa (Meliana 2020); (Yahya et al. 2023). Hasil kegiatan juga sejalan dengan temuan bahwa pelatihan tata rias dapat meningkatkan kesejahteraan sosial dan membuka peluang kerja baru (Afifah et al. 2024), serta memperkuat identitas budaya lokal dan kepercayaan diri peserta (Muflih and Tripermata 2023). Keterkaitan antara literasi kosmetika dan perilaku mahasiswa terlihat dari kecenderungan mereka yang berpengetahuan baik lebih selektif dalam memilih produk (Shaqilla and Mentari 2025), meski masih dipengaruhi tren media sosial dan teman sebaya (Ramadhanti et al. 2025). Keterbatasan fasilitas praktik mencerminkan tantangan serupa dengan gaya hidup konsumtif mahasiswa tata rias yang gemar produk bermerek (Nadya, Nursetiawati, and Jubaedah 2024). Secara psikologis, hasil ini mendukung temuan bahwa keterampilan rias berhubungan positif dengan peningkatan kepercayaan diri (Sagita et al. 2024) dan persepsi profesionalisme (Sukmawaty and Rohmawati 2025). Dengan demikian, tata rias tidak hanya berfungsi sebagai sarana estetika, tetapi juga media komunikasi visual yang mencerminkan identitas profesional. Kegiatan ini melengkapi penelitian sebelumnya tentang pemberdayaan perempuan dan pelatihan vokasional dengan menawarkan kebaruan berupa integrasi keterampilan estetika, refleksi diri, dan penguatan citra profesional mahasiswa.

V. KESIMPULAN

Program Program pelatihan tata rias wajah berbasis *andragogi* dan *experiential learning* terbukti efektif meningkatkan pengetahuan, keterampilan teknis, serta kepercayaan diri mahasiswa dalam membangun citra profesional. Peserta mampu memahami konsep *personal grooming*, mengenali produk kosmetik yang sesuai, menerapkan teknik *make-up* kontekstual, serta menghasilkan portofolio visual yang memperkuat *personal branding* melalui dokumentasi hasil rias dan sertifikat pelatihan. Kegiatan ini juga meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam forum akademik, simulasi wawancara, dan interaksi profesional. Keberhasilan program ditunjang oleh antusiasme peserta, pendampingan instruktur ahli, dukungan institusi, dan pemanfaatan media digital, meskipun masih terdapat keterbatasan seperti perbedaan keterampilan awal, waktu praktik singkat, ketersediaan alat terbatas, dan literasi citra diri digital yang bervariasi. Integrasi keterampilan teknis dengan strategi *personal branding* terbukti menjembatani kesenjangan antara performa akademik dan kesiapan kerja.

Program ini berpotensi direplikasi melalui modul, jadwal praktik terstruktur, dan asesmen kinerja yang menilai teknik, konteks, serta kualitas presentasi personal. Keberlanjutan dapat diperkuat dengan format *blended learning*, kolaborasi industri, dan peningkatan literasi digital agar mahasiswa mampu mengelola citra diri secara etis dan profesional. Rekomendasi pengembangan mencakup perluasan jam praktik, penyediaan *starter kit* dan produk lokal berbasis herbal, penambahan sesi manajemen citra digital dan etika media sosial, evaluasi dampak jangka menengah pada performa akademik serta magang, dan kemitraan industri untuk menyediakan mentor serta sertifikasi. Dengan langkah-langkah ini, pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan rias tetapi juga memperkuat *personal branding* yang kredibel, konsisten, dan relevan bagi transisi mahasiswa ke dunia kerja.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pendidikan Indonesia atas dukungan melalui Program Hibah Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2025 berdasarkan Keputusan Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Nomor 702/UN40/PT.01.02/2025. Dukungan hibah ini telah memberikan kontribusi yang sangat berarti dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, khususnya dalam pelatihan tata rias wajah untuk penguatan *personal branding* mahasiswa. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada Fakultas Pendidikan Teknik dan Industri, para instruktur ahli, serta mahasiswa peserta pelatihan yang telah berpartisipasi aktif sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, D. R., K. Mulyanti, and N. M. Chairunnisa. 2024. "Upaya Pemberdayaan Wanita Melalui Program Pelatihan Tata Rias Wajah." *An-Nizam* 3(1):39–45. doi:10.33558/an-nizam.v3i1.9430.
- Anasty, D. R., and I. A. Dianita. 2022. "Strategi Membangun Personal Branding Ratu Ghania sebagai Skincare Enthusiast di Instagram." 8(6).
- Angelita, P., M. Okatini, and N. S. Silfi. 2023. "Hubungan Intensitas Penggunaan Tata Rias Wajah Korean Look Dengan Tingkat Kepercayaan Diri Mahasiswi." *Jurnal Adijaya Multidisiplin (JAM)* 01(03):490–96.
- Charenina, Putri, and Septia Winduwati. 2024. "Strategi Personal Branding Nano-Influencers Kecantikan Dan Fashion Melalui Media Sosial TikTok." *Kiwari* 3(2):378–87. doi:10.24912/ki.v3i2.30265.
- Daniartha, A. M., E. Nada, and S. Alkhajar. 2024. "Strategi Personal Branding Make Up Artist (MUA) Peduli Lingkungan Melalui Media Sosial." *Jurnal Komunikasi Massa* 17(1):92–99.
- Fahdini, N., D. Kusuma, and K. Tamalanrea. 2023. "PENINGKATAN PERSONAL BRANDING MELALUI OPTIMASI PEMASARAN DIGITAL ' FALAH MAKE UP ARTIS ' Jayadi Dian Gita Utami , Asri Assada Nurachmah Syachriani Administrasi Niaga , Politeknik Negeri Ujung Pandang , Jl." *Perintis Kemerdekaan A . Analisis Situasi Person* 9(3):796–804.
- Herlina, H. 2024. "Pengaruh Penggunaan Make-Up Sederhana Terhadap Kepercayaan Diri Wanita." *Jurnal Tata Rias* 14(02):84–97.
- Lestari, S. S., and M. Farina. 2025. "PERSONAL Branding of Freelance Make-Up Artist in Pekanbaru City on Instagram Social Media." *Jurnal Netnografi Komunikasi* 3(22025):161–79.
- Meliana, A. T. 2020. "Implementation Of Andragogy Principles In The Learning Process Of The Package C Equality Program In PKBM Karya Manunggal Yogya." *Journal of Society and Continuing Education* 1(1):8–21.
- Muflih, N., and L. Tripermata. 2023. "Pelatihan Make-Up Sebagai Upaya Meningkatkan Kepercayaan Diri Bagi Wanita Di Desa Alai Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim." *Communnity Development Journal* 4(5):10336–41.
- Nabila, P., D. Eti Herawati, and L. Jubaedah. 2025. "Studi Korelasi Penggunaan Makeup Sehari-Hari Dengan Kepercayaan Diri Pada Mahasiswi Fakultas Mipa Universitas Negeri Jakarta." *Journal on Education* 07(02):11961–67.
- Nadya, A., S. Nursetiawati, and L. Jubaedah. 2024. "Analisis Gaya Hidup Mahasiswa Tata Rias Sebagai Konsumen Kosmetik." *Jurnal Multidisiplin* 01(06):1334–40.
- Nugraha, A. E., R. P. Sari, M. T. Rachmat, J. M. Zakaria, and A. Nuravianti. 2022. "Personal Branding Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia Alam Pemanfaatan Periklanan Augmented Reality Industri Kosmetik Untuk Meningkatkan Manajemen Hubungan Pelanggan." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6(2). doi:10.31764/jmm.v6i2.6995.
- Rahmawati, A. A. Z., and A. Swarnawati. 2024. "Pengaruh Personal Branding Raisa Andriana Terhadap Keputusan Pembelian Produk Raine Beauty." *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora* 2(2):01–12. doi:10.47861/tuturan.v2i2.909.
- Rahmi, W. 2024. "Analytical Study of Experiential Learning: Experiential Learning Theory in Learning Activities." *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran* 5(2):115–26. doi:10.62775/edukasia.v5i2.1113.

- Ramadhanti, R. F., A. P. Arum, and D. Atmanto. 2025. "Pengaruh Pengetahuan Penggunaan Kosmetika Terhadap Perilaku Tata Rias Wajah Sehari-Hari Bagi Siswi di SMAN 6 Jakarta." *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia* 4(1):207–13. doi:10.31004/jpion.v4i1.354.
- Safitri, R. A., and A. S. Rini. 2021. "Pengaruh ketergantungan make-up terhadap kepercayaan diri pada remaja putri." *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa* 1(2):1–17.
- Sagita, N., S. I. Widjajanti, N. Siti, and S. Ambarwati. 2024. "Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Hasil Belajar Life Skill Mata Pelajaran Tata Rias Wajah Pada Siswa Kelas VII SMPN 138 Terbuka Cakung." 07(01):7171–80.
- Sahputri, Masri Yanti, Husrina Huwaida, Wahyu Saputri, and Rahmad Hidayat. 2024. "Peran Dinas Koprasi Dan Umkm Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota Pada Rapat Tahunan Koprasi." *ARembeN Jurnal Pengabdian Multidisiplin* 2(2):42–51.
- Sayidah, H., T. Sulastri, and Y. Nadhira Qintharah. 2023. "Membangun Personal Branding Pada Warga Desa Bantarsari." *An-Nizam* 2(2):174–80. doi:10.33558/an-nizam.v2i2.7435.
- Sekarwangi, K., and J. Suryono. 2022. "Personal Branding Lizzie Parra sebagai Influencer Pada Produk BLP Beauty di Instagram." *Media and Empowerment Communication Journal* 1(1):53–67.
- Shaqilla, O., and T. A. S. Mentari. 2025. "Hubungan Pengetahuan dengan Sikap Pemilihan Kosmetika Perawatan Rambut pada Mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang." *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah* 3(3):72–81. doi:10.59059/mutiara.v3i3.2344.
- Sukmawaty, W. E. P., and H. C. Rohmawati. 2025. "Persepsi Mahasiswa Tentang Gaya Berbusana dan Tata Rias Saat Menghadiri Perkuliahan." *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business* 4(1):110–15. doi:10.31004/riggs.v4i1.381.
- Tarina, M., S. A. Faaroek, and R. M. Tambunan. 2023. "Pengaruh Personal Branding Tasya Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mother of Pearl. Global Komunika." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 6(1):61–71. doi:10.33822/gk.v6i1.6263.
- Usodoningtyas, S., M. Faidah, and S. Dwiyanti. 2025. "Motivasi penggunaan kosmetika perawatan." 14(April):24–30.
- Wilbert, A. N., and N. Effendy. 2023. "Pengaruh Intensitas Penggunaan Kosmetik Terhadap Kepercayaan Diri Pada Wanita Pekerja Frontliner Di Kota Surabaya." *Experientia: Jurnal Psikologi Indonesia* 11(1):70–87. doi:10.33508/exp.v11i1.4482.
- Yahya, A. I. B., S. Purnama, and S. Supeno. 2023. "Eksplorasi Prinsip Andragogi dalam Pendidikan Orang Dewasa: Sebuah Studi Kualitatif pada Pendidikan Formal dan Non-Formal di STIP Jakarta." *PTK: Jurnal Tindakan Kelas* 5(1):136–52. doi:10.53624/ptk.v5i1.505.
- Yunianto, M. A. V. T. 2025. "Strategi Marketing Influencer Pada Produk Wardah Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Instagram." *NIVEDANA: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa* 6(1):98–117. doi:10.53565/nivedana.v6i1.1683.