

Pelatihan Membangun Identitas Merek Melalui Desain Dan *Digital Marketing*

Veta Lidya Delimah Pasaribu, Aria Rahman Syahputra, Muhammad Arry Dwi Satria,

Poppy Virda Syahnanda

Mahasiswa Dan Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Email :

veta01889@unpam.ac.id, ariarahmanri@gmail.com, dwisatriamuhammadarry@gmail.com,
poppyvirdas@gmail.com

ABSTRAK

Universitas Pamulang, melalui program pengabdian kepada masyarakat, mengadakan pelatihan dengan tema *Membangun Identitas Merek Melalui Desain dan Digital Marketing* yang dilaksanakan di SMKN 5 Tangerang Selatan. Pelatihan ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada para siswa dan siswi SMKN 5 Tangerang Selatan, khususnya yang terlibat dalam program studi desain grafis dan pemasaran, untuk membangun dan memperkuat identitas merek mereka melalui penerapan desain kreatif serta strategi pemasaran digital yang efektif. Dalam dunia bisnis yang semakin berkembang pesat dan bertransformasi ke dalam ranah digital, kemampuan untuk membangun identitas merek yang kuat dan konsisten menjadi sangat penting. Oleh karena itu, pelatihan ini dirancang untuk memberikan wawasan kepada peserta tentang pentingnya peran identitas merek dalam memenangkan persaingan pasar, serta bagaimana memanfaatkan desain grafis dan digital marketing sebagai alat utama dalam mencapainya.

Pelatihan ini menggabungkan dua komponen utama yang sangat relevan dengan kebutuhan dunia industri saat ini, yaitu desain grafis dan pemasaran digital. Dalam bagian desain grafis, peserta diberikan pemahaman tentang elemen-elemen dasar yang membentuk identitas merek yang efektif, seperti pemilihan logo yang mencerminkan nilai dan visi perusahaan, penggunaan tipografi yang tepat, palet warna yang sesuai, serta komposisi visual lainnya yang dapat memperkuat pesan merek. Dengan pendekatan yang berbasis praktik langsung, peserta dilatih untuk menghasilkan desain yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki daya tarik emosional dan mampu mengkomunikasikan nilai-nilai merek dengan jelas dan efektif kepada audiens.

Selain itu, pelatihan ini juga memberikan pemahaman tentang penerapan digital marketing untuk memperkenalkan dan memperkuat identitas merek di dunia maya. Dalam era digital, media sosial dan platform online lainnya memainkan peran yang sangat penting dalam membangun hubungan dengan konsumen dan meningkatkan kesadaran merek. Oleh karena itu, peserta dilatih untuk mengelola akun media sosial secara profesional, membuat konten yang menarik, serta memanfaatkan alat pemasaran digital seperti SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), dan analitik digital untuk mengukur keberhasilan kampanye pemasaran. Dengan pemahaman yang mendalam tentang pemasaran digital, peserta dapat mengembangkan strategi yang tidak hanya efektif untuk menarik perhatian audiens, tetapi juga membangun interaksi yang lebih personal dan berkelanjutan dengan pelanggan.

Sebagai bagian dari program pengabdian kepada masyarakat, pelatihan ini juga menunjukkan komitmen Universitas Pamulang untuk berperan aktif dalam pemberdayaan

masyarakat, khususnya dalam mendukung perkembangan pendidikan dan keterampilan para pelajar di bidang desain grafis dan pemasaran digital. Melalui pelatihan ini, Universitas Pamulang berharap dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan daya saing para siswa SMKN 5 Tangerang Selatan, serta membuka peluang karir yang lebih luas di industri kreatif dan digital. Dengan demikian, program pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya memberikan manfaat bagi peserta pelatihan, tetapi juga bagi pengembangan sektor ekonomi kreatif di Tangerang Selatan secara lebih luas, yang dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah dan bangsa.

Kata Kunci: Identitas Merek, Pemberdayaan Masyarakat, Konten Digital, dan Industri Kreatif

ABSTRACT

Pamulang University, through the community service program, held a training with the theme Building Brand Identity Through Design and Digital Marketing which was held at SMKN 5 South Tangerang. This training is intended to provide knowledge and practical skills to the students of SMKN 5 South Tangerang, especially those involved in the graphic design and marketing study programs, to build and strengthen their brand identity through the application of creative design and effective digital marketing strategies. In a business world that is increasingly growing rapidly and transforming into the digital realm, the ability to build a strong and consistent brand identity is very important. Therefore, this training is designed to provide participants with insights into the important role of brand identity in winning market competition, as well as how to utilize graphic design and digital marketing as the main tools in achieving it.

This training combines two main components that are very relevant to the needs of today's industrial world, namely graphic design and digital marketing. In the graphic design section, participants are given an understanding of the basic elements that make up an effective brand identity, such as the selection of a logo that reflects the company's values and vision, the use of appropriate typography, an appropriate color palette, and other visual compositions that can strengthen the brand message. With a hands-on approach, participants are trained to produce designs that are not only visually appealing, but also have emotional appeal and are able to communicate brand values clearly and effectively to the audience.

In addition, the training also provided an understanding of the application of digital marketing to introduce and strengthen brand identity online. In the digital era, social media and other online platforms play a very important role in building relationships with consumers and increasing brand awareness. Therefore, participants were trained to professionally manage social media accounts, create engaging content, and utilize digital marketing tools such as SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), and digital analytics to measure the success of marketing campaigns. With an in-depth understanding of digital marketing, participants can develop strategies that are not only effective for attracting audience attention, but also build more personalized and sustainable interactions with customers.

As part of the community service program, this training also shows Pamulang University's commitment to play an active role in community empowerment, especially in supporting the development of education and skills of students in the field of graphic design and digital marketing. Through this training, Pamulang University hopes to make a significant contribution in increasing the competitiveness of SMKN 5 South Tangerang students, as well as opening wider career opportunities in the creative and digital industries. Thus, this community service program not only provides benefits for the training participants, but also for the development of the creative economy sector in South Tangerang more broadly, which can contribute to regional and national economic growth.

Keywords: *Brand Identity, Community Empowerment, Digital Content, and Creative Industry.*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini, dunia usaha semakin didominasi oleh platform digital yang memberikan berbagai tantangan dan peluang. Salah satu aspek yang sangat penting dalam dunia bisnis adalah identitas merek. Identitas merek yang kuat dan konsisten dapat menjadi faktor pembeda yang sangat signifikan dalam memenangkan persaingan, terutama di pasar yang sangat kompetitif. Oleh karena itu, memiliki identitas merek yang jelas dan terdefinisi dengan baik bukan hanya penting untuk memperkenalkan produk atau jasa, tetapi juga untuk membangun hubungan yang kuat dengan konsumen dan menciptakan loyalitas jangka panjang. Dalam hal ini, desain grafis dan digital marketing memegang peranan yang sangat penting, karena keduanya menjadi alat utama dalam membangun dan memperkuat identitas merek, serta menjangkau audiens yang lebih luas melalui saluran digital.

Universitas Pamulang, sebagai institusi pendidikan tinggi yang memiliki komitmen untuk berperan aktif dalam pengembangan masyarakat, mengadakan program pengabdian kepada masyarakat dengan mengadakan pelatihan *Membangun Identitas Merek Melalui Desain dan Digital Marketing* yang dilaksanakan di SMKN 5 Tangerang Selatan. Pelatihan ini dirancang khusus untuk siswa dan siswi di SMKN 5 Tangerang Selatan, terutama yang terlibat dalam bidang desain grafis dan pemasaran digital, guna memperkenalkan mereka pada pentingnya membangun identitas merek yang efektif dan mengajarkan keterampilan praktis yang dapat diterapkan di dunia industri.

SMKN 5 Tangerang Selatan merupakan salah satu sekolah menengah kejuruan yang memiliki fokus pada pendidikan vokasi, khususnya dalam bidang desain grafis dan pemasaran. Dalam dunia

industri yang semakin bergantung pada teknologi dan media digital, keterampilan dalam desain dan pemasaran digital menjadi kompetensi yang sangat dibutuhkan. Melalui pelatihan ini, diharapkan para siswa dapat memahami pentingnya identitas merek yang kuat dan bagaimana desain grafis serta pemasaran digital dapat saling berintegrasi untuk mencapainya.

Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana membangun identitas merek yang dapat membedakan suatu produk atau jasa di pasar. Salah satu elemen yang paling penting dalam membangun identitas merek adalah desain visual yang terdiri dari logo, tipografi, dan palet warna yang tepat, yang semuanya harus mencerminkan nilai dan pesan yang ingin disampaikan oleh merek tersebut. Selain itu, desain grafis juga berperan dalam menciptakan pengalaman merek yang dapat menghubungkan konsumen dengan produk atau layanan secara emosional. Dengan desain yang baik, merek dapat terlihat lebih profesional, menarik, dan mudah diingat oleh audiens target.

Namun, membangun identitas merek tidak cukup hanya dengan desain visual yang menarik. Di era digital seperti sekarang ini, pemasaran digital menjadi sangat penting untuk memperkenalkan dan memperkuat merek di pasar. Melalui media sosial, iklan digital, dan optimasi mesin pencari (SEO), sebuah merek dapat meningkatkan visibilitasnya dan menjangkau audiens yang lebih luas. Oleh karena itu, pelatihan ini juga mencakup pembelajaran tentang bagaimana memanfaatkan alat pemasaran digital untuk meningkatkan eksposur merek di dunia maya, serta bagaimana menggunakan media sosial secara efektif untuk berinteraksi dengan audiens dan membangun komunitas yang loyal.

Dengan adanya pelatihan ini, Universitas Pamulang berharap dapat memberikan kontribusi yang positif bagi perkembangan pendidikan di SMKN 5 Tangerang Selatan, serta membekali para siswa dengan keterampilan yang relevan dan dibutuhkan dalam dunia kerja, khususnya di bidang desain grafis dan digital marketing. Keterampilan ini tidak hanya bermanfaat untuk pekerjaan di masa depan, tetapi juga dapat diterapkan untuk mengembangkan usaha sendiri, baik dalam bentuk usaha kecil maupun bisnis yang lebih besar. Program ini diharapkan dapat membantu siswa untuk lebih siap dalam menghadapi tantangan dunia kerja yang semakin digital dan berbasis teknologi.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka dapat diperoleh rumusan masalah yang dihadapi masyarakat adalah :

1. Bagaimana cara membangun identitas merek yang konsisten dan menarik melalui desain grafis yang efektif?
2. Bagaimana cara memanfaatkan digital marketing untuk memperkenalkan dan memperkuat identitas merek?
3. Apa saja tantangan yang dihadapi oleh para pelaku usaha, terutama para siswa SMKN 5 Tangerang Selatan, dalam membangun dan memasarkan identitas merek mereka di dunia digital?

TUJUAN KEGIATAN

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat adalah :

1. Meningkatkan Pemahaman tentang Pentingnya Identitas Merek.
2. Membangun Keterampilan dalam Desain Grafis untuk Identitas Merek.
3. Mengintegrasikan Desain Grafis dan Digital Marketing dalam Membangun Identitas Merek.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Identitas Merek

Identitas merek (*brand identity*) adalah rangkaian elemen-elemen yang membentuk citra dan persepsi yang ditangkap oleh konsumen tentang suatu merek (Aaker, 1996). Elemen-elemen tersebut meliputi logo, nama merek, desain produk, serta cara merek tersebut berkomunikasi dengan konsumennya. Dalam konteks desain grafis, identitas merek menjadi salah satu faktor utama yang membedakan suatu produk atau layanan dari pesaingnya di pasar. Sering kali, desain grafis yang tepat akan menciptakan kesan pertama yang kuat dan membekas dalam ingatan konsumen. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Wheeler (2017), desain yang baik bukan hanya soal estetika, tetapi juga soal menyampaikan pesan merek dengan cara yang menarik, relevan, dan mudah dimengerti oleh audiens.

Pembangunan Berkelanjutan di Tingkat Sekolah

Pembangunan berkelanjutan dalam pendidikan menekankan pada integrasi antara pengembangan keterampilan siswa dengan penerapan prinsip keberlanjutan dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dalam konteks SMKN 5 Tangerang Selatan, penerapan pembangunan berkelanjutan tercermin dalam penguatan kurikulum yang mencakup pengembangan keterampilan kewirausahaan berbasis teknologi dan pemasaran digital. Menurut Brundtland (1987), pendidikan harus mempersiapkan generasi muda untuk menghadapi tantangan masa depan dengan menjaga keseimbangan antara kebutuhan saat ini dan keberlanjutan di masa depan. Dalam hal ini, pelatihan *Membangun Identitas Merek melalui Desain dan Digital Marketing* menjadi salah satu bentuk penerapan pembangunan berkelanjutan di SMKN 5 Tangerang Selatan, yang bertujuan untuk membekali siswa dengan keterampilan yang relevan dengan perkembangan teknologi dan dunia industri

Peran Identitas Merek dan Digital Marketing dalam Pembangunan

Pendidikan kewirausahaan, terutama dalam bidang digital marketing dan desain grafis, sangat penting untuk menciptakan peluang kerja yang berkelanjutan. Menurut Timmons (2003), kewirausahaan berbasis keterampilan dapat menjadi solusi bagi pengembangan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan memfokuskan pada desain dan digital marketing, siswa tidak hanya diberikan pengetahuan tentang cara membangun identitas merek, tetapi juga dilatih untuk mengaplikasikan prinsip keberlanjutan dalam dunia bisnis yang mereka kelola. Penggunaan platform digital dalam membangun dan memasarkan merek memungkinkan siswa untuk mengakses pasar yang lebih luas dan lebih efisien, tanpa membebani sumber daya alam atau menciptakan dampak negatif terhadap lingkungan.

Fungsi dan Tugas Pengabdian Kepada Masyarakat dalam Konteks Pembangunan Berkelanjutan

Dalam konteks pembangunan berkelanjutan di SMKN 5 Tangerang Selatan, identitas merek digunakan untuk menciptakan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari operasional bisnis. Berdasarkan peraturan terkait keberlanjutan di Indonesia, seperti yang tercantum dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup

1. Fungsi Digital Marketing dalam Pembangunan Berkelanjutan

Digital marketing adalah salah satu cara yang efisien untuk memasarkan produk atau layanan dengan memanfaatkan teknologi digital. Dalam konteks pembangunan berkelanjutan di SMKN 5 Tangerang Selatan, digital marketing berperan penting dalam menciptakan pasar yang lebih luas dan efisien untuk produk-produk yang memiliki nilai keberlanjutan. Sesuai dengan peraturan yang

diatur oleh pemerintah Indonesia, seperti **Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 10 Tahun 2020**, yang mengatur penggunaan teknologi digital, digital marketing juga dapat membantu mengurangi penggunaan media pemasaran tradisional yang dapat merusak lingkungan.

2. Menciptakan Citra Bisnis yang Berkelanjutan

Menurut *Kotler & Keller* (2016), identitas merek yang kuat menciptakan hubungan emosional antara perusahaan dan konsumennya. Dalam hal ini, identitas merek yang mempromosikan keberlanjutan dapat membangun citra positif, mengundang konsumen yang peduli dengan isu-isu lingkungan dan sosial.

3. Menjangkau Pasar yang Lebih Luas dengan Biaya yang Lebih Efisien

Digital marketing memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau audiens global dengan biaya yang lebih rendah. Sebagai contoh, pemasaran melalui media sosial, iklan digital, dan konten berbasis web lebih hemat biaya dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Ini sejalan dengan teori *Chaffey* (2019) yang menyatakan bahwa digital marketing memungkinkan pelaku usaha untuk memaksimalkan pengeluaran mereka dengan memperoleh hasil yang lebih besar.

Identitas merek dan digital marketing memiliki fungsi yang sangat penting dalam konteks pembangunan berkelanjutan di SMKN 5 Tangerang Selatan. Identitas merek berfungsi untuk menciptakan citra bisnis yang tidak hanya menarik tetapi juga mencerminkan nilai keberlanjutan yang relevan dengan pasar saat ini. Digital marketing memungkinkan siswa untuk memasarkan produk mereka secara lebih efisien dan berdampak positif terhadap lingkungan. Melalui penerapan kedua konsep ini, SMKN 5 Tangerang Selatan dapat mempersiapkan siswa dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk berkontribusi pada

perekonomian berkelanjutan, sekaligus mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan di masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PKM ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian aksi partisipatif (Participatory Action Research/PAR). Tahapan pelaksanaan meliputi:

1. Identifikasi Kebutuhan: Melakukan analisis untuk memahami kebutuhan pelatihan berdasarkan tantangan dan tujuan sekolah.
2. Penyusunan Jadwal Pelatihan: Menentukan jadwal yang mencakup sesi teori, praktik, dan evaluasi.
3. Sesi Teori: Penyampaian materi tentang konsep dasar identitas merek, elemen desain grafis, digital marketing, dan prinsip keberlanjutan.
4. Penilaian Kinerja: Evaluasi hasil kerja siswa dalam membuat desain identitas merek dan strategi digital marketing mereka.
5. Penyuluhan Lanjutan: Mengadakan sesi penyuluhan lanjutan untuk mendukung kelanjutan pembelajaran siswa dalam mengembangkan bisnis berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelatihan “Membangun Identitas Merek melalui Desain dan Digital Marketing” yang dilaksanakan di SMKN 5 Tangerang Selatan menghasilkan beberapa pencapaian yang signifikan bagi siswa yang mengikuti program ini. Berdasarkan observasi dan evaluasi selama pelatihan, berikut adalah beberapa hasil yang dapat disoroti:

- **Peningkatan Pengetahuan dan Pemahaman:** Siswa menunjukkan

pemahaman yang baik terkait konsep dasar identitas merek dan digital marketing. Sebelum pelatihan, sebagian besar siswa hanya memiliki pengetahuan terbatas tentang pentingnya desain grafis dalam identitas merek serta pemasaran digital.

- **Peningkatan Kemampuan Digital Marketing:** Siswa berhasil memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk mempromosikan merek yang mereka bangun. Mereka memahami bagaimana cara membuat iklan digital, serta pentingnya menggunakan alat analitik untuk mengukur keberhasilan kampanye digital mereka

Pembahasan

Pelatihan ini terbukti efektif dalam memperkenalkan siswa pada konsep identitas merek dan digital marketing yang berbasis pada prinsip keberlanjutan. Pembahasan hasil pelatihan ini akan dibagi ke dalam beberapa aspek yang lebih mendalam:

- **Pembangunan Identitas Merek:** Hasil yang paling signifikan dalam pelatihan ini adalah kemampuan siswa untuk membangun identitas merek mereka sendiri. Siswa memahami bahwa identitas merek lebih dari sekadar logo atau nama. Melalui pelatihan, mereka diajarkan bahwa identitas merek mencakup nilai-nilai, visi, misi, serta pengalaman yang diberikan kepada pelanggan.
- **Pemanfaatan Digital Marketing:** Pemasaran digital menjadi alat yang sangat powerful dalam memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas. Pelatihan ini memberikan siswa pemahaman yang lebih mendalam tentang digital marketing, baik dari segi teknik maupun strateginya. Banyak siswa yang menunjukkan antusiasme dan kreativitas dalam merancang

kampanye pemasaran digital mereka, baik itu melalui konten media sosial, kampanye email, maupun iklan berbayar. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok digunakan secara efektif oleh siswa untuk mempromosikan merek mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. **Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan:** Peserta pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman tentang desain grafis, digital marketing, dan prinsip keberlanjutan dalam konteks pembangunan merek.
2. **Penguatan Penggunaan Teknologi Digital:** Siswa memahami bagaimana menggunakan media sosial dan platform digital lainnya untuk mempromosikan produk dan merek mereka. Penerapan digital marketing terbukti membantu mereka dalam memperluas jangkauan pasar secara lebih efektif dan efisien.
3. **Membangun Kesadaran tentang Keberlanjutan:** Pelatihan ini juga berhasil membekali siswa dengan wawasan mengenai keberlanjutan dalam pemasaran, yang mendorong mereka untuk memikirkan aspek sosial dan lingkungan dalam pengembangan merek.

Saran

1. **Perpanjangan Durasi Pelatihan:**
 - Mengingat materi yang luas, durasi pelatihan dapat diperpanjang agar siswa memiliki waktu yang lebih banyak untuk menguasai materi dan praktik. Hal ini juga akan memberi kesempatan lebih bagi mereka untuk mendalami aspek digital marketing secara lebih mendalam.
 - Menambahkan sesi lanjutan atau kelas mentoring setelah pelatihan untuk membantu siswa yang ingin mengembangkan keterampilan mereka lebih jauh.

2. Pendampingan dan Mentoring Lanjutan:

- Siswa perlu diberikan kesempatan untuk mengembangkan ide merek mereka lebih lanjut dalam bentuk proyek nyata atau melalui inkubasi bisnis. Dengan adanya bimbingan lanjutan, mereka dapat lebih mudah mengimplementasikan konsep-konsep yang telah dipelajari.
- Mengadakan sesi mentoring secara berkala untuk mendiskusikan perkembangan proyek dan memberikan feedback yang konstruktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, A. (2018). "Pengaruh Desain Grafis terhadap Pembentukan Identitas Merek di Era Digital." *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 15(2), 35-47.
- Santosa, D. (2020). "Pemasaran Digital dan Perkembangannya di Indonesia." *Jurnal Teknologi dan Pemasaran*, 5(1), 22-31.
- Hidayat, R. & Purnama, E. (2021). "Peran Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Kesadaran Merek pada Produk Lokal." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(3), 115-126.
- Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.
- Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Mompreneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.
- Hakim, L., Putri, I. S., Pasaribu, V. L. D., & Tobroni, M. (2026). Public Speaking for Teens: Sharpens Self-Confidence and

Effective Communication Skills. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 28-35.

Kushermanto, S., Pasaribu, V. L. D., & Aulia, N. M. (2026). Building Cooperation and Leadership Through Youth Team Building Activities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 36-43.

Priadi, Andri, et al. "PENYULUHAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN MEMPERKUAT BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENINGKATAN VALUE PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN MASYARAKAT KELURAHAN PONDOK BENDA KOTA TANGERANG SELATAN." *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif* 1.3 (2020): 97-105.
Malayu S. P. Hasibuan. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. 2007. Bumi Aksara, Jakarta.

Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisiyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.

Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Displin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.

Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Dwiyantri, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.

Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L., Yuniati, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.

Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).

Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Di yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang

Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.

Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy. (2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Adiputra, B., Oktaviani, D., & Ramdonih, F. (2026). Financial Health in the Digital Era: Gen Z Financial Literacy to Combat a Consumptive Lifestyle. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 66-70.

Pasaribu, V. L. D., Rahmah, A., Fitri, L., & Rommadon, R. (2026). Digital Marketing as a Means of Career Opportunities and Entrepreneurship. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 52-58.

Pasaribu, V. L. D., Saputra, B., Alayya, F., & Utami, R. D. (2026). Boosting Self-Confidence Through Public Speaking: A Youth Workshop. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 71-76.

Pasaribu, V. L. D., Rahayu, A., Septianti, A., & Wirana, A. P. (2026). Measuring Digital Content and Campaign Activities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 44-51.

Pasaribu, V. L. D., Fadilah, R., Purwanti, A., & Amelia, N. (2026). The Importance of Soft

Skills for Teenagers in the Modern Era: Challenges and Opportunities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 11-18.

Pasaribu, V. L. D., Wijohandoko, T., Yanuarso, B. P., & Tumanggor, M. (2026). Optimizing Micro-Business Financial Management in Benda Baru Subdistrict Through Financial Management Training. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 01-10.

Pasaribu, V. L. D., Anggelita, A. Y., Putri, A. N., Wiyadi, A., & Fatonah, D. (2026). Counseling on Cultivating an Entrepreneurial Spirit in the Digital Era. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 19-27.

Pasaribu, V. L. D., Witjaksono, M. G., Khoerunnisa, D., & Maharani, N. (2026). Social Media Ethics at the Wisma Karya Bakti Orphanage. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1).

Pasaribu, V. L. D., Sulistyawati, R., Tupamahu, J., & Sabila, S. (2026). The Role of Soft Skills in Shaping Students' Leadership and Social Responsibility in the Era of Society 5.0. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1).

Pasaribu, V. L. D., Zalukhu, M., & Akbar, I. M. (2026). Smart and Responsible Leadership of Vocational High School Students in the Era of Society 5.0. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 181-190.

Pasaribu, V. L. D., Hermanto, H., Bidaya, Y., & Buulolo, R. (2026). Leadership Transformation Strategies to Strengthen the Responsibility and Character of Vocational High School Students in the Society 5.0 Era. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 211-220.

Pasaribu, V. L. D., Priyanto, G., Ndruru, K., & Indrawan, J. (2026). Leadership Camp Era 5.0: Developing Leadership and Social Responsibility in Students. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 191-199.

Loyalitas Kreativitas
Abdi Masyarakat
Kreatif

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.07,No.01.Maret 2026 Hal.8-18
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

Supriyanto, H. (2019). *Manajemen Branding: Membangun Identitas Merek yang Kuat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

DOKUMENTASI KEGIATAN

