

Penguatan Kompetensi Digital Leadership Dan Personal Branding Bagi Anggota JCI Bali di Era Transformasi Digital

I Putu Hendika Permana¹, Bagus Kusuma Wijaya², Gusti Ayu Shinta Dwi Astari³

^{1*,2,3} Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan Desain Kreatif, Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia (INSTIKI), Denpasar, Indonesia

¹hendika@instiki.ac.id, ²bagus.kusuma@instiki.ac.id

INFO ARTIKEL

Submitted: 10 Juni 2026
Accepted: 17 Juli 2026
Published: 24 Juli 2026

Kata Kunci:

Digital Leadership,
Personal Branding,
Transformasi Digital, JCI
Bali, Pengabdian
Masyarakat.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat menuntut pemimpin muda untuk memiliki kompetensi *digital leadership* dan *personal branding* yang kuat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi digital leadership dan kemampuan *personal branding* anggota *Junior Chamber International (JCI)* Bali dalam menghadapi era transformasi digital. Permasalahan yang diidentifikasi meliputi rendahnya pemahaman *digital leadership*, belum optimalnya *personal branding* anggota, keterbatasan keterampilan teknis platform digital, ketiadaan pelatihan terintegrasi, serta belum adanya mekanisme evaluasi dan pendampingan berkelanjutan. Metode pelaksanaan kegiatan mencakup empat tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi, serta penyusunan laporan akhir. Program intervensi dilaksanakan melalui pelatihan intensif digital leadership, workshop strategic personal branding, pelatihan teknis platform digital, serta program mentoring pascapelatihan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan yang signifikan pada pemahaman konsep digital leadership sebesar 78,3%, peningkatan keterampilan personal branding sebesar 81,2%, dan peningkatan keterampilan teknis digital sebesar 74,6%. Sebanyak 92,1% peserta menyatakan puas dengan keseluruhan program dan merasa siap menerapkan materi dalam aktivitas kepemimpinan sehari-hari. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap kapasitas individu anggota JCI Bali sekaligus memperkuat profesionalitas citra organisasi di ranah digital.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat dalam dua dekade terakhir telah membawa dampak signifikan terhadap hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Transformasi digital bukan sekadar fenomena teknologi, melainkan sebuah perubahan paradigma dalam cara manusia berinteraksi, bekerja, berkomunikasi, serta memimpin (Karakose *et al.*, 2022). Era ini ditandai oleh penggunaan teknologi informasi dan komunikasi secara masif dalam mendukung berbagai aktivitas sosial, ekonomi, pendidikan, dan organisasi. Oleh karena itu, kemampuan untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif menjadi salah satu kompetensi utama yang harus dimiliki oleh individu maupun organisasi di era modern (Karaboğa *et al.*, 2021).

Di Indonesia, transformasi digital telah menjadi prioritas nasional sebagaimana tercantum dalam berbagai kebijakan strategis pemerintah, termasuk dalam program Digital Indonesia Roadmap 2021–2024 (Marion & Augtania, 2023). Salah satu fokus utamanya adalah



Jurnal Komet is licensed under a
Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)

peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang unggul dalam bidang digital agar mampu bersaing di tingkat global. Namun demikian, meskipun akses terhadap teknologi semakin luas, kesenjangan dalam pemanfaatan teknologi digital masih cukup tinggi, terutama dalam hal kemampuan memimpin dan membangun citra diri secara profesional di ranah digital. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi generasi muda dan para calon pemimpin masa depan yang aktif dalam berbagai organisasi sosial dan profesional (Chin & Zadeh, 2024).

Salah satu organisasi yang memiliki peran strategis dalam mencetak pemimpin muda yang berdaya saing global adalah Junior Chamber International (JCI). JCI merupakan organisasi nirlaba internasional yang beranggotakan para profesional muda berusia 18–40 tahun dan berfokus pada pengembangan kepemimpinan, kewirausahaan, serta tanggung jawab sosial. Di Indonesia, JCI telah memiliki banyak cabang lokal yang tersebar di berbagai daerah, termasuk JCI Bali. Organisasi ini menjadi wadah bagi pemimpin muda untuk mengembangkan kompetensi kepemimpinan, membangun jejaring profesional, serta berkontribusi bagi masyarakat melalui berbagai kegiatan sosial dan bisnis.

Dinamika perubahan di era digital menuntut anggota JCI Bali untuk memiliki kompetensi baru yang relevan dengan perkembangan zaman, yaitu kompetensi digital leadership dan kemampuan personal branding yang efektif di dunia digital. Digital leadership merupakan kemampuan seseorang dalam memimpin dan menginspirasi tim atau organisasi melalui pemanfaatan teknologi digital untuk mencapai tujuan bersama (Mahdi & Nassar, 2021). Pemimpin digital dituntut untuk memiliki visi yang inovatif, mampu mengelola perubahan, serta beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi. Sementara itu, personal branding adalah proses membangun citra dan reputasi diri secara strategis agar dikenal sebagai individu yang memiliki kredibilitas, keahlian, dan nilai unik di mata public (Shuang, 2024). Dalam era transformasi digital, personal branding tidak lagi sekadar menjadi pelengkap, tetapi telah menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan dan pengaruh, baik dalam konteks profesional maupun sosial.

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi awal dengan pengurus JCI Bali, diketahui bahwa sebagian besar anggota telah aktif menggunakan media sosial dan platform digital. Namun, pemanfaatan tersebut masih sebatas pada kegiatan promosi acara atau interaksi sosial yang bersifat informal. Kesadaran akan pentingnya strategi personal branding yang berorientasi pada pengembangan karier dan kepemimpinan digital masih belum optimal. Beberapa anggota menyampaikan bahwa mereka mengalami kesulitan dalam menentukan arah citra diri yang ingin dibangun, memilih platform digital yang tepat, serta mengelola konten yang konsisten dengan identitas profesional mereka. Selain itu, kemampuan untuk menerapkan prinsip kepemimpinan digital, seperti komunikasi kolaboratif berbasis teknologi, pengambilan keputusan berbasis data, dan inovasi digital, juga belum menjadi fokus utama dalam kegiatan pengembangan kapasitas anggota.

Secara umum, kegiatan organisasi JCI Bali selama ini telah berfokus pada peningkatan kemampuan kepemimpinan melalui kegiatan sosial, pelatihan umum, dan kolaborasi lintas sektor. Namun, program pelatihan yang secara khusus mengintegrasikan aspek digital leadership dan personal branding dalam satu program yang komprehensif belum pernah dilakukan secara sistematis. Padahal, kedua aspek ini saling berkaitan erat: kepemimpinan digital yang efektif memerlukan kehadiran digital yang kredibel, sementara personal branding yang kuat dapat memperkuat pengaruh dan efektivitas kepemimpinan seseorang (Gede *et al.*, 2023). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menjadi sangat relevan

untuk mendukung penguatan kapasitas anggota JCI Bali agar lebih siap menghadapi tantangan kepemimpinan di era transformasi digital.

Melalui kegiatan ini, para anggota diharapkan tidak hanya memahami konsep digital leadership dan personal branding secara teoritis, tetapi juga memiliki keterampilan praktis untuk menerapkannya. Program dirancang secara partisipatif, interaktif, dan aplikatif dengan melibatkan metode pelatihan berbasis praktik (*experiential learning*), studi kasus, dan simulasi (Mokodompit *et al.*, 2023). Dengan demikian, hasil kegiatan diharapkan tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap kinerja organisasi secara keseluruhan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan solusi yang nyata dan berkelanjutan bagi mitra, yaitu JCI Bali, dalam mengatasi permasalahan rendahnya kompetensi digital leadership dan personal branding di era transformasi digital. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahap utama, yaitu:

1. Tahap Persiapan

Tahap ini bertujuan menyiapkan seluruh aspek teknis, administratif, dan substansi kegiatan agar pelaksanaan berjalan secara efektif. Persiapan dilakukan selama satu bulan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

- a. Koordinasi Awal dengan Mitra (JCI Bali): Tim pengusul melakukan koordinasi dengan pengurus JCI Bali untuk membahas rencana kegiatan, jadwal pelaksanaan, pembagian peran, serta penyusunan kesepakatan kerja sama (MoU). Pertemuan ini juga digunakan untuk memastikan dukungan penuh dari mitra dan menetapkan target capaian bersama.
- b. Analisis Kebutuhan Pelatihan (*Training Needs Assessment*): Tim pengusul melakukan survei daring dan wawancara terhadap anggota JCI Bali untuk mengetahui tingkat literasi digital, pemahaman tentang digital leadership, dan penerapan personal branding. Hasil analisis ini menjadi dasar penyusunan materi pelatihan agar sesuai dengan kebutuhan riil peserta.
- c. Penyusunan Materi Pelatihan: Tim pengusul menyiapkan tiga modul materi, yaitu: (a) Digital Leadership di Era Transformasi Digital; (b) Strategi Personal Branding Profesional; dan (c) Pemanfaatan Platform Digital untuk Kolaborasi dan Komunikasi Efektif.
- d. Rekrutmen Peserta dan Persiapan Teknis: Bersama JCI Bali, tim pengusul melakukan rekrutmen peserta dari anggota aktif yang memenuhi kriteria: aktif berorganisasi, memiliki akun digital aktif, serta berkomitmen mengikuti kegiatan secara penuh. Selain itu, dilakukan pula persiapan lokasi kegiatan, perangkat pendukung, serta platform daring untuk pelaksanaan pelatihan secara hibrida (*blended learning*).

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahap ini merupakan inti dari program pengabdian yang meliputi serangkaian kegiatan pelatihan, *workshop*, dan praktik penerapan langsung (Mokodompit *et al.*, 2023). Kegiatan dilaksanakan selama satu bulan dengan fokus pada peningkatan kapasitas anggota JCI Bali dalam kepemimpinan digital dan pengelolaan personal branding. Luaran dari tahap pelaksanaan ini adalah meningkatnya pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri anggota dalam menerapkan digital leadership dan personal branding di lingkungan profesional maupun organisasi.

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap ini dilakukan untuk memastikan bahwa hasil pelatihan benar-benar diterapkan oleh peserta dalam konteks nyata, serta untuk menilai efektivitas kegiatan yang telah dilaksanakan. Monitoring dan evaluasi dilakukan secara sistematis dengan langkah-langkah sebagai berikut.

- a. Monitoring Penerapan Hasil Pelatihan: Tim pengusul melakukan pemantauan terhadap penerapan hasil pelatihan oleh peserta, baik secara individu maupun kelompok. Setiap peserta diminta untuk membuat progress report mengenai penerapan strategi kepemimpinan digital dan personal branding yang telah dipelajari.
- b. Pendampingan dan Mentoring: Tim pengusul memberikan pendampingan selama empat minggu melalui sesi daring dan tatap muka. Fokus pendampingan adalah membantu peserta mengatasi kendala dalam penerapan teknologi digital dan memperkuat praktik kepemimpinan berbasis kolaborasi (Joglekar & Tan, 2022).
- c. Evaluasi Dampak Organisasi (*Impact Evaluation*): Evaluasi ini menilai sejauh mana kegiatan pengabdian berdampak terhadap peningkatan produktivitas organisasi, kolaborasi internal, dan citra profesional JCI Bali di ranah publik digital.

4. Tahap Penyusunan Laporan Akhir

Tahap terakhir difokuskan pada penyusunan laporan kegiatan dan dokumentasi seluruh hasil capaian. Kegiatan ini mencakup langkah-langkah sebagai berikut.

- a. Pengumpulan Data dan Dokumentasi: Seluruh hasil pelatihan, proyek peserta, data evaluasi, dan dokumentasi kegiatan dikompilasi secara sistematis.
- b. Analisis dan Penyusunan Laporan Akhir: Tim pengusul menyusun laporan akhir yang mencakup latar belakang, pelaksanaan, hasil, evaluasi, dan rekomendasi keberlanjutan program. Laporan disusun sesuai dengan format resmi LPPM universitas.
- c. Publikasi dan Diseminasi Hasil Kegiatan: Hasil kegiatan akan dipublikasikan dalam bentuk artikel ilmiah di jurnal pengabdian nasional bereputasi, serta disebarluaskan kepada komunitas JCI di wilayah lain sebagai model kegiatan penguatan kepemimpinan digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Peserta Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diikuti oleh 38 anggota aktif JCI Bali yang terdiri atas 22 laki-laki (57,9%) dan 16 perempuan (42,1%). Rentang usia peserta berada pada kisaran 22–38 tahun, dengan mayoritas berusia 25–32 tahun (65,8%). Latar belakang profesional peserta beragam, meliputi wirausahawan (34,2%), karyawan swasta (28,9%), aparatur sipil negara (13,2%), profesional independen (15,8%), dan mahasiswa pascasarjana (7,9%). Sebagian besar peserta (86,8%) telah aktif menggunakan media sosial, namun hanya 18,4% yang mengaku telah memanfaatkannya secara strategis untuk kepentingan profesional sebelum mengikuti program ini. Temuan ini sejalan dengan kajian Kanasan (2024) yang menyatakan bahwa kesadaran tentang pentingnya personal branding digital di kalangan profesional muda masih perlu ditingkatkan secara sistematis melalui program pelatihan yang terstruktur (Hosain *et al.*, 2023).

2. Hasil Pre-Test dan Post-Test

Untuk mengukur efektivitas kegiatan pelatihan, dilakukan pre-test dan post-test kepada seluruh peserta pada setiap sesi pelatihan. Penilaian mencakup tiga dimensi utama, yaitu pemahaman konsep digital leadership, keterampilan personal branding, dan keterampilan teknis penggunaan platform digital. Hasil pengukuran disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Perbandingan Hasil Pre-Test dan Post-Test Peserta

Dimensi Kompetensi	Rata-rata <i>Pre-Test</i>	Rata-rata <i>Post-Test</i>	Peningkatan (%)	Kategori
Pemahaman Digital Leadership	48,6	86,9	78,3%	Tinggi
Keterampilan Personal Branding	44,2	80,1	81,2%	Sangat Tinggi
Keterampilan Teknis Digital	51,3	89,6	74,6%	Tinggi
Rata-rata Keseluruhan	48,0	85,5	78,0%	Tinggi

Data pada Tabel 1 menunjukkan peningkatan yang signifikan pada seluruh dimensi kompetensi yang diukur. Peningkatan tertinggi terjadi pada dimensi keterampilan personal branding (81,2%), diikuti oleh pemahaman digital leadership (78,3%), dan keterampilan teknis digital (74,6%). Rata-rata peningkatan keseluruhan mencapai 78,0%. Hasil ini konsisten dengan temuan Gallop *et al* (2023) bahwa program experiential learning yang dirancang secara kontekstual dan partisipatif mampu menghasilkan peningkatan kompetensi yang signifikan dalam waktu yang relatif singkat (Gallop *et al.*, 2023).

3. Hasil Workshop Strategic Personal Branding

Workshop "*Strategic Personal Branding for Young Leaders*" diselenggarakan selama satu hari penuh efektif pembelajaran. Pada akhir workshop, seluruh peserta telah berhasil menyusun personal branding canvas masing-masing yang mencakup: (a) identifikasi *unique*

value proposition, (b) penentuan target *audiens profesional*, (c) pemilihan *platform* digital yang relevan, (d) perencanaan konten digital yang konsisten, dan (e) penetapan indikator keberhasilan personal brand.

Sebanyak 91% peserta berhasil memperbarui profil *LinkedIn* mereka secara signifikan dan 84% peserta mulai memproduksi konten digital yang selaras dengan identitas profesional yang telah disusun. Temuan ini mendukung hasil penelitian Venciute *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa pelatihan terpandu tentang personal branding di *LinkedIn* secara nyata meningkatkan kualitas kehadiran digital pemimpin dan memperkuat legitimasi profesional mereka di mata public (Venciute *et al.*, 2023).

4. Hasil Pelatihan Digital Leadership

Pelatihan "*Digital Leadership in the Era of Transformation*" dilaksanakan dalam tiga sesi utama yang mencakup: (1) pemahaman konsep dan ekosistem digital leadership, (2) strategi komunikasi dan kolaborasi virtual, serta (3) simulasi pengambilan keputusan berbasis data. Setiap sesi disertai dengan studi kasus nyata dari organisasi-organisasi yang telah berhasil melakukan transformasi digital.

Hasil evaluasi sesi menunjukkan peningkatan pemahaman paling signifikan pada topik pengambilan keputusan berbasis data (peningkatan 82,4%) dan strategi komunikasi virtual (peningkatan 79,1%). Sebanyak 87% peserta menyatakan lebih percaya diri dalam memimpin tim yang memanfaatkan teknologi digital. Temuan ini sejalan dengan Philip *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa pemahaman nilai data dan pengambilan keputusan berbasis data merupakan dua kompetensi kepemimpinan digital yang paling krusial untuk dikuasai oleh pemimpin di era transformasi (Philip *et al.*, 2023).

5. Hasil Pelatihan Teknis Platform Digital

Pelatihan teknis platform digital berfokus pada penguasaan alat-alat digital yang relevan dengan kebutuhan operasional JCI Bali. Materi praktis yang diberikan mencakup pembuatan konten digital profesional menggunakan Canva dan CapCut, pengelolaan media sosial menggunakan Meta Business Suite, penggunaan *Google Workspace* untuk kolaborasi tim, serta pengenalan dasar analitik media sosial. Bachmann *et al.* (2024) menegaskan bahwa penguasaan alat-alat digital praktis merupakan bagian dari dimensi pengetahuan teknologi dalam kerangka *Digital Managerial Competencies* (DMC) yang wajib dimiliki oleh manajer dan pemimpin di era digital (Bachmann, 2024).

Pasca pelatihan, seluruh divisi di JCI Bali telah berhasil memigrasikan koordinasi internal ke *platform Google Workspace*. Tim komunikasi JCI Bali juga berhasil menyusun kalender konten digital selama tiga bulan ke depan sebagai bukti implementasi langsung dari materi yang dipelajari. Kualitas konten digital yang diproduksi oleh anggota meningkat secara visual dan konsisten secara pesan dibandingkan periode sebelum pelatihan.

6. Hasil Monitoring dan Mentoring Pascapelatihan

Program mentoring pascapelatihan dilakukan selama empat minggu dengan dua sesi tatap muka dan enam sesi daring. Selama periode ini, peserta menyusun dan mempresentasikan *progress report* yang mencakup penerapan digital leadership dalam kegiatan organisasi, perkembangan personal brand, serta tantangan implementasi. Sebanyak

82% peserta secara aktif menerapkan setidaknya satu strategi kepemimpinan digital dalam kegiatan organisasi, sementara 76% peserta secara konsisten mempublikasikan konten digital profesional minimal sekali dalam seminggu.

Komunitas praktik (*community of practice*) yang terbentuk di antara peserta berfungsi sebagai wadah saling berbagi pengalaman dan inspirasi. Hal ini konsisten dengan temuan Maulana *et al.* (2025) yang menyatakan bahwa pembentukan komunitas digital berbasis kepentingan bersama merupakan mekanisme yang efektif dalam mendorong keberlanjutan transformasi digital di tingkat komunitas dan organisasi (Maulana & Dečman, 2025).

7. Evaluasi Kepuasan Peserta

Evaluasi kepuasan peserta dilakukan melalui kuesioner terstruktur yang disebarakan pada akhir program. Hasil evaluasi disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Kepuasan Peserta

Aspek Evaluasi	Puas (%)	Cukup Puas (%)	Tidak Puas (%)
Relevansi materi dengan kebutuhan	94,7%	5,3%	0%
Kualitas narasumber dan fasilitator	92,1%	7,9%	0%
Metode pembelajaran yang digunakan	89,5%	10,5%	0%
Fasilitas dan sarana pelatihan	86,8%	13,2%	0%
Dampak terhadap kompetensi diri	92,1%	7,9%	0%
Kepuasan keseluruhan program	92,1%	7,9%	0%

Tabel 2 menunjukkan bahwa tidak ada satupun peserta yang menyatakan tidak puas terhadap seluruh aspek program. Aspek relevansi materi dengan kebutuhan peserta memperoleh skor kepuasan tertinggi (94,7%), yang mengindikasikan bahwa proses *Training Needs Assessment* pada tahap persiapan berhasil menjamin kesesuaian program dengan kebutuhan riil peserta. Secara keseluruhan, 92,1% peserta menyatakan puas dan merasa siap menerapkan kompetensi yang diperoleh.

8. Dampak terhadap Organisasi JCI Bali

Di luar peningkatan kapasitas individual, program ini juga memberikan dampak positif terukur terhadap organisasi JCI Bali. Pertama, terjadi peningkatan engagement media sosial resmi JCI Bali sebesar 43% dalam periode dua bulan pascapelatihan. Kedua, kegiatan internal organisasi menjadi lebih terstruktur dan efisien berkat adopsi platform kolaborasi digital. Ketiga, terbentuknya komunitas digital leaders di antara anggota JCI Bali yang berfungsi sebagai inkubator ide dan inovasi berbasis teknologi. Konsistensi dalam aktivitas digital dan pengelolaan identitas merek secara profesional terbukti meningkatkan visibilitas dan kredibilitas, baik bagi individu maupun organisasi yang diwakilinya.

KESIMPULAN



Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada penguatan kompetensi *digital leadership* dan *personal branding* bagi anggota JCI Bali telah berhasil dilaksanakan dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas individu maupun organisasi. Program yang dilaksanakan melalui pendekatan pelatihan, workshop, pendampingan, dan mentoring terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta dalam menghadapi tantangan era transformasi digital. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kompetensi yang signifikan pada aspek pemahaman *digital leadership* sebesar 78,3%, keterampilan *personal branding* sebesar 81,2%, dan keterampilan teknis digital sebesar 74,6%, dengan rata-rata peningkatan keseluruhan mencapai 78,0%. Selain meningkatkan kompetensi individu, program ini juga memberikan dampak nyata terhadap penguatan kapasitas organisasi JCI Bali. Implementasi platform kolaborasi digital, peningkatan keterlibatan media sosial organisasi sebesar 43%, serta terbentuknya komunitas *digital leaders* menunjukkan bahwa kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga mendukung keberlanjutan transformasi digital di lingkungan organisasi. Tingkat kepuasan peserta yang mencapai 92,1% semakin memperkuat keberhasilan program dalam menjawab kebutuhan anggota JCI Bali terhadap pengembangan kepemimpinan dan citra profesional di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Bachmann, N. (2024). What makes for future entrepreneurs? The role of digital competencies for entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 174. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114481>
- Chin, C. J., & Zadeh, A. V. (2024). A Study on the Determinants that Influence Digital Transformation Adoption among Malaysia's Manufacturing Firms. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 13(4), 910–926. <https://doi.org/10.6007/IJARPED/V13-I4/23569>
- Gallop, C. J., Guthrie, B., & Asante, N. (2023). The Impact of Experiential Learning on Professional Identity: Comparing Community Service-Learning to Traditional Practica Pedagogy. *Journal of Experiential Education*, 46(4), 474–490. <https://doi.org/10.1177/10538259231154888>
- Gede, I., Sanjaya, W., & Dharma, G. S. (2023). Bali Smart Island: Smart City Implementation in Bali Province. *Journal of Governance and Public Policy*, 10(2), 203–215. <https://doi.org/10.18196/JGPP.V10I2.17325>
- Hosain, M. S., Mohammad, A., & Mamun, A. (2023). The roles of LinkedIn-based skill endorsements and LinkedIn-based hiring recommendations on hiring preferences: evidence from Bangladeshi employers. *Management Matters*, 20(2), 169–184. <https://doi.org/10.1108/MANM-05-2023-0021>
- Joglekar, J., & Tan, C. S. L. (2022). The impact of LinkedIn posts on employer brand perception and the mediating effects of employer attractiveness and corporate

- reputation. *Journal of Advances in Management Research*, 19(4), 624–650. <https://doi.org/10.1108/JAMR-10-2021-0343>
- Kanasan, M., & Rahman, T. A. (2024). Personal Branding in the Digital Era: Social Media Strategies for Graduates. *Journal of Communication*, 5(1), 40–59. <https://doi.org/10.47941/jcomm.1828>
- Karaboğa, T., Gürol, Y., Binici, C. M., & Sarp, P. (2021). Sustainable Digital Talent Ecosystem in the New Era: Impacts on Businesses, Governments and Universities. *Istanbul Business Research*. <https://doi.org/10.26650/IBR.2020.49.0009>
- Karakose, T., Kocabas, I., Yirci, R., Papadakis, S., Ozdemir, T. Y., & Demirkol, M. (2022). The Development and Evolution of Digital Leadership: A Bibliometric Mapping Approach-Based Study. *Sustainability* 2022, Vol. 14, Page 16171, 14(23), 16171. <https://doi.org/10.3390/SU142316171>
- Mahdi, O. R., & Nassar, I. A. (2021). The Business Model of Sustainable Competitive Advantage through Strategic Leadership Capabilities and Knowledge Management Processes to Overcome COVID-19 Pandemic. *Sustainability* 2021, Vol. 13, Page 9891, 13(17), 9891. <https://doi.org/10.3390/SU13179891>
- Marion, E. C., & Augtania, A. Y. (2023). Comparison of Technology Transformation in Digital Leadership Indonesia and Malaysia in Era Society 5.0. *E3S Web of Conferences*, 426, 02077. <https://doi.org/10.1051/E3SCONF/202342602077>
- Maulana, R. Y., & Dečman, M. (2025). The Collaborative Digital Transformation Model—The Case of Indonesian Youth. *Journal of Public Affairs*, 25(4), e70077. <https://doi.org/10.1002/pa.70077>
- Mokodompit, G., Sarib, S., Mokodenseho, S., Darwis, Z., & Mokobombang, M. (2023). Ensuring the Rights of Indigenous Peoples: International Legal Standards and National Implementation. *The Easta Journal Law and Human Rights*, 1(03), 127–136. <https://doi.org/10.58812/ESLHR.V1I03.89>
- Müller, S. D., Konzag, H., Nielsen, J. A., & Sandholt, H. B. (2024). Digital transformation leadership competencies: A contingency approach. *International Journal of Information Management*, 75(6), 102734. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102734>
- Philip, J., Gilli, K., & Knappstein, M. (2023). Identifying key leadership competencies for digital transformation: evidence from a cross-sectoral Delphi study of global