

Abstrak. Adhedhasar diskusi babagan ngembangake keahlian Digital Marketing minangka upaya kanggo ngetrapake Personal Branding ing Jaman Digital, saben wong kudu "pasarake awake dhewe" kanggo entuk posisi sing positif lan ing wektu sing padha dadi top of mind ing pikirane wong liya. Proses marketing dhewe diwiwiti kanthi mbangun lan mromosikake dhewe minangka bagean utama saka alat komunikasi lan proses karo target pasar lan masyarakat umume lan perlu kanggo deepen materi babagan marketing digital supaya bisa ngerti lan ngerti strategi ing pemasaran digital. Pangembangan keahlian digital marketing minangka upaya kanggo ngadhepi era digitalisasi ing mangsa ngarep perlu banget supaya bisa terus adaptasi karo perkembangan teknologi lan digitalisasi sing wis ana.
Kata Kunci: Memasarkan, Digital, Media Posisi bisnis

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja Di Era Digital. Magelang: Universitas Tidar.
- Chakti, A. G. (2019). The Book of Digital Marketing (Sobirin (ed.); Cetakan . Celebes Media Perkasa.
- Fawaid, A. (2017). Pengaruh Digital Marketing System, Terhadap Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa. *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 4(, 104–119.
- Haroen, Dewi. 2014. Personal Branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Husserl, E. (2014). Ideas: General introduction to pure phenomenology. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315823577>.
- Miles, M., & Huberman, A. (1994). An expanded sourcebook: Qualitative data analysis (2nd Edition). In Sage Publications. [https://doi.org/10.1016/0149-7189\(96\)88232-2](https://doi.org/10.1016/0149-7189(96)88232-2)
- Muhadjir, N. (1996). Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Sánchez-Franco, M. J., Peral-Peral, B., & Villarejo-Ramos, Á. F. (2014). Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment. *Computers & Education*, 74, 81–97.
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan, Joshua (2009). Creative Digital Marketing. Elex Media Komputindo.