

RESEARCH ARTICLE

Pelatihan Penulisan Kreatif Untuk Konten Bisnis Digital Bagi Pelajar Di SMA Al Ma'soem

**Rizca Haquq¹, Yogie Alwaton², Pradipta Dirgantara³, Kevin Athalla Cleosa⁴,
Josefine Arela Malika Kirana⁵, Virza Azzahra Rimbarayani⁶**

^{1,2,3,4,5,6}Faculty of Communication and Social Science, Telkom University, Telekomunikasi Street, 40257, West Java, Indonesia

*Corresponding author: rizcahaquq@gmail.com / Telkom University

Received on (21/Februari/2025); accepted on (01/April/2025)

Abstrak

Efektivitas Penulisan edukasi Bisnis dalam menyampaikan informasi telah terbukti mampu meningkatkan pemahaman terutama di kalangan generasi muda. Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul "Pelatihan Penulisan Kreatif Untuk Konten Bisnis Digital Bagi Pelajar" Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan menulis kreatif para pelajar SMA Al Ma'soem dalam konteks konten bisnis digital. Dalam era digital yang terus berkembang, kemampuan menghasilkan konten yang menarik dan relevan menjadi salah satu keterampilan yang sangat dibutuhkan, terutama dalam bidang bisnis. Oleh karena itu, pelatihan ini dirancang khusus untuk membekali siswa dengan teknik dan strategi menulis yang dapat mendukung pengembangan usaha atau bisnis digital mereka di masa depan. Melalui pendekatan praktis dan interaktif, para peserta akan mempelajari berbagai aspek penulisan kreatif, seperti pembuatan narasi yang engaging, penulisan konten yang persuasif, serta pemanfaatan platform digital untuk publikasi. Diharapkan, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan menulis siswa, tetapi juga memperluas wawasan mereka tentang peluang karir di industri kreatif dan digital.

Kata kunci: Bisnis, Digital, Edukasi, Konten, Kreatif.

Pendahuluan

SMA Al Ma'soem adalah salah satu sekolah menengah atas swasta yang berlokasi di Bandung, Jawa Barat. Sekolah ini berada di bawah naungan Yayasan Al Ma'soem, yang memiliki komitmen kuat dalam menyediakan pendidikan berkualitas dengan landasan nilai-nilai Islami. SMA Al Ma'soem merupakan sekolah unggulan di daerah tersebut yang dikenal dengan pendekatan pendidikan yang menggabungkan ilmu pengetahuan umum dengan pendidikan agama, serta menekankan pada pembentukan karakter siswa. SMA Al Masoem mempunyai 4 program keahlian ini diharapkan menghasilkan lulusan yang siap bekerja.

Di era digital saat ini, kemampuan untuk membuat konten yang menarik dan relevan telah menjadi kebutuhan penting dalam dunia bisnis. Bisnis tidak lagi hanya mengandalkan strategi pemasaran konvensional, melainkan juga membutuhkan kehadiran digital yang kuat untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Salah satu cara efektif untuk mencapai hal ini adalah melalui penulisan konten kreatif yang mampu menarik perhatian, membangun brand, dan mempengaruhi keputusan konsumen.

Namun, penulisan konten bisnis digital memerlukan keterampilan khusus yang tidak hanya sekadar menulis, tetapi juga memahami audiens, strategi pemasaran, serta penggunaan berbagai platform digital. Sayangnya, keterampilan ini masih jarang diajarkan secara formal di sekolah-sekolah, termasuk di SMA. Di sisi lain, generasi muda saat ini, khususnya pelajar SMA, memiliki potensi besar dalam bidang ini karena mereka tumbuh di tengah perkembangan teknologi dan media sosial.

Program pengabdian Masyarakat (Abdimas) merupakan salah satu pilar penting dalam tri dharma perguruan tinggi, di mana ilmu pengetahuan yang dihasilkan di lingkungan akademik harus dapat

memberikan manfaat langsung kepada masyarakat. Di era digital seperti sekarang, kemampuan menulis kreatif menjadi aset berharga. Melihat potensi besar siswa SMA Al Masoem dan kebutuhan pasar yang semakin tinggi akan konten kreatif, pelatihan penulisan konten digital ini hadir untuk membekali siswa dengan keterampilan yang relevan. Melalui pelatihan ini, diharapkan siswa tidak hanya meningkatkan kemampuan menulisnya, tetapi juga mengembangkan karakter entrepreneur yang siap menghadapi tantangan dunia kerja yang dinamis.

Tinjauan Pustaka

Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan menghasilkan ide, solusi, atau karya yang baru dan orisinal. Dalam konteks penulisan konten, kreativitas mencakup keaslian, relevansi, dan komunikasi efektif. Guilford (1950) menyatakan bahwa kreativitas melibatkan kelancaran, fleksibilitas, dan keaslian berpikir, sementara Amabile (1996) menekankan interaksi antara keahlian, proses berpikir kreatif, dan motivasi sebagai elemen penting dalam pekerjaan kreatif. Dalam penulisan konten, elemen-elemen ini penting untuk menciptakan materi yang menarik dan relevan dengan audiens [1-5].

Penulisan konten sebagai proses kreatif tidak hanya menuntut kemampuan menulis, tetapi juga pemahaman mendalam tentang audiens serta kemampuan untuk menciptakan koneksi emosional melalui tulisan. Runco & Jaeger (2012) menyebutkan bahwa keaslian adalah salah satu indikator utama kreativitas, yang sangat penting untuk menarik perhatian audiens di era informasi yang kompetitif. Selain itu, Schramm (1954) menegaskan bahwa komunikasi yang efektif melibatkan pemahaman antara pengirim dan penerima pesan, sehingga konten harus mampu

menyampaikan ide dengan jelas dan menarik.

Studi empiris menunjukkan bahwa kreativitas memiliki dampak yang signifikan terhadap keberhasilan konten. Smith & Yang (2004) menemukan bahwa konten kreatif lebih efektif dalam menarik perhatian, meningkatkan konversi, dan membangun loyalitas audiens. Penelitian oleh Lee & Hong (2016) juga menunjukkan bahwa penggunaan narasi kreatif mampu meningkatkan keterlibatan audiens secara signifikan, karena narasi memberikan pengalaman yang lebih personal dan emosional [6-10].

Beberapa strategi telah dikembangkan untuk meningkatkan kreativitas dalam penulisan konten. *Brainstorming*, seperti yang dijelaskan oleh Osborn (1953), membantu menghasilkan ide-ide baru melalui kolaborasi dan eksplorasi bebas kritik. Teknik *mind mapping* yang diperkenalkan oleh Buzan (2006) juga terbukti efektif dalam mengorganisasi dan merangsang ide-ide kreatif. Selain itu, mengikuti tren terkini dan mempelajari konten-konten sukses dapat memberikan inspirasi yang relevan untuk menciptakan materi yang segar dan menarik [11-15].

Bisnis Digital

Bisnis digital adalah bentuk usaha yang mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional, pemasaran, dan penyampaian produk atau layanan kepada pelanggan. Menurut Chaffey (2015), bisnis digital mencakup penggunaan platform online untuk meningkatkan efisiensi, menjangkau pasar yang lebih luas, dan memberikan nilai tambah kepada konsumen. Teknologi digital memungkinkan otomatisasi proses bisnis dan menciptakan peluang baru dalam berbagai industri.

Transformasi digital telah menjadi pendorong utama perubahan dalam model bisnis tradisional. Menurut Laudon & Traver (2020), bisnis digital menciptakan ekosistem yang terhubung melalui internet, sehingga memungkinkan interaksi yang lebih cepat dan efisien antara pelaku usaha dan pelanggan. Dalam ekosistem ini, inovasi dan adaptasi menjadi elemen penting untuk mempertahankan daya saing.

Studi empiris menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan bisnis. Penelitian oleh Bharadwaj et al. (2013) menunjukkan bahwa perusahaan yang memanfaatkan teknologi digital secara strategis dapat meningkatkan produktivitas dan menciptakan keunggulan kompetitif. Selain itu, studi oleh Bughin et al. (2018) menemukan bahwa bisnis yang berfokus pada pengalaman pelanggan berbasis digital lebih mungkin mencapai loyalitas pelanggan yang tinggi.

Strategi untuk sukses dalam bisnis digital melibatkan beberapa aspek, seperti pengembangan platform e-commerce, optimalisasi media sosial, dan analitik data. Menurut Kotler et al. (2021), media sosial memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan merek dan membangun hubungan dengan pelanggan. Di sisi lain, analitik data memungkinkan pengambilan keputusan berbasis informasi yang lebih akurat dan relevan.

Dengan memahami teori dan bukti empiris ini, pelaku bisnis dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Bisnis digital tidak hanya tentang teknologi, tetapi juga bagaimana teknologi tersebut digunakan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan mempertahankan daya saing di pasar yang terus berubah.

Metodologi Penelitian

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilakukan secara berkala melalui Pra-Kegiatan (persiapan), Pelaksanaan Kegiatan dan Pasca-Produksi (Evaluasi) (Aryani et al., 2024). Berikut adalah alur dan gambaran kegiatan yang dilakukan.



Gambar 1. Alur Kegiatan (roadmap)

Gambar 1. menjelaskan bahwa Tahapan Pra-Kegiatan (Persiapan) dilaksanakan selama satu bulan sebelum kegiatan utama berlangsung. Pada tahap ini, dilakukan observasi dan identifikasi kebutuhan secara daring melalui survei dan wawancara dengan pihak mitra, yang melibatkan perwakilan sekolah, guru, serta siswa. Tujuannya adalah untuk memahami potensi dan permasalahan yang dihadapi, sehingga materi dan bentuk kegiatan yang disusun dapat tepat sasaran. Selain itu, dalam tahap ini juga dilakukan penyusunan kesepakatan dengan mitra terkait tujuan program dan bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan. Selanjutnya, dilakukan perencanaan program yang mencakup penyusunan proposal kegiatan, konsultasi dengan tim akademik, serta perancangan materi yang akan disampaikan kepada peserta. Materi dikembangkan berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan yang telah dilakukan. Koordinasi dengan mitra dilakukan baik secara daring maupun luring untuk memastikan kesiapan tempat, jadwal, serta teknis pelaksanaan, termasuk pembagian peran antara tim pengabdian dan pihak mitra.

Pada tahap Pelaksanaan Kegiatan, kegiatan utama dilakukan dalam satu hari di SMA AL-MA'SOEM. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi oleh tim pengabdian yang telah disusun berdasarkan kebutuhan mitra. Penyampaian materi ini mencakup aspek keterampilan dan pengetahuan yang sesuai dengan permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya. Sesi interaksi dan diskusi menjadi bagian penting dalam kegiatan ini, di mana peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan dan berdiskusi mengenai materi yang telah disampaikan. Hal ini bertujuan untuk memastikan pemahaman peserta serta mendukung keterlibatan aktif mereka dalam diskusi. Dokumentasi kegiatan juga dilakukan dengan mengambil foto dan video sebagai bahan publikasi serta laporan akhir. Sebagai bentuk pengembangan lebih lanjut, kegiatan ini juga mendorong siswa untuk mengikutsertakan karya mereka dalam event lomba guna memperluas jangkauan dan dampak program.

Tahap Pasca-Kegiatan (Evaluasi dan Publikasi) dilakukan setelah kegiatan utama selesai untuk mengukur efektivitas program. Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan kuesioner dan wawancara kepada peserta dan mitra guna mengukur tingkat kepuasan serta dampak kegiatan yang telah dilaksanakan. Hasil evaluasi ini kemudian digunakan untuk menyusun laporan evaluasi yang akan menjadi dasar perbaikan untuk kegiatan berikutnya. Selain itu, hasil kegiatan ini juga didokumentasikan dan dipublikasikan melalui media massa, blog Fakultas, serta melalui pembuatan Aftermovie yang menampilkan rangkuman proses dan dampaknya. Terakhir, seluruh data dan temuan yang diperoleh dalam kegiatan ini disusun dalam laporan akhir sebagai dokumentasi resmi dari pelaksanaan PKM ini.

Keterlibatan mitra dalam kegiatan ini sangat penting dan telah dirancang secara rinci agar memberikan kontribusi yang maksimal. Mitra yang terlibat, yaitu SMA AL-MA'SOEM, memiliki peran aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pada tahap persiapan, pihak sekolah membantu dalam pengumpulan data kebutuhan, memberikan masukan terhadap rancangan program, serta menyetujui bentuk kolaborasi yang akan dilakukan. Pada tahap pelaksanaan, guru-guru berperan sebagai fasilitator yang mendampingi siswa dalam sesi materi dan diskusi, memastikan kelancaran acara, serta membantu dalam dokumentasi kegiatan. Siswa yang menjadi peserta aktif tidak hanya mengikuti sesi materi,

tetapi juga didorong untuk mengembangkan keterampilan mereka melalui keterlibatan dalam event IPSMF 2024. Setelah kegiatan selesai, pihak sekolah juga turut serta dalam proses evaluasi dengan memberikan umpan balik mengenai manfaat program, serta membantu dalam publikasi kegiatan melalui kanal komunikasi mereka. Dengan keterlibatan mitra yang intensif di setiap tahap, kegiatan PKM ini diharapkan dapat berjalan secara optimal dan memberikan dampak yang berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema “Pelatihan Penulisan Kreatif untuk Konten Bisnis Digital bagi Pelajar” berfokus pada pemberian wawasan dasar mengenai penulisan kreatif sebagai bagian dari keterampilan penting di era digital. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa tentang konsep dan teknik dasar penulisan kreatif yang relevan dengan kebutuhan komunikasi dalam bisnis digital. Melalui sesi pematerian yang interaktif, peserta diperkenalkan pada berbagai konsep penting, termasuk tujuan penulisan kreatif, yaitu menyampaikan pesan secara kreatif dan menarik agar lebih mudah dipahami oleh audiens.



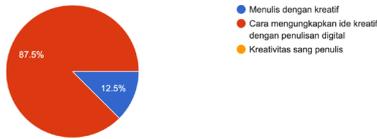
Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

Sebagai tolak ukur hasil akhir pemahaman mitra setelah dilakukan pelatihan, tim pengabdian masyarakat membuat kuesioner yang harus diisi oleh semua peserta pelatihan. Kuesioner tersebut diberikan sebelum dan sesudah dilakukannya pelatihan. Daftar pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner dapat dilihat pada Digram berikut:

A. Hasil dan Pembahasan pre-test SMA AL MASOEM Bandung

dekat dengan audiens

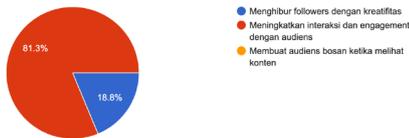
1. Apa sih yang dimaksud dengan penulisan kreatif digital?
16 responses



Gambar 3. Diagram *Pretest* Pemahaman Dasar tentang penulisan kreatif digital

- 87.5% menjawab benar dengan jawaban yaitu cara mengungkapkan ide kreatif dengan penulisan digital
- 12.5% salah menjawab dengan jawaban yaitu menulis dengan kreatif

2. Tujuan utama kita merancang penulisan kreatif dalam konten bisnis digital untuk apa?
16 responses



Gambar 4. Diagram *Pretest* Pemahaman tentang tujuan penulisan kreatif digital dalam konten bisnis digital

- 81.3% menjawab benar dengan jawaban yaitu meningkatkan interaksi dan *engagement* dengan *audiens*
- 18.8% salah menjawab dengan jawaban yaitu menghibur followers dengan kreatifitas

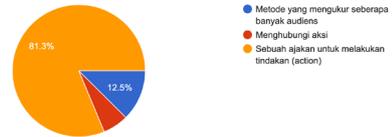
3. Mengapa penyesuaian gaya bahasa dengan target audiens dalam konten bisnis digital itu disebut penting?
16 responses



Gambar 5. Diagram *Pretest* Pemahaman tentang penyesuaian gaya bahasa dengan target audiens dalam konten bisnis digital itu disebut penting

- 87.5% menjawab benar dengan jawaban yaitu Untuk memastikan pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan efektif di terima oleh audiens
- 12.5% salah menjawab dengan jawaban yaitu Supaya lebih

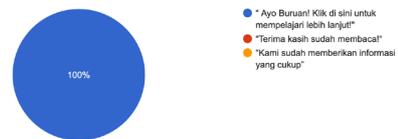
4. CTA (Call to Action) dalam penulisan kreatif adalah...
16 responses



Gambar 6. Diagram *Pretest* Pemahaman tentang Call to Action dalam penulisan kreatif untuk konten digital

- 81,3% menjawab benar dengan jawaban yaitu Sebuah ajakan untuk melakukan tindakan
- 12.5% salah menjawab dengan jawaban yaitu mengukur seberapa banyak audiens

5. Manakah dari kalimat ini yang termasuk mengajak interkasi langsung pada audiens?
16 responses

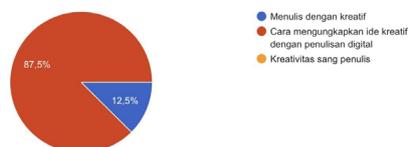


Gambar 7. Diagram *Pretest* Pemahaman tentang kalimat yang benar dalam penulisan kreatif digital

- 100% menjawab benar, dengan jawaban yaitu "Ayo Buruan! Klik di sini untuk mempelajari lebih lanjut!"

B. Hasil dan Pembahasan Post-test SMA AL MASOEM

1. Apa sih yang dimaksud dengan penulisan kreatif digital?
16 jawaban



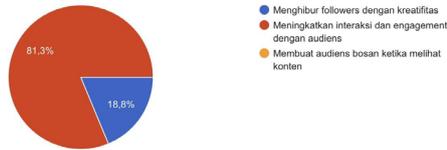
Gambar 8. Diagram *Post Test* Pemahaman Dasar tentang penulisan kreatif digital

- 87.5% menjawab benar dengan jawaban yaitu cara

- mengungkapkan ide kreatif dengan penulisan digital
- 12.5% salah menjawab dengan jawaban yaitu menulis dengan kreatif

2. Tujuan utama kita merancang penulisan kreatif dalam konten bisnis digital untuk apa?
16 jawaban

Salin diagram

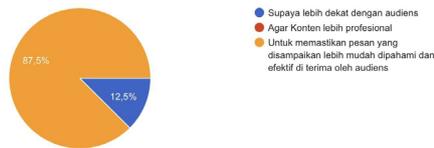


Gambar 9. Diagram *Post Test* Pemahaman Dasar tentang penulisan kreatif digital.

- 81.3% menjawab benar dengan jawaban yaitu meningkatkan interaksi dan *engagement* dengan *audiens*
- 18.8% salah menjawab dengan jawaban yaitu menghibur followers dengan kreatifitas

3. Mengapa penyesuaian gaya bahasa dengan target audiens dalam konten bisnis digital itu disebut penting?
16 jawaban

Salin diagram

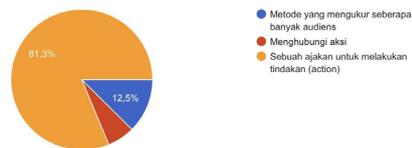


Gambar 10. Diagram *Post Test* Pemahaman Dasar tentang penulisan kreatif digital

- 87.5% menjawab benar dengan jawaban yaitu Untuk memastikan pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan efektif diterima oleh audiens
- 12.5% salah menjawab dengan jawaban yaitu Supaya lebih dekat dengan audiens

4. CTA (Call to Action) dalam penulisan kreatif adalah...
16 jawaban

Salin diagram

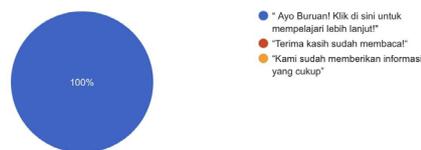


Gambar 11. Diagram *Post Test* Pemahaman Dasar tentang penulisan kreatif digital

- 81,3% menjawab benar dengan jawaban yaitu Sebuah ajakan untuk melakukan tindakan
- 12.5% salah menjawab dengan jawaban yaitu mengukur seberapa banyak audiens

5. Manakah dari kalimat ini yang termasuk mengajak interaksi langsung pada audiens?
16 jawaban

Salin diagram



Gambar 12. Diagram *Post Test* Pemahaman Dasar tentang penulisan kreatif digital

- 100% menjawab benar, dengan jawaban yaitu "Ayo Buruan! Klik di sini untuk mempelajari lebih lanjut!"

Kesimpulan

Pelatihan Penulisan Konten Kreatif Untuk Bisnis Digital di SMA AL MASOEM menunjukkan bahwa penulisan kreatif memiliki peran signifikan dalam dunia bisnis digital. Program pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan keterampilan teknis siswa dalam penulisan konten kreatif untuk bisnis digital yang berkualitas.

Berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test* yang telah dilakukan, terlihat adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep dan teknik dasar penulisan kreatif dalam konteks bisnis digital. Sebelum pelatihan, sebagian peserta masih kurang memahami pentingnya penggunaan bahasa yang sesuai dengan target audiens, tujuan dari penulisan kreatif dalam bisnis digital, serta peran *Call to Action* dalam menarik interaksi audiens. Namun, setelah pelatihan dilakukan, hasil *post-test* menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan, dengan sebagian besar peserta berhasil menjawab pertanyaan dengan benar.

Pelatihan ini juga memberikan wawasan baru bagi peserta mengenai pentingnya menyampaikan pesan secara kreatif agar lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Dengan metode interaktif dan studi kasus yang digunakan dalam sesi pematieran, peserta lebih mudah memahami konsep yang diajarkan dan mampu mengaplikasikannya dalam latihan yang diberikan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan pemahaman siswa terkait penulisan kreatif untuk konten bisnis digital. Keberhasilan ini didukung oleh pendekatan yang terstruktur, keterlibatan aktif mitra, serta metode evaluasi yang digunakan untuk mengukur perkembangan peserta. Oleh karena itu, pelatihan serupa di masa depan dapat terus dikembangkan dengan materi yang lebih mendalam dan cakupan peserta yang lebih luas agar dampaknya semakin besar.

Daftar Pustaka

- [1] A. Darmawan, "Pelatihan Content Creator Dengan Tema Prospek Bisnis Yang Menjanjikan Pada Masyarakat Desa Panjunan," Sidoarjo: Universitas Sunan Giri Surabaya, 2023.
- [2] M. Fadhli, "Strategi Penulisan Konten Digital untuk Generasi Z," Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, Vol. 2 No. 3, pp. 45-58, 2020.
- [3] N. Hidayati, "Teknik Menulis Kreatif untuk Media Sosial dan Blog Bisnis," Bandung: Alfabeta, Vol. 3 No. 2, pp. 30-40, 2021.
- [4] D. Kurniawan and R. Setiawan, "Peningkatan Keterampilan Menulis Konten Digital Melalui Pelatihan Kreatif," Yogyakarta: Penerbit Andi, Vol. 4 No. 1, pp. 15-25, 2019.
- [5] S. Lestari and H. Prabowo, "Pengembangan Kurikulum Pelatihan Penulisan Kreatif untuk Konten Digital di Sekolah Menengah Atas," Jakarta: Penerbit Erlangga, Vol. 5 No. 4, pp. 100-110, 2022.
- [6] I. Mahendra and R. A. Sari, "Pelatihan Penulisan Artikel dan Konten untuk Media Sosial bagi Pelajar di Era Digital," Semarang: Unnes Press, 2020.
- [7] A. Nugroho and T. A. Wulandari, "Kreativitas dalam Penulisan Konten Digital untuk Pemasaran Produk UMKM di Indonesia," Malang: UMM Press, 2021.
- [8] B. Putra et.al., "Pelatihan Literasi Pemasaran Digital: Pembuatan Konten Visual dan Penyusunan Copywriting untuk UMKM di Era Digitalisasi," Journal of Applied Marketing Research, 2023.
- [9] D. E. Rahayu, and H. B.Santoso, "Pelatihan Penulisan Kreatif untuk Meningkatkan Keterampilan Komunikasi dalam Bisnis Digital," Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran, 2019.
- [10] F. A. Rahman and I. P Sari, "Membangun Kreativitas Melalui Pelatihan Menulis Konten Digital," Jurnal Komunikasi dan Media, 2021.
- [11] E. A. Ratnasari, "Pelatihan Penulisan Kreatif bagi Pelajar di Era Digital," Jurnal Pendidikan dan Teknologi, 2018.
- [12] R. H. Setiawan, "Kreativitas dalam Penulisan Konten Bisnis

- Digital," Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2020.
- [13] R. E. Susanti, "Meningkatkan Keterampilan Menulis Melalui Pelatihan Konten Digital," Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra, 2022.
- [14] N. S. Utami, "Pelatihan Menulis Kreatif untuk Konten Bisnis Online bagi Pelajar," Jurnal Ilmu Komunikasi, 2019.
- [15] T. A. Wibowo, "Strategi Penulisan Konten Kreatif untuk Media Sosial," Jakarta: Penerbit Salemba, 2021.