



PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS KREATIVITAS BAHASA PADA KARANG TARUNA DESA PARANGARGO KABUPATEN MALANG

Kingkin Puput Kinanti¹, Endang Setiyo Astuti², Endang Sumarti³, Sri
Fatmaning Hartatik⁴

¹⁻⁴IKIP Budi Utomo
Email: kinantipuput8@gmail.com

ABSTRAKSI

Pelatihan kewirausahaan ini bertujuan untuk memberdayakan pemuda yang tergabung dalam Karang Taruna bernama Maatoon di Desa Paragargo Kabupaten Malang. Karang Taruna Maatoon merupakan salah satu Karang Taruna yang sangat aktif di Desa Parangargo. Karang Taruna Maatoon sebenarnya memiliki gairah dan semangat yang tinggi dalam berwirausaha, terutama dalam usaha kaos sablon namun banyak terkendala karena rendahnya keterampilan produksi maupun keterampilan pemasaran digital. Untuk itu Tim Pengabdian berupaya untuk membantu mitra melalui pelatihan kewirausahaan. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah diskusi interaktif untuk mengatasi permasalahan mitra di bidang kewirausahaan. Pelatihan dilaksanakan secara bertahap, mulai dari pelatihan motivasi usaha, pelatihan produksi kaos sablon, pelatihan manajemen keuangan dan pelatihan pemasaran digital atau digital marketing. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa kelompok pemuda Karang Taruna Maatoon mengalami peningkatan dalam motivasi usaha, peningkatan keterampilan produksi kaos sablon, peningkatan keterampilan manajemen keuangan, dan peningkatan keterampilan dan pengetahuan dalam pemasaran digital. Peserta terlibat aktif dalam kegiatan terlihat pada saat peserta berlatih menciptakan permainan bahasa.

Kata kunci: pelatihan, kewirausahaan, karang taruna, industri kreatif.

ABSTRACT

This entrepreneurship training aimed at empowering youngsters in Karang Taruna so called Maatoon in Paragargo village Malang Regency. Karang Taruna Maatoon is one of active organization in Paranggoro village. Based on the writers' observation, Karang Taruna Maatoon has excellent creativity and entrepreneur potency, mainly at producing local T-shirt. They, however, did not have sufficient knowledge at how to produce massive product and how to promote their product. Therefore, this community service team intended to empower the members of this Karang Taruna through entrepreneurship training. The training was conducted by delivering some steps. The very first step was motivating the subjects by providing insights on entrepreneurship delivered by an expert on silk screening. The next step was training the subjects how to produce silk screening T-shirts. The third



activity was training the subjects about financial management followed by digital marketing training. The results of this community service activities showed that Karang Taruna Maatoon members got better motivation on entrepreneur. Besides, the also admitted that they have improved their production skills on producing the silk screen T-shirts. Last but not least, the subjects of this community service have got better understanding on financial management.

Keywords : *marketing training, karang taruna, comunity.*

PENDAHULUAN

Pada era ini, kita dituntut untuk dapat berpikir kreatif dengan memanfaatkan teknologi yang ada untuk menumbuhkan ekonomi di Indonesia. Salah satu ekonomi yang berkembang saat ini bernama ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif berfokus pada sumber daya manusia sebagai penggerak utama sebuah produk. Hal ini menuntut sumber daya manusia untuk selalu berpikir kreatif dan inovatif.

Salah satu kreativitas yang dapat dikembangkan dalam ekonomi kreatif adalah penggunaan bahasa. Bahasa merupakan produk manusia yang dapat diaplikasikan dalam konsep ekonomi kreatif (Kinanti, Contoh pengaplikasian bahasa dalam ekonomi kreatif adalah dalam bentuk pemanfaatan bahasa sebagai sumber kreativitas. Bentuk kreativitas tersebut salah satunya adalah permainan bahasa atau biasa disebut dengan permainan kata-kata. Banyak produk yang dinilai telah sukses memanfaatkan kata-kata sebagai sumber ekonomi kreatif. Kita mengenal brand Dagadu Jogja yang sangat khas menampilkan kata-kata yang unik, menarik, dan bernilai jual. Bahkan, Dagadu Jogja bisa bertahan lama sebagai industri kaos karena kekuatan dari penciptaan kata-kata.

Kreativitas merangkai kata menjadi sesuatu yang bernilai jual akan semakin bernilai jual jika didukung oleh kemampuan pemasaran yang baik. Dewasa ini, pemasaran berbasis digital menjadi trend sekaligus menjadi sebuah keharusan bagi pengusaha agar bisa bersaing di industri saat ini. Pemuda atau generasi muda merupakan pelaku yang dekat dengan industri kreatif (El Hasanah, 2015). Pemuda dianggap memiliki kreativitas yang tinggi untuk dapat menciptakan sesuatu, khususnya dalam merangkai kata-kata berbentuk permainan bahasa. Bahasa plesetan, bahasa gaul, bahkan bahasa yang dianggap satire menjadi magnet yang baik untuk menciptakan sebuah produk. Pemuda juga dianggap memiliki minat yang besar dalam berwirausaha dan sikap kewirausahaan dapat dibentuk melalui pendidikan dan pelatihan (Asfiatul, 2013).

Tim pengabdian dari IKIP Budi Utomo Malang menangkap potensi dari pemuda untuk mengembangkan ekonomi kreatif dengan memanfaatkan kreativitas menciptakan kata-kata. Berdasarkan hasil observasi dan survey lapangan yang telah dilakukan, Tim Pengabdian menemukan ada potensi dari Karang Taruna Desa Parangargo Kabupaten Malang bernama Karang Taruna Maatoon. Karang Taruna yang diketuai oleh Veldy Sabili ini sangat aktif dalam berbagai kegiatan sosial maupun kegiatan kewirausahaan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah

dilakukan. Karang Taruna Maatoon memiliki gairah untuk berwirausaha. Atas dasar tersebut, maka tim pengabdian IKIP Budi Utomo Malang melaksanakan pelatihan untuk memberdayakan pemuda yang tergabung dalam Karang Taruna Maatoon dengan pelatihan kewirausahaan berbasis pemasaran digital pada usaha kaos kaos sablon bertema permainan bahasa.

TINJAUAN PUSTAKA

Karang Taruna

Karang taruna adalah wadah bagi pembinaan generasi muda demi terwujudnya kesejahteraan generasi muda. Misi Karang Taruna adalah mengatasi permasalahan generasi muda di lingkungan desa dengan usia anggota 17-40 tahun. Sistem keanggotaan menganut stelsel pasif, dalam arti seluruh generasi muda dalam lingkungan desa/kelurahan adalah anggota karang taruna yang selanjutnya disebut warga Karang Taruna, namun ada yang aktif dan ada yang pasif. Semua anggota karang taruna memiliki hak dan kewajiban yang sama tanpa membedakan asal keturunan, suku, jenis kelamin, kedudukan sosial dan agama (Arif, 2014). Sebagai wadah pembinaan generasi muda, Karang Taruna perlu didukung oleh masyarakat lain khususnya dosen sebagai pengabdian untuk dapat mengembangkan diri dengan cara berwirausaha. Kegiatan kewirausahaan akan dilakukan dengan menitikberatkan pada pengembangan kreativitas bahasa yang dipadukan dengan pengembangan kemampuan dalam digital marketing.

Kreativitas Bahasa

Salah satu potensi yang dapat dikembangkan dalam berwirausaha adalah kreativitas bahasa. Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan hal atau sesuatu yang baru. Kreativitas bahasa artinya menghasilkan sesuatu yang baru dari bahasa. Salah satu bentuk kreativitas bahasa adalah permainan bahasa. Permainan bahasa merupakan bentuk penggunaan bahasa berupa tuturan yang mengandung berbagai penyimpangan fonologi, gramatikal, kecacauan hubungan bentuk dan makna serta bermacam-macam bentuk pelanggaran yang bersifat pragmatis yang dimaksudkan untuk mencapai bermacam-macam tujuan seperti melucu, mengkritik, melarang, menasehati dan berbagai tujuan lain yang sering tidak mudah diidentifikasi (Wijana, 2004:3).

Menurut Rahardi (2006:40) “di berbagai tempat, di banyak sudut jalan protokol kota banyak sekali ditemukan tulisan yang tidak selalu memiliki makna penuh dan kadang kala justru hanya merupakan permainan bahasa belaka.” Salah satu bentuk permainan bahasa yang banyak digunakan oleh anak muda adalah bahasa plesetan. Bahasa plesetan pada umumnya sangat kontekstual sehingga berfungsi untuk mengungkapkan pola pikir dan perasaan penutur bahasa yang bersangkutan (Kridalaksana, 2008:15). Hal ini merupakan potensi bagi pemuda untuk mengembangkan usaha dengan memanfaatkan permainan bahasa karena permainan bahasa adalah sesuatu yang unik dan banyak diminati oleh masyarakat khususnya generasi muda. Banyak brand yang dapat menghasilkan produk yang

dikenal luas oleh masyarakat dengan memanfaatkan permainan bahasa, seperti Dagadu dan Yajugaya. Dengan demikian, kreativitas bahasa menjadi hal yang bisa diaplikasikan dalam usaha para pemuda di Karang Taruna.

Digital Marketing

Digital marketing atau Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan. Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet (Pranoto, 2019). Pemasaran berbasis digital digunakan untuk memperoleh konsumen, membangun preferensi mereka, promosi merek, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan profit (Hadi, 2020). Menurut Joseph (2011:32) *Digital Marketing* merupakan suatu keadaan dimana pemasar harus menguasai tiga hal dari konsumen yaitu hati, pikiran dan semangat mengacu pada pemasaran yang bersifat elektronik berbasis internet. Digital marketing adalah hal yang menjadi kewajiban dan sangat penting pada era ini. Kebutuhan pemasaran digital pada era ini menjadi kebutuhan utaa agar produk dapat dipasarkan dengan cepat dan efisien. Salah satu yang dapat dimanfaatkan adalah media sosial. Karang Taruna yang beranggotakan anak muda memiliki potensi yang kuat untuk melaksanakan pemasaran dengan menggunakan media sosial. Media sosial dengan segala kelebihanannya dapat membantu dalam proses komunikasi pemasaran (Kusuma, 2018. Optimasi media sosial dapat dilakukan dengan mudah oleh pemuda Karang Taruna karena pemuda atau generasi muda sangat dekat/familiar dengan media sosial.

METODOLOGI

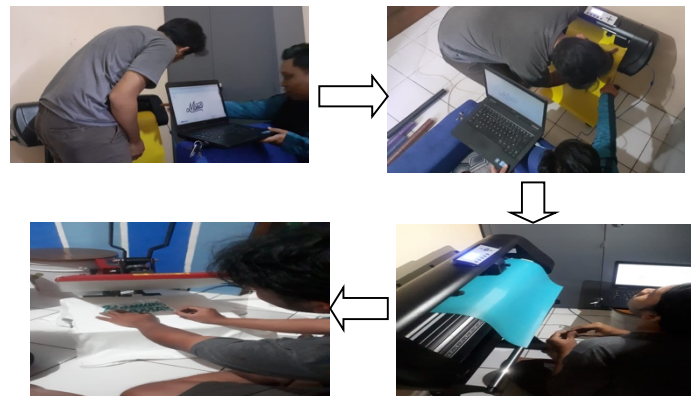
Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pelatihan dengan diskusi interaktif. Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan motivasi kewirausahaan, pelatihan produksi, dan pelatihan pemasaran digital. Pelatihan kewirausahaan dilaksanakan untuk memberikan motivasi dan semangat baru kepada peserta Karang Taruna dengan mendatangkan wirausaha muda di bidang usaha kaos sablon. Selanjutnya dilaksanakan pelatihan produksi, yaitu dengan memberikan pelatihan menciptakan permainan bahasa dan produksi dengan menggunakan mesin cutting digital. Pelatihan dilanjutkan dengan melaksanakan pelatihan pemasaran digital dan manajemen keuangan.

Metode pelaksanaan produksi yang merupakan solusi dari permasalahan yang dihadapi kelompok mitra karang taruna MATOON melalui tahapan sebagai berikut;

1. Pengadaan alat berupa 1 (satu) set mesin *cutting* yang merupakan mesin untuk memotong sticker atau bahan-bahan sejenis vinyl. Mesin ini digunakan untuk memotong bahan polyflex untuk disablon pada kaos.



2. Pengadaan alat berupa 1 (satu) set mesin *press* yang berfungsi sebagai alat pengepresan kaos dalam melakukan proses sablon kaos dengan teknik *cutting*.
3. Melakukan pelatihan menggunakan alat-alat tersebut dengan langkah-langkah di antaranya sebagai berikut :
 - a. Menyalakan mesin *cutting*
 - b. Menghubungkan file desain *corel draw* melalui computer
 - c. Memasang bahan *polyflex* yang akan diproses *cutting*
 - d. Menyeting *force and speed*
 - e. Menyalakan mesin *press*
 - f. Menyeting *temperature*, *timer* dan suhu yang sesuai
 - g. Masukkan kaos yang akan di *press*
 - h. Tunggu sampai mesin berbunyi sesuai setting



Gambar 1. Alur produksi mesin sablon digital (doc pribadi)

HASIL DAN PEMBAHASAN

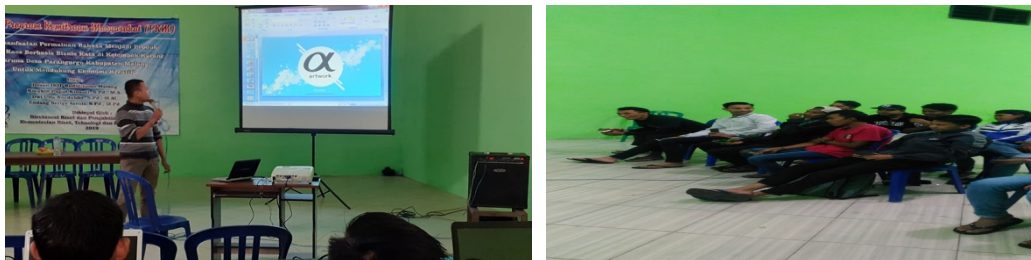
Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tahun 2019. Hasil dari pengabdian masyarakat adalah adanya peningkatan motivasi, keterampilan mitra pada bidang produksi kaos sablon bertema permainan bahasa dan juga peningkatan pengetahuan mitra dalam pemasaran digital dan manajemen keuangan. Hal terpenting dalam pengabdian ini adalah menumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi anggota karang taruna. Ciri-ciri jiwa kewirausahaan, antara lain: terbuka pada pengalaman, melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa, keingintahuan yang tinggi, mampu menyesuaikan kondisi yang berlawanan, menerima perbedaan, independen dalam pemikiran dan tindakan, percaya pada diri sendiri, tidak hanya tunduk pada standar dan pengawasan kelompok, berani mengambil resiko yang telah diperhitungkan dan tekun (Marita, 2011 dalam Achmad dkk, 2020:5).

Pelatihan Motivasi Usaha

Pelatihan motivasi usaha dilaksanakan untuk membangkitkan mitra pengabdian dalam berwirausaha. Kuratko (2004) dan Kuratko (2005) berpendapat

bahwa kewirausahaan bukan hanya sekedar penciptaan bisnis, namun lebih dari itu. Karakteristik kewirausahaan yang mencakup: mencari peluang, mengambil resiko, dan mendorong ide- ide agar menjadi nyata, merupakan sebuah konsep terintegrasi yang melebihi dari karakteristik seorang pengusaha.

Kegiatan ini dilaksanakan dengan mendatangkan narasumber yang merupakan wirausaha di bidang kaos sablon. Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 27 April 2019. Berdasarkan hasil angket yang telah dibagikan kepada mitra. Ada peningkatan motivasi mitra dalam berwirausaha setelah dilaksanakan kegiatan ini. Dalam kegiatan ini peserta terlihat sangat antusias mengikuti pelatihan. Hal ini terlihat dari hasil angket yaitu 100 persen atau 30 anggota termotivasi dan merasa timbul motivasi untuk berwirausaha Berikut ini merupakan dokumentasi kegiatan.



Gambar2. Dokumentasi kegiatan

Pelatihan Penciptaan *Permainan Bahasa* sebagai Produk Utama Brand

Keterampilan menciptakan permainan bahasa merupakan keterampilan yang harus dimiliki mitra agar produk kaos yang akan dijual menarik konsumen. Dengan adanya keterampilan yang baik dalam menciptakan permainan bahasa maka mitra akan mampu menjual produk yang unik dan bernilai jual. Pelatihan dilaksanakan dengan memberikan materi serta tips dan trik dalam menciptakan permainan bahasa oleh tim pengabdian. Setelah dilaksanakan pelatihan, tim pengabdian memberikan angket kepada peserta. Peserta terlibat aktif dalam kegiatan terlihat pada saat peserta berlatih menciptakan permainan bahasa. Hasil angket menyatakan bahwa ada 7 orang (23,3%) menyatakan kurang bisa, 17 orang (56,7%) bisa menciptakan permainan bahasa, dan 6 orang (20%) sangat bisa. Berikut ini merupakan dokumentasi kegiatan.



Gambar 3. Pelatihan penciptaan permainan bahasa (doc pribadi)

Pelatihan Pemasaran Digital

Pelatihan selanjutnya yang dilaksanakan kepada mitra adalah pelatihan digital marketing. Pada pelatihan ini, tim pengabdian bekerjasama dengan trainer dari Google Indonesia Gapuran Digital bernama Dimas Ragil Mumpuni. Mitra diberi bekal mengenai bagaimana digital marketing dan optimasi media sosial dalam digital marketing. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 19 Mei 2019. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa 1 orang (3,3%) anggota tidak paham mengenai pemasaran digital, 5 orang (16,7%) agak paham, 15 orang (50%) paham, dan 9 orang (30%) sangat paham. Berikut ini emrupakan dokumentasi kegiatan.



Gambar 4. Pelatihan pemasaran digital (doc pribadi)

Pelatihan Produksi

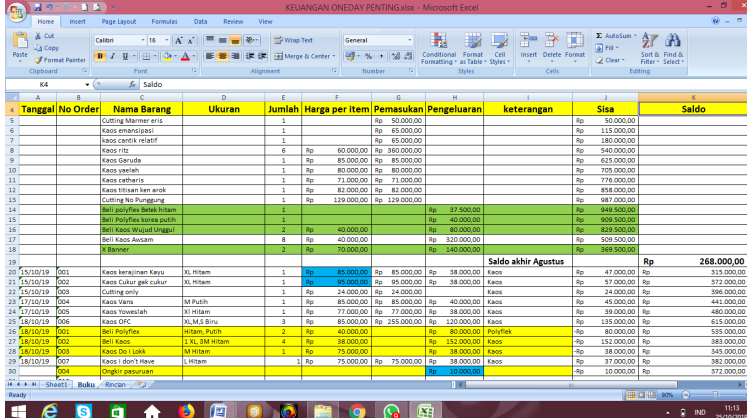
Kreatifitas menciptakan permainan bahasa yang akan diaplikasikan pada kaos akan menjadi penentu utama keberhasilan produk tersebut. Selain pendampingan dalam memproduksi kaos juga menjadi hal penting sehingga tercipta produk yang berkualitas.



Gambar 5. Pendampingan Produksi (doc pribadi)

Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan

Kegiatan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan dilaksanakan pada tanggal 6 Oktober 2019. Kegiatan ini dilaksanakan untuk memberikan pendampingan dalam perhitungan HPP, penghitungan laba kotor dan laba bersih. Berdasarkan hasil pelatihan serta pendampingan, mitra sudah dapat membuat laporan keuangan secara rinci dan baik.

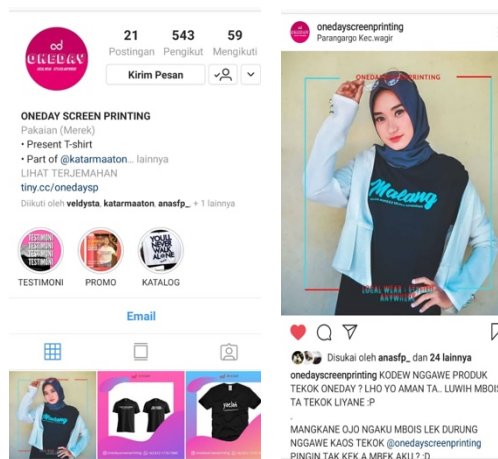


Tanggal	No Order	Nama Barang	Ukuran	Jumlah	Harga per Item	Pemasukan	Pengeluaran	keterangan	Sisa	Saldo
4		Cutting Marmer eris		1	Rp 50.000,00				Rp 50.000,00	
5		Kaos empisplast		1	Rp 65.000,00				Rp 115.000,00	
7		kaos cetak kawat		1	Rp 65.000,00				Rp 180.000,00	
8		kaos rtd		6	Rp 60.000,00	Rp 360.000,00			Rp 540.000,00	
9		kaos Garuda		1	Rp 85.000,00	Rp 85.000,00			Rp 625.000,00	
10		kaos senyah		1	Rp 80.000,00	Rp 80.000,00			Rp 705.000,00	
11		kaos capharis		1	Rp 71.000,00	Rp 71.000,00			Rp 776.000,00	
12		kaos hitam sen anak		1	Rp 82.000,00	Rp 82.000,00			Rp 858.000,00	
13		Cutting No Pungung		1	Rp 129.000,00	Rp 129.000,00			Rp 987.000,00	
14		Ball pay/Flax Belah Hitam		1			Rp 37.000,00		Rp 950.000,00	
15		Ball Pay/Flax senyah putih		1			Rp 40.000,00		Rp 990.000,00	
16		Ball Kaos Wulud Ungu		2	Rp 40.000,00		Rp 80.000,00		Rp 829.500,00	
17		Ball Kaos Bawak		8	Rp 40.000,00		Rp 320.000,00		Rp 509.500,00	
18		K Bawak		2	Rp 70.000,00		Rp 140.000,00		Rp 369.500,00	
19								Saldo akhir Agustus		Rp 268.000,00
20	15/10/19	001	kaos beraniam Keras	XL Hitam	1	Rp 85.000,00	Rp 85.000,00	Rp 88.000,00	kaos	Rp 417.000,00
21	15/10/19	002	kaos Kultur gaki kultur	XL Hitam	1	Rp 95.000,00	Rp 95.000,00	Rp 88.000,00	kaos	Rp 512.000,00
22	15/10/19	003	Cutting only		1	Rp 24.000,00	Rp 24.000,00		kaos	Rp 536.000,00
23	17/10/19	004	kaos Vines	M Putih	1	Rp 85.000,00	Rp 85.000,00	Rp 40.000,00	kaos	Rp 491.000,00
24	17/10/19	005	kaos Yosefalah	XL Hitam	1	Rp 77.000,00	Rp 77.000,00	Rp 38.000,00	kaos	Rp 483.000,00
25	19/10/19	006	kaos OFC	XL,M,S Biru	3	Rp 85.000,00	Rp 255.000,00	Rp 120.000,00	kaos	Rp 333.000,00
26	19/10/19	001	Ball Pay/Flax	Hitam Putih	2	Rp 40.000,00	Rp 80.000,00		kaos	Rp 403.000,00
27	19/10/19	002	Ball Kaos	L, XL, 3XL Hitam	4	Rp 38.000,00	Rp 152.000,00		kaos	Rp 351.000,00
28	19/10/19	003	kaos Dori Loran	XL Hitam	1	Rp 35.000,00	Rp 35.000,00		kaos	Rp 386.000,00
29	19/10/19	007	kaos I don't have	L,Hitam	1	Rp 75.000,00	Rp 75.000,00		kaos	Rp 381.000,00
30							Rp 10.000,00			Rp 371.000,00

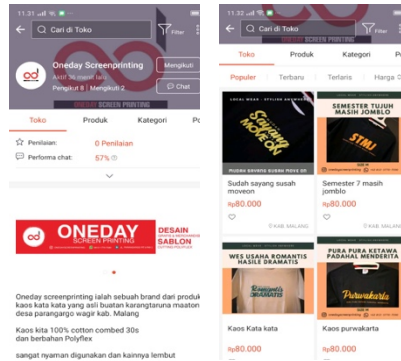
Gambar 6. Laporan Keuangan Oneday (doc oneday)

Pendampingan Pemasaran Digital

Kegiatan Pendampingan Pemasaran Digital dilaksanakan pada tanggal 13 Oktober 2019. Kegiatan ini dilaksanakan dengan memberikan pengarahan dan bimbingan dalam pemasaran produk. Mitra telah membuat akun media sosial khusus untuk menjual produk kaos yang telah diproduksi. Mitra memasarkan produk kaos dengan menggunakan media Instagram dengan nama @onedayscreenprinting dan juga menggunakan media Shoopee. Dalam proses pemasaran, mitra memanfaatkan paid promoted dan memanfaatkan endorse dari kalangan selegram muda sehingga produk yang ditawarkan mendapat jangkauan yang lebih luas.



Gambar 7. Akun Instagram @onedayscreenprinting



Gambar 8. Akun Shopee Oneday Screen Printing

Evaluasi dan Penutupan PKM

Evaluasi dan Penutupan PKM dilaksanakan pada tanggal 27 Oktober 2019. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan untuk mengevaluasi kegiatan PKM yang telah dilaksanakan sekaligus menutup kegiatan yang telah berlangsung selama kurang lebih 8 bulan. Dengan kegiatan penutupan PKM ini maka berakhir pula kegiatan kerjasama dengan mitra namun diharapkan tetap terjalin silaturahmi antara pengabdian dan mitra.



Gambar 9. Kegiatan Evaluasi dan Penutupan Program (doc. Pribadi)

KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat pelatihan kewirausahaan berbasis pemasaran digital pada kelompok pemuda yang tergabung di Karang Taruna Maaton ini memanfaatkan permainan bahasa sebagai media yang akan diaplikasikan pada kaos. Pelatihan diberikan dengan beberapa tahapan pelatihan yang dimulai dari pelatihan motivasi bisnis, pelatihan menciptakan permainan bahasa, pelatihan produksi dengan mesin sablon digital, pelatihan manajemen keuangan dan pelatihan pemasaran digital. Hasil pengabdian adalah peningkatan keterampilan mitra dalam aspek produksi dan pemasaran produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada LPPM IKIP Budi Utomo Malang, Ristekbrin, LLDikti Wilayah VII, serta reviewer dan editor jurnal JABN yang telah memberikan saran dan masukan pada artikel ini.

BIODATA

Kingkin Puput Kinanti, S.Pd., M.A., adalah dosen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia IKIP Budi Utomo Malang, Indonesia. Ia memiliki minat di bidang penelitian linguistik, sosiolinguistik, pragmatik, dan kajian perempuan dan gender. Email: kinantipuput8@gmail.com.

Endang Setiyo Astuti, S.Pd., M.Pd. adalah dosen Pendidikan Bahasa Inggris IKIP Budi Utomo Malang, Indonesia. Ia memiliki minat di bidang BIPA, pengembangan media pembelajaran. Email: mynameisendang@gmail.com.

Dr. Endang Sumarti, M.Pd., adalah dosen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia IKIP Budi Utomo Malang, Indonesia. Ia memiliki minat di bidang linguistik dan pembelajaran bahasa.

Sri Fatmaning Hartatik, S.S., M.Pd., adalah dosen Pendidikan Bahasa Inggris. Ia memiliki minat di bidang Pendidikan Bahasa Inggris untuk Penutur Asing dan khususnya dalam pembelajaran *Speaking* (Berbicara) Email: fatmaninghartatik@gmail.com

REFERENSI

- Arif, Muhammad Ridwan & Adi, Agus Satmoko. (2014). Peran Karang Taruna dalam Pembinaan Remaja di Dusun Candi Desa Candinegoro Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Kajian Moral dan Kewarganegaraan*. Volume 2 Nomer 1 Tahun 2014, hal 190-205.
- Diana Fitri Kusuma, Mohamad Syahriar Sugandi. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*. Volume 3, No. 1, Oktober 2018, hlm 18-33.
- Pranoto Pranoto, Jasmani Jasmani, I Nyoman Marayasa. (2019). Pelatihan Digital Marketing untuk Peningkatan Perekonomian anggota Karang Taruna Al Barkah di Kampung Cicayur Tangerang. *Jurnal Darma Laksana*. Volume, hal 251-258.
- Rahadi, Kunjana. (2006). *Dimensi-Dimensi Kebahasaan: Aneka Masalah Bahasa Indonesia Terkini*. Jakarta: Erlangga.
- Joseph, Thomas. (2011). *Apps - The Spirit of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: Elex Media Komputindo



- Wijana, I Dewa Putu. (2010). *Kartun: Studi Tentang Permainan Bahasa*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Purnomo, Rochmat Aldy. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media
- Bekraf. (2018). *Tonggak Baru Ekonomi Kreatif Indonesia*.(Online), (<http://www.bekraf.go.id/profil>), diakses 18 Agustus 2018.
- Tim Dagadu. (2018). *Profil Dagadu*. (Online), (<http://www.dagadu.co.id/>). Diakses 18 Agustus 2018.
- Pengurus Karang Taruna. (2017). *Program Kerja Karang Taruna Desa Parangargo*. Dokumen, Tidak diterbitkan.
- Achmad Z., Mardiyah S., Siswati E., Luawo S., & Wahyudi A. (2020). Menumbuhkan Upaya Diversifikasi Usaha Melalui Penguatan Keterampilan pada Komunitas Koperasi Wanita Nelayan di Gresik. *JABN*, 1(2), 1-14. <https://doi.org/10.33005/jabn.v1i2.18>.
- Asfiatul, F. (2013). Pengaruh Pendidikan & Pelatihan, Prestasi Belajar Kewirausahaan terhadap Sikap Kewirausahaan Peserta didik SMK N 1 Cerme. *Jurnal Kebijakan Dan Pengembangan Pendidikan*, 1(2). <https://doi.org/10.22219/jkpp.v1i2.1566>.
- Kuratko, Donald F. (2005). *The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, p.577-598.
- El Hasanah, Lak Lak Nahat . (2015). Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, hal 268-280. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36812>.
- Hadi, A. S., & Ardhi Khairi. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran di Era Digital pada Kelompok Ibu PKK Desa Gadingharjo. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 127-132. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i1.3246>