

URGENSI PELATIHAN MENULIS IKLAN UNTUK SISWA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) SEBAGAI KETERAMPILAN KRUSIAL DI ERA DIGITAL

Anis Masliani Ain Sugianto ¹, Dadang S. Anshori ²

Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia ^{1,2}
anismasliani@upi.edu ¹, dadangansori@upi.edu ²

ABSTRAK

Di era digital yang terus berkembang, keterampilan menulis iklan menjadi semakin penting bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Penelitian ini mengkaji urgensi pelatihan menulis iklan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam menghasilkan iklan yang menarik dan efektif. Dengan menggunakan metode studi pustaka, penelitian ini menganalisis berbagai literatur yang dengan pelatihan menulis iklan, teknik *copywriting*, dan penerapan E-Marketing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak siswa SMK mengalami keterbatasan dalam keterampilan menulis iklan, yang disebabkan oleh kurangnya pelatihan praktis dan pengetahuan tentang E-Marketing. Oleh karena itu, pengembangan model pelatihan yang terstruktur dan komprehensif sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas keterampilan menulis iklan siswa. Pelatihan ini diharapkan dapat membekali siswa dengan teknik *copywriting* yang efektif, serta pemahaman yang mendalam mengenai strategi E-Marketing. Dengan demikian, siswa akan lebih siap untuk bersaing di dunia industri yang semakin digital.

Kata kunci: teks iklan, menulis, digital, *copywriting*

PENDAHULUAN

Di era digital yang serba cepat ini, perusahaan tidak hanya mencari tenaga kerja yang paham teknis, tetapi juga yang bisa beradaptasi dengan kebutuhan pemasaran modern. Salah satu keterampilan paling krusial adalah menulis iklan. Sebagaimana yang diungkapkan Nurhadi (2023), keterampilan menulis telah menjadi salah satu keterampilan paling penting di era digital. Dalam dunia bisnis yang terus berkembang, keterampilan menulis terutama menulis iklan dan konten yang menarik sangat dibutuhkan. Hal ini karena, perusahaan semakin menyadari betapa pentingnya menyusun iklan yang efektif dan sesuai dengan tren kebutuhan industri digital menjadikannya salah satu keahlian yang sangat dicari oleh banyak perusahaan, khususnya di industri *creative agencies* (Rahmasari, 2023; Rahmatika, 2024).

Laporan dari *American Marketing Association* serta survei yang dilakukan oleh Cella menguatkan hal ini. Survei tersebut melibatkan lebih dari 1.500 profesional di bidang digital, pemasaran, dan kreatif yang mengungkapkan bahwa saat ini banyak perusahaan mencari pekerja yang memiliki keterampilan kreatif seperti *copywriting* dan *content creation* karena sebagian besar kegiatan pemasaran saat ini dilakukan secara digital yang berarti perusahaan membutuhkan tenaga kerja yang dapat menyusun iklan yang efektif (Cella, 2023a; Domeyer, 2019).

Ini mengakibatkan permintaan terhadap tenaga profesional dengan keterampilan kreatif seperti *copywriting* dan *content kreatif* terus meningkat, seiring dengan mayoritas kegiatan pemasaran yang beralih ke platform digital. Perkembangan ini juga terlihat dari peningkatan permintaan terhadap pekerja lepas atau *freelancer* di platform digital. Menurut Yuniar (2020 dalam Pristiansyah et al., 2023, p. 435), semakin banyak perusahaan yang mencari jasa *content creator*, *data analyst*, video editor, *translator*, *copywriter*, *SEO analyst*, *web developer*, *financial advisor*, *influencer*, dan *graphic designer* melalui situs pencari kerja dan media sosial. Kini, pekerjaan seperti *copywriter* menjadi semakin relevan karena strategi pemasaran lebih banyak berfokus pada konten media sosial yang dapat menarik minat audiens secara lebih efektif dibandingkan metode pemasaran konvensional (Pristiansyah et al., 2023, p. 435)

Pertumbuhan sektor industri kreatif juga terjadi di skala global. Data dari Departemen Kebudayaan, Media & Olahraga (DCMS) Inggris memaparkan bahwa pada tahun 2022, terdapat 2,4 juta pekerjaan di sektor industri kreatif di Inggris mengalami peningkatan sebesar 14,1 persen sejak tahun 2019. Angka ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata pertumbuhan pekerjaan secara keseluruhan di Inggris yang hanya sebesar 0,6 persen. (*Creative Industries Council (CIC)*, 2023; Department for Culture Media & Sport (DCMS), 2023). Hal ini mengindikasikan bahwa industri kreatif terus berkembang dan menjadi bagian integral dari ekonomi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Oleh karena itu, Indonesia perlu mempersiapkan tenaga kerja dengan keterampilan kreatif yang sesuai dengan perkembangan zaman.

Namun, di Indonesia, meskipun permintaan tenaga kerja di sektor digital terus meningkat, negara ini masih menghadapi tantangan besar dalam menyediakan talenta yang sesuai. Menurut informasi laporan dari BPPK RI 2021, diperkirakan pada tahun 2030, Indonesia membutuhkan 9 juta tenaga profesional di sektor digital, namun jumlah talenta yang tersedia masih jauh dari cukup, baik dari segi kualitas maupun kuantitas (Badan Perencanaan dan Pengembangan Ketenagakerjaan RI, 2021, p. 3). Tantangan ini menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara kebutuhan pasar dan kesiapan tenaga kerja yang tersedia.

Oleh karena itu, Indonesia perlu mempersiapkan tenaga kerja dengan keterampilan kreatif yang sesuai dengan perkembangan zaman.

Kesenjangan antara kebutuhan industri dan kesiapan tenaga kerja sangat dirasakan di kalangan lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), yang sering kali tidak memiliki keterampilan yang relevan untuk memenuhi tuntutan pasar kerja (Halizah, 2024). Salah satu penyebab utama masalah ini adalah kurikulum yang tidak mencerminkan kebutuhan industri, sehingga terjadi ketidaksesuaian antara kompetensi yang diperoleh siswa dengan keterampilan yang dibutuhkan dunia kerja (Halizah, 2024; Khurniawan et al., 2019; Okpatrioka, 2023; Ramadhan, 2021; Sobari et al., 2023). Hal ini berkontribusi pada tingginya tingkat pengangguran di kalangan lulusan SMK. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) per Februari 2024 mengungkapkan bahwa tingkat pengangguran lulusan SMK mencapai 8,62 persen, tertinggi dibandingkan lulusan jenjang pendidikan lainnya (Tim CNN, 2024). Hal ini membuktikan bahwa meskipun lulusan SMK telah memiliki keterampilan teknis, ada kesenjangan antara keterampilan yang dimiliki lulusan dan kebutuhan dunia industri.

Tanpa adanya pelatihan yang memadai dalam keterampilan-keterampilan yang relevan, seperti menulis iklan, lulusan SMK menghadapi risiko besar untuk tidak mampu beradaptasi dengan tuntutan pasar yang semakin digital. Meskipun lulusan SMK memiliki peluang besar untuk bekerja di industri kreatif, seperti periklanan dan pemasaran digital, kenyataannya banyak dari mereka yang belum siap untuk bersaing di dunia kerja karena keterbatasan keterampilan digital. Kesenjangan antara keterampilan yang dimiliki lulusan dan kebutuhan industri memperjelas urgensi reformasi dalam kurikulum SMK agar lebih sesuai dengan tuntutan pasar kerja modern.

Peningkatan keterampilan dan pelatihan iklan menjadi solusi yang krusial terhadap masalah ketidaksesuaian dan kesenjangan keterampilan digital di Indonesia. Terbukti dengan sebuah laporan survei oleh AlphaBeta, Amazon Web Services, Inc. (AWS) merilis hasil survei bertajuk, "AWS Building Skills for the Changing Workforce" menunjukkan bahwa 98 persen responden percaya bahwa pelatihan membantu meningkatkan keterampilan digital dan merupakan langkah penting untuk meningkatkan kapasitas pekerjaan dan karier di bidang digital, sementara 36 persen berpikir bahwa mereka tidak cukup terampil untuk peran pekerjaan mereka (Chlistina, 2022; Gayatri et al., 2023). Survei ini juga memperkirakan bahwa setidaknya ada 17,2 juta orang Indonesia yang membutuhkan pelatihan digital, khususnya dalam komputasi awan, keamanan siber, pemasaran digital, atau migrasi digital.

Oleh karena itu, pelatihan menulis iklan bagi siswa SMK menjadi penting. Dengan pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan dan membuat mereka lebih kompetitif di pasar kerja. Tak hanya itu, dengan keterampilan ini bahkan siswa SMK dapat memulai usaha sendiri sebagai pekerja lepas di industri kreatif. Di era digital, keterampilan menulis iklan bukan hanya sekadar nilai tambah, melainkan kebutuhan mendesak agar lulusan SMK dapat bertahan dan berkembang dalam dunia kerja yang terus berubah. Selain itu, pelatihan ini juga memiliki potensi untuk mengurangi tingkat pengangguran di kalangan lulusan SMK, dengan membekali mereka keterampilan yang relevan dan sesuai dengan perkembangan kebutuhan pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan studi pustaka dengan tujuan menganalisis pentingnya pelatihan menulis iklan bagi siswa SMK di era digital. Metode ini melibatkan pengumpulan dan analisis data dari berbagai sumber yang relevan seperti laporan pemerintah, artikel ilmiah, dan jurnal akademik. Fokus utama penelitian adalah memahami bagaimana pelatihan menulis iklan dapat membantu lulusan SMK bersaing di dunia kerja digital.

1. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini terdiri dari dua sumber data:

- a. Sumber Utama: Data diambil dari laporan-laporan resmi pemerintah Indonesia, seperti:
 - Laporan dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan terkait pendidikan vokasi.
 - Laporan Kementerian Ketenagakerjaan dan Badan Pusat Statistik (BPS) tentang proyeksi kebutuhan tenaga kerja digital.
- b. Sumber Sekunder: Jurnal dan artikel akademik tentang keterampilan digital dan pelatihan iklan dari jurnal nasional (SINTA) dan internasional (Scopus).

2. Teknik Pengumpulan Data

- a. Penelitian ini mengumpulkan data dengan cara menelaah data-data yang relevan dengan pembahasan terkait. Informasi tentang keterampilan digital, terutama dalam bidang copywriting dan pemasaran digital, diambil dari laporan pemerintah dan artikel yang relevan.

3. Analisis Data

- a. Data dianalisis menggunakan **analisis isi** (*content analysis*), yang berarti penulis akan membaca dan memahami isi dari laporan dan artikel, kemudian menyusun kesimpulan berdasarkan tema-tema utama.
- b. Data statistik dari laporan pemerintah digunakan untuk memberikan gambaran tentang kondisi tenaga kerja digital di Indonesia dan kebutuhan industri.



4. Prosedur Penelitian

Penelitian dilakukan dalam beberapa tahap:

- a. Pengumpulan data dari sumber-sumber terpercaya.
- b. Analisis untuk memahami tren dan isu-isu penting seperti kesenjangan keterampilan digital di kalangan lulusan SMK.
- c. Penulisan hasil untuk menyimpulkan pentingnya pelatihan menulis iklan sebagai keterampilan penting di era digital.

Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai urgensi pelatihan menulis iklan bagi siswa SMK, serta bagaimana keterampilan ini dapat membantu mereka di pasar kerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi digital telah mengubah lanskap industri kreatif dan pemasaran secara global. Perusahaan kini beralih dari metode pemasaran konvensional ke strategi berbasis digital, yang lebih efektif dalam menjangkau audiens secara luas.

Dalam konteks ini, keterampilan menulis iklan yang menarik dan efektif menjadi semakin krusial, khususnya di sektor pemasaran digital. Oleh karena itu, pelatihan menulis iklan menjadi suatu kebutuhan mendesak untuk siswa dan lulusan SMK. Bagian ini akan membahas mengenai alasan pentingnya keterampilan menulis iklan, tantangan yang dihadapi lulusan SMK, serta manfaat pelatihan ini dalam meningkatkan kesiapan mereka menghadapi dunia kerja yang semakin digital.

Urgensi Pelatihan Menulis Iklan untuk Siswa SMK

Di tengah transformasi digital yang pesat, keterampilan menulis iklan telah menjadi keharusan bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), terutama bagi mereka yang mengambil keahlian di bidang pemasaran, periklanan, dan komunikasi karena saat ini perusahaan yang bergerak di sektor pemasaran telah beralih ke digital untuk mempromosikan kegiatan produk dan jasa mereka, sehingga perusahaan membutuhkan tenaga kerja yang mampu menghasilkan konten iklan menarik dan efektif.

Menurut Insider Intelligence, belanja iklan digital global pada tahun 2023 diperkirakan mencapai \$626 miliar, meningkat 10,5% dibandingkan tahun sebelumnya dan jumlah ini terus bertumbuh (Mediaboom, 2023). Dengan semakin dominannya iklan digital, keterampilan menulis iklan sangat diperlukan agar pesan-pesan pemasaran tersampaikan secara efektif. Tanpa pelatihan ini, individu atau perusahaan bisa kehilangan potensi besar dalam memanfaatkan iklan digital sebagai alat promosi utama. Alasan inilah yang menyebabkan banyak perusahaan membutuhkan karyawan dengan kemampuan menulis iklan yang menarik dan sesuai tren modern.

Diperkuat dengan Survei yang dilakukan American Marketing Association dan Cella (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 70% perusahaan menilai keterampilan menulis iklan sebagai salah satu kompetensi yang paling dibutuhkan (Cella, 2023b). Karena banyak perusahaan membutuhkan karyawan dengan keterampilan ini. Maka penting untuk calon pekerja memiliki kemampuan ini. Selain itu, laporan dari LinkedIn mengindikasikan bahwa pekerjaan di bidang pemasaran digital, seperti spesialis SEO, *copywriter*, dan spesialis media sosial adalah profesi yang akan cepat berkembang di tahun-tahun mendatang. Pertumbuhan ini dipicu oleh kemajuan teknologi digital dan kebutuhan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan zaman (Mignone Center for Career Success, 2024; Southern, 2023; Springboard, 2024). Hal ini menciptakan peluang besar bagi lulusan SMK yang memiliki keterampilan menulis iklan untuk bersaing di pasar kerja.

Perkembangan teknologi digital dan tren pemasaran online terus berubah dengan cepat. Pelatihan menulis iklan membantu individu tetap relevan dengan perubahan ini, mulai dari format iklan yang dioptimalkan untuk perangkat seluler, hingga penggunaan AI untuk iklan yang dipersonalisasi. Tanpa pelatihan ini, individu atau bisnis berisiko tertinggal dari pesaing mereka yang lebih cepat beradaptasi dengan tren terbaru. Keterampilan menulis iklan yang spesifik akan membuat lulusan SMK lebih siap kerja dan mampu bersaing dalam pasar kerja yang semakin digital.

Manfaat Adanya Pelatihan

Meningkatkan Keterampilan Praktis

Pelatihan memberi siswa pengalaman langsung dalam menerapkan teori ke dalam situasi nyata, yang penting untuk meningkatkan keterampilan teknis dan praktis mereka di lapangan. Menurut Smith & Green (2018) dalam studi dari *Journal of Vocational Education & Training* mengungkapkan bahwa pelatihan vokasional bagi siswa meningkatkan keterampilan teknis yang sesuai dengan kebutuhan industri mengenalkan Teknologi dan Tren Industri.

Pelatihan memungkinkan siswa untuk mempelajari teknologi terbaru dan tren industri yang sedang berkembang. Menurut Clarke & Winch (2020) dalam penelitian di *International Journal of Educational Development*, akses ke pelatihan berbasis industri dapat membantu siswa SMK memahami alat dan teknologi terkini yang diterapkan di tempat kerja.

1. Menumbuhkan Sikap Profesional dan Etika Kerja

Menurut Jones & Brown (2019), dalam artikel *Journal of Education and Work* menyebutkan bahwa pelatihan dapat membantu siswa SMK membangun sikap profesional yang bermanfaat di dunia kerja. Sikap profesional ini meliputi



kesiapan mental yang berkaitan dengan pentingnya kedisiplinan, tanggung jawab, dan kerja sama tim yang sangat diperlukan dalam dunia profesional.

2. Meningkatkan Peluang Kerja

Pelatihan memberikan siswa pengalaman dan sertifikasi tambahan yang bisa memperkuat dan menambah nilai CV mereka, sehingga meningkatkan peluang mereka untuk diterima di dunia kerja atau dalam program magang. Siswa yang memiliki pengalaman pelatihan formal lebih mudah memperoleh pekerjaan di sektor industri dibandingkan yang tidak.

3. Mengembangkan Keterampilan Komunikasi dan *Soft Skills*

Pelatihan tidak hanya berfokus pada pengembangan keterampilan teknis, tetapi juga memberikan perhatian besar pada penguatan *soft skills*, seperti komunikasi yang efektif, kemampuan pemecahan masalah, dan keterampilan berpikir kritis. Keterampilan-keterampilan ini sangat penting dalam mendukung keberhasilan individu di berbagai bidang kerja, karena membantu mereka berinteraksi dengan baik, mengatasi tantangan, dan membuat keputusan yang tepat.

Menurut studi di *Journal of Applied Research in Higher Education* yang dipublikasi Nguyen & Tran (2022), pelatihan yang secara khusus menekankan pada keterampilan interpersonal memainkan peran besar dalam mempersiapkan siswa menghadapi tantangan dunia kerja yang dinamis dan kompleks. Dengan memiliki *soft skills* yang kuat, individu lebih mampu beradaptasi dengan perubahan dan berkolaborasi secara produktif dalam tim, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing mereka di pasar kerja.

Manfaat Pelatihan Menulis Iklan

Pelatihan menulis iklan menjadi salah satu komponen penting dalam pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), terutama dalam konteks perkembangan keterampilan yang relevan dengan industri digital saat ini. Ada beberapa manfaat signifikan yang dapat diidentifikasi dari pelatihan ini, yang selanjutnya akan dibahas secara mendetail.

1. Peningkatan Keterampilan Menulis

Pelatihan menulis iklan membantu siswa mengembangkan keterampilan menulis yang diperlukan untuk menciptakan konten yang persuasif dan efektif. Penelitian menunjukkan bahwa siswa yang mengikuti pelatihan menulis iklan mengalami peningkatan yang signifikan dalam kemampuan mereka untuk menyusun iklan dan memahami perilaku audiens. Hal ini penting karena kemampuan komunikasi yang baik sangat dibutuhkan dalam bidang pemasaran dan periklanan

Misalnya, dalam penelitian yang dilakukan di SMK Murni 2 Surakarta, ditemukan bahwa siswa mengalami peningkatan aktivitas belajar dan hasil yang lebih baik dalam menulis iklan setelah mengikuti pelatihan yang terstruktur (Wahyuni, 2009). Keterampilan yang diperoleh dari pelatihan ini termasuk kemampuan menyusun konten yang menarik, efektif sesuai dengan standar industri, dan untuk mempersiapkan siswa menghadapi tuntutan profesional di era digital. Hal ini penting karena kemampuan komunikasi yang baik sangat dibutuhkan dalam bidang pemasaran dan periklanan

2. Meningkatkan Peluang Karier di Industri Kreatif

Siswa yang mahir menulis iklan memiliki peluang besar untuk berkarier di industri kreatif seperti periklanan, pemasaran, dan media. Posisi seperti *copywriter*, *content creator*, atau *digital marketing strategist* sangat diminati oleh perusahaan yang beroperasi di era digital. Pelatihan menulis iklan membuka peluang untuk meraih posisi strategis tersebut.

3. Pelatihan sebagai Solusi untuk Mengurangi Pengangguran

Pelatihan menulis iklan tidak hanya meningkatkan keterampilan siswa, tetapi juga berpotensi untuk mengurangi tingkat pengangguran di kalangan lulusan SMK. Dengan keterampilan yang diperoleh dari pelatihan, siswa dapat memanfaatkan peluang sebagai *freelancer* di industri kreatif. Kemampuan menulis iklan memungkinkan mereka untuk terlibat dalam proyek pemasaran digital, baik sebagai karyawan maupun wirausaha. Dengan demikian, pelatihan ini dapat membuka banyak jalur karier bagi siswa SMK, mengurangi ketergantungan pada posisi kerja formal.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan menulis iklan sangat penting bagi siswa SMK untuk meningkatkan daya saing mereka di dunia kerja. Keterampilan ini membantu siswa memiliki kemampuan adaptif yang dibutuhkan untuk menghadapi dinamika pasar yang terus berubah, terutama di bidang pemasaran digital dan kreatif. Dengan mengikuti pelatihan tersebut, siswa SMK dapat lebih siap menghadapi tantangan di pasar kerja, sekaligus memiliki peluang lebih besar untuk menurunkan tingkat pengangguran di kalangan mereka.

Urgensi pelatihan ini semakin terasa seiring dengan pertumbuhan pesat ekonomi digital, perubahan perilaku konsumen, dan tingginya persaingan di pasar kerja. Di era yang semakin didominasi oleh media digital, keterampilan menulis iklan tidak hanya mencakup kemampuan teknis, tetapi juga strategi pemasaran yang menekankan pada personalisasi, interaksi, dan efektivitas pesan. Tanpa keterampilan ini, baik bisnis maupun individu akan kesulitan bersaing dalam dunia yang terus bertransformasi akibat perkembangan teknologi digital. Oleh karena



itu, pelatihan ini menjadi kunci untuk memastikan kesiapan siswa SMK dalam menghadapi tantangan masa depan.

DAFTAR RUJUKAN

- Badan Perencanaan dan Pengembangan Ketenagakerjaan RI. (2021). Proyeksi Kebutuhan Tenaga Kerja di Perusahaan Berdasarkan Kompetensi pada Sektor Teknologi Informatika dan Komunikasi. *Satudata.Kemnaker*.
- Cella. (2023a). *2023 Digital, Marketing and Creative Talent Report*. <https://www.cellainc.com/insights/2023-digital-marketing-and-creative-talent-report/>.
- Cella. (2023b). *Cella's 2023 In-House Creative & Marketing Industry Report Reveals Increased Alignment Between Creative and Marketing Departments in Fortune 1000 Companies*. PRWeb. <https://www.prweb.com/releases/cella-s-2023-in-house-creative-amp-marketing-industry-report-reveals-increased-alignment-between-creative-and-marketing-departments-in-fortune-1000-companies-874711155.html>.
- Chlistina, Z. (2022). *Riset AWS: 98% Pekerja di Indonesia Butuh Pelatihan Digital*. Tek.Id. <https://www.tek.id/tek/riset-aws-98-pekerja-di-indonesia-butuh-pelatihan-digital-b2fgH9n2H>.
- Clarke, L., & Winch, C. (2020). Vocational Education and Training in the Digital Age: Impact on Student Competencies. *International Journal of Educational Development*, 76, 102–114.
- Creative Industries Council (CIC). (2023). *Creative Industries Employment 14% above Pre-pandemic Level*. The Institute of Practitioners in Advertising. <https://www.thecreativeindustries.co.uk/facts-figures/creative-industries-employment-14-above-pre-pandemic-level>.
- Department for Culture Media & Sport (DCMS). (2023). *Economic Estimates: Employment in the DCMS sectors, January 2022 to December 2022*. UK Government's. <https://www.gov.uk/government/statistics/economic-estimates-employment-in-dcms-sectors-and-digital-sector-january-2022-to-december-2022/economic-estimates-employment-in-the-dcms-sectors-january-2022-to-december-2022#the-creative-industries>.
- Domeyer, D. (2019). *Hiring and Salary Trends in the Marketing Industry*. American Marketing Association. <https://www.ama.org/marketing-news/the-market-for-marketers-hiring-and-salary-trends/>.
- Gayatri, G., Jaya, I. G. N. M., & Rumata, V. M. (2023). The Indonesian Digital Workforce Gaps in 2021–2025. *Sustainability (Switzerland)*, 15(1). <https://doi.org/10.3390/su15010754>.
- Halizah, S. N. (2024). Kesenjangan Kurikulum SMK dengan Kebutuhan Industri. *Adiba: Journal of Education*, 4(2), 227–233. <https://adisampublisher.org/index.php/adiba/article/view/681>.
- Jones, R., & Brown, T. (2019). Building Professional Attitudes and Work Ethics in Vocational Students through Training. *Journal of Education and Work*, 32(4), 428–443. <https://www.tandfonline.com/toc/cjew20/current>.



- Khurniawan, A. W., Purwata, I. komang, Purwanto, A., Saptanto, B., Taufik, I., & Erda, G. (2019). Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Dukung Sumber Daya Manusia (SDM) “Tol Langit.” In *Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar Dan Menengah*. <https://repositori.kemdikbud.go.id/17725/>.
- Mediaboom. (2023). *Digital Advertising Trends: 12 Trends to Watch in 2023*. Mediaboom. <https://mediaboom.com/news/digital-advertising-trends/>.
- Mignone Center for Career Success. (2024). *LinkedIn Jobs on the Rise 2024: The 25 Fastest-Growing Roles in the U.S.* Harvard Faculty of Arts & Sciences. <https://careerservices.fas.harvard.edu/blog/2024/01/23/linkedin-jobs-on-the-rise-2024-the-25-fastest-growing-roles-in-the-u-s/>.
- Nguyen, L., & Tran, M. (2022). Soft Skills Training and Its Impact on Vocational Student Preparedness. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 14(2), 121–136. <https://www.emerald.com/insight/publication/issn/2050-7003>.
- Nurhadi, J. (2023). *Pentingnya Keterampilan Menulis dalam Era Digital*. Sastraindonesia.Upi.Edu. <https://sastraindonesia.upi.edu/2023/03/21/pentingnya-keterampilan-menulis-dalam-era-digital/#:~:text=Seorang penulis yang baik dapat, Categories>.
- Okpatrioka. (2023). Research And Development (R & D) Penelitian yang Inovatif dalam Pendidikan. *Jurnal Pendidikan, Bahasa Dan Budaya*, 1(1), 86–100.
- Priastiansyah, Pranandita, N., Haritsah Amrullah, M., & Hasdiansah. (2023). Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelatihan Copywriting untuk generasi Hustling. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 45–49.
- Rahmasari, S. (2023). Strategi Adaptasi Bisnis di Era Digital: Menavigasi Perubahan dan Meningkatkan Keberhasilan Organisasi. *Karimah Tauhid*, 2(3), 622–636. <https://doi.org/https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i3.9281>.
- Rahmatika, N. (2024). *5 Keterampilan yang Banyak Dicari untuk Kerja di Creative Agency*. Marketeers. <https://www.marketeers.com/5-keterampilan-yang-banyak-dicari-untuk-kerja-di-creative-agency/>.
- Ramadhan, N. G. (2021). Implementasi Kerjasama Sekolah dengan Industri dalam Praktik Kerja Lapangan. *Proceeding International Seminar on Islamic Education and Peace*, 1, 351–364. <https://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/article/view/14736/0>.
- Smith, E., & Green, A. (2018). Developing Technical Skills through Vocational Training: Implications for Student Readiness. *Journal of Vocational Education & Training*, 70(3), 287–304.
- Sobari, M., Wahyudin, D., & Dewi, L. (2023). Keterlibatan Industri dalam Pengembangan Kurikulum pada Tingkat SMK. *Jurnal Education and Development*, 11(3), 230–238. <https://doi.org/10.37081/ed.v11i3.4771>.
- Southern, M. G. (2023). *LinkedIn: Top 25 Fastest Growing Jobs*. Search Engine Journal. <https://www.searchenginejournal.com/linkedin-fastest-growing-jobs/476855/>.
- Springboard. (2024). *Top 11 Digital Marketing Careers You Should Apply to in 2024*. Springboard. <https://www.springboard.com/blog/business-and-marketing/digital-marketing-careers/>.

- Tim CNN. (2024). *Pengangguran Terbanyak di RI Tamatan SMK dan SMA*. Trans Media, CNN. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240506195723-92-1094678/pengangguran-terbanyak-di-ri-tamatan-smk-dan-sma>.
- Wahyuni. (2009). *Penggunaan Media Iklan untuk Meningkatkan Kemampuan Menulis Persuasi pada Siswa Kelas X Administrasi Perkantoran 1 SMK Murni 2 Surakarta Tahun Ajaran 2008/2009*. Universitas Negeri Surakarta.
- Yuniar, M. (2022). *10 Profesi Freelancer yang Paling Banyak Dicari*. <https://www.ekrut.com/media/10-profesi-freelancer-yang-paling-banyak-dicari>.