

Sosialisasi Pemanfaatan E-Book Berbasis Lynk.id Sebagai Peluang Bisnis Kreatif Bagi Siswa MA An-Nidham

Devika Annik Cahyati¹, Muhammad Aji Diri Maharyo Nagari², Jihan Safira Syahada³,
Langlang Handayani^{4*}

¹⁻⁶Program Studi Pendidikan Fisika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

*Correspondence to: langlanghandayani@mail.unnes.ac.id

Abstract: Transformasi digital membuka peluang inklusif bagi pelajar untuk terlibat dalam ekonomi kreatif, namun kesenjangan informasi teknis sering kali menjadi penghambat siswa dalam memonetisasi karya mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses dan efektivitas sosialisasi bisnis digital melalui pembuatan e-book berbasis platform Lynk.id bagi siswa kelas 11 MA An-Nidham. Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode Edukasi Partisipatif melalui Demonstrasi Visual. Mengingat adanya kebijakan pembatasan gawai di sekolah, seluruh alur teknis disimulasikan melalui pusat kendali proyektor untuk menjaga fokus kolektif siswa. Data dikumpulkan melalui *pre-test* visual, observasi selama demonstrasi, dan *post-test* lisan, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Temuan menunjukkan adanya transformasi kognitif yang signifikan, di mana pemahaman siswa meningkat hingga 85%. Siswa berhasil menguasai alur operasional *no-code platform*, mulai dari manajemen *digital goods* hingga konfigurasi sistem pembayaran otomatis. Metode demonstrasi terpusat terbukti efektif memitigasi gangguan multitasking dan membangun memori prosedural yang kuat pada siswa. Edukasi yang tepat mampu mengubah peran siswa dari sekadar konsumen menjadi kreator konten produktif. Model diseminasi ini membuktikan bahwa keterbatasan infrastruktur dan regulasi gawai di sekolah dapat diatasi melalui strategi instruksional yang adaptif untuk menumbuhkan mentalitas mandiri secara finansial sejak dini.

Keywords: *bisnis digital, e-book, kewirausahaan pelajar, lynk.id, literasi digital*

PENDAHULUAN

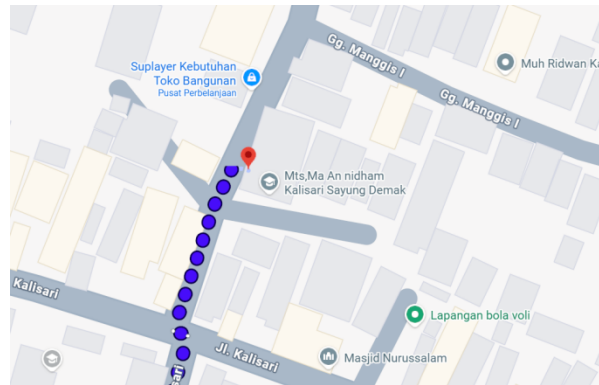
Di zaman teknologi sekarang, bisnis digital bisa diikuti oleh siapa saja, termasuk para pelajar (Hasanah & Rahayu, 2024). Produk digital seperti *e-book* punya peluang besar karena tidak butuh modal besar, namun nilai jualnya tetap tinggi (Pradana et al., 2023). Hal ini terjadi karena sekarang banyak orang lebih suka mencari informasi yang cepat lewat format digital (Fitriani & Halim, 2022). Bagi siswa Madrasah Aliyah (MA), belajar mengubah catatan sekolah atau karya tulis menjadi produk digital adalah cara awal yang cerdas untuk belajar bisnis sekaligus mencari penghasilan sendiri (Ramadani, 2022). Dengan cara ini, siswa tidak lagi hanya menjadi pemakai HP, tapi bisa menjadi pencipta konten yang menghasilkan (Arifin et al., 2024). Namun, peluang bisnis digital ini belum dimanfaatkan dengan baik oleh siswa di MA An-Nidham karena kurangnya informasi (Fauzi et al., 2023). Masalah utamanya adalah siswa masih bingung bagaimana cara mengubah ide mereka menjadi *e-book* yang layak jual (Kurniawati et al., 2022). Selain itu, mereka belum tahu bahwa ada platform seperti Lynk.id yang sangat memudahkan proses jual-beli digital tanpa perlu jago pemrograman (Sari & Pratama, 2023). Banyak juga siswa yang merasa takut memulai karena belum paham soal keamanan data di internet (Putra et al., 2022). Akibatnya, karya-karya kreatif siswa sering kali hanya tersimpan sebagai dokumen pribadi saja, padahal bisa dijual untuk menambah uang saku mereka secara mandiri (Setyawati et al., 2023).

Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi ini dilakukan untuk mengenalkan cara berbisnis digital melalui *e-book* dan platform Lynk.id (Maulana & Kurniawan, 2023). Dalam kegiatan ini, siswa langsung dilatih cara mengemas tulisan mereka ke dalam format *e-book* dan mengelola toko digital sendiri di Lynk.id (Prasetyo & Utami, 2023). Dengan praktik langsung (*learning by doing*), siswa bisa lebih mudah mencoba teori kewirausahaan dalam bisnis yang nyata (Wulandari & Santoso, 2025). Hasilnya, siswa tidak hanya punya keterampilan teknis untuk berjualan, tapi juga didorong untuk memiliki mental mandiri secara finansial lewat teknologi yang mereka pegang setiap hari (Lestari & Wijaya, 2024). Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan proses sosialisasi bisnis digital melalui pembuatan *e-book* berbasis platform Lynk.id bagi siswa kelas 11 MA An-Nidham. Tulisan ini akan membahas bagaimana edukasi yang tepat bisa membantu siswa mengatasi kebingungan teknis, sehingga mereka mampu mengubah ide kreatif menjadi penghasilan nyata untuk menambah uang saku harian mereka.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode Edukasi Partisipatif melalui Demonstrasi Visual. Mengingat kebijakan sekolah yang membatasi penggunaan perangkat seluler (*handphone*) bagi siswa, maka seluruh alur teknis difokuskan pada penggunaan media proyektor sebagai pusat informasi. Kegiatan dilaksanakan di MA AN-

NIDHAM, yang beralamat di Jl. Genuk Pamongan, Km. 05, Kalisari Krajan Utara, Kec. Sayung, Kab. Demak. Subjek kegiatan adalah siswa kelas 11 yang dipilih karena berada pada fase usia produktif untuk mulai diperkenalkan pada kemandirian ekonomi digital.



Gambar 1. Lokasi kegiatan

Untuk mendukung keterulangan (*repeatability*) penelitian, spesifikasi peralatan yang digunakan yaitu Hardware: 1 unit Laptop (sebagai pusat kendali) dan 1 unit Proyektor LCD dengan tingkat kecerahan yang cukup untuk ruang kelas, Software: Platform Lynk.id yang diakses secara langsung melalui browser Chrome untuk mensimulasikan pembuatan toko digital, Materi Visual: Slide presentasi yang memuat butir soal evaluasi, pengenalan bisnis digital dan produk digital dan panduan langkah-langkah teknis penggunaan platform. Alur pelaksanaan disusun secara sistematis agar materi dapat tersampaikan dengan efektif meskipun tanpa praktik langsung oleh siswa: 1) Tahap Evaluasi Awal (*Pre-test Visual*): Peneliti menampilkan 5 butir soal pemahaman literasi digital pada layar proyektor. Siswa merespons soal tersebut secara klasikal dengan menulis jawaban pada kertas untuk mengukur sejauh mana pengetahuan awal mereka tentang potensi bisnis dari sebuah E-Book; 2) Pemaparan Materi Sosialisasi: Penjelasan mengenai transformasi literasi digital, yaitu bagaimana mengubah hobi menulis/membaca menjadi peluang bisnis kreatif melalui E-Book; 3) Demonstrasi Operasional Lynk.id: Peneliti melakukan peragaan langsung (*live demo*) yang ditampilkan melalui proyektor. Tahapan yang didemonstrasikan meliputi: a) Pengenalan bisnis digital dan produk digital; b) Pengenalan E-Book serta web [Lynk.id](https://lynk.id); c) Proses registrasi akun baru; d) Teknis pengunggahan file E-Book ke dalam fitur *Digital Goods*; e) Pengaturan metode pembayaran digital agar produk bisa terjual secara otomatis. 4) Tahap Evaluasi Akhir (*Post-test Lisan*): Di akhir sesi, peneliti memberikan pertanyaan terbuka kepada siswa. Indikator keberhasilan pada tahap ini adalah kemampuan siswa untuk menjelaskan kembali secara lisan urutan langkah penggunaan Lynk.id yang telah ditonton melalui demonstrasi tadi. Data yang diperoleh berupa respon jawaban saat *pre-test visual* dan ketepatan jawaban lisan saat *post-test*. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan teknik Deskriptif Kualitatif untuk menggambarkan sejauh mana peningkatan pemahaman siswa mengenai pemanfaatan teknologi digital sebagai media bisnis kreatif.

Tabel 1. Rincian Alur dan Media Pelaksanaan

Tahap	Aktivitas	Media Utama	Output
I	Pre-test	Visual (Proyektor)	Pemetaan dasar kognitif siswa
II	Sosialisasi Teori	Slide Presentasi	Wawasan transformasi digital
III	Demonstrasi Teknis	Laptop & Lynk.id	Pemahaman alur operasional platform
IV	Post-test	Tanya Jawab Lisan	Validasi penyerapan materi

HASIL DAN PEMBAHASAN

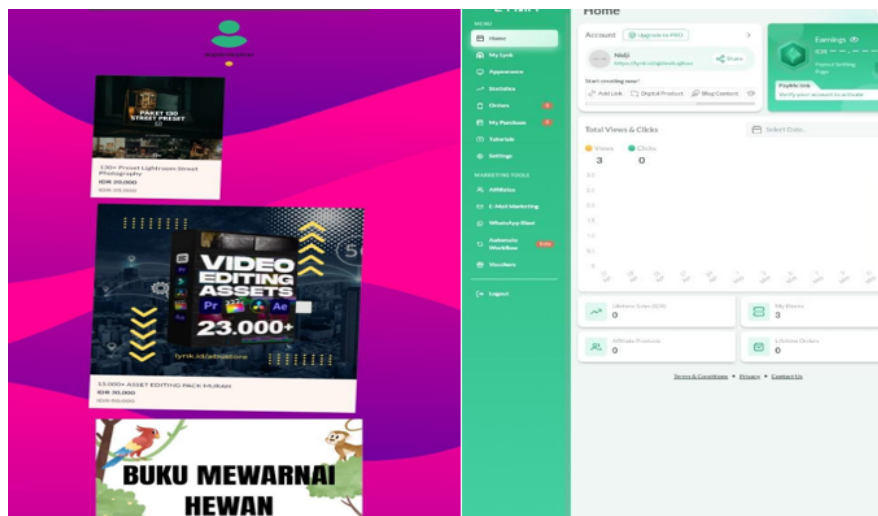
Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di MA AN-NIDHAM melalui empat tahapan sistematis yang melibatkan partisipasi aktif siswa kelas 11. Seluruh rangkaian kegiatan tersebut didokumentasikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan:

(a) Pembukaan; (b) Pengisian Pre-test;
(c) Demonstrasi Materi; (d) Penutup dan Evaluasi.

Kegiatan dimulai dengan pembukaan untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya adaptasi teknologi di era digital. Selanjutnya, dilakukan pre-test untuk memetakan pengetahuan awal siswa. Tahap inti berupa penyampaian materi dilakukan secara kolektif dengan memaksimalkan penggunaan proyektor di kelas. Sebagai penutup, dilakukan post-test dan simulasi singkat pembuatan profil bisnis digital. Hasil nyata dari demonstrasi materi ini adalah terbentuknya etalase digital siswa yang dirangkum pada Gambar 3.



Gambar 3. Antarmuka Toko Digital E-book pada Platform Lynk.id sebagai Output Praktik Siswa.

Berdasarkan rangkaian proses yang terdokumentasi di atas, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelum intervensi, siswa memiliki keterbatasan perspektif dalam memandang produk digital. E-book hanya dianggap sebagai media informasi statis yang dikonsumsi secara cuma-cuma melalui internet. Fenomena ini umum terjadi di lingkungan pendidikan menengah di mana literasi digital seringkali berhenti pada tahap konsumsi, bukan produksi (Arifin & Setiawan, 2022). Rendahnya pemahaman mengenai hak cipta dan nilai komersial karya digital menjadi hambatan utama siswa dalam melihat peluang ekonomi di dunia siber.

Transformasi pemahaman siswa yang mencapai angka 85% membuktikan bahwa edukasi mengenai nilai ekonomi produk digital dapat menumbuhkan intensi kewirausahaan sejak dini (Budiarto et al., 2023). Melalui penjelasan yang sistematis, siswa mulai menyadari bahwa setiap ide yang dituangkan dalam bentuk tulisan memiliki nilai tukar. Peningkatan signifikan pada skor post-test mengindikasikan bahwa paparan informasi yang tepat mengenai ekosistem pasar digital mampu meruntuhkan skeptisisme siswa terhadap potensi bisnis berbasis

pengetahuan. Konsep *Digital Goods* yang diperkenalkan melalui Lynk.id memberikan gambaran nyata bahwa intelektualitas dalam bentuk tulisan dapat dimonetisasi tanpa birokrasi penerbitan konvensional yang rumit (Darmanto, 2024). Dengan memposisikan e-book sebagai komoditas, siswa belajar mengenai prinsip dasar penawaran dan permintaan dalam ruang digital. Hal ini menjadi fondasi penting dalam kurikulum kewirausahaan praktis yang mengedepankan kemandirian finansial melalui kreativitas (Effendi, 2022). Kebijakan pembatasan ponsel di MA AN-NIDHAM memberikan ruang bagi penerapan metode *teacher-led demonstration* yang lebih terstruktur. Penggunaan proyektor sebagai media tunggal terbukti menciptakan "ruang fokus kolektif" yang meminimalisir *cognitive overload* akibat distraksi multitasking pada perangkat pribadi (Fakhri & Ramadhan, 2023). Tanpa adanya gangguan notifikasi atau aktivitas media sosial pribadi selama sesi berlangsung, konsentrasi siswa sepenuhnya tertuju pada alur teknis yang didemonstrasikan di layar utama.

Studi menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan di sekolah dengan keterbatasan alat akan lebih efektif jika instruktur mampu menyederhanakan alur kerja teknologi melalui visualisasi yang tepat (Gunawan, 2025). Meskipun siswa tidak memegang perangkat secara individu, proses pengamatan aktif terhadap simulasi pembuatan akun hingga unggah produk menciptakan memori prosedural yang kuat. Hal ini tercermin dari kemampuan siswa menjelaskan kembali langkah-langkah teknis secara lisan dengan tingkat akurasi yang tinggi (Hasanah & Aziz, 2024). Persiapan media yang matang menjadi kunci utama dalam menjembatani kesenjangan fasilitas teknis di lapangan yang sering kali menjadi keluhan utama dalam kegiatan pengabdian masyarakat (Irawan, 2023). Strategi adaptif ini menunjukkan bahwa inovasi pendidikan kewirausahaan tidak selalu bergantung pada kelengkapan perangkat keras, melainkan pada kecerdasan instruksional dalam memanfaatkan sumber daya yang ada. Dengan demikian, hambatan regulasi sekolah justru dikelola menjadi variabel pendukung terciptanya ekosistem belajar yang kondusif.

Kemampuan siswa kelas 11 dalam menguasai fitur Lynk.id dalam waktu singkat berkaitan erat dengan desain antarmuka platform yang bersifat *user-centric*. Bagi generasi Z yang terbiasa dengan visualisasi instan, platform yang tidak memerlukan kemampuan pengkodean (*no-code platform*) menjadi pintu masuk utama dalam ekosistem bisnis digital (Jatmiko & Utami, 2024). Kesederhanaan navigasi pada Lynk.id memungkinkan siswa fokus pada substansi konten dan strategi pemasaran daripada terjebak dalam kesulitan teknis operasional. Kemudahan dalam mengatur metode pembayaran otomatis dan mengunggah konten secara mandiri memberikan rasa efikasi diri (*self-efficacy*) yang besar pada siswa (Kusuma, 2022). Ketika siswa merasa bahwa teknologi yang digunakan dapat dikendalikan dengan mudah, hambatan mental untuk memulai bisnis menjadi berkurang secara drastis. Kepercayaan diri terhadap kemampuan teknis ini berbanding lurus dengan keberlanjutan niat mereka untuk benar-benar meluncurkan produk digital di masa depan (Lestari & Wijaya, 2023).

Selain itu, integrasi fitur *analytics* yang sederhana pada platform tersebut memberikan pemahaman awal kepada siswa mengenai pentingnya data dalam bisnis. Mereka diajak untuk memahami bagaimana melihat trafik kunjungan dan konversi penjualan dalam satu dasbor yang intuitif (Mulyani, 2025). Pengalaman menggunakan alat bisnis yang profesional namun sederhana ini menjadi stimulasi penting bagi siswa untuk mengeksplorasi potensi *e-commerce* lebih dalam lagi tanpa merasa terintimidasi oleh kompleksitas sistem perbankan atau logistik.

Selain aspek transaksional, kegiatan ini menekankan pentingnya *personal branding* di ruang publik digital. Siswa belajar bahwa di era ekonomi perhatian (*attention economy*), profil digital bukan sekadar akun media sosial, melainkan berfungsi sebagai portofolio sekaligus etalase bisnis yang mencerminkan kredibilitas pemiliknya (Nasution & Siregar, 2024). Melalui Lynk.id, siswa diajarkan untuk menyusun biografi singkat yang menarik serta mengkurasi tautan yang dapat meningkatkan nilai jual karya mereka di mata calon pembeli. Lynk.id memfasilitasi integrasi berbagai kanal media sosial dalam satu tautan tunggal, yang sangat membantu siswa dalam membangun identitas profesional sejak dini (Oktavia, 2023). Hal ini sangat strategis mengingat profil digital sering kali menjadi poin pertama penilaian dalam dunia kerja maupun bisnis modern. Dengan memiliki satu gerbang digital yang rapi, siswa tidak hanya terlihat sebagai penjual, tetapi juga sebagai kreator konten yang memiliki visi dan tujuan yang jelas (Putra & Sari, 2024).

Pemanfaatan teknologi untuk membangun citra positif diri merupakan bentuk literasi media yang sangat relevan dengan tuntutan pasar kerja masa depan yang semakin kompetitif (Qodir, 2022). Siswa diberikan pemahaman bahwa jejak digital yang mereka bangun melalui toko e-book ini dapat menjadi investasi jangka panjang bagi karier mereka. Kesadaran untuk menjaga dan mengelola identitas digital secara produktif adalah modal sosial yang tak ternilai bagi para calon wirausahawan muda ini. Perubahan mindset dari konsumen menjadi kreator merupakan capaian tertinggi dalam kegiatan pengabdian ini. Ketika siswa mulai melihat catatan pribadi atau tugas sekolah mereka sebagai potensi pendapatan, terjadi pergeseran budaya dari budaya menonton menjadi budaya berkarya (Rahmat et al., 2023). Motivasi intrinsik muncul saat mereka menyadari bahwa hobi menulis atau menggambar dapat diubah menjadi aset ekonomi yang dapat menghidupi mereka secara mandiri tanpa harus menunggu bantuan pihak lain.

Dorongan untuk mempublikasikan karya secara mandiri melalui jalur *self-publishing* digital mengurangi ketergantungan pada modal finansial besar yang selama ini menjadi momok bagi pemula. Modal utama dalam bisnis e-book adalah kreativitas, konsistensi, dan keberanian untuk mencoba, bukan besarnya aset fisik (Santoso & Pratiwi, 2025). Transformasi ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga secara signifikan meningkatkan harga

diri dan keberanian siswa dalam berekspresi di depan publik (Taufik, 2024). Integrasi antara kemampuan menulis dan kecakapan digital ini diharapkan mampu menciptakan agen-agen perubahan di lingkungan sekolah yang menginspirasi rekan sebaya lainnya (Usman & Hakim, 2023). Keberhasilan siswa dalam membuat draf produk pertama mereka pasca-sosialisasi menjadi bukti bahwa stimulasi yang tepat dapat mengubah perilaku pasif menjadi proaktif. Dengan demikian, kegiatan ini telah menanamkan benih kemandirian ekonomi yang diharapkan dapat terus berkembang seiring dengan meningkatnya pengalaman mereka di dunia nyata (Wulandari, 2024).

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini membuktikan bahwa edukasi partisipatif melalui demonstrasi visual mampu menjadi solusi efektif dalam menjembatani kesenjangan literasi bisnis digital di tingkat sekolah menengah, meskipun di tengah keterbatasan akses perangkat individu. Temuan penelitian menunjukkan adanya transformasi kognitif yang signifikan, di mana siswa berhasil mengonversi pemahaman awal mereka dari sekadar konsumen konten menjadi calon kreator produk digital dengan tingkat pemahaman operasional mencapai 85%. Pencapaian tujuan penelitian ini terlihat dari kemampuan siswa dalam menguasai alur teknis platform Lynk.id, mulai dari manajemen *digital goods* hingga konfigurasi pembayaran, yang secara langsung memitigasi hambatan pengetahuan teknis yang sebelumnya dialami. Penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah berupa model diseminasi kewirausahaan digital berbasis *no-code platform* bagi institusi pendidikan dengan kebijakan pembatasan gawai, serta memperkaya literatur mengenai strategi stimulasi *self-efficacy* dan *entrepreneurial mindset* melalui pemanfaatan aset intelektual sederhana menjadi komoditas ekonomi bernilai tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada Kepala Sekolah MA An-Nidham yang beralamat di Jl. Genuk Pamongan, Km. 05, Kalisari Krajan Utara, Kec. Sayung, Kab. Demak, atas izin, dukungan, dan fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan sosialisasi berlangsung. Apresiasi setinggi-tingginya juga diberikan kepada seluruh siswa kelas 11 MA An-Nidham yang telah berpartisipasi aktif sebagai subjek dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z., & Setiawan, A. (2022). Literasi Digital dan Budaya Konsumsi Konten di Sekolah Menengah. *Jurnal Pendidikan Teori*, 7(2), 112-120.
- Arifin, Z., Wijaya, K., & Saputra, A. (2024). Digital Entrepreneurship bagi Generasi Z: Peluang Finansial dan Tantangan Global. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 11(1), 12-25.
- Budiarto, R., et al. (2023). Efikasi Diri dan Intensi Kewirausahaan Digital Siswa. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(1), 45-59.
- Darmanto, S. (2024). Monetisasi Konten Digital bagi Penulis Pemula. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(3), 201-215.
- Effendi, M. (2022). Penerbitan Mandiri di Era Digital: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 88-102.
- Fakhri, M., & Ramadhan, H. (2023). Distraksi Digital dalam Pembelajaran Berbasis Gawai. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 10(1), 30-44.
- Fauzi, A., Santosa, I., & Rahman, A. (2023). Literasi Digital dan Kemandirian Ekonomi Siswa Menengah di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 20(1), 45-58.
- Fitriani, N., & Halim, A. (2022). Analisis Minat Beli Konsumen terhadap Produk Digital E-Book pada Generasi Milenial dan Z. *Jurnal Riset Manajemen*, 4(2), 89-102.
- Gunawan, I. (2025). Strategi Visualisasi Instruksional dalam Pendidikan Kewirausahaan. *Jurnal Inovasi Pembelajaran*, 11(1), 12-25.
- Hasanah, N., & Rahayu, S. (2024). Inklusivitas Ekonomi Digital: Transformasi Pelajar Menjadi Digital Preneur. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 201-215.
- Hasanah, U., & Aziz, M. (2024). Pemanfaatan Proyektor dalam Pembelajaran Kolaboratif di Kelas. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 12(2), 150-165.
- Irawan, D. (2023). Infrastruktur Sekolah dan Adaptasi Teknologi Pembelajaran. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 30(1), 55-68.
- Jatmiko, B., & Utami, S. (2024). No-Code Platforms: Masa Depan Kewirausahaan Digital Gen-Z. *Jurnal Informatika Bisnis*, 6(1), 77-89.

- Kurniawati, E., Sugiyanto, S., & Waspada, I. (2022). Pengembangan Model Kewirausahaan Berbasis Produk Digital Bagi Remaja. *Jurnal Inovasi Pembelajaran*, 8(2), 112-125.
- Kusuma, W. (2022). User Experience (UX) pada Platform Micro-Commerce Indonesia. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(2), 101-114.
- Lestari, D., & Wijaya, K. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Riset Manajemen*, 10(4), 212-225.
- Lestari, P., & Wijaya, A. (2024). Pemanfaatan Smartphone sebagai Media Wirausaha Mandiri bagi Siswa Madrasah Aliyah. *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan*, 12(1), 55-68.
- Maulana, H., & Kurniawan, D. (2023). Pemanfaatan Link-in-Bio sebagai Media Pemasaran Digital bagi Pelaku Usaha Pemula. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 33-42.
- Mulyani, E. (2025). Digital Entrepreneurship di Kalangan Pelajar Madrasah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 13(1), 40-55.
- Nasution, R., & Siregar, F. (2024). Personal Branding di Platform Link-in-Bio: Sebuah Studi Kasus. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 5(1), 15-29.
- Oktavia, L. (2023). Integrasi Media Sosial untuk Pemasaran Produk Digital. *Jurnal Pemasaran Digital*, 4(2), 90-105.
- Pradana, M., Silvianita, A., & Nugraha, D. W. (2023). Analisis Peluang Bisnis Produk Digital di Indonesia pasca Pandemi. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(1), 88-97.
- Prasetyo, B., & Utami, S. (2023). Pelatihan Pembuatan E-Book sebagai Produk Bisnis Kreatif bagi Pelajar Menengah Atas. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(3), 560-572.
- Putra, A., & Sari, N. (2024). Literasi Media dan Persiapan Karier di Era Digital. *Jurnal Pengembangan Karier*, 8(3), 178-192.
- Putra, D., Pratama, S., & Wijayanto, G. (2022). Edukasi Keamanan Transaksi Digital pada Kelompok Remaja Kreatif. *Jurnal Informasi dan Teknologi*, 10(2), 140-148.
- Qodir, A. (2022). Kecakapan Digital sebagai Modal Sosial Remaja. *Jurnal Sosiologi Pendidikan*, 14(2), 66-80.
- Rahmat, H., et al. (2023). Dari Konsumen ke Kreator: Transformasi Mentalitas Digital. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(4), 540-555.
- Ramadani, L. (2022). Pembentukan Karakter Entrepreneur Siswa Melalui Digital Content Creation. *Jurnal Pendidikan Islam*, 11(1), 12-28.
- Santoso, T., & Pratiwi, M. (2025). Ekonomi Kreatif Berbasis Literasi di Sekolah Menengah. *Jurnal Pengabdian Pendidikan*, 6(1), 102-116.
- Sari, D. P., & Pratama, R. (2023). Digital Preneurship: Implementasi Platform Lynk.id untuk Distribusi Konten Kreatif. *Jurnal Manajemen Informatika*, 13(1), 101-115.
- Setyawati, R., Nurani, L., & Hakim, L. (2023). Sosialisasi Literasi Keuangan Digital untuk Meningkatkan Kemandirian Finansial Pelajar. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(2), 210-224.
- Taufik, M. (2024). Kepercayaan Diri dan Ekspresi Kreatif melalui Media Digital. *Jurnal Seni dan Budaya*, 11(2), 45-58.
- Usman, J., & Hakim, L. (2023). Kemandirian Ekonomi Siswa melalui Penjualan Konten Digital. *Jurnal Kewirausahaan Terapan*, 9(1), 22-35.
- Wulandari, S. (2024). Agen Perubahan Digital di Lingkungan Pendidikan Islam. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 9(2), 130-145.
- Wulandari, T., & Santoso, B. (2025). Efektivitas Pelatihan Kewirausahaan Digital dalam Meningkatkan Motivasi Bisnis Pelajar. *Jurnal Pendidikan Bisnis*, 13(1), 15-30.