PENGUATAN LITERASI LINGUISTIK MELALUI PENGEMBANGAN DESAIN TEKS KREATIF PADA PRODUK MUG BUNGLON BAGI KARANG TARUNA DESA CIPENJO

N. Lia Marliana, Liliana Muliastuti, Sintowati Rini Utami, Siti Ansoriyah, Etsa Purbarani, Cahya Sasmita, Ajeng Rahmadania Ariestiara, Monica Syafitri
Magister Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia
nliamarliana2929@gmail.com, liliana.muliastuti@unj.ac.id, Sinto_riniutami@unj.ac.id, Sitiansoriyah@unj.ac.id, epurbarani@gmail.com, cahyasasmita028@gmail.com, ajeng.rahmadania@mhs.unj.ac.id, monicasyafitri64@gmail.com

Abstract

This community service activity aimed to strengthen the linguistic literacy of Karang Taruna youth in Desa Cipenjo, Cileungsi, through the development of creative text designs for color-changing mugs. The activity addressed the partners' limited use of language as a product identity and communication instrument. The program was implemented through socialization, linguistic design training, group practice, direct mentoring, product application, and evaluation. Thirty youth participants representing residents and Karang Taruna administrators took part in a one-day face-to-face training. The materials covered the linguistic function of product text, diction selection, persuasive language, slogan construction, creative messages, and the use of digital design tools. Participants developed mug designs collaboratively and applied selected textual concepts to physical products with support from the PkM team and Lisa Printing. The results showed that participants were able to apply linguistic considerations in creating mug designs and produce color-changing mugs that were ready for further development and marketing. Participant testimonials also indicated high satisfaction and an interest in continuing the activity toward independent MSME development. The activity demonstrates that applied linguistic literacy can be integrated with creative product development to strengthen the communicative and symbolic value of community-based products.

Keywords: *linguistic literacy; creative text; product design; color-changing mug; community empowerment*

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat literasi linguistik remaja Karang Taruna Desa Cipenjo, Cileungsi, melalui pengembangan desain teks kreatif pada produk mug bunglon. Kegiatan dilaksanakan sebagai respons terhadap keterbatasan mitra dalam memanfaatkan bahasa sebagai pembentuk identitas dan daya tarik produk. Pelaksanaan dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan desain berbasis linguistik, praktik kelompok, pendampingan, penerapan desain pada produk, dan evaluasi. Sebanyak 30 remaja yang terdiri atas perwakilan warga dari setiap RW dan pengurus Karang Taruna Desa Cipenjo mengikuti pelatihan luring selama satu hari. Materi meliputi fungsi bahasa pada produk, pemilihan diksi, gaya bahasa persuasif, konstruksi slogan, penyusunan pesan kreatif, serta penggunaan perangkat desain digital. Peserta menyusun desain secara berkelompok dan menerapkan konsep teks yang dipilih pada produk fisik dengan pendampingan Tim PkM dan Lisa Printing. Hasil kegiatan menunjukkanbahwa peserta mampu menerapkan pemanfaatan linguistik dalam pembuatan desain mug dan menghasilkan mug bunglon yang dapat dikembangkan serta dipasarkan. Testimoni peserta menunjukkan kepuasan terhadap kegiatan dan keinginan untuk melanjutkan pengembangan UMKM dengan pendampingan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa literasi linguistik dapat diintegrasikan dengan pengembangan produk kreatif untuk memperkuat nilai komunikatif dan simbolik produk masyarakat.

Kata Kunci: *literasi linguistik; teks kreatif; desain produk; mug bunglon; pemberdayaan masyarakat*

1. PENDAHULUAN

Dalam Peraturan Menteri Sosial Nomor 25 Tahun 2019, dijelaskan bahwa Karang Taruna sebagai sebuah organisasi potensial dan diharapkan menjadi potensi sumber kesejahteraan sosial, khususnya generasi muda yang dibentuk dari, oleh dan untuk masyarakat Selain berfungsi sebagai wadah pengembangan kepemudaan dan sosial kemasyarakatan, Karang Taruna di Kecamatan Cileungsi mulai menginisiasi kegiatan ekonomi produktif melalui pengelolaan UMKM skala kecil (Handika, 2022). Inisiatif ini memiliki peran strategis dalam mendorong kemandirian ekonomi pemuda desa sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi lokal. Oleh karena Kecamatan Cileungsi merupakan kawasan industri dan wisata (seperti Taman Wisata Mekarsari), sehingga Karang Taruna seringkali difokuskan pada pemberdayaan SDM lokal (BPS Kabupaten Bogor, 2024).

Hasil observasi di Desa Cipenjo, Kecamatan Cileungsi dan wawancara dengan Kepala Desa Cipenjo (Januari 2026) menunjukkan bahwa UMKM Karang Taruna Desa Cipenjo menghadapi persoalan pada inovasi produk, pemanfaatan teknologi, dan strategi komunikasi pemasaran. Produk cenderung homogen, sedangkan penggunaan bahasa sebagai instrumen pembentuk identitas dan daya tarik produk belum dioptimalkan. Perkembangan industri kreatif dan tren personalisasi produk membuka peluang besar bagi UMKM lokal untuk meningkatkan nilai tambah produk. Salah satu bentuk produk kreatif dan salah satu alternatif pemberdayaan UMKM pada Karang Taruna Desa Cipenjo, adalah melalui pengembangan desain teks kreatif dalam pembuatan mug bunglon dengan memanfaatkan kekuatan bahasa (linguistik). Mug bunglon dinilai memiliki prospek pasar cukup tinggi.

Mug bunglon, yaitu mug yang dapat berubah warna ketika terkena panas. Produk ini memiliki keunggulan dari sisi visual dan emosional, terutama apabila dipadukan dengan desain teks yang kreatif, kontekstual, dan relevan dengan kebutuhan konsumen. Mug bunglon atau *color-changing mug* dipilih sebagai media produk kreatif karena memiliki karakter visual yang dapat berubah ketika terkena panas. Keunikan tersebut dapat diperkuat melalui teks yang kreatif, kontekstual, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen (Lisa Printing SMKN 51 Jakarta, 2025). Dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Program Studi Magister Pendidikan Bahasa Indonesia (Prodi MPBI), Fakultas Bahasa dan Seni (FBS), Universitas Negeri Jakarta (UNJ), dilakukan pengintegrasian pembuatan mug bunglon dengan desain teks kreatif yang memanfaatkan literasi linguistik peserta. Pemanfaatan linguistik ini diarahkan pada pemilihan diksi, gaya bahasa persuasif, konstruksi slogan, dan kutipan bermakna yang disesuaikan dengan segmentasi pasar bagi pengembangan UMKM Karang Taruna Desa Cipenjo. Hal ini juga menjadi upaya dalam meningkatkan pemasaran produk mug bunglon nantinya.

Kajian tentang pemanfaatan linguistik dalam komunikasi pemasaran mug bunglon menunjukkan bahwa unsur linguistik bukan sekadar pelengkap visual, melainkan sebagai daya tarik. Bahasa persuasif dapat digunakan untuk membangun daya tarik, kualitas, dan tujuan komunikatif pesan produk. Studi mengenai komunikasi pemasaran di media sosial juga menunjukkan pentingnya perangkat linguistik persuasif dalam membentuk pesan pemasaran.

Pada konteks kemasan, bahasa dan bentuk tulisan dapat menjadi isyarat yang memengaruhi evaluasi konsumen terhadap produk. Pada aspek desain dan bahasa, solusi difokuskan pada penerapan linguistik terapan dalam pengembangan konten teks produk. Tim pengusul memberikan pelatihan mengenai pemilihan diksi, gaya bahasa persuasif, konstruksi slogan, serta penggunaan kutipan bermakna yang disesuaikan dengan segmentasi pasar. Kecerdasan

artifisial generatif dimanfaatkan sebagai alat bantu ideasi untuk menghasilkan variasi teks kreatif, yang selanjutnya dianalisis dan diseleksi secara linguistik agar sesuai dengan konteks budaya dan nilai lokal. Target luaran dari solusi ini adalah tersusunnya minimal 10 desain teks produk berbasis kajian linguistik yang siap diproduksi dan dipasarkan.

Kebaruan kegiatan ini terletak pada penerapan literasi linguistik secara langsung pada desain teks produk mug bunglon dalam konteks pemberdayaan UMKM Karang Taruna. Berbeda dari pelatihan yang hanya menekankan keterampilan produksi atau pemasaran digital, kegiatan ini menempatkan bahasa sebagai bagian dari proses penciptaan nilai produk. Dengan demikian, kegiatan menghubungkan pengetahuan linguistik dengan praktik desain produk kreatif yang dapat dikembangkan menjadi kegiatan usaha.

Permasalahan pengabdian kepada masyarakat yang menjadi dasar kegiatan adalah bagaimana memperkuat literasi linguistik remaja Karang Taruna Desa Cipenjo, Cileungsi, melalui pengembangan desain teks kreatif pada produk mug bunglon? Tujuan kegiatan adalah mendeskripsikan proses pelatihan dan penerapan literasi linguistik dalam pengembangan desain teks pada mug bunglon serta mendeskripsikan hasil keterampilan yang tampak dalam praktik peserta.

Kegiatan pemberdayaan UMKM melalui pelatihan pembuatan mug bunglon berbasis linguistik dan kecerdasan artifisial bagi Karang Taruna Desa Cipenjo, Kecamatan Cileungsi ini sangat berkaitan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) atau dikenal dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs). Kegiatan PkM ini relevan dengan SDGs Nomor 4 (pendidikan berkualitas), SDGs Nomor 10 (mengurangi kesenjangan), SDGs Nomor 11 (kota dan permukiman yang berkelanjutan) yang mampu membangun hubungan antara pendidikan keterampilan, literasi bahasa dan kecerdasan artifisial, kewirausahaan, pemberdayaan pemuda, serta penguatan komunitas desa, juga SDGs Nomor 17 kemitraan dengan Tim P2M UNJ menjadi jembatan bagi pencapaian tujuan pemberdayaan UMKM remaja Karang Taruna Desa Cipenjo.

2. TINJAUAN LITERATUR

Pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan ini dipahami sebagai proses peningkatan kapasitas masyarakat agar mampu memanfaatkan potensi yang dimiliki secara lebih mandiri. Karang Taruna memiliki fungsi pengembangan potensi generasi muda dan pelaksanaan usaha produktif untuk kemandirian organisasi. Karena itu, pelatihan yang menggabungkan pengetahuan, praktik, pendampingan, dan tindak lanjut relevan dengan orientasi pemberdayaan.

Dalam komunikasi produk, bahasa berfungsi membentuk makna, citra, dan daya tarik. Pemilihan diksi harus mempertimbangkan tujuan komunikasi, karakter produk, dan sasaran konsumen. Diksi atau pilihan kata dalam *branding*, deskripsi produk, dan kampanye pemasaran dapat membangun koneksi emosional, kepercayaan konsumen, dan citra merek. Oleh sebab itu, pentingnya mengintegrasikan unsur linguistik ke dalam strategi pemasaran produk lokal (Andriadi & Sofyan, 2024).

Bahasa persuasif dapat diwujudkan melalui kalimat singkat, bentuk imperatif, pengulangan, bahasa yang mudah dipahami, serta strategi yang mengarahkan perhatian konsumen. Pada desain produk, unsur bahasa juga berinteraksi dengan unsur visual sehingga pesan tidak hanya dibaca, tetapi juga dipersepsi sebagai bagian dari identitas produk. Unsur linguistik dan visual

bersama-sama membangun persuasi, sedangkan perangkat visual membantu membentuk makna dan menyampaikan pesan kepada audiens (Al-Subhi, 2022).

Literasi linguistik yang diterapkan dalam kegiatan ini bukan pembelajaran linguistik secara abstrak, melainkan kemampuan menggunakan pengetahuan bahasa untuk mengambil keputusan desain. Peserta diarahkan untuk mempertimbangkan kesesuaian kata, kekuatan pesan, konteks budaya, target konsumen, dan hubungan teks dengan gambar. Pendekatan ini memungkinkan bahasa menjadi sumber nilai tambah pada produk kreatif masyarakat.

3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengangkat judul Pemberdayaan UMKM Remaja Karang Taruna Desa Cipenjo, Kecamatan Cileungsi melalui Pelatihan Pembuatan Mug Bunglon Berbasis Linguistik dan Kecerdasan Artifisial. Namun, artikel ini memfokuskan pada penguatan literasi linguistik peserta pelatihan melalui pengembangan desain teks kreatif pada produk mug bunglon bagi Karang Taruna Desa Cipenjo.

Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara luring di Aula Kantor Desa Cipenjo, Kecamatan Cileungsi. Peserta berjumlah 30 remaja Karang Taruna, terdiri atas 17 perwakilan remaja dari setiap RW dan 13 pengurus Karang Taruna. Kegiatan berlangsung selama satu hari, pukul 08.00–16.00 WIB. Tim PkM Prodi MPBI FBS UNJ berkolaborasi

dengan Lisa Printing SMKN 51 Jakarta sebagai mitra teknis pembuatan mug bunglon dan Kepala Desa Cipenjo, Kecamatan Cileungsi sebagai mitra sasaran pelatihan.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan praktik langsung. Tahapannya meliputi:

a. sosialisasi dilakukan oleh Tim PkM Prodi MPBI FBS kepada Karang Taruna Desa Cipenjo melalui Kepala Desa Cipenjo;
b. pemberian materi linguistik dan pengenalan mug bunglon oleh Tim PkM Prodi MPBI dan Lisa Printing SMKN 51 Jakarta;
c. penyusunan desain teks secara berkelompok dipandu oleh Tim PkM Prodi MPBI FBS UNJ;
d. praktik desain menggunakan Canva dipandu oleh Tim PkM Prodi MPBI FBS UNJ;
e. penerapan desain pada mug bunglon dipandu oleh Lisa Printing;
f. pendampingan dan evaluasi oleh Tim PkM Prodi MPBI dan Lisa Printing; serta
g. perencanaan keberlanjutan oleh Kepala Desa Cipenjo, Tim PkM Prodi, dan Lisa Printing. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan terhadap praktik peserta, hasil produk, dan testimoni peserta.

Tabel 1 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

No	Tahap	Kegiatan	Luaran yang diamati
1	Sosialisasi	Pengenalan tujuan, manfaat, dan teknis kegiatan	Kesiapan peserta
2	Pelatihan linguistik	Pembuatan diksi, bahasa persuasif, slogan, pesan kreatif	Konsep teks produk
3	Desain	Praktik kelompok menggunakan Canva	Desain mug
4	Penerapan	Desain diterapkan pada mug bunglon	Produk fisik
5	Evaluasi	Pendampingan, presentasi karya, dan testimoni	Keterampilan dan respons peserta

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Pembuatan Mug Bunglon Berbasis Linguistik dan Kecerdasan Artifisial ini diikuti oleh 30 peserta remaja Karang Taruna Desa Cipenjo. Pada awal pelatihan, seluruh peserta memperoleh pengantar mengenai mug bunglon, fungsi bahasa pada desain produk, serta proses mengembangkan pesan kreatif dengan memanfaatkan linguistik.





Pada tahap pelatihan linguistik, peserta diarahkan untuk memahami bahwa kata-kata yang dicantumkan pada mug harus mempertimbangkan tujuan komunikasi dan karakter sasaran. Pemilihan kata tidak dilakukan semata-mata berdasarkan keindahan, tetapi juga mempertimbangkan keterbacaan, daya tarik, relevansi, dan kemampuan pesan untuk merepresentasikan pengalaman atau nilai yang dekat dengan konsumen. Pendekatan tersebut sejalan dengan temuan penelitian mengenai bahasa persuasif dalam iklan yang memperlihatkan beragam bentuk linguistik, antara lain kalimat singkat, imperatif, pengulangan, bahasa sederhana, dan gaya bahasa tertentu untuk membangun daya persuasi. Pelatihan tidak berhenti pada pemaparan materi karena peserta langsung menyusun desain secara berkelompok dan memperoleh pendampingan dari dosen serta mahasiswa.

Praktik desain dilakukan menggunakan Canva. Peserta menyusun desain secara berkelompok, kemudian memilih rancangan yang akan diterapkan pada mug. Setelah desain selesai, peserta memperoleh pendampingan teknis dari Lisa Printing dalam membuat mug bunglon. Dengan demikian, literasi linguistik tidak berdiri sendiri, tetapi langsung dihubungkan dengan proses

produksi. Model praktik seperti ini membuat peserta dapat melihat hubungan antara keputusan bahasa, bentuk visual, dan produk yang dihasilkan.





Salah satu karya yang memperoleh apresiasi menggunakan pesan reflektif, yaitu "apa yang kamu nikmati hari ini adalah buah dari setiap perjuangan yang telah kamu lakukan". Pemilihan pesan tersebut menunjukkan bahwa teks pada mug dapat membawa nilai emosional sekaligus menjadi bagian dari identitas desain. Dalam perspektif komunikasi produk, teks semacam ini memiliki fungsi simbolik karena konsumen tidak hanya memperoleh benda fungsional, tetapi juga pesan yang dapat diasosiasikan dengan pengalaman pribadi.







Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu mengaplikasikan hasil pelatihan dengan pendampingan tim dan menghasilkan produk mug bunglon yang siap dikembangkan untuk pemasaran digital. Laporan kegiatan menyatakan tingkat keberhasilan mencapai 100% berdasarkan ketercapaian praktik peserta dan produk yang dihasilkan. Namun, angka tersebut merupakan penilaian keberhasilan program dalam laporan, bukan hasil uji statistik atau pengukuran pretest-posttest. Oleh karena itu, temuan lebih tepat dibaca sebagai indikator ketercapaian pelaksanaan kegiatan.

Evaluasi melalui testimoni memperlihatkan respons positif peserta. Peserta menyatakan pemaparan dan praktik mudah dipahami serta berharap dapat melanjutkan pengembangan UMKM dengan pendampingan UNJ. Respons tersebut menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya menghasilkan keterampilan teknis, tetapi juga memunculkan orientasi keberlanjutan. Dalam konteks pemberdayaan, keberlanjutan penting karena tujuan pelatihan bukan sekadar menghasilkan satu produk pada saat kegiatan, melainkan membangun kapasitas agar peserta dapat mengembangkan produk berikutnya.

5. KESIMPULAN

Pelatihan pengembangan desain teks kreatif pada mug bunglon berhasil mengintegrasikan literasi linguistik dengan praktik pengembangan produk kreatif bagi 30 remaja Karang Taruna Desa Cipenjo. Peserta memperoleh pengalaman memilih dan mengembangkan diksi, bahasa persuasif, slogan, serta pesan kreatif, kemudian menerapkannya dalam desain menggunakan Canva dan produk mug bunglon. Berdasarkan pengamatan praktik, hasil karya, dan testimoni, peserta mampu mengikuti proses dan menghasilkan produk yang dapat dikembangkan untuk kegiatan UMKM. Keberlanjutan program perlu diarahkan pada pendampingan pengembangan desain berikutnya, konsistensi identitas produk, dan penguatan strategi pemasaran digital. Kegiatan PkM ini ini dilakukan atas kerja sama Prodi MPBI FBS UNJ dengan Desa Cipenjo, Kecamatan Cileungsi. Kecamatan Cileungsi yang merupakan salah satu kecamatan wilayah binaan FBS UNJ dimulai pada tahun 2025 dan berlanjut pada 2026. Tim PkM Prodi MPBI juga bekerja sama dengan Lisa Printing SMKN 51 Jakarta sebagai pelatih khusus dalam membuat mug bunglon.

Dalam keseluruhan rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. terdapat kolaborasi antara dosen, mahasiswa, siswa dan guru SMKN 51 yang mewakili Lisa Printing, sehingga tercipta sinergi yang kuat untuk keberhasilan kegiatan PkM. Pembentukan tim multidisiplin ini membuka pintu untuk terciptanya gagasan-gagasan inovatif. transfer pengetahuan yang holistik. dan dampak positif yang lebih luas pada masyarakat. Oleh karena itu. adanya kerangka kerja yang saling bersinergi. seperti pelatihan pembuatan mug bunglon berbasis linguistik dan kecerdasan artifisial bagi remaja Karang Taruna Desa Cipenjo ini dan sinergi antara lembaga pendidikan UNJ dengan SMKN 51 sebagai mitra utama, sangatlah penting dilakukan secara berkala.

Tingkat keberhasilan kegiatan PkM di Desa Cipenjo, Kecamatan Cileungsi ini dapat disimpulkan mencapai 100%. Para peserta dianggap telah mampu mengaplikasikan hasil pelatihan dengan pendampingan dosen dan mahasiswa Prodi MPBI, serta guru dan siswa SMKN 51 menjadi satu produk mug bunglon yang siap untuk dipasarkan melalui media digital. Kegiatan pemberdayaan UMKM melalui pelatihan pembuatan mug bunglon berbasis linguistik dan kecerdasan artifisial bagi Karang Taruna Desa Cipenjo, Kecamatan Cileungsi ini sangat mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) atau dikenal dengan *Sustainable Development Goals* (SDGS). Kegiatan PkM ini sangat relevan dengan SDGS Nomor 4 (pendidikan berkualitas) dalam meningkatkan mutu pendidikan warga di Desa Cipenjo, khusunya remaja Karang Taruna Desa Cipenjo. Kegiatan PkM ini pula sangat mendukung SDGS Nomor 10 (Mengurangi Kesenjangan), Nomor 11 (kota dan permukiman yang berkelanjutan); melalui pemberdayaan UMKM remaja Karang Tarun Desa Cipenjo, Kecamatan Cileungsi sehingga diharapkan keberlangsungan UMKM di Desa Cipenjo melalui kemitraan bersama Lisa Printing dan Kepala Desa Cipenjo. Hal ini berkaitan dengan SDGS Nomor 17 (kemitraan dengan tujuan) yang mampu membangun hubungan antara pendidikan keterampilan, literasi bahasa dan kecerdasan artifisial, kewirausahaan, pemberdayaan pemuda, serta penguatan komunitas desa melalui kemitraan yang kuat.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis menyampaikan terima kasih kepada Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Jakarta, Pemerintah Desa Cipenjo, Karang Taruna Desa Cipenjo, serta Lisa Printing dari SMKN 51 Jakarta yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

7. DAFTAR PUSTAKA

Al-Subhi, A. S. (2022). "Metadiscourse in online advertising: Exploring linguistic and visual metadiscourse in social media advertisements." *Journal of Pragmatics*, 187, 24–40. DOI: 10.1016/j.pragma.2021.10.027.

Andriadi, D., & Sofyan. (2024). "The Role of Diction in Shaping Brand Image to Influence Consumer Choice in the Digital Age." *LADU: Journal of Languages and Education*, 4(6), 135–141.
DOI: 10.56724/ladu.v4i6.296.

Ansoriyah, S., & Marliana, N. L. (2025). Pelatihan literasi berbicara dalam keterampilan master ceremony bagi para ibu PKK Kecamatan Cileungsi.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor. (2024). Kecamatan Cileungsi dalam angka 2024 (Vol. 36). Bogor: BPS Kabupaten Bogor. ISSN 2597-8101.

Handika, K. (2022). Pengertian, tujuan, tugas pokok dan fungsi Karang Taruna. Retrieved from margamulya-pangalengan.desa.id

Marliana, N. L. (2016). Pengembangan Gerakan Literasi Sekolah Kurikulum 2013 di SDN Cinyosog 01 Cileungsi.

Marliana, N. L. (2018). Peningkatan kompetensi literasi budaya dan literasi media digital warga Cileungsi.

Marliana, N. L. (2020). Peningkatan kompetensi guru SD di Kecamatan Cileungsi dalam menyusun RPP Merdeka Belajar berbasis karakter dan keterampilan abad ke-21.

Marliana, N. L. (2025). Pelatihan penulisan karya ilmiah berbantukan teknologi artificial intelligence (AI) bagi para guru di sekolah dasar dan menengah di Kecamatan Cileungsi.

Nadhifa, & Marliana, N. L. (2025). Pelatihan penulisan konten untuk media informasi bagi para staf admin TU Kecamatan dan desa di Kecamatan Cileungsi.

Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2019. (2019).

Rose, E. (2025). Thermochromic ceramic mugs: The chemistry behind the magic—safe or gimmick? Vancasso.

SMKN 51 Jakarta. (2025). Pembuatan mug bunglon: Inovasi pemasaran kreatif SMKN 51 Jakarta.

Tatíčková, Z., Kreibich, V., Kudláček, J., & Svoboda, J. (2021). Thermochromic painting systems—A new approach to increase occupational safety. In Proceedings of the METAL 30th Anniversary International Conference on Metallurgy and Materials (Vol. 30, pp. 593–599). Brno, Czech Republic.

Utami, S. R., & Marliana, N. L. (2026). Edukasi pemilihan film layak tonton bagi keluarga: Upaya meningkatkan pemahaman multiliterasi masyarakat Cileungsi. Prosiding Seminar Nasional.

Vik, M., & Periyasamy, A. P. (2018). Chromic materials: Fundaments, measurements, and applications. New York, NY: Apple Academic Press.

Wikipedia. (2024). Kecamatan Cileungsi. Retrieved from https://id.wikipedia.org/wiki/Cileungsi,_Bogor

Hasil wawancara dengan Kepala Desa dan perwakilan warga. (2026, Januari 21).