

“Kontribusi Mahasiswa KKN-T Dalam Upaya Mengenalkan Kampung Senja Kelurahan Banjaran”

^a*Rizal Fernanda, ^aPutrama' Arifrahman, ^aWindriya Putri Triandini, ^aAlmira,

^aI'in Nur Rahmawati, ^aAshafrada Putri Windakirana, ^aVia Dwi Linanda,

^aLukis Fiska Dian Nirwana, ^aRidho Isaac Sayyidina, ^aDevi Anjarwati, ^aAmisha

Elisia Devi, ^aZennike Fatika Sari, ^aRafael Yuki Mahendra, ^aRyan Sea

Prayoga, ^aArdhi Mardiyanto Indra Purnomo

^a Universitas Nusantara PGRI Kediri

Abstrak— Kampung Senja di Kelurahan Banjaran memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata berbasis seni dan kuliner tradisional. Namun, kurangnya promosi menyebabkan rendahnya tingkat kunjungan dan pemanfaatan potensi tersebut oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) ini bertujuan untuk mengembangkan dan memperkenalkan Kampung Senja melalui berbagai kegiatan pemberdayaan. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan observasi, wawancara, dan intervensi program kerja. Kegiatan yang dilakukan meliputi lomba mewarnai untuk anak-anak guna meningkatkan kreativitas serta strategi branding melalui media sosial untuk meningkatkan eksposur Kampung Senja. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat, terutama anak-anak, dalam aktivitas seni dapat memperkuat identitas budaya lokal. Selain itu, promosi digital melalui Instagram, Youtube, dan TikTok berhasil meningkatkan visibilitas Kampung Senja sebagai destinasi wisata. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kegiatan edukatif dan digital marketing dapat menjadi strategi efektif dalam mengembangkan potensi desa. Oleh karena itu, keberlanjutan program ini perlu diperhatikan dengan dukungan masyarakat dan pemerintah setempat agar Kampung Senja semakin berkembang dan memberikan manfaat ekonomi serta sosial bagi warga sekitar.

Kata Kunci— Pengabdian Masyarakat, Mural, Promosi Digital.

Abstract— *Senja Village in Banjaran Village has great potential as a tourist destination based on traditional arts and culinary. However, the lack of promotion has led to low levels of visitation and utilization of this potential by the wider community. Therefore, this Thematic Community Service Program (KKN-T) aims to develop and introduce Senja Village through various empowerment activities. The method used is descriptive qualitative research with observation, interviews, and work program intervention. Activities carried out include coloring competitions for children to increase creativity and branding strategies through social media to increase exposure of Senja Village. The results of this activity show that community involvement, especially children, in art activities can strengthen local cultural identity. In addition, digital promotion through Instagram, Youtube and TikTok succeeded in increasing the visibility of Senja Village as a tourist destination. The results of this service show that the combination of educational activities and digital marketing can be an effective strategy in developing village potential. Therefore, the sustainability of this program needs to be considered with the support of the local community and government so that Senja Village will grow and provide economic and social benefits for local residents.*

Keywords— Community Service, Murals, Digital Promotion

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Corresponding Author:

Rizal Fernanda,
Manajemen,
Universitas Nusantara PGRI Kediri,
Email: rizalfernanda32@gmail.com



I. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata - Tematik (KKN-T) merupakan program pengabdian kepada masyarakat yang wajib diikuti oleh setiap mahasiswa. KKN merupakan upaya perguruan tinggi menyalurkan mahasiswa untuk bisa menerapkan ilmu dari hasil pembelajaran selama perkuliahan, dan mahasiswa adalah sumberdaya yang dimiliki negara yang di harapkan bisa membawa kemajuan negara (Wibowo, 2019). Sedangkan, Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) adalah kegiatan pembelajaran yang melibatkan mahasiswa secara langsung dalam masyarakat umum (Whalery *et al.*, 2022). Program KKNT mengajarkan siswa untuk berinteraksi dan beradaptasi dengan kehidupan masyarakat. Mahasiswa mengidentifikasi potensi, mengatasi masalah, dan mengembangkan potensi desa atau daerah. Mereka juga mencari solusi untuk masalah yang ada (Marwiji dan Qomaruzzaman, 2023). Tidak seperti KKN biasanya, KKN-T lebih berfokus pada program yang sesuai dengan tema yang telah ditentukan.

Tak terkecuali oleh mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. KKN-T bertujuan untuk mengembangkan potensi mahasiswa dalam berbagai kegiatan pemberdayaan. Pada kegiatan KKN-T, mahasiswa diharapkan dapat menjadi penolong yang mampu membantu, mengamati, dan memberikan solusi untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang ada di desa/kelurahan tempat mereka mengabdi. Selain itu, mahasiswa juga diharapkan dapat memberikan dan mengembangkan ide-ide menarik yang berguna bagi masyarakat dalam wujud kegiatan yang nyata.

Kegiatan KKN-T dilaksanakan di Kelurahan Banjaran Kota Kediri. Terdapat wilayah yang memiliki potensi dan daya tarik yang amat besar bagi masyarakat di Kelurahan Banjaran, yaitu Kampung Senja (Seni dan Jajanan). Kampung Senja memiliki kesenian lokal yang mencerminkan identitas budaya dan kehidupan masyarakat setempat melalui Mural. Mural adalah sebuah karya seni berbentuk lukisan besar yang memiliki nilai-nilai sosial yang bertujuan untuk menambah nilai arsitektur dan identitas dan di harapkan bisa menjadi daya tarik wisata (Pandanwangi *et al.*, 2021).

Mural di Kampung Senja menggambarkan berbagai aspek kehidupan dan budaya masyarakat setempat. Salah satu yang paling menonjol adalah kearifan lokal, di mana mural-mural menampilkan cerita rakyat, tokoh adat, serta nilai-nilai budaya yang diwariskan dari generasi ke generasi. Selain itu, mural di kampung senja juga menunjukkan aktivitas masyarakat, seperti gotong royong, pertunjukan seni tradisional, serta nilai sosial yang kuat.

Berbagai wujud atau rupa lukisan mural dapat dilihat pada dinding hingga jalan perkampungan tersebut. Mural inilah yang menjadikan perkampungan yang dulunya biasa-biasa saja, berubah luar biasa. Unsur seni dan kreativitas pun turut hadir dalam mural-mural ini, di mana motif khas daerah dipadukan dengan sentuhan seni modern, menciptakan identitas visual yang unik. Dengan keindahan dan makna yang terkandung di dalamnya, mural-mural di Kampung Senja tidak hanya mempercantik lingkungan, tetapi juga menjadi media edukasi, kebanggaan lokal, serta daya tarik wisata bagi para pengunjung. Tidak hanya seni, namun terdapat jajanan tradisional yang ditonjolkan di Kampung Senja.

Selain itu, berbagai jenis makanan tradisional yang dijajakan mencerminkan warisan kuliner yang masih dilestarikan. Jajanan tradisional adalah makanan ringan yang dibuat dari bahan-bahan lokal dan dimasak dengan cara direbus, dikukus, digoreng, atau dipanggang yang resepnya diwariskan dari generasi ke generasi (Muhandri *et al.*, 2021). Jajanan tradisional merupakan makanan ringan yang memiliki ciri khas sesuai adat dan budaya di suatu daerah dan umumnya di gunakan untuk keperluan adat setempat. Jajanan Tradisional sering menggunakan bahan-bahan alami seperti tepung beras, tepung ketela, jagung, gula, ketan, dan banyak lagi. Jajanan tradisional di Kampung Senja diproduksi oleh masyarakat Banjaran sendiri. Ada banyak tempat usaha UMKM yang memproduksi jajanan di Kampung Senja. Usaha-usaha UMKM tersebut sudah berdiri sejak lama dan masih berproduksi hingga kini. Keberadaan banyaknya usaha UMKM tersebut menambah daya tarik masyarakat luar untuk berkunjung ke Kampung Senja. Namun, minimnya promosi tidak menjadikan Kampung Senja sebagai wilayah yang dapat dikunjungi. Promosi akan lebih mudah dilakukan melalui media *online* (Moonik & Gilbert Pomantow, 2023). Pemasaran dan promosi yang dilakukan melalui internet dan *platform* digital dikenal sebagai promosi *online*, juga dikenal sebagai pemasaran digital. Oleh karena itu, mahasiswa KKN-T memberikan solusi dengan mengenalkan Kampung Senja pada masyarakat umum melalui media sosial.

II. METODE

Adapun dalam artikel ini memuat Kelompok 16 KKN-T UNP PGRI Kediri di kelurahan Banjaran Kota Kediri yang berjumlah 14 mahasiswa yang di mana sebagian dari kelompok 16 dari keseluruhan berjumlah 28 mahasiswa. Sebagai sarana dalam mewujudkan kelurahan yang

mandiri dan maju melalui kegiatan KKN-T mahasiswa menyusun artikel menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan secara sistematis dan akurat gejala, fakta, atau kejadian populasi atau daerah tertentu disebut penelitian deskriptif (Citriadin, 2020). Sedangkan Penelitian kualitatif adalah cara untuk memahami fenomena sosial secara menyeluruh (Haryono, 2023). Metode penelitian kualitatif deskriptif merupakan metode yang mendeskripsikan data yang di dapat dari hasil observasi dengan melakukan wawancara langsung dengan narasumber (Hanyfah *et al.*, 2022).

Pengumpulan data dilakukan wawancara dengan Kepala kelurahan Banjaran, Rukun Warga, Rukun Tetangga, serta masyarakat dusun Bendon, proses wawancara di tujuhan untuk mengidentifikasi potensi dan kendala yang ada di Dusun Bendon. Selain itu observasi langsung di wilayah yang memiliki potensi daya tarik juga dilakukan sebagai bagian dari pengumpulan data. Pada tahap perencanaan, survei dilakukan untuk menggali potensi yang ada. Setelah mendapatkan gambaran mengenai kondisi yang ada, mahasiswa menyusun program kerja sebagai upaya pengembangan desa. Pelaksanaan program kerja dilakukan melalui metode revitalisasi desa. Dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat, strategi yang digunakan adalah melibatkan anak-anak dusun bendon dalam kegiatan lomba mewarnai, selain itu mahasiswa juga membuat konten-konten di media sosial selama masa KKN-T dengan video, foto dan memperbarui *neon-box* serta menambahkan lokasi di google maps. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan desa agar lebih di kenal masyarakat luar.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) di laksanakan pada tanggal 20 Januari - 17 Februari 2025 di Kelurahan Banjaran, Kec. Kota, Kota Kediri. Pada bagian ini membahas kontribusi mahasiswa KKN-T dalam mengenalkan Kampung Senja melalui berbagai kegiatan yang di rancang untuk memperluas jangkauan Kampung Senja sebagai wisata edukasi dan kuliner. Program-program yang di laksanakan memiliki tujuan untuk mengangkat potensi yang ada sekaligus mendorong keterlibatan masyarakat dalam pengembangan desa. Berikut ini adalah hasil dari kegiatan promosi Kampung Senja yang telah dilakukan mahasiswa:

1) Melibatkan anak-anak Dusun Bendon

Guna mempertahankan kreativitas anak masa kini Kampung Senja khususnya Dusun Bendon, mahasiswa KKN-T memberikan dan mengembangkan program kerja yang berkaitan dengan kesenian yaitu belajar dan lomba mewarnai untuk anak-anak di wilayah setempat. Program kerja ini dilaksanakan pada tanggal 31 Januari dan 1 Februari 2025. Program ini melibatkan anak-anak di Dusun Bendon. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kreativitas

anak, melatih motorik pada anak, menumbuhkan percaya diri dan keberanian dalam berkreasi serta meningkatkan interaksi sosial pada anak-anak di Dusun Bendon. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa bekerja sama dengan perangkat Dusun dan warga setempat agar kegiatan berjalan dengan lancar. Di samping itu mahasiswa KKN-T juga mempersiapkan berbagai perlengkapan seperti kertas gambar berkarakter, *crayon*, pensil warna, snack, serta hadiah untuk pemenang lomba.

Pada tanggal 31 Januari 2025 mahasiswa mengajak anak-anak untuk belajar mewarnai. Mahasiswa KKN-T berperan sebagai mentor yang memberikan bimbingan dan motivasi kepada anak-anak agar lebih percaya diri dalam mengekspresikan imajinasi mereka melalui warna. Mahasiswa KKN-T memberikan contoh teknik mewarnai yang menarik seperti gradasi warna dan kombinasi warna yang harmonis. Anak-anak di beri kebebasan untuk mengekspresikan diri melalui kreativitas mereka tanpa batasan tema.



Gambar 1. Anak-anak Dusun Bendon belajar mewarnai

Kemudian di tanggal 1 Februari 2025 lomba mewarnai diadakan untuk menguji keterampilan dan kreativitas pada anak-anak. Mereka diberikan jangka waktu tertentu untuk mewarnai gambar yang telah diberikan, sementara mahasiswa KKN-T mengawasi dan mendampingi anak-anak selama kegiatan berlangsung. Setelah waktu mewarnai berakhir, hasil karya anak-anak di kumpulkan dan dinilai oleh mahasiswa berdasarkan kreativitas, kerapian, dan kesesuaian warna. Di akhir acara mahasiswa memberikan hadiah sebagai bentuk apresiasi kepada anak-anak yang memiliki karya terbaik, serta mengajak semua peserta lomba untuk berfoto bersama sebagai dokumentasi.



Gambar 2. Lomba mewarnai bersama anak-anak Dusun Bendon

Program kerja ini berlangsung dengan meriah dan antusiasme yang tinggi dari masyarakat setempat Dusun Bendon. Selain memberikan pengalaman belajar yang menyenangkan, program kerja ini dapat menjadi ajang bagi anak-anak untuk saling berinteraksi dan bersain secara sehat. Melalui program ini, diharapkan anak-anak di Dusun Bendon semakin termotivasi untuk mengembangkan kreativitas mereka di bidang seni khususnya mewarnai, menumbuhkan rasa percaya diri dalam mengekspresikan diri melalui karya seni, serta mampu mempertahankan kesenian (Mural) yang ada di Kampung Senja.

2) *Branding* (promosi)

Menggunakan media sosial untuk mempromosikan KKN-T di Kampung Senja memang merupakan tindakan yang sangat tepat, terutama di era teknologi saat ini. Namun, untuk membuat promosi lebih efektif, artikel ini memperluas beberapa aspek yang dapat mencakup penjelasan lebih lanjut tentang pentingnya promosi, manfaatnya untuk Kampung Senja, dan bagaimana mengoptimalkan strategi promosi di media sosial. Berikut adalah beberapa diskusi yang dapat diperluas:

- Pentingnya Promosi dalam Meningkatkan Eksposur Kampung Senja: Promosi sangat penting untuk meningkatkan visibilitas destinasi wisata atau produk yang ditawarkan. Dalam hal Kampung Senja, promosi yang efektif meningkatkan angka pengunjung luar daerah asal dan membangun citra positif dan mendorong orang untuk lebih peduli dengan produk dan layanan di Kampung Senja. Menurut Rahmu & Desriyeni (2017), dengan adanya promosi dapat menjadikan menarik minat masyarakat dan mengetahui produk atau jasa yang di Kampung Senja. Jika tidak mendapatkan promosi yang tepat maka

potensi yang ada di dalamnya akan semakin tidak dikenal. Maka dari itu promosi yang matang penting untuk memaksimalkan potensi yang ada.

b) Peran Media Sosial dalam Promosi Kampung Senja

Platfom digital saat ini menjadi saluran utama untuk memperkenalkan hal baru di masyarakat luas. Media sosial seperti Facebook, Tiktok, Instagram memiliki jangkauan yang sangat luas dan dapat ditinjau oleh masyarakat dari berbagai kalangan lokal hingga mancanegara. Dengan memanfaatkan media sosial yang ada dan diolah sedemikian rupa sehingga visualnya menarik, dapat menggugah minat pengunjung di Kampung Senja. Dalam penggunaan media sosial, masyarakat ikut serta dalam proses pembuatan konten yang akan ditampilkan, memberikan rekomendasi kepada teman atau keluarga, yang dapat dijadikan bentuk promosi yang dapat dipercaya daripada iklan konvensional. Jenis-jenis konten yang akan dibuat seperti, foto, video, yang menampilkan letak geografis wilayah Kampung Senja, cuplikan kondisi dan gambaran keadaan yang menarik bagi penonton. Pembuatan konten juga dapat digunakan sebagai pengenalan UMKM yang ada di Kampung Senja yang dapat dilihat oleh masyarakat bahwa di dalam Kampung Senja selain menyediakan keindahan juga memiliki cerita dan produk khas yang dapat dinikmati

c) Strategi konten yang menarik untuk kampung senja

Untuk mempromosikan Kampung Senja supaya lebih menarik, mahasiswa KKN-T memanfaatkan berbagai jenis konten, diantaranya:

- Cerita Visual (*storytelling*): yakni menampilkan cerita/ sejarah menarik tentang Kampung Senja, kegiatan masyarakat, atupun sejarah turun temurunnya UMKM yang ada di Kampung Senja.
- Konten Kolaboratif: berkolaborasi dengan masyarakat sekitar dalam proses pembuatan konten agar lebih otentik. Pelibatan masyarakat dalam pembuatan konten baik dalam bentuk wawancara, tutorial,bahkan partisipan khusus yang dapat diunggah di media sosial.
- Event: dengan mengadakan event tertentu dapat menarik perhatian pengunjung karena momen-momen yang diabadikan di media sosial dapat meningkatkan antusiasme warga. Misalnya pasar malam, kegiatan workshop/ pelatihan, maupun acara senu lokal.
- menciptakan hastag khusus: dengan menciptakan hastag khusus seperti #KampungSenja akan membuat orang lebih mudah mengingat kampung senja

serta untuk dijadikan hastag bagi para pengunjung yang pernah singgah di Kampung Senja.

- d) Pengukuran dan Evaluasi Hasil Promosi: Pengukuran dan evaluasi hasil promosi adalah komponen penting dari strategi promosi. Mahasiswa KKN-T harus terus mengamati tanggapan publik terhadap konten yang dibagikan. Ini dapat dilihat melalui jumlah like, komentar, dan berbagi yang diterima oleh postingan. Untuk mengetahui seberapa efektif promosi yang sudah dilakukan, juga dapat menggunakan survei atau meminta pendapat langsung dari pengunjung Kampung Senja. Mahasiswa KKN-T dapat mengevaluasi hasil promosi untuk mengetahui apa yang berhasil dan apa yang perlu ditingkatkan. Ini juga memungkinkan untuk menyesuaikan strategi promosi masa depan. Misalnya, jika konten video lebih fokus daripada foto, maka akan lebih mudah untuk membuat video dengan ide yang lebih menarik dan informatif.
- e) Manfaat Jangka Panjang bagi Kampung Senja: Promosi terus menerus memiliki efek jangka panjang bagi Kampung Senja. Tidak hanya meningkatkan jumlah pengunjung, tetapi juga mendorong pertumbuhan UMKM, pelestarian budaya lokal, dan pemulihian ekonomi setempat. Industri setempat di Kampung Senja akan berkembang karena semakin banyak orang yang mengetahui dan tertarik mengunjunginya. Selain itu, promosi terus menerus akan memperkuat reputasi Kampung Senja sebagai destinasi dengan daya tarik unik. Kampung Senja mungkin pada akhirnya menjadi salah satu pilihan utama bagi wisatawan lokal dan mancanegara.



Gambar 3. Desain Neon-Box

IV. KESIMPULAN

Pelaksanaan KKN-T di Kelurahan Banjaran, khususnya di Kampung Senja, dapat memperluas pemahaman masyarakat akan potensi lokal melalui berbagai kegiatan yang dilakukan mahasiswa KKN-T di Kelurahan Banjaran. Dengan pendekatan edukatif seperti lomba mewarnai, anak-anak Dusun Bendon didorong untuk mengembangkan kreativitas serta mempertahankan

kesenian mural yang menjadi ciri khas Kampung Senja. Selain itu, minimnya promosi yang menjadi kendala utama berhasil diatasi melalui strategi branding di media sosial, seperti *Instagram*, *Youtube*, dan *TikTok*, yang memperkenalkan Kampung Senja beserta seni mural dan jajanan tradisionalnya kepada khalayak lebih luas. Dengan adanya program ini, Kampung Senja kini memiliki peluang lebih besar untuk berkembang sebagai destinasi wisata budaya dan kuliner, serta memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat.

Untuk pengabdian selanjutnya, disarankan agar program promosi di Kampung Senja lebih ditingkatkan dengan memperluas jangkauan media sosial serta bekerja sama dengan *influencer* lokal yang ada di Kediri atau media lokal agar lebih banyak masyarakat yang mengenal potensi Kampung Senja. Selain itu, pelatihan *digital marketing* bagi pelaku UMKM di Kampung Senja dapat dilakukan agar pelaku usaha mampu memasarkan produk jajanan tradisional secara mandiri. Kegiatan seni seperti mural dan lomba mewarnai juga dapat dikembangkan dengan mengadakan *workshop* seni bagi anak-anak dan remaja untuk meningkatkan apresiasi terhadap budaya lokal. Terakhir, diperlukan koordinasi lebih lanjut dengan pemerintah daerah dan komunitas setempat agar program yang telah dirintis dapat berkelanjutan dan memberikan dampak jangka panjang bagi perkembangan Kampung Senja sebagai destinasi wisata budaya dan kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Citriadin, Y. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (suatu pendekatan dasar). In *Sanabil Creative*.
http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx
- Hanyfah, S., Fernandes, G. R., & Budiarso, I. (2022). Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car Wash. *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 6(1), 339–344.
<https://doi.org/10.30998/semnasristek.v6i1.5697>
- Haryono, E. (2023). Petunjuk Penulisan Artikel Jurnal Online , An-Nuur Institut Agama Islam (IAI) Al Muhammad Cepu. *E-Journal an-Nuur: The Journal of Islamic Studies*.
- Moonik, N., & Gilbert Pomantow, W. (2023). Pentingnya Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Acha Olshop. *Jurnal MABP*, 5(2), 77–91.
- Muh. Hasan Marwiji, Bambang Qomaruzzaman, Q. Y. Z. (2023). Inovasi Dalam Bidang Kurikulum: Merdeka Belajar, Kampus Merdeka dan Penerapannya. *Jurnal Educatio*, 9(4),

2194. <https://doi.org/10.31949/educatio.v9i3.6283>

Muhandri, T., Hasanah, U., & Amanah, A. (2021). Perilaku Konsumen Terhadap Jajanan Tradisional di Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Mutu Pangan : Indonesian Journal of Food Quality*, 8(1), 10–16. <https://doi.org/10.29244/jmpi.2021.8.1.10>

Pandanwangi, A., Ida, I., Ratnadewi, R., Manurung, R. T., Budiman, I., & Vincent, V. (2021). Tingkat Kebahagiaan Masyarakat setelah Adanya Mural di Kelurahan Sukawarna Kecamatan Sukajadi Bandung. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 7(2), 137. <https://doi.org/10.32884/ideas.v7i2.365>

Rahmi, A., & Desriyeni. (2017). Pembuatan Buku Panduan Media Promosi Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan*, 6(1), 19–27. <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/iipk/article/view/8120%0Ahttps://ejournal.unp.ac.id/index.php/iipk/article/download/8120/6204>

Vhalery, R., Setyastanto, A. M., & Leksono, A. W. (2022). Kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka: Sebuah Kajian Literatur. *Research and Development Journal of Education*, 8(1), 185. <https://doi.org/10.30998/rdje.v8i1.11718>

Wibowo, A. (2019). Program KKNT Unira 2019 Dalam Mendirikan Taman Baca Sebagai Aktualisasi Kesadaran Pentingnya Membaca . *AT-TAMKIN* . 2(1), 12–18.