

Developing EFL Students' Persuasive Writing and Visual Design Skills in Advertising Flyer Projects

Novela Sapitri¹, Dezaria Agustina², Cita Hikmah Yanti³

Universitas Bina Dharma^{1,2,3}

Corresponding email: 221610003@student.binadarma.ac.id

ARTICLE INFO

Article History

Submission : 25-10-2025

Received : 10-11-2025

Revised : 23-12-2025

Accepted : 28-12-2025

Keywords

Advertising Flyer;

English

Language;

Persuasive

Writing.

ABSTRACT

This community service programme aimed to enhance the ability of students at SMK Bina Jaya Palembang to design English advertising flyers by applying persuasive writing techniques. Addressing students' limited experience in combining persuasive language with visual elements, the programme employed a participatory approach through Project-Based Learning (PJBL). The participants were 50 eleventh-grade students who engaged in needs analysis, material development, interactive workshops, guided project activities, and product evaluation. Students' flyer products were evaluated using an analytic rubric focusing on persuasive language and visual design quality. The results showed that 85% of students achieved satisfactory persuasive writing performance and 87% produced visually appealing flyer designs, with an average score of 4.2 out of 5. These findings indicate that integrating persuasive writing within project-based activities effectively supports students' linguistic skills, visual creativity, and learning motivation. Moreover, the programme contributed to the development of essential 21st-century skills, including critical thinking, collaboration, and digital literacy.

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan siswa SMK Bina Jaya Palembang dalam merancang flyer iklan berbahasa Inggris melalui penerapan teknik penulisan persuasif. Menanggapi keterbatasan pengalaman siswa dalam mengintegrasikan bahasa persuasif dengan unsur visual, program ini menerapkan pendekatan partisipatif melalui Project-Based Learning (PJBL). Peserta kegiatan berjumlah 50 siswa kelas XI yang terlibat dalam analisis kebutuhan, pengembangan materi, lokakarya interaktif, kegiatan proyek terbimbing, serta evaluasi produk. Produk flyer siswa dinilai menggunakan rubrik analitik yang berfokus pada penggunaan bahasa persuasif dan kualitas desain visual. Hasil menunjukkan bahwa 85% siswa mencapai kinerja penulisan persuasif yang memadai dan 87% menghasilkan desain flyer yang menarik secara visual, dengan skor rata-rata 4,2 dari 5. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi teknik penulisan persuasif dalam kegiatan berbasis proyek efektif dalam mendukung pengembangan kompetensi kebahasaan, kreativitas visual, dan motivasi belajar siswa. Selain itu, program ini berkontribusi pada pengembangan keterampilan abad ke-21, seperti berpikir kritis, kolaborasi, dan literasi digital.



Pendahuluan

Bahasa Inggris merupakan salah satu keterampilan penting di era globalisasi, tidak hanya sebagai sarana komunikasi internasional, tetapi juga sebagai medium ekspresi profesional dan kreatif dalam dunia kerja modern (Harmer, 2015). Dalam konteks pendidikan vokasional, kemampuan menggunakan bahasa Inggris secara fungsional menjadi kebutuhan yang semakin penting bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) guna mendukung kompetensi keahlian dan kesiapan kerja mereka (Richards, 2017). Oleh karena itu, pengembangan kurikulum English for Specific Purposes (ESP), khususnya pada bidang pemasaran dan periklanan, perlu mengintegrasikan kompetensi linguistik yang relevan dengan praktik dunia kerja, termasuk kemampuan menyusun materi promosi seperti brosur dan flyer iklan (Wulandari & Handoyo, 2021).

Sejalan dengan tuntutan tersebut, pembelajaran bahasa Inggris tidak lagi cukup berfokus pada penguasaan tata bahasa dan kosakata secara terpisah, melainkan perlu diarahkan pada penerapan kontekstual yang bermakna. Salah satu bentuk penerapan tersebut adalah kemampuan menulis teks promosi berbahasa Inggris yang persuasif dan efektif, terutama dalam bentuk media digital seperti flyer dan brosur iklan (Hapsari, 2020). Pembuatan flyer digital berbahasa Inggris dapat menjadi sarana yang menjembatani penguasaan keterampilan bahasa dengan literasi digital, yang merupakan kompetensi penting bagi siswa dalam menghadapi dunia kerja modern (Kusumawardhani & Wulandari, 2019).

Berdasarkan observasi awal di SMK Bina Jaya Palembang, ditemukan bahwa sebagian besar siswa masih mengalami kesulitan dalam menulis teks promosi berbahasa Inggris. Meskipun siswa mampu menerjemahkan kalimat sederhana, mereka belum sepenuhnya memahami strategi penulisan persuasif serta struktur wacana promosi yang efektif (Cahyono & Widiati, 2011). Selain itu, pemanfaatan unsur visual dalam iklan masih belum optimal, karena siswa belum terbiasa mengintegrasikan aspek kebahasaan dengan estetika visual yang mendukung pesan promosi (Kotler & Keller, 2016).

Menanggapi permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan pelatihan pembuatan flyer iklan berbahasa Inggris melalui penerapan teknik penulisan persuasif. Pembelajaran berbasis proyek (Project-Based Learning) dipilih karena sesuai dengan karakteristik pendidikan vokasional, yang menekankan pada produksi karya nyata dan relevansi langsung dengan kompetensi keahlian siswa (Mahdum & Afendi, 2017). Teknik penulisan persuasif dalam kegiatan ini merujuk pada konsep rhetorical appeals yang dikemukakan oleh Aristoteles, yaitu ethos, pathos, dan logos, yang berperan penting dalam membangun pesan promosi yang meyakinkan (Langan, 2011).

Selain meningkatkan kemampuan linguistik dan kreativitas visual siswa, program ini juga diharapkan dapat mendukung pengembangan keterampilan abad ke-21, seperti kreativitas, kolaborasi, komunikasi, dan berpikir kritis (4C skills) (Skills, 2019). Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kemampuan bahasa Inggris siswa, tetapi juga pada penguatan keterampilan komunikasi dan soft skills yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja berbasis digital (Sari & Astuti, 2018).

Metode dan Strategi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif, yang menempatkan siswa sebagai peserta aktif dalam seluruh rangkaian pelatihan. Melalui pendekatan ini, siswa tidak hanya berperan sebagai penerima materi, tetapi juga terlibat secara langsung dalam proses pembelajaran, sehingga memperoleh pengalaman belajar yang bersifat aplikatif dan kontekstual (Sugiyono, 2017). Selain itu, kegiatan ini menerapkan pembelajaran berbasis proyek (Project-Based Learning/PjBL) sebagai strategi utama, karena metode ini memungkinkan siswa mengembangkan keterampilan kreatif dan fungsional melalui pembuatan produk nyata, yaitu flyer iklan berbahasa Inggris (Thomas, 2000).

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di SMK Bina Jaya Palembang dengan melibatkan 50 siswa kelas XI AK1. Pelaksanaan program dirancang dalam empat tahapan utama. Tahap pertama adalah observasi awal dan analisis kebutuhan, yang bertujuan untuk mengidentifikasi kemampuan awal siswa serta kendala yang dihadapi dalam menulis teks iklan berbahasa Inggris. Tahap kedua adalah penyusunan materi pelatihan, yang mengacu pada teori penulisan persuasif (persuasive writing) (Langan, 2011) serta konsep desain visual dan pemaknaan multimodal dalam media iklan (Kress & van Leeuwen, 2006).

Tahap ketiga merupakan pelaksanaan pelatihan melalui workshop interaktif, yang mengintegrasikan penyampaian materi dengan kegiatan praktik. Pada tahap ini, siswa dilatih untuk menyusun kalimat persuasif dan merancang flyer iklan digital menggunakan aplikasi Canva. Aktivitas menulis yang bersifat komunikatif, seperti pembuatan iklan, mendorong keterlibatan aktif siswa karena menuntut penggunaan bahasa Inggris secara fungsional untuk mencapai tujuan komunikasi yang spesifik (Yuliana & Haryati, 2015). Tahap keempat adalah evaluasi dan refleksi, yang bertujuan untuk menelaah hasil karya siswa serta mendorong refleksi terhadap proses dan hasil pembelajaran.

Evaluasi hasil kegiatan dilakukan menggunakan rubrik penilaian analitik dengan skala 1–5. Rubrik tersebut mencakup empat aspek utama, yaitu penggunaan bahasa, struktur teks iklan, kreativitas visual, dan kekuatan pesan persuasif. Data yang diperoleh berupa skor hasil proyek siswa serta catatan observasi selama pelaksanaan kegiatan. Data dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif, dengan merangkum distribusi skor dan menafsirkan secara kualitatif capaian siswa serta tingkat keterlibatan mereka selama program berlangsung (Miles & Huberman, 1994). Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan profil kemampuan siswa dalam menulis teks iklan berbahasa Inggris serta dampak kegiatan terhadap keterlibatan dan motivasi belajar mereka.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “Peningkatan Keterampilan Siswa dalam Pembuatan Flyer Iklan Berbahasa Inggris melalui Teknik Penulisan Persuasif” dilaksanakan di SMK Bina Jaya Palembang dengan melibatkan 50 siswa kelas XI AK1 sebagai peserta. Kegiatan ini diterapkan menggunakan pendekatan Project-Based Learning (PjBL), yang menekankan keterlibatan aktif siswa dalam proses pembelajaran melalui penyelesaian proyek pembuatan flyer iklan berbahasa Inggris.

Selama pelaksanaan kegiatan, siswa mengikuti rangkaian aktivitas yang meliputi pemaparan materi tentang konsep iklan dan teknik penulisan persuasif, diskusi interaktif untuk memperkuat pemahaman konseptual, serta praktik langsung pembuatan flyer iklan digital menggunakan aplikasi Canva. Observasi selama kegiatan menunjukkan bahwa

siswa berpartisipasi secara aktif dalam diskusi dan menunjukkan kemampuan yang semakin baik dalam mengembangkan ide, menyusun pesan iklan, serta mengombinasikan unsur kebahasaan dengan desain visual.

Hasil evaluasi terhadap produk flyer siswa menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam rubrik penilaian. Sebanyak 85% siswa menunjukkan kemampuan yang baik dalam menyusun teks iklan persuasif dengan memperhatikan struktur dan penggunaan bahasa Inggris yang sesuai, sementara 87% siswa berhasil menghasilkan flyer dengan desain visual yang menarik dan pesan promosi yang jelas. Penilaian terhadap keseluruhan karya siswa menghasilkan rata-rata skor sebesar 4,2 dari skala 5, yang mencerminkan capaian positif dalam aspek kebahasaan, kreativitas visual, dan kekuatan pesan persuasif.

Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan teknik penulisan persuasif yang dipadukan dengan pembelajaran berbasis proyek memberikan ruang bagi siswa untuk menggunakan bahasa Inggris secara fungsional dan kontekstual. Sejalan dengan konsep rhetorical appeals (ethos, pathos, dan logos), siswa mulai menunjukkan kemampuan dalam membangun pesan iklan yang tidak hanya informatif, tetapi juga meyakinkan audiens. Selain itu, penggunaan media desain digital seperti Canva membantu siswa memahami bahwa pesan persuasif dalam iklan tidak hanya disampaikan melalui teks, tetapi juga melalui elemen visual yang saling mendukung, sebagaimana dijelaskan dalam konsep multimodal discourse.

Dari perspektif pembelajaran vokasional, hasil kegiatan ini mengindikasikan bahwa PjBL merupakan pendekatan yang relevan untuk mengembangkan keterampilan bahasa Inggris terapan yang terintegrasi dengan kompetensi kejuruan siswa. Melalui proyek pembuatan flyer, siswa tidak hanya berlatih keterampilan menulis, tetapi juga mengembangkan kreativitas, kemampuan bekerja sama, serta kepercayaan diri dalam menggunakan bahasa Inggris untuk tujuan profesional. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi positif terhadap penguatan keterampilan komunikasi dan literasi digital siswa yang dibutuhkan dalam dunia kerja kreatif.

Tabel 1
Indikator Penilaian

Indikator Penilaian	Skor 1	Skor 2	Skor 3	Skor 4	Skor 5
Aspek Kebahasaan	Banyak kesalahan tata bahasa dan kosakata, pesan sulit dipahami	Kesalahan bahasa cukup sering muncul	Bahasa cukup tepat dengan beberapa kesalahan kecil	Bahasa jelas dan hampir tanpa kesalahan	Bahasa sangat tepat, komunikatif, dan persuasif
Kejelasan Pesan	Pesan tidak jelas	Pesan kurang fokus	Pesan cukup jelas	Pesan jelas dan mudah dipahami	Pesan sangat jelas, kuat, dan mengena
Kreativitas Desain	Desain monoton dan kurang menarik	Desain kurang variatif	Desain cukup menarik	Desain kreatif dan menarik perhatian	Desain sangat kreatif, inovatif, dan estetik
Kesesuaian Visual dan Teks	Visual tidak mendukung teks	Visual kurang relevan	Visual cukup mendukung teks	Visual selaras dengan teks	Visual sangat selaras dan memperkuat pesan
Kekuatan Persuasif	Tidak ada unsur ajakan	Ajakan lemah	Ajakan terlihat	Ajakan kuat dan meyakinkan	Ajakan sangat kuat dan mampu memengaruhi pembaca

Luaran kegiatan berupa flyer digital berbahasa Inggris mencerminkan kemampuan siswa dalam mengintegrasikan unsur teks dan visual secara lebih terstruktur. Dalam konteks periklanan, pembelajaran multimodal menjadi aspek penting karena efektivitas pesan promosi tidak hanya ditentukan oleh kualitas teks, tetapi juga oleh keselarasan elemen visual, penggunaan warna, serta tata letak desain yang mendukung makna pesan (Luo & Ding, 2016). Hasil karya siswa menunjukkan bahwa penggunaan media visual yang terintegrasi dengan teks persuasif membantu memperjelas pesan iklan dan meningkatkan daya tarik komunikasi promosi.

Pemanfaatan aplikasi desain digital seperti Canva juga memberikan dukungan dalam proses pembelajaran, khususnya dalam memfasilitasi siswa untuk menuangkan ide kreatif secara visual dan sistematis. Platform ini memungkinkan siswa untuk mengeksplorasi berbagai elemen desain secara mandiri, sehingga mendorong keterlibatan aktif dan pengembangan kreativitas visual dalam pembuatan materi promosi (Zulaiha & Rosmana, 2023). Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan media digital yang mudah diakses dapat mendukung proses pembelajaran bahasa Inggris yang bersifat aplikatif.

Selain aspek keterampilan, kegiatan ini juga memberikan dampak positif terhadap motivasi belajar siswa. Pembelajaran berbasis proyek yang dikaitkan dengan konteks dunia kerja dan industri kreatif membuat aktivitas belajar dipersepsikan lebih relevan dan bermakna oleh siswa. Hal ini sejalan dengan temuan Nuraini dan Pratiwi (2022) yang menyatakan bahwa pembelajaran berbasis proyek dengan orientasi kewirausahaan dapat meningkatkan motivasi dan kreativitas peserta didik karena produk yang dihasilkan memiliki nilai fungsional. Secara konseptual, temuan kegiatan ini selaras dengan teori penulisan persuasif (Langan, 2011), prinsip pembelajaran kontekstual (Johnson, 2002), serta model AIDA dalam komunikasi pemasaran (Kotler & Keller, 2016), yang menekankan pentingnya daya tarik, kejelasan pesan, dan keterlibatan audiens dalam penyampaian pesan promosi. Dengan demikian, integrasi teknik penulisan persuasif dan media digital dalam kegiatan pengabdian ini berpotensi mendukung pengembangan kompetensi bahasa Inggris siswa SMK secara kontekstual dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja.

3 Desain Terbaik



Gambar 1 : “Sweet Choco Macaron” Dengan skor 4,6

Berdasarkan penilaian menggunakan rubrik skala 1–5, flyer “Sweet Choco Macaron” memperoleh rata-rata skor 4,6 yang termasuk dalam kategori sangat baik. Aspek kebahasaan dinilai tinggi karena penggunaan bahasa Inggris yang singkat, jelas, dan komunikatif dalam menjelaskan produk serta penawaran promosi. Dari segi kreativitas desain, flyer menampilkan visual produk yang menarik dan menggugah selera dengan pemilihan warna cokelat yang konsisten dengan tema makanan manis. Kesesuaian antara teks dan visual juga dinilai sangat baik karena mendukung penyampaian pesan secara efektif. Selain itu, kekuatan pesan persuasif diperkuat melalui informasi diskon *50% off* yang mampu menarik minat beli konsumen. Secara keseluruhan, flyer ini efektif sebagai media promosi dan layak dijadikan contoh iklan berbahasa Inggris dalam pembelajaran berbasis proyek.

Tabel 2.
indikator penilaian gambar 1 sweet choco macaron

Indikator Penilaian	Skor	Keterangan
Aspek Kebahasaan	4,5	Bahasa Inggris jelas, komunikatif, dan persuasif
Struktur Iklan	4,6	Informasi tersusun runtut dan sistematis
Kreativitas Desain	4,7	Visual menarik, warna sesuai tema produk
Kesesuaian Visual dan Teks	4,6	Visual mendukung dan memperkuat pesan
Kekuatan Pesan Persuasif	4,6	Diskon <i>50% off</i> efektif menarik minat beli



Gambar 2: Produk Sunscreen Dengan Skor 4,5

Berdasarkan penilaian menggunakan rubrik skala 1–5, flyer produk sunscreen ini memperoleh rata-rata skor 4,5 dengan kategori sangat baik. Aspek kebahasaan dinilai efektif karena penggunaan bahasa Inggris yang ringkas, informatif, dan persuasif dalam menjelaskan manfaat produk seperti SPF 35 PA+++, tekstur ringan, serta kandungan bahan aktif. Dari sisi desain, pemilihan warna kuning yang cerah, ilustrasi pendukung yang relevan, dan tata letak yang rapi menunjukkan tingkat kreativitas yang tinggi. Kesesuaian antara teks dan visual memperkuat penyampaian pesan, sementara adanya penawaran promosi mampu meningkatkan daya tarik iklan. Secara keseluruhan, flyer ini efektif sebagai media promosi dan layak dijadikan contoh iklan berbahasa Inggris dalam pembelajaran berbasis proyek.

Tabel 3.
indikator penilaian gambar 2 produk sunscreen

Indikator Penilaian	Skor	Keterangan Singkat
Aspek Kebahasaan	4,5	Bahasa Inggris ringkas, jelas, dan persuasif; minim kesalahan.
Kejelasan Pesan	4,5	Informasi manfaat produk (SPF, kandungan, tekstur) tersampaikan dengan jelas.
Kreativitas Desain	4,6	Warna, ilustrasi, dan tata letak menarik serta relevan dengan tema.
Kesesuaian Visual dan Teks	4,5	Visual mendukung klaim produk dan memperkuat pesan.
Kekuatan Pesan Persuasif	4,4	Ajakan membeli diperkuat dengan penawaran diskon.



Gambar 3 : Kebersihan Lingkungan dengan skor 4,4

Berdasarkan penilaian menggunakan rubrik skala 1–5, flyer bertema kebersihan lingkungan ini memperoleh rata-rata skor 4,4 dengan kategori sangat baik. Aspek kebahasaan menunjukkan penggunaan bahasa Inggris yang sederhana, jelas, dan mudah dipahami oleh target audiens, terutama anak-anak dan remaja. Dari segi kreativitas desain, flyer menampilkan ilustrasi yang menarik, warna cerah yang konsisten dengan tema lingkungan, serta tata letak yang cukup rapi dan komunikatif. Kesesuaian antara teks dan visual dinilai tinggi karena ilustrasi mampu memperkuat pesan kebersihan yang disampaikan. Selain itu, kekuatan pesan persuasif terlihat dari kalimat ajakan yang positif dan aplikatif, sehingga flyer ini efektif sebagai media edukasi sekaligus promosi perilaku hidup bersih.

Tabel 4
indikator penilaian gambar 3 kebersihan lingkungan

Indikator Penilaian	Skor	Keterangan
Aspek Kebahasaan	4,4	Bahasa sederhana, komunikatif, dan mudah dipahami
Kejelasan Pesan	4,5	Pesan kebersihan disampaikan secara jelas
Kreativitas Desain	4,3	Ilustrasi menarik dan warna sesuai tema
Kesesuaian Visual dan Teks	4,4	Visual mendukung dan memperkuat pesan
Kekuatan Pesan Persuasif	4,3	Ajakan positif dan aplikatif



Gambar 4 : Sesi Pemaparan Materi



Gambar 5 : Sesi Tanya jawab dan Berdiskusi.



Gambar 6: Praktek langsung pembuatan flyer



Gambar 7 : Dokumentasi Akhir Yaitu Foto Bersama

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pembuatan flyer iklan berbahasa Inggris melalui penerapan teknik penulisan persuasif menunjukkan capaian positif dalam pengembangan keterampilan siswa. Hasil kegiatan mengindikasikan bahwa

siswa mampu menyusun teks iklan persuasif dengan lebih terstruktur serta mengintegrasikan unsur kebahasaan dan visual dalam desain flyer secara lebih efektif. Pendekatan Project-Based Learning memungkinkan siswa belajar secara kontekstual dan aplikatif, sehingga pembelajaran bahasa Inggris menjadi lebih relevan dengan kebutuhan dunia kerja dan industri kreatif.

Selain aspek keterampilan, kegiatan ini juga berkontribusi terhadap peningkatan motivasi belajar dan kepercayaan diri siswa dalam menggunakan bahasa Inggris untuk tujuan profesional. Melalui proyek pembuatan flyer iklan digital, siswa memperoleh pengalaman belajar yang bermakna dan berorientasi pada produk nyata. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi teknik penulisan persuasif dengan media digital berpotensi mendukung pengembangan kompetensi bahasa Inggris terapan di lingkungan pendidikan vokasional.

Berdasarkan hasil kegiatan tersebut, disarankan agar program serupa dikembangkan secara berkelanjutan melalui kolaborasi antara guru, dosen, dan mahasiswa untuk memperkuat inovasi pembelajaran berbasis proyek. Pihak sekolah juga dapat mempertimbangkan integrasi pelatihan desain promosi digital ke dalam pembelajaran kewirausahaan dan bahasa Inggris. Selain itu, evaluasi lanjutan diperlukan untuk mengkaji dampak jangka panjang kegiatan terhadap kemampuan komunikasi profesional siswa serta pemanfaatan teknologi desain dalam konteks bisnis digital. Kegiatan pengabdian selanjutnya dapat memperluas cakupan media promosi dengan mengadaptasi bentuk lain, seperti video iklan atau konten media sosial berbahasa Inggris.

References

- Chuang, C. C., & Chen, Y. M. (2018). The effectiveness of using project-based learning to enhance EFL students' writing skills in creating promotional materials. *Journal of Language Teaching and Research*, 9(3), 567–575. <https://doi.org/10.17507/jltr.0903.15>
- Hapsari, R. (2020). Contextual Learning dalam Pengajaran Teks Promosi Digital. *Jurnal Pendidikan Bahasa Inggris*, 8(2), 123–135.
- Johnson, E. B. (2002). *Contextual Teaching and Learning: What It Is and Why It's Here to Stay*. Corwin Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge.
- Langan, J. (2011). *College Writing Skills with Readings* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Luo, C., & Ding, Y. (2016). A study on the application of multimodal learning in English advertising creation. *The Journal of Teaching English with Technology*, 16(2), 17–31.
- Mahdum, R., & Afendi, M. (2017). The use of project-based learning method in teaching writing descriptive text to vocational high school students. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 7(1), 1–11.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Nuraini, L., & Pratiwi, F. (2022). Enhancing students' creative writing ability for entrepreneurial purposes through English advertising projects. *International Journal of EFL and Research*, 7(1), 1–10.
- Pranata, A., & Kusuma, R. P. (2022). E-learning and local wisdom integration through

- folklore content. *Journal of Language and Literature Education*, 7(1), 77–85.
- Richards, J. C. (2017). *Curriculum Development in Language Teaching*. Cambridge University Press.
- Sari, I. P., & Astuti, S. (2018). Integrating 21st-century skills in English language teaching: A case study on persuasive writing. *Linguistik Terapan*, 15(1), 11–20.
- Skills, P. for 21st C. (2019). *Framework for 21st Century Learning*. P21.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Thomas, J. W. (2000). *A Review of Research on Project-Based Learning*. The Autodesk Foundation.
- Wulandari, T. A. (2021). Pengaruh konten audio digital terhadap pemahaman teks naratif siswa. *Jurnal Pendidikan Bahasa Inggris*, 9(2), 112–121. <https://doi.org/10.24815/jpbi.v9i2.20543>
- Yuliana, D., & Haryati, S. (2015). Teaching English writing skills through communicative activities: Focus on advertisement writing. *Journal of English and Education*, 3(1), 60–73.
- Zulaiha, S., & Rosmana, A. (2023). The impact of using Canva on students' motivation and creativity in producing English visual content. *Studies in English Language and Education*, 10(3), 1145–1158. <https://doi.org/10.24815/siele.v10i3.30545>