

PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI DETTOL ANTISEPTIK SEBAGAI PENCEGAH KUMAN PADA PAKAIAN UNTUK KULIT SENSITIF

DESIGN OF DETTOL ANTISEPTIC PROMOTION STRATEGY AS A PREVENTION OF GERMS ON CLOTHES FOR SENSITIVE SKIN

Syahrul Ahmad¹, Sri Maharani Budi², NinaNursetia Ningrum³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*

Syahrulahmad@student.telkomuniversity.ac.id, Srimaharanibudi@telkomuniversity.ac.id,
ninaningrum@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Sejak awal munculnya pandemi Covid-19 kebiasaan hidup masyarakat telah mengalami perubahan yang signifikan. Pandemi ini memaksa Mahasiswa Di Indonesia untuk beradaptasi dengan norma-norma baru dalam upaya memutus mata rantai penyebaran virus. Hingga saat ini, kebiasaan-kebiasaan tersebut masih tetap berlaku sebagai langkah pencegahan yang tidak dapat diabaikan. Secara keseluruhan, kebiasaan-kebiasaan baru yang muncul akibat pandemi Covid-19 masih memainkan peran penting dalam melindungi masyarakat Indonesia. Setelah Covid-19 sudah tidak ada lagi. Kurang sadarnya terhadap penyebaran penyakit akibat terkontaminasi oleh mikroorganisme yang terpapar di area lingkungan sekitar. Dalam membangun kesadaran bahwa bahaya virus dan kuman yang menyebar akan menyebabkan penyakit namun bisa diatasi menggunakan produk antiseptik dari Dettol dengan mensterilkan area lingkungan sekitar. Penulis melakukan metode penelitian kualitatif dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara ke pengguna Dettol Antiseptik sebelumnya. Namun dari hasil kuesioner, masih banyak yang belum mengetahui bahwa Dettol Antiseptik dapat dipakai sebagai pencuci pakaian yang dapat meminimalisir pertumbuhan kuman bahkan virus pada pakaian sehari-hari. Maka dari itu, penulis akan merancang strategi promosi yang berupa event sosialisasi ke beberapa kampus di setiap kota-kota besar yang bertema “Goes to Campuss” untuk meningkatkan kesadaran bahwa pentingnya menjaga sterilisasi pada pakaian.

Kata Kunci : Cairan antiseptik, Covid-19, Dettol, Goes to Campuss, Mikroorganisme

Abstract: Since the emergence of the Covid-19 pandemic, people's living habits have undergone significant changes. This pandemic forces students in Indonesia to adapt to new norms in an effort to break the chain of virus transmission. Until now, these habits are still valid as a preventive measure that cannot be ignored. Overall, the new habits that emerged as a result of the Covid-19 pandemic still play an important role in protecting the Indonesian people. After Covid-19 it is no longer there. Lack of awareness of the spread of disease due to contamination by microorganisms exposed to the surrounding environment. In building awareness that the dangers of viruses and germs that spread will cause disease, but this can be overcome by using antiseptic products from Dettol by sterilizing the surrounding environment. The author conducted a qualitative research method by distributing questionnaires and conducting interviews with previous Dettol Antiseptic users. However, from the results of the questionnaire, there are still many who do not know that Antiseptic Dettol can be used as a clothes washer which can minimize the growth of germs and even viruses on everyday clothes. Therefore, the author will design a promotional strategy in the form of outreach events to several campuses in every major city with the theme "Goes to Campus" to increase awareness of the importance of maintaining sterilization of clothes.

Keywords: Antiseptic liquid, Covid-19, Dettol, Goes to Campuss, Microorganisms

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah mengubah perilaku siswa dengan mengharuskan mereka untuk mengikuti berbagai langkah-langkah kesehatan, termasuk pengasingan sosial dan psikologis, mencuci tangan, menggunakan topeng, dan lainnya. Lingkungan pendidikan berubah drastis; profesor dan dosen tidak lagi melakukan tugas-tugas mereka di ruang kelas tetapi lebih bergantung pada pembelajaran online. Layanan pendidikan online sering disediakan menggunakan berbagai program, termasuk Zoom, Google Classroom, dan lainnya. Aplikasi ini bertujuan untuk memberikan siswa dengan sumber daya instruksional. Manfaat dari aplikasi ini juga memberikan kesempatan untuk menghubungkan instruktur dan siswa secara online.

Namun Berakhirnya Covid-19 sudah tiada, semua kebiasaan yang diterapkan pada Covid-19 jadi berubah semua, yang tadinya menjaga jarak sudah bisa berpelukan, tidak memakai masker lagi, saling menyapa sesama teman kelas, tempat umum sudah mulai ramai dan berdesak-desakan. Maka semua itu sangat mengubah menjadi kebiasaan buruk lagi namun mahasiswa di Indonesia tidak mempedulikan kebiasaan tersebut sehingga kesadaran keterpaparan kuman sangat rentan di Indonesia.

Kulit memainkan fungsi penting sebagai penghalang fisik terhadap invasi mikrobiologis, kimia, dan mekanis. Kulit juga berkontribusi pada sistem kekebalan tubuh dan melindunginya dari bahaya radiasi UV. Epidermis, dermis, dan hipodermis adalah tiga lapisan yang membentuk kulit (lapisan terdalam). Meskipun mungkin tampak seperti cara termudah untuk mengurangi efek berbahaya sinar matahari pada kulit, pakaian dapat melindungi kulit dari paparan sinar. Karena kurangnya pengetahuan tentang nuansa pakaian sebagai tabir surya dan kurangnya penggunaan yang terus-menerus dari pakaian sebagai pelindung matahari, yang masuk akal mengingat tujuan estetikanya (Suryani, 2020).

Tubuh manusia memiliki banyak cara untuk mempertahankan diri. Yang pertama adalah penghalang mekanis, yang disediakan oleh kulit, organ yang menutupi seluruh tubuh makhluk hidup dan berfungsi sebagai perlindungan terhadap kekuatan eksternal. Kerusakan pada Ayu Nirmala Sari: Antioksidan Alternatif Untuk Menangkal Bahaya Radikal Bebas Pada Kulit Elkawnie: Journal of Islamic Science and Technology Vol. 1, No.1, Juni 2015 (www.jurnal.ar-raniry.com/index.php/elkawnie) 64| Kesehatan dan daya tarik manusia akan dipengaruhi oleh kulit, sehingga harus dipertahankan dan dirawat. Radikal bebas, yang merupakan radiasi UV, dapat merusak kulit. Dalam kasus yang parah, radiasi UV dapat mengakibatkan berbagai masalah kulit, termasuk pigmentasi, kemerahan kulit,

dan bahkan peningkatan kemungkinan mengembangkan kanker. Oleh karena itu, sangat penting untuk menghilangkan risiko kerusakan radikal bebas, yang dapat mengakibatkan kerusakan kulit (Sari, 2015). Pada beberapa kasus kelainan kulit dapat merupakan tanda penting penyebab infeksi yang merupakan indikator bermakna adanya infeksi yang mendasarinya.

Dari desain Dettol, khususnya produk antiseptik Dettol yang tidak menekankan pesan yang spesifik untuk pemanfaatan dari produk tersebut. Menurut Kuesioner yang telah dibagikan ke beberapa mahasiswa dan memiliki kesimpulan bahwa Dettol Antiseptik kebanyakan dipakai sebagai alat untuk mensterilkan tubuh dengan campuran pada air yang akan dipakai untuk mandi saja sehingga masih banyak mahasiswa yang belum tau bahwa Dettol antiseptik dapat juga digunakan sebagai Cairan pembersih pakaian hingga dapat membunuh kuman lebih efisien dan maksimal akibat penyakit karena mengandung zat kimi cairan Chloroxylenol yang dapat membunuh Virus Covid-19.

Dari Target audiens, yaitu mahasiswa yang di kota besar yang memiliki aktivitas yang padat hingga mobilitas sangat jauh lebih tinggi hingga rentannya terkontaminasi oleh kuman bahwa virus yang tidak terlihat oleh mata kepala sendiri. Dan mahasiswa memiliki sifat yang masih kurang peka terhadap terkontaminasinya kuman, maka dari itu perlunya melakukan sosialisasi ke beberapa kampus khususnya di kota-kota besar, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Makassar dll. Akan diagendakan "Goes To Campus" di 2 bulan full, mulai awal oktober sampai November akhir di 2023.

TEORI DASAR PERANCANGAN

Metode yang digunakan oleh penulis yaitu metode penelitian kualitatif. Penulis menggunakan metode kualitatif yang bertujuan memahami suatu fenomena yang sudah diteliti sehingga menemukan jawaban yang tepat atas permasalahan dan merumuskan dengan baik. Menurut Moleong (dalam Siyoto & Sodik, 2015) proses analisis data kualitatif dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar foto dan sebagainya. Setelah ditelaah, langkah selanjutnya adalah reduksi data, penyusunan satuan, kategorisasi dan yang terakhir adalah penafsiran data.

Selanjutnya melakukan promosi, Menurut (Kotler & Armstrong, 2010) menjelaskan bahwa promosi bertujuan untuk menarik konsumen agar mau mencoba

produk baru, memancing konsumen agar meninggalkan produk pesaing, atau untuk membuat konsumen meninggalkan produk yang sudah matang, atau menahan atau member penghargaan pada konsumen yang loyal.

Dalam menyampaikan pesan iklan dilakukan menggunakan dengan Copywriting, Menurut Rapp & Collins, 2005 (dalam Hereyah, 2014) Copywriting merupakan rangkaian kata dalam iklan yang harus mampu mempengaruhi setiap calon konsumen serta mampu menggugah, menarik, memindahkan, mengidentifikasi, menggalang kebersamaan, dan mengkomunikasikan pesan dengan nilai komparatif kepada khalayak. Copywriting untuk Marketing memang menjadi bagian yang tidak terpisahkan, Marketing yang berhasil pasti didukung dengan beberapa tulisan yang menggugah, powerfull, menarik, singkat, dan sesuai target pasarnya. (Wahyudi, 2022).

Dan menentukan target audiens dengan tepat harus diketahui gaya hidup calon konsumen terdahulu, Menurut (Mowen, J. C., & Minor, 2002) Studi tentang pembelian unit dan proses pertukaran termasuk pembelian, konsumsi, dan penghapusan produk atau layanan, pengalaman, dan ide dikenal sebagai perilaku konsumen. Setiap hari, konsumen membuat beberapa pilihan pembelian. Sebagian besar perusahaan besar melakukan penelitian yang komprehensif tentang perilaku pembelian konsumen untuk memberikan jawaban atas pertanyaan tentang apa yang dibeli pelanggan, di mana mereka membelinya, berapa banyak yang mereka habiskan, bagaimana dan mengapa mereka membeli (Suhartono, 2004).

HASIL DAN MEDIA PERANCANGAN

Dari konsep perancangan ini ialah untuk mempromosikan Antiseptik Dettol sebagai produk Antiseptik dengan brand nasional yang menggunakan cairan Chloroxlyenol yang mampu membunuh virus COVID-19. Produk terdiri sudah lama hingga brand sudah lama dikenal oleh masyarakat luar maupun dalam negeri.

Big idea jangka pendeknya adalah Brand Activation yang diberi nama "Goes to Campus" yakni Dettol akan keliling kampus untuk mempromosikan Dettol Antiseptik sebagai pencuci pakaian menggunakan mobil yang telah di branding olehnya. Sementara untuk Big idea jangka penjangnya dengan memperbaiki gaya visual agar lebih sesuai dengan target audiens, selain itu juga melakukan pemberian informasi secara berkala kepada konsumen seputar produk ataupun kegiatan promosi yang sedang berlangsung untuk dapat menjaga awareness dari konsumen terhadap Dettol.

Berdasarkan pada metode yang didukung oleh data, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Perancangan

logo produk

Logo sendiri tidak memiliki perubahan karena penulis hanya menggunakan logo yang sudah ada.



*Gambar 1. 1 Logo Dettol
Sumber : dettol.co.id*

tipografi

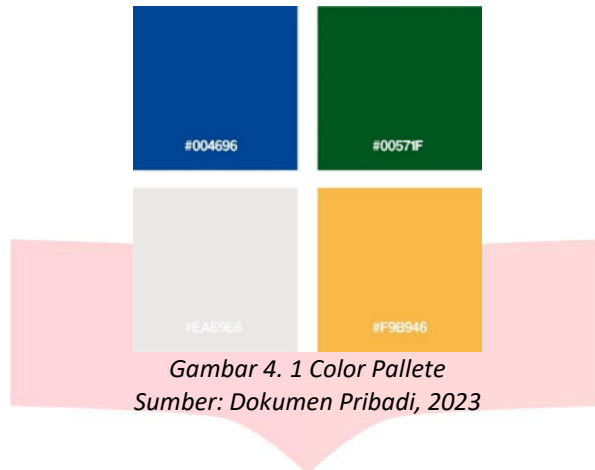
Jenis font yang digunakan adalah font sans serif yang memiliki karakteristik mudah terbaca. Font yang digunakan untuk keperluan headline dan judul lainnya adalah Coolvetica Reguler. Font Coolvetica Reguler ini memiliki kesan simpel dan mudah dibaca. Huruf ini dipilih karena memiliki tampilan yang friendly dan tidak memiliki sudut yang lancip, hal ini selaras dengan brand Dettol Indonesia yang menjual produk cairan antiseptik yang dapat digunakan tiap hari pada waktu saat dibutuhkan, ditambah dengan target audiens pada usia 18- 25 (kalangan remaja) yang senang untuk bersantai.

Coolvetica Reguler
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6
7 8 9 0 ! ? . , ;

Jenis font kedua adalah font sans serif yaitu Montserrat. Montserrat adalah font yang memiliki karakteristik mudah dibaca, modern, dan elegant, sehingga dapat digunakan sebagai bodycopy dan keperluan copywriting lainnya.

Monserrat
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
 567890!?. , ;

Warna



Gambar 4. 1 Color Pallete
 Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Warna yang akan digunakan adalah kombinasi dari warna hijau, Kuning, Abu, dan putih sebagai warna netral. Warna hijau diambil dari logo Dettol Indonesia, dan warna hijau juga memiliki karakteristik sebagai warna yang sangat erat kaitannya dengan alam, segar, memiliki makna kesehatan. Warna kuning digunakan sebagai warna pelengkap dan memiliki makna untuk memberikan inspirasi. Serta warna Abu dan putih digunakan sebagai warna pembatas dan warna netral.

Media Utama



Gambar 4. 2 Truk Brand
 Sumber: Dokumen Pribadi

Dalam action, Penulis membuat strategi dengan tema “Dettol goes to campus” mobil ini akan beroperasi ke kampus-kampus di kota besar untuk membuat brand activation dengan sasaran target audiens yang tepat sasaran hingga membuat interaksi langsung dengan petugas dari dettol yang ada pada lokasi mobil Dettol untuk menyampaikan pesan terhadap produk cairan Antiseptik Dettol.

Media pendukung

Untuk terlaksananya kampanye promosi terintegrasi, maka media yang digunakan tidak hanya satu. Keterkaitan Media pendukung lainnya akan menjadi ketertarikan oleh target audiens yang telah ditentukan dapat mengikuti alur perancangan dari awal hingga akhir.

Papan Reklame



Gambar 4. 3 Visual untuk Papan Reklame
Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Lembaran iklan adalah poster besar digital yang digunakan untuk menarik perhatian publik terhadap produk yang dapat dilihat, dibaca, dirasakan, dan bahkan diakses oleh masyarakat umum. Media promosi ini biasanya ditempatkan di persimpangan ketika sepeda motor dan pengemudi mobil berhenti. Setelah itu, papan iklan Dettol Antiseptik digunakan dan didistribusikan di tengah kota untuk memberikan perlindungan visual terhadap produk cairan antiseptik dari Dettol.

Poster A3



Gambar 4. 4 Visual untuk Poster A3
Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Poster merupakan media yang umumnya ditempel pada dinding. Media poster dengan ukuran A3 (30cm x 42cm) dipilih sebagai atensi terhadap target audiens yang sedang berada di ruang tertutup (indoor). Penempatan media poster ini berada pada lokasi yang terdapat banyak aktivitas target audiens seperti dalam mall, universitas, dan stasiun kereta. Poster ini memiliki visual dari produk Dettol antiseptik yang diambil dengan teknik pallette color dari brand Dettol Indonesia untuk menunjukkan kesan branding produk Dettol antiseptik.

Go-Screen



Gambar 4. 5 Mockup Go-Screen
Sumber : Dokumen Pribadi, 2023

dalam kegiatan promosi yang akan dibuat adalah Display GoScreen sebagai media utama berfungsi sebagai penarik perhatian kepada target audiens yang sudah ditentukan. Kurangnya ketertarikan pada target audiens menjadi salah satu faktor penghambat dalam promosi, dengan Display GoScreen ini dapat membawa Dettol lebih menarik

perhatian yang didominasi oleh masyarakat yang berada di perkotaan. Display GoScreen ini media yang terdapat di luar ruangan (outdoor) setiap harinya dapat menjangkau target audiens yang di area perkotaan. Area lokasi yang akan dikunjungi oleh Display GoScreen tergantung dari rute yang akan di tuju oleh GoRide namun tetap di area perkotaan, Pusat kota, Tempat umum dikunjungi masyarakat yaitu; Stasiun kereta api, Rumah sakit, pusat pembelanjaan (mall) dan sekolah-sekolah yang ada di area perkotaan. Pemilihan media Display GoScreen juga bisa menjadi daya tarik terhadap target audiens kalangan remaja, karena memiliki ciri khas yang modern.

Standing banner



Gambar 4. 6 Visual untuk Standing Banner
Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Untuk keperluan atensi lainnya, standing banner juga menjadi pilihan media visual. Standing banner ini memiliki visual dari produk Dettol Antiseptik sebagai informasi kepada target audiens yang ingin mendapatkan produk Dettol Antiseptik. Penggunaan standing banner diletakan tidak akan jauh dari tempat penjualan produk Dettol Antiseptik, yaitu di Supermarket dan juga pada saat Brand truck Dettol yang berada di kampus.

Flyer



Gambar 4. 7 Visual untuk Flyer A5
Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Flyer adalah cara untuk menarik perhatian audiens target. Flyer atau selebaran ini memiliki informasi mengenai Event Goes to Campuss yang diadakan oleh Dettol Indonesia dalam waktu yang ditentukan, dan juga informasi mengenai interaksi sosial yang bisa didapatkan dalam sosial media Dettol Indonesia yang akan hadirnya bintang tamu seorang penyanyi. Flyer ini dapat mempersuasi target audiens untuk melakukan aksi (action) karena dalam mendapatkan potongan harga tersebut harus mengikuti sosialisasi untuk mengetahui penjualan yang akan diadakan di beberapa kampus.

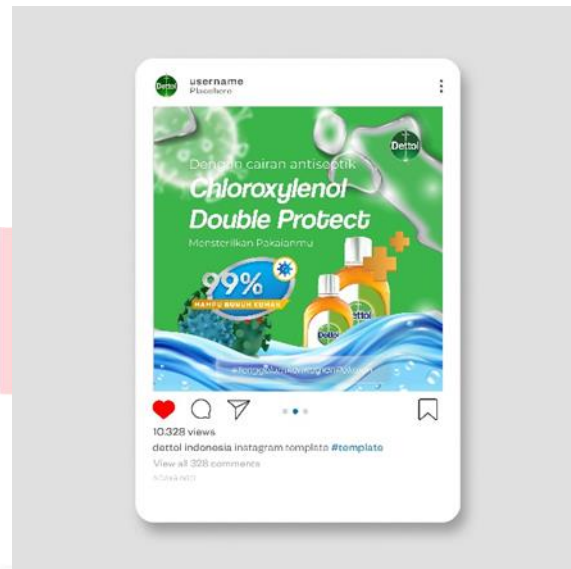
Poster Digital (9:16)



Gambar 4. 8 Visual Poster Digital dan 9:16
Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Poster digital berorientasi portrait (9:16) juga menjadi media promosi yang akan dibuat. Media ini menjadi salah satu 'konsumsi' target audiens karena ukurannya yang sesuai dengan ukuran layar handphone sehingga lebih menarik untuk dilihat. Namun hanya memiliki waktu yang singkat yaitu 15 detik, akan dijadikan poster digital portrait ini melalui Instagram story ads.

Poster digital (1:1)



Gambar 4. 9 Visual Poster Digital 1:1
Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Poster digital berorientasi kotak (1:1) digunakan sebagai media yang berisi informasi lebih lengkap mengenai produk, event, promosi, dan informasi lainnya seputar Dettol antiseptik, ketika target audiens melakukan pencarian informasi (search). Media ini akan di letakan pada media sosial Dettol Indonesia yaitu postingan Facebook dan Instagram feeds.



Gambar 4. 10 Visual beberapa poster 1:1
Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Beberapa visual poster digital kotak tersebut berisi tentang informasi dari produk yang dihadirkan oleh Dettol antiseptik, maupun event yang diadakan bisa dalam media sosial Dettol Indonesia tepatnya Instagram dan facebook.



Gambar 4. 11 Visual beberapa poster 1:1
Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Visual selanjutnya adalah informasi lebih lanjut mengenai media keunggulan dari Dettol antiseptik, beserta informasi manfaat dari cairan antiseptik dettol yang diupload pada Instagram & facebook. Ditambah dengan adanya platform website yang mempersuasi konsumen untuk melakukan Action.



Gambar 4. 12 Visual poster 1:1
Sumber: Dokumen Pribadi, 2023

Dalam rangkaian promosi jangka panjang, terdapat visual poster digital (1:1) yang menunjukkan informasi dalam Produk cairan Antiseptik dari Dettol Indonesia yang mampu membunuh kuman 99% dengan keterangan dapat mensterilkan pada pakaian dengan menggunakan produk Cairan Antiseptik Dettol. Membuat target audiens ingin mencoba dan memakai sebagai pengganti deterjen hingga menjaga kesterilan pada pakaian, dengan menggunakan hashtag #tenggelamkanKumanPakaian untuk membangun pesan komunikasi pada produk cairan antiseptik.

Merchandise

Merchandise merupakan hadiah yang bisa didapatkan target audiens setelah melakukan serangkaian promosi yang dilakukan. Hadiah-hadiah tersebut diberikan pada saat mereka membagikan (share) pendapat atau pengalaman mereka terhadap Dettol

Indonesia. Untuk hadiah barang seperti totebag, tas pouch, Sticker dan gelas bisa didapatkan ketika target audiens membeli dengan minimum pembelian. Sedangkan hadiah Produk cairan antiseptic dettol didapatkan target audiens setelah mengikuti video challenge Thrifting, dengan mengupload video Instagram (reels) “a day in my life” dengan objek thrifting yang telah mereka buat kepada media sosial pribadi mereka.

Merchandise



*Gambar 4. 13 Visual Merchandise
Sumber: Dokumen Pribadi, 2023*

KESIMPULAN

Berdasarkan dari pembahasan diatas, didapatkan kesimpulan bahwa perancangan strategi promosi Dettol Antiseptik sebagai pencegah kuman pada pakaian untuk kulit sensitif dirancang untuk dapat membangun serta membangun awareness konsumen terhadap Produk Antiseptik dari Dettol sebagai Cairan pembunuh kuman yang juga dapat digunakan sebagai pencuci pakaian. Media yang digunakan diantaranya Go-Screen, Brand Activation, poster, feeds, Merchandise dan story Instagram. Penggunaan media tersebut telah disesuaikan dengan target audiens berdasarkan analisis yang dilakukan dan pertimbangan menurut aspek desain komunikasi visual. Diharapkan perancangan promosi ini dapat menjadi solusi untuk membangun awareness audiens terhadap Dettol Antiseptik, serta media yang digunakan dapat menjadi perantara pesan yang dapat tersampaikan secara baik kepada target audiens dari promosi.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Penulis banyak mengucapkan terimakasih kepada Dettol selaku Brand yang dijadikan Tugas Akhir dan memberikan informasi yang akurat kepada penulis, juga Faizal Kistoyogi selaku narasumber dari audiens, 102 orang responden yang menjawab kuesioner dan membantu penulis dalam melengkapi data serta memberikan informasi yang dibutuhkan oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Hereyah, Y. (2014). Iklan Mobil di Media Cetak, Analisis Elemen Copywriting dan Visualisasi di Majalah SWA. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(2), 169–184.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2010). *Principles of marketing*. Pearson Education India.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku Konsumen. *Jakarta : Erlangga*, 90.
- Sari, A. N. (2015). Antioksidan Alternatif Untuk Menangkal Bahaya Radikal Bebas Pada Kulit. *Elkawanie: Journal of Islamic Science and Technology*, 1(1), 63–68.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.
- Suhartono, A. W. (2004). Pentingnya Perilaku Konsumen Dalam Menciptakan Iklan Yang Efektif. *Nirmana*, 6(2).
- Suryani, A. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pigmentasi Manusia. *Cermin Dunia Kedokteran*, 47(11), 682. <https://doi.org/10.55175/cdk.v47i11.1195>
- Wahyudi, S. (2022). *Slamet Wahyudi_COPYWRITING UNTUK MARKETING_Rev_2*.