

Geliat Ekonomi Rumah Tangga Melalui Pemasaran Industri Rumah Tangga di Media Sosial

Arief Adhy Kurniawan¹, Ilham Firdaus², Tegar Risqinia Nur Rohmah³

¹Program Studi Bisnis Digital Universitas Amikom Purwokerto
Email: ariefadhykurniawan@amikompurwokerto.ac.id,
ilhamfirdaus1721@gmail.com

ABSTRAK

Industri rumah tangga dapat dilakukan dengan menekuni produk unggulan rumah tangga. Setiap rumah tangga memiliki produk unggulan yang dapat dijadikan untuk meningkatkan perkonomian. Produk tersebut pada awalnya dapat dipasarkan kepada lingkungan sekitar, selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan pemasarannya secara lebih luas, dengan memasarkan melalui perangkat teknologi media sosial. Ibu-ibu pengurus PKK di Kelurahan Grendeng memiliki perangkat handphone yang dapat digunakan untuk mengakses media sosial. Organisasi pengurus PKK tingkat kelurahan Grendeng sudah memiliki group media sosial berupa group whatsapp. Group tersebut digunakan untuk komunikasi antar anggota dalam group. Akan tetapi mereka belum memiliki group khusus yang digunakan untuk jual beli. Pentingnya dibuat group forum jual beli adalah kurang etisnya group formal digunakan untuk kegiatan promosi. Kegiatan sudah dilakukan pada Hari Rabu 7 Agustus 2019 di Balai Kelurahan Grendeng. Kegiatan dilakukan dengan peserta sebanyak 39 peserta. Luaran kegiatan berupa forum jual beli di Whatsapp group. Group tersebut sudah digunakan untuk menjual produk andalan rumah tangga di Grendeng. Jadi dengan adanya forum jual beli masyarakat Grendeng dapat memperkenalkan produknya dan memasarkan secara lebih luas.

Kata Kunci: Pemasaran Melalui Media Sosial

ABSTRACT

Home industry can be done by focusing on superior household products. Every household has a superior product that can be used to improve the economy. The product can initially be marketed to the surrounding environment, then it is expected to expand its marketing more broadly, by marketing through social media technology tools. The housewives of the PKK in Grendeng have mobile devices that can be used to access social media. The PKK executive organization in Grendeng village level already has a social media group that includes the whatsapp group. The group is used for communication between members in the group. However, they do not yet have a special group that is used for buying and selling forums. The reason for the importance of creating a buying and selling forum group is less ethical formal groups are used for promotional activities. The activity was carried out on Wednesday, August 7, 2019 at the Grendeng Village Hall. The activity was carried out with 39 participants. Activity Output in the form of a buying and

selling forum on the Whatsapp group. The group has been used to sell household mainstay products in Grendeng. So with this buying and selling forum the public can offer their products and market more broadly.

Keywords: Marketing Through Social Media

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi informasi termasuk didalamnya perkembangan internet serta aplikasi media sosial dengan berbagai ragam bentuk aplikasinya. Berdasarkan data WeAreSocial.net dan Hootsuite tahun 2017, penggunaan internet di Indonesia berkembang sangat pesat. Hal ini ditunjukkan dengan pertumbuhan lima puluh satu persen dalam kurun waktu satu tahun. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia lebih besar dibandingkan dengan pertumbuhan penggunaan internet di dunia, yaitu sepuluh persen. Lebih dari enam puluh sembilan persen masyarakat Indonesia mengakses internet dengan menggunakan perangkat *mobile* mereka. Angka tersebut juga melampaui penggunaan internet via *mobile* secara global, yakni lima puluh persen. Angka tersebut tertinggi ke empat di dunia.

Menurut survey yang dilakukan oleh globalwebindex internet di Indonesia digunakan oleh kelompok masyarakat yang berusia antara enam belas sampai dengan enam puluh empat tahun. Pengguna internet tersebut aktif menggunakan media sosial. Media sosial yang digunakan adalah jejaring media sosial dan *messenger*. Peringkat pertama adalah youtube dengan pengguna mencapai empat puluh tiga persen. Facebook menempati posisi kedua dengan persentase pengguna empat puluh satu persen. Whatsapp berada pada posisi ketiga dengan empat puluh persen pengguna (Anonim, 2018). Penelitian lain yang dilakukan terhadap kegiatan pemasaran di Indonesia menyimpulkan facebook merupakan media sosial yang paling banyak digunakan untuk kegiatan pemasaran (Purwudiantoro & Hadi, 2016).

Penelitian lain juga menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sangat gemar menggunakan media sosial. Terdapat seratur tiga puluh juta masyarakat Indonesia aktif di media sosial. Media sosial yang digunakan adalah Facebook, Instagram, Twitter dan media lainnya. Pada tahun 2018 jumlah penduduk di Indonesia adalah

265,4 juta penduduk. Dari jumlah tersebut terdapat 132,7 juta pengguna penggunaan internet. Data tersebut menunjukkan 97,9 persen pengguna internet di Indonesia sudah menggunakan media sosial, atau 48 persen penduduk Indonesia sudah menggunakan media sosial. Dari 132,7 juta pengguna penggunaan internet 120 juta diantaranya menggunakan media sosial dengan perangkat mobile, atau sekira 92 persen dari total pengguna media sosial datang dari perangkat telephon genggam. Saat ini terdapat 177,9 juta masyarakat Indonesia sudah menggunakan perangkat mobile. Hal ini berarti pengguna perangkat mobile di Indonesia mencapai empat puluh sembilan persen dari total penduduk. Setiap harinya satu orang mengakses rata-rata delapan jam lima puluh satu menit. Waktu yang digunakan untuk mengakses media sosial tiga jam dua puluh tiga menit per hari dengan menggunakan berbagai perangkat (Laksana, 2018).

Berdasarkan data pengguna internet tersebut menunjukkan pengguna internet berkembang pesat. Perkembangan ini juga menunjukkan adanya potensi dari pengguna internet untuk berbagai kebutuhan bahkan sampai pada kebutuhan dalam berpolitik, terutama untuk mendukung kegiatan kampanye (Junaidi dkk, 2015), untuk kebutuhan media pembelajaran (Akbar, 2018). Selain itu kebanyakan media sosial digunakan untuk mendukung kegiatan bisnis baik dalam skala kecil maupun skala besar. Pendukung bisnis tersebut berupa kegiatan promosi yang bisa langsung dituliskan oleh pemilik bisnis. Saat ini promosi produk atau jasa semakin mudah dilakukan. Hal ini terjadi setelah masyarakat memanfaatkan media sosial, untuk kegiatan pemasaran produk mereka. Pada jaman dahulu, banyak yang memanfaatkan media elektronik dan cetak untuk media promosi. Saat ini media sosial untuk promosi, meskipun masih ada yang promosi di radio atau televisi serta media cetak (Laksana, 2018).

Penggunaan media sosial untuk promosi suatu usaha atau produk dapat dilakukan dengan mudah, cepat dan murah. Adanya perangkat teknologi lain yang dapat dibagikan melalui media sosial juga mempermudah kegiatan pemasaran melalui internet, misalnya website dan blog. Website dan blog tersebut dapat digunakan untuk membagi informasi ke media sosial. Facebook, Instagram, Market

Place, Twitter, Google, Path, Kaskus dan Youtube adalah contoh-contoh media sosial yang dapat digunakan untuk kegiatan pemasaran di internet.

Pada awalnya media sosial digunakan sebagai wadah para penggunanya untuk berbagi dan bertukar informasi (Fitriani, 2017). Banyaknya masyarakat Indonesia mengakses media sosial ini disebabkan oleh beberapa hal diantaranya adalah, semakin terjangkaunya harga telepon genggam, semakin terjangkaunya harga paket data internet dan semakin tersebar luasnya jaringan internet di Indonesia. Selain itu juga karena masyarakat banyak merasakan adanya manfaat dari adanya media sosial tersebut. Manfaat yang dirasakan antara lain adalah menemukan teman lama, menemukan teman baru, informasi berita terkini, media hiburan, penyaluran hobi, menambah ilmu pengetahuan dan berbisnis. Berkaitan dengan media sosial untuk berbisnis umumnya media sosial digunakan untuk kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan adalah kegiatan promosi. Berbagai kegiatan promosi yang dapat dilakukan di media sosial antara lain adalah pengenalan produk, menyebar informasi kepada calon pelanggan, memberikan informasi penggunaan produk dan informasi diskon. Media sosial memberikan kesempatan kepada pihak yang sedang berpromosi dan konsumen berinteraksi secara langsung. Banyaknya penggunaan media sosial untuk berpromosi karena mudah dan murah (Anonim, 2018b).

Kegiatan bisnis pada saat ini memerlukan media pemasaran yang efektif untuk meningkatkan pangsa pasar. Media Sosial dapat digunakan untuk media pemasaran untuk mendukung peningkatan pangsa pasar tersebut (Priambada, 2017). Manfaat lainnya dari penggunaan media sosial untuk kegiatan promosi adalah dapat digunakan untuk melihat selera pasar pada daerah terdekat. Kebiasaan mencari informasi sebuah produk di media sosial, akan terbaca oleh sistem dan mulai saat itu akan dikirimkan promosi produk yang dicari. Hal ini tentunya akan lebih memudahkan untuk kegiatan pemasaran. Mudah-mudahan kegiatan promosi akan semakin mendorong produsen untuk berinovasi strategi dan juga dalam produksi (Anonim, 2018b).

Promosi melalui media sosial juga memiliki kesempatan untuk melihat kompetitor secara langsung, yaitu dapat melihat pesaing dalam memasarkan produknya. Media sosial juga memungkinkan dapat melihat aktivitas kompetitor bisnis. Aktivitas yang dapat dilihat adalah promosi produk baru dan harga yang ditawarkan. Ini akan memungkinkan setiap produsen terbuka peluang untuk inovasi agar tidak tertinggal dengan kompetitor, serta tidak kalah cepat dalam menyediakan produk baru (Anonim, 2018b).

Promosi melalui media sosial juga bermanfaat bagi konsumen, terutama memberikan pengalaman bertransaksi secara daring dengan aplikasi yang ada. Pengalaman tersebut antara lain pengalaman menunggu kiriman barang setelah bertransaksi. Pengalaman tentang tidak tepatnya waktu pengiriman, dan pelayanan yang lain juga merupakan hal baru, sehingga konsumen akan dapat merasakan pelayanan *before* dan *after sales*. Saat-saat inilah yang sebenarnya penting untuk berkomunikasi kepada para konsumen, tentang pelayanan bisnis yang diberikan. Komunikasi diperlukan untuk menjalin suatu interaksi dengan konsumen. Syarat komunikasi adalah adanya kontak diantara dua pihak yang berkomunikasi. Kontak antara dua pihak yang berkomunikasi dapat terjadi melalui perantara, perantara tersebut bisa melalui perangkat telepon genggam (Timbowo, 2016). Komunikasi dengan perangkat telepon genggam juga merupakan pengalaman baru dalam berbelanja, misalnya dengan berkomunikasi melalui jaringan layanan konsumen, komunikasi tentang deskripsi produk, komunikasi pengecekan pengiriman, hingga melakukan pemberian peringkat kualitas pelayanan (Anonim, 2018b).

Penggunaan media sosial untuk kegiatan promosi juga dapat menentukan target pemasaran secara lebih jelas. Misalnya *targeting* terhadap konsumen berdasarkan kelompok umur, yaitu ketika menawarkan produk yang unik untuk remaja. Media sosial dapat membantu mengirimkan informasi ke halaman beranda pengguna sesuai kelompok umur. Jadi penggunaan media sosial untuk kegiatan promosi dapat menghemat biaya pemasaran (Anonim, 2018b) dengan tujuan akhir untuk meningkatkan penjualan (Ramadhan & Firdaus, 2017).

Terjangkaunya perangkat teknologi selular membuat hampir setiap rumah warga di Grendeng memiliki perangkat Telephon Genggam. Hal ini bisa digunakan untuk memasarkan produk rumah tangga. Grendeng merupakan sebuah kelurahan yang terletak di Kecamatan Purwokerto Utara Kabupaten Banyumas. Kelurahan Grendeng merupakan kelurahan yang padat penduduk, terutama penduduk pendatang yang merupakan mahasiswa Universitas Jendral Soedirman Purwokerto. Selain itu terdapat juga Universitas Terbuka UPBJJ Purwokerto. Adanya dua perguruan tinggi tersebut menjadikan Kelurahan Grendeng penuh potensi bisnis. Mulai dari bisnis kos kosan atau tempat tinggal, bisnis makanan, bisnis pakaian, berbagai bisnis jasa dan bisnis lainnya yang bertujuan untuk melayani mahasiswa.

Potensi sebagai tempat indekost mahasiswa karena memang Kelurahan Grendeng merupakan tempat berdirinya Kampus Universitas Jenderal Soedirman. Universitas Jenderal Soedirman (Unsoed) merupakan ikon pendidikan tinggi di Purwokerto, dengan mahasiswa dari penjuru tanah air dengan jumlah kurang lebih 20.000 mahasiswa (Anonim, 2014). Banyaknya mahasiswa yang tinggal di kos yang berada di Kelurahan Grendeng membuat Kelurahan Grendeng berkembang pesat, terutama bisnis masyarakatnya dalam melayani kebutuhan sehari hari mahasiswa. Bentuk bisnisnya banyak yang membuka warung, kios, atau warung tenda. Terdapat banyak momentum bisnis yang ada menjadi lebih ramai, antara lain berbagai acara seminar, wisuda ulang tahun mahasiswa, Bulan Ramadhan dan Hari Raya Idul Fitri.

Selain itu Kelurahan Grendeng dekat dengan Pusat Kota Purwokerto ibu kota Kabupaten Banyumas, yang juga merupakan pusat perdagangan di Kabupaten Banyumas. Posisi strategis lainnya adalah Kelurahan Grendeng berada di Jalur wisata yaitu di Jalan raya yang menghubungkan Purwokerto dan Obyek Wisata Baturaden. Ini merupakan keunggulan komparatif kelurahan Grendeng dibandingkan kelurahan lain di Kecamatan Purwokerto Utara maupun Kabupaten Banyumas.

Di Kelurahan Grendeng terdapat 2.092 ibu rumah tangga dan jumlah penduduk yang berusia antara 15 sampai dengan 55 tahun sebanyak 4.431 orang

(Anonim, 2014). Beberapa diantaranya sudah punya kegiatan usaha seperti warung rames, foto copy, jasa laundry dan aneka jajanan. Diantaranya beberapa sudah menggunakan perangkat media sosial untuk komunikasi dengan konsumen, akan tetapi belum terbentuk komunitas. Komunitas yang dapat membantu usaha bisa berupa komunitas antar ibu-ibu rumah tangga produksi dan komunitas antara produsen dan konsumen. Oleh karena itu perlu dilakukan pelatihan untuk memotivasi dan membentuk komunitas bisnis dan komunitas produsen dan konsumen melalui media sosial untuk membantu industri rumah tangga di Kelurahan Grendeng dapat berkembang sehingga dapat membantu perekonomian rumah tangganya.

Keunggulan komparatif ini yang dimiliki Kelurahan Grendeng perlu diikuti keunggulan kompetitif dari masyarakat Kelurahan Grendeng agar bisa memunculkan bisnis dengan memanfaatkan teknologi Informasi. Keunggulan komparatifnya berupa lokasinya berada di Lingkungan Kampus Universitas Jenderal Soedirman, sehingga memungkinkan berkembangnya bisnis. Permasalahannya adalah sebagian besar warganya belum memanfaatkan teknologi informasi untuk melakukan kegiatan pemasaran produk industri rumah tangga melalui teknologi media sosial.

Adanya permasalahan di warga Kelurahan Grendeng yang belum memaksimalkan teknologi media sosial untuk mengembangkan bisnis, maka solusi yang ditawarkan adalah (i) Bentuk/metode pelaksanaan kegiatan yang ditawarkan Pelatihan membuat akun media sosial dan pemanfaatannya untuk kegiatan promosi di Whatsapp dan Facebook (ii) Rencana kegiatan pertama pelatihan motivasi wirausaha dengan penggunaan media sosial sebagai media promosi. Kedua pelatihan membuat akun media sosial dan pemanfaatannya untuk kegiatan promosi di Whatsapp dan Facebook Pembentukan komunitas industri rumah tangga yang terdiri atas ibu-ibu di Kelurahan Grendeng, ketiga. (iii) Partisipasi khalayak sasaran dalam pelaksanaan program, Tahap pertama diundang ibu-ibu yang sudah menggunakan perangkat mobile melalui group Whatsapp ibu-ibu PKK tingkat Kelurahan, Tingkat RW dan Tingkat RT. Tahap kedua pelatihan motivasi

wirusaha untuk menggugah motivasi berjualan produk yang dihasilkan oleh rumah tangga. Tahap ketiga memperkenalkan media sosial Facebook dan pelatihan membuat akun Facebook untuk ibu-ibu yang belum memiliki Akun. Tahap keempat memperkenalkan Market Place. Tahap kelima membentuk Group Forum Jual Beli Ibu-Ibu PKK Kelurahan Grendeng dengan Whatsapp dan bergabung di forum jual beli yang ada di Facebook.

TARGET LUARAN YANG DICAPAI

Target luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

- a. Target luaran dari kegiatan ini adalah terbentuknya komunitas pelaku bisnis dalam sebuah group Whatsapp dan forum jual beli di Facebook.
- b. Artikel pada jurnal pengabdian
- c. Artikel pada media massa cetak
- d. Video kegiatan

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan adalah metode ceramah. Isi materi ceramah adalah manfaat media sosial untuk berbisnis. Setelah itu diberikan contoh media sosial yang dapat digunakan untuk berbisnis. Akhir kegiatan berupa pembuatan komunitas pelaku bisnis di Grendeng Kecamatan Purwokerto Utara berupa pembuatan group Whatsapp dan bergabung dengan forum jual beli yang ada di Facebook.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan kegiatan pengabdian

Hari / Tanggal : Sabtu, 7 Agustus 2019
Waktu : Pukul 09.30 – 11.30 WIB
Tempat : Aula Kelurahan Grendeng, Kecamatan Purwokerto Utara
Peserta : 39 Peserta
Kegiatan pelatihan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk rumah tangga dengan urutan acara dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Waktu dan kegiatan

No	Waktu	Kegiatan
1	9.30 – 9.35	Pembukaan
2	9.35–10.00	Sambutan dari ketua PKK Kelurahan Grendeng dan Sambutan dari Bapak Kepala Kelurahan Grendeng
3	10.00–11.00	Penyampaian materi
4	11.00-11.30	Tanya jawab dan pembuatan grup forum jual beli warga Grendeng di Whatsapp serta bergabung dengan forum jual beli di Facebook
5	11.30	Penutupan

2. Khalayak sasaran

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan terhadap peserta pelatihan yang terdiri atas ibu-ibu anggota PKK kelurahan Grendeng.

3. Metode Yang digunakan

Metode yang digunakan adalah ceramah dan dialog. Ceramah dilakukan dalam rangka menyampaikan materi, sedangkan dialog dilakukan dalam rangka menyampaikan produk unggulan rumah tangga dan masalah yang ditemui selama menjalankan pemasaran produk rumah tangga.

4. Dokumentasi kegiatan



Gambar 1. Pembukaan Acara



Gambar 2. Sambutan Kepala Kelurahan



Gambar 3. Group WA Untuk Jual beli



Gambar 4. Facebook untuk pemasaran

Commented [u1]: beri penjelasan untuk setiap Gambar yang ditampilkan

Penjelasan Gambar 1. Acara di buka oleh ketua PKK Kelurahan Grendeng Ibu Purwiati. Acara di buka dengan bacaan basmalah secara bersama, selanjutnya di lanjutkan dengan sambutan tunggal dari Bapak Kepala Kelurahan Grendeng. Penjelasan Gambar 2.Sambutan dari Bapak Sudyanto, selaku Kepala Kelurahan Grendeng. Pada intinya Bapak Sudyanto mengucapkan terimakasih dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dan berharap agar kegiatan seperti ini dapat bermanfaat bagi ibu-ibu PKK di Kelurahan Grendeng. Penjelasan Gambar 3. Penjelasan materi manfaat Whatsapp untuk kegiatan pemasaran produk rumah tangga. Whatsapp dapat dibuat grup khusus untuk kegiatan forum jual beli, yang isinya berupa promosi produk rumah tangga kepada anggota grup. Anggota grup adalah konsumen dan juga produsen yang bisa juga melakukan kegiatan promosi serupa dan juga dapat melakukan pembelian melalui grup tersebut. Penjelasan Gambar 4. Penjelasan materi manfaat Facebook untuk kegiatan pemasaran produk rumah tangga. Facebook dapat dibuat grup khusus untuk kegiatan jual beli. Anggota grup adalah konsumen dan juga produsen yang bisa juga melakukan kegiatan promosi serupa dan juga dapat melakukan pembelian melalui grup tersebut. Di Facebook sudah terdapat beberapa grup forum jualbeli, bagi yang ingin memasarkan produknya secara lebih luas dapat melalui grup ini. Syaratnya harus memiliki akun facebook terlebih dahulu.

5. Hasil Kegiatan

Optimisme menjalankan kegiatan ekonomi rumah tangga dengan adanya grup atau forum jual beli di media sosial yaitu berupa group Whatsapp dengan nama “Forum Jual Beli Grendeng”.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut: (i) Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Geliat Ekonomi Rumah Tangga Melalui Pemasaran Industri Rumah Tangga Di Media Sosial” sudah dilakukan sesuai jadwal pelaksanaan (ii) Kegiatan

pengabdian kepada masyarakat ini mendapatkan tanggapan yang baik dari khalayak sasaran, yaitu ibu-ibu anggota PKK kelurahan Grendeng. (iii) Group Whatsapp dengan nama “Forum Jual Beli Grendeng” sudah dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk rumah tangga.

Saran

Bagi anggota group forum jual beli hendaknya dapat memanfaatkan media sosial yang ada untuk memperkenalkan produknya dan bagi kelompok masyarakat lainnya di wilayah Kecamatan Purwokerto yang belum pernah melakukan pelatihan dan membuat forum jual beli dapat melakukan kegiatan yang sama. Untuk lebih memperkenalkan produk rumah tangga kepada anggota group yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. R. A. (2018). *Pengembangan Video Pembelajaran Matematika Berbantuan Media Sosial Instagram sebagai Alternatif Pembelajaran* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Anonim. 2014. *Profil Kelurahan Grendeng*. <http://www.grendengvillage.com>. Diakses 26 Februari tahun 2019.
- Anonim. 2018. *Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia* (<https://databoks.katadata.co.id>). Diakses 27 Februari tahun 2019.
- Anonim. 2018b. *Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia* (<https://databoks.katadata.co.id>). Diakses 27 Februari tahun 2019.
- Fitriani, Y. (2017). *Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat*. *Paradigma-Jurnal Komputer Dan Informatika*, 19(2), 148-152.
- Junaidi, J., Alfiah, F., Susanti, E., Kristinna, J., Ardiansyah, O. R., Pradipta, D., & Wulaningsih, W. (2015). *Manfaat Menganalisis Pengaruh Sosial Media Facebook Terhadap Kampanye Partai Politik Di Indonesia*. *SEMNASSTEKNOMEDIA ONLINE*, 3(1), 4-5.
- Laksana, Nur Chandra. 2018. *Manfaat Media Sosial dan Perannya dalam Mengembangkan Bisnis*. <https://www.dbs.com>. Diakses 27 Februari tahun 2019.

- Priambada, S. (2017). *Potensi Media Sosial Bagi Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) di Malang Raya*. SESINDO 9, 2017.
- Purwiantoro, M. H., SW, D. F. K., & Hadi, W. (2016). *Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UKM)*. EKA CIDA, 1(1).
- Ramadhan, F. H., & Firdaus, M. (2017). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun@ MR. CREAMPUFF Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Timbowo, D. (2016). *Manfaat Penggunaan Smartphone Sebagai Media Komunikasi* (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi). ACTA DIURNA KOMUNIKASI, 5(2).