

## PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENGEMBANGKAN KOMUNIKASI BISNIS

<sup>1</sup>Andri Astuti Itasari, <sup>2</sup>Nurnawati Hindra Hastuti

<sup>1,2</sup>Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Slamet Riyadi Surakarta  
Email:Andriastutiitasari@gmail.com

**Abstract.** *The role of PKK association is very important as an forum organizational in a society. This dedication is given toward PKK's housewife in Polaharjo village, Sidowayah, Klaten. The obstacle faced by partner in this dedication program is about using social media. They do not understand to use it well. Even though, most of trading use it. The main trading in this PKK association includes with some partners and must be launched soonly, so it needs knowledge, understanding, and training about social media. Some solutions given by dedication team to partners are holding education with eludication, speech, discussion, training, and side by side using social media. This education activity is doing in PKK at Polaharjo village, Sidowayah, Klaten. This social media is considered as one best way to know and distribute a product, so it can grow business communication up. Some partners can understand about the knowledge and used it very well.*

**Keywords:** *social media, PKK asociation, business communication*

**Abstrak.** *Peran paguyuban PKK sangat penting sebagai wadah organisasi di masyarakat. Pengabdian masyarakat ini ditujukan kepada ibu-ibu PKK di desa Polaharjo, Sidowayah, Klaten. Permasalahan mitra dalam program pengabdian ini yakni belum terbiasa menggunakan media sosial secara lebih mendalam padahal usaha dagang pada pokok kerja di paguyuban PKK ini dikoordinasikan dengan pihak-pihak terkait dan segera direalisasikan, sehingga perlu adanya pengetahuan, pemahaman dan pelatihan tentang menggunakan media sosial. Solusi masalah yang ditawarkan oleh tim pengabdian pada mitra yaitu mengadakan edukasi melalui penyuluhan, ceramah, diskusi, pelatihan dan pendampingan dalam menggunakan media sosial dengan pihak mitra. Kegiatan edukasi ini dilakukan pada saat acara PKK di desa polaharjo, Sidowayah, Klaten. Media sosial ini dianggap salah satu cara yang mumpuni dalam memperkenalkan dan memasarkan produk, sehingga dapat mengembangkan komunikasi bisnis. Beberapa mitra dapat memahami pengetahuan yang diberikan dan mulai terbiasa menggunakan media sosial dengan baik.*

**Kata Kunci :** *Media sosial, Paguyuban PKK, Komunikasi Bisnis*

### 1. Pendahuluan

Paguyuban PKK atau bisa disebut Pembinaan Kesejahteraan Keluarga merupakan organisasi kemasyarakatan yang memberdayakan peranan wanita dalam partisipasinya demi meningkatkan

kesejahteraan Indonesia. Paguyuban PKK memiliki beraneka ragam kegiatan untuk menggerakkan ibu ibu pkk. Di dalam paguyuban PKK di setiap pokok kerja (pokja) memiliki tugas dan peranan masing-masing. Paguyuban PKK dianggap penting di masyarakat, hal ini

disampaikan oleh Menteri Dalam Negeri (Mendagri) Prof. H.M Tito Karnavian Ph.D yang menyatakan bahwa PKK memiliki peran yang sangat penting, bagaimana PKK dapat saling berswadaya dan bergotong royong, sehingga program yang ada dalam PKK bisa terwujud dengan baik dan lancar

(Liputan6.com, 2020). Tim PKK dapat melakukan sesuatu yang lain dan beda, sehingga lapisan masyarakat turut merasakan kiprah PKK yang sudah melakukan banyak kegiatan. Tentunya ini ditunjang kualitas sumber daya manusia dan promosi yang baik seperti halnya manajemen informasi yang poinnya penyebaran informasi pada organisasi kepada khalayak luas (Indhiarti, Manipuspika, & Sudarwati, 2020).

Mitra pengabdian masyarakat pada kegiatan pengabdian yakni paguyuban ibu ibu PKK Sidowayah, Klaten. Tantangan permasalahan yang dihadapi mitra saat ini yakni (1) masih belum maksimalnya cara berkolaborasi paguyuban PKK ini melakukan komunikasi bisnis dengan berbagai pihak dalam mengembangkan dan memasarkan produk ke masyarakat melalui media sosial, (2) beberapa anggota yang belum memahami pengetahuan tentang media sosial seperti makna dan pentingnya media sosial, manfaat dan peluang dari media sosial tersebut, jenis-jenis media sosial yang digunakan sebagai media pemasaran bisnis, (3) Selain itu sebagian besar pengurus dan anggota PKK belum terbiasa menggunakan media sosial, sehingga penyuluhan, pelatihan dan pendampingan ini diharapkan dapat membantu dalam mempromosikan usaha dagang yang ada di paguyuban PKK tersebut. Melihat kondisi realitas permasalahan yang dihadapi mitra pengabdian ini, apabila kita lihat idealnya bahwa media sosial memberikan peluang yang sangat besar dan memberikan feedback yang lebih cepat serta menawarkan inovasi dan sudah menjadi kebutuhan dari

pelaku bisnis (Putriyandari, Amran, Roisah, Komalasari, & Yuliyana, 2018), sehingga disini ada kesenjangan masalah yang solusinya diberikan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan tim pengabdian terhadap mitra sehingga diperoleh hasil yang baik bahwa setiap anggota dapat menggunakan media sosial dalam memasarkan produknya secara terampil dan optimal. Dengan pengabdian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan ketrampilan bagi anggota paguyuban pkk yang sebagian anggotanya beraktifitas sebagai pedagang seperti jualan tas, dompet, baju, produksi mie kemasan, telur asin dan sebagainya. Disamping itu secara tidak langsung dapat meningkatkan promosi desa wisata Sidowayah, Klaten yang rencananya sebagai tempat berdagang ibu-ibu PKK pada pokok kerja (pokja) usaha dagang paguyuban PKK tersebut. Adapun usaha dagang seperti cinderamata, kuliner dan pengelolaan sampah di sekitar desa wisata tersebut. Desa wisata Sidowayah, Klaten ini letaknya dekat dengan paguyuban PKK, sehingga memungkinkan paguyuban PKK ini berpotensi untuk mengawali usaha dagangnya. Tujuan tim pengabdian yaitu pengurus dan anggota paguyuban PKK dapat memahami dan mampu menggunakan media sosial untuk mengembangkan komunikasi bisnis.

Komunikasi bisnis memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu bisnis. Komunikasi bisnis merupakan bentuk komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang meliputi bentuk komunikasi yaitu komunikasi verbal maupun nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu. Seorang komunikator harus mempunyai kemampuan komunikasi yang baik serta mampu menggunakan media komunikasi dalam menyampaikan pesan bisnis kepada pihak lain secara efisien serta efektif (Purwanto, 2019). Salah satu peranan penting komunikasi dalam bisnis yaitu mempromosikan barang dan jasa. Dunia

bisnis yang semakin hari semakin kompetitif ini dituntut suatu strategi bisnis yang baik. Strategi promosi yang trend dan dapat menjangkau khalayak yakni dengan menggunakan media sosial sebagai sarannya. Strategi pemasaran disesuaikan perkembangan jaman melalui pemanfaatan teknologi sistem online yaitu media sosial dan penggunaan e-commerce (Wibawa, Made, & Mayanti, 2021).

E-commerce sebagai sarana memfasilitasi pertumbuhan ekonomi yang cepat dan berkelanjutan, serta berpeluang pada orang-orang yang tinggal di pedesaan, sehingga e-commerce membawa perubahan yang baik (Haji, 2021). Indonesia termasuk 10 besar negara (posisi ke 9) dari 47 negara yang telah dianalisis secara intens (kecanduan) menggunakan media sosial, ada 170 juta pengguna Indonesia yang sangat aktif menggunakan media sosial tersebut. Usia 16-64 tahun, 77 persen menggunakan media sosial untuk berbelanja (Totoh, 2021).

Internet memberikan semua informasi yang tidak terbatas dengan minim pengeluaran (Setyowardhani, Susanti, & Riyanto, 2019). Sehingga kita bisa memanfaatkan internet secara berguna dan maksimal. Platform media sosial seperti facebook, youtube, whatsapp, twitter, Instagram, line dan sebagainya tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi dan silaturahmi, akan tetapi bisa dimanfaatkan secara luas untuk kepentingan bisnis. Dengan demikian media sosial sebagai marketing channel untuk mengembangkan komunikasi bisnis agar berjalan secara efektif serta efisien. Komunikasi bisnis ini sebagai kegiatan komunikasi yang hendak dicapai dalam menyampaikan pesan kepada pelanggan (Megawati., Nurhingwahyu, & Krisdianto, 2019). Media berperan penting dalam mengembangkan komunikasi bisnis. Komunikasi bisnis dalam menyampaikan pesan dapat dilakukan baik secara verbal

maupun non verbal (Megawati. et al., 2019).

## 2. Metode Ilmiah

Bentuk metode yang dilakukan tim pengabdian untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh paguyuban ibu-ibu PKK Sidowayah, Klaten diawali dengan tahap persiapan yakni (1) Sharing informasi yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan pengurus paguyuban PKK secara intens dari bulan Desember 2020 secara daring sebelum sosialisasi, penyuluhan dan pelatihan dilaksanakan. Pada tahap ini merupakan tahap pendekatan dengan mitra, sehingga diharapkan mampu membina kedekatan dengan mitra dan merancang penggunaan metode yang sesuai. Langkah selanjutnya yaitu (2) mengidentifikasi hambatan mitra lebih mendalam dengan tujuan dapat melihat progres hambatan mitra dalam mengimplementasikan solusi-solusi yang akan ditawarkan oleh tim pengabdian.

Metode yang digunakan pada saat pelaksanaan kegiatan yaitu (1) Penyuluhan tim pengabdian kepada ibu-ibu pkk dengan memberikan gambaran tentang arti pentingnya pelatihan pemanfaatan media sosial dalam mengembangkan komunikasi bisnis terhadap mitra. Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan ini mencakup tentang:

### a. Penyuluhan melalui ceramah

Program ceramah ini dimaksudkan agar masyarakat memahami dan memiliki ketertarikan tentang pesan-pesan yang disampaikan yaitu tentang pemanfaatan media sosial. Tim pengabdian memberikan materi dengan menggandakan hardcopy materi kepada setiap pengurus dan anggota, supaya lebih mudah memahami materi yang disampaikan.

### b. Tanya jawab dan diskusi

Tanya jawab dan diskusi ini dianggap penting untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap

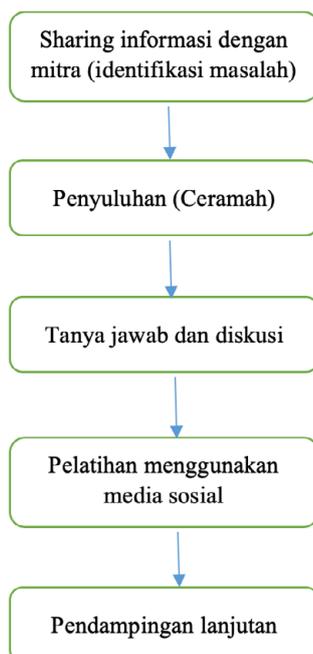
materi yang telah disampaikan. Adanya diskusi ini, diharapkan solusi yang diberikan dapat sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan yang dimiliki mitra pengabdian.

c. Pelatihan menggunakan media sosial

Pelatihan dilakukan secara langsung di acara PKK yang diselenggarakan pada 27 Februari 2021. Pelatihan menjelaskan tentang menggunakan media sosial yang melingkupi aplikasi Instagram, facebook, whatshaap, line, youtube dan media sosial lainnya.

d. Pendampingan dengan mitra

Kegiatan masih berlanjut pada 8 April 2021 dengan agenda pendampingan lanjutan dengan mitra. Masih ada anggota yang didampingi pelatihan dalam mempraktekkan pemanfaatan media sosial untuk memasarkan produk dagangannya. Pendampingan masih berlanjut secara daring sampai 4 Mei 2021. Antusias dan semangat yang diberikan oleh mitra pengabdian ini memberikan hasil yang maksimal pada pengabdian yang dilaksanakan di desa Sidowayah, Klaten. Adapun bagan metode kegiatan pengabdian dapat dilihat sebagai berikut :



### 3. Hasil dan Pembahasan

Setiap pokok kerja (pokja) dalam paguyuban PKK ini terdiri dari beberapa orang dan mempunyai tugas masing-masing untuk menangani setiap kegiatan yang ada seperti pokja 1 (kerja bakti, keagamaan), pokja 2 (Paud, BKB, UP2K dan usaha dagang), pokja 3 (memanfaatkan lahan kosong) dan pokja 4 (tentang kesehatan yaitu posyandu, stunting dan KB). Terkait pokja 2 yaitu usaha dagang yang telah dikoordinasikan dan akan direalisasikan seperti mengelola kuliner, merintis pengembangan umkm untuk cinderamata dan pengelolaan sampah di area desa wisata Sidowayah, Klaten. Realisasi rencana usaha dagang ini tentunya memerlukan komunikasi yang baik dengan berbagai pihak seperti pihak pengelola desa wisata, pemerintahan desa maupun stakeholder yang lain, sehingga perencanaan bisnis ini berjalan sesuai rencana.

Diketahui bersama bahwa komunikasi bisnis memang ikut berperan dan sangat menentukan dalam menjalankan suatu bisnis. Bentuk komunikasi bisa dijabarkan melalui komunikasi verbal, komunikasi non verbal, komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia yaitu komunikasi dengan menggunakan media seperti handphone, telephone, internet, email, radio komunikasi dan lain-lain (Nur et al., 2017). Penjabaran ini nanti yang menjadi topik dalam pengabdian ini yaitu mengkomunikasikan bisnis itu secara baik dan terukur dengan memanfaatkan media sosial secara efektif dan terarah.

Tim pengabdian Universitas Slamet Riyadi Surakarta pada kegiatan pengabdian ini mengadakan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan tentang pemanfaatan media sosial pada 27 Februari 2021. Proses dari pengabdian ini diawali dengan penyuluhan tentang menguraikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra pengabdian, kemudian menggambarkan dan menguraikan

secara detail arti pentingnya komunikasi dan bagaimana media sosial itu sangat berperan dalam komunikasi bisnis sehingga bisa menggunakan media sosial ini secara maksimal melalui pelatihan dan pendampingan lanjutan terhadap mitra dalam mengembangkan usaha dagang pokja 2 yang dimiliki paguyuban PKK tersebut dan bagi ibu ibu PKK yang telah memiliki usaha mandiri. Sehingga langkah ini merupakan solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian kepada ibu ibu PKK Sidowayah, Klaten. Pada gambar 1 dan 2 dapat dilihat peserta yang hadir dan proses kegiatan pengabdian.



Gambar 1. Paguyuban PKK Sidowayah, Klaten



Gambar 2. Proses penyuluhan dan pelatihan pada acara pengabdian

Permasalahan yang dihadapi mitra ini, sama seperti yang disampaikan sebelumnya bahwa masih rendahnya kemampuan pada pelaku umkm dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, serta penggunaan media teknologi informasi masih bersifat umum (Setiawati, Sri Dewi. Purba, Veny., Retnasari, Maya., Fitriawati, Diny., Ngare, 2018). Sehingga langkah selanjutnya dari tim pengabdian yaitu memberikan pelatihan dalam menggunakan media

sosial kepada mitra seperti Instagram, facebook, youtube, line, whatsapp bisnis, twitter dan lain lain dalam mengawali dan mengembangkan usaha dagangnya. Proses awal dari pelatihan ini yaitu membuat akun media sosial dari masing masing anggota PKK yang hadir yang sebelumnya belum memiliki akun, kemudian langkah selanjutnya yaitu melatih cara menggunakan media sosial yang langsung dipraktekkan oleh mitra menggunakan smarthphone masing masing peserta pengabdian dengan mengacu pada panduan hardfile yang sudah diberikan oleh tim pengabdian. Tim pengabdian memberikan panduan kepada mitra sehingga mitra diharapkan bisa menggunakan media sosial dengan terampil.

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di balai desa Sidowayah, Klaten telah berjalan lancar. Acara dihadiri oleh Ibu Lurah Sidowayah, Klaten yaitu Ibu Dian Nurani S.Pd dan semua pengurus serta anggota paguyuban PKK. Pada saat acara berlangsung seluruh anggota PKK sangat antusias, aktif, semangat dan sangat interaktif dalam pelatihan. Hampir semua anggota bertanya tentang peluang dan keuntungan dari media sosial, selain itu antusias menjabarkan lebih rinci cara penggunaan media sosial tersebut. Antusiasme dan keaktifan peserta pada acara ini dapat terlihat pada gambar 3 sebagai berikut.



Gambar 3. Diskusi dan tanya jawab terkait pemanfaatan media sosial

Pendampingan lanjutan untuk peserta pengabdian masih berlanjut pada 8 April 2021 di desa Sidowayah, Klaten hingga 4 Mei 2021 yang

masih didampingi secara daring. Pendampingan lanjutan ini dilakukan oleh tim pengabdian karena ada beberapa ibu-ibu PKK yang akan meluncurkan produk dagangannya melalui media sosial yang sebelumnya dilakukan secara konvensional. Pendampingan lanjutan dapat terlihat pada gambar 4:



*Gambar 4. Pendampingan lanjutan bagi anggota PKK yang mengawali usaha dagang.*

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa setelah mendapatkan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan dalam kegiatan pengabdian, anggota sudah memahami pengetahuan tentang arti penting, manfaat dan peluang, jenis-jenis media sosial dan bisa menggunakan media sosial dengan terampil dalam memasarkan produknya. Pelatihan yang sudah diberikan secara maksimal diharapkan dapat menjawab permasalahan mitra yang dihadapi saat ini yaitu kurangnya pengetahuan dan pemahaman serta bagaimana cara menggunakan media sosial yang saat ini sangat dibutuhkan paguyuban PKK dalam mengembangkan usaha dagang pokja 2 maupun dapat bermanfaat bagi ibu-ibu anggota paguyuban itu sendiri yang sebagian telah mengawali usaha atau bisnis mandiri secara konvensional dan kemudian sekarang bisa memasarkan produknya melalui media sosial. Dengan demikian tim pengabdian dapat membantu paguyuban pkk Desa Sidowayah, Klaten terampil menggunakan media sosial dan bisa dijadikan sebagai tolak ukur dari keberhasilan kegiatan pengabdian ini. Telah diketahui bahwa media sosial

menawarkan kemampuan interaktifitas dalam berbagai informasi yang menjadi konsep sentral (Permana, Tyaswara, & Suhadi, 2020). Sehingga media sosial saat ini sangat berperan besar dalam mengembangkan komunikasi bisnis yang dijalankan, seperti halnya dengan paguyuban Sidowayah, Klaten. Media sosial (e-marketing) merupakan suatu proses pemasaran brand atau merek dengan memakai internet dan teknologi untuk menghubungkan bisnis dengan pelanggan (Wahyuni, Harianto, & Batubara, 2020).

Kegiatan pengabdian ini dapat dirasakan asas manfaat bagi peserta, sehingga diharapkan memberikan bekal ilmu dan pengalaman bagi paguyuban pkk Sidowayah, Klaten. Keseluruhan kegiatan pengabdian ini mendapat respon positif dari kepala desa maupun paguyuban pkk yang merasa sangat terbantu dengan adanya kegiatan pengabdian ini.

#### **4. Kesimpulan dan Saran**

Tim pengabdian memberikan edukasi penyuluhan, pelatihan dan pendampingan terhadap paguyuban pkk Sidowayah, Klaten dalam menggunakan media sosial. Langkah ini sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra pengabdian yang sebelumnya belum terampil menggunakan media sosial dalam memasarkan usaha dagangannya di pokja PKK maupun solusi bagi anggota yang sebagian memiliki usaha mandiri, tetapi masih memasarkan produknya secara konvensional, sehingga pelatihan ini dinilai sangat penting bagi kebutuhan mitra. Hal ini juga disampaikan oleh Mangkunegara, 2016 yang mengemukakan bahwa pelatihan penting untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan teknis.

Penyuluhan dilakukan melalui ceramah, tanya jawab dan memberikan pelatihan menggunakan media sosial yang langsung mempraktekkannya

dengan smartphone masing masing baik dalam membuat akun maupun cara mengoperasikan media sosial tersebut. Dan proses terakhir melakukan pendampingan terhadap mitra. Peran media sosial ini sangat berpeluang besar bagi mitra dalam mengkomunikasikan bisnis yang semula mitra menggunakan metode konvensional dapat beralih ke dunia digital yang lebih modern.

Kegiatan pengabdian ini didapatkan hasil bahwa metode yang diberikan dapat memberikan pengetahuan dan ketrampilan bagi ibu ibu PKK dalam menggunakan media sosial untuk memasarkan produk dagangannya. Oleh karena itu tim pengabdian sudah tepat sasaran dalam memberikan pengabdiannya. Sehingga dapat diutarakan bahwa pelatihan pemanfaatan media sosial dalam mengembangkan komunikasi bisnis ini sangat bermanfaat bagi mitra. Dengan demikian tim pengabdian menyarankan agar ibu ibu PKK secara kontinyu berlatih menggunakan media sosial dalam mengkomunikasikan bisnisnya karena media sosial memberikan manfaat yang sangat besar dalam memasarkan produk. Tidak hanya kaum milenial saja yang menggunakan media sosial tetapi kaum ibu ibu juga menggunakannya untuk mengkomunikasikan bisnisnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Haji, K. (2021). E-commerce development in rural and remote areas of BRICS countries. *Journal of Integrative Agriculture*, 20(4), 979–997. [https://doi.org/10.1016/S2095-3119\(20\)63451-7](https://doi.org/10.1016/S2095-3119(20)63451-7)
- Indhiarti, T. R., Manipuspika, Y. S., & Sudarwati, E. (2020). Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Kampung Biru Arema Sebagai Media Promosi. *Ethos: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 191–198.
- Liputan6.com. (2020). Mendagri Himbau Pemda Memperkuat Pemberdayaan PKK. *Liputan6.Com*. Retrieved from <https://www.liputan6.com/news/read/4202058/mendagri-himbau-pemda-memperkuat-pemberdayaan-pkk>
- Mangkunegara, A.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Penerbit PT.Remaja Rosdakarya
- Megawati., Nurhingwahyu, S., & Krisdianto, D. (2019). Penerapan Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Produk Alat Kesehatan. *Jiagabi*, 8(3), 141–147. Retrieved from <https://scholar.google.com>.
- Nur, L., Baga, L. M., & Tinaprilla, N. (2017). Komunikasi Bisnis Pt Galih Estetika Indonesia Dalam Meningkatkan Kemitraan Ubi Jalar. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 15(2), 24–36. <https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.15.2>.
- Permana, R., Tyaswara, B., & Suhadi, M. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Pada MA Nurul Iman Bandung. *Jurnal Sosial & Abdimas*, 2(1), 34–40.
- Putriyandari, R., Amran, A., Roisah, R., Komalasari, Y., & Yuliyana, W. (2018). Implementasi Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Pendapatan di Lembaga Belajar Smart Club Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 15. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Purwanto, D. 2019. *Komunikasi Bisnis Edisi Kelima*. Penerbit Erlangga
- Setiawati, Sri Dewi. Purba, Veny., Retnasari, Maya., Fitriawati, Diny., Ngare, F. (2018). Membangun Kemampuan Presentasi Bisnis Sebagai Upaya dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 252–258. Retrieved from <https://scholar>.

- google.com/  
Setyowardhani, H., Susanti, H., & Riyanto. (2019). Optimalisasi Media Sosial sebagai Alat Promosi untuk Desa Wisata Lebakmuncang. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 19–26. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.2848>
- Totoh, A. (2021). Media Sosial untuk Bisnis. *Kumparan.Com*. Retrieved from <https://kumparan.com/asep-totoh/media-sosial-untuk-bisnis-1vCNemJbO65>
- Wahyuni, S., Harianto, E., & Batubara, S. (2020). Optimalisasi Aplikasi Media Sosial dalam Mendukung Promosi Wisata Geol Desa Pematang Serai. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 3(2), 129–134.
- Wibawa, A., Made, N., & Mayanti, D. (2021). Penedukasian UMKM Jegeg Bali Tailor Melalui Transformasi Digital Selama Pandemi Covid-19 di Tabanan. *Ethos: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(1), 129–135.