



P-ISSN: 2987-2146, E-ISSN: 2987-7040

Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan: JURANTAS,
Vol. 2, No. 1, Maret-Juni 2024 (159-164)©2024 Lembaga Aspirasi Pendidikan, Penelitian dan
Pengabdian Putra Bangsa (LAP4B) Tangerang Selatan

Peranan Media Sosial bagi Generasi Muda melalui Pengenalan Usaha Marketing Secara Mandiri pada Yayasan Yatim dan Duafa Latar Hati Sawangan Kota Depok

Rio Setiawan^{1*}, Elizabeth Tika Kristina Hartuti², RR Renny Anggraini³

Prodi Manajemen, Universitas Pamulang

dosen002059@unpam.ac.id^{1*}, dosen1503@yahoo.com², dosen01802@unpam.ac.id³

Received 12 Januari 2023 | Revised 30 Maret 2023 | Accepted 31Maret 2023

*Korespondensi Penulis

Kata Kunci:
*Sosial media;
marketing*

Abstrak: Pentingnya Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat. Pelaksanaan PKM ini mengambil judul “Peranan Media Sosial Pada Generasi Muda Melalui Pengenalan Usaha Marketing Secara Mandiri pada Yayasan Yatim dan Duafa Latar Hati Sawangan Kota Depok”. Pengabdian Kepada Masyarakat ini akan dilaksanakan di Jalan Jati RT. 4 RW 4 Sawangan baru kota Depok 16511. Dalam Yayasan yatim dan duafa ini banyak generasi muda yang belum memiliki pengetahuan mengenai usaha marketing dengan baik. Metode yang digunakan pada pelaksanaan PKM ini dengan Pendekatan partisipatif, ceramah, dan pendekatan FGD (*Focus Group Discussion*). Dimana sebelumnya dilakukan terlebih dahulu tahapan observasi langsung guna mengetahui permasalahan yang muncul pada lokasi pengabdian. Pelatihan ini digunakan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang usaha pemasaran khususnya pengelolaan pemasaran berbasis pada usaha kecil yang dapat dirintis, hal ini bertujuan agar yayasan yatim dan duafa yang terdiri dari usia remaja hingga dewasa dapat memahami dan menerapkan manajemen pemasaran khususnya kewirausahaan dengan cukup baik. Selain Pelatihan berkaitan dengan bidang usaha pemasaran kesempatan ini sekaligus diberikan penjelasan tentang dasar - dasar wirausaha dan penguatan konsep dasar manajemen pemasaran.

Keywords:
*Social media;
marketing*

Abstract: The importance of implementing Community Service (PKM) in the Tri Dharma of Higher Education can make a positive contribution to society. The implementation of this PKM is entitled "The Role of Social Media in the Young Generation Through the Introduction of Independent Marketing Efforts at the Sawangan Orphans and Duafa Foundation, Depok City." This Community Service will be carried out on Jalan Jati RT 4 RW 4 Sawangan Baru, Depok City 16511. In this foundation for orphans and the poor, there are many young people who do not yet have good knowledge about marketing efforts. The method used in implementing PKM is a participatory approach, lectures, and an FGD (*Focus Group Discussion*) approach. Where previously a direct observation stage was carried out first to find out the problems that arose at the service location. This training is used to provide an in-depth understanding of marketing efforts, especially marketing management based on small businesses that can be started. This aims to ensure that orphans and poor people from teenagers to adults can understand and apply marketing management, especially entrepreneurship, quite well. Apart from training related to the marketing business sector, this opportunity also provides an explanation of the basics of entrepreneurship and strengthening the basic concepts of marketing management.

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, media sosial telah memainkan peran yang sangat penting dalam memperkenalkan usaha marketing kepada khalayak. Dengan miliaran pengguna aktif setiap harinya, platform-platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya telah menjadi sarana



yang sangat efektif dalam mempromosikan produk dan jasa kepada konsumen potensial. Peran media sosial dalam pengenalan usaha marketing tidak hanya terbatas pada promosi, tetapi juga meliputi interaksi dengan pelanggan, membangun merek, dan memperluas jangkauan pasar. Salah satu peran utama media sosial dalam pengenalan usaha marketing adalah sebagai alat promosi yang efektif. Dengan kemampuan untuk membuat konten visual menarik dan membagikannya dengan cepat kepada ribuan bahkan jutaan orang, platform media sosial memberikan akses yang tidak terbatas bagi usaha marketing untuk memperkenalkan produk dan jasa mereka kepada khalayak yang lebih luas. Melalui iklan berbayar dan konten organik, media sosial memberikan platform yang sangat efektif untuk meningkatkan kesadaran merek dan menghasilkan penjualan. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memiliki pengaruh terhadap pergeseran perilaku, khususnya kebiasaan pembelian konsumen, dengan konsumen lebih memilih untuk bertransaksi secara online daripada secara langsung tepatnya untuk menghasilkan nilai bagi pelanggan, terutama untuk mengembangkan loyalitas agar pelanggan bersedia menjadi konsumen jangka panjang. Media sosial merupakan wadah yang cocok untuk berkomunikasi mengenai bisnis, khususnya secara online. Banyak pebisnis yang menjalankan bisnis online karena komunikasi memiliki banyak manfaat bagi perusahaan dan dapat mengembangkan bisnis dalam banyak aspek. Beberapa di antaranya adalah lebih mudah menjangkau konsumen sasaran, biaya operasional bisnis tidak semahal operasional offline, operasional menjadi lebih mudah, dan lain sebagainya. Penjual dan pembeli sama-sama merasakan manfaat media sosial. Bagi pebisnis, bisnis online mudah dijalankan karena produk yang dijual cukup dipromosikan melalui media sosial.

Dengan memberikan pendampingan berupa pelatihan dan penambahan pengembangan kapasitas usaha pemasaran ini dapat ditingkatkan lagi. Salah satu pendampingan yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan seputar pemanfaatan media sosial. Pendampingan ini mencakup pemanfaatan internet, pembuatan blog dan pemasaran online. Dengan pemanfaatan internet ini generasi muda anak yatim piatu Latar Hati Sawangan dapat belajar lebih lanjut mengenai berbagai informasi tentang pengelolaan pemasaran. Melalui pembuatan blog dan pemasaran online, Yayasan Anak Yatim dan Duafa Latar Hati Sawangan ini juga dapat mempelajari sekaligus dapat mempraktekan penjualan beberapa produk. Melalui pelatihan Yayasan Anak Yatim dan Duafa Latar Hati Sawangan ini dapat lebih meningkatkan pemasaran baik langsung maupun secara digital melalui media sosial dimana penjualan melalui *e-commerce* saat ini sedang marak dilakukan. Yayasan Anak Yatim dan Duafa Latar Hati Sawangan di Depok diharapkan bisa memperluas jaringan pemasaran dan memperkenalkan produknya dengan lebih baik. Pelatihan *e-commerce* atau penggunaan internet belum diterapkan secara optimal oleh peserta dalam kegiatan usaha pemasaran. Keadaan ini disebabkan kurangnya kemampuan para pelaku dalam pemanfaatan TIK dan minimnya fasilitas dalam penggunaan internet.

Sesuai dengan latar belakang dan permasalahan yang dihadapi Di Yayasan Latar Hati Sawangan, Depok. Adapun rumusan masalah dalam PKM ini adalah:

- a. Bagaimana pengetahuan mengenai peranan media social dalam pengenalan usaha marketing generasi muda di yayasan yatim dan duafa di Latar Hati Sawangan Depok?
- b. Bagaimana cara penerapan media sosial dalam marketing bagi generasi muda di yayasan yatim dan duafa di Latar Hati Sawangan Depok agar semakin baik dalam berwirausaha?
- c. Bagaimana cara mengembangkan sumber daya yang ada di yayasan yatim dan duafa di Latar Hati Sawangan Depok tersebut guna menggairahkan generasi muda dalam usaha pemasaran?

KAJIAN TEORI

Media Sosial

Media Sosial Sederhananya, media sosial adalah sebuah kolaborasi antara pengguna media sosial satu dengan pengguna media sosial lainnya yang saling bertukar ide dan pendapat satu sama lain (Patzner, et al., 2019). Media sosial merupakan salah satu media perantara/medium komunikasi bisnis dalam internet yang memberikan penggunanya ruangan untuk merepresentasikan diri, menjadikan tempat bekerja sama, berbagi informasi, serta berkomunikasi dengan pengguna media sosial lainnya sehingga terbentuknya suatu ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015; Setiadi, 2016). Media sosial menjadi tempat yang memungkinkan bagi penggunanya dalam berbagi informasi antara pengguna dengan lebih mudah (Akrimi & Khemakem, 2012). Dengan media sosial, hal ini memberikan pengguna media sosial akses pada informasi kapan saja dan di mana saja sebab selain melalui perangkat komputer, media sosial ini juga dapat diakses melalui handphone.

Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru atau kreatif dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih. Wirausaha adalah orang yang mengupayakan berbagai hal kreatif dan inovatif dengan cara pengembangan ide dan memanfaatkan setiap sumber daya yang ada, guna mendapatkan peluang untuk memperbaiki hidup. Wirausaha memberikan banyak manfaat seperti membuka lowongan pekerjaan, memberi contoh ketekunan, kerja keras dan pribadi unggul serta mendidik pribadi menjadi mandiri, tekun, disiplin dan jujur dalam bekerja.

Beberapa pengertian kewirausahaan menurut para ahli:

Menurut Richard Chantillon dimana Kewirausahaan sebagai pekerjaan itu sendiri (wirausaha). Seorang pengusaha membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu. Jadi definisi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang beresiko atau ketidakpastian. Menurut Norman M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer Kewirausahaan adalah merupakan proses menciptakan sesuatu yang berbeda dengan mengabdikan seluruh waktu dan tenaganya disertai dengan menanggung resiko keuangan, kejiwaan, sosial, dan menerima balas jasa dalam bentuk uang dan kepuasan pribadinya.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai pada bulan berupa survei lapangan, identifikasi masalah dan koordinasi dengan mitra. Berdasarkan hasil survei lapangan dan identifikasi masalah maka dapat diketahui permasalahan yang ada mengenai pengelolaan jurnal dan pemasaran secara online di tempat mitra. Setelah dilakukan koordinasi dengan mitra, kemudian disepakati bentuk dan tema yang akan diangkat dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Langkah selanjutnya adalah penyusunan materi pelatihan pengelolaan jurnal dengan pemasaran secara online. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pendampingan pengelolaan jurnal online berbasis media social.

Dalam mekanisme tahapan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) terdiri atas enam tahapan, yakni tahap persiapan, investigasi, pembekalan, pra-implementasi, evaluasi, dan implementasi. Pada tahapan persiapan dilakukan survey lokasi dan koordinasi dengan mitra. Pada tahapan investigasi yang dilakukan adalah menggali komponen-komponen permasalahan yang tengah dihadapi mitra, mendengarkan berbagai keluhan mitra dalam menjalankan usahanya serta keinginan dan harapan mitra terhadap *digital marketing* yang tengah dirintisnya. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) diselenggarakan di lokasi yang telah ditetapkan dengan mengakomodir jumlah peserta untuk dapat berkumpul dengan nyaman dan tenang. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan pada tanggal 2-4 November 2023 yang bertempat di Sekretariat Argapuri Jl. H. Hamzah No. 32, Pamulang Barat, Pamulang, Kota Tangerang Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Terdapat beberapa indikator keberhasilan dari solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini:

- Meningkatnya pemahaman pengetahuan mengenai peranan media social dalam pengenalan usaha marketing generasi muda di yayasan yatim dan duafa di Latar Hati Sawangan Depok
- Meningkatnya pembelajaran penerapan media sosial dalam marketing bagi generasi muda di yayasan yatim dan duafa di Latar Hati Sawangan Depok agar semakin baik dalam berwirausaha.
- Meningkatnya pengembangan sumber daya yang ada di yayasan yatim dan duafa di Latar Hati Sawangan Depok tersebut guna menggairahkan generasi muda dalam usaha pemasaran

Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai pada bulan berupa survei lapangan, identifikasi masalah dan koordinasi dengan mitra. Berdasarkan hasil survei lapangan dan identifikasi masalah maka dapat diketahui permasalahan yang ada mengenai pengelolaan jurnal dan pemasaran secara online di tempat mitra. Setelah dilakukan koordinasi dengan mitra, kemudian disepakati bentuk dan tema yang akan diangkat dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Langkah selanjutnya adalah penyusunan materi pelatihan pengelolaan jurnal dengan pemasaran secara online. Pelaksanaan kegiatan pengabdian

masyarakat berupa pendampingan pengelolaan jurnal online berbasis media social. Dalam mekanisme tahapan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) terdiri atas enam tahapan, yakni tahap persiapan, investigasi, pembekalan, pra-implementasi, evaluasi, dan implementasi. Pada tahapan persiapan dilakukan survey lokasi dan koordinasi dengan mitra. Pada tahapan investigasi yang dilakukan adalah menggali komponen-komponen permasalahan yang tengah dihadapi mitra, mendengarkan berbagai keluhan mitra dalam menjalankan usahanya serta keinginan dan harapan mitra terhadap digital marketing yang tengah dirintisnya. Pendekatan yang dilakukan untuk menyelesaikan persoalan mitra meliputi pendekatan partisipatif, metode pendekatan ceramah, pendekatan FGD (Focus Group Discussion), pendekatan kelompok dan individual.

1. Metode Pendekatan Partisipatif. Metode ini digunakan agar mitra dapat berpartisipasi aktif terhadap seluruh rangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan. Pendekatan ini diawali dengan kegiatan bertemu secara langsung. Hal ini dilakukan untuk memberikan motivasi, inspirasi, membangun niat, menumbuhkan semangat mitra untuk terus melakukan inovasi pengembangan usaha serta mengikuti dengan seksama proses kegiatan Program Kemitraan Kemasyarakatan (PKM).
2. Metode Pendekatan Ceramah. Cara yang paling efektif untuk memperkenalkan informasi atau konsep-konsep yang baru pada sekelompok orang yang belajar. Dalam metode pendekatan ini dilakukan presentasi mengenai konsep dan informasi dalam cara yang sistematis dalam waktu yang terbatas, menggunakan alat bantu, berdiskusi dengan mitra.
3. Metode Pendekatan FGD (Focus Group Discussion). Pada metode ini dilakukan sharing pengalaman dalam proses pembelajaran dengan cara:

- a) Memberikan kesempatan kepada mitra untuk saling berbagi pengalaman, gagasan, ide, dan mengklarifikasi sudut pandang mitra yang berbeda
- b) Membantu mitra mengenali apa yang mereka telah lakukan dan hal-hal yang mitra tidak ketahui
- c) Membantu mitra menjawab pertanyaan-pertanyaan yang selama ini mereka temui dalam pengalaman, meningkatkan keterlibatan mitra dalam menjalankan usahanya.
- d) Pendekatan Kelompok dan Individual. Dalam metode pendekatan kelompok dan individual ini digunakan pembelajaran dengan melakukan pembelajaran melalui pengamatan.

Hal-hal yang dilakukan adalah dengan pelatihan pengelolaan sistem administrasi, pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana, pelatihan pembuatan web/media sosial lainnya untuk kegiatan promosi. Di setiap akhir pelaksanaan kegiatan mitra diberikan angket untuk mengetahui seberapa besar tingkat pemahaman terhadap materi dan program yang telah diberikan.



Gambar 2: Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Peranan Media Sosial Pada Generasi Muda Melalui Pengenalan Usaha *Marketing* Secara Mandiri pada Yayasan Yatim dan Duafa Latar Hati Sawangan Kota Depok” adalah upaya yang sangat positif untuk memberikan pemahaman pemasaran

kepada dua kelompok penting dalam masyarakat, yaitu anak usia dini dan generasi milenial. Program ini menawarkan solusi cerdas dalam rangka membantu mereka mengelola pemasaran secara mandiri sejak dini.

Dengan pendekatan yang holistik, melibatkan orang tua/wali, pendidik, dan komunitas sekitar, pengabdian ini bertujuan untuk memberikan dasar yang kuat bagi pemahaman dan kebiasaan keuangan yang baik. Melalui program ini, diharapkan anak usia dini dapat membangun pemahaman yang baik tentang pentingnya mengelola pemasaran, sementara generasi milenial dapat diberdayakan untuk menghadapi tantangan pemasaran di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, C., Hermawan, D., Srinadi, N. L. P., & Kusuma, T. M. (2021). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pengembangan Usaha Ternak Tikus Putih. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1 SE-Articles). <https://doi.org/10.35912/yumary.v2i1.503>
- Andi, K., Dharma, F., & Gamayuni, R. R. (2021). Pelatihan Peningkatan Kualitas Produk dan Pemasaran Usaha Bubuk Biji Salak di Desa Sungai Langka, Kabupaten Pesawaran. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4 SE-Articles). <https://doi.org/10.35912/yumary.v1i4.71>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2018). Persebaran pengguna internet menurut provinsi 2018. <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/persebaran-pengguna-internet-menurut-provinsi-2018-1562644076#>
- Coupey, Eloise. 2001. *Marketing and the Internet*. New Jersey: Prentice Hall.
- Dessler Gary. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Kesembilan. Jilid II. Jakarta: PT. Indeks.
- Eko, Sutoro (2004). Reformasi Politik dan Pemberdayaan Masyarakat. Yogyakarta: APMD Press.
- Gelgel, N. (2017). Pengenalan Beretika Komunikasi dalam Sosial Media di Kalangan Remaja. *Buletin Udayana Mengabdi*, 16 (3), 219-224. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jum/article/view/36886>
- Handyaningrat, Soewarno. 1992. Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen. Jakarta: Cv Haji Masagung.
- Handoko, T. Hani. 2001. Manajemen Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, Malayu S P. 2004. Manajemen, Dasar, Pengertian dan Masalah. Bandung: Bumi Aksara.
- Hulasoh, E., Syamsuddin, R. A., Praditya, A., Lisdawati, & Supardi. (2020). Pengaruh Gadget Terhadap Prestasi Belajar Remaja Di Era Milenial Pada Lembaga Bimbingan Belajar Daarul 'Ulum Petukangan Utara, Pesangrahan, Jakarta Selatan. *ABDIMAS*.
- Hasyim, D. (2014). Kualitas Manajemen Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) (Studi Kasus Pada Distribution Store (Distro) Di Kota Medan). *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(2), 105–114. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v5i2.1119>
- Mandey, R. (2017). Marak e-Commerce, Konsumen Mulai Beralih ke Belanja Online. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisni%0As/3493664/marak-e-commerce-konsumen-mul%0Aai-beralih-ke-belanja-online>
- Modul KKN Tematik Desa Membangun Pemberdayaan Masyarakat Desa, Balitbang Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi, 2019.
- Mohammed, Fisher, Jaworski, and Paddison, 2003, *Internet Marketing: Building Advantage in a Networked Economy*. United States of America: McGraw-Hill.
- PEMBERDAYAAN MASYARAKAT, Jurnal Ilmiah CIVIS, Volume I, No.2, Juli 2011.
- Pratama, A., & Syamsuddin, R. A. (2020). DAMPAK KOMITMEN ORGANISASI ATAS KINERJA KARYAWAN PT BNI KCP PAMULANG. *ProBank*. <https://doi.org/10.36587/probank.v5i2.723>
- Pratama, B. A. (2019). Korelasi Penggunaan Media Sosial terhadap Sikap Antisosial pada Remaja Sekolah Menengah Pertama di Kabupaten Sukoharjo. *Indonesian Journal On Medical Science*, 6(2), 9–17. <https://ejournal.ijmsbm.org/index.php/ijms/article/download/180/178>
- Rahmi Andini Syamsuddin, Lisdawati, & Agung Tri Putranto. (2020). Evaluation Performance of Social Organization in Setu District – South Tangerang. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*. <https://doi.org/10.22225/jj.7.2.2483.123-127>
- Rayport, Jeffrey F. dan Bernard J. Jaworski, 2003, *Introduction To E-Commerce, 2nd Edition*, McGraw-Hill, New York.

- Utomo, H. (2014). Menumbuhkan Minat Kewirausahaan Sosial (Hardi Utomo). Kewirausahaan.
- Siagian, P Sondang. 1992. Fungsi-fungsi Manajerial. Jakarta: Bumi Aksara.
- Saputro, E. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pengembangan Usaha Bagi UMKM (Studi Kasus Bandeng Presto di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati). 1–112.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. 1987. Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES.
- Siswanto, H.B. 2005. Pengantar Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara.
- Strauss, Judy and Raymond Frost. 2009. *E-Marketing. 2nd Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Susanti, F., Lisdawati, L., Andini, R., Setiawan, R., & Ratnawati, W. (2020). MENANAMKAN JIWA DAN SEMANGAT KEWIRAUSAHAAN PERSAINGAN MENGHADAPI DI ERA GLOBALISASI PADA GURU DAN ORANGTUA MURID BIMBINGAN BELAJAR BIMBA PAMULANG TANGERANG SELATAN. *DEDIKASI PKM*. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v1i1.6061>
- Tanaka, Nao. 2012. Teknologi Tepat Guna & Dunia Alternatif. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Terry, G.R dan L.W Rue. 1992. Dasar-Dasar Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tunggal, Amin Widjaja. 2002. Manajemen suatu pengantar. Jakarta: Rineka Cipta.
- <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-kewirausahaan/>
- <https://www.maxmanroe.com/pengertian-kewirausahaan.html>
- The [internetworldstats](http://www.internetworldstats.com) website. [Online]. Available: <http://www.internetworldstats.com>. Diakses 23 Desember 2013.
- https://www.researchgate.net/publication/359396668_Digital_Marketing_Usaha_Kecil_dan_Menengah_Melalui_Media_Sosial
- https://www.researchgate.net/publication/368013645_PERANAN_MEDIA_SOSIAL_DALAM_MEN_GEMBANGKAN_SUATU_BISNIS_LITERATURE_REVIEW
- https://www.researchgate.net/publication/368013645_PERANAN_MEDIA_SOSIAL_DALAM_MEN_GEMBANGKAN_SUATU_BISNIS_LITERATURE_REVIEW