

WORKSHOP PROGRAM PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS SOCIO-TECHNOPRENEURSHIP DI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Fatmawati Moekahar, Benni Handayani, Yudi Daherman, dan Mufti Hasan Alfani¹

¹Universitas Islam Riau

e-mail: fatmawatikaffa@comm.uir.ac.id

Abstrak

Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah (1) Meningkatkan *capacity building* wirausaha muda mahasiswa/alumni Universitas Islam Riau (UIR), (2) Mahasiswa/Alumni memiliki bekal *softskill* dan *hardskill* dalam menjalankan usaha dengan *competitive advantage*, (3) Terbentuknya kantin terapung sebagai “*Hangout place*” untuk dapat mengembangkan bisnisnya. Sasaran adalah 20 mahasiswa/alumni yang merupakan pebisnis pemula di lingkungan Universitas Islam Riau. Permasalahan yang dihadapi adalah: a. Belum memiliki *capacity building* sebagai bekal kemampuan untuk berbisnis; b. Keterbatasan modal; c. Keterbatasan sarana dan prasarana; d. Minimnya kreatifitas produk/differensiasi; e. Kompetensi pengelola yang masih konvensional; f. Belum memiliki model bisnis yang terintegrasi. Solusi permasalahan adalah program pembinaan kewirausahaan, melalui konsep bisnis kreatif yang berbasis pada *socio-technopreneurship*. Kantin terapung menjadi “*Hangout place*” bagi para mahasiswa/alumni untuk dapat mengembangkan bisnisnya. Program yang dilakukan adalah: a. Pelatihan pengembangan *skill entrepreneur* yang berbasiskan *socio-technopreneurship*; b. Pelatihan peningkatan *softskill/hardskill entrepreneur*; c. Magang pada industri mitra; d. Memberikan bantuan modal usaha dalam pengembangan usaha mandiri; e. Pendampingan terhadap wirausaha menjadi wirausaha mandiri. Hasil PKM adalah a. meningkatkan *softskill* dan *hardskill* mahasiswa/alumni UIR sebagai pebisnis pemula, b. UIR memiliki “*Hangout place*” bagi para mahasiswa/alumni untuk dapat mengembangkan bisnisnya, dan c. Lima wirausaha mandiri.

Kata Kunci: Wirausaha Mandiri, *Socio-Technopreneurship* dan Pebisnis Pemula

A. Pendahuluan

Universitas Islam Riau merupakan perguruan tinggi dengan jumlah mahasiswa lebih dari 25.000 orang. Dari jumlah tersebut, berpeluang untuk menumbuhkan jiwa *entrepreneur* kepada mahasiswa. Namun, masih terbatasnya fasilitas berwirausaha bagi mahasiswa membuat jiwa *entrepreneurship* hanya tumbuh secara otodidak. Pembelajaran kewirausahaan yang masih bersifat konseptual, bahan ajar yang belum mampu menjawab tantangan zaman serta modul pembelajaran yang bersifat konvensional menjadi persoalan utama dalam pengembangan wirausaha mahasiswa. Langkah strategis yang harus dilakukan perguruan

tinggi adalah dengan melahirkan sarjana yang cerdas, berjiwa wirausaha, kreatif dan inovatif dengan cara yang terintegratif.

Pada awal tahun 2019, UIR telah menyediakan satu tempat yang luas berada di area Kampus untuk dijadikan tempat *hang-out* dan pusat kuliner bagi civitas akademika di lingkungan UIR. Tempat tersebut diberi nama Kantin Terapung. Tujuan didirikannya Kantin Terapung adalah sebagai tempat bisnis dan bersosialisasi bagi civitas akademika di UIR.



Gambar 1. Kantin Terapung UIR
Sumber: Tim Pengabdian, 2020

Ada banyak wirausaha yang berasal dari mahasiswa dan alumni di UIR. Namun mayoritas wirausaha tersebut tidak mampu bertahan lama dan *continue*. Banyak wirausaha yang hanya bersifat musiman. Pada waktu tertentu usaha tersebut hilang, padahal usaha yang dijalankan termasuk dalam kategori punya potensi untuk dikembangkan. Misalnya: usaha *event organizer* yang dilakukan oleh mahasiswa di Fikom (*Evorcomm* dan *AFV*). Usaha ini cukup berpotensi di sepanjang tahun dan memiliki peluang yang cukup bagus secara ekonomi. Namun karena pengelolaan manajemen yang kurang baik, usaha ini jadi kurang berkembang. Fungsi manajemen tidak berjalan baik. Oleh karena itu diperlukan pelatihan manajemen usaha agar mahasiswa memiliki bekal pengelolaan manajemen usaha yang tepat.

Konsep bisnis yang dijalankan oleh tim pengabdian sebagai solusi dari peserta PPK (Program Pengembangan Kewirausahaan) UIR 2020 adalah Wirausaha Kreatif berbasis *Socio-Technopreneurship*. Konsep ini adalah pengembangan wirausaha dengan

mengedepankan produk kreatif berbasis teknologi dan memiliki manfaat bagi masyarakat. *Socio-Technopreneurship* merupakan penggabungan dari tiga kata yaitu *Socio/Sosial* /Kemasyarakatan, *techno/teknologi*, dan *entrepeneur* atau dalam bahasa Indonesia biasa dikenal dengan istilah kewirausahaan. Jadi pada dasarnya konsep *Socio-Technopreneurship* diartikan sebagai pengembangan wirausaha dengan *support* teknologi yang memberikan dampak kepada masyarakat. Konsep ini hampir sama dengan *Business-preneursip* hanya saja capaian *Business-preneursip* berbicara mengenai keuntungan semata. Konsep *Socio-technopreneurship* sangat dekat dengan perkembangan perusahaan *startup* di Indonesia, sebab *Socio-technopreneurship* merupakan sebuah konsep bisnis pemanfaatan teknologi dan inovasi yang nantinya menjadikan solusi bagi permasalahan masyarakat umum.

Program pengembangan kewirausahaan ini memberikan stimulasi bagi peserta PPK untuk memasukkan konsep *socio-technopreneurship* dalam usaha yang dijelankannya. Pendekatan ini dianggap memiliki *benefit* terhadap keberlanjutan bisnis yang dijelankannya. Bisnis berbasis *Socio-technopreneurship* menjadi sebuah keniscayaan di tengah perkembangan teknologi komunikasi saat ini. Teknologi dapat diterapkan dalam manajemen pemasaran produk, misalnya: dalam terkait strategi *Product, Price, Promotion* dan *Place*. Beberapa penelitian yang mendukung penggunaan teknologi dalam pemasaran adalah: (Putri & Fithrah, 2017) bahwa terdapat pengaruh yang sangat signifikan terhadap kampanye *online marketing*; (Nuraeni & Suryawardani, 2017) mengatakan Instagram merupakan sarana promosi yang paling efektif, (Diyatma, 2017) bahwa keputusan beli konsumen dipengaruhi media sosial Instagram sebesar 83,44%, dan (Geralda & Kasih, 2020), Penggunaan Digital Marketing dan Website pada Bimbel. Pengembangan *Socio-technopreneurship* pada akhirnya menjadi sebuah metode yang signifikan sebagai upaya untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan (Handayani et al., 2020).

B. Masalah

Namun Kantin Terapung masih memiliki beberapa kekurangan:

- 1) *Belum optimalnya kantin terapung sebagai pusat bisnis di UIR*. Meskipun memiliki kantin terapung yang cukup representative, namun tempat tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal. Masih banyak ruang kosong di Kantin terapung tersebut, padahal jumlah wirausaha yang berasal dari mahasiswa dan alumni di UIR cukup banyak.



Gambar 2. Lapak Kosong di Kantin Terapung
Sumber: Tim Pengabdian, 2020

- 2) *Keterbatasan kreativitas wirausaha di UIR.* Kreativitas merupakan modal utama sebuah usaha akan berjalan lancar dan jangka panjang. Jika seorang wirausaha memiliki kreativitas tinggi dalam produk yang dijual, maka produk tersebut akan terus dibutuhkan oleh konsumen.
- 3) *Pengelolaan manajemen usaha yang tidak maksimal.* Ada banyak wirausaha yang berasal dari mahasiswa dan alumni di UIR. Namun mayoritas wirausaha tersebut tidak mampu bertahan lama dan *continue*. Banyak wirausaha yang hanya bersifat musiman. Pada waktu tertentu usaha tersebut hilang, padahal usaha yang dijalankan termasuk dalam kategori punya potensi untuk dikembangkan.
- 4) *Minimnya softskill dan hardskill mahasiswa sebagai pebisnis pemula.* Pebisnis pemula yang merupakan mahasiswa/alumni UIR masih minim *softskill* dan *hardskill* terkait kewirausahaan, misalnya *softskill*, kompetensi komunikasi sebagai entrepreneur. Para pebisnis tidak memiliki skill presentasi bisnis yang baik. *Hardskill*, belum memiliki sistem pencatatan keuangan dan ijin usaha dari produk yang dijualnya.

C. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan pada Program Pengembangan kewirausahaan (PPK) dengan tema Wirausaha Kreatif berbasis *Socio-Technopreneurship* diselenggarakan melalui berbagai kegiatan yang bersifat partisipatif yaitu, Diskusi Kelompok Focus (FGD), *Workshop*, Praktik dan Monitoring&Evaluasi. Metode tersebut diterapkan dalam beberapa tahapan kegiatan yang dijalankan dalam PPK UIR 2020, yakni:

Tabel 1. Program PPK UIR 2020

Tahapan Kegiatan	Program
Persiapan	Pemilihan tenant yang layak mengikuti proses inkubasi dalam program PPK
Pelaksanaan Kegiatan	Pelatihan peningkatan <i>softskill/hardskill entrepreneur</i> a. <i>Workshop</i> Konsep Bisnis <i>socio-technopreneurship</i> , b. <i>Workshop</i> Kompetensi Komunikasi, c. <i>Workshop</i> Uji Kelayakan Bisnis d. <i>Workshop</i> Presentasi Bisnis
Magang	Industry Mitra: a. Abikom EO b. Kobi Kopi c. Katering PKU
Monitoring & Evaluasi	a. Pemilihan 5 tenant b. Pemberian pinjaman bantuan modal usaha c. Pendampingan

Sumber: Tim Pengabdian, 2020

Berikut adalah uraian dari masing-masing tahapan kegiatan dalam program pengembangan kewirausahaan (PPK) UIR 2020:

a. Persiapan

Dalam kegiatan persiapan ini adalah proses Pemilihan tenant yang layak mengikuti proses inkubasi dalam program PPK. Sasaran kegiatan adalah seluruh pebisnis pemula yang merupakan mahasiswa/alumni Universitas Islam Riau. tim pengabdian menentukan kriteria sebagai sasaran kegiatan, yakni:

- 1) Mahasiswa/alumni Universitas Islam Riau
- 2) Memiliki unit bisnis atau rencana bisnis yang baru dikembangkan
- 3) Memiliki komitmen untuk terus melanjutkan bisnisnya
- 4) Komitmen mengikuti kegiatan PPK sebagai bagian dari proses inkubasi bisnis
- 5) Bisnisnya berusia 1-3 tahun yang masih memerlukan pendampingan untuk dapat menjadi bisnis mandiri

Berdasarkan hasil verifikasi dari tim pengabdian maka diperoleh 20 peserta yang terpilih mengikuti program pengembangan kewirausahaan (PPK) dengan tema *Socio-technopreneurship*. Peserta terpilih adalah mahasiswa/alumni UIR yang memiliki bisnis berjalan selama (1-3 tahun) dan masih memiliki banyak kekurangan dalam menjalankan bisnisnya. Bisnis yang dijalankan oleh peserta PPK adalah usaha barang dan Jasa.

b. Pelaksanaan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan PPK UIR 2020 ini terdiri dari 4 kegiatan workshop, yakni:

- 1) *Workshop* Konsep Bisnis *socio-technopreneurship*
- 2) *Workshop* Kompetensi Komunikasi
- 3) *Workshop* Uji Kelayakan Bisnis
- 4) *Workshop* Presentasi Bisnis

c. Magang

Magang merupakan latihan kerja dengan melihat dan menyaksikan secara langsung proses kerja di industri mitra yang telah ditentukan sebelumnya.

d. Monitoring dan evaluasi

Kegiatan monitoring dan evaluasi ini terdiri atas 3 tahapan yakni: Pemilihan 5 tenant, Pemberian bantuan usaha dan pendampingan.

D. Pembahasan

1. *Workshop* Konsep Bisnis *socio-technopreneurship*

Workshop Konsep Bisnis *Socio-technopreneurship* sebuah pemaparan terhadap tenant tentang konsep bisnis yang memadukan *socio* dan teknologi. Dalam kegiatan PKM ini, konsep bisnis ini diimplementasikan dalam strategi komunikasi pemasaran yang mengedepankan teknologi melalui media sosial. Kemajuan teknologi informasi saat ini juga pada masa Pandemi Covid-19 menjadi solusi tepat karena *minim contact* dengan para calon konsumen. Semua *tenant* disarankan memiliki dan mengoptimalkan media *social* sebagai sarana promosi untuk mengomunikasikan produk yang dijualnya. Media *social* yang paling banyak digunakan oleh para tenant adalah: *Instagram*, *Facebook* dan *Whatsapp*. Para tenant adalah usia remaja yang sangat dekat dengan teknologi, terutama media *social*. Sesuai dengan hasil riset (Moekahar & Handayani, 2019), fenomena penggunaan media sosial di Kota Pekanbaru cukup tinggi. Selain itu sebagai pebisnis pemula yang harus bersaing di tengah persaingan bisnis yang tinggi, seorang wirausahawan harus terus mengembangkan kreativitas dan terus berinovasi (Abdurrahman, 2015).

2. *Workshop* Kompetensi Komunikasi

Kompetensi komunikasi adalah serangkaian keterampilan komunikasi baik teoritis maupun praktis sebagai seorang wirausahawan. Pada sesi ini para peserta pelatihan diberikan

materi tentang Komunikasi Verbal dan Non Verbal. Selanjutnya peserta juga diberi wawasan tentang bagaimana melakukan komunikasi bisnis melalui media, terutama media sosial.

3. *Workshop Uji Kelayakan Bisnis*

Sebuah bisnis yang baik adalah bisnis yang memiliki kelayakan. Uji kelayakan dalam bisnis digunakan sebagai pertimbangan bagi para calon konsumen untuk menentukan keputusan beli. Dalam workshop ini diberikan pemapara tentang proses inkubasi bisnis agar menjadi bisnis yang mandiri, kelayakan bisnis dari sisi keuangan dan perijinan serta *skill manajerial* bagi pemilik bisnis.



Gambar 3. *Workshop Uji Kelayakan Bisnis*
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2020

4. *Workshop Presentasi Bisnis*

Kegiatan ini fokus pada pelatihan seluruh peserta PPK untuk melakukan presentasi bisnis. Setiap peserta diberikan kesempatan untuk melakukan presentasi bisnis dengan membawa contoh produk yang dijualnya. Hasil presentasi tenant diberikan penilaian oleh komentator yakni praktisi dan akademisi yang memiliki pengetahuan di bidang kewirausahaan.



Gambar 4. Foto Kegiatan *Workshop Presentasi Bisnis*
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2020

5. Magang

Kegiatan magang dalam program PPK merupakan salah satu kegiatan yang terintegrasi dari keseluruhan rangkaian kegiatan PPK. Magang merupakan latihan kerja dengan melihat dan menyaksikan secara langsung proses kerja di industri mitra yang telah ditentukan sebelumnya. Oleh karena itu kegiatan magang ini juga disebut sebagai *Fieldtrip* (Kunjungan). Dalam kegiatan magang ini dibagi menjadi dua, yakni: sesi sharing dengan industry dan observasi langsung para peserta terhadap operasional kerja di industri mitra. Pada saat observasi, para peserta juga diperbolehkan bertanya dan bahkan berlatih melakukan aktivitas yang dilakukan oleh karyawan/staf di industri mitra. Para peserta magang diharapkan melihat dan dapat menerapkan strategi bisnis para pelaku usaha industry mitra, terutama dalam mengelaborasi kearifan lokal yang dijual kepada konsumen. Karena pengembangan usaha berbasis budaya kearifan lokal memiliki nilai jual tinggi bagi para pemuda (Lak & El, 2015). Industri mitra yang dipilih dalam kegiatan PPK terdiri atas 3 lokasi, yakni:

a) ABIKOM *Event Organizer*.

ABIKOM EO adalah salah satu jenis usaha jasa di bidang event organizer. EO ini telah berdiri sejak 10 tahun lalu dan sudah ratusan klien yang digelarnya. ABIKOM terletak di JL. Brigjen Katamso Pekanbaru adalah salah satu bagian dari perusahaan dibawah CV. Arsy Bakule Intelektual Komunikasi. Jenis jasa yang ditawarkan oleh Abikom meliputi, *Wedding Party, Birthday Party, Product Lounching, Dancer, Acoustic Café, Expo* dan lain sebagainya. Dalam kegiatan magang/fieldtrip ke Abikom EO, peserta memperoleh penjelasan yang panjang tentang perjalanan bisnis EO dan bagaimana menghadapi perkembangan dunia digital saat ini.

b) KOBI Coffee

KOBI Coffee juga merupakan bagian dari perusahaan dibawah naungan CV. Arsy Bakule Intelektual Komunikasi. Namun Kobi Coffee fokus pada pelayanan penjualan Kopi dan aneka minuman lain. Menurut managernya, pada awalnya Kobi ini dirintis untuk memenuhi selera “ngopi” konsumen dengan sistem *take away*. Namun seiring perkembangannya, Kobi membuka Coffeeshop secara *offline*. Kekhasan dari Kobi adalah citarasa Kopi dengan gula aren, sehingga rasa manisnya pas. Dalam kegiatan magang/fieldtrip di Kobi Coffee, peserta dapat melihat secara langsung Barista menyeduh

kopi dan melayani konsumen. Selain dapat menikmati cita rasa kopi dengan gula aren, peserta juga berperan sebagai *interviewer* dan konsumen.

c) Katering PKU

Katering PKU adalah nama sebuah restoran dengan menu favorit *Seafood*. Pemilik dari usaha ini adalah salah satu Alumni UIR. Usaha ini baru berjalan 2 tahun, namun telah memiliki konsumen yang banyak. Hal unik lain yang dapat disaksikan oleh peserta PPK UIR dalam hal diferensiasi produk di restoran ini adalah cara penyajian makanan kepada konsumennya. *Seafood* yang telah dimasak langsung disajikan secara langsung diatas plastik yang telah disiapkan sebelumnya.

6. Monitoring dan evaluasi

Kegiatan monitoring dan evaluasi ini terdiri atas 3 tahapan yakni: (a) Pemilihan 5 tenant; (b) Pemberian bantuan usaha; dan (c) Pendampingan. Dalam kegiatan ini juga dilakukan evaluasi di setiap pelaksanaan kegiatan yang dilakukan. Evaluasi ini dilakukan guna melakukan perbaikan terhadap hal-hal yang dianggap masih belum optimal.

a) Pemilihan 5 Tenant

Kegiatan pemilihan 5 tenant ini dimulai dengan pengumpulan proposal bisnis yang dijalankan oleh para tenant. Tim pengabdian memberikan panduan berupa *template* proposal bisnis. Peserta diberi waktu selama seminggu untuk menyusun proposal bisnis sesuai dengan standar proposal (Materi tentang proposal bisnis telah diberikan pada saat pelaksanaan *workshop Business Plan*). Selanjutnya proposal bisnis dilakukan penilaian dari tim pengabdian. Dari 20 peserta PPK diambil 5 tenant yang terpilih dan merupakan salah satu *output* dari kegiatan PPK ini. Penilaian dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Tenant merupakan peserta aktif dalam seluruh tahapan kegiatan PPK
- 2) Tenant memiliki progress yang baik selama mengikuti kegiatan PPK
- 3) Tenant berkomitmen melanjutkan bisnisnya
- 4) Tenant menjadi wirausaha mandiri

b) Pemberian Pinjaman Bantuan Modal Usaha

Pemberian pinjaman bantuan modal usaha ini dimaksudkan untuk mensupport para tenant terpilih agar lebih termotivasi untuk melanjutkan bisnisnya dan menjadikan Kantin Terapung sebagai lapak berjualan sehingga terwujudnya Kantin Terapung sebagai Pusat Bisnis UIR. Pemberian bantuan dana diberikan sebesar Rp. 1.000.000,-

setiap tenannya. Pemberian bantuan ini bersifat bantuan lunak dan *Tenant* dapat mengembalikan tanpa bunga selama 1 tahun. Pengembalian dana tersebut akan dihibahkan untuk pembangunan perbaikan lapak di Kantin Terapung.

c) Pendampingan

Lima *tenant* terpilih diberikan masukan dan pendampingan selama satu bulan untuk memberikan nilai tambah pada produk yang dijualnya. Dalam kegiatan ini tim pengabdian juga mendampingi tenant untuk membuat *virtual promotion* sebagai bagian dari alat *digital marketing* produknya. Tenant juga diberikan kesempatan untuk memulai membuka lapak di Kantin terapung. Hal ini untuk mewujudkan salah satu tujuan kegiatan ini yakni menjadikan kantin terapung sebagai pusat bisnis di UIR.

E. Kesimpulan

Program pengembangan kewirausahaan (PPK) dengan judul Wirausaha Kreatif berbasis “*Socio-Technopreneurship*” ini merupakan sebuah konsep bisnis yang mengedepankan kreatifitas produk yang berbasis teknologi dan memiliki manfaat bagi masyarakat. Konsep bisnis ini menjadi solusi terhadap pengangguran yang berasal dari kalangan lulusan di Perguruan Tinggi. Dengan menumbuhkan jiwa *entrepreneur* dan mengoptimalkan Kantin terapung sebagai wadah berbisnis bagi mahasiswa/alumni di lingkungan UIR, maka UIR dapat mencetak generasi akademis yang siap menjadi pebisnis-pebisnis yang sukses. Kegiatan PPK ini berbentuk rangkaian *workshop* kewirausahaan dan magang ke industry mitra yang bertujuan untuk membangun dan menciptakan wirausaha muda mandiri yang kreatif. PPK memiliki manfaat kepada seluruh peserta *workshop* karena memberikan *capacity building* wirausaha dan meningkatkan *skill* komunikasi sebagai *entrepreneur*. Output dari kegiatan ini Lima tenant mandiri yang siap berbisnis dan mengoptimalkan kantin terapung sebagai pusat bisnis dan tempat hangout bagi para civitas akademika di lingkungan Universitas Islam Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, M. S. (2015). Penerapan Inovasi Kewirausahaan Bagi Bisnis Komunikasi Pemula : Studi Kasus Strategi Bisnis Di Pt Edu Media Komunika Entrepreneurship Innovation Implementation For New Communication Business Corporation : Case Study Of Edu Media Komunika ' S Business Stra. *Penelitian Komunikasidan Pembangunan*, 16(1), 11–22.

- Diyatma, A. J. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar The Influence Of Product Promotion Through Social Media Instagram Towards Purchasing Decision In Saka Bistro & Bar. *E-Proceeding of Management*, 4(1), 175–179. Retrieved from <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/4641/4382>
- Geralda, M., & Kasih, J. (2020). Implementasi Digital Marketing pada Sosial Media dan Website Bimbel Media Bandung. *Strategi*, 2, 27–38.
- Handayani, B., Moekahar, F., Daherman, Y., Alfani, M. H., (2020). Social Media Marketing Sebagai Sarana Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Sociotechnopreneurship Di Universitas Islam Riau. *Jurnal Riset Komunikasi*, 3, 177–193. <https://doi.org/https://doi.org/10.24329/jurkom.v3i2.163>
- Lak, L., & El, N. (2015). Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Studi Pemuda*, 4(2), 268–280. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36812>
- Moekahar, F., & Handayani, B. (2019). Fenomenologi Literasi Media Pada Remaja Di Kota Pekanbaru. *Ranah Komunikasi*, 3, 12–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.25077/rk.3.1.12-22.2019>
- Nuraeni, S. D., & Suryawardani, B. (2017). Analisis Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Pt.Niion Indonesia Utama Pada Tahun 2017. *E-Proceeding Applied Science*, 3(2), 280–285.
- Putri, S. D., & Fithrah, S. (2017). Pengaruh Online Marketing Campaign # Samyangchallenge Terhadap Consumer Behavior Digital Natives. *PROfesi Humas*, 1(2), 132–141.