

HOME INDUSTRY PEMBUATAN PRODUK OLAHAN PANGAN KERIPIK BAWANG DAN PEMASARAN DIGITAL

Sukatiman¹; Emy Dian Tari¹; Mega Septiana Putri¹; Monica Febrianti Dewi¹ ; Muhammad Baharuddin Daeng Sitaba¹; Prisma Dwi Herfiani¹; RA Ulva Oktaviany Putri Ayu W. ¹; Rohmah Pangesti Suci¹; Roni Adi Krisna¹; Udik Prasetyo¹; Zayu Wilis Ekamahareni¹

¹Universitas Sebelas Maret

Corresponden author: sukatiman@staff.uns.ac.id

ABSTRAK

Desa Campurdarat merupakan salah satu desa yang terletak di Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. Potensi yang ada di Desa Campurdarat kebanyakan merupakan hasil pertanian. Namun, hasil pertanian tersebut belum dikelola secara maksimal, salah satunya yaitu hasil panen bawang merah. Oleh karena itu, objek dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah pengelolaan hasil panen bawang merah. Hasil panen bawang merah di Desa Campurdarat merupakan sumber daya yang potensial, namun dalam pengelolaan bawang merah sendiri belum ada inovasi di dalamnya. Maka, dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Membangun Desa Universitas Sebelas Maret ini bertujuan untuk mengembangkan inovasi pengelolaan hasil panen masyarakat Desa Campurdarat yaitu bawang merah menjadi produk olahan keripik bawang dan memberikan pengetahuan baru mengenai pemasaran digital melalui aplikasi Instagram dan Facebook untuk memasarkan produk olahan keripik bawang, serta menambah pengetahuan tentang pengemasan produk yang tepat. Hasil kegiatan Pengabdian Masyarakat KKN Membangun Desa ini menunjukkan bahwa sosialisasi tentang Home Industry Pembuatan Produk Olahan Pangan Keripik Bawang dan Pemasaran Digital ini menunjukkan masyarakat memiliki keinginan untuk mengembangkan kreativitas untuk mengelola potensi yang tersedia dan memanfaatkan media pemasaran digital dalam proses promosi serta penjualan.

Kata kunci: bawang merah, keripik bawang, pemasaran digital

Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan mata kuliah yang memberikan pengalaman bermakna kepada mahasiswa untuk menerapkan ilmunya melalui aktifitas pengabdian dan berkehidupan bermasyarakat dalam rangka membantu menyelesaikan masalah yang terjadi di masyarakat. Kegiatan ini diharapkan untuk dapat meningkatkan empati mahasiswa terhadap masyarakat serta memberikan sumbangsih dalam penyelesaian persoalan yang terjadi di masyarakat. KKN UNS tahun ini yang dilaksanakan dari tanggal Juli-Agustus 2021, merupakan KKN UNS Membangun Desa namun masih tetap dalam situasi pandemi dikarenakan terdapat wabah Virus Corona sehingga KKN dilakukan dengan protokol kesehatan yang sangat ketat dan beberapa program kerja dilaksanakan secara daring.

Salah satu desa yang menjadi lokasi penempatan KKN UNS Membangun Desa ini ialah Desa Campurdarat, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung. Beberapa perbedaan kondisi yang terjadi di masyarakat saat ini membuat program kerja KKN berbeda dengan program kerja KKN di tahun-tahun sebelumnya, kali ini program kerja yang dicanangkan oleh kelompok KKN UNS membangun desa tetap memberikan perhatian kepada kesadaran akan protokol kesehatan dan juga memfokuskan pada

program kerja guna membangun SDM Desa. Program kerja yang disusun, antara lain; (1) Sosialisasi dan Penyuluhan Covid-19 (2) *Home Industry* Pembuatan Produk Olahan Pangan Keripik Bawang; (3) Sosialisasi Budidaya Tanaman Pangan dengan Media Tanam Polybag); (4) Edukasi Pengelolaan Sampah pada Anak-anak; (5) Sosialisasi Pentingnya Olahraga di Masa Pandemi Covid-19 dan Pengenalan Olahraga Bulutangkis kepada Anak-anak di Lingkungan Desa; (6) Menggambar Poster tentang Covid-19 dan Mengedukasi Anak-anak tentang Cara Pencegahan dari Terpapar Virus Corona.; (7) Sosialisasi dan Pelatihan Dasar Sepakbola pada Anak-Anak di Lingkungan Desa.; (8) Sosialisasi Penggunaan Handsanitizer Sebelum Makan dan Ketika Bersalaman untuk Mencegah Covid-19 pada Pembelajaran Matematika Bab Pecahan Menggunakan Media Makanan pada Anak-anak Desa; (9) Sosialisasi Kewirausahaan dengan Tema Pemberdayaan Kewirausahaan bagi Masyarakat dan Pengenalan Media Online sebagai Pemasaran Produk; (10) Menumbuhkan Kreativitas Anak-anak Melalui Kegiatan Mewarnai dengan Tema Pencegahan Covid-19; (11) Sosialisasi Gosok Gigi dan Menjaga Gigi tetap Sehat untuk Anak-anak; (12) Bermain dan Belajar Membuat Origami Beraksara Jawa; (13) Infografis *Call Center* di Kabupaten Tulungagung.

Tiga belas program kerja ini dipilih agar mahasiswa KKN UNS Membangun Desa turut berperan aktif dalam memutus penyebaran COVID-19 sekaligus membantu pembangunan SDM Desa di Desa Campurdarat Kabupaten Tulungagung. Seperti menjadi kegiatan sosialisasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, begitupun dengan *home industry* dan *digital marketing* produk keripik bawang. Mahasiswa KKN akan terjun langsung ke lapangan secara langsung dengan mengikuti protokol kesehatan yang ketat untuk membantu mengingatkan masyarakat perihal pentingnya menjaga kesehatan tubuh di era pandemi seperti ini, dan meningkatkan *skill* berwirausaha masyarakat.

Program kerja kedua adalah pelatihan *home industry* dan *digital marketing* produk olahan pangan yaitu kripik bawang, yang bertujuan untuk memperkenalkan Inovasi pengolahan hasil tani Desa Campurdarat berupa bawang merah. Dimana pada pelatihan tersebut berisi mengenai penjelasan mengenai langkah-langkah proses pembuatan produk, mulai dari bahan, alat-alat yang diperlukan hingga proses pembuatan dan pemasakan. Lalu setelah proses pembuatan produk sudah dipaparkan, selanjutnya dijelaskan mengenai proses pembuatan desain produk dan pengemasan agar konsumen tertarik kepada produk kripik baawang ini. Lalu

yang terakhir adalah pelatihan pembuatan platform penjualan digital berupa facebook dan Instagram. Dengan kemampuan ini diharapkan masyarakat dapat tetap produktif dimasa pandemi dimana semua kegiatan mulai beralih ke daring.

Permasalahan lain yang terdapat di desa Campurdarat adalah pengembangan BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) yang berupa Swalayan kecil didekat balai desa belum menjual produk olahan asli masyarakat setempat, lalu dilain sisi juga kurang terpromosikan secara daring. Swalayan tersebut menjual bahan-bahan kebutuhan pokok secara umum dan berbagai produk lainnya. Oleh karena itu, kegiatan Kuliah Kerja Nyata yang akan dilakukan di Desa Campurdarat, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur mengambil program utama berupa pengembangan produk olahan dari hasil panen penduduk setempat berupa bawang merah. Kami mendapat ide setelah melihat-lihat resep di website resepkoki.id yaitu membuat hasil olahan yaitu kripik bawang. Lalu kami juga ingin mengembangkan *marketing online* hasil olahan tersebut dan bekerjasama dengan BUMDES swalayan dengan memberikan beberapa inovasi desain produk dan pengemasan serta pengembangan online marketing agar memberikan profit terhadap desa sekaligus

dapat membantu perekonomian masyarakat setempat.

Dari hasil penelitian Nardi Sunardi, Dkk (2020 : 65) di Purwakarta, dapat disimpulkan bahwa Pelatihan digital marketing dapat meningkatkan pendapatan UMKM Kab. Purwakarta dan Pelatihan digital marketing sangat berdampak pada upaya meningkatkan kesejahteraan Masyarakat Purwakarta. Melihat hasil kesimpulan tersebut, Kami juga akan melakukan langkah yang kurang lebih sama dengan Nardi Sunardi, Dkk.

Menurut Allan Kane (2020), Reputasi Instagram berkembang secara berkelanjutan sehingga anda sebaiknya menggunakan manfaat dari platform tersebut. Dia juga mengatakan, besar dan fantastisnya jumlah target audiens membuat Instagram sangat menarik bagi agensi dikarenakan fakta bahwa mereka ingin hubungan yang sempurna dengan pelanggan yang sudah ada maupun pelanggan potensial. Dari penelitian yang dilakukan oleh Tri Atmoko, & Dedi Rianto Rahadi (2021), diketahui bahwa Dampak positif penggunaan facebook didunia marketing adalah dapat terus produktif memasarkan produk perumahan di saat adanya protokol social distancing karena semua dapat dilakukan secara daring. Marketing juga tidak perlu adaptasi terlalu lama karena sebelumnya sudah familiar dengan sosial media ini. Facebook

menyediakan kemudahan dalam menjangkau target yang spesifik dengan harga layanan yang relatif murah. Dari hasil penelitian diatas kami memilih menggunakan platform digital Instagram dan Facebook karena memiliki banyak kemudahan dan keefektifan,

KKN UNS Membangun Desa merupakan bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat dengan memberikan ilmu pengetahuan, dan pengarahan agar dapat memecahkan masalah yang terjadi di masyarakat dan memberikan inovasi dan solusi secara tepat. Dengan kata lain, melalui KKN UNS Membangun Desa kali ini, selain mensosialisasikan pencegahan penularan Covid-19, mahasiswa juga membantu meningkatkan *skill* berwirausaha dan *skill* lain yang bermanfaat dimasa pandemi pada masyarakat Desa Campurdarat, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung.

Metode

Kegiatan pertama yang dilakukan sebelum menjalankan program kerja pembuatan produk olahan pangan keripik bawang, yaitu melakukan observasi terlebih dahulu ke desa Campurdarat, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung untuk memperoleh data alokasi tempat, hasil pertanian yang dihasilkan masyarakat setempat, tempat pemasaran produk dan perizinan. Setelah melakukan observasi,

mahasiswa melakukan percobaan pembuatan produk keripik bawang untuk mendapatkan resep yang sesuai. Selanjutnya, mahasiswa membuat desain kemasan beserta media pemasaran produk. Lalu tahap terakhir yang dilakukan mahasiswa setelah produk siap dipasarkan adalah melakukan sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat setempat mengenai inovasi produk keripik bawang. Kegiatan program kerja pembuatan produk olahan pangan keripik bawang dilakukan sesuai dengan protokol kesehatan.

Praktik Produksi Olahan Pangan Keripik Bawang dilaksanakan tanggal 20 Agustus 2021 di depan Balai Desa Campurdarat, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Pacitan. Untuk kegiatan program kerja pembuatan produk olahan pangan keripik bawang ini kami tujukan kepada masyarakat setempat supaya hasil pertanian didaerah tersebut dapat diolah menjadi produk yang memiliki kualitas dan meningkatkan penghasilan masyarakat setempat. Untuk sasaran pemasaran, kami menargetkan seluruh masyarakat dari berbagai kalangan dengan media pemasaran online, sehingga jangkauan pemasaran lebih luas.

Alat, Bahan, dan Langkah Pembuatan

a. Alat

Alat yang digunakan untuk Proses Produksi Pembuatan Keripik Bawang

adalah Kompor Gas, Alat penggorengan, Alat penggilingan .

b. Bahan

Bahan yang digunakan dalam Proses Produksi Pembuatan Keripik Bawang adalah tepung terigu, bawang merah, santan, garam, margarin, minyak dan seledri.

c. Langkah Pembuatan:

1) Persiapan Bahan-Bahan

Mempersiapkan Bahan seperti tepung terigu 1 kg, bawang merah 100 gram, santan 250 ml, garam 2 sdm, margarin 100 gram, minyak, dan seledri 50 gram.

2) Proses Pengolahan

a) Langkah pertama yang dapat dilakukan adalah mempersiapkan panci dan kompor. Kemudian panaskan santan bersama margarin hingga meleleh dan larut. Setelah itu matikan api dan biarkan sampai suhu ruang.

b) Langkah kedua, persiapkan tepung terigu. Kemudian masukkan tepung terigu, santan dan margarin kedalam wadah. Uleni sampai terampur rata.

c) Langkah ketiga, persiapkan seledri dan irisan bawang merah. Kemudian masukkan kedalam wadah ulenan. Uleni sampai menjadi adonan.

- d) Langkah keempat adalah proses pemotongan adonan. Gilas adonan agar menjadi tipis lalu potong-potong adonan menjadi potongan-potongan kecil.
- e) Langkah kelima adalah proses penggorengan. Panaskan minyak, goreng keripik dengan api kecil sampai berwarna kecoklatan. Lalu sesudah matang angkat dan tiriskan.
- f) Langkah keenam adalah penyajian. Sesudah keripik matang, angkat dan tiriskan, lalu simpan dalam wadah kedap udara.

Hasil, Pembahasan, dan Dampak

Mayoritas mata pecaharian masyarakat Desa Campurdarat, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung merupakan petani. Pada saat mahasiswa KKN UNS periode Juli-Agustus melakukan kegiatan KKN di wilayah tersebut, masyarakat disana tengah memanen bawang merah, sehingga hasil panen bawang merah melimpah.

Sebagai tindak lanjut atas permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Campurdarat, yaitu melimpahnya hasil panen bawang merah maka mahasiswa KKN UNS Kelompok 84 memberikan solusi dari permasalahan tersebut berupa pemanfaatan hasil panen bawang merah

menjadi olahan pangan keripik bawang. Sebagai upaya memaksimalkan langkah tersebut, maka mahasiswa KKN UNS Kelompok 84 juga membuat media pemasaran online untuk masyarakat melalui Instagram dan Facebook. Menyampaikan ide/pendapat dari mahasiswa KKN UNS Kelompok 84 kepada masyarakat Desa Campurdarat, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung, dilakukan melalui kegiatan sosialisasi pembuatan keripik bawang dan sosialisasi pemasaran online produk tersebut.

1. Membuat produk olahan bawang merah berupa keripik bawang

Terdapat beberapa olahan yang dapat dibuat dengan bahan dasar bawang merah. Beberapa contoh produk yang dapat dibuat dari bawang merah yaitu bawang goreng dan terasi bawang merah (Amri et al., 2021). Namun, camilan berbahan dasar bawang merah masih jarang ditemukan dipasaran, melihat peluang tersebut mahasiswa melakukan inovasi dengan membuat olahan keripik bawang merah.

Bahan-bahan yang diperlukan dapat ditemukan dengan mudah di pasaran, kemudian untuk langkah-langkah pembuatannya juga dibuat dengan langkah-langkah yang sederhana. Meskipun resep tersebut bukanlah resep asli yang diciptakan oleh mahasiswa

KKN UNS kelompok 84, akan tetapi mahasiswa telah melakukan modifikasi terhadap bahan-bahan dan langkah-langkah pembuatannya agar hasil yang diperoleh lebih baik dari percobaan-percobaan yang telah dilakukan sebelumnya. Bahan-bahan yang diperlukan diantaranya adalah tepung terigu, tepung kanji, seledri, telur, bawang merah, garam, margarin, dan santan.



Gambar 1. Produk Keripik Bawang
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2021

2. Membuat media pemasaran online melalui Instagram dan Facebook

Produk yang bagus apabila tidak dibarengi dengan teknik pemasaran yang baik maka akan sulit berkembang. Pemasaran online diperlukan agar jangkauan pasar yang dicapai lebih luas. Selain itu, pada masa pandemi seperti sekarang ini, pemasaran online perlu dilakukan karena mobilitas masyarakat dibatasi. Digital marketing atau pemasaran

melalui *e-commerce* memiliki banyak manfaat terhadap industri usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan memperluas peluang perusahaan di pasar, meningkatkan penjualan, meningkatkan komunikasi, meningkatkan citra perusahaan, mempercepat proses, dan meningkatkan produktivitas karyawan (Rahayu & Day, 2017).

Pemanfaatan media Instagram yang memang media *online* untuk digunakan dalam komunikasi pemasaran merupakan langkah yang sangat tepat dengan melihat kondisi zaman sekarang yang sangat berkembang di bidang pemasaran (Wantoro, 2020). Mahasiswa membuat akun Instagram dan Facebook yang digunakan untuk pemasaran produk. Kemudian akun tersebut nantinya pada kegiatan sosialisai akan digunakan untuk percontohan kepada masyarakat tentang bagaimana cara mengelola akun pemasaran dengan tepat.

Pemilihan media sosial berupa Instagram dan Facebook dipilih karena media sosial tersebut banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Dengan demikian diharapkan pemilihan media sosial tersebut dapat memperluas jangkauan pemasaran di masyarakat.



Gambar 2. Produk Keripik Bawang
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2021

Menurut Mukhsin (2019), terdapat beberapa manfaat media sosial pada UMKM, diantaranya sebagai galeri produk, mendata kebutuhan supplier, mendata kebutuhan distributor, survey target konsumen, dan memantau konsumen. Oleh sebab itu, pemanfaatan media sosial dalam pemasaran keripik bawang diperkenalkan sejak awal, sehingga apabila masyarakat desa Campurdarat berminat mengembangkan inovasi olahan keripik bawang menjadi UMKM sudah tidak asing dengan pemasaran *online*.

3. Melakukan sosialisasi pembuatan produk keripik bawang dan pemasaran online

Ide-ide mahasiswa yang dituangkan pada inovasi pembuatan olahan keripik bawang beserta cara pemasarannya tersebut perlu

disampaikan kepada masyarakat. Oleh sebab itu, mahasiswa melakukan kegiatan sosialisasi pembuatan olahan keripik bawang beserta cara pemasaran online dengan menghadirkan ibu-ibu rumah tangga. Sasaran sosialisasi ini ditujukan kepada ibu-ibu rumah tangga karena diharapkan akan menambah produktivitas ibu-ibu rumah tangga selama masa pandemi ataupun di sela-sela kesibukan yang tengah mereka alami.

Pada langkah pertama, mahasiswa mempraktikkan cara membuat produk keripik bawang beserta cara pengemasannya kemudian membuka sesi tanya jawab.

Selanjutnya, mahasiswa memberikan contoh akun Instagram dan facebook yang digunakan untuk pemasaran. Menurut Kurniawati & Arifin (2015), strategi komunikasi pemasaran online di Instagram ialah dengan memberikan gambar-gambar yang menarik dan keterangan detail tentang produk yang menyertai foto (caption) seperti bahan produk, warna dan harga yang mudah untuk dipahami. Oleh sebab itu, dalam kegiatan sosialisasi mahasiswa menerangkan mulai dari cara mengatur postingan agar terlihat lebih menarik, hingga cara menuliskan caption yang menarik perhatian pelanggan

Dampak

Kegiatan pelatihan pembuatan olahan produk keripik bawang banyak menghasilkan dampak positif yang bersifat mendorong. Beberapa dampak tersebut di antaranya adalah:

1. Pemanfaatan hasil pertanian bawang merah, selain dijual langsung dapat dimanfaatkan menjadi olahan pangan.
2. Masyarakat mengapresiasi kegiatan ini dan antusias untuk mempelajari pembuatan olahan keripik bawang dibuktikan dengan antusiasme masyarakat yang menanyakan resep melalui *whatsapp*.
3. Beberapa masyarakat tertarik mempraktikkan pembuatan olahan keripik bawang di rumah.

Selama kegiatan sosialisasi, masyarakat sangat antusias untuk memahami dan mempelajari sosialisasi dan praktik pengolahan keripik bawang. Masyarakat begitu fokus untuk mengikuti program kerja kami, antara lain masyarakat ada yang membawa buku dan alat tulis untuk mencatat hal penting untuk proses produk keripik bawang. Masyarakat bergantian memberikan pertanyaan tentang proses, manfaat, pemasaran produk keripik bawang, dan Masyarakat ada yang meminta bahan yang kami presentasikan untuk ditiru dirumah. Masyarakat ingin menerapkan kegiatan program kerja membuat olahan

pangan keripik bawang karena produk ini memiliki kelebihan, antara lain produk keripik bawang menghabiskan modal yang tidak terlalu banyak, produk dikemas dengan baik akan menarik minat pembeli, harga keripik yang terbilang terjangkau akan membuat masyarakat tertarik pada produk tersebut.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan, pengamatan, dan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat di Desa Campurdarat Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Dengan adanya sosialisasi *Home Industry* Pembuatan Produk Olahan Pangan Keripik Bawang dan Pemasaran Digital tersebut menghasilkan motivasi pada masyarakat Desa Campurdarat khususnya Ibu-ibu PKK dalam mengolah bawang merah menjadi produk olahan berupa keripik bawang.
2. Sosialisasi ini juga memberikan pengetahuan baru pada Ibu-ibu PKK mengenai pemasaran digital melalui aplikasi Instagram dan Facebook untuk memasarkan produk olahan keripik bawang.
3. Menambah pengetahuan tentang pengemasan produk yang baik dan benar.

Ucapan Terima Kasih

Kegiatan Pengabdian Masyarakat Kuliah Kerja Nyata Membangun Desa ini dapat berjalan lancar karena mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Universitas Sebelas Maret sudah memberikan sarana dan fasilitas kepada kami.
2. UPKKN LPPM Universitas Sebelas Maret.
3. Anggota mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Kelompok 84 di Desa Campurdarat.
4. Pemerintah desa dan masyarakat di Desa Campurdarat yang memberikan tempat untuk kami dalam melaksanakan Kuliah Kerja Nyata Membangun Desa dan sudah memberikan kami banyak pengalaman.

Referensi

Amri, M. A., Nurrismiyandini, A., Dewi, M. C., & ... (2021). Optimalisasi Pemanfaatan Sumber Daya Lokal Berbasis Pengolahan Pangan di Desa Mantingan, Kecamatan Jaken, Kabupaten Pati. *Jurnal Pusat Inovasi* ..., 3(1), 1–11.

Kane, Allan. 2020. *SOCIAL MEDIA MARKETING AND ONLINE BUSINESS 2021*. Independently

Published : USA

- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika, I*, 193–198.
- Mukhsin. (2019). Manfaat Penerapan Marketing Online (Menggunakan E-Commerce Dan Media Sosial) Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). *Teknokom, 2*(1), 1–10. <https://doi.org/10.31943/teknokom.v2i1.25>
- Nardi Sunardi, Sarwani, E. Nurzaman AM, Pranoto, dan R. Boedi Hasmanto. 2020. *Peran Digital Marketing dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan UKM yang Berdampak pada Kesejahteraan Masyarakat di Kab. Purwakata di Tengah Pandemi Covid-19*. *Jurnal Abdi Masyarakat. 2*(1): 58-67.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review, 7*(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Tri Atmoko, dan Dedi Rianto Rahadi. 2021. ANALISIS PEMANFAATAN FACEBOOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK PERUMAHAN PT. MANDIRI AGENCY PADA MASA PADEMI COVID-19. *Jurnal DIMENSI, 10*

(1) : 213-221

Wantoro, R. P. (2020). *MEDIA
INSTAGRAM DALAM
KOMUNIKASI PEMASARAN
ONLINE (Studi Deskriptif Kualitatif
Pada Akun Instagram @ askxorg).*
1–16.