

## Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk Industri Rumah Tangga dalam Situasi Pandemi covid-19

Shella Rachmawaty<sup>1</sup>

Mahasiswa ; Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan,  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pamulang.

Email : [shellarachmawaty27@gmail.com](mailto:shellarachmawaty27@gmail.com)

Naskah diterima: tanggal bulan tahun, direvisi: tanggal bulan tahun, disetujui: tanggal bulan tahun

---

### Abstrak

Seiring perkembangan teknologi yang begitu cepat saat ini tentu berpengaruh yang luas pada kehidupan masyarakat, salah satunya yakni dengan adanya media sosial, media sosial digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun jaringan melalui komunikasi online. Situasi darurat pandemi covid-19 ini, yang begitu banyak sekali menyita perhatian berbagai aspek kehidupan. Pandemi covid-19 yang sudah berlangsung cukup lama tentunya membuat keadaan bangsa kita ini mengalami perubahan yang sangat eksplisit, termasuk di bidang ekonomi misalnya banyak masyarakat yang mengalami *Pemutusan hubungan kerja*. Maka untuk menyikapi hal tersebut alternatif usaha yang dapat dilakukan masyarakat yakni dengan membuka usaha baru di bidang industri rumah tangga baik itu barang, jasa, pangan bahkan olahan kerajinan. Metode yang digunakan dalam artikel kali ini yakni kajian literatur dan juga melihat situasi alamiah sekitar terkait dengan pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk industri rumah tangga. Kemudian mengenai hasilnya yakni 1)biaya yang terjangkau, 2)Mudah dan cepat 3)Lebih mudah untuk dikelola. Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk industri rumah tangga ditengah situasi pandemi covid-19 ini merupakan pilihan yang tepat untuk dilakukan mengingat kita tetap bisa memasarkan produk kita tanpa harus mengeluarkan biaya yang berlebih dan tetap dapat menjaga kesehatan serta dapat menjalankan kebijakan pemerintah yang dikeluarkan ditengah situasi pandemi covid-19

**Kata-kata kunci:** *Media Sosial, Industri Rumah Tangga, Pandemi Covid-19*

---

### Abstract

*Seiring perkembangan teknologi yang begitu cepat saat ini tentu berpengaruh yang luas pada kehidupan masyarakat, salah satunya yakni dengan adanya media sosial, media sosial digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun jaringan melalui komunikasi online. Situasi darurat pandemi covid-19 ini, yang begitu banyak sekali menyita perhatian berbagai aspek kehidupan. Pandemic covid-19 that has been going on for quite a long time certainly makes the state of our nation is experiencing an explicit change, including in the economic field for example many people who experience termination of employment. So to address this alternative business that can be done by the community by opening a new business in the field of household industry be it goods, services, food and even processed handicrafts. The method used in this article is literature studies and also looks at the natural situation around related to the use of social media as a marketing medium for household industrial products. Then about the result is 1)affordable cost, 2)Easy and fast 3)Easier to manage. The use of social media as a marketing media for household industrial products in the midst of the covid-19 pandemic situation is the right choice to do considering we can still market our products without having to spend excessive costs and still be able to maintain health and can carry out government policies issued in the midst of the covid-19 pandemic situation*

**Keywords:** *Social Media, Household Industry, Covid-19 Pandemic*

## **Pendahuluan**

Situasi pandemi Covid19 di negeri ini sudah berlangsung selama setahun lebih lamanya, situasi darurat ini tentunya berdampak besar bagi kehidupan sosial individu di negeri ini, efeknya sangat potensial. Namun meski keadaan darurat ini sudah berlangsung lama, saat ini kurva angka terkonfirmasi positif COVID-19 belum menunjukkan penurunan yang signifikan, bahkan baru-baru ini ditemukan variabel bentuk baru virus corona, khususnya B117. dan baru-baru ini juga ditemukan varian baru virus corona yaitu B1525. Namun, di tengah munculnya varian baru virus corona, pemerintah belakangan ini mulai melakukan vaksinasi secara bertahap kepada masyarakat, mulai dari pegawai negeri, bahkan lansia.

Situasi darurat pandemi COVID-19 telah menyita banyak aspek kehidupan masyarakat Indonesia. Pandemi Covid-19 yang berlangsung cukup lama tentunya membawa berbagai macam perubahan pada keadaan negara kita. Hal yang tidak bisa dipungkiri bahwa berlangsungnya pandemi ini sangat berdampak pada bidang ekonomi di negeri ini, utamanya yakni saat diawal kemunculannya banyak sekali masyarakat dari berbagai daerah di Indonesia ini mengalami *pemutusan*

*hubungan kerja* (PHK), dampak dari PHK ini tentunya menambah daftar panjang angka pengangguran Indonesia. Keterbatasan lapangan pekerjaan membuat masyarakat melakukan berbagai banyak cara untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Disisi lain, pemerintah dalam upaya untuk memutus rantai penyebaran covid-19 ini mengeluarkan berbagai kebijakan salah satunya yakni PP No.21 tahun 2020 mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), kemudian berlanjut pada kebijakan New Normal atau normal baru, kebijakan yang dikeluarkan pemerintah tersebut tentu tujuannya untuk kebaikan seluruh masyarakat, namun dalam hal mencari cara untuk memenuhi kebutuhan hidupnya kebijakan tersebut tentu menjadi suatu hal yang membatasi aktivitas masyarakat di tengah pandemi ini.

Ekonomi yang merupakan sektor terpenting dalam menjalakan mekanisme kehidupan masyarakat, dalam kondisi saat ini tentunya proses mekanisme tersebut menghambat. Kebutuhan masyarakat untuk memenuhi kehidupannya dalam hal ini harus mulai berpikir kritis bagaimana mereka tetap produktif ditengah wabah yang sedang melanda ini.

.Sebagai bangsa yang besar, kita tidak

ingin hal itu terjadi. Dengan hal buruk yang terjadi di bidang ekonomi ini, kita tidak boleh sembarangan menyalahkan pemerintah, tentunya pemerintah telah bekerja sangat keras untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa dan negara. Tidak hanya Indonesia yang terkena dampak di bidang ekonomi tetapi juga negara-negara lain. Kebijakan ini pada dasarnya adalah untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Namun jika kita lihat di lapangan, karyawan yang bekerja di perusahaan swasta, banyak yang di PHK atau orang menyebutnya rumah. Tentunya hal ini akan berdampak pada kehidupan mereka yang kehilangan mata pencaharian di tengah pandemi saat ini, dimana kebutuhan untuk tetap hidup tidak hanya tinggal diam.

Dikarenakan urgensi kebutuhan pokok yang tidak dapat dipenuhi oleh pemerintah saja, keadaan ini menjadi prasyarat untuk menciptakan pola pikir masyarakat untuk tetap produktif walaupun di rumah, kegiatan produksi juga akan menghilangkan kebosanan hanya di rumah saja, kegiatan bekerja efisien bisa diraih Di tengah pandemi seperti sekarang ini, selain untuk mengisi kekurangan waktu juga bisa menghasilkan rupiah dan membantu perekonomian keluarga.

Walaupun dalam hal melakukan aktivitas sehari-hari masyarakat memang dibatasi dengan peraturan-peraturan yang mengikat ini namun tentunya hal tersebut menjadi alasan untuk tidak melakukan apa-apa, untuk mengisi kegiatan selama pandemi dan menunjang kebutuhan ekonomi, kegiatan produktif tersebut dapat dilakukan dengan melihat peluang usaha terlebih dahulu agar kegiatan produktif tidak hanya sekedar untuk mengisi kekosongan waktu saja juga bernilai ekonomis, kegiatan produktif yang memiliki nilai jual misalnya yakni kegiatan industri rumah tangga, namun banyak masyarakat yang kebingungan dalam hal pemasaran produk tersebut karena kita ketahui bahwa memang di tengah pandemi ini kita dibatasi untuk beraktivitas di luar rumah.

Untuk mengatasi hal tersebut, cara pemasaran produk di zaman modern saat ini bukanlah menjadi persoalan yang begitu sulit yang tidak ada jalan keluarnya, kemajuan teknologi di zaman ini memang berkembang dengan begitu pesat, manfaat dari kemajuan di bidang teknologi memang tidak bisa diragukan lagi misalnya saja dalam pemasaran produk kita bisa memanfaatkan produk dari kemajuan teknologi yakni media sosial, namun banyak masyarakat yang

masih kurang memaksimalkan manfaat dari media sosial ini hal ini bisa saja dikarenakan kurangnya pengetahuan serta pelatihan kepada masyarakat dalam melakukan pemasaran produk melalui industri rumah tangga. Rumusan permasalahan dalam artikel ilmiah kali ini pada dasarnya yakni ingin mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk industri rumah tangga dalam situasi pandemi covid-19.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, peneliti memfokuskan artikel ilmiah kali ini yakni bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk Industri Rumah Tangga dalam Situasi Pandemi covid-19. Latar belakang dengan dimuatnya tema dalam artikel ilmiah kali, yakni penulis ingin mengupas lebih jauh mengenai pemanfaatan media sosial mengingat perkembangan di bidang teknologi memang sangat pesat pemanfaatan di bidang teknologi memang perlu dikupas lebih luas, selain itu di situasi urgensi pandemi covid-19 ini memang perekonomian masyarakat sedang mengalami guncangan mulai dari banyaknya masyarakat yang mengalami PHK (Pemutusan Hubungan Kerja), Pemotongan gaji dll, bahkan di

tengah pandemi ini aktivitas sehari-hari masyarakat pun dibatasi hal ini tentunya bertujuan untuk memutus mata rantai penyebaran covid-19, namun dibatasinya aktivitas sehari-hari bukan berarti hanya berdiam diri saja di rumah, tetapi alangkah baiknya untuk mengisi kekosongan waktu, waktu itu diisi dengan kegiatan yang produktif seperti halnya membuat produk yang di produksi langsung di rumah saja (industri rumah tangga), namun karena kita dibatasi dalam beraktivitas setelah produknya berhasil di produksi maka untuk melakukan pemasaran produknya yakni dengan memanfaatkan media sosial, media sosial ini dipilih sebagai media pemasaran mengingat dari beberapa survei yang dilakukan hampir sebagian besar penduduk di negeri ini memiliki akun media sosial, maka memang media sosial memang menjadi media yang strategis dan praktis untuk memasarkan produk, namun terkadang masyarakat belum mengetahui dengan mendalam manfaat dari media sosial ini dalam hal pemasaran produknya. Manfaat dari artikel ilmiah ini yakni, tentunya artikel ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk industri rumah tangga dalam situasi Pandemi Covid-19, kemudian selain itu manfaat yang

diharapkan oleh penulis sendiri yakni dapat dijadikan salah satu sumber pengalaman dan pengetahuan, sehingga penulis dapat membekali diri dengan pengetahuan yang sudah diperoleh tentang pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk industri rumah tangga dalam situasi Pandemi Covid-19.

### **Metode**

Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah tinjauan pustaka mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk home industry. pemanfaatan jejaring sosial sebagai media pemasaran produk industri home industry selama situasi pandemi Covid-19. Artikel ilmiah ini lebih cenderung mencoba mengungkap fenomena dalam situasi sosial atau subjek yang diteliti secara luas dan menyeluruh dari suatu peristiwa selama pandemi COVID-19 saat ini.

### **Hasil dan Pembahasan**

Pada dasarnya pemanfaatan berasal dari kata “Manfaat” yang mana pengertian manfaat ini menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia. Kemudian kata manfaat diberi imbuhan pe-dan-an maka yang kemudian kata tersebut menjadi “Pemanfaatan”, pemanfaatan menurut

Prof. Dr. J.S. Badudu adalah hal, cara, hasil kerja dalam memanfaatkan sesuatu yang berguna.

Maka dengan demikian arti kata pemanfaatan dapat di definisikan sebagai suatu kegiatan atau proses, atau bahkan tata cara, hasil kerja atau perbuatan yang menjadikan suatu yang ada menjadi bermanfaat atau memiliki manfaat (berdaya guna).

Sedangkan pengertian media sosial adalah media online dimana penggunaanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan membuat konten, antara lain blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia maya. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial paling populer yang digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia.

Selanjutnya perlu kita ketahui bahwa media sosial digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi, berkomunikasi dan terhubung melalui media online. Pada dasarnya, jejaring sosial adalah evolusi terbaru dari teknologi web berbasis internet baru yang memudahkan orang untuk berkomunikasi, terlibat, berbagi, dan berjejaring secara online sehingga mereka dapat menyebarkan konten mereka sendiri.

Mengenai pengertian dari media pemasaran atau dapat disebut juga media

marketing pada dasarnya adalah alat, wadah, tempat atau kendaraan untuk pemasaran dan penyajian untuk memenuhi kebutuhan bisnis dan mempromosikan kegiatan pemasaran. Teknik ini menggunakan alat digital dan sejumlah aplikasi pendukung, dan umumnya bersifat open source.

Produk industri rumah tangga pada hakikatnya adalah produk berupa barang atau jasa, makanan, bahkan produk olahan yang diproduksi di dalam negeri. Maka perlu kita ketahui bahwa industri rumah tangga ini pada dasarnya adalah suatu mekanisme usaha skala kecil, industri keluarga atau yang juga dikenal dengan industri rumah tangga umum yang banyak terdapat di beberapa daerah perkotaan bahkan pedesaan.

Salah satu cara yang umum digunakan untuk mengembangkan bisnis pemasaran sendiri adalah dengan menggunakan bantuan situs web. Di era digital, penggunaan website dan perangkat mobile terus meningkat karena berbagai kemudahan yang diberikan baik dari segi bentuk maupun penyediaan informasi yang tepat waktu, akurat dan akurat.

Sarana Pemasaran Online di Era Digital bagaikan pemecah masalah yang mana primadona itulah sebabnya para pelaku bisnis berbondong-bondong menjadikan

media pemasaran online sebagai mesin usahanya. Pemasaran online telah menjadi solusi untuk menghubungkan produsen dan konsumen dengan biaya lebih rendah. Ruang lingkup pemasaran media sosial mewakili berbagai dari pembela hingga penjelajah, budaya pemasaran media sosial termasuk kutub konservatisme dan modernisme. Keberadaan media sosial merupakan sebuah media pemasaran yang paling mudah dan murah yang dapat dilakukan.

Munculnya berbagai aplikasi media sosial telah menciptakan peluang bagi setiap orang untuk berbisnis. Peluang media sosial tidak terbatas pada perusahaan produk.

Keberadaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk memang menjadi jawaban atas tantangan masyarakat dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk produk home industry. Hal ini cepat dikenal dan diterima secara luas, karena selama ini komunikasi dan transaksi yang terjadi masih menggunakan sistem konvensional dan tradisional. , dengan kata dan dengan pengetahuan.

Selain itu ada yang perlu kita ketahui dari home industry ini yang pada umumnya didirikan berdasarkan investasi atau modal yang dimiliki dan jumlah orang atau pegawai tertentu saja sehingga soal

keuangan sangat tertutup bagi pihak luar yang ingin menyuplai keuangan dari berbagai jenis industri kreatif yang dimilikinya.

Ditengah situasi pandemi covid-19 ini jika kita melihat peluang usaha yang tentunya dapat membantu perekonomian keluarga maka pemilihan untuk memulai bisnis industri rumah tangga adalah pilihan yang tepat, karena kita tahu bahwa di tengah situasi pandemi covid19, semua negara di dunia menderita, terutama guncangan ekonomi yang sangat kentara. Seperti halnya banyak PHK, hal ini menyebabkan penurunan pendapatan masyarakat dan peningkatan tingkat pengangguran.

Terjadinya situasi pandemi covid-19 ini memang telah menciptakan ketidak stabilan berbagai sektor kehidupan dalam bermasyarakat. Maka, untuk menghadapi hal tersebut, Indonesia telah menerapkan berbagai kebijakan dan langkah stimulus untuk mencegah kondisi ekonomi global yang disebabkan oleh Virus Corona. pemerintah untuk segera mengambil kebijakan.

Peluang pemasaran global yang ada tidak sesuai dengan keterampilan mitra dalam menggunakan teknologi Internet untuk memasarkan produk. Untuk menanggapi tersebut maka jalannya mekanisme

pasaran produk industri rumah tangga ini harus disesuaikan dengan keadaan situasi dan kondisi di tengah pandemi ini, maka memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran produk dirasa paling efektif ditengah situasi saat, pemanfaatan sosial media sebagai media pemasaran produk tersebut seperti halnya dapat dilakukan dengan cara : 1) lakukan pemotretan pada produk tersebut atau dibuatkan pamflet agar lebih menarik, 2) unggah postingan tersebut pada media sosial yang dimiliki, seperti di laman Facebook, Twitter, Instagram, bahkan whatsapp. 3) sertakan juga caption yang menarik perhatian. 4) Selalu aktifkan kolom komentar. 5) Cek kembali postingan.

Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk khususnya produk industri rumah tangga, manfaat dari adanya media sosial sebagai pemasaran produk adalah :

#### 1. Biaya yang terjangkau

Menggunakan media sosial sebagai media pemasaran produk memang merupakan sebuah pilihan yang dirasa tepat mengingat biaya yang dikeluarkan dalam memasarkan produk di media sosial terbilang sangat terjangkau.

#### 2. Mudah dan Cepat

Dengan menggunakan sosial media maka memang keefektifan dan keefisienan

dalam menggunakan waktu tentunya kita dapatkan, dengan cara yang mudah dan dengan mengunggah suatu informasi saja maka informasi tersebut akan dapat dilihat oleh orang lain dalam ruang lingkup yang begitu luas bahkan sampai dapat diakses oleh orang lain dari luar negara ini.

### 3. Lebih mudah untuk dikelola

Seperti yang kita ketahui bahwa platform media sosial ini selain mudah dan cepat digunakan, tentunya memberikan manfaat yang lainnya yakni memudahkan kita untuk mengelola produk yang kita pasarkan, karena dengan adanya media sosial ini dapat kita jadikan sebagai alternatif untuk melihat bagaimana respon pembeli, bahkan grafik minat pembeli.

### **Simpulan**

Maka dengan demikian dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran yakni merupakan suatu kegiatan yang mendayagunakan media sosial sebagai media untuk menunjang proses pemasaran. Produk yang dipasarkan tentunya bersifat luas namun disini produk yang dipasarkan merupakan produk hasil industri rumah tangga, mengingat situasi urgensi yang masih

belum menemukan titik temu kapan berakhirnya maka dalam hal untuk menunjang pergerakan stabilitas perekonomian keluarga maka memang diperlukan minat untuk membuka usaha baru dengan melihat peluang usaha. Perlunya sebuah upaya untuk memupuk hati masyarakat dalam hal berwirausaha ditengah situasi pandemi seperti saat ini memang menjadi hal yang sangat diperlukan keberadaannya mengingat minat masyarakat untuk berwirausaha di negeri ini masih terbilang cukup rendah.

Pemanfaatan media sosial, dimana dengan menggunakan media sosial yang dapat kita manfaatkan sebagai sarana sosialisasi dan interaksi, masyarakat dapat melihat dan mengakses serta memuat berbagai informasi produk dll.

di mana media sosial merupakan sebuah media sosialisasi dan interaksi, dapat dilihat dan dikunjungi oleh setiap orang yang berisikan berbagai informasi mengenai produk dan lain sebagainya.

Industri rumah tangga memang dipilih sebagai pilihan yang tepat untuk memulai bisnis yang memang menjanjikan, karena biasanya industri rumah tangga ini dikelola oleh anggota keluarga sendiri yang tentunya hal ini menjadi sisi positif dalam hal meminimalisir pengeluaran anggaran untuk membayar karyawan.

Selain itu, dengan dimulainya industri rumah tangga tentu dapat membantu perekonomian keluarga terlebih di situasi pandemi saat ini yang mana sebagian besar masyarakat tengah mengalami krisis ekonomi, namun dalam upaya untuk memasarkan produk industri rumah tangga ini tidak dapat dilakukan secara langsung. Mengingat berbagai bagai kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah yang pada dasarnya membatasi aktivitas masyarakat hal ini tentunya sebagai bentuk upaya pemerintah dalam hal untuk memutus mata rantai covid-19.

Terlebih dalam situasi pandemi covid-19 ini yang tak kunjung selesai dan belum menemukan titik terang kapan berakhirnya. Bahkan kian hari semakin banyak varian dari virus ini yang muncul dan semakin ganas dan ganas, walaupun proses vaksinasi sudah mulai dilakukan di berbagai wilayah di negeri ini, namun itu belum cukup untuk menjadi parameter dari menurunnya situasi urgensi pandemi ini. Maka dalam situasi seperti ini masyarakat harus di tuntut untuk selalu mewaspadaai keberadaan covid-19 yang masih belum sirna ini, namun disisi lain masyarakat juga memiliki tuntutan lain yakni dalam hal bidang perekonomian dalam keberlangsungan kehidupannya.

Salah satu jalannya yakni dengan mulai melakukan kegiatan berwira usaha yang dapat dilakukan dirumah saja, dan juga untuk memasarkan produk yang memang dalam situasi kali ini sangat terbatas dalam beraktivitas maka sebagai jalan alternatifnya untuk memasarkan produk industri rumah tangga maka memanfaatkan kecanggihan serta kemajuan teknologi di era ini memang menjadi pilihan yang tepat. Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk industri rumah tangga di tengah situasi pandemi covid-19 ini, merupakan pilihan yang tepat untuk dilakukan mengingat kita tetap bisa memasarkan produk kita di tengah pandemi ini tanpa harus mengeluarkan biaya yang berlebih dan tetap dapat menjaga kesehatan serta dapat menjalankan aturan dari kebijakan pemerintah yang dikeluarkan di tengah situasi pandemi covid-19 ini.

### **Saran**

Semoga untuk kedepannya masyarakat dapat lebih bijak lagi dalam hal menggunakan media sosial ini, karena manfaat dari media sosial ini bukan hanya sebagai platform untuk mengunggah aktivitas keseharian pribadi saja, namun pemanfaatan yang lebih luasnya dapat dijadikan sebagai media untuk memasarkan

produk khususnya produk industri rumah tangga, yang tentunya lebih hemat biaya (terjangkau), mudah dan cepat.

Terlebih disitausi pandemi yang serba terbatas, namun hal tersebut seharusnya bukan kita jadikan sebagai hambatan yang berarti, kita dapat melihat peluang dan mencoba melakukan kegiatan yang lebih produktif dan menghasilkan nilai ekonomis tanpa harus mengesampingkan kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan pemerintah dalam situasi pandemi covid-19 ini hanya untuk melakukan proses pemasaran produknya.

#### Daftar Pustaka

- Akhmad Khabib Alia, 2015 "Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta)" Vol 9 No 1 (2015): Duta.Com Vol. 9 No. 1 September 2015.
- Arti kata manfaat - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. (<https://kbbi.web.id/manfaat>. diakses pada Juni 2020)
- Burhanuddin Chairul Iksan, Muhammad Nur Abdi. 2020 "ANCAMAN KRISIS EKONOMI GLOBAL DARI DAMPAK PENYEBARAN VIRUS CORONA (COVID-19)" Volume 17 Nomor 1 Maret 2020 Hal.90-98 e-ISSN : 2621-4377 & p-ISSN : 1829-8524 Homepage : <https://ejurnal.stienobel-indonesia.ac.id/index.php/akmen>
- Definisi Pengertian Pemanfaatan - Definisi dan Pengertian Menurut Ahli (definisi-pengertian.com diakses pada Juni 2021)
- Felix Reto, dkk. 2017 "Elements of strategic social media marketing: A holistic framework" *Journal of Business Research*. Volume 70, January 2017, Pages 118-126
- Fitriyani Yuni, 2017 "Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat" *Paradigma*, Vol. 19, No. 2, September 2017. p-ISSN 1410-5063, e-ISSN: 2579-3500.
- Indika Deru R. dan Cindy Jovita. 2017 "MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN" *Jurnal Bisnis Terapan* 25 ISSN 2580 - 4928 Volume 01, Nomor 01, Juni 2017
- Muhammad Robhit Andani, 2017 "Media marketing Website: Sarana Promosi, & Manfaat untuk Bisnis" (sekawanmedia.co.id diakses pada Juni 2020)
- Muliati Ni Ketut 2020. "Widya Akuntansi dan Keuangan Universitas Hindu Indonesia Edisi Agustus 2020 78. Vol 2 No 2 (2020): Widya Akuntansi dan Keuangan <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaakuntansi/issue/view/58>
- Nanda Puspitasari, 2020 "√ Pengertian Industri Rumah Tangga, Ciri, Manfaat, dan Contohnya | IPS Terpadu" (<https://ipsterpadu.com/industri-rumah-tangga/#:~:text=Pengertian%20Indu>)

stri%20Rumah%20Tangga%20Indus  
t  
ri%20rumah%20tangga%20adalah,ru  
mah%20yang%20ada%20dalam%20  
wilayah%20kota%20ataupun%20ped  
esaan. Diakses pada Juni 2021)

Pradiani Theresia, 2017. “*PENGARUH  
SISTEM PEMASARAN DIGITAL  
MARKETING TERHADAP  
PENINGKATAN VOLUME  
PENJUALAN HASIL INDUSTRI  
RUMAHAN*” JIBEKA VOLUME  
11 NOMOR 2 FEBRUARI 2017 : 46  
-53.

Rohmah Afifatur, 2018 “*Era Digitalisasi  
Media Pemasaran Online dalam  
Gugurnya Pasar Ritel  
Konvensional*” KANAL (JURNA  
ILMU KOMUNIKASI), 6 (2),  
Maret 2018, 91-100 ISSN 2302-6790  
(print), ISSN 2541-2841(online, Link  
Jurnal:  
<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal>  
a  
LinkDOI:[https://10.21070/kanal.v6i  
2. 1931](https://10.21070/kanal.v6i2.1931)

Sugeng Cahyono Anang, 2016 “Pengaruh  
Media Sosial Media terhadap  
Perubahan Masyarakat di Indonesia  
”. Jurnal Publiciana. Vol 9 No.1  
(2016).

Sukmasetya Pristi Taufiq Haryanto;  
Fungki Ayu Sadewi; dkk,  
2020. “*Pemanfaatan Digital  
Marketing sebagai Media Pemasaran  
Global untuk  
Meningkatkan Penjualan Produksi  
pada Home Industry*”  
COMMUNITY EMPOWERMENT  
Vol.05No.02(2020) pp.28-35p-ISSN:  
2614-4964 e-ISSN: 2621-

