
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENUNJANG KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN KARANG TARUNA

Aldi Nur Mubarak¹, Nunu Mahmud Firdaus²

^{1,2} Pendidikan Masyarakat, IKIP Siliwangi, Cimahi, Jawa Barat, Indonesia

¹aldimubarak36@gmail.com, ²mahmudfirdaus@ikipsiliwangi.ac.id

Received: Juni, 2023; Accepted: January, 2024

Abstract

This study aims to explain the beneficiaries of social media which can help as a medium in entrepreneurship activities by youth organizations RW 05 Sukatani Village. The function of social media is often referred to as media or platforms that are often used among the public today to make it easier for everyone who is going to start a business and market products to a wider range of consumers. So that in this way you can increase profits and reduce the cost of making product advertisements. This research method uses a qualitative descriptive method because the focus of this research is to pay attention to social and economic developments in a factual manner. Data collection was carried out by interviews, observation and documentation, which were divided into primary data and secondary data. This research resulted in that there are still many young people who are members of youth organizations in Sukatani Village who have not made the most of social media as a support in carrying out entrepreneurial activities. To overcome this, the first thing to do is create a social media account that is specifically used to promote sales products so that they are widely spread.

Keywords: youth organization, entrepreneurship, social media

Abstrak

Penelitian ini bertujuan dalam menjelaskan pemanfaat dari media sosial yang dapat membantu sebagai media dalam kegiatan berwirausaha oleh Karang Taruna RW 05 Desa Sukatani. Fungsi media sosial sering disebut juga sebagai media atau platform yang sering digunakan dikalangan masyarakat saat ini dalam memudahkan bagi setiap orang yang akan memulai berbisnis dan memasarkan produk dengan jangkauan konsumen yang lebih luas. Sehingga dengan cara tersebut dapat meningkatkan keuntungan dan mengurangi biaya membuat iklan produk. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif karena dalam fokus penelitian kali ini ialah memperhatikan perkembangan sosial dan ekonomi masyarakat secara faktual. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi, yang terbagi menjadi data primer dan data sekunder. Dapat disimpulkan bahwa masih banyak pemuda yang tergabung dalam organisasi Karang Taruna di Desa Sukatani belum memanfaatkan semaksimal mungkin media sosial sebagai penunjang dalam melakukan kegiatan kewirausahaan. Untuk mengatasi hal tersebut pertama-tama yang dilakukan ialah membuat akun media sosial yang khusus digunakan untuk mempromosikan produk-produk penjualan sehingga tersebar luas.

Kata Kunci: Karang Taruna, kewirausahaan, media sosial

How to Cite: Mubarak, A.N., & Firdaus, N.M. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Menunjang Kegiatan Kewirausahaan Karang Taruna. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 7 (1), 9-17

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi terus meroket banyak hal-hal yang baru berdatangan, contohnya seperti kedatangan media sosial yang dapat memudahkan setiap orang dalam berkomunikasi kapan dan dimana saja. Media sosial telah menjadi elemen penting yang tak terpisahkan bagi para penggunanya, seperti halnya kebutuhan pokok. Melalui media sosial, kita dapat berkomunikasi dengan orang lain melalui berbagai bentuk pesan, baik itu tulisan,

audio, maupun video. Media sosial memiliki potensi untuk melibatkan siapa saja yang tertarik dalam berpartisipasi dengan memberikan umpan balik secara terbuka, menyampaikan komentar, dan berbagi informasi dengan cepat dan tanpa batas. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial memiliki dampak yang signifikan dalam kehidupan individu. Melalui media sosial, individu yang sebelumnya tidak dikenal dapat menjadi terkenal, begitu pula sebaliknya. Media sosial telah menjadi kecanduan bagi masyarakat, terutama remaja, yang membuat mereka tidak dapat melewatkan satu hari pun tanpa membuka platform media sosial (Putri, Nurwati, & S, 2016).

Berdasarkan laporan We Are Social pada bulan Januari, tercatat sekitar 191 juta orang di Indonesia aktif menggunakan media sosial, mengalami peningkatan sebesar 12,35% dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sekitar 170 juta pengguna. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, meskipun dengan fluktuasi sejak tahun 2014 hingga 2022. Pada tahun 2017, terjadi peningkatan tertinggi sebesar 34,2%, namun pertumbuhan melambat menjadi 6,3% tahun lalu. Namun, angkanya kembali meningkat pada tahun ini. Whatsapp menjadi platform media sosial yang paling populer di Indonesia, dengan persentase pengguna mencapai 88,7%. Instagram dan Facebook menempati peringkat kedua dan ketiga dengan persentase masing-masing 84,8% dan 81,3%. Sementara itu, TikTok dan Telegram memiliki proporsi pengguna berturut-turut sebesar 63,1% dan 62,8% (Mahdi, 2022).



Gambar 1. Jumlah pengguna dari tahun ke tahun

Undang-undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) No. 11 Tahun 2008 mengatur kegiatan yang dilakukan dalam media sosial. UU ITE ini juga berlaku bagi setiap individu yang melakukan tindakan hukum baik di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia.

Pemanfaatan media sosial saat ini sangat memberikan kontribusi yang sangat besar seperti mempercepat akses dan proses menjalin komunikasi dan saling bertukar informasi setiap orang kapanpun dan dimanapun. Media sosial juga memiliki keuntungan dalam konteks kewirausahaan, karena dapat mempercepat akses dan proses transaksi bisnis, meningkatkan efisiensi dalam operasional bisnis, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kenyamanan

dalam komunikasi bisnis, memungkinkan berbagi data dengan kapasitas besar, serta meningkatkan layanan pelanggan (Wardhana, 2022).

Karang Taruna adalah sebuah tempat yang bertujuan untuk membina dan mengembangkan kegiatan ekonomi, sosial, dan budaya. Pedoman utama Karang Taruna diatur dalam Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 83/HUK/2005 tentang Pedoman Dasar Karang Taruna, yang telah mengalami perubahan menjadi Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 77/HUK/2010.

Melalui penggunaan semua potensi yang ada dalam lingkungan masyarakat, baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam yang telah tersedia, diharapkan generasi muda dapat merasakan tanggung jawab yang besar terhadap diri sendiri, masyarakat, dan lingkungan sosial. Salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan aspek ekonomi diantaranya dengan melakukan kegiatan kewirausahaan, seperti yang telah dilakukan oleh remaja Karang Taruna RW 05 Desa Sukatani.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pemanfaatan media sosial dalam mengembangkan kegiatan kewirausahaan digenerasi muda Karang Taruna di kampung Tegalaja. Bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk menjalin komunikasi, akan tetapi media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media dalam berwirausaha.

LANDASAN TEORI

Media Sosial

Media sosial merupakan berbagai media perantara dalam memudahkan para penggunanya untuk saling terhubung atau bertukar informasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content" (Kaplan & Michael, 2010).

Fungsi media sosial untuk melakukan kegiatan kewirausahaan adalah sebagai media atau platform yang sering digunakan dikalangan masyarakat saat ini, sehingga media social juga mempermudah bagi yang akan memulai berbisnis dan memasarkan produk dengan jangkauan konsumen yang lebih luas. Sehingga dengan cara tersebut dapat meningkatkan keuntungan dan mengurangi biaya membuat iklan produk.

Kewirausahaan

Istilah kewirausahaan diperkenalkan pertama kali pada abad ke-18 oleh ekonom Prancis, Richard Cantillon. Cantillon mendefinisikan seorang entrepreneur sebagai "agen yang membeli faktor produksi dengan harga tertentu untuk menggabungkannya". Menurut Ansori (2014), Seorang entrepreneur selalu melaksanakan tindakan dengan kehati-hatian dan tidak sembarangan, inilah yang memisahkan entrepreneur yang sesungguhnya dengan mereka yang menjadi entrepreneur secara tidak sengaja. Sebagai hasilnya, dapat dikenali bahwa ciri-ciri seorang entrepreneur sejati adalah memiliki semangat kewirausahaan yang kuat.

Menurut Basrowi (2011), tujuan kewirausahaan mencakup: 1) Meningkatkan jumlah wirausaha berkualitas. 2) Memperkuat kemampuan dan ketahanan wirausaha dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat. 3) Mengembangkan semangat, sikap, perilaku, dan

kemampuan kewirausahaan di kalangan masyarakat. 4) Membangun kesadaran dan orientasi yang kuat terhadap kewirausahaan.

Karang Taruna

Karang Taruna adalah sebuah organisasi kepemudaan yang beroperasi di Indonesia dan bertujuan untuk membantu perkembangan sosial generasi muda. Organisasi ini didirikan berdasarkan kesadaran dan tanggung jawab sosial masyarakat, khususnya dalam hal pemuda di desa, kelurahan, atau komunitas sejenis. Karang Taruna fokus utamanya adalah pada bidang kesejahteraan sosial (Wenti, 2013:391).

Melalui kehadiran wadah ini, diharapkan generasi muda dapat mengembangkan rasa tanggung jawab yang besar terhadap diri sendiri, masyarakat, dan lingkungan sosial. Dengan demikian, mereka dapat secara aktif berpartisipasi dalam proses pembangunan dengan efektif. Setiap masyarakat memiliki keinginan untuk mendukung kegiatan yang bertujuan mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Untuk mewujudkan keinginan tersebut, organisasi didirikan. Organisasi juga memiliki peran penting dalam mengoordinasikan berbagai sumber daya yang ada guna mencapai hasil yang optimal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pemilihan metode ini disebabkan oleh fokus penelitian yang mengarah pada analisis tentang bagaimana remaja Karang Taruna RW 05 Desa Sukatani memanfaatkan media sosial dalam kegiatan berwirausaha. Dengan menggunakan metode deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan objek penelitian secara jelas dan sesuai dengan realitas yang ada. Metode deskriptif digunakan untuk mengkaji keadaan suatu kelompok manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran, atau kelas peristiwa pada waktu yang sedang berlangsung. Tujuan utama dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat gambaran atau deskripsi yang sistematis, akurat, dan berdasarkan fakta mengenai berbagai hal, termasuk karakteristik, sifat-sifat, dan hubungan antarfenomena yang sedang diselidiki (Nazir, 2017).

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menginterpretasikan fenomena yang terjadi dan melibatkan penggunaan berbagai metode. Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya untuk memahami secara mendalam subjek yang diteliti, dengan menggambarkannya secara holistik dan kompleks menggunakan kata-kata. Hal ini sesuai dengan pandangan Creswell mengenai penelitian kualitatif, menyebutkan bahwa pendekatan kualitatif merupakan salah satu proses dalam memulai suatu penelitian yang didasari dengan hasil penyelidikan fenomena sosial atau masalah yang dialami manusia (Darmadi, 2014: 287). Pemilihan metode kualitatif digunakan karena unit analisisnya bukan berupa angka dan dalam penelitian ini lebih fokus pada deskripsi suatu kondisi atau realitas tertentu, yaitu mengenai bagaimana media sosial dimanfaatkan dalam kegiatan kewirausahaan oleh remaja Karang Taruna RW 05 Desa Sukatani.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sesuai pendapat dari Sugiyono (2016) metode deskriptif kualitatif adalah metode yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan).

Pengumpulan data ini dilakukan terhadap anggota organisasi Karang Taruna RW 05 Desa Sukatani dalam memanfaatkan media sosial sebagai penunjang kegiatan kewirausahaan. Data tersebut terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merujuk pada sumber data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti, dalam hal ini melalui wawancara antara peneliti dan anggota Karang Taruna yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan menggunakan media sosial. Selain itu terdapat juga data sekunder yang merupakan sumber data yang tidak secara langsung memberikan datanya terhadap peneliti atau dapat dikatakan melalui orang lain atau dokumen-dokumen (Sugiyono 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Awal mula dibentuknya program kewirausahaan Karang Taruna RW 05 di kampung Tegalaja pada awal bulan November tahun 2020, setelah kegiatan memperingati hari sumpah pemuda. Program ini di rintis oleh YR yang juga sebagai ketua pada waktu itu dan mengajak anggota yang lain ikut serta dalam mengikuti program. Akan tetapi program ini sempat terhenti karena juga kurangnya persiapan yang matang.

Program ini kembali dilanjutkan oleh LH sebagai yang mengetuainya pada bulan juni tahun 2021. Produk pertama yang dicoba dibuat untuk diperjualkan adalah MangTan (Mangga Ketan), mangtan merupakan salah satu makanan yang berasal dari negara Thailand, ide dalam membuat mangtan ini oleh salah satu anggota. Hingga pada akhirnya produk yang dibuat untuk diperjualkan semakin beragam.

Walaupun generasi muda memiliki potensi yang besar dalam masyarakat, mereka tidak bisa menghindari berbagai permasalahan. Banyak di antara mereka yang menghadapi tantangan ekonomi, seperti pengangguran, yang kemudian dapat memunculkan masalah lain seperti putus sekolah, rendahnya rasa percaya diri, perilaku yang tidak terpuji, penyalahgunaan narkoba, tindak kriminal seperti pencurian dan pelecehan seksual, serta kecenderungan untuk mengonsumsi alkohol. Dalam masa remaja yang rentan terhadap pengaruh negatif, baik dari dalam diri maupun lingkungan sekitar, pemuda cenderung terpengaruh oleh hal-hal negatif yang memberikan kepuasan sesaat namun berdampak negatif bagi mereka.

Pengangguran, termasuk di perkotaan maupun pedesaan, menjadi masalah umum yang dihadapi oleh pemuda. Oleh karena itu, masyarakat dan pemerintah merasa bertanggung jawab atas masalah pemuda. Inilah mengapa peran organisasi sosial kepemudaan sangat penting dalam membantu mengatasi masalah yang dihadapi oleh pemuda, sehingga mereka dapat menjadi lebih produktif, mandiri, dan mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman saat ini. Pemuda adalah bagian integral dari masyarakat dan menjadi tulang punggung bangsa, oleh karena itu, mereka perlu diperbaiki dalam menghadapi berbagai masalah yang ada. Pemberdayaan pemuda adalah konsekuensi dari strategi pembangunan yang berfokus pada pemuda. Pemberdayaan pemuda melibatkan proses meningkatkan kemampuan dan kemandirian pemuda, dengan bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, sehingga pemuda dapat mengalami perkembangan positif secara bertahap untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi.

Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan diatas maka Karang Taruna RW 05 Kp. Tegalaja melakukan kegiatan kewirausahaan, karena Karang Taruna adalah suatu tempat yang menyediakan kesempatan bagi anggotanya untuk mengembangkan semangat kewirausahaan sejak usia remaja. Melalui Karang Taruna, mereka dapat mengasah ide kreatif, inovasi, dan bakat berwirausaha untuk mencapai kesuksesan dan kekayaan di masa depan. Karang Taruna

dianggap sebagai lingkungan yang ideal bagi para remaja yang ingin mengembangkan potensi mereka, memberikan ide-ide baru, dan menjadi wirausaha yang sukses di kemudian hari..

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan bahwa masih banyak remaja yang tidak memanfaatkan semaksimal mungkin dan bahkan tidak mengetahui bahwa melalui media sosial banyak manfaat yang dapat diperoleh. Selain digunakan untuk berkomunikasi antara setiap anggota Karang Taruna, dapat juga dimanfaatkan sebagai mencari peluang usaha atau membentuk kewirausahaan di organisasi Karang Taruna sebagai produsen atau penjual. Sehingga setiap remaja yang bergabung dalam organisasi Karang Taruna tersebut mendapatkan penghasilan pundi-pundi uang.

Permasalahan selanjutnya adalah minat atau kemauan para remaja dalam berwirausaha masih terbilang kurang enggan melakukannya, karena kebanyakan dari mereka berpendapat bahwa lebih baik bekerja dengan orang lain dari pada memiliki usaha sendiri yang harus mempunyai modal dan resiko yang besar. Hal tersebut dikarenakan kurangnya informasi atau pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial yang dapat digunakan sebagai peluang usaha dan mulai membangun usaha sendiri yang tidak memerlukan modal besar bahkan meminimalisir resiko dalam berwirausaha, karena masih banyak produsen-produsen yang membutuhkan bantuan pihak lain untuk memperjualkan produk yang mereka buat, sehingga kita bisa menjadi reseller dengan menawarkan produknya melalui media sosial dan mendapatkan hasil dari penjualannya.

Dalam hal berwirausaha harus pandai melihat peluang usaha, maka dari itu dengan kemajuan teknologi saat ini semua orang dimudahkan dalam melakukan segala sesuatu, salah satunya yaitu dapat dijadikan media dalam berwirausaha. Begitu pula yang dilakukan dalam menjalankan program kewirausahaan ini yaitu dengan menjual dan mengiklankan produk melalui media sosial. Sesuai dengan pendapat RF salah satu anggota, ia mengatakan “kita memanfaatkan media sosial dalam memasarkan produk yang telah dibuat, karena target utama pemasaran kita adalah anak-anak remaja yang aktif bersosial media”. Maka dari itu program kewirausahaan ini sangat mengandalkan teknologi, karena dalam proses penjualan produk yang dihasilkan mereka melalui media sosial atau secara online.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan membuat akun media sosial khusus untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, seperti yang telah dilakukan oleh remaja Karang Taruna di kampung Tegalaja membuat akun instagramnya sendiri.



Gambar 1. Akun instagram UMKM Karang Taruna

Selain dengan menggunakan akun istagram dapat juga memanfaatkan media sosial lainnya berupa whatsapp, facebook, tiktok dan lain-lain. Dengan adanya akun media sosial diatas mereka dapat dengan mudah mempromosikan produknya tersebar luas dan juga tanpa biaya yang besar.

Adapun manfaat lain dari berwirausaha dengan memanfaatkan media sosial diantaranya:

- Membangun kepercayaan dan menarik minat masyarakat terhadap produk yang kita tawarkan.
- Membantu dalam menemukan konsumen dan memperluas target pemasaran sehingga meningkatnya jumlah penjualan produk
- Memudahkan mendapat komentar secara langsung dari konsumen yang telah mencoba produk kita, sehingga dengan mudah dalam mengevaluasi kelebihan dan kekurangan produk.

Mengembangkan target pasar dengan cara mengetahui yang populer di masyarakat dan persaingan di dunia pemasaran.

Pembahasan

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan, ditemukan bahwa dalam melakukan kegiatan kewirausahaan diperlukan persiapan yang terencana dan kemampuan untuk melihat peluang usaha yang ada. Menurut Ansori (2014), seorang wirausahawan sejati selalu berperilaku dengan teliti dan tidak sembrono dalam setiap tindakannya. Inilah yang membedakan mereka dengan mereka yang secara tidak sengaja terlibat dalam dunia wirausaha tanpa persiapan yang memadai. Oleh karena itu, dapat dilihat bahwa ciri utama seorang entrepreneur sejati adalah memiliki jiwa wirausaha.

Saat ini, perkembangan media komunikasi dan informasi telah mengalami kemajuan yang pesat sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (TIK). Hal ini memungkinkan kita untuk melakukan komunikasi tanpa harus bertemu secara langsung melalui media sosial. Media sosial saat ini digunakan oleh berbagai kalangan, baik muda maupun tua, namun remaja merupakan pengguna utama media sosial (Lusk, 2010). Adapun

menurut Basat (2010) dalam (Ram & Horsley, 2017), Media sosial telah menjadi elemen integral dalam kehidupan sehari-hari remaja sebagai alat komunikasi yang sangat penting. Penggunaan media sosial oleh remaja terus meningkat karena dianggap sebagai cara yang paling nyaman untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan teman sebaya.

Dengan media sosial tidak hanya digunakan untuk akses berkomunikasi, akan tetapi dapat digunakan dalam membantu perkembangan kewirausahaan yakni dimanfaatkan sebagai media promosi produk. Instagram, sebagai media sosial, memiliki sejumlah keuntungan dalam hal promosi, di antaranya adalah kemampuannya untuk menyampaikan informasi kepada konsumen tanpa biaya, tenaga, dan waktu yang banyak (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Promosi merupakan suatu kegiatan dalam berwirausaha yang bertujuan memperkenalkan produk yang akan mereka perjualkan, saat ini sebagian besar orang mempromosikan produknya melalui online. Menurut Rangkuti (2009:230), promosi online meliputi iklan, hubungan masyarakat, promosi penjualan, pemasaran langsung, dan penjualan pribadi. Demikian pula, pemuda anggota Karang Taruna juga menggunakan berbagai strategi promosi untuk memasarkan produk mereka, seperti iklan gambar dan video, serta membagikan testimoni dari konsumen yang telah membeli produk tersebut. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mempengaruhi konsumen lain agar tertarik dan membeli produk yang ditawarkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa Karang Taruna adalah tempat yang sangat tepat bagi remaja yang ingin mengekspresikan ide kreatif, berinovasi, serta mewujudkan impian menjadi seorang wirausahawan yang sukses di masa depan. Akan tetapi berdasarkan pengamatan yang dilakukan bahwa minat atau kemauan para remaja dalam berwirausaha masih terbilang kurang bahkan enggan melakukannya, karena kebanyakan dari mereka berpendapat bahwa lebih baik bekerja dengan orang lain dari pada memiliki usaha sendiri yang harus mempunyai modal dan resiko yang besar. Permasalahan selanjutnya adalah masih banyak remaja yang tidak memanfaatkan semaksimal mungkin dan bahkan tidak mengetahui bahwa melalui media sosial banyak manfaat yang dapat diperoleh.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah harus pandai melihat peluang usaha, maka dari itu dengan kemajuan teknologi saat ini semua orang dimudahkan dalam melakukan segala sesuatu, salah satunya yaitu dapat dijadikan media dalam berwirausaha. Seperti halnya dalam membuat akun media sosial khusus untuk melakukan kegiatan kewirausahaan yang telah dilakukan oleh pemuda anggota Karang Taruna yang melakukan promosi produk berupa iklan gambar maupun video dan juga membagikan hasil testimoni dari beberapa konsumen yang telah membeli produknya melalui akun media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansori. (2014). Model Pengembangan Kewirausahaan Santri Melalui Pondok Pesantren Berbasis Budaya Agribisnis Tanaman Palawija. *Didaktik* 8(1), 6-10.
- Basrowi. (2011). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Darmadi, H. (2014: 287). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial Teori Konsep dan Implementasi*. Bandung: Alfabeta.
- Hilda, I. (2011). *Peran Karang Taruna dalam Pembinaan Generasi*. Tesis, -.
- Kaplan, A. M., & Michael, H. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons* 53(1), 59-68.
- Lusk, B. (2010). Digital Natives and Social Media Behaviors: An Overview. *Prevention Researcher*, 17(5), 3-6.
- Mahdi, M. I. (2022, Februari 25). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Nazir, M. (2017). *METODE PENELITIAN*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Common* 3(1), 71-80.
- Putri, W. S., Nurwati, R. N., & S, M. B. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU REMAJA. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* 4(1), 47-51.
- Ram, A., & Horsley, J. S. (2017). The role of social media on positive youth development_ An analysis of 4-H Facebook page ang 4-H'ers' positive development. *Children and Youth Services Review*, 127-138.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: IKAPI.
- Wardhana, A. (2022). *KEWIRAUSAHAAN DAN BISNIS*. Bandung: MEDIA SAINS INDONESIA.
- Wenti. (2013). *Eksistensi Karang Taruna dalam Aktivitas Kepemudaan*. Jakarta: Departemen Sosial.