



Peran Media Sosial Facebook dalam Mempromosikan Makanan Lokal Jagung Titi di Desa Laranwutun Kabupaten Lembata

Ronaldo T. G. Panggo^{1*}, Mikhael Rajamuda Bataona², Urbanus Ola³
^{1,2,3} Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, Indonesia
ronaldopanggo13@gmail.com^{1*}, erlandlamalera@gmail.com², olahurek@gmail.com³

Alamat: Jl San Juan No. 1, Penfui Timur, Kecamatan Kupang Tengah, Kabupaten Kupang
Korespondensi Penulis: ronaldopanggo13@gmail.com*

Abstract. *Information technology plays a crucial role in supporting the growth of the digital economy, including in the micro and traditional business sectors. One example is the use of digital technology to increase sales of titi corn in Laranwutun Village, Lembata Regency. Titi corn is a traditional food from East Nusa Tenggara, particularly in the eastern Flores region of Solor, Adonara, and Lembata. However, this specialty food is not yet widely known due to minimal promotion and marketing, particularly on social media. This has resulted in limited market share and low incomes for local communities. This study used qualitative methods through direct interviews with titi corn entrepreneurs. The research process was divided into three stages: planning, preparation, and implementation. The theory used refers to the concept of digital marketing, specifically the use of Facebook as a promotional tool. This study examines the extent to which Facebook can increase marketing reach, expand the market, and facilitate the promotion of titi corn. The results show that Facebook plays a significant role in promoting and increasing titi corn sales. This social media platform facilitates the delivery of product information, reaches a wider consumer base, and builds brand awareness. Furthermore, Facebook enables direct interaction between producers and consumers, thereby increasing customer trust and loyalty to local products. This digital promotion strategy also opens up opportunities for collaboration with traditional culinary communities and local MSMEs, which can strengthen marketing networks. These findings emphasize the importance of preserving local food through an integrated digital approach. By optimizing social media, titi corn will not only gain wider recognition but also have the potential to become a superior regional product that supports sustainable and inclusive community economic empowerment.*

Keywords: *Digital promotion, Local food, Local MSMEs, Social Media Facebook, Titi corn*

Abstrak. Teknologi informasi memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital, termasuk dalam sektor usaha mikro dan tradisional. Salah satu contohnya adalah pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan jagung titi di Desa Laranwutun, Kabupaten Lembata. Jagung titi merupakan makanan tradisional khas dari Nusa Tenggara Timur, khususnya wilayah Flores bagian timur seperti Solor, Adonara, dan Lembata. Namun, makanan khas ini belum dikenal secara luas karena masih minimnya promosi dan pemasaran, terutama di media sosial. Hal ini berdampak pada keterbatasan pasar dan rendahnya pendapatan masyarakat lokal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui wawancara langsung dengan pelaku usaha jagung titi. Proses penelitian dibagi dalam tiga tahapan, yaitu perencanaan, persiapan, dan pelaksanaan. Teori yang digunakan mengacu pada konsep digital marketing, khususnya penggunaan media sosial Facebook sebagai sarana promosi. Penelitian ini mengkaji sejauh mana penggunaan Facebook mampu meningkatkan daya jangkauan pemasaran, memperluas pasar, serta memudahkan proses promosi jagung titi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Facebook berperan signifikan dalam mempromosikan dan meningkatkan penjualan jagung titi. Media sosial ini memberikan kemudahan dalam menyampaikan informasi produk, menjangkau konsumen yang lebih luas, dan membangun kesadaran merek. Selain itu, Facebook juga memungkinkan interaksi langsung antara produsen dan konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan serta loyalitas terhadap produk lokal. Strategi promosi digital ini juga membuka peluang kolaborasi dengan komunitas pecinta kuliner tradisional dan UMKM lokal, yang dapat memperkuat jaringan pemasaran. Temuan ini menekankan pentingnya pelestarian pangan lokal melalui pendekatan digital yang terintegrasi. Dengan optimalisasi media sosial, jagung titi tidak hanya dapat dikenal lebih luas, tetapi juga berpotensi menjadi produk unggulan daerah yang mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan dan inklusif.

Kata Kunci: Media Sosial Facebook, Jagung titi, Makanan lokal, Promosi digital, UMKM lokal

1. PENDAHULUAN

Indonesia terkenal sebagai negara kepulauan yang kaya akan keanekaragaman baik agama, ras, suku, maupun budaya. Keragaman dan kekayaan budaya perlu diiringi upaya pemajuan agar tetap terjaga dan lestari (Hakim & Hamidah, 2022). Salah satu keanekaragaman budaya di Indonesia yang harus dilestarikan yaitu budaya dalam bidang kuliner termasuk dalam bidang kuliner tradisional Nusantara. Kuliner Nusantara mengajarkan kita tentang keberagaman dan keindahan budaya Indonesia. Makanan tradisional Nusantara memiliki keterbatasan dalam segi istilah dimana makanan tradisional Nusantara adalah makanan dibuat dari bahan yang dihasilkan di daerah setempat dan diolah dengan cara yang telah dikuasai oleh masyarakat setempat, mempunyai ketampakan, citra rasa, dan aroma yang disesuaikan dengan lidah masyarakat setempat (Harsana, Minta, Triwidayati, 2020).

Jagung titi adalah salah satu makanan tradisional khas dari Nusa Tenggara Timur (NTT) Khususnya dari wilayah Flores bagian timur seperti Solor, Adonara, Alor, dan Lembata. Jagung titi dari proses pembuatannya yaitu biji jagung yang dipipihkan atau dititi di atas batu setelah melalui proses pemangangan atau penyangraian. Kata titi sendiri dalam bahasa setempat di tubuk atau dipipihkan. Jagung titi ini biasanya disajikan sebagai bentuk suguhan (hidangan) bagi tamu sebagai bentuk penghormatan. Jagung titi bahkan menjadi makanan pokok pengganti beras bagi masyarakat setempat, terutama dalam menghadapi masalah sulit. Proses pembuatannya masih sangat tradisional, menggunakan batu pipi sebagai alat utama, menjadi salah satu ciri khas yang tetap dipertahankan hingga kini. Jagung titi juga memiliki keunggulan praktis, seperti daya simpan yang cukup lama, ringan untuk dibawa, serta mudah disajikan kapan saja. Kini jagung titi juga tidak hanya sebagai makanan pokok tetapi juga bertransformasi menjadi oleh-oleh khas daerah dan sumber penghasilan tambahan bagi masyarakat lokal. Jagung titi bukan hanya sekedar cemilan melainkan simbol kebersamaan, identitas budaya, dan warisan kuliner yang terus dilestarikan di Nusa Tenggara Timur.

Menikmati hidangan-hidangan ini bukan hanya soal mencicipi cita rasa yang lezat, tetapi juga merasakan kehangatan dan kebersamaan yang terpancar dari proses penyajiannya. Di setiap sudut Nusantara, kuliner tradisional adalah salah satu cerminan budaya yang menunjukkan penanda keragaman lidah dan selera, yang tiap etnis di Nusantara memiliki kekhasan erat kaitannya dengan lingkungan alam dan kondisi sosial masyarakatnya (Suyasa & Darmurtika, 2023). Kuliner tradisional Nusantara sering kali menggunakan bahan-bahan lokal yang melimpah di wilayah tersebut sehingga setiap daerah memiliki ragam masakan yang unik. Makanan tradisional Nusantara tidak hanya menyajikan kenikmatan dari segi rasa yang unik, tetapi juga mengandung nilai-nilai budaya, sejarah, dan identitas suatu daerah. Kuliner

tradisional Nusantara, dengan keberagaman rasa, aroma, dan teknik memasak yang unik, menjadi daya tarik utama bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Wisatawan lokal dan mancanegara sering mencari pengalaman mencicipi masakan khas setiap daerah yang berbeda baik rasa, bentuk dan lain-lain.

Menurut Nur Itihadah dan Abubakar (2020), media sosial adalah media online yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten dengan mudah seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Dengan kemajuan teknologi internet dan telepon seluler, media sosial juga berkembang pesat. Misalnya, sekarang dapat mengakses Facebook kapan saja, di mana saja hanya dengan ponsel. Begitu cepatnya masyarakat mengakses media sosial, tidak hanya di negara maju, tetapi juga di Indonesia telah menyebabkan fenomena arus informasi yang sangat besar. Karena kecepatannya, media sosial juga tampaknya telah menggantikan peran tradisional media massa dalam menyebarkan berita.

Media sosial juga menjadi tempat strategis untuk mempromosikan produk. Menurut Suryaningsih (2020), media sosial merupakan komunitas online yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, berpartisipasi, dan bertukar informasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media berasal dari kata Latin “Medium” yang berarti perantara. Menurut Asse (2018), peran media sosial—terutama Facebook—sangat penting dalam komunikasi pemasaran saat ini karena pengguna dari berbagai usia memanfaatkannya secara aktif, menjadikan Facebook sarana komunikasi yang efektif dan efisien.

Herawati, Nay, Aparato, dan Dwiarta (2025) menambahkan bahwa media sosial saat ini telah menjadi strategi utama dalam pemasaran digital karena mampu mengubah perilaku konsumen melalui pendekatan personal dan interaktif. Hal ini diperkuat oleh penelitian Ati, Putri, dan Dendi (2025) yang menyatakan bahwa media sosial berperan besar dalam digitalisasi hubungan masyarakat dan pemasaran UMKM. Sihura (2025) juga menyatakan bahwa platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan UMKM menjangkau audiens yang lebih luas dengan efisiensi biaya yang tinggi. Lestari dan Purwono (2024) menegaskan bahwa strategi pemasaran digital berbasis media sosial merupakan sarana utama bagi bisnis untuk memperluas jaringan secara efektif. Bahkan, menurut Anugrah (2024), media sosial telah menjadi platform vital dalam membangun kesadaran merek (brand awareness) dan menjalin interaksi langsung dengan konsumen secara real-time.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan “ Peran media sosial facebook dalam mempromosikan jagung titi sebagai makanan tradisional di Laranwutun, di desa Laran wutun, kecamatan Ile ape, kabupaten Lembata. yang mana kegiatan ini menggunakan tiga tahapan yaitu perencanaan, persiapan, dan pelaksanaan:

- **Perencanaan**

Dalam kegiatan wawancara ini perencanaan yang dilakukan berupa penyusunan proposal program kerja individu mahasiswa peserta kegiatan MBKM FISIP 2025. Proposal berisi rencana kegiatan, waktu dan tempat, serta pertanyaan yang akan disampaikan dalam wawancara. Juga diadakannya rapat pleno program kerja bersama dengan aparat Desa Laranwutun, dimana dalam pleno penulis memaparkan rencana program individu yang telah disusun dalam proposal.

- **Persiapan**

Setelah mendapat persetujuan dari kepala desa dalam rapat pleno. Persiapan dilanjutkan antara lain dengan pendekatan dan pengenalan diri kepada beberapa Narasumber Wirausaha jagung titi. Dalam pertemuan tersebut juga di sepakati waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan wawancara.

- **Pelaksanaan**

Penulis melakukan proses wawancara kepada beberapa narasumber Wirausaha jagung titi yang dilaksanakan pada kamis, 15-Mei 2025, pukul 10:00 WITA s/d selesai, yang bertempat di rumah Bapak Gabriel Duli Making, dengan mewawancarai Ibu-ibu wirausaha jagung titi sebagai narasumber. Kegiatan ini dibantu oleh teman-teman mahasiswa MBKM untuk melakukan dokumentasi berupa foto dan video. Dalam kegiatan wawancara oleh narasumber, dibawakan langsung oleh penulis sebagai pembicara. yang membahas tentang proses pembuatan jagung titi dan bagaimana mempromosikan jagung titi melalui media sosial facebook.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan program yang penulis adakan ini merupakan salah satu program dari kegiatan MBKM fisip unwira kupang tahun ajaran 2025 yang berlangsung selama dua bulan di Desa Laranwutun, Kecamatan Ile Ape, Kabupaten Lembata. Dalam hal ini penulis melakukan proses kegiatan wawancara mengenai peran media sosial facebook dalam meningkatkan penjualan jagung titi di Desa Laranwutun, Kabupaten Lembata.

Agar pelaksanaan wawancara berjalan lancar, diperlukan perencanaan yang matang. Dalam kegiatan wawancara ini, mahasiswa peserta Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Widya Mandira Kupang tahun ajaran 2025, menyusun proposal program kerja individu. Proposal tersebut memuat rencana kegiatan, jadwal dan lokasi pelaksanaan, serta daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber.

Selain itu diadakan rapat pleno bersama perangkat desa di aula Kantor Desa Laranwutun pada tanggal 10 April 2025. Dalam rapat tersebut, penulis mempresentasikan rencana program individu. Dalam rapat pleno ini pemerintah desa sangat setuju dan mendukung penuh atas kegiatan wawancara ini, guna untuk mempromosikan makanan khas tradisional jagung titi sehingga di kenal luas oleh seluruh masyarakat luas dan membantu meningkatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui media sosial facebook.



Gambar 1. Rapat pleno bersama aparat Desa

Tahap selanjutnya yang di lakukan penulis untuk mewawancarai narasumber pembuat jagung titi yaitu, pendekatan dan pengenalan penulis terhadap beberapa narasumber pembuat jagung titi. Dalam kesepakatan tersebut penulis di berikan waktu dan tempat pelaksanaan untuk mewawancarai proses pembuatan jagung titi. Penulis mendapatkan respon baik dari narasumber saat pendekatan mengenai program yang akan penulis jalankan, narasumber juga sangat mendukung program individu tersebut. Program individu ini guna untuk meningkatkan penjualan jagung titi melalui pemasaran media sosial facebook. Sasaran dari program individu ini yaitu masyarakat wirausaha jagung titi yang berjumlah Tiga (3) orang Narasumber. Melalui program individu ini penulis menyampaikan peran pentingnya media sosial terutama facebook dalam memasarkan makanan lokal jagung titi agar lebih di kenal oleh masyarakat luas.

Penulis sebagai Pewawancara memberikan pertanyaan yang telah di siapkan tentang bagaimana proses pembuatan jagung titi, apa saja bahan-bahan yang di perlukan saat proses pembuatan jagung titi, jenis jagung apa saja yang bisa di olah menjadi jagung titi, berapa lama proses pembuatan jagung titi, berapa lama masa penyimpanan jagung titi untuk di konsumsi,

bagaimana jagung titi bisa mencerminkan budaya atau kearifan lokal masyarakat Laranwutun, apakah makanan khas daerah jagung titi masih mudah ditemukan di desa laranwutun atau sudah mulai langka, bagaimana upaya pelestarian makanan khas daerah jagung titi di tengah modernisasi dan globalisasi, apa perbedaan makanan khas daerah jagung titi dengan makanan modern atau kekinian, bagaimana pengaruh makanan khas daerah jagung titi terhadap perekonomian lokal, apa saja teknik promosi atau pemasaran yang digunakan saat menjual makanan khas daerah jagung titi, apakah sudah ada penjualan atau mempromosikan makanan lokal jagung titi melalui media sosial (facebook).

Tanggapan tiga Narasumber dari pertanyaan pewawancara diatas ialah. Jagung titi sendiri merupakan makanan khas masyarakat flores bagian timur khususnya Larantuka, Solor, Adonara, Lembata, dan Alor (Lamaholot), Nama ‘Jagung titi’ sendiri berasal dari metode pembuatannya yang melibatkan biji jagung di titi atau dipukul di atas batu ceper (wato ina), sebelum di titi (pukul) menggunakan batu kecil (wato ana) jagung sendiri di rendam menggunakan sedikit air selama satu menit agar tekstur jagung tidak terlalu keras setelah itu di keringkan atau di jemur di tempat terbuka dan teduh tanpa mengenai sinar matahari, lalu di goreng tanpa menggunakan minyak ataupun air (sangrai) di atas tungku dengan api kecil menggunakan periuk tanah (Kewik) selama Proses penggorengan jagung harus selalu di aduk secara berkala agar tidak terlalu hangus, setelah itu kalau jagungnya sudah berwarna kuning kehitaman lalu di angkat menggunakan tangan lalu menaruh di atas batu ceper (wato ina) lalu titi atau di pukul menggunakan batu kecil yang berbentuk bulat (wato ana) setelah itu jadilah jagung titi dan siap di simpan di dalam wadah (bokor/baskom).

Jagung titi sendiri banyak di sajikan pada saat acara-acara besar seperti acara adat, tempat-tempat pesta, kedatangan tamu-tamu besar atau sedang duduk berkumpul bersama keluarga besar ataupun teman teman. Tidak semua jenis jagung cocok untuk dibuat menjadi jagung titi. Hanya ada dua jenis yang biasa digunakan, yaitu jagung pulut dan jagung hibrida. Namun, jagung pulut lebih sering dipilih karena teksturnya lebih lembut dan rasanya lebih gurih setelah diolah. Sementara itu, jagung hibrida cenderung lebih keras dan hasil akhirnya kurang gurih jika dijadikan jagung titi.

Proses pembuatan jagung titi itu sendiri memakan waktu tergantung pada banyak atau sedikitnya jagung serta kecepatan tangan untuk memukul (memipihkan) jagung titi tersebut, jagung titi dikenal sebagai makanan yang tahan lama dan bisa disimpan dalam jangka waktu yang panjang sekitar satu bulan bahkan bisa lebih tergantung penyimpanan kita pada tempat yang tertutup (toples), Jagung titi mencerminkan budaya dan kearifan lokal masyarakat Laranwutun dan secara luas, masyarakat Lamaholot di Flores Timur karena makanan ini

merupakan warisan turun-temurun yang masih lestari hingga sekarang. Proses pembuatannya yang sederhana, menggunakan alat-alat tradisional seperti batu pipih dan periuk tanah, menunjukkan keterikatan masyarakat pada tradisi nenek moyang serta pemanfaatan sumber daya alam setempat. Jagung titi masih mudah ditemukan di desa-desa Lamaholot, termasuk Desa Laranwutun. Makanan tradisional ini masih dibuat secara turun-temurun oleh masyarakat setempat dan bahkan menjadi salah satu sumber pendapatan tambahan bagi sebagian warga. Proses pembuatan serta penjualannya masih terus berlangsung, baik untuk dikonsumsi sendiri maupun dijual di pasar lokal dan kepada pembeli dari desa lain.

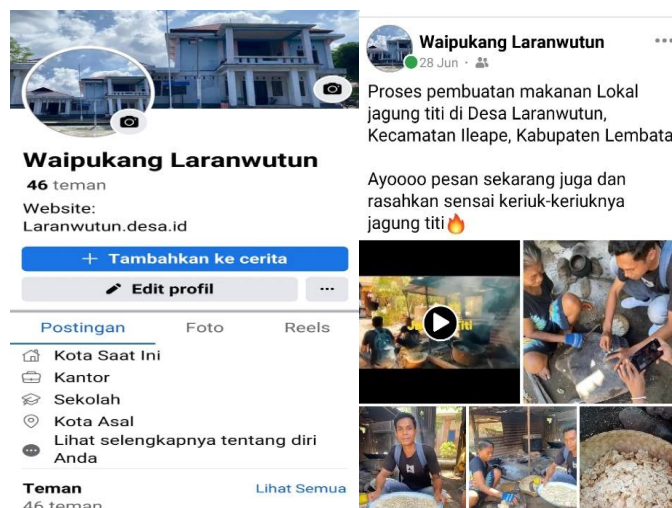
Selain itu, jagung titi tetap menjadi bagian penting dari tradisi dan identitas budaya masyarakat, sehingga keberadaannya tetap terjaga meskipun jumlah produksinya bisa berubah-ubah sesuai permintaan dan kesibukan pembuatnya. Oleh karena itu, jagung titi masih cukup mudah ditemukan dan belum termasuk makanan yang langka di Desa Laranwutun. Teknik pemasaran dan promosi sebenarnya belum diterapkan oleh narasumber. Selama ini, narasumber hanya meletakkan jagung titi dalam toples dan menaruhnya di depan kios atau lapak penjual, sehingga pembeli bisa langsung melihat dan membeli produk tersebut. Jagung titi turut mendukung perekonomian masyarakat desa Laran wutun. Proses pembuatan dan penjualan jagung titi menjadi salah satu cara bagi banyak keluarga, terutama ibu rumah tangga, untuk mendapatkan penghasilan tambahan secara tradisional di waktu senggang. Pendapatan dari penjualan jagung titi umumnya dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.



Gambar 2

Proses pembuatan jagung titi dengan cara, menyangrai di dalam periuk tanah (kewik), dan memipihkan jagung titi menggunakan batu ceper (wato ina), serta menguakan anakanvbatu (wato ana)

Setelah menyelesaikan proses dokumentasi dan wawancara dengan tiga wirausahawan jagung titi, Penulis kemudian melakukan pengeditan terhadap seluruh materi yang telah dikumpulkan. Proses pengeditan ini meliputi penyuntingan, penambahan detail, dan penyempurnaan agar informasi yang disampaikan menjadi lebih jelas dan mudah dipahami. Setelah tahap pengeditan selesai, hasil dokumentasi tersebut kemudian dipublikasikan melalui media sosial Facebook. Pemilihan Facebook sebagai media publikasi didasarkan pada jangkauan pengguna yang luas dan kemudahan dalam berbagi informasi. Dengan mempublikasikan hasil dokumentasi di Facebook, diharapkan informasi mengenai proses pembuatan jagung titi dapat diakses oleh lebih banyak orang, khususnya mereka yang tertarik dengan usaha kuliner atau proses pembuatan makanan tradisional. Penulis juga berharap publikasi ini dapat memberikan inspirasi dan pengetahuan bagi pembaca, serta berkontribusi pada pelestarian kuliner tradisional Indonesia.



Gambar 3. Akun Media sosial Facebook Desa Laranwutun, Serta Vidio dan Foto dari proses pembuatan Jagung titi

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan penulis, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial facebook memiliki peran penting dalam mempromosikan penjualan makanan khas jagung titi di jangkauan luas, sehinga produk lokal jagung titi dapat di kenal dan di jual di konsumen yang lebih luas, karena mampu meningkatkan penjualan, memperluas pasar serta memberikan kemudahan dalam mempromosikan produk, serta melestarikan pangan lokal jagung titi khas di Desa Laranwutun, Kabupaten Lembata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis Penyampaian ucapan limpah terima kasih kepada masyarakat Desa Laranwutun yang sudah menerima Penulis dan kawan-kawan dalam kegiatan MBKM, Penulis juga mengucapkan limpa terimakasih kepada tiga Narasumber Wirausahawan jagung titi yang sudah meluangkan waktu dalam menyukseskan kegiatan wawancara

DAFTAR PUSTAKA

- Asse, R. A. (2018). *Peran media sosial Facebook dalam komunikasi pemasaran*. Jakarta: Media Digital.
- Asse, R. A. (2018). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank Di Makassar).
- Ati, H. D. L., Putri, I., & Dendi. (2025). Media Sosial sebagai Transformasi Digital Media Relation dan Digital Marketing UMKM. *Journal Media Public Relations*, 5(1), 48–57.
- Dwi Anugrah, H. A. (2024, September 24). Peran Media Sosial dalam Kampanye Pemasaran Digital yang Semakin Berkembang. *Newsmedia.co.id*. <https://www.newsmedia.co.id/news-room/6013599967/peran-media-sosial-dalam-kampanye-pemasaran-digital-yang-semakin-berkembang>
- Hakim, I. N., & Hamidah, S. (2022). Peran Kuliner Tradisional dalam Mendukung Pemajuan Kebudayaan di Destinasi Pariwisata Prioritas Yogyakarta. *Mozaik Humaniora*, 21(2), 193–208. <https://doi.org/10.20473/mozaik.v21i2.29444>
- Harsana, Minta, Triwidayati, M. (2020). Kata Kunci: Wisata Kuliner, Makanan Tradisional 1 2. Universitas Negeri Yogyakarta, Vol 15 No., 1–24.
- Herawati, N. A., Nay, G. K., Aparato, M., & Dwiarta, I. M. B. (2025). Peran Media Sosial sebagai Strategi Digital Marketing dalam Mengubah Perilaku Konsumen. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital*, 2(2), 17–30.
- Lestari, A. I., & Purwono, J. (2024). Media Sosial Sebagai Pemasaran Digital UMKM. *FEM IPB University*. <https://fem.ipb.ac.id/index.php/2024/02/12/media-sosial-sebagai-pemasaran-digital-umkm>
- Nur Itihadah, & Abubakar. (2020). *Pengaruh Media Sosial terhadap Penyebaran Informasi dan Promosi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nur Itihadah, Abubakar, L. N. (2020). Media Sosial Sebagai Promosi Produk (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Akun Instagram @Indihome.Cianjur Sebagai Media Promosi Indihome). *Social Media As Product Promotion (Qualitative Descriptive Study Of The Use Of Instagram Accounts @Indihome.Cianj.* 8(6), 3497–3504.
- Putri, A. N., & Santoso, D. (2023). *Pengaruh penggunaan media sosial terhadap efektivitas pemasaran digital UMKM*. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, 7(1), 55–66. <https://doi.org/10.36787/jtbd.v7i1.87654>
- Sihura, H. K. (2025). Peran Media Sosial dalam Strategi Pemasaran UMKM di Era Digital. *Jurnal Education and Development*. <https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/6897>

- Suryaningsih, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik. *Edusaintek : Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.47668/Edusaintek.V7i1.45>.
- Suryaningsih, E. (2020). *Penggunaan Media Sosial dalam Komunikasi Digital*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suyasa, I. M., & Darmurtika, L. A. (2023). Metamorfosis Gastronomi Dalam Karya Sastra Kuliner. *Jurnal Ilmiah Telaah*, 8(2), 18. <https://doi.org/10.31764/telaah.v8i2.17196>.