

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL USAHA IKAN BANDENG
UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DESA TAMBAK
SUMUR
UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG**

Robby Fauji ¹, Dexi Triadinda ², Dwi Epty ³

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG**

robby.fauji@ubpkarawang.ac.id

dexidinda@ubpkarawang.ac.id

dwi.epty@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Ikan Bandeng merupakan salah satu makanan yang terkenal di Desa Tambaksumur, ikan bandeng diperjual belikan oleh masyarakat Tambak sumur untuk mendapatkan pendapatan perekonomian masyarakat. Pemilik usaha perikanan di Desa Tambak sumur kurang lebih 10 orang, buruh usaha perikanan 800 orang, dan nelayan 150 orang. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti telah memilih 10 orang pelaku usaha ikan bandeng Desa Tambak Sumur dan dua informan ahli yakni Kepala Desa Margamulya dan Ketua BUMDesa Tambak Sumur. Tujuan dari penelitian ini untuk mengembangkan usaha ikan bandeng desa Tambak Sumur melalui strategi pemasaran digital.

Rancangan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis data model interaktif yang digunakan oleh *Miles* dan *Huberman*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari berbagai sumber penelitian terdahulu. cara pengumpulan data dan informasi dilakukan dengan cara tanya jawab terhadap individu yang erat kaitannya dengan permasalahan penelitian, guna memperoleh informasi dan keterangan mengenai masalah yang diteliti,

Kata kunci : Ikan Bandeng, Perekonomian, Pemasaran Digital.

BAB I PENDAHULUAN

Tambaksumur adalah salah satu desa di Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Tambaksumur memang hanyalah sebuah desa kecil, namun karena keberadaannya yang didukung dengan letak geografis yang sangat strategis, memungkinkan Tambaksumur menjadi sebuah desa yang memiliki peran yang cukup penting dalam skala local. Potensi ini sudah sepatutnya menuntut kesadaran kita agar lebih cerdas dalam menentukan arah kebijakan dalam melakukan penataan, percepatan, pengelolaan serta pengendalian di berbagai bidang pembangunan. Potensi adalah kekayaan sekaligus tantangan yang membutuhkan sikap mental, cara pandang, paradigma, dan pengetahuan, agar segala hal yang kita miliki dapat memberikan manfaat yang seluas-luasnya bagi kepentingan rakyat.

Perkembangan ekonomi masyarakat Tambaksumur bergantung kepada sumber pertanian. Karena Tambaksumur memiliki luas tanah persawahan sebesar 620.000 Ha dan memiliki 3.080 Kepala keluarga yang bermata-pencarian pada pertanian. Produk domestik yang menjadi sumber mata pencarian oleh penduduk setempat adalah jenis tanaman Padi. Hasil Produksi mencapai 5 Ton/Ha.

Mata pencaharian warga masyarakat Desa Tambaksumur menurut sektor, dapat teridentifikasi kedalam beberapa bidang mata pencaharian, seperti pertanian, peternakan, perikanan, industri kecil, industri menengah dan industri jasa.

Tabel 1.1 Mata Pencaharian Desa Tambaksumur

MATA PENCAHARIAN	JUMLAH
PERTANIAN	
1. PETANI	257 orang
2. BURUH TANI	877 orang
3. PEMILIK USAHA	610 orang
PETERNAKAN	20 orang
PERIKANAN	
1. NELAYAN	150 orang
2. BURUH PERIKANAN	800 orang
3. PEMILIK USAHA	10 orang
INDUSTRI KEcil	30 orang

Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-1
Karawang, 25 Februari 2021

INDUSTRI MENENGAH	1380 orang
INDUSTRI JASA	200 orang

Sumber : Profil Desa Tambak Sumur (Prosdekel) 2020

Berdasarkan table 1.1 diatas, penduduk desa Tambak sumur bekerja diberbagai bidang dan yang paling mendominasi adalah sebagai buruh tani dan buruh perikanan karena letak geografis desa Tambak sumur yang banyak pesawahan dan dekat dengan laut yang mengakibatkan pendudukannya berkerja di bidang pertanian dan perikanan.

Selain pertanian yang menjadi mata pencaharian utama masyarakat desa Tambak sumur, terdapat juga berbagai macam usaha yang dilakukan oleh masyarakat desa Tambaks umur yang memiliki potensi untuk dikembangkan, salah satunya yaitu usaha ikan bandeng. Dalam pengembangan bisnis ikan bandeng di desa Tambak sumur tentunya pelaku usaha harus mengetahui strategi pemasaran apa yang harus dilakukan untuk memasarkan ikan bandeng tersebut. Strategi pemasaran sebenarnya tidak hanya untuk perusahaan besar, perusahaan kecil juga harus memilikinya, contohnya seperti strategi pemasaran digital. Pemasaran digital adalah solusi bagi pemasaran produk yang berkembang dengan sangat pesat dan murah untuk menjangkau pelanggan secara maksimum tanpa batas apapun. Melalui penyesuaian digital marketing pengelola dapat menyampaikan pesan mereka hanya kepada pelanggan yang berpotensi dan banyak pelanggan baru dapat tertarik dengan menggunakan teknik yang berbeda. Definisi *Digital Marketing* menurut *American Marketing Association (AMA)* adalah aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumendan pihak yang berkepentingan lainnya.

BAB II

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam sebuah penelitian diperlukan suatu metode untuk memudahkan penulis untuk memecahkan masalah penelitian.” Sugiyono (2012 : 2) menyatakan bahwa “metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan”. Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian sangat penting dalam sebuah penelitian karena mencakup tata cara dalam pelaksanaan penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Sugiyono (2012:11) menyatakan, penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain. Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui dan mengkaji mengenai strategi pemasaran digital ikan bandeng dalam meningkatkan perekonomian Desa Tambak Sumur.

Penulisan artikel menggunakan metode deskriptif library research yaitu mencari, mempelajari dan mengumpulkan teori serta bahan-bahan yang mendukung bagi penulis dengan mempelajari informasi dari beberapa literatur yang berkaitan dengan strategi pemasaran digital ikan bandeng dalam meningkatkan perekonomian Desa Tambak Sumur.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 2 (dua) bulan, 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk artikel penelitian.

2. Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian di Desa Tambak Sumur Kecamatan Tirta Jaya Kabupaten Karawang Barat.

C. Target dan Subjek Penelitian

Penelitian yang sah apabila ada subyek yang terlibat didalam penelitian. Sebenarnya tidak ada kriteria yang pasti mengenai subyek penelitian atau informan dalam membahas sebuah fenomena. Akan tetapi, **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomenologi** menjelaskan beberapa kriteria informan dalam penelitian kualitatif :

1. **Informan harus memahami langsung situasi atau kejadian yang berkaitan dengan topik penelitian. Tujuannya untuk mendapatkan deskripsi dari sudut pandang orang pertama. Ini salah satu kriteria utama yang harus ada dalam metodologi fenomenologi. Walaupun secara demografis informan cocok. Namun bila ia tidak mengalami secara langsung ia tidak bisa dijadikan informan.**
2. **Informan bisa dan mampu menggambarkan kembali kejadian atau fenomena yang telah dialaminya. Terutama dalam sifat alamiah dan maknanya. Dengan begitu diharapkan hasil yang diperoleh data yang alamiah dan refleksi menggambarkan keadaan yang sebenarnya.**
3. **Bersedia untuk terlibat dalam kegiatan penelitian yang mungkin membutuhkan waktu yang relatif lama.**

4. **Bersedia untuk diwawancarai dan direkam aktifitasnya selama wawancara dan penelitian berlangsung.**
5. **Memberikan persetujuan untuk mempublikasikan hasil penelitian.**
(2013 : 61)

Informan merupakan elemen penting dalam penelitian kualitatif oleh karena itu, informan harus merupakan orang yang mengalami secara langsung situasi atau kejadian yang berkaitan dengan topik penelitian. **Creswell** meyarankan jumlah informan yang memadai untuk sebuah penelitian fenomenologi yang dikutip dari buku **Fenomenologi** karya **Kuswarno**, yaitu :

Peneliti bertugas untuk mengumpulkan data dari orang yang mengalaminya secara langsung, biasanya melalui wawancara dalam jangka waktu yang lama, dengan informan yang berjumlah sekitar 5-25 orang. (2013: 57)

Dalam penelitian ini, peneliti telah memilih sepuluh orang pemilik usaha ikan bandeng di desa Tambak Sumur sebagai informan dan dua informan ahli yakni Kepala Desa Tambak Sumur dan Ketua BUMDesa Tambak Sumur. Dikarenakan peneliti melakukan penelitian di desa Tambak Sumur, dan peneliti ingin meneliti perekonomian penduduk disana. Selain itu para informan ini dianggap telah memenuhi informasi yang dibutuhkan dalam penelitian fenomenologi.

Pengambilan informan ini dilakukan secara sengaja sesuai dengan persyaratan atau kriteria tertentu yang diperlukan. Berdasarkan pra riset sebelumnya yang berbentuk wawancara kecil dan observasi dimana subyek penelitian yang akan diwawancara adalah penduduk Desa Tambak Sumur yang memiliki pekerjaan buruh perikanan sebagai sumber. Sehingga diharapkan penelitian ini memperoleh data yang akurat.

D. Prosedur penelitian

Penelitian atau riset adalah aktivitas ilmiah yang sistematis, terarah dan bertujuan. Prosedur atau langkah yang ditempuh dalam penelitian ini, secara garis besar dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang mengacu pada pendapat Moleong (2007:126) menjelaskan bahwa “Tahapan penelitian kualitatif menyajikan 3 tahapan yaitu Tahap pralapangan, Tahap pekerjaan lapangan, dan tahapan analisis data”.

1. Tahap Pra-lapangan

Tahap Pra-lapangan merupakan kegiatan yang dilakukan peneliti sebelum pengumpulan data. Tahapan ini diawali dengan penjajakan lapangan untuk menentukan permasalahan atau fokus penelitian. Tahapan ini secara rinci meliputi: menyusun rancangan lapangan, memilih lapangan penelitian, mengurus perizinan, menajajaki dan menilai lapangan, memilih dan memanfaatkan informasi, menyiapkan perlengkapan penelitian, persoalan etika penelitian.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Tahap pekerjaan lapangan merupakan kegiatan peneliti yang dilakukan ditempat penelitian. Pada tahapan pelaksanaan ini, peneliti mengumpulkan data sesuai dengan fokus masalah dan tujuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Tahap Analisa Data

3. Pada tahap ini dibahas prinsip pokok dalam analisis data, prinsip tersebut meliputi dasar, menemukan tema dan merumuskan permasalahan.

E. Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standard data yang diterapkan.

Teknik pengumpulan data sebagai salah satu bagian dari penelitian merupakan salah satu hal yang sangat penting. Hal tersebut dilakukan secara sadar dan terarah, karena berbagai informasi yang tersedia tidak seluruhnya digali oleh peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain:

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian ini menggunakan sumber-sumber tertulis berupa buku ilmiah untuk memperoleh informasi mengenai objek penelitian. Sebagai alat sekunder dan sebagai penunjang penelitian. Diantaranya studi literatur mendapatkan kerangka pemikiran teoritis dan untuk mendapatkan kerangka konseptual, memperkaya latar belakang penelitian melalui teknik pengumpulan data yang menggunakan buku atau referensi dengan melengkapi atau mencari data-data yang dibutuhkan literature, referensi, buku, situs/internet dan juga lainnya. Sehingga peneliti memperoleh data-data yang tertulis melalui telaah bacaan yang ada kaitannya dengan masalah penelitian.

2. Studi Lapangan

Studi lapangan merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang tidak memerlukan pengetahuan mendalam akan literatur yang digunakan dan kemampuan tertentu dari pihak peneliti. Studi lapangan digunakan untuk memutuskan kearah mana penelitiannya berdasarkan konteks. Studi lapangan biasa diadakan diluar ruangan, baik yang berupa keadaan fisik maupun yang terjadi selama berlangsungnya penelitian ini. Studi lapangan dapat dikatakan sebagai pengamatan secara sistematis terhadap fenomena yang diaamati.

3. Observasi Lapangan (*Field Observation*)

Observasi lapangan atau pengamatan lapangan adalah kegiatan yang setiap saat dilakukan dengan kelengkapan panca indera yang dimiliki dengan pengamatan langsung lapangan. Observasi difokuskan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena penelitian.

Observasi lapangan merupakan teknik penelitian pengumpulan data peneliti mengadakan pengamatan secara langsung terhadap gejala-gejala subjek yang diselidiki, baik pengamatan itu dilakukan dalam keadaan sebenarnya, maupun dalam situasi buatan yang khusus diadakan. Fenomena ini mencakup interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subjek yang diteliti didalam kegiatan observasi lapangan ini. Observasi dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung kepada penduduk Desa Margamulya.

Menurut **Rakhmat** yang dikutip dalam buku **Metodologi Penelitian Komunikasi** mendefinisikan observasi sebagai:

Untuk tujuan empiris, sebuah observasi mempunyai bermacam-macam fungsi penelitian, yakni deskripsi, melahirkan teori dan hipotesis atau menguji teori dan hepotesis. (2009: 84)

4. Wawancara Mendalam (*Dept Interview*)

Wawancara digunakan untuk mengingat peneliti mengenai aspek-aspek yang harus digali, serta apa yang sudah atau belum ditanyakan. Adanya pedoman wawancara juga akan memudahkan peneliti membuat kategorisasi dalam melakukan analisis data.

Menurut **Maleong** dalam buku **Metode Penelitian Kualitatif**, wawancara adalah: **Percakapan dengan maksud tertulis.Percakapan itu dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan terwawancara (*inter*) yang memberikan jawaban dari pertanyaan itu. (2011:187)**

Wawancara mendalam ialah temu muka berulang antara peneliti dan subjek penelitian, dalam rangka memahami pandangan subjek penelitian mengenai hidupnya, pengalamannya, ataupun situasi sosial yang ada disekelilingnya.

Wawancara mendalam dilakukan secara bebas, luwes, terbuka, tidak terstruktur, dan tidak baku. Intinya ialah pertemuan berulang kali secara langsung antara peneliti dan subjek penelitian namun terkontrol sehingga data yang diperoleh adalah data yang luas, akurat, dan mendalam. Tujuannya adalah untuk memahami pandangan subjek penelitian

tentang kehidupan, pengalaman, atau situasi subjek penelitian, sebagaimana diungkapkan dalam bahasanya sendiri.

Dalam konteks penelitian ini, cara pengumpulan data dan informasi dilakukan dengan cara tanya jawab terhadap individu yang erat kaitannya dengan permasalahan penelitian, guna memperoleh informasi dan keterangan mengenai masalah yang diteliti.

F. Teknik Analisis Data

Rancangan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis data model interaktif yang digunakan oleh *Miles* dan *Huberman*. Rancangan analisis data model interaktif menurut *Miles* dan *Huberman* terdiri atas tiga tahapan. Tahapan pertama adalah reduksi data, tahapan kedua adalah display data dan tahapan ketiga adalah kesimpulan atau verifikasi.

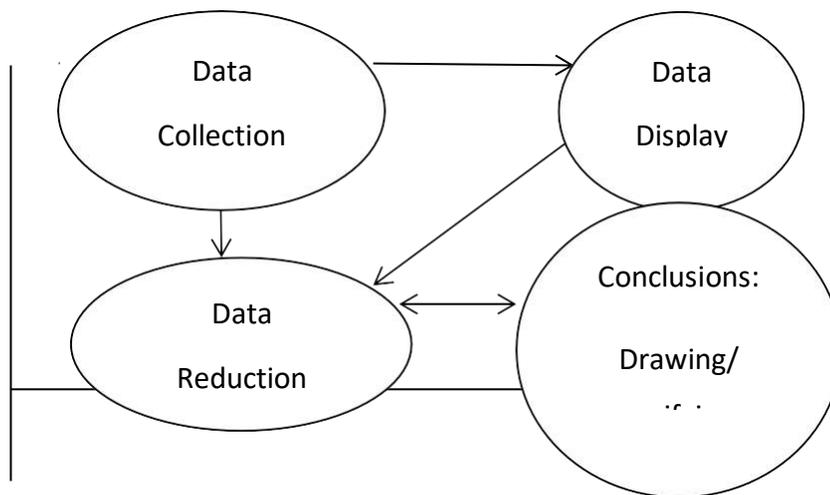
Sugiyono menjelaskan tentang analisis data model interaksi dalam bukunya **Memahami Penelitian Kualitatif**, berdasarkan pemahaman tentang analisis data model interaksi **Miles** dan **Huberman** sebagai berikut:

- a. **Reduksi merupakan sebagai analisis, reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun, data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan. Reduksi data terjadi secara berkelanjutan hingga laporan akhir.**
- b. **Data display merupakan suatu kesimpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan.**
- c. **Kesimpulan/verifikasi dari permulaan pengumpulan data, penelitian kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi-proposisi. (2014 : 91-99)**

Dapat disimpulkan, bahwa reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Sementara upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama dilapangan.

Dari permulaan pengupulan data, peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan ini ditangani secara longgar, tetap terbuka, tetapi kesimpulan sudah disediakan. Mula-mula belum jelas, namun kemudian meningkatkan menjadi lebih rinci. Berikut gambar tahapan-tahapan beserta alur teknik analisisnya :

Gambar 3.2. Komponen Analisis Data Menurut Miles & Huberman



Sumber : Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (2014 : 14)

Proses pengumpulan data dilakukan sebelum penelitian, pada saat dan bahkan diakhir penelitian dilakukan, idealnya, proses pengumpulan data sudah dilakukan ketika masih berupa konsep. Proses pengumpulan data penelitian kualitatif tidak memiliki

segmen atau waktu sendiri, melainkan sepanjang penelitian yang dilakukan proses pengumpulan data dapat dilakukan.

Untuk mempermudah dalam penelitian, peneliti sebaiknya meringkas data agar mudah dipahami dan membuang data yang tidak diperlukan. Hal ini sangat membantu peneliti menyelesaikan penelitian dengan tidak membahas hal yang tidak perlu dimasukkan ke dalam struktur penelitian.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, dalam proses kegiatan usaha ikan bandeng di desa tambak sumur belum menerapkan strategi pemasaran secara komprehensif terutama dalam pemasaran digital. Pada era digitalisasi dan globalisasi saat ini, setiap usaha atau bisnis sangat membutuhkan pemasaran untuk menjangkau berbagai segmen konsumen mulai skala local sampai internasional. Pemasaran digital belum dijalankan oleh usaha ikan bandeng di desa Tambak sumur, sehingga penjualannya masih belum optimal dan berdampak pada perekonomian desa. Usaha ikan bandeng belum memiliki strategi pemasaran digital media sosial seperti facebook dan Instagram. Dengan jarang nya aktif dalam Penggunaan media sosial tersebut bisa saja mengakibatkan penurunan konsumen sebab masyarakat yang ingin menanyakan tentang produk di usaha ikan bandeng Tambak sumur tidak dapat dijangkau dan direspon dengan cepat.

Pelaku usaha perlu mencari segmentasi secara berkelanjutan melalui pemasaran digital, karena masih minimnya masyarakat yang mengetahui produk ikan bandeng yang dijual di desa Tambak sumur. Untuk mengatasi permasalahannya harus lebih aktif lagi serta mengontrol kegiatan di *tools digital marketing* agar konsumen yang ingin menanyakan atau membeli produk di respon dengan cepat dan setiap harinya harus melakukan pencarian segmentasi yang berpotensi yang berada di *tools digital marketing* berupa media sosial facebook dan Instagram. Ada beberapa solusi yang bisa digunakan pelaku usaha ikan bandeng di desa Tambak Sumur, Antara lain :

1. Membuat poster melalui beberapa *tools* dan aplikasi *digital marketing* salah satu contohnya bisa melalui aplikasi canva.
2. Membuat *tools digital marketing* berupa media sosial seperti facebook dan Instagram.
3. Mencari segmentasi didalam tool digital marketing yang sudah dibuat berupa facebook dan Instagram. segmentasi yang dituju ialah grup potensial seperti banyaknya masyarakat yang berada digrup tersebut.
4. Membuat konten melalui *tools* aplikasi canva yang didalamnya berisi branding usaha ikan bandeng , *feedback*, sampai dengan tatacara membeli produk. Konten tersebut mengenai informasi produk yang dijual oleh branding usaha ikan bandeng di desa Tambak sumur yang akan di Promosikan
5. Promosi dengan menyebar pesan siaran singkat melalui WhatsApp.

BAB IV

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan dari permasalahan permasalahan yang terdapat di desa Tambaksumur. Tambaksumur memiliki beberapa usaha perikanan untuk meningkatkan perekonomian dan pendapatan masyarakat. Usaha ikan bandeng diproduksi langsung oleh warga sekitar, akan tetapi terdapat banyak kendala dari usaha tersebut dimulai dari lokasi yang kurang strategis, dan kurangnya pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Penerapan pemasaran digital bertujuan untuk mengembangkan usaha ikan bandeng di desa Tambaksumur yang nantinya akan berdampak meningkatnya perekonomian desa Tambaksumur, dengan cara memaksimalkan dimensi-dimensi dalam pemasaran digital. Adapun dimensi dari pemasaran digital, menurut Ryan (2018 ; 31) yaitu :

1. Website
2. Optimasi Mesin Pencari (SEO)
3. Periklanan Berbasis klik pencarian (PPC Advertising)
4. Pemasaran Afiliasi dan keitraan strategis
5. Hubungan Masyarakat Online (Online PR)
6. Social Network
7. E-mail Marketing
8. Manajemen Hubungan Konsumen (Customer Relationship Manajemen)

DAFTAR PUSTAKA

- Moleong, Lexy J. 2011. Metode Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya.
Bandung.
- Muljono, Ryan Kristo. 2018. Digital Marketing Concept. Grameida Pustaka Utama.
Jakarta
- Rakhmat, Jalaludin. 2009. Metode Penelitian Komunikasi. PT. Remaja Rosdakarya.
Bandung.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, CV. Alfabeta,
Bandung.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R
& D, CV. Alfabeta, Bandung.

<http://www.prosdekel.binapemdes.kemendagri.g.id/mpublik/>