

PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMPUBLIKASIKAN PANTAI TANJUNG PAKIS

Nita Komala Dewi¹, Hani Astuti², Sumartono³

^{1,2}Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

³Universitas Esa Unggul

Jl. Harsono RM No.67 Ragunan Pasar Minggu, Jakarta Selatan, 12140

nita.komala@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstract

Instagram social media has become one of the platforms for interacting and broadcasting about one's daily activities, but not infrequently Instagram social media can be used as a means of promotion with persuasive content and caption. The method used in this activity is mentoring and peer teaching in the hope that the material delivered by the service team can be well received and the purpose of this activity is to provide additional knowledge and insights to participants regarding the use of social media Instagram in publicizing the tourist attraction of Tanjung Fern Beach. one tourist destination which is located not far from where all participants live and can utilize it wisely and wisely. The participants of the training were 25 youth from the village of Karang Pakis Jaya and the results of this training were 25 Instagram accounts that were used as a media to promote Tanjung Pakis beach.

Keyword : social media, Tourist destination, promotion

Abstrak

Media sosial Instagram menjadi salah satu wadah dalam berinteraksi dan broadcast mengenai kegiatan harian seseorang, akan tetapi tidak jarang media sosial Instagram dapat digunakan sebagai sarana promosi dengan adanya konten dan caption yang bersifat persuasif. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yakni mentoring dan peer teaching dengan harapan materi yang disampaikan oleh tim pengabdian dapat diterima dengan baik dan tujuan dari kegiatan ini yaitu dapat memberikan tambahan ilmu dan wawasan kepada peserta mengenai pemanfaatan media sosial Instagram dalam mempublikasikan objek wisata pantai tanjung pakis salah satu destinasi wisata yang letaknya tidak jauh dari tempat tinggal semua peserta dan dapat memanfaatkan dengan baik dan bijak. Peserta pelatihan adalah remaja karang taruna desa pakis jaya sebanyak 25 orang dan hasil dari pelatihan ini ada 25 akun Instagram yang digunakan sebagai media promosi pantai tanjung pakis.

Kata kunci : media sosial, tujuan wisata, promosi

Pendahuluan

Perkembangan teknologi media komunikasi yang cepat memberikan banyak manfaat bagi aspek kehidupan masyarakat. Salah satunya hasil dari perkembangan teknologi yakni internet. Internet memiliki manfaat yang sangat banyak dalam bidang komunikasi, seperti memberikan kemudahan bagi seseorang untuk berkomunikasi/bertukar informasi dengan orang lain tanpa adanya batas ruang dan waktu.

Sistem informasi yang diberikan oleh internet dengan cara *on-line* yakni dapat diakses oleh penggunaannya dimana pun dan kapan pun mereka berada. Internet memiliki beberapa aplikasi pada bidang komunikasi, salah satunya aplikasi sosial media Instagram.

Dengan adanya sosial media yang merupakan wadah sosialisasi yang membantu untuk berinteraksi secara *on-line*, sedangkan Instagram sebagai wadah dari pertukaran informasi. Berbagai macam informasi dibagikan oleh para pengguna Instagram, seperti informasi tentang kehidupan

sosial seseorang, jual beli barang/jasa, informasi politik, informasi pariwisata dan lain - lain.

Berdasarkan survei dan observasi awal bahwa banyak akun pariwisata yang berisikan foto – foto mengenai keindahan alam sekitar, seperti pegunungan, pantai, museum, dan sebagainya. Akan tetapi Pantai Tanjung Pakis merupakan salah satu keindahan alam yang belum banyak diketahui oleh masyarakat luas serta jarang pula orang mengekspos/publis pantai tersebut dalam akun sosial media.

Pantai tanjung pakis merupakan salah satu destinasi wisata andalan Kabupaten Karawang, dimana letak tepat berada di Desa Pakis Jaya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat yang membentang sepanjang tujuh kilometer. Pantai ini bersebelahan dengan Kabupaten Bekasi di pedalaman Karawang.

Potensi wisata bahari yang ditawarkan sangat menjanjikan dengan pemandangan laut yang indah dan hamparan pasir yang luas dan bersih, sehingga bermunculan *homestay* yang dibuat oleh warga sekitar sebagai sarana penginapan bagi

pengunjung yang ingin bermalam untuk menikmati suasana pantai di malam hari.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, Pantai Tanjung Pakis memiliki ciri khas tersendiri yang membedakan dengan pantai lainnya. Sebagai pantai yang memiliki pemandangan yang indah dan udara yang masih segar, semestinya destinasi ini memiliki daya tarik sebagai salah satu tempat wisata yang wajib dikunjungi oleh para wisatawan baik domestik maupun non domestik.

Mengapa promosi atau mempublis objek wisata Pantai Tanjung Pakis ini sangat penting? Salah satunya dikarenakan pemerintah kota dan masyarakat setempat masih kurang peka melihat potensi wisata pantai Tanjung Pakis yang dapat memberikan pemasukan dana untuk pengembangan Kabupaten Karawang.

Seperti halnya, dalam pengelolaan pemasukan dan pengeluaran dana untuk memperbaiki sarana dan prasarana di area Pantai Tanjung Pakis yang masih dikola secara perorangan serta kurangnya perbaikan jalan menuju pantai Tanjung Pakis yang masih rusak dimana untuk menuju lokasi memiliki jarak tempuh cukup jauh dikarenakan letaknya jauh dari pusat kota, sehingga membuat wisatawan yang akan berkunjung enggan untuk datang.

Akan tetapi untuk saat ini Pantai Tanjung Pakis sudah mulai dikenal oleh masyarakat luas karena hampir selalu disebutkan di media elektronik maupun cetak dalam pemberitaan kecelakaan yang menimpa pesawat Lion Air PK-LQP dengan nomor penerbangan JT 160.

Untuk mempublis objek pariwisata harus memiliki foto/gambar yang memiliki nilai seni yang bagus. Akan tetapi, pada akun Instagram yang dihasilkan oleh masyarakat sekitar mengenai keindahan pantai Tanjung Pakis tidak memiliki nilai seni, karena pengambilan gambar yang asal saja. Ini disebabkan kurang pemahannya mengenai teknik pengambilan gambar atau foto agar hasilnya bagus dan memiliki nilai seni yang belum diketahui oleh masyarakat sekitar, walau pengambilannya hanya menggunakan kamera pada smartphone saja tidak menggunakan kamera mahal.

Dengan banyaknya pengguna Instagram, maka bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan destinasi pantai Tanjung Pakis. Dengan berbagai fitur yang menarik bidang digunakan untuk membuat konten – konten yang menarik. Pemanfaatan yang benar akan membuat objek wisata pantai Tanjung Pakis semakin dikenal khalayak ramai.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki tujuan utama yakni menjalin kemitraan antara Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Ubhara Jaya dengan Karang Taruna

Desa Pakis Jaya. Dalam hal ini media sosial merupakan magnet dalam mencari referensi bagi seseorang untuk berwisata, sehingga pemanfaatan yang benar dalam menggunakan media sosial membawa banyak keuntungan apabila dikelola dengan baik, sayangnya belum remaja Karang Taruna Desa Pakis Jaya belum memahami akan hal tersebut. Untuk itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan melatih remaja Karang Taruna Desa Pakis Jaya untuk memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana untuk mempromosikan objek wisata pantai Tanjung Pakis.

Metode

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat menggunakan metode pemberdayaan masyarakat yang ditempuh melalui pelatihan dan pendampingan. Pemberdayaan masyarakat disini merupakan memberikan pelatihan kepada remaja Karang Taruna Desa Pakis Jaya dan pelatihan pembuatan dan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi objek wisata pantai Tanjung Pakis; melakukan perencanaan dengan mengecek kebutuhan alat dan sarana prasarana pendukung; serta adanya pendampingan yang diberikan oleh tim pengabdian saat melaksanakan sesi praktek pembuatan konten untuk media sosial Instagram.

Metode pelatihan yang digunakan yakni mentoring dan tutor (monitoring). Mentoring berasal dari kata mentor (dalam bahasa Inggris) yang artinya penasihat. Sehingga perkataan mentor yang digunakan hingga kini dalam konteks pendidikan, bimbingan, pembinaan, dan latihan merupakan seorang yang memiliki sifat penuh kebijakan, pandai mengajar, mendidik, membimbing, membina, melatih, dan menangani orang lain (vanaya.co.id 2017). Oleh karena itu, pelatihan ini melibatkan 3 orang mentor sebagai mentoring dalam pelatihan.

Untuk metode yang kedua dalam kegiatan ini menggunakan metode peer teaching atau tutor sebaya dikarenakan dalam pelatihan ini Tim Pengabdian membagi peserta menjadi beberapa kelompok kecil agar memudahkan dalam pendampingan saat praktik langsung. Metode kedua ini dilakukan dimana tutor sebaya merupakan memanfaatkan dari salah satu anggota kelompok yang memahami materi yang disampaikan, jadi dari kelompok kecil yang terdiri dari 5 orang memiliki salah satu tutor sebaya yang menguasai materi.

Hasil dan Pembahasan

Dalam kegiatan ini memiliki pemanfaatan dalam menggunakan media sosial Instagram untuk mempublikasikan objek wisata pantai Tanjung Pakis, sehingga mampu mendongkrak citra Kabupaten Karawang khususnya pada bidang pariwisata.

Dalam pelatihan ini menghasilkan 3 hal yang krusial yang menjadi fokus utama dalam pelatihan yakni :

1. Semua peserta mampu membuat konten promosi pada media sosial Instagram
Sebelum melakukan pelatihan, tim pengabdian memberikan beberapa materi mengenai Media sosial, konten promosi yang tepat. Pengertian media sosial adalah salah satu dampak yang muncul akibat semakin berkembangnya dunia baru saat ini. Media sosial merupakan media internet yang memungkinkan pengguna dapat mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan dunia lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2016). Konten adalah dimensi diferensiasi yang menunjukkan pada apa value yang anda tawarkan kepada pelanggan. Content adalah apa yang harus disampaikan, bisa saja melalui: teks, gambar, suara, video, kata-kata yang diucapkan, matematika, bahasa simbol, kode Morse, musik, bahasa tubuh, dan sebagainya (Gahran, 2005). Menurut (Triastuti, 2016) dalam memilih konten video yang baik ada beberapa pilihan dalam memilih konten video :
 - a. Jenis Konten Video yang tepat
Jenis konten video ini ada beberapa pemilihan dalam pembuatan videonya, seperti video yang mempromosikan dengan monolog, wawancara, tutorial dan bisa juga dengan video lucu.
 - b. Video monolog yaitu dimana video promosi wisata disajikan langsung hanya untuk memperkenalkan tempat wisata atau produknya. Bagi wawancara ialah video promosi dengan testimony pengunjung/konsumen yang telah mencoba berkunjung ke tempat wisata. Tutorial ini adalah video promosi dengan cara-cara menggunakan sebuah produk yang biasanya dipakai oleh perusahaan kosmetik dan terakhir ialah video lucu dengan kesan lucu iklan promosi yang ditampilkan akan lebih menghibur dan tidak mudah bosan.
 - c. Buat Sekenario Video
Sekenario video ini hal yang paling penting dimana video ini terstruktur dalam memperkenalkan/mempromosikan video promosi.
 - d. Latihan
Perlulah dalam mempromosikan produk seorang seller berlatih terlebih dahulu, akan tetapi boleh jadi tidak terpaku pada naskah yang menjadikan spontanitas dan natural.

e. Mulai Perekaman Video

Setelah semua telah disiapkan maka perekaman video promosi dapat dilaksanakan.

f. Sebarkan Video

Kemudian video promosi ini ketika telah melalui tahap editing dapat disebarluaskan melalui media-media yang menunjang untuk memperkenalkan produk/jasa.

Peserta yang terdiri dari remaja karang taruna desa pakis jaya dengan rata – rata usia 14 sampai dengan 20 tahun sudah memiliki akun Instagram masing – masing. Akun yang dimiliki tersebut hanya digunakan sebagai media sosial saja belum pernah digunakan sebagai sarana promosi.

Dimana isi konten dari akun Instagram tentang informasi diri sendiri seperti kegiatan sehari – hari atau berinteraksi, *broadcast* berita yang mereka dapat, dan aktivitas lain. Semua peserta belum memahami cara membuat konten yang bersifat promosi khususnya mengenai promosi pariwisata.

Beberapa strategi dalam menggunakan instagram, yaitu:

a. Perhatikan Kualitas Foto atau Video

Foto yang ditampilkan dalam instagram haruslah berkualitas tinggi untuk dapat melihat gambar dengan jelas dan terlihat lebih menarik.

b. Lakukan Update Rutin

Supaya pengikut banyak unduhlah foto dan video untuk lebih dikenal dan diketahui oleh orang-orang.

c. Gunakan Hashtag

Gunakan hashtag setiap kali mengunggah foto. Hashtag membantu meningkatkan jumlah pengunjung dan followers. Pilih hashtag yang relevan dan banyak dicari pengunjung. Bisa melakukan riset untuk menentukan hashtag yang paling sesuai.

d. Sediakan Contact Number

Penting untuk menyediakan nomor-nomor penting di bio IG. Ini untuk memastikan bahwa pengunjung yang tertarik bisa langsung menghubungi.

e. Jangan Melakukan Spamming ke Akun Lain
Dari Spamming dilakukan dengan memberikan komentar tidak relevan atau promosi di akun lain yang banyak follower-nya. Ini dilakukan dengan tujuan menaikkan jumlah pengunjung

f. Pasang di Akun yang Pengikutnya Banyak

Daripada melakukan spam, bisa kerjasama dengan pemilik akun Instagram yang followers sudah banyak. Tidak harus dengan membayar. Dalam beberapa kesempatan, mereka bisa saling berbagi promosi.

Sebenarnya ada banyak cara untuk kerjasama. Tidak selalu harus mengeluarkan dana dalam jumlah besar.

Hasil pelatihan ini menunjukkan 90% atau sekitar 22 orang dari 25 orang peserta memahami cara membuat konten yang positif dan bersifat promosi, hal ini terbukti dengan pengoperasian media sosial Instagram sebagai sarana promosi.

2. Semua peserta mampu mengoperasikan media sosial Instagram sebagai sarana publikasi

Dikarenakan sebelumnya semua peserta belum memahami cara mengoperasikan media sosial khususnya Instagram menjadi sarana promosi, karena selama ini mereka hanya menggunakan sebagai media interaksi sosial dan broadcast pribadi saja.

Dengan adanya pelatihan ini peserta dilatih untuk membuat konten positif pada pelatihan pertama, kemudian setelah itu tim pengabdian melakukan pelatihan kedua dengan memberikan materi terlebih dahulu mengenai pengertian publikasi.

Menurut Lesly (Heryanto & Rumar, 2015), publisitas adalah penyebaran pesan yang direncanakan dan dilakukan untuk mencapai tujuan lewat media tertentu untuk kepentingan tertentu dari organisasi dan perorangan tanpa pembayaran tertentu pada media. Ada juga yang menyebutkan publisitas itu sekadar pemberian saran yang mengarahkan para wartawan untuk memasukkan nama perusahaan atau produk ke dalam berita di koran, majalah, acara televisi dengan memberikan ide berita, orang yang diwawancarai, informasi latar, dan bahan-bahan lain.

Tujuan utama dari publisitas adalah meningkatkan popularitas lembaga atau kandidat. Hal ini penting mengingat sebuah lembaga atau kandidat yang memiliki popularitas bagus di khalayak akan memudahkan dalam pencapaian tujuan-tujuan politiknya. Secara lebih rinci, tujuan publisitas politik itu adalah sebagai berikut (Heryanto & Rumar, 2015):

1. Memperoleh perhatian. Publisitas memang konsep dasarnya adalah bagaimana menarik perhatian khalayak pada isu atau kejadian yang kita buat secara terencana dan akan lebih baik jika media massa mengulasnya secara terus menerus.
2. Memperoleh penghargaan. Publisitas diperlukan untuk mengangkat pamor lembaga atau kandidat. Dengan terencana dan sistematis, lembaga atau kandidat diposisikan menjadi “penting” dalam benak dan agenda khalayak.
3. Good will (niat baik). Adanya kehendak dari pihak lain untuk melakukan pembicaraan-

pembicaraan yang mengarah pada upaya kerja sama.

4. Adanya pengakuan eksistensi secara meluas dari khalayak sehingga bagi kandidat dapat menaikkan elektabilitas, sementara bagi partai politik mendapatkan pengaruh politik.

Kemudian meminta para peserta untuk membuat captions yang berisikan promosi/publikasi berkaitan dengan objek wisata pantai tanjung pakis dengan menggunakan kalimat yang persuasif dengan memperhatikan ejaan dan penggunaan huruf capital yang benar. Penggunaan bahasa slang jangan terlalu banyak digunakan karena akan membingungkan follower; batasi penggunaan Hashtag; gunakan Call – to – Action; gunakan emoji atau symbol – symbol.

Dari hasil pelatihan yang kedua ini sebanyak 95 % peserta atau sekitar 23 orang memahami cara pembuatan caption sebagai kalimat promosi pada instagram

3. Semua peserta mampu menggunakan media sosial (Instagram) dengan bijak.

Penggunaan media sosial yang sebelumnya hanya digunakan sebagai media berinteraksi dan broadcast untuk kepentingan diri sendiri kini para peserta sudah mengetahui mengenai media sosial Instagram mereka pribadi juga bisa menjadi sarana promosi objek wisata pantai tanjung pakis yang mana lokasinya berdekatan dengan tempat tinggal mereka selama ini.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka peserta harus mampu membaca bahwa salah satu kelebihan berjualan lewat Instagram adalah

- a. Pengguna Instagram sudah ‘terjamin’ melek teknologi. Artinya, mereka yang aktif di Instagram pastilah aktif pula di Twitter dan mungkin juga Facebook. Karena itu, sangat tepat bila ingin mempromosikan sebuah produk melalui Instagram dan dibantu jejaring sosial lainnya.
- b. Pengguna Instagram tentu memiliki gadget yang mendukung aplikasi tersebut, yaitu android phones maupun iPhone. Ini berarti Instagram memiliki pengguna yang rata-rata kelas menengah ke atas. Hal ini menguntungkan bagi, karena calon konsumen kemungkinan besar mempunyai ‘kantong’ yang cukup dalam.
- c. Tampilan produk yang simple. Karena Instagram memang digunakan sebagai aplikasi berbagi foto, fitur-fitur yang tersedia di Instagram akan mendukung gambar produk yang upload di dalamnya.
- d. Di Instagram, kebanyakan fotonya menggunakan (#) hashtag. Oleh karena itu, sangat disarankan untuk menggunakan

hashtag agar memudahkan calon pembeli menemukan produk.

Pelatihan yang ketiga ini mengajak dan menghimbau kepada para peserta untuk dapat bersikap bijak dalam menggunakan media sosial. Dimana peserta harus mengetahui mengenai Etika komunikasi yang baik dalam media sosial adalah jangan menggunakan kata kasar, provokatif, porno ataupun SARA; jangan memposting artikel atau status yang bohong; jangan mencopy paste artikel atau gambar yang mempunyai hak cipta, serta memberikan komentar yang relevan

Dikarenakan banyaknya berita atau informasi yang bersifat HOAX dan sering tersebar atau *brodbroadcast* secara langsung tanpa dipahami dan dicek kebenarannya, sehingga mereka yang menerima langsung menyebarkan ke akun antar personal atau group.

Hoax dalam kamus Oxford (2017) diartikan sebagai suatu bentuk penipuan yang tujuannya untuk membuat kelucuan atau membawa bahaya. Hoax dalam Bahasa Indonesia berarti berita bohong, informasi palsu, atau kabar dusta. Sedangkan menurut kamus bahasa Inggris, hoax artinya olok-olok, cerita bohong, dan memperdayakan alias menipu.

Hoax adalah suatu kata yang digunakan untuk menunjukkan pemberitaan palsu atau usaha untuk menipu atau mengakali pembaca untuk mempercayai sesuatu. Pemberitaan yang tidak berdasarkan kenyataan atau kebenaran (nonfactual) untuk maksud tertentu. Tujuan hoax adalah sekadar lelucon, iseng, hingga membentuk opini publik. Intinya hoax itu sesat dan menyesatkan, apalagi jika pengguna internet tidak kritis dan langsung membagikan berita yang dibaca kepada pengguna internet lainnya.

System pelatihan yang diberikan pada sesi ini yakni dengan memberikan kuisisioner mengenai keaktifan dalam penggunaan media sosial dan serta memanfaatkan aplikasi dari google yakni google image untuk membantu mengecek kebenaran dan kredibilitas penyebaran berita tersebut. Hasilnya yakni sekitar 80 % atau sekitar 20 orang mampu menahan diri dan mampu mengaplikasikan google image untuk mengecek berita atau informasi yang diterimanya.

4. Publikasi

Hasil pelatihan terakhir yakni bertujuan untuk mengetahui hasil dari pelatihan yang telah dilaksanakan, yakni :

- a. Mulai dari pemberian materi – materi oleh para tim pengabdian
- b. Pembuatan konten promosi yang positif,

- c. Pengoprasian media sosial instgram sebagai sarana publikasi

- d. Penggunaan media dengan bijak

Dari semua pelatihan yang diberikan hasil kegaitan langsung dipublikasikan oleh peserta baik berbentuk video atau foto mengenai Pantai Tanjung Pakis. Kegiatan remaja karang taruna menggunakan media sosial Instagram dalam mempublikasikan objek wisata pantai tanjung pakis masih berlanjut hingga saat ini, kegiatan tersebut dapat dilihat pada instagram dengan akun @pantai_tanjungpakis.

Kesimpulan

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengambil judul atau tema mengenai pelatihan pemanfaatan media sosial instagram dalam mempublikasikan pantai tanjung pakis dengan peserta sebanyak 25 orang dari remaja karang taruna desa pakis jaya. Kegiatan ini menghasilkan output yang baik, dikarenakan mayoritas dari peserta memahami dan dapat mengimplementasikan media sosial sebagai sarana publikasi khususnya melakukan promosi mengenai pantai tanjung pakis sebagai salah satu destinasi wisata di daerah tempat tinggal mereka. Adanya apresiasi positif dari peserta dengan dibuktikan antusias dari peserta untuk memahami mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana publikasi on-line.

Daftar Pustaka

- Baran, S. J. (2012). Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya. Jakarta: Erlangga.
- Detta Rahmawan, Jimi N Mahameruaji, Renata Anisa, dst. 2018. "Pelatihan Pengembangan Konten Positif Di Media Digital Bagi Kalangan Pelajar Smu Di Kecamatan Jatinangor". Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat". Vol 2, No 11
- Dr. Rulli Nasrullah, M. (2017). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Effendy, O.U., (2011), Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Heryanto, G., & Rumar, S. (2015). Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar. Penerbit Ghalia Indonesia: Bogor.

- Holmes, David, 2012. Komunikasi Media, Teknologi, dan Masyarakat, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. Manajemen Pemasaran. Jilid 1, edisi ketiga belas. Jakarta : Erlangga.
- Muhammad Rusdi Tanjung, 2016. “Fotografi Ponsel (Smartphone) Sebagai Sarana Media Dalam Perkembangan Masyarakat Modern”. Jurnal Proporsi. Vol. 1 No.2
- Muhibuddin Fadhli, M.Fadlilah. 2017. “Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Dan Blog Sebagai Sarana Publikasi Bustanul Athfal Kabupaten Ponorogo”. Jurnal abdimas. Vol 1, No 2.
- Nasrullah, Rulli. 2014. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta: Kencana
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial: Prosedur, Tren, dan Etika. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Sayugi. (2014). Content Creator, Apa Sih Artinya? GRProject, February
- Vanaya.co.id. 2017. “Apa Perbedaan Coaching Dan Mentoring? Vanaya Coaching Institute.” Accessed September 5. <https://vanaya.co.id/artikel/apa-perbedaan-coaching-dan-mentoring-2/>
- <http://digilib.polban.ac.id/files/disk1/143/jbptppolban-gdl-agistaputr-7135-3-bab2--1.pdf>