

**Pelatihan Pembuatan Produk Mie Sehat
Berbasis Buah dan Sayur sebagai Alternatif Wirausaha
Siswa dan Santri Sekolah Alam
Yayasan Tunas Mulia Bantar Gebang
Pascapandemi Corona Virus 19**

Nurul Fauziah¹, Fina Zahra²
Email korespondensi: nurul.fauziah@dsn.ubharajaya.ac.id
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

ABSTRAK

Mie merupakan makanan utama terbanyak kedua masyarakat Asia setelah nasi. Konsumsi mie berlebihan memberikan dampak buruk pada kesehatan. Berdasarkan data, angka konsumsi mie instan masyarakat Indonesia menduduki posisi kedua terbanyak di dunia setelah Tiongkok. Tujuan dari kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan terkait makanan sehat, khususnya mie berbasis sayuran dan buah-buahan. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk implementasi wirausaha produk inovasi baru, yaitu mie berbasis buah dan sayur pada siswa/i, santri, dan guru Sekolah Alam Yayasan Tunas Mulia Bantar Gebang, Bekasi. Metode yang digunakan dalam Pengabdian Masyarakat ini adalah demonstrasi. Sebanyak 28 orang yang terdiri dari siswa/i, santri, dan guru aktif menjadi peserta yang terlibat dalam kegiatan ini dari awal hingga akhir. Hasil dari kegiatan Pengabdian Masyarakat ini diketahui peserta mengalami peningkatan terhadap beberapa kriteria. Sebanyak 50% peserta mengetahui dampak buruk konsumsi terlalu sering (lebih dari 4x selama satu minggu) mie instan. Persentase peserta yang memahami manfaat sayur dan buah untuk kesehatan tubuh meningkat sebesar 71.43%. Selain itu, persentase peserta menjadi lebih mengetahui cara berwirausaha dan tertarik untuk bisnis dengan media digital adalah 46.71% dan 98.43 %, secara berurutan. Hasil akhir kegiatan Pengabdian Masyarakat ini menyimpulkan bahwa hampir seluruh peserta mengalami peningkatan kapasitas tentang produk pangan sehat dan berkeinginan untuk berwirausaha dengan menggunakan teknologi.

Kata kunci: mie, buah dan sayur, siswa, wirausaha, marketing digital

ABSTRACT

Noodles are the second most common food for Asian people after rice. Excessive consumption of noodles has a negative impact on health. Based on the data, the consumption of instant noodles in Indonesia is the second largest in the world after China. The purpose of this community service activity is to increase knowledge related to healthy food, especially vegetable and fruit-based noodles. In addition, this activity also aims to increase knowledge and entrepreneurial implementation of fruit and vegetable-based products for students and teachers of the Sekolah Alam Yayasan Tunas Mulia Bantar Gebang, Bekasi. The method used in this community service was demonstration. A total of 28 people consisting of students and active teachers became participants who were involved from the beginning to the end of this activity. The results of this community service activity were known that participants increased in several criteria. As many as 50% of participants know the negative effects of consuming too often (more than 4 times

a week) of instant noodles. The percentage of participants who had understood the benefits of vegetables and fruit for body health was 71.43%. In addition, the percentage of participants who knew how to be an entrepreneur and were interested in doing business with digital media are 46.71% and 98.43%, respectively. The final result of this community service activity concluded that almost all participants experienced increased capacity about healthy food products and were willing to become entrepreneurs using technology.

Keywords: noodle, fruit and vegetable, student, entrepreneur, digital marketing

PENDAHULUAN

Mi merupakan makanan utama terbanyak kedua masyarakat Asia setelah nasi. Hampir seluruh masyarakat Indonesia telah mengenal produk mi, karena mi seringkali menjadi produk pangan pengganti nasi pada kehidupan sehari-hari di era ini. Data World Instant Noodles Association (2021) menyebutkan bahwa angka konsumsi mi instan masyarakat Indonesia menduduki posisi kedua terbanyak di dunia setelah Tiongkok, yaitu 12,64 miliar bungkus (World Instant Noodles Association, 2021). Berdasarkan data BPS, rerata konsumsi mi instan setiap penduduk Indonesia adalah 48 bungkus dalam setahun (Emeria, 2022). Meskipun di era milenial dan pascapandemi Corona Virus (COVID)19, konsumsi mi instan mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Namun, di balik kondisi tersebut, hasil penelitian Huh et al. (2017) menemukan adanya korelasi mengonsumsi mi lebih dari dua bungkus dalam satu minggu terhadap peningkatan level plasma trigliserida, tekanan darah, dan gula darah puasa (Huh et al., 2017). Hal tersebut menandakan rendahnya pengetahuan kesehatan masyarakat terkait konsumsi mi instan. Sekalipun, informasi nilai gizi dan juga saran penyajian sudah disampaikan produsen melalui label informasi nilai gizi yang tertera dalam setiap produk pangan kemasan, termasuk mi instan. Oleh sebab itu, mengedukasi masyarakat menggunakan pendekatan komunikasi kesehatan terkait dengan pola hidup sehat, salah satunya konsumsi pangan yang aman, penting dilakukan.

Sekolah Alam merupakan alternatif sistem sekolah dengan pendidikan berbasis alam semesta (Indonesia Student, 2022). Salah satu Sekolah Alam yang ada di Bekasi adalah Sekolah Alam Yayasan Tunas Mulia Bantar Gebang. Sekolah Alam yang didirikan pada 2004 ini, memberikan pendidikan gratis untuk kelompok masyarakat tidak mampu, di mana siswa dan santrinya berasal dari seluruh wilayah Indonesia. Berdasarkan survei, jumlah total siswa dan santri di sekolah ini berkisar 100 orang, yang tersebar di tingkat pendidikan SD sampai dengan SMA.

Pendidikan di Sekolah Alam ini juga menekankan pada pencapaian logika berpikir dan inovasi dalam bentuk praktik. Siswa dan santri diajarkan cara berwirausaha, dengan tujuan terbentuknya karakter yang mandiri. Siswa dan santri dilatih mengelola lahan yayasan, dengan

menanam sayur-sayuran seperti bayam dan sawi hijau. Sayur tersebut kemudian dijual ke pasar, dan hasil penjualan menjadi salah satu sumber pemasukan yayasan, selain juga dikonsumsi sendiri. Sayangnya, berdasarkan survei, pengolahan sayur dan buah hasil budidaya masih belum maksimal, baik dalam ragam produk maupun dalam penjualannya.

Sayur merupakan salah satu bahan pangan dengan kandungan nutrisi seperti serat, vitamin dan mineral yang baik (Azis, Wichienhot and Pinkaew, 2021). Nutrisi dapat membantu meningkatkan imunitas tubuh di mana mengonsumsi makanan bernutrisi sangat dianjurkan, apalagi saat pandemi COVID 19. Sayangnya, urgensi mengonsumsi makanan bernutrisi ternyata tidak membuat sayuran hasil budidaya siswa dan santri Sekolah Alam dapat dijual dengan mudah di pasaran. Faktanya, sayur yang dijual setiap hari terus tersisa sehingga mengalami kerusakan. Selain memiliki daya beli yang rendah, sayur memiliki harga jual yang tidak sebanding dengan proses produksinya. Menurut Ahmad et al. (2021), sayur memiliki masa simpan yang pendek dan mudah mengalami pelayuan (Ahmad *et al.*, 2021). Permasalahan tersebut berdampak pada keberlangsungan program kewirausahaan yang dibuat oleh Sekolah Alam.

Program kewirausahaan yang menjadi kegiatan siswa dan santri merupakan salah satu cara Sekolah Alam membentuk karakter wirausaha siswa dan santri. Namun, program tersebut belum mampu berjalan dengan baik sehingga pembentukan karakter belum terbentuk secara baik. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan oleh Sekolah Alam, selain permasalahan daya terima dan harga sayur yang rendah di pasaran, juga terdapat permasalahan keterbatasan keilmuan pendidik dalam hal mengolah bahan sayuran menjadi produk diversifikasi yang memberikan manfaat bagi kesehatan. Tak hanya itu, ada pula keterbatasan kemampuan pendidik dalam hal keilmuan komunikasi pemasaran yang sesuai di era digital ini. Di sisi lain, *stakeholder* dari luar Sekolah Alam seperti masyarakat, akademisi, dan pemerintah belum berperan dalam program kewirausahaan di Sekolah Alam, khususnya dalam bidang komunikasi kesehatan, teknologi pangan, dan komunikasi pemasaran.

Komunikasi kesehatan merupakan rangkaian kegiatan penyampaian informasi kesehatan yang bertujuan untuk mendorong perubahan perilaku individu maupun kelompok guna meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat (Endrawati, 2015). Dalam hal ini, komunikasi kesehatan ditujukan untuk mengedukasi siswa, santri, dan guru Sekolah Alam Tunas Mulia, Bantar Gebang, terkait dengan pangan yang sehat dan aman. Sementara, komunikasi pemasaran merupakan sebuah pendekatan komunikasi yang digunakan untuk memperkuat strategi pemasaran guna membantu kegiatan pemasaran suatu organisasi melalui kegiatan pengenalan organisasi dan produknya (Kusniadji, 2017). Komunikasi pemasaran, khususnya komunikasi pemasaran melalui media sosial tidak hanya mempermudah masyarakat

berbelanja, tetapi juga dapat menjadikan masyarakat lebih cerdas dalam memilih produk atau merek yang harus dipilih (Wirman and Indriani, 2019).

Uraian permasalahan yang saling terhubung dari hulu ke hilir di Sekolah Alam membuat Yayasan Tunas Mulia Bantar Gebang belum mampu mandiri secara ekonomi. Hingga saat ini, sumber ekonomi yayasan untuk keberlangsungan pendidikan di Sekolah Alam ini masih bergantung pada donatur.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Lokasi dan Peserta Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat berlokasi di Yayasan Tunas Mulia Bantar Gebang, Bekasi. Waktu pelaksanaan kegiatan adalah pada bulan Mei hingga Juli 2022. Sejumlah 28 peserta yang terdiri dari siswa/i, santri, dan guru aktif Sekolah Alam Yayasan Tunas Mulia Bantar Gebang terlibat dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini. Peserta kegiatan berusia antara 11 sampai dengan 19 tahun. Rentang usia tersebut tergolong dalam usia produktif.

Bahan dan Alat

Pada kegiatan ini membutuhkan beberapa alat pengolahan sederhana dan bahan untuk pembuatan produk mi sehat. Bahan yang digunakan untuk pembuatan mi sehat berbasis buah dan sayur adalah sayur pakcoy, buah naga, tepung terigu tinggi protein, air mineral, dan agar-agar. Proses pengambilan sari buah/sayur membutuhkan beberapa alat seperti blender, saringan, dan gelas. Sedangkan alat yang digunakan untuk proses pembuatan mi adalah baskom, cetakan mi, dan loyang.

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Proses kegiatan Pengabdian Masyarakat ini menggunakan metode demonstrasi. Metode demonstrasi merupakan perpaduan dua teknik yaitu teknik pemberian materi, dan dilanjutkan dengan praktik implementasi ilmu yang telah diberikan. Kedua teknik tersebut banyak digunakan dalam sebuah kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman seseorang untuk menguasai materi yang baru.

Metode Pengumpulan Data

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini melakukan beberapa pengumpulan data guna mengetahui efektivitas kegiatan. Beberapa teknik pengumpulan data digunakan dalam serangkaian kegiatan. Data yang dikumpulkan pada kegiatan ini didapatkan dengan menggunakan metode observasi, *pre-* dan *post-test*, wawancara, serta dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan selama proses

kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan. *Pre-test* merupakan salah satu cara mengukur pengetahuan peserta dengan memberikan kuisioner sebelum kegiatan dimulai, sedangkan *post-test* diberikan setelah berakhirnya kegiatan Pengabdian Masyarakat. Peserta juga diwawancara secara tertutup *one-on-one* untuk mengetahui capaian riil kegiatan dan menggali sebab-akibat.

Metode Pengolahan dan Analisis Data

Data kegiatan Pengabdian Masyarakat yang telah dikumpulkan diolah dengan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Persentase jenis kelamin peserta, usia dan pekerjaan diolah menggunakan perangkat lunak Ms. Excel 2013, sedangkan data *pre-test* dan *post-test*, survei, dan wawancara disajikan dalam bentuk deskriptif yang ditujukan untuk mendukung satu data dengan data lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakter Peserta Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Pengabdian Masyarakat merupakan kegiatan sosial dan melakukan desiminasi sebuah hasil peneitian yang sudah diketahui kebermanfaatannya di masyarakat (Lukiani *et al.*, 2021). Program Pengabdian Masyarakat ini melibatkan beberapa disiplin ilmu untuk mencapai keberhasilan programnya. Komunikasi kesehatan penting bagi kehidupan masyarakat, sebab berperan memberikan informasi dan edukasi bagi masyarakat terkait pola hidup sehat. Seperti disebutkan Susanne Didae dkk, komunikasi kesehatan terbukti dapat berkontribusi meningkatkan kesadaran masyarakat akan risiko dan solusi atas masalah kesehatan (Susanne Didae, 2020). Komunikasi kesehatan dapat memberikan informasi kepada masyarakat, kelompok, atau individu tentang pentingnya masalah kesehatan, sehingga dapat mengubah perilaku mereka sesuai dengan nilai-nilai kesehatan (Endrawati, 2015). Dalam hal ini, program komunikasi kesehatan ditujukan guna memberikan sosialisasi dan edukasi kepada siswa, santri, dan guru Sekolah Alam Tunas Mulia terkait pentingnya pangan yang sehat dan aman.

Selain itu, program Pengabdian Masyarakat di Sekolah Alam Tunas Mulia juga berupaya membantu peserta dapat berpikir inovatif dalam memproduksi pangan yang sehat dan aman. Tentunya, bukan hanya sebagai pemenuhan kebutuhan sehari-hari kalangan Sekolah Alam Tunas Mulia yang tak luput dari kebutuhan nutrisi. Namun, juga untuk melengkapai kemampuan peserta terkait dalam mengembangkan inovasi produk pangan yang sehat dan aman untuk dipasarkan, melalui pelatihan pembuatan mi sehat berbasis sayur-sayuran dan buah-buahan. Kegiatan ini juga berupaya meningkatkan pengetahuan dan kemampuan komunikasi pemasaran para peserta di media sosial. Sebab,

komunikasi pemasaran sebagai salah satu bentuk strategi pemasaran tidak dapat diabaikan. Komunikasi pemasaran merupakan sarana untuk menginformasikan dan mengenalkan produk, merek dan organisasi kepada konsumen. Apalagi, saat ini media sosial menjadi media paling populer digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Media sosial dianggap dapat memberikan peluang bagi bisnis kecil dalam mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk, dan berinteraksi dengan pelanggan, sehingga terjalin hubungan lebih baik (Wirman and Indriani, 2019). Dalam hal ini, sosialisasi dan pelatihan media sosial sebagai strategi komunikasi pemasaran diberikan sebagai upaya meningkatkan pengetahuan dan kemampuan siswa, santri, dan guru terkait penggunaan media sosial sebagai strategi komunikasi pemasaran produk mi sehat berbasis sayuran.

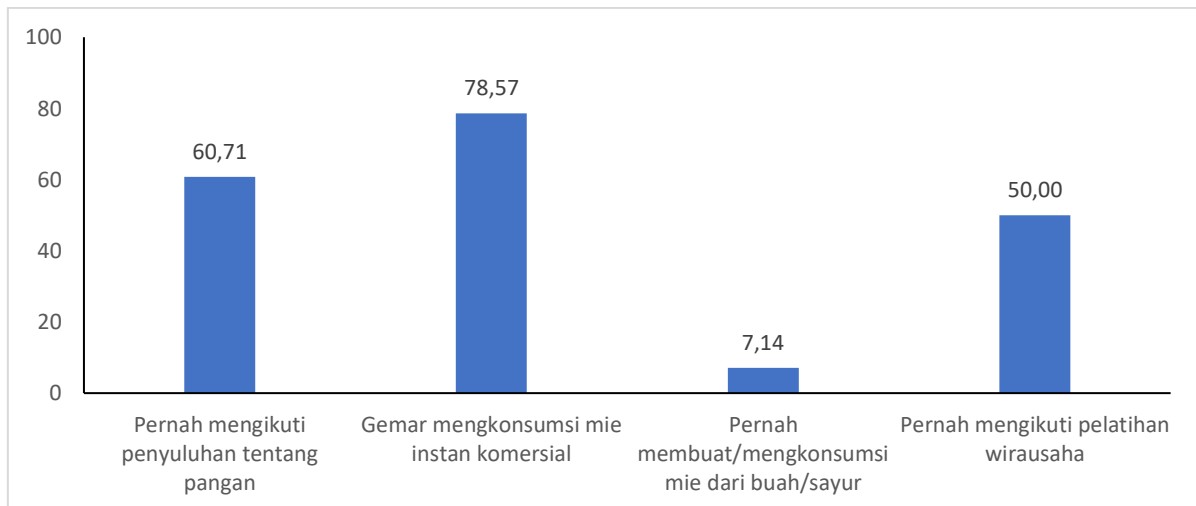
Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan di Yayasan Tunas Mulia Bantar Gebang dan diikuti oleh 28 peserta yang terdiri dari siswa/i, santri, dan guru aktif. Berdasarkan data pada Tabel 1, 28.57% peserta adalah laki-laki dan sisanya adalah perempuan. Paling banyak peserta pada kegiatan Pengabdian Masyarakat ini berusia 13-15 tahun dengan persentase 50%, dan pendidikan terakhir peserta adalah Sekolah Menengah Pertama (SMP).

Tabel 1. Persentase Informasi Umum Peserta (n=28) Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Karakteristik	Total (n=28)
Jenis Kelamin (%)	
Laki-laki	28.57
Perempuan	71.43
Usia (%)	
<12 tahun	3.57
13-15 tahun	50.00
16-18 tahun	10.71
19-22 tahun	35.71
Pendidikan Terakhir (%)	
Pelajar SMP	42.86
Pelajar SMA	21.43
Mahasiswa	28.57
Guru	7.14

Peserta kegiatan Pengabdian Masyarakat diketahui memiliki beberapa latar belakang yang berbeda-beda, seperti kegemaran konsumsi, hobi, dan aktivitas yang pernah diikuti. Berdasarkan data yang telah dianalisis (ditampilkan pada Gambar 1), diketahui secara spesifik sekitar 60.71% peserta yang terlibat dalam kegiatan ini pernah mengikuti kegiatan penyuluhan, baik pangan maupun non-pangan.

Lebih dari 75% peserta memiliki kebiasaan mengonsumsi mi instan komersial lebih dari empat kali dalam seminggu, dan hanya 7.14% di antara mereka pernah mengonsumsi mi sehat berbasis buah/sayur. Hasil wawancara menunjukkan bahwa peserta belum memiliki minat untuk berwirausaha, padahal 50% di antara mereka pernah mengikuti kegiatan pelatihan wirausaha.



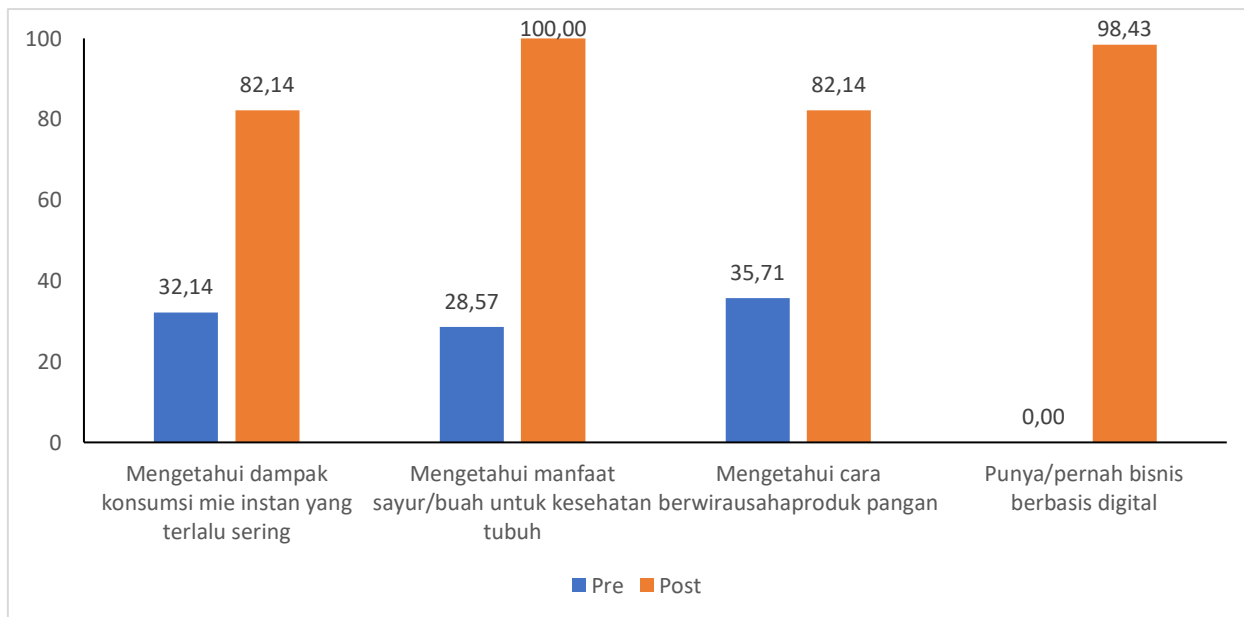
Gambar 1. Gambaran pelatihan dan kebiasaan konsumsi pangan peserta (n=28) sebelum kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan

Penyampaian Materi dan Praktek Pembuatan Produk Pangan Sehat

Kegiatan Pengabdian Masyarakat memiliki tujuan meningkatkan pengetahuan dan implementasi wirausaha produk inovasi baru berbasis buah dan sayur pada siswa/i, santri, dan guru Sekolah Alam Yayasan Tunas Mulia Bantar Gebang, Bekasi. Sehingga, untuk mendukung ketercapaian dari tujuan tersebut, peserta tidak hanya mendapatkan materi, namun juga terlibat dalam demo/praktik secara langsung. Materi yang disampaikan pada kegiatan ini berupa: (1) pentingnya buah dan sayur untuk kesehatan; (2) jenis produk inovasi pangan berbasis buah dan sayur; (3) peluang bisnis pangan di pasar digital. Materi disampaikan dengan menggunakan media pendukung seperti power point dan video.

Setelah materi disampaikan, peserta dilibatkan dalam proses pengolahan produk inovasi baru yaitu mi sehat berbasis buah dan sayur. Secara bergantian, peserta mempraktikkan dan mengikuti instruksi pemateri dalam penggunaan alat dan bahan pembuatan produk mi sehat. Proses penyampaian materi dan demo/praktik pada kegiatan Pengabdian Masyarakat disampaikan secara langsung dan interaktif dua arah. Peserta diperbolehkan bertanya saat kegiatan berlangsung. Praktik secara langsung diimbangi dengan fasilitas yang memadai menjadi teknik yang baik dalam membantu proses penerimaan dan pemahaman suatu informasi (Radianto, 2017).

Dari Pengabdian Masyarakat ini terlihat adanya peningkatan pengetahuan dibandingkan sebelum peserta mengikuti kegiatan. Hal ini ditampilkan pada gambar 2, yakni persentase jumlah peningkatan peserta yang mengetahui dampak konsumsi mi instan yang terlalu sering (>4 kali dalam seminggu), manfaat sayur/buah bagi kesehatan dan cara berwirausaha produk pangan secara berurutan adalah 50%, 71.43% dan 46.43%. Selain itu, sebesar 98.43% peserta tertarik untuk berwirausaha dengan melibatkan teknologi seperti *marketplace* digital.



Gambar 2. Persentase Pemahaman Peserta Sebelum (Pre; n=28) dan Sesudah (Post; n=28) Kegiatan Pengabdian Masyarakat

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan pembuatan mi sehat pada siswa/i, santri dan guru Sekolah Alam Yayasan Tunas Mulia Bantar Gebang, Bekasi mampu meningkatkan pengetahuan tentang pentingnya produk pangan sehat dan peluang usaha melalui pasar digital. Hampir seluruh peserta memahami dampak buruk produk instan komersial, manfaat mengonsumsi buah dan sayur, mengolah buah dan sayur menjadi produk inovasi baru seperti mi sehat, serta peluang bisnis produk berbasis buah dan sayur melalui pasar digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada: pemateri-Bapak Lukman Azis dari Program Studi Teknologi Pangan, Universitas Al-Azhar Indonesia, Jakarta, yang telah membantu mengisi kegiatan ini; Siswa/i, santri dan guru Yayasan Tunas Mulia Bantar Gebang, Bekasi yang telah

bersedia menjadi peserta dan mengikuti kegiatan pengabdian ini hingga selesai; dan terakhir, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya selaku pihak yang mendukung secara penuh baik materiil maupun non-materiil sehingga kegiatan ini bisa terlaksana dan membawa kebermanfaatan untuk semua pihak khususnya tim pelaksana Pengabdian Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, K. *et al.* (2021) "Quality Deterioration of Postharvest Fruits and Vegetables in Developing Country Pakistan: A Mini Overview," *Asian Journal of Agriculture and Food Sciences*, 9(2). Available at: <https://doi.org/10.24203/ajafs.v9i2.6615>.
- Alfilasari, N., Sirivongpaisal, P. and Wichienchot, S. (2021) "Gut Health Function of Instant Dehydrated Rice Sticks Substituted with Resistant Starch Types 2 and 4," *Current Microbiology* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.1007/s00284-021-02564-z>.
- Azis, L., Wichienchot, S. and Pinkaew, S. (2021) "The correlations between gut microbiota of Muslim Thai lactating women and their dietary intake and gut microbiota of breastfed infants," *Malaysian Journal of Nutrition*, 27(3). Available at: <https://doi.org/10.31246/mjn-2021-0019>.
- Emeria, D.C. (2022) "RI Jadi Raja Mi Instan di Dunia, Begini Ceritanya," *CNBC Indonesia*, pp. 1–2. Available at: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220125060444-4-310096/ri-jadi-raja-mi-instan-di-dunia-begini-ceritanya> (Accessed: March 20, 2022).
- Endrawati, E. (2015) "Penerapan Komunikasi Kesehatan Untuk Pencegahan Penyakit Leptospirosis Pada Masyarakat Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Sleman, Yogyakarta ," *Jurnal Komunikasi*, 7(1).
- Huh, I.S. *et al.* (2017) "Instant noodle consumption is associated with cardiometabolic risk factors among college students in Seoul," *Nutrition Research and Practice*, 11(3). Available at: <https://doi.org/10.4162/nrp.2017.11.3.232>.
- Indonesia Student (2022) "Sekolah Alam" *Pengertian dan Kurikulumnya*, *indonesiastudents.com*. Available at: <https://www.indonesiastudents.com/sekolah-alam-pengertian-dan-kurikulumnya/> (Accessed: March 20, 2022).

- Kusniadji, S. (2017) "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus pada PT Expand Berlian Mulia di Semarang)," *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Lukiani, E.R.M.L. *et al.* (2021) "Peran Instagram dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Remaja," *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5(1). Available at: <https://doi.org/10.29407/ja.v5i1.15969>.
- Radianto, A. (2017) "PENGARUH PELATIHAN TERHADAP KEMAMPUAN KARYAWAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Studi Pada Karyawan PT. Gatra Mapan Malang)," *Modernisasi*, 53(1), pp. 14–20.
- Susanne Didae, N.E.L.E.R.S.D.T.Y.R. *et al* (2020) "SOSIALISASI LITERASI KOMUNIKASI KESEHATAN PENGOBATAN ALTERNATIF ISLAMI DI DESA HEGARMANAH KECAMATAN JATINANGOR," *Dharmakarya*, 9(3).
- Wirman, W. and Indriani, R. (2019) "PENGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA KOMUNIKASI PEMASARAN L'CHEESE FACTORY DI PEKANBARU," *Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Riau* [Preprint].
- World Instant Noodles Association (2021) *Demand Rankings Noodle as a Planet*. Available at: <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/table/> (Accessed: March 20, 2022).