

## DIGITALISASI 'AYAM PELUNG CIANJUR' SEBAGAI UPAYA PELESTARIAN PRODUK BUDAYA DI KELOMPOK TANI MAKMUR CIANJUR

Hilman Fauzia Khoeruman\*, Tri Yulianty Karyaningsih,  
dan Muhammad Zulfi Abdul Malik

Fakultas Ilmu Budaya Universitas Padjadjaran  
Email: hilman.fauzia@unpad.ac.id

**ABSTRAK.** Ayam pelung telah dijadikan sebagai simbol Kabupaten Cianjur sejak tahun 2016. Hal itu merupakan salah satu upaya pelestarian dan pemertahanan identitas kultural Kabupaten Cianjur. Upaya Pemerintah Kabupaten Cianjur dalam memperkenalkan dan menjual ayam pelung sebagai komoditas ternak maupun kultural tidak berbanding lurus dengan peningkatan pasar, penjualan, dan peminat ayam pelung. Pasar dan penjualan ayam pelung dewasa ini semakin menurun, hal itu disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya adalah proses jual beli ayam pelung masih menggunakan cara konvensional. Selain itu peminat ayam pelung sebagai ayam seni suara terbatas hanya komunitas tertentu. Pemanfaat pemasaran digital pada era industri 4.0 akan sangat membantu bidang peternakan tersebut, di antaranya dari segi pasar, penjualan, dan informasi yang komprehensif tentang ayam pelung. Salah satu upaya untuk mencapai hal tersebut adalah perlu ada laman digital berbasis website dengan konten atraktif dan edukatif. Metode penyuluhan dan praktik langsung diterapkan kepada kelompok Tani Makmur di Kabupaten Cianjur sebagai rangkaian pelatihan dan peningkatan kompetensi digital yang menunjang pemasaran dan pelestarian ayam pelung sebagai produk budaya. Hasil dari program pengabdian ini berupa adanya website yang representatif dengan sehingga mampu menjangkau target audience secara global dan mendatangkan calon pembeli secara langsung melalui pesan jaringan pribadi.

**Kata kunci:** Ayam Pelung Cianjur; Digitalisasi; Website; Produk Kultural

**ABSTRACT.** Ayam Pelung has been designated as the symbol of Cianjur since 2016. This initiative is part of the efforts to preserve and sustain the cultural identity of Cianjur. However, the local government's efforts to introduce and promote Ayam Pelung as both livestock and cultural commodities have not increased in the market, sales, and interest in Ayam Pelung. The current market and sales of Ayam Pelung are declining due to various factors, including the continued use of conventional methods in the buying and selling processes. Additionally, the interest in Ayam Pelung as a vocal art form is limited to specific communities. The utilization of digital marketing in the era of Industry 4.0 could significantly benefit the poultry industry, particularly in terms of market expansion, sales improvement, and comprehensive information dissemination about Ayam Pelung. One approach to achieving this is the establishment of a digital platform based on a website with attractive and educational content. Outreach methods and direct practice are applied to the Tani Makmur groups in Cianjur as part of a training series and digital competence enhancement program that supports the marketing and preservation of Ayam Pelung as a cultural product. The outcome of this program includes the establishment of a representative website that can reach a global target audience and attract potential buyers directly through direct messages.

**Keywords:** Ayam Pelung; Digitalization; Website; Cultural Product

### PENDAHULUAN

Ayam pelung telah dijadikan sebagai simbol Kabupaten Cianjur sejak tahun 2016. Berbagai sudut kota, kantor-kantor pemerintahan, dan fasilitas umum lainnya dihiasi secara visual oleh gambar kepala ayam pelung dengan slogan "Cianjur Jago". Hal itu merupakan salah satu upaya pelestarian dan pemertahanan identitas kultural Kabupaten Cianjur yang diwakilkan oleh simbol kepala ayam pelung. Istilah ayam pelung biasanya merujuk kepada ayam jantan yang memiliki kokok nyaring dan indah. Dalam bahasa Sunda, kata 'jago' biasa dilekatkan pada ayam jantan. Selain itu kata 'jago', baik dalam bahasa Sunda maupun Indonesia memiliki makna mahir, pandai, ahli, dan lihai dalam suatu bidang. Sayangnya, upaya pemerintah Kabupaten Cianjur untuk memperkenalkan dan menjual ayam pelung sebagai komoditas ternak maupun kultural

tidak berbanding lurus dengan peningkatan pasar, penjualan, dan peminat ayam pelung. Ayam pelung termasuk ke dalam kategori ayam seni atau hias dengan corak suara dan tubuh yang menjadi daya tariknya. Simbol ayam jago pada kenyataannya menjadi logo Cianjur yang hanya sebatas tampilan visual dan tidak berkaitan dengan upaya konkret dalam memajukan peternakan ayam pelung.

Pasar dan penjualan ayam pelung dewasa ini semakin menurun, hal itu disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya adalah proses jual beli ayam pelung masih menggunakan cara konvensional. Selain itu peminat ayam pelung sebagai ayam seni suara terbatas hanya komunitas tertentu. Pemanfaat pemasaran digital pada era industri 4.0 akan sangat membantu bidang peternakan tersebut, di antaranya dari segi pasar, penjualan, dan informasi yang komprehensif tentang ayam pelung. Salah satu upaya untuk mencapai hal tersebut adalah perlu

ada laman digital berbasis website dengan konten atraktif dan edukatif. Website dijadikan sebagai profil perusahaan sekaligus laman utama (*landing page*) pencarian ayam pelung Cianjur di mesin pencari google. Sistem *google ads* diterapkan sebagai salah satu cara optimasi laman digital, sehingga dapat mudah diakses orang lain dengan kata-kata kunci yang merujuk kepada calon pembeli dan pecinta ayam pelung. Pendekatan tersebut sudah seharusnya diterapkan dalam setiap produk unggulan daerah.

Ayam pelung sebagai produk kultural Cianjur sudah saatnya beradaptasi dengan dinamika industri digital. Website dapat juga dijadikan sebagai media diskusi, berbagi, dan pembelajaran berbasis budaya, sehingga menjadi wadah peningkatan literasi para penggiat ayam pelung Cianjur. Semakin ayam pelung dikenal luas, maka semakin tinggi juga kesempatan pelestarian identitas kultural, perluasan pasar ayam pelung, dan peningkatan penjualan ayam pelung. Kegiatan PKM ini bermitra dengan kelompok Tani Makmur Kecamatan Cibeber Kabupaten Cianjur.

## METODE

Metode adalah cara yang teratur dan terpikir baik-baik untuk mencapai maksud; cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan yang ditentukan (Djajasudarma, 2010: 1). Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah metode penyuluhan dan praktik langsung. Di awal pelaksanaan kegiatan, tim pelaksana melakukan koordinasi terkait jadwal kegiatan dan target luaran yang direncanakan. Secara garis besar metode pelaksanaan diawali dengan penyuluhan dengan maksud perkenalan dan memberikan gambaran program kegiatan. Dalam penyuluhan tersebut juga akan dibahas tentang website dan pemasaran digital secara praktis, sehingga memudahkan untuk mitra. Setelah penyuluhan, tim pelaksana melakukan pembuatan website dan kontennya. Proses ini kiranya memerlukan waktu yang Panjang karena khusus untuk pembuatan konten perlu studi lapangan dengan bantuan seperangkat alat multimedia. Tidak hanya itu, konten juga masuk dalam proses editing sebagai salah satu cara konversi ke konten digital. Tahap berikutnya berupa pelatihan operasional pemasaran digital atau pelatihan pengoprasian website, tahap ini bersifat berkelanjutan, karena tidak efektif jika hanya mengandalkan satu kali pelatihan. Pada tahap ini akan berjalan dengan skema pendampingan dalam beberapa waktu, karena media digital pada kenyataannya harus ada *maintenance*. Tahap akhir dari PKM diseminasi ilmu pengetahuan, sehingga dapat menginspirasi dan menjadi bahan referensi ilmiah.

Dalam rentang waktu tertentu setiap tahapan kegiatan dilakukan evaluasi. Evaluasi ini ditempuh sebagai upaya untuk mengukur sejauh mana tingkat keberhasilan kegiatan ini. Evaluasi juga menjadi salah satu indikator keberhasilan setiap tahapan kegiatan. Evaluasi ini dilakukan secara objektif, yaitu dengan melihat tingkat keaktifkan dan kemampuan anggota kelompok Tani Mamur yang ditugaskan dalam kegiatan ini. Evaluasi juga dilakukan dengan cara melihat apa saja yang sudah direalisasikan sesuai dengan rencana awal. Selain itu, realisasi tersebut juga dilengkapi dengan kompetensi digital anggota kelompok Tani Makmur yang bertugas sebagai admin.

Bentuk partisipasi pelaksana dan mitra dalam kegiatan PKM ini dapat dilihat pada table 1.

**Tabel. Partisipasi Pelaksanaan kegiatan PKM**

No.	Tahapan Rencana Kegiatan	Keterlibatan Subjek	
		Pelaksana	Mitra
1	Pengumpulan data (studi kondisi mitra melalui wawancara atau diskusi informal Bersama dengan ketua kelompok Tani Makmur)	Membuat rumusan permasalahan yang perlu ditindaklanjuti dalam skema disepakati	Berpartisipasi dalam memberikan keterangan melalui wawancara dan penunjukkan situasi di lokasi melalui foto dan video call
2	Pelaksanaan program tahap I (penyuluhan program yang telah dirancang dan disepakati)	Berkoordinasi dengan mitra dan menentukan target luaran dari penyuluhan dan menyajikan materi penyuluhan menyangkut program Pemanfaat pemasaran digital berbasis web dan google ads	Hadir sebagai peserta dan berperan aktif dalam penyuluhan
3	Pelaksanaan program tahap II (Pembuatan website dan konten website)	Menyiapkan semua keperluan pembuatan website dan konten website dengan melakukan studi pustaka dan studi lapangan	Memberikan data yang diperlukan dalam pembuatan konten digital, berupa, tulisan, foto, dan video
4	Pelaksanaan program tahap III (Pelatihan oprasional)	Mempersiapkan materi pelatihan dan membimbing langsung peserta	Berpartisipasi aktif sebagai peserta
5	Pelaksanaan program tahap IV (Evaluasi dan Laporan)	Berkoordinasi dengan seluruh tim pelaksana untuk memeriksa indikator keberhasilan dan capaian	Mempelajari rekomendasi dari tim pelaksana PKM dalam hal keterampilan media digital

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Situasi

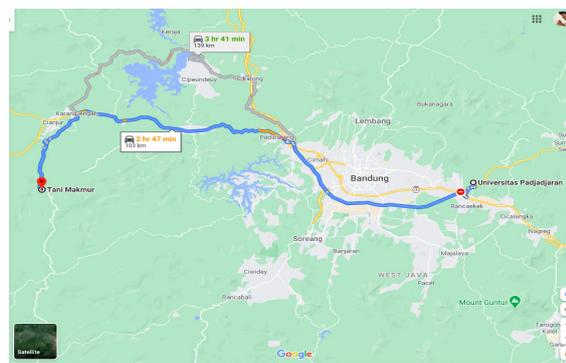
Era Revolusi Industri 4.0 telah memberikan dampak dan perubahan besar di setiap sektor industri. Revolusi industri ini hadir sebagai jawaban atas permasalahan efektivitas dan efisiensi dalam proses produksi barang maupun jasa (Schlechtendahl: 2015). Selain itu dunia pendidikan di Indonesia juga sudah mengaplikasikan metode pengajaran, penelitian, dan pengabdian berbasis teknologi informasi yang merupakan salah satu produk revolusi industri 4.0. Revolusi tersebut seharusnya menghasilkan otomatisasi yang mengintegrasikan teknologi dan kreativitas sumber daya manusia. Konsep otomatisasi tidak begitu saja melepaskan peran manusia, akan tetapi dalam hal ini mempermudah, menyederhanakan, dan mengoptimasi proses berlangsungnya produksi. Tingkat efektivitas dan efisiensi dianggap hal penting atau indikator pen-capaian keberhasilan penerepan teknologi industri 4.0. Kreatifitas sumber daya manusia yang dipadukan dengan teknologi menjadi metode mutakhir dalam pencapaian berbagai kemajuan dalam berbagai bidang. Salah satu bidang industri yang dapat mengaplikasikan metode tersebut adalah bidang peternakan ayam pelung Cianjur dalam kelompok Tani Makmur di Kecamatan Cibeber Kabupaten Cianjur.

Manfaat teknologi terhadap industri peternakan dapat dirasakan oleh para petani, dan penggiat ayam pelung Cianjur dalam hal kemudahan akses informasi yang edukatif mengenai produk kultural ayam pelung Cianjur, perluasan pasar yang tidak terbatas pada teritori tertentu, akan tetapi dapat meluas secara global, dan tentu peningkatan penjualan ayam pelung Cianjur, sehingga dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kesejahteraan para petani. Perpaduan tersebut merupakan fenomena perubahan zaman yang sekaligus menuntut perubahan pola pikir, cara kerja, dan hasil yang secara kualitas memiliki peningkatan dan dampak yang signifikan terhadap berbagai pihak terkait. Terlepas dari peran teknologi dalam bidang peternakan ayam pelung Cianjur, manfaat juga bisa didapatkan oleh seluruh lapisan masyarakat, khususnya dalam hal akses informasi tidak terbatas oleh tempat dan waktu.

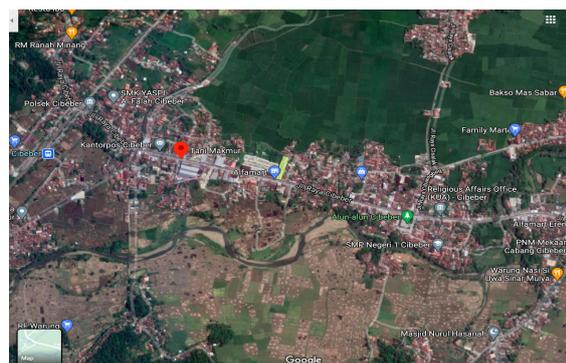
Di balik revolusi industri 4.0, banyak peningkatan sarana dan prasarana telekomunikasi baik di daerah perkotaan maupun di pedesaan, meskipun di daerah pedesaan belum seoptimal di perkotaan. Lambat laun internet sudah menyebar sampai ke pelosok-pelosok daerah dengan dukungan berbagai program yang dicanangkan oleh pemerintah maupun swasta. Hal

itu telah mendorong perubahan perilaku masyarakat. Perubahan tersebut cenderung kepada sikap praktis dalam berbagai aktivitas, dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan. Di sisi lain hal itu juga memberikan dampak tidak baik bagi masyarakat, salah satunya adalah terbentuknya sikap apatis, karena internet dalam hal tertentu telah “mendekatkan yang jauh dan menjauhkan yang dekat” artinya seseorang menjadi kurang perhatian terhadap lingkungan sekitar yang lebih dekat secara jarak. Perubahan perilaku ini dapat diibaratkan sebagai dua mata pisau yang saling memberikan pengaruh di kedua sisi.

Kelompok Tani Makmur merupakan wadah para petani dan peternak di Kecamatan Cibeber Kabupaten Cianjur yang salah satunya bergerak di bidang budidaya ayam pelung. Kelompok tersebut sudah melakukan budidaya ayam pelung sejak tahun 1970-an. Selain menjual hasil ternak, kelompok tani tersebut juga berusaha melestarikan dan mengenalkan ayam pelung Cianjur sebagai produk kultural yang sekaligus merupakan bagian dari identitas kultural Kabupaten Cianjur. Hal itu telah didukung oleh pemerintah setempat. Dengan bentuk dukungan diantaranya simbol kepala ayam dijadikan sebagai logo berikut dengan slogan “Cianjur Jago” sebagai upaya diseminasi identitas kultural Kabupaten Cianjur yang direpresentasikan oleh ayam pelung. Kelompok Tani Makmur bergerak dan bersinergi dengan program pemerintah setempat dalam memajukan UMKM Cianjur dalam bidang pertanian dan peternakan.



Gambar 1. Jarak Lokasi PKM dari Unpad



Gambar 2 Lokasi Tani Makmur Kecamatan Cibeber Cianjur

Situasi saat ini di kelompok Tani Makmur mengalami penurunan. Hal itu terjadi karena banyak faktor, salah satu yang terbesar adalah pandemi covid-19. Jauh sebelum masa pandemi, kelompok Tani Makmur juga telah mengalami penurunan omset dan jangkauan pasar yang stagnan, karena hanya terbatas pada daerah tertentu dan penggiat atau pecinta ayam pelung. Selain itu penurunan dari segi ekonomi juga terjadi karena proses produksi, distribusi, dan jual beli ayam pelung masih dilakukan secara konvensional, sehingga belum berkembang dari sisi teknologi, pasar, dan kuantitas penjualan. Dalam hal itu kelompok Tani Makmur belum digitalisasi sebagai upaya peningkatan sektor industri tersebut sekaligus mengenalkan dan menyebarluaskan informasi sebagai identitas kultural Kabupaten Cianjur.

Dari segi manajerial, kelompok Tani Makmur sudah memfasilitasi dan mewadahi para petani dan peternak dalam jumlah puluhan. Semuanya bergerak bersinergi bersama-sama dalam budidaya pertanian dan peternakan. Kelompok tersebut diketua oleh Bapak Agus, beliau bertugas dalam menjaga keberlangsungan kelompok Tani Makmur dalam semangat kebersamaan demi memajukan kesejahteraan bersama. Selain itu juga beliau tetap menjaga ayam pelung Cianjur sebagai salah satu kekayaan budaya Cianjur. Kelompok Tani Makmur sering mengadakan pertemuan dalam format sarasehan sebagai salah satu upaya pembelajaran, evaluasi, dan pengembangan program yang ada di dalam kelompok tersebut

### Permasalahan Mitra

Setelah melakukan diskusi dengan Bapak Agus sebagai ketua kelompok Tani Makmur, ada beberapa permasalahan yang dapat diangkat sebagai acuan program pengabdian masyarakat skema kemitraaan. Permasalahan tersebut dikelompokkan ke dalam bidang ekonomi, sosial, budaya, dan penerapan teknologi. Permasalahan tersebut muncul seiring dengan dinamika sosial di era transformasi digital sehingga kelompok tersebut dirasa harus adaptif terhadap perubahan dengan cara mengedepankan teknologi informasi berbasis website.

#### a. Segi Sosial

Para petani dan peternak yang tergabung dalam kelompok Tani Makmur mulai beralih profesi menjadi pedagang di pasar atau di keramaian tertentu, karena beberapa ada yang mulai mengalami kendala secara ekonomi. Tentunya menjadi hal itu menjadi hal yang lumrah, akan tetapi perlu adanya stimulus yang dapat kembali memunculkan gairah para anggota kelompok

dengan pendekatan-pendekatan verbal dalam format diskusi yang lebih santai.

#### b. Segi Ekonomi

Tidak ada peningkatan pasar dan penjualan yang signifikan karena pembeli dan penggiat ayam pelung masih terbatas dalam lingkungan perkenalan atau komunitas pecinta ayam pelung Cianjur. Itu pun masih dalam lingkup teritori yang tidak cukup besar yaitu terbatas dalam skala provinsi. Selain itu penjualan ayam pelung masih dilakukan dalam koridor transaksi konvensional.

#### c. Segi Budaya

Mulai tahun 2016 gambar ayam pelung dijadikan sebagai simbol Kabupaten Cianjur, akan tetapi itu tidak cukup menyampaikan identitas historis ayam pelung Cianjur kepada masyarakat setempat. Hal tersebut tidak dilengkapi dengan referensi tulis dalam bentuk folklor yang di dalamnya terdapat aspek teoritis dan praktis sebagai referensi kultural.

#### d. Segi Penerapan Teknologi

Pemasaran Digital belum diterapkan dalam proses bisnis, sehingga memiliki keterbatasan pasar. Meskipun demikian kelompok Tani Makmur sudah menerapkan teknologi dalam budidaya ayam pelung, sehingga menghasilkan kualitas ayam pelung yang bagus dalam artian ayam pelung sebagai ayam kontes seni suara. Secara umum permasalahan dapat diuraikan melalui pendekatan historis, teknis, dan studi lapangan. Semua itu akan dirumuskan sebagai landasan dalam penyelesaian masalah.

### Solusi Permasalahan

Beberapa solusi yang telah didiskusikan bersama tim pengusul dan mitra terkait permasalahan yang telah diuraikan pada intinya menitikberatkan pada aspek pembuatan sarana digital yang dapat dijadikan sebagai media edukasi dan diseminasi produk kulutral. Edukasi yang dimaksud dimaksudkan untuk menarik minat baca para pecinta dan penggiat ayam pelung. Minat tersebut akan muncul seiring dengan informasi yang ada dalam website yang secara komprehensif menjadi bahan literasi. Tentunya hal tersebut didukung oleh referensi dan keilmiah dalam bentuk artikel, karya sastra, dan hasil wawancara atau diskusi dalam bentuk tulisan. Aspek historis ayam pelung Cianjur sendiri dapat dijadikan bahan literasi yang sekaligus mendukung pemahaman kultural ayam pelung sebagai simbol Cianjur. Di balik itu folklor maupun dongeng yang memunculkan ayam pelung sebagai tokoh cerita akan

dimunculkan sebagai sumber literasi sekunder. Selain itu, sharing pengalaman sesama peternak maupun pecinta ayam pelung akan ditampilkan dalam bentuk tulisan sebagai salah satu konten inspiratif website. Dengan demikian para penggiat ayam pelung bisa saling belajar teknis budidaya ayam pelung. Solusi tersebut diharapkan dapat meningkatkan literasi para anggota kelompok Tani Makmur dan para penggiat ayam pelung, sehingga ke depan secara perlahan permasalahan dari segi sosial dan budaya dapat teratasi.

Pembuatan website berikut konten informatif menjadi salah satu solusi dalam permasalahan dari segi Ekonomi dan penerapan teknologi. Kami yakin bahwa kelompok Tani Makmur dari segi teknis budidaya sudah sangat ahli, oleh karena itu mereka sudah ada sejak tahun 1970 dan masih produktif sampai sekarang. Akan tetapi seperti yang sudah disinggung di bagian sebelumnya, bahwa tidak ada perkembangan pasar dan peningkatan penjualan yang signifikan. Bahkan dalam bulan-bulan tertentu, penjualan ayam pelung berada dalam titik terendah, yaitu satu minggu hanya 1 ekor penjualan. Dengan adanya website yang terintegrasi dengan *google ads*, maka akan memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Sistem tersebut merupakan salah satu bentuk pemasaran digital yang efektif, karena website ada di halaman pertama google, sehingga mudah menjangkau calon pembeli di *search engine google* dengan kata kunci seperti :“jual ayam pelung cianjur”, “jual ayam pelung”, “jual ayam pelung juara”, “jual ayam pelung dewasa”, “jual ayam pelung kontes” dan kata-kata kunci lainnya yang merujuk pada penjualan ayam pelung Cianjur di Indonesia. Melalui sistem *google ads* kita bisa menuntukan target audiens berdasarkan umur, jenis kelamin, domisili, minat, dan waktu tayang website (*internet rush our*). Meskipun ada biaya yang harus dikeluarkan untuk sistem *google ads*, akan tetapi hal itu akan berbanding lurus dengan peningkatan penjualan. Untuk kata kunci “jual ayam pelung cianjur” google meberikan harga per klik (*cost per click*) sekitar Rp.300-500 (tiga ratus rupiah sampai lima ratus rupiah). Jadi jika deposit Rp. 500.000 / bulan untuk biaya iklan, maka akan mendapatkan sekitar 1000 – 1600 pengunjung website dalam sebulan. Tentunya pengunjung tersebut sudah difiltrasi, artinya pengunjung yang masuk ke website melalui sistem *google ads* adalah orang-orang yang ingin membeli ayam pelung Cianjur berikut dengan produk turunannya: Pakan, obat, kendang, dll. Solusi tersebut kiranya dapat mengatasi permasalahan dari segi ekonomi dan penerapan teknologi. Terbukti dari trafik google ads untuk website ayampelungcianjur.

co.id selama kurun waktu 2021-2023 telah mendapatkan 42.000 ribu pengunjung website dan telah menjangkau 871.000 audiens atau pengguna internet dengan kata kunci ‘ayam pelung cianjur’ di mesin pencari google.



Gambar 3. Trafik Pengunjung website ayampelungcianjur.co.id. 2021-2023 skema google ads

Pelatihan oprasional website dan *google ads* tentu akan dilakukan oleh tim PKM sebagai salah satu upaya teknis penguatan kompetensi pemasaran digital dan konten digital. Tidak hanya itu, pelatihan tersebut bersifat berkelanjutan, artinya ketika Kelompok Tani Makmur mengalami kendala atau kesulitan di kemudian hari, maka tim pengusul siap membantu dan memberikan solusi. Pelatihan ini bersifat praktis, beberapa anggota kelompok Tani Makmur akan disiapkan sebagai admin. Selain bersifat praktis, juga dari sisi teoritis sedikit dijelaskan di awal pelatihan untuk memberikan gambaran sistem kerja pemasam digital yang terintegrasi dengan *google ads*. Berikut tampilan website yang sudah beropresi secara professional untuk mengembangkan bisnis proses Kelompok Tani Makmur Kecamatan Cibeber Kabupaten Cianjur.



Figure 4 halaman muka website ayampelungcianjur.co.id

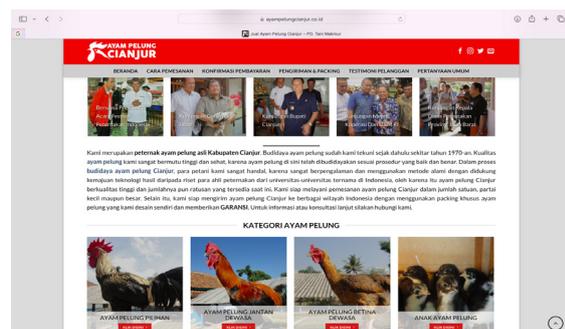


Figure 5 Katalog produk dalam website <https://ayampelungcianjur.co.id>

## SIMPULAN

PKM ini telah membuka harapan baru bagi Kelompok Tani Makmur Kecamatan Cibeber Kabupaten Cianjur untuk terus mengembangkan eksistensinya dalam dunia bisnis produk perternakan sekaligus menjadi media literasi digital tentang ayam pelung cianjur sebagai produk budaya melalui transformasi digital dalam bentuk website yang terintegrasi dengan *google ads*.

## DAFTAR PUSTAKA

Schlechtendahl, J., Keinert, M., Kretschmer, F., Lechler, A., & Verl, A. (2015). Making existing production systems Industry 4.0-ready. *Production Engineering*, 9,(1).143-148

Davies, R. 2015. Industry 4.0 Digitalisation for productivity and growth. [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/568337/EPRS\\_BRI\(2015\)568337\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/568337/EPRS_BRI(2015)568337_EN.pdf), Diunduh pada 10 Februari 2022

Djajasudarma. (2010). Metode Linguistik: Ancangan Metode Penelitian dan Kajian. Bandung: Reflika Aditama.

Kagermann, H., Lukas, W.D., & Wahlster, W. (2013). Final report: Recommendations for implementing the strategic initiative INDUSTRIE 4.0. Industrie 4.0 Working Group.