
PENINGKATAN LITERASI DIGITAL BAGI PETANI ELMINDI FARM MELALUI PELATIHAN MEDIA SOSIAL UNTUK PROMOSI PRODUK

Charlene Siswara¹, Yanuar Halim²

Adhirajasa Reswara Sanjaya

charlenesiswara31@gmail.com¹, yanuarhalim@yahoo.com²

Abstrak

Transformasi digital di sektor pertanian merupakan langkah strategis dalam meningkatkan daya saing dan kesejahteraan petani. Elmindi Farm, sebagai pelaku usaha pertanian organik di Kabupaten Bandung, menghadapi tantangan rendahnya literasi digital, khususnya dalam penggunaan media sosial untuk promosi produk. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh tim Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, dilakukan pelatihan berbasis pendekatan partisipatif dan aplikatif kepada 15 petani. Hasil pelatihan dapat menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan petani mengoperasikan perangkat digital, mengelola akun media sosial, dan memproduksi konten promosi visual dan naratif yang menonjolkan identitas lokal. Pelatihan ini tidak hanya berdampak pada aspek teknis, tetapi juga sosial, ekonomi, dan kultural, termasuk peningkatan partisipasi perempuan dan pemuda tani. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital berbasis media sosial berkontribusi pada kemandirian pemasaran, peningkatan daya saing produk, serta pelestarian nilai budaya lokal dalam ekosistem agribisnis digital.

Kata Kunci: Literasi Digital, Media Sosial, Petani, Pemberdayaan Komunitas.

Abstract

Digital transformation in the agricultural sector is a strategic step in improving the competitiveness and welfare of farmers. Elmindi Farm, as an organic farming business in Bandung Regency, faces the challenge of low digital literacy, especially in using social media for product promotion. Through community service activities carried out by the Adhirajasa Reswara Sanjaya University team, training was carried out based on a participatory and applicable approach to 15 farmers. The results of the training can show a significant increase in farmers' ability to operate digital devices, manage social media accounts, and produce visual and narrative promotional content that highlights local identity. The training not only impacted technical aspects, but also social, economic, and cultural aspects, including increased participation of women and youth farmers. This activity shows that social media-based digital literacy training contributes to marketing independence, increased product competitiveness, and preservation of local cultural values in the digital agribusiness ecosystem.

Keywords: Digital Literacy, Social Media, Farmers, Community Empowerment

PENDAHULUAN

Transformasi digital di sektor pertanian merupakan salah satu kunci utama dalam meningkatkan daya saing dan kesejahteraan petani di era Revolusi Industri 4.0 (FAO, 2019). Literasi digital tidak lagi dapat dipandang sebagai pelengkap, melainkan sebagai kebutuhan dasar yang harus dimiliki oleh petani agar mampu beradaptasi dengan dinamika pasar serta memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi, terutama dalam aspek pemasaran produk.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk pertanian. Namun, di balik kemajuan tersebut, masih terdapat tantangan mendasar, yakni rendahnya tingkat literasi digital di kalangan petani, yang membatasi akses mereka terhadap informasi, teknologi, dan jaringan pasar yang lebih luas (Susilowati, 2016).

Elmindi Farm, yang berlokasi di Kampung Legok Harendong, Desa Jatisari, Kecamatan Cangkuang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, merupakan contoh pelaku usaha pertanian yang tengah berupaya mengintegrasikan teknologi digital ke dalam kegiatan operasionalnya. Dengan fokus pada pertanian organik dan produk unggulan seperti kopi serta kakao, Elmindi Farm berpotensi besar untuk berkembang di pasar modern. Namun demikian, banyak petani yang tergabung di dalamnya masih menghadapi hambatan dalam hal pemahaman dan pemanfaatan teknologi digital, khususnya media sosial sebagai alat promosi dan pemasaran produk mereka. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan digital yang belum teratasi dan memerlukan perhatian khusus.

Dalam konteks pertanian, literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan dasar mengoperasikan perangkat digital, tetapi juga melibatkan pemahaman strategis tentang cara mengakses informasi secara efisien, mengelola konten yang relevan, serta membangun jejaring pemasaran melalui platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp (Balai Besar Pelatihan Ketindan, 2024). Media sosial telah terbukti memiliki potensi besar dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan menjalin komunikasi langsung dengan konsumen tanpa batasan geografis (Setiawan & Nugroho, 2022). Keterampilan digital yang rendah dan kurangnya pengalaman dalam membuat konten promosi yang efektif masih menjadi kendala utama dalam mengoptimalkan peluang tersebut.

Menanggapi tantangan ini, pelatihan media sosial yang terstruktur menjadi salah satu solusi yang menjanjikan. Pelatihan ini dirancang untuk membekali petani dengan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam mengelola akun media sosial, menciptakan konten visual dan naratif yang menarik, serta memahami strategi pemasaran digital yang disesuaikan dengan karakteristik produk pertanian lokal (Fadjeri et al., 2025). Selain memberikan manfaat teknis, pelatihan ini juga bertujuan untuk membangun kepercayaan diri petani dalam menghadapi transformasi digital, serta membuka wawasan tentang pentingnya kehadiran digital dalam membangun merek dan meningkatkan daya saing. Dengan demikian, petani tidak hanya mampu mempromosikan produk mereka dengan lebih efektif, tetapi juga berpeluang meningkatkan penjualan, memperluas jaringan pasar, dan memperkuat posisi tawar mereka dalam ekosistem agribisnis digital (Putri et al., 2021).

Media sosial sebagai sarana promosi juga memiliki keunggulan dalam hal biaya yang relatif rendah namun berdampak besar. Dengan strategi yang tepat, petani dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas, membangun identitas merek, dan menciptakan hubungan yang lebih personal dengan konsumen (Kaplan & Haenlein, 2010; Smith & Brown, 2018). Oleh karena itu, investasi dalam pelatihan digital tidak hanya memberikan solusi jangka pendek terhadap keterbatasan keterampilan teknis, tetapi juga menjadi fondasi penting untuk membangun ekosistem pertanian yang adaptif, tangguh, dan berkelanjutan secara digital.

Sebagai bentuk respons terhadap tantangan tersebut, dosen dan mahasiswa dari Program Studi Magister Manajemen Rumah Sakit Universitas

Adhirajasa Reswara Sanjaya (ARS) melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang difokuskan pada peningkatan literasi digital bagi petani Elmindi Farm. Kegiatan ini disusun sebagai upaya strategis dan kolaboratif untuk menjawab kebutuhan riil di lapangan, yakni kesenjangan pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan teknologi digital. Melalui pendekatan yang partisipatif dan aplikatif, tim pengabdian memberikan pelatihan intensif kepada petani, yang mencakup materi penggunaan perangkat digital, manajemen akun media sosial, hingga teknik pembuatan konten promosi visual dan naratif yang menarik dan sesuai dengan nilai-nilai lokal.

Inisiatif ini bukan hanya bertujuan meningkatkan keterampilan teknis petani dalam pemasaran digital, tetapi juga menanamkan kesadaran akan pentingnya citra digital dan keberadaan di platform daring sebagai bagian dari strategi pemasaran yang modern. Dengan pelatihan ini, diharapkan Elmindi Farm dapat meningkatkan eksistensinya di pasar digital, memperluas jangkauan konsumen, serta memperkuat daya saing produk-produk lokal unggulan. Lebih dari itu, kegiatan pengabdian ini menjadi bukti nyata bahwa kolaborasi antara dunia akademik dan masyarakat dapat mendorong transformasi digital di sektor pertanian secara inklusif, berkelanjutan, dan berdampak langsung pada peningkatan kesejahteraan petani serta penguatan ekonomi local.

METODE

Pengabdian Masyarakat ini dilakukan di Elmindi Farm yang berlokasi di Kampung Legok Harendong, Desa Jatisari, Kecamatan Cangkuang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Jumlah peserta sekitar 15 petani dari Elmindi Farm dan kelompok tani setempat. Tim pengabdian dari Program Studi Magister Manajemen Rumah Sakit Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya (ARS) menerapkan pendekatan partisipatif dan aplikatif sebagai strategi utama dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan. Pendekatan ini dirancang untuk memastikan bahwa petani tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga berperan aktif dalam proses pembelajaran melalui interaksi, praktik langsung, dan refleksi pengalaman mereka sendiri dalam menyesuaikan konten pelatihan dengan konteks spesifik (Masyhur, 2016; Wu, 2024).

1) Pendekatan Partisipatif

Metode ini melibatkan petani secara aktif sejak tahap perencanaan hingga evaluasi. Petani diajak mengidentifikasi kebutuhan dan kendala dalam penggunaan teknologi digital, sehingga materi pelatihan disesuaikan dengan kondisi lapangan (Suparman, 2019). Sesi pelatihan dirancang sebagai dialog dua arah, memberikan ruang bagi petani untuk bertanya, berbagi pengalaman, dan memberikan masukan. Petani juga terlibat langsung dalam merancang konten promosi, seperti memilih narasi produk, menentukan lokasi pengambilan gambar, dan menggunakan bahasa lokal yang mencerminkan identitas Elmindi Farm. Pendekatan ini mendorong peer learning, di mana petani yang lebih mahir berbagi pengetahuan dan menjadi mentor bagi rekan-rekannya.

2) Pendekatan Aplikatif

Pelatihan dirancang secara langsung dan kontekstual, menitikberatkan pada keterampilan praktis yang dapat segera diterapkan. Materi mencakup penggunaan perangkat digital seperti smartphone, kamera, serta aplikasi pengedit konten (Canva, CapCut). Petani dilatih mengelola akun media sosial, termasuk membuat akun bisnis di Instagram dan Facebook, menyusun jadwal unggahan, memanfaatkan fitur Reels dan Stories, serta menganalisis interaksi audiens.

Selain itu, petani diajarkan teknik pembuatan konten promosi yang menarik. Untuk aspek visual, pelatihan mencakup pengambilan foto produk dengan pencahayaan alami dan komposisi yang baik. Untuk aspek naratif, petani diajak menyusun deskripsi produk yang menonjolkan keunikan, cerita lokal, dan nilai keberlanjutan kopi serta kakao Elmindi Farm. Pendekatan ini menekankan aspek teknis sekaligus memperkuat pemahaman petani tentang pentingnya identitas digital yang otentik dan selaras dengan karakteristik lokal.

Sesuai dengan tahapan yang ditempuh, kegiatan Pengabdian Masyarakat diawali dengan permohonan dan izin menyelenggarakan di Elmindi Farm, selanjutnya permohonan ini akan dikemas dalam bentuk Memorandum of Understanding (MoU) antara ARS dan Elmindi Farm (Gambar 1).



Gambar 1. Kesepakatan MoU antara ARS dan Elmindi Farm

Pada tahap selanjutnya, melakukan penyampaian langsung ke hadapan mahasiswa dan Elmindi Farm terkait program dengan tema pengabdian masyarakat sebagai bentuk pertanggungjawaban akademis dari masing-masing dosen sesuai dengan bidang kepakarannya. Tahap selanjutnya menyampaikan hasil perumusan masalah yang dilakukan secara terpusat di Cisalada, Kampung Legok Harendong, Desa Jatisari dengan terlebih dahulu membuka kegiatan Pengabdian Masyarakat ini (Gambar 2).



Gambar 2. Pembukaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dihadiri Rektor ARS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Elmindi Farm, Kampung Legok Harendong, Desa Jatisari, Kecamatan Cangkuang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, yang melibatkan sekitar 15 petani dari Elmindi Farm dan kelompok tani setempat. Melalui pendekatan partisipatif dan aplikatif, kegiatan ini mencapai sejumlah capaian signifikan dalam penguatan kapasitas digital petani.

Keterampilan dasar penggunaan perangkat digital seperti smartphone,

kamera, serta aplikasi pengedit konten seperti Canva dan CapCut diharapkan peserta akan dapat membuat dan mengelola akun bisnis di media sosial, khususnya Instagram dan Facebook, dengan memanfaatkan fitur Reels dan Stories. Jika >70% peserta berhasil memproduksi konten promosi visual dan naratif untuk produk kopi dan kakao, menggunakan teknik pencahayaan alami, komposisi gambar yang menarik, serta deskripsi produk yang menonjolkan keunikan lokal dan nilai keberlanjutan, maka akan memberikan dampak baik bagi petani secara khusus dan masyarakat secara umum.

Pendekatan partisipatif yang digunakan sebagaimana disarankan oleh Masyhur (2016) dan Wu (2024) mendorong keterlibatan aktif petani sejak tahap perencanaan hingga evaluasi. Proses ini memungkinkan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan kendala sendiri, sehingga meningkatkan rasa kepemilikan, motivasi, dan relevansi pelatihan. Forum dialog dua arah yang diciptakan dalam pelatihan memperkuat lingkungan belajar yang inklusif dan kolaboratif. Salah satu nilai tambah dari pendekatan ini adalah munculnya praktik *peer learning*, di mana tiga petani yang lebih mahir menjadi mentor informal bagi peserta lain dalam pengeditan konten dan pengelolaan media sosial.

Pelatihan dirancang secara aplikatif, mempertimbangkan keterbatasan teknologi petani, seperti penggunaan *smartphone* sederhana. Fokus pada konten yang menonjolkan identitas lokal seperti narasi kopi dan kakao Elmind Farm yang selaras dengan tren pemasaran digital yang menekankan autentisitas. Hasil dari tren digital tersebut dapat menilai materi pelatihan relevan atau tidak serta adanya kepercayaan diri untuk mengelola media sosial secara mandiri.

Penelitian sebelumnya mendukung efektivitas pelatihan pemasaran digital berbasis media sosial dalam sektor pertanian. Menurut Suhardoyo et al. (2024) dan Andriani et al. (2024) menunjukkan bahwa pelatihan terarah meningkatkan keterampilan petani dalam menggunakan platform seperti Facebook dan Instagram untuk berinteraksi dengan pelanggan secara efektif. Rizal et al. (2022) menambahkan bahwa media sosial berkontribusi dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk pertanian. Integrasi alat digital juga memperkuat adaptasi petani terhadap pasar modern dan mendukung keberlanjutan ekonomi (Nendya et al., 2021; Sunandes et al., 2024).

Secara keseluruhan, pelatihan ini meningkatkan kapasitas petani dalam mengelola promosi digital, memperluas potensi pasar, dan memperkuat identitas Elmind Farm di ekosistem pertanian digital. Evaluasi juga penting untuk menunjukkan peningkatan dalam kemampuan petani untuk mengoperasikan perangkat digital, membuat, dan mengelola konten promosi, serta memanfaatkan media sosial sebagai saluran pemasaran langsung (Muhtadi & Lisdiyanta, 2023). Hal ini selanjutnya peserta dapat menyatakan kepuasan terhadap materi pelatihan karena sesuai dengan kebutuhan.

Setelah pelatihan, nantinya para petani dapat membuat akun bisnis media sosial, mengunggah konten secara mandiri, dan mengelola interaksi dengan calon pembeli. Hal ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk Elmind Farm, tetapi juga mengurangi ketergantungan pada perantara sehingga posisi tawar petani meningkat. Komunitas online yang terbentuk turut memperkuat solidaritas dan kolaborasi antarpetani.

Kehadiran narasi lokal yang diangkat dalam konten digital juga dapat memperkuat identitas budaya komunitas, menjadikan pemasaran produk bukan hanya soal transaksi, tetapi juga medium untuk merawat nilai-nilai lokal dan

membangun citra kolektif Elmindi Farm. Dengan demikian, pendekatan partisipatif dan aplikatif tidak hanya memberdayakan secara ekonomi, tetapi juga mendorong transformasi sosial yang lebih inklusif dan berkelanjutan di tingkat komunitas.

Selain peningkatan keterampilan teknis, pengabdian masyarakat di Elmindi Farm memberikan dampak multidimensional, mencakup aspek sosial, ekonomi, dan kultural komunitas petani. Kegiatan pelatihan yang dirancang dengan prinsip inklusivitas berhasil mendorong partisipasi aktif perempuan dan generasi muda, dua kelompok yang selama ini sering terpinggirkan dalam proses pengambilan keputusan dan akses pelatihan di sektor pertanian. Peran aktif mereka tidak hanya memperluas basis penerima manfaat, tetapi juga mempercepat proses adopsi teknologi melalui perspektif dan dinamika generasi baru. Perempuan tani, misalnya, mengambil peran penting dalam produksi konten kreatif dan pengelolaan akun media sosial, memanfaatkan kearifan lokal serta narasi budaya sebagai nilai tambah dalam pemasaran digital. Sementara itu, pemuda tani menunjukkan potensi sebagai agen transformasi digital yang adaptif dan inovatif.

Penggunaan narasi lokal yang autentik dalam konten seperti cerita asal-usul kopi Elmindi atau proses pascapanen kakao tidak hanya membangun kedekatan emosional dengan konsumen, tetapi juga menjadi media pelestarian identitas budaya dan pengetahuan lokal (Gambar 3). Hal ini memperkuat citra Elmindi Farm sebagai entitas pertanian yang tidak sekadar menjual produk, melainkan juga menyampaikan nilai, cerita, dan karakter komunitasnya. Pemasaran digital yang berbasis nilai budaya ini memberi peluang diferensiasi produk di pasar yang kompetitif, sekaligus meningkatkan daya saing dan harga jual.



Gambar 3. Proses Pascapanen Biji Kakao

Dari sisi ekonomi, keterampilan digital yang diperoleh petani membuka akses langsung ke konsumen, memutus ketergantungan pada tengkulak atau perantara, dan meningkatkan margin keuntungan. Kemandirian dalam pemasaran ini memberi ruang bagi penguatan ekonomi lokal, di mana hasil pertanian dapat dipasarkan secara lebih efisien, kreatif, dan berkelanjutan. Lebih jauh, keterampilan ini juga membuka peluang untuk diversifikasi usaha berbasis produk olahan atau jasa agroeduwisata yang dipromosikan secara digital. Dengan demikian, program pengabdian ini tidak hanya membangun kapasitas teknis petani, tetapi juga menata ulang ekosistem ekonomi desa berbasis teknologi, budaya lokal, dan jejaring digital yang kolaboratif. Kegiatan yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Kegiatan Pengabdian Masyarakat signifikan.

KESIMPULAN

Pelatihan digital di Elmindi Farm dengan metode partisipatif dan aplikatif efektif meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemandirian petani dalam pemasaran digital. Mayoritas peserta nantinya akan mampu mengelola media sosial dan membuat konten promosi yang menarik. Keterlibatan aktif petani dalam proses pembelajaran dan penerapan langsung di lapangan menjadi kunci keberhasilan program. Kegiatan ini tidak hanya memberdayakan secara ekonomi, tetapi juga menjadi medium pelestarian nilai-nilai lokal dan pembangunan ekosistem pertanian digital yang berkelanjutan. Rendahnya literasi digital di kalangan petani lansia dan kebutuhan akan pendampingan berkelanjutan pascapelatihan. Untuk itu, diperlukan pendampingan dan pelatihan lanjutan tetap agar seluruh petani dapat mengikuti perkembangan teknologi dan memaksimalkan manfaat pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, R., Pujiyanto, A., Universitas, I., Yogyakarta, A., & Amikom, I. U. (2024). Assisting Digitalization Of Smes : Social Media Training At Vigaza Farm As An Effort To. 11, 1817–1827.
- Balai Besar Pelatihan Ketindan. (2024). Modul Pelatihan Literasi Digital untuk Petani Milenial.
- Fadjeri, A., Fersellia, F., Lutfiyani, A., Anggoro, T., & Muflih, G. Z. (2025). Pelatihan Pemasaran Digital untuk Produk Pertanian. 4(01), 49–56.
- FAO. (2019). Digital agriculture: Farmers in the driver's seat. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Masyhur, E. (2016). Pembelajaran Partisipatif dalam Pendidikan Masyarakat. Remaja Rosdakarya.
- Muhtadi, M., & Lisdiyanta, T. (2023). Evaluasi Pelatihan Teknologi Informasi dan Komunikasi Bagi Petani di Sumatera Utara, Sumatera Barat dan Sumatera Selatan. *Jurnal SOLMA*, 12(2), 640–652. <https://doi.org/10.22236/solma.v12i2.11152>
- Nendya, M. B., Tamtama, G. I. W., Chrismanto, A. R., Wibowo, A., & Delima, R. (2021). Peningkatan Literasi Digital Melalui Pelatihan Komputer Dasar dan Media Sosial Pada Gapoktan Sedyo Makmur. 6(1), 263–267. <https://doi.org/https://doi.org/10.21460/SENDIMASVI2021.V6I1.56>
- Putri, S. A., Ramadhani, D., & Prasetyo, H. (2021). Pengaruh Pelatihan Digital Marketing terhadap Peningkatan Literasi Digital UMKM di Sektor Pertanian. *Jurnal*

- Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement), 7(2), 113–122.
- Rizal, F., Prayoga, D. H., Amalia, D. I., Rosanti, D. A., Anggrahini, E. N., & Andini, E. M. W. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Produk Pertanian Kelompok Tani Wanita Permata Indah Desa Selur. *Abdimas Indonesian Journal*, 2(2), 115–130. <https://doi.org/10.59525/aij.v2i2.120>.
- Setiawan, B., & Nugroho, Y. (2022). Strategi Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Digital Produk Pertanian. *Jurnal Agroteknologi Dan Agribisnis*, 6(1), 45–52.
- Smith, A., & Brown, K. (2018). The impact of social media on small business marketing. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 12(1), 17–25.
- Suhardoyo, S., Sudrajat, A., Sihol, R. B., & Stanley, S. (2024). Pelatihan Pemanfaatan Platform Facebook Sebagai Media Promosi pada Kelompok Tani Lele Sumber Jaya Tambun Selatan. 1(3), 85–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/ekspresi.v1i3.227>.
- Sunandes, A., Puspitorini, P., Winurdana, A. S., & Pitaloka, D. (2024). Implementasi Digital Marketing Booster Fermentasi Mandiri Dalam Peningkatan Pendapatan Kelompok Tani Lestari II. 2(5), 57–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.59825/jcs.2024.2.5.57>
- Suparman, A. (2019). *Metodologi Partisipatif dalam Program Pengembangan Masyarakat*. Pustaka Pelajar.
- Susilowati, S. H. (2016). Tantangan Pembangunan Pertanian di Era Milenial: Ketimpangan Digital dan Regenerasi Petani. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 34(2), 91–105.
- Wu, C. (2024). Research on the Path of Improving Farmers' Digital Literacy under the Background of Rural Revitalization: A case Study of Ningbo City. *Jungguk Yeongu Ronchong*, 2(5), 57–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.59825/jcs.2024.2.5.57>.