

## Pemanfaatan Media Sosial Pada Kelompok Pemuda Tani

<sup>1</sup>IGKG Puritan Wijaya ADH, <sup>2</sup> Made Arya Budhi Saputra

STIKOM Bali<sup>1,2</sup>

\*Email: puri@stikom-bali.ac.id

---

### RINGKASAN

Kelompok pemuda tani Bali terbentuk untuk menggiatkan kembali para pemuda untuk kembali masuk ke industri pertanian melalui fasilitas pemasaran dan pengelolaan produk-produk pertanian dari anggota kelompok Pemuda Tani Bali, baik itu produk pertanian lahan tanah maupun hidroponik yang bersifat organik / non organik. Fungsi kelompok tani antara lain menjadi agen kemandirian petani, membangun pertanian berbasis kawasan & komoditas, memotong rantai pemasaran, menyediakan informasi pasar berbasis teknologi dan menyediakan teknologi tepat guna lewat program penelitian dan pengembangannya dan dalam hal ini Dalam hal ini Kelompok Pemuda Tani Bali mencoba memasarkan dengan memanfaatkan teknologi internet dan media sosial. Tantangan utama dan permasalahan yang ingin dipecahkan adalah memasarkan hasil lahan dan melakukan penjualan langsung ke pasar ataupun ke konsumen. Tetapi Kelompok Pemuda Tani Bali masih belum menggunakan pemasaran menggunakan media sosial Facebook dan Instagram untuk kepentingan bisnis. Maka dilakukan untuk pelatihan pembuatan dan pengelolaan konten multimedia dan Teknik fotografi produk pertanian juga pemasaran menggunakan media sosial Facebook dan Instagram yang dapat membantu kelompok tani muda Bali untuk dapat menjawab kebutuhan dunia akan produksi pangan dan memasarkan produk dengan efisiensi yang baik langsung ke konsumen masyarakat umum lebih cepat. Para anggota kelompok muda tani sangat terbantu dengan diadakannya pelatihan-pelatihan ini sehingga dapat lebih menggunakan media sosial untuk kepentingan bisnis.

**Kata kunci** : Pertanian, Kelompok tani, Media Sosial

### ABSTRACT

*The Bali farmer youth group was formed to revive the youth to re-enter the agricultural industry through the marketing and management of agricultural products from members of the Bali Youth Farmers group, both organic / non-organic land and hydroponic agricultural products. The functions of farmer groups include being agents of independence of farmers, building regional & commodity based agriculture, cutting the marketing chain, providing technology-based market information and providing appropriate technology through research and development programs and in this case the Bali Farmers Group tries to market with utilizing internet and social media technology. The main challenge and problem that wants to be solved is to market land products and make sales directly to the market or to consumers. But the Bali Farmers Group still does not use marketing using Facebook and Instagram social media for business interests. So it is done for training in the manufacture and management of multimedia content and photographic techniques for agricultural products as well as marketing using social media Facebook and Instagram that can help young Balinese farmer groups to be able to answer the world's needs for food production and market products with good efficiency directly to the general public consumers fast. The members of the young farmer group were greatly helped by holding these trainings so that they could use social media for business purposes.*

**Keywords:** *Agriculture, farmer groups, technology*

## PENDAHULUAN

Tingginya alih fungsi lahan dan krisinya generasi muda yang bergerak dalam, bidang pertanian mengancam sektor pertanian dan ketersediaan pasokan kebutuhan bahan makanan yang dihadapkan pada peningkatan permintaan yang didorong oleh perkembangan pariwisata. Selain alih fungsi lahan resiko yang berpotensi buruk adalah anomali iklim sehingga menghambat kinerja pertanian. Para petani menanam tanaman hanya berdasarkan kebiasaan dan tradisi, tidak berlandaskan analisa mengenai kebutuhan pasar, hal ini berdampak pada terjadinya kelebihan suplai saat musim panen, dan kelangkaan komoditas tersebut ketika bukan pada musim panen.

Selain hal diatas, panjangnya rantai pemasaran membuat nilai keuntungan yang diperoleh petani sangat kecil. Kelompok tani hadir untuk memtus panjangnya rantai pemasaran tersebut.

Kelompok Pemuda Tani Bali mengkhususkan untuk para pemuda dalam mengelola lahan pertanian di Bali. Tujuan dari kelompok ini antara lain menjadi agen kemandirian petani, membangun pertanian berbasis kawasan & komoditas, memotong rantai pemasaran, menyediakan informasi pasar berbasis teknologi dan menyediakan teknologi tepat guna lewat program penelitian dan pengembangannya.

Namun terdapat permasalahan yang dihadapi oleh kelompok tani ini, permasalahan tersebut adalah belum dikenalnya kegiatan dari kelompok ini oleh masyarakat umum, khususnya anak muda bali yang masih memiliki potensi dalam mengembangkan sektor pertanian khususnya di pulau Bali.

Untuk menangani permasalahan tersebut, kelompok pemuda tani bali memanfaatkan media sosial untuk mensosialisasikan kegiatan mereka pada anak muda bali yang menjadi target utama

serta untuk meningkatkan target penjualan dari kelompok pemuda tani tersebut .

Pembuatan dan pengelolaan konten dalam media sosial menjadi hal yang perlu dilakukan. Maka dari itu penulis memberikan pengetahuan tentang pembuatan dan pengelolaan konten media sosial kepada kelompok muda tani Bali.

## RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, dapat dirumuskan beberapa permasalahan, yaitu:

1. Para anggota petani di Kelompok Pemuda Tani Bali belum menggunakan internet dengan media sosial Facebook dan Instagram sebagai referensi ke/dari sebagai media pemasaran antara produsen komoditi pertanian dengan konsumen pada masyarakat umum.
2. Para anggota kelompok Pemuda Tani Bali belum banyak menguasai pembuatan konten yang baik untuk pemasaran menggunakan media sosial Facebook dan Instagram yang ada saat ini.

## METODE

Terdapat 3 metode yang dilakukan pada pengabdian ini, dimulai. Keempat metode tersebut antara lain (Arsyad,2011):

1. Metode ceramah  
Metode ini dilakukan dengan cara menerangkan tentang fotografi dan sosial media.
2. Metode Simulasi  
Pada metode ini lebih bersifat ke praktek langsung yang dilakukan oleh para peserta. Disini para peserta akan mempraktekan materi yang akan dicontohkan terlebih dahulu.
3. Metode Diskusi  
Pada tahapan ini, para peserta diijinkan untuk bertanya mengenai materi yang telah disampaikan dan dipraktekkan sebelumnya.

## PEMBAHASAN

Kegiatan ini terdiri dari 5 bagian inti yaitu:

1. Perkenalan
2. Persiapan Peralatan
3. Pelatihan Konten Media Sosial
4. Pendampingan Praktek
5. Penutup

### Kegiatan Sosialisasi

Bagian awal pelatihan diisi dengan pengenalan mengenai program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh dosen STIKOM Bali, sebagai tugas dan kewajiban dari Tri Darma Perguruan Tinggi. Serta sambutan dari Ketua Kelompok Muda Tani Bali.



Gambar 1 Perkenalan dari Tim Pengabdian STIKOM Bali



Gambar 2 Perkenalan dari Ketua Kelompok Muda Tani Bali

### Persiapan Peralatan

Persiapan tahap awal yaitu mempersiapkan peralatan Fotografi, Objek, dan Smartphone yang akan digunakan untuk melaksanakan teknik fotografi dan konten Media Sosial.

### Pelatihan Konten Media Sosial

Sebelum memulai pelatihan, peserta pelatihan diberikan dasar-dasar pemanfaatan media sosial terlebih dahulu. Materi yang diberikan terdiri dari:

- a. Bagian Pertama: Perkenalan Media Sosial untuk bisnis.



Gambar 3 Pemberian materi dari narasumber tentang Media Sosial Untuk Bisnis

- b. Bagian Kedua: Teknik Fotografi.



Gambar 4 Seorang Peserta mencoba Teknik Fotografi

Tampak pada Gambar 3 narasumber sedang memberikan materi tentang memanfaatkan media sosial guna kepentingan bisnis kepada peserta yang berasal dari kelompok muda tani.

Pada Gambar 4 seorang peserta sedang mencoba teknik fotografi yang telah dijelaskannya sebelumnya oleh narasumber, foto produk merupakan hal yang sangat penting pada media sosial

untuk menarik minat pengunjung dalam menggunakan media sosial.

c. Bagian Ketiga: Teknik pembuatan konten Media Sosial.



Gambar 5 Salah satu contoh hasil Pembuatan Konten Media Sosial

d. Bagian Keempat: Menganalisa sentimen pasar Media Sosial



Gambar 6 Materi Analisa Konten Media Sosial

Gambar 5 merupakan salah satu contoh dari hasil pembuatan konten yang dilakukan oleh peserta.

Gambar 6 merupakan kumpulan materi dari analisa konten yang dilakukan oleh Tim pengabdian STIKOM Bali

### Pendampingan Praktek

Pada saat melakukan praktek pembuatan konten media sosial para peserta sudah menggunakan Media Sosial tetapi belum memanfaatkan untuk berbisnis. Salah satunya adalah dengan menggunakan fitur Instagram bisnis, serta facebook untuk bisnis pada saat pelaksanaan pelatihan para peserta

diajarkan cara mengupgrde atau merubah *account* Instagram menjadi Instagram bisnis atau membuat *account* Instagram bisnis baru. Serta diajarkan cara mengelola konten Instagram sebagai konten bisnis, dengan penarapan pelatihan teknik pengambilan gambar dan deskripsi untuk menunjang promosi usaha.

### Penutup

Sesi terakhir diisi dengan penyerahan tanya jawab dan rencana pengembangan yang dapat diterapkan di lahan pertanian. Evaluasi dan Monitoring dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada para anggota dan pengelola kelompok tani. Secara umum setelah dilakukan evaluasi melalui kuesioner kemampuan para peserta dari hasil pelatihan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- Seluruh 100% peserta kemampuannya meningkat dalam hal membuat konten media sosial dengan teknik yang baik.
- Kemampuan peserta pelatihan dalam mengelola media sosial Instagram dan Facebook untuk bisnis meningkat 100%.

### SIMPULAN

Simpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, yaitu:

- Para peserta mendapatkan teknik fotografi dan perbandingan cara mengelola konten menggunakan media sosial pribadi dan media sosial bisnis sehingga memberikan kemampuan mengelola konten media sosial menjadi lebih baik. Dari hasil pelatihan kemampuan para anggota kelompok pemuda tani Bali dalam mengelola konten media sosial meningkat 100%.
- Konten media sosial dapat sangat membantu para peserta dalam mempermudah mempromosikan hasil panen mereka dengan lebih luas melalui media social
-

### UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan jurnal ini, penulis banyak memperoleh petunjuk dan bimbingan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan hal tersebut pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Dadang Hermawan., selaku Ketua STMIK STIKOM Bali.
2. Rekan-rekan pada bagian Akademik, Prodi, Lab dan P2M.
3. Rekan-rekan mahasiswa yang membantu pada saat pelaksanaan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti. (2015). *Hidroponik Perkotaan*. Depok.PT. Trubus Swadaya.
- Arsyad, A. 2011. *Media Pembelajaran*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura.(2016). *Sub Sektor Hortikultura*. Kementrian Pertanian RI
- La Moriansyah, (2015). *Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences*. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* Vol. 19 No.3, Desember 2015: 187-196