

# Pelatihan Literasi Digital Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyuluhan Pertanian Yang Efektif Dan Efisien Bagi Petani

Gisky Andria Putra<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Pertanian, Agribisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>[gisky.andria@gmail.com](mailto:gisky.andria@gmail.com)

(\* : coresponding author)

**Abstrak** – Pemanfaatan media sosial dalam penyuluhan pertanian telah menjadi strategi yang dinilai cukup efektif dan efisien dalam menyebarkan luaskan informasi kepada petani di era digital. Media sosial memberikan akses yang lebih mudah, cepat, dan luas dalam menyampaikan informasi terkait teknologi pertanian, teknik budidaya, serta kebijakan-kebijakan terbaru yang relevan dengan sektor pertanian. Kegiatan pemberdayaan kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendorong petani dalam memanfaatkan media sosial agar dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani. Kegiatan ini menggunakan metode ceramah dan pelatihan dengan tiga tahapan pelaksanaan, yaitu: tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tujuan mendorong petani dalam memanfaatkan media sosial agar dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani telah memberikan hasil yang positif bagi petani. Terbangunnya kesadaran petani menjadi langkah awal yang penting dalam upaya memotivasi petani untuk menggunakan media sosial sebagai sarana yang produktif. Namun, tantangan dalam hal keterbatasan akses internet di beberapa daerah menjadi hambatan utama dalam pemanfaatan media sosial secara maksimal. Secara keseluruhan, media sosial berpotensi menjadi sarana penyuluhan yang efisien, tetapi juga memerlukan dukungan dari berbagai pihak, baik dari pemerintah, organisasi penyuluhan, maupun masyarakat untuk memaksimalkan efektivitasnya.

**Kata Kunci:** Literasi Digital, Media Sosial, Media Penyuluhan Pertanian

**Abstract** – The utilization of social media in agricultural extension has emerged as a strategy deemed quite effective and efficient in disseminating information to farmers in the digital era. Social media offers easier, faster, and broader access to convey information related to agricultural technology, cultivation techniques, and the latest policies relevant to the agricultural sector. This community empowerment activity aims to encourage farmers to leverage social media to enhance their knowledge and skills. The activity employs lecture and training methods, carried out in three stages: preparation, implementation, and evaluation. The results indicate that the community service activity, aimed at encouraging farmers to utilize social media to improve their knowledge and skills, has yielded positive outcomes for farmers. The development of farmers' awareness is a crucial initial step in motivating them to use social media as a productive tool. However, challenges such as limited internet access in some areas pose a major obstacle to maximizing social media utilization. Overall, social media holds the potential to be an efficient extension tool, but it also requires support from various parties, including the government, extension organizations, and the community, to maximize its effectiveness.

**Keywords:** Digital Literacy, Social Media, Agricultural Extension Media

## 1. PENDAHULUAN

Media sosial memainkan peranan penting dalam meningkatkan pengetahuan dan adopsi teknologi pertanian oleh petani karena membantu menyampaikan informasi secara efektif dan efisien, serta menarik minat petani untuk belajar dan menerapkan teknologi baru. Media sosial memiliki keistimewaan dalam menyebarluaskan informasi, memiliki jangkauan luas, sehingga akan dapat mempercepat proses transfer pengetahuan dan adopsi teknologi khususnya oleh petani. Pemanfaatan media sosial sebagai media penyuluhan pertanian diharapkan menjadi *trigger* pembangunan pertanian dalam upaya meningkatkan pengetahuan, sikap, dan keterampilan petani. Hal ini tentunya akan bermuara kepada meningkatnya produktivitas usaha tani yang dilakukan oleh petani serta mampu meningkatkan kesejahteraan mereka. Hal ini senada dengan hasil penelitian (Nurdayati et al., 2023) yang mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial sebagai media penyuluhan pertanian sebagai sumber informasi sangat memberikan dampak bagi pengetahuan, sikap, dan keterampilan petani tentang bidang pertanian, sehingga semakin sering petani mengakses informasi melalui media massa maka petani akan merasakan adanya perubahan perilaku pada diri petani.

Keterbatasan akses dan literasi digital petani menjadi hambatan dalam transfer *knowledge* kepada petani. Hal ini dibuktikan pada saat dilakukan survei awal, ditemukan bahwa dari 40 petani, sekitar 70% di antaranya mengaku memiliki ponsel pintar, namun hanya 20% yang menggunakan media sosial untuk mencari informasi pertanian. Angka ini menunjukkan bahwa masih rendahnya motivasi pada diri petani untuk memenuhi kebutuhan informasi tentang pertanian. Hambatan utamanya adalah kurangnya keterampilan dalam menggunakan media sosial secara produktif.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, diperlukan pelatihan literasi digital bagi petani agar mereka dapat memanfaatkan teknologi informasi secara maksimal. Pelatihan ini dapat mencakup penggunaan media sosial, pencarian informasi melalui internet, hingga penggunaan aplikasi pertanian berbasis digital. Dengan meningkatkan kemampuan ini, petani tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga dapat berinteraksi secara aktif, bertanya, dan berbagi pengalaman dengan petani lain maupun dengan penyuluh.

Di era digital seperti sekarang, informasi tentang pertanian dapat diakses dengan mudah melalui berbagai platform online. Namun, tanpa kemampuan dasar untuk mengakses dan memahami informasi tersebut, potensi besar ini tidak akan memberikan dampak yang signifikan. Oleh karena itu, pelatihan literasi digital menjadi fondasi penting dalam menjembatani kesenjangan antara teknologi dan penerapannya di lapangan oleh petani.

Pelatihan literasi digital ini perlu dirancang dengan pendekatan yang sederhana dan praktis agar mudah dipahami oleh petani dengan latar belakang pendidikan yang beragam. Materi pelatihan yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan nyata di lapangan, seperti cara mencari informasi harga pasar, cuaca, teknik budidaya, hingga pemasaran hasil pertanian secara online. Selain itu, penting juga untuk memberikan pelatihan tentang keamanan digital. Petani perlu dibekali dengan pengetahuan dasar tentang bagaimana melindungi data pribadi, menghindari penipuan online, serta mengenali informasi palsu yang bisa menyesatkan mereka dalam pengambilan keputusan pertanian.

Pelatihan dilakukan secara berkelompok melalui kerja sama dengan kelompok tani. Model pelatihan yang bersifat partisipatif, seperti belajar sambil praktik langsung menggunakan gawai, sehingga menjadi lebih efektif dibandingkan metode ceramah satu arah. Simulasi penggunaan aplikasi pertanian dan diskusi kasus nyata juga dapat memperkuat pemahaman peserta.

Dengan adanya peningkatan literasi digital, petani akan lebih mandiri dalam mencari solusi atas permasalahan yang mereka hadapi. Mereka akan memiliki akses yang lebih luas terhadap inovasi, pasar, dan jejaring kerja sama. Pada akhirnya, literasi digital bukan hanya tentang penguasaan teknologi, tetapi juga tentang pemberdayaan petani dalam menghadapi tantangan dan peluang di era pertanian modern.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

### **2.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan**

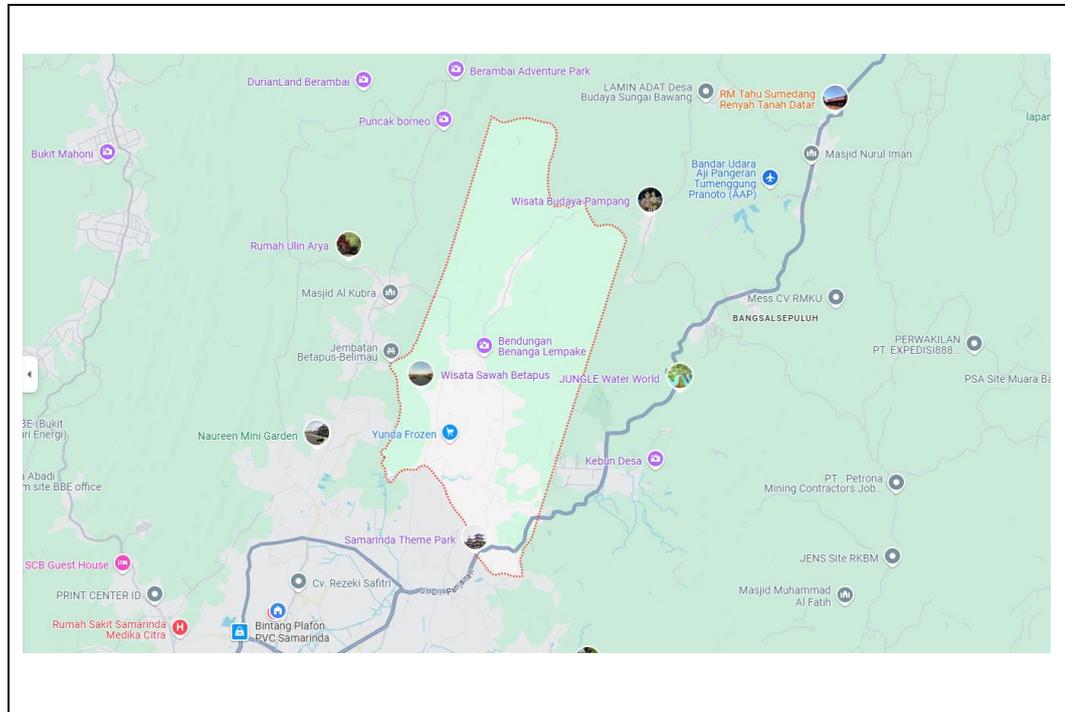
Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan metode Ceramah dan metode Pelatihan. Kegiatan ini dilaksanakan melalui tiga tahapan, di antaranya, tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Pada tahap persiapan, terlebih dulu dilakukan diskusi dengan berbagai pihak terkait untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Pada tahap pelaksanaan, metode yang digunakan adalah metode ceramah dengan teknik presentasi, kemudian dilanjutkan dengan diskusi tanya jawab. Tahap akhir, dilaksanakan dengan evaluasi sebagai upaya untuk mengetahui kesadaran, kemauan, dan pengetahuan terkait sumber informasi bagi petani dalam memenuhi kebutuhannya akan informasi tentang pertanian.

### **2.2. Waktu Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 07 Desember 2024. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi terkait Pentingnya Media Sosial bagi sektor Pertanian, Pengenalan Platform Media Sosial, Penggunaan Media Sosial untuk Pemasaran, dan Membangun Komunitas *Online* untuk pertanian. Peserta pada kegiatan merupakan petani yang berjumlah 12 orang. Kegiatan dilaksanakan selama 2 jam, mulai dari pukul 16.00 - 18.00 WIB.

### 2.3 Tempat Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan secara luring (*offline*) di kampung Salai, Kelurahan Lempake, Kecamatan Samarinda Utara, Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur.



Gambar 1. Map Lokasi Kegiatan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Hasil dan Pembahasan

#### 3.1.1 Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, langkah yang dilakukan adalah menemukan ide-ide atau gagasan terkait literasi digital dalam pemanfaatan media sosial sebagai media penyuluhan pertanian, serta mempersiapkan materi tersebut ke dalam bentuk *PowerPoint* untuk dipresentasikan saat kegiatan dilaksanakan. Selain itu, pembuatan *leaflet* juga dilakukan sebagai media penyebarluasan informasi terkait kegiatan pengabdian masyarakat.

#### 3.1.2 Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan pengenalan kemudian dilanjutkan dengan memaparkan materi, sehingga dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada petani tentang pemanfaatan media sosial. Penyajian materi dikemas dengan gaya bahasa yang sederhana sehingga mudah dipahami, serta dengan desain powerpoint yang menarik. Harapannya adalah peserta dapat memahami isi materi dengan baik dan sempurna. Beberapa poin penting yang disampaikan kepada peserta meliputi:

- 1) Pentingnya media sosial bagi sektor pertanian

Media sosial memiliki potensi besar sebagai media penyuluhan pertanian karena beberapa faktor yang sangat menguntungkan bagi sektor ini. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai potensi media sosial dalam konteks penyuluhan pertanian:

a. Jangkauan yang Luas

Media sosial memiliki jangkauan yang sangat luas, memungkinkan informasi dapat disebarkan ke berbagai kalangan, baik di tingkat lokal, nasional, bahkan internasional. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, dan WhatsApp dapat menjangkau petani dari berbagai daerah, termasuk mereka yang berada di daerah terpencil. Hal ini sangat penting karena banyak petani yang mungkin tidak memiliki akses langsung ke pusat-pusat penyuluhan atau sumber informasi lainnya.

Keuntungan:

- Aksesibilitas: Informasi dapat diakses oleh siapa saja yang memiliki koneksi internet, tanpa terbatas oleh lokasi geografis.
- Skala besar: Penyuluhan bisa dilakukan kepada ribuan bahkan jutaan petani secara bersamaan.

b. Biaya yang Relatif Murah

Penggunaan media sosial sebagai sarana penyuluhan memiliki biaya yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan metode konvensional, seperti penyuluhan tatap muka atau pencetakan materi informasi. Dengan menggunakan platform media sosial, informasi dapat disebarkan tanpa biaya transportasi, sewa tempat, atau biaya cetak. Bahkan, beberapa platform media sosial memungkinkan penyuluhan dilakukan secara gratis, cukup dengan menggunakan ponsel atau komputer.

Keuntungan:

- Efisiensi biaya: Tanpa perlu anggaran besar, organisasi penyuluhan atau pemerintah bisa memanfaatkan media sosial untuk menjangkau banyak petani.
- Lebih hemat waktu: Penyuluhan bisa dilakukan secara langsung dan real-time, tanpa perlu menunggu acara fisik atau pertemuan besar.

c. Interaksi Dua Arah

Salah satu keunggulan besar dari media sosial adalah kemampuannya untuk memungkinkan interaksi dua arah antara penyuluh dan petani. Petani dapat bertanya langsung, memberikan feedback, atau mengajukan masalah yang mereka hadapi dalam kegiatan pertanian. Penyuluh atau ahli pertanian juga dapat memberikan solusi atau klarifikasi secara langsung.

Keuntungan:

- Dialog terbuka: Petani bisa langsung berinteraksi dengan penyuluh, mendapatkan jawaban, dan berbagi pengalaman atau kesulitan.
- Respon cepat: Pertanyaan atau masalah petani bisa dijawab dengan cepat, meningkatkan efektivitas penyuluhan (Lestari et al., 2025).

d. Kemampuan untuk Menyampaikan Informasi dalam Berbagai Format

Media sosial memungkinkan penyuluhan dilakukan dalam berbagai format, seperti teks, gambar, grafik, dan video. Misalnya, video tutorial tentang cara menanam tanaman yang benar, gambar yang menjelaskan cara mengidentifikasi hama, atau teks yang menginformasikan tentang teknik pertanian terbaru. Format-format ini membantu menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh petani.

Keuntungan:

- Visualisasi: Materi yang disampaikan dalam bentuk gambar atau video lebih mudah dipahami daripada hanya teks.

- Variasi format: Petani bisa mendapatkan informasi yang lebih lengkap dengan memanfaatkan berbagai format, misalnya kombinasi teks dan gambar atau video.
  - Keterlibatan aktif: Penggunaan video dan gambar membuat petani lebih terlibat, meningkatkan tingkat pemahaman dan penerapan informasi yang diberikan.
- e. Kemampuan untuk Memperbarui Informasi Secara Berkala

Media sosial memungkinkan penyuluh atau organisasi untuk memperbarui informasi secara cepat dan terus-menerus. Misalnya, jika ada metode pertanian baru atau pembaruan terkait cuaca yang bisa mempengaruhi hasil panen, informasi ini bisa segera disebarkan ke petani di seluruh wilayah.

Keuntungan:

- Pembaruan real-time: Petani bisa mendapatkan informasi terbaru yang relevan dengan kondisi saat itu, seperti peringatan cuaca ekstrem atau harga pasar terkini.
  - Ketepatan waktu: Dengan adanya update yang cepat, petani dapat segera menyesuaikan tindakan mereka sesuai dengan informasi yang diberikan.
- f. Fleksibilitas dalam Pemilihan Platform

Dengan banyaknya platform yang ada, penyuluhan pertanian bisa disesuaikan dengan karakteristik audiens. Misalnya, petani muda lebih cenderung aktif di Instagram dan YouTube, sementara petani yang lebih tua mungkin lebih nyaman menggunakan Facebook atau WhatsApp. Penyuluhan dapat disesuaikan dengan platform yang paling banyak digunakan oleh petani di masing-masing daerah.

Keuntungan:

- Segmentasi audiens: Informasi bisa disesuaikan dengan kelompok usia atau demografi tertentu, memastikan materi yang disampaikan lebih relevan dan efektif.
  - Konten terpersonalisasi: Dengan memahami kebiasaan audiens, penyuluh bisa menyajikan informasi yang lebih sesuai dan menarik.
- g. Meningkatkan Kolaborasi dan Jaringan

Melalui media sosial, petani dapat berinteraksi dengan sesama petani, penyuluh, dan ahli pertanian lainnya. Ini membuka peluang untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman antar petani, yang sering kali berujung pada kolaborasi atau komunitas berbasis minat atau wilayah.

Keuntungan:

- Jaringan komunitas: Membantu petani untuk saling berbagi tips, pengalaman, atau bahkan menemukan solusi untuk tantangan yang mereka hadapi.
- Peningkatan kolaborasi: Penyuluh bisa bekerja sama dengan organisasi lain untuk menyebarkan informasi atau melakukan kampanye yang lebih besar (Mangold & Faulds, 2009).

## 2) Pengenalan platform media sosial

Platform media sosial adalah aplikasi atau situs web berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi konten, berpartisipasi dalam jejaring sosial, dan berinteraksi dengan orang lain secara *online*. Karakteristik utama dari platform ini adalah kemampuannya untuk memfasilitasi komunikasi dua arah atau multi-arah, berbeda dengan media tradisional yang cenderung bersifat satu arah.

Berikut jenis-jenis Platform Media Sosial (Berdasarkan Fungsi Utama):

- a. Jejaring Sosial (*Social Networking Sites*): Berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan hubungan personal atau profesional. Contoh: Facebook, X (Twitter).

- b. Situs Berbagi Media (*Media Sharing Sites*): Berfokus pada berbagi konten visual dan audio. Contoh: Instagram, YouTube, TikTok.
- c. Situs *Blog* dan *Microblogging*: Berfokus pada penerbitan konten tekstual yang diperbarui secara berkala, baik panjang maupun pendek. Contoh: WordPress, Blogger, X (Twitter).
- d. Aplikasi Pesan Instan (*Instant Messaging Apps*): Meskipun fungsi utamanya adalah pesan pribadi, banyak yang telah mengintegrasikan fitur media sosial seperti status, cerita, dan grup. Contoh: WhatsApp, Telegram, Line (Sukoco & Maulana, 2022).

3) Penggunaan media sosial untuk pemasaran

Penggunaan media sosial untuk pemasaran, sering disebut sebagai pemasaran media sosial (*social media marketing*), adalah strategi yang melibatkan penggunaan platform media sosial untuk terhubung dengan audiens target Anda guna membangun merek, meningkatkan penjualan, mendorong lalu lintas situs web, dan menciptakan komunitas.

Urgensi Media Sosial untuk Pemasaran, diantaranya adalah :

- a. Jangkauan Audiens yang Luas: Miliaran orang menggunakan media sosial setiap hari. Ini memberikan peluang tak tertandingi untuk menjangkau audiens yang sangat besar dan beragam di berbagai demografi.
- b. Penargetan yang Tepat: Platform media sosial memiliki data demografi, minat, dan perilaku pengguna yang mendalam. Ini memungkinkan pemasar untuk menargetkan iklan dan konten mereka secara sangat spesifik kepada audiens yang paling mungkin tertarik dengan produk atau layanan mereka.
- c. Membangun Kesadaran Merek (*Brand Awareness*): Dengan kehadiran yang konsisten di media sosial, bisnis dapat meningkatkan visibilitas dan membantu audiens mengenali dan mengingat merek mereka.
- d. Meningkatkan Lalu Lintas Situs Web (*Website Traffic*): Tautan dalam postingan dan iklan media sosial dapat mengarahkan pengguna langsung ke situs web bisnis, blog, atau toko online.
- e. Mendorong Penjualan dan Konversi: Fitur *e-commerce* yang terintegrasi (seperti toko di *Instagram/Facebook*), iklan dengan ajakan bertindak (*call-to-action/CTA*) yang jelas, dan promosi langsung dapat secara signifikan meningkatkan penjualan.
- f. Keterlibatan Pelanggan (*Customer Engagement*): Media sosial memungkinkan interaksi dua arah dengan pelanggan. Ini membangun hubungan, meningkatkan loyalitas, dan memberikan peluang untuk mendapatkan umpan balik langsung.
- g. Layanan Pelanggan: Banyak konsumen menggunakan media sosial sebagai saluran pertama untuk pertanyaan atau masalah layanan pelanggan, menjadikannya platform penting untuk dukungan.
- h. Analisis dan Wawasan: Hampir semua platform media sosial menyediakan alat analitik yang kuat yang memungkinkan pemasar melacak kinerja kampanye, memahami perilaku audiens, dan mengoptimalkan strategi mereka.
- i. Keunggulan Kompetitif: Jika pesaing Anda menggunakan media sosial untuk pemasaran, Anda juga harus melakukannya untuk tetap relevan dan kompetitif (Tuten, 2023).

4) Membangun komunitas *online* untuk pertanian

Membangun komunitas online yang berfokus pada pertanian dapat menjadi inisiatif yang sangat bermanfaat, baik untuk petani, peneliti, pemasok, maupun konsumen. Komunitas semacam ini bisa menjadi pusat pertukaran informasi, solusi masalah, inovasi, dan bahkan platform untuk kolaborasi bisnis.

Berikut ini adalah langkah-langkah Membangun Komunitas Online Pertanian yang Efektif dan efisien.

a. Tentukan Tujuan dan *Niche* Komunitas

Apa tujuan utama komunitas ini? Apakah untuk berbagi praktik terbaik, menjual produk, advokasi, atau kombinasi dari semuanya? Siapa target audiensnya? Petani skala kecil, petani komersial, hobiis, agronomis, mahasiswa pertanian, konsumen yang tertarik pada pangan lokal? Apa fokus spesifiknya? Pertanian organik, hidroponik, perkebunan kopi, peternakan, pertanian berkelanjutan? Semakin spesifik, semakin mudah menarik anggota yang tepat.

b. Pilih *Platform* yang Tepat

Pilihan platform akan sangat memengaruhi cara komunitas berinteraksi dan tumbuh.

- Facebook Groups: Mudah diakses, banyak pengguna, fitur diskusi dan berbagi media yang kuat. Cocok untuk komunitas yang lebih umum atau berdasarkan lokasi.
- WhatsApp/Telegram Groups: Cocok untuk diskusi cepat, pertukaran informasi real-time, dan jaringan yang lebih intim. Lebih baik untuk kelompok yang lebih kecil atau untuk komunikasi internal kelompok yang sudah ada.
- Platform Campuran: Kombinasi dari beberapa platform (misalnya, Facebook Group untuk diskusi umum, WhatsApp untuk pengumuman penting, dan blog untuk artikel mendalam).

c. Kembangkan Strategi Konten

Konten adalah daya tarik utama.

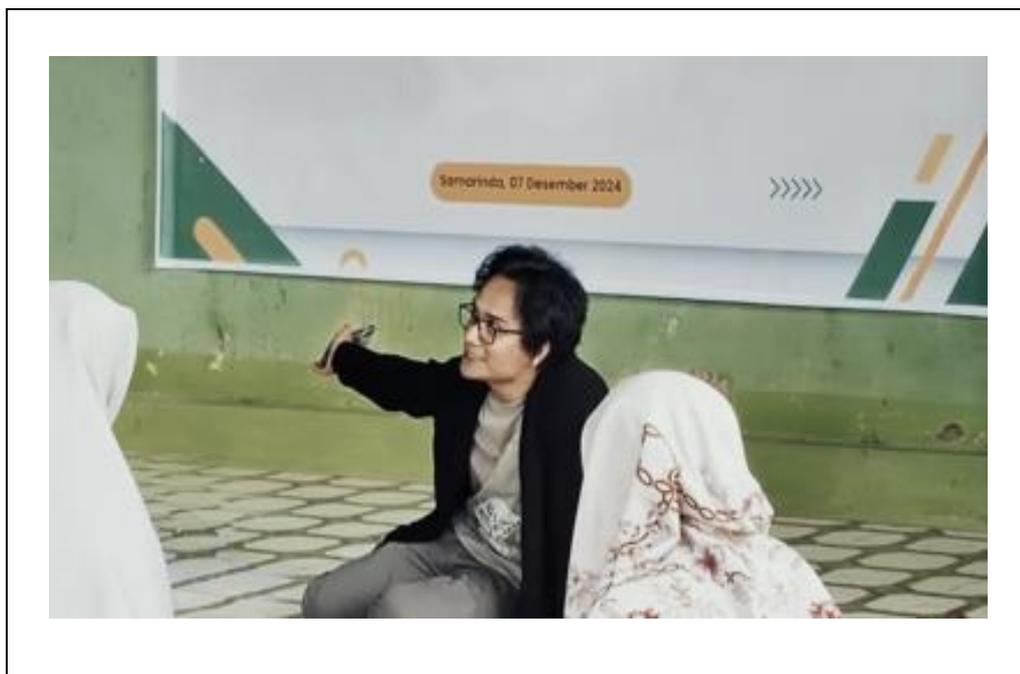
- Konten Edukatif: Tutorial, panduan, infografis tentang teknik pertanian, manajemen hama, nutrisi tanaman, dan lainnya.
- Studi Kasus/Kisah Sukses: Wawancara dengan petani sukses, kisah inspiratif, atau proyek-proyek inovatif.
- Berita Industri: Pembaruan tentang kebijakan pertanian, inovasi teknologi, atau tren pasar.
- Konten Interaktif: Tanya jawab dengan penyuluh, konten webinar, dan lainnya.
- Konten Visual: Foto dan video berkualitas tinggi tentang lahan pertanian, hasil panen, atau proses budidaya.

d. Promosikan dan Tarik Anggota

Jaringan Pribadi: Undang kontak Anda yang relevan (petani, ahli, mahasiswa).

- Promosi Lintas Platform: Bagikan tautan komunitas di media sosial lain, situs web pertanian, blog, dan lainnya.
- Acara *Offline*: Promosikan komunitas di pertemuan petani, pameran pertanian, atau seminar.
- SEO: Optimalkan deskripsi komunitas dan postingan agar mudah ditemukan melalui mesin pencari.
- Kerja Sama: Bermitra dengan organisasi pertanian, universitas, atau perusahaan agribisnis untuk menarik anggota (Leeuwis & Aarts, 2011).

Membangun komunitas *online* untuk pertanian adalah investasi jangka panjang yang dapat memberikan nilai luar biasa bagi seluruh ekosistem pertanian. Dengan perencanaan yang matang dan eksekusi yang konsisten, komunitas ini bisa menjadi kekuatan pendorong untuk inovasi dan kesejahteraan di sektor pertanian.



**Gambar 2.** Penyampaian Materi

### **3.1.3 Tahap Evaluasi**

Evaluasi adalah suatu upaya untuk mengumpulkan, menyusun, mengolah dan menganalisa fakta, data dan informasi untuk menyimpulkan manfaat mengenai suatu program, untuk dibuat kesimpulan sebagai landasan pengambilan Keputusan (Putra & Widuri, 2024). Pada tahapan evaluasi ini, peserta diberikan kesempatan untuk tanya jawab terkait materi yang telah disampaikan sebelumnya. Beberapa peserta mengajukan pertanyaan-pertanyaan kontret dan relevan dengan materi yang telah dijelaskan. Antusiasme peserta terlihat dari semangat dan keaktifan peserta selama mengikuti kegiatan. Beberapa peserta menyampaikan bahwa mereka termotivasi setelah mengikuti kegiatan tersebut. *Feedback* ini menjadi bagian penting bagi pemateri dan semua peserta.

## **4. KESIMPULAN**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tujuan mendorong petani dalam memanfaatkan media sosial agar dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani telah memberikan hasil yang positif bagi petani. Terbangunnya kesadaran petani menjadi langkah awal yang penting dalam upaya memotivasi petani untuk menggunakan media sosial sebagai sarana yang produktif. Namun, tantangan dalam hal keterbatasan akses internet di beberapa daerah menjadi hambatan utama dalam pemanfaatan media sosial secara maksimal. Secara keseluruhan, media sosial berpotensi menjadi sarana penyuluhan yang efisien, tetapi juga memerlukan dukungan dari berbagai pihak, baik dari pemerintah, organisasi penyuluhan, maupun masyarakat untuk memaksimalkan efektivitasnya.

## **REFERENCES**

- Leeuwis, C., & Aarts, N. (2011). Rethinking communication in innovation processes: creating space for change in complex systems. *Journal of Agricultural Education and ...* <https://doi.org/10.1080/1389224x.2011.536344>
- Lestari, P. P., Sukmawati, S., & ... (2025). Pentingnya Media Sosial Dalam pemasaran Usaha Kita Madu di Binjai. *Amaliah: Jurnal ...* <https://www.jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/AJPKM/article/view/5036>
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309000329>
- Nurdayati, N., Kinasih, B. S., & ... (2023). Hubungan Keterdedahan Media Informasi dengan Perilaku Peternak

- dalam Teknologi Pembuatan Vermikompos di Desa Podosoko Kecamatan Candimulyo .... *Jurnal* ....  
<http://jurnal.polbangtanyoma.ac.id/index.php/jp3/article/view/1125>
- Putra, G. A., & Widuri, N. (2024). Membangun Keterampilan Komunikasi Interpersonal Pada Finalis Putra Putri Kebudayaan Nusantara Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN)* ....  
<http://journal.stmiki.ac.id/index.php/jpni/article/view/839>
- Sukoco, S. A., & Maulana, A. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Platform Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada* .... <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/531>
- Tuten, T. L. (2023). *Social media marketing*.(2023). Sage publications limited.