

## Komunikasi Strategis Dan Digitalisasi Kelompok Tani Bumi Sinar Mukti Cilengkrang Kabupaten Bandung

Meiyanti Nurchaerani<sup>1\*</sup>, Ario Pamungkas<sup>2</sup>, Alfian<sup>3</sup>, Syahiid Hidayatullah Rizkika Hartadhi<sup>4</sup>

<sup>1, 2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Jl. Arjuna Utara No.9, Duri Kepa, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 11510, Indonesia

<sup>3</sup>Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Esa Unggul, Jl. Arjuna Utara No.9, Duri Kepa, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota, Jakarta 11510, Indonesia

<sup>4</sup>Fakultas Kedokteran, Universitas Padjajaran, Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, Hegarmanah, Kec. Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat, 45363, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>[Meiyanti.nurchaerani@esaunggul.ac.id](mailto:Meiyanti.nurchaerani@esaunggul.ac.id), <sup>2</sup>[ariopamungkas@esaunggul.ac.id](mailto:ariopamungkas@esaunggul.ac.id), <sup>3</sup>[Alfian@esaunggul.ac.id](mailto:Alfian@esaunggul.ac.id), <sup>4</sup>[Syahiid21001@mail.unpad.ac.id](mailto:Syahiid21001@mail.unpad.ac.id)

(\* : coresponding author)

**Abstrak** – Kelompok Tani Bumi Sinar Mukti menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan komunikasi strategis dan digitalisasi untuk memperkuat pemasaran dan pengelolaan organisasi mereka. Penelitian pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota kelompok tani dalam memanfaatkan media digital secara terarah. Metode yang digunakan meliputi *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menggali kebutuhan dan harapan anggota, pelatihan komunikasi strategis untuk merumuskan pesan efektif, serta pendampingan digitalisasi melalui pembuatan konten edukasi dan pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan meningkatnya pemahaman anggota mengenai pentingnya strategi komunikasi, kemampuan menyusun rencana komunikasi yang terstruktur, serta penggunaan media sosial untuk promosi dan jejaring pasar. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah digitalisasi yang terencana dan strategi komunikasi yang efektif dapat menjadi kekuatan utama kelompok tani dalam menghadapi dinamika pasar dan meningkatkan kesejahteraan bersama.

**Kata Kunci:** Komunikasi, Strategis, Komunikasi Strategis, Digitalisasi, Komunikasi Digital

**Abstract** – *Bumi Sinar Mukti Farmers Group faced challenges in optimizing strategic communication and digitalization to strengthen their marketing and organizational management. This community service research aimed to improve members' understanding and skills in utilizing digital media effectively. The methods used included Focus Group Discussions (FGD) to explore members' needs and expectations, strategic communication training to formulate effective messages, and digitalization assistance through the creation of educational and marketing content. The results showed that members' understanding of the importance of communication strategies increased, as well as their ability to develop structured communication plans and use social media for promotion and market networking. In conclusion, planned digitalization and effective communication strategies became the main strengths of the farmers group in facing market dynamics and enhancing their collective welfare.*

**Keywords:** *Communication, Strategic, Strategic Communication, Digitalization, Digital Communication*

### 1. PENDAHULUAN

Kelompok tani merupakan salah satu elemen penting dalam pembangunan sektor pertanian di Indonesia. Keberadaan kelompok tani tidak hanya sebagai wadah berkumpulnya para petani, tetapi juga menjadi sarana komunikasi, edukasi, dan penguatan ekonomi masyarakat desa. Namun demikian, tantangan dalam pengelolaan kelompok tani saat ini semakin kompleks seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu kelompok tani yang menghadapi tantangan tersebut adalah Kelompok Tani Bumi Sinar Mukti yang berada di Desa Sukamukti, Kecamatan Cilengkrang, Kabupaten Bandung.

Selama ini, komunikasi di dalam kelompok tani cenderung bersifat konvensional, mengandalkan pertemuan tatap muka yang kadang tidak efektif karena keterbatasan waktu dan kesibukan anggota. Padahal, komunikasi yang strategis sangat dibutuhkan untuk menyampaikan informasi terkait jadwal tanam, pengendalian hama terpadu, distribusi pupuk subsidi, dan inovasi budidaya pertanian lainnya. Menurut Effendy (2008), strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Hal ini menjadi relevan ketika dihadapkan pada kebutuhan kelompok tani untuk meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan anggotanya melalui perencanaan komunikasi yang baik.

Selain itu, digitalisasi menjadi peluang strategis yang dapat diintegrasikan dalam pengelolaan kelompok tani. Digitalisasi memungkinkan penyebaran informasi yang lebih cepat, pencatatan data hasil panen yang lebih rapi, hingga akses pasar yang lebih luas melalui media sosial dan platform digital. Namun, penerapan digitalisasi memerlukan kesiapan sumber daya manusia, infrastruktur, dan strategi komunikasi yang sesuai agar efektif dan berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat strategi komunikasi di Kelompok Tani Bumi Sinar Mukti serta mengenalkan konsep digitalisasi yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan mereka. Pendekatan yang dilakukan meliputi edukasi tentang strategi komunikasi kelompok, pelatihan penggunaan media digital, serta *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menggali kebutuhan riil dan menyusun rencana aksi bersama. FGD sendiri menurut Kitzinger dan Barbour (1999) adalah metode eksplorasi suatu isu atau fenomena khusus melalui diskusi kelompok individu yang berfokus pada aktivitas bersama untuk menghasilkan kesepakatan bersama. Dengan demikian, diharapkan Kelompok Tani Bumi Sinar Mukti mampu bertransformasi menjadi kelompok tani yang adaptif, strategis, dan produktif di era digital.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan pendidikan masyarakat, pelatihan, dan *Focus Group Discussion* (FGD) yang dirancang secara integratif dan partisipatoris agar anggota kelompok tani terlibat aktif dalam setiap tahapannya.

### **1. Pendidikan Masyarakat**

Kegiatan diawali dengan pendidikan masyarakat melalui penyuluhan tentang komunikasi strategis yang mencakup pemahaman dasar komunikasi, pentingnya komunikasi dalam kelompok tani, hingga strategi komunikasi efektif untuk mencapai tujuan bersama. Materi disampaikan menggunakan media presentasi interaktif dan studi kasus berbasis permasalahan nyata yang dihadapi Kelompok Tani Bumi Sinar Mukti. Penyuluhan ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan kesadaran anggota kelompok tentang pentingnya komunikasi strategis dalam mendukung produktivitas dan kesejahteraan kelompok.

### **2. Pelatihan Digitalisasi**

Tahap selanjutnya adalah pelatihan penggunaan media digital sederhana, seperti aplikasi WhatsApp Group, Google Forms, dan pembuatan katalog produk tani menggunakan smartphone. Pelatihan dilakukan secara demonstratif dengan metode praktik langsung (*learning by doing*), sehingga anggota kelompok tani dapat mempraktikkan penggunaan teknologi sesuai kebutuhan mereka. Materi pelatihan meliputi:

- Teknik membuat dan mengelola grup WhatsApp secara efektif
- Penggunaan Google Forms untuk pendataan kebutuhan dan hasil panen
- Pengenalan konsep branding sederhana melalui foto produk untuk promosi digital

### **3. *Focus Group Discussion* (FGD)**

FGD dilaksanakan dengan melibatkan seluruh pengurus dan perwakilan anggota kelompok tani untuk mengidentifikasi masalah utama komunikasi dan digitalisasi, merumuskan solusi, serta menyepakati rencana tindak lanjut bersama. Menurut Kitzinger dan Barbour (1999), FGD merupakan metode eksplorasi suatu isu atau fenomena khusus melalui diskusi kelompok yang berfokus pada aktivitas bersama untuk menghasilkan kesepakatan bersama. Dalam kegiatan ini, FGD difasilitasi dengan pendekatan *problem-based discussion* dan dipandu menggunakan daftar pertanyaan terbuka agar eksplorasi isu berlangsung mendalam dan terarah.

### **4. Pendampingan dan Evaluasi**

Setelah pendidikan, pelatihan, dan FGD dilaksanakan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan penggunaan media digital dan praktik strategi komunikasi selama dua minggu. Pendampingan dilakukan secara hybrid (tatap muka dan daring) untuk memastikan anggota mampu mengimplementasikan ilmu yang diperoleh. Evaluasi dilakukan melalui observasi langsung, wawancara singkat, dan rekam jejak aktivitas digital kelompok tani.

Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini mengedepankan prinsip partisipasi aktif, praktis, aplikatif, dan berkelanjutan, sehingga diharapkan hasil pengabdian dapat terus diimplementasikan dan menjadi budaya komunikasi baru di Kelompok Tani Bumi Sinar Mukti.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil

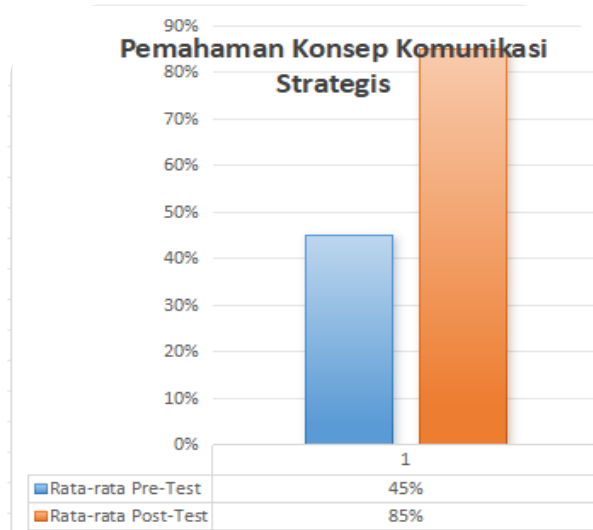
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelompok Tani Bumi Sinar Mukti menghasilkan beberapa temuan penting terkait komunikasi strategis dan digitalisasi. Berikut hasil yang diperoleh:

##### 1. Peningkatan Pemahaman Komunikasi Strategis

Berdasarkan hasil pre-test dan post-test sederhana yang diberikan kepada 13 anggota kelompok tani, terdapat peningkatan signifikan pemahaman komunikasi strategis.

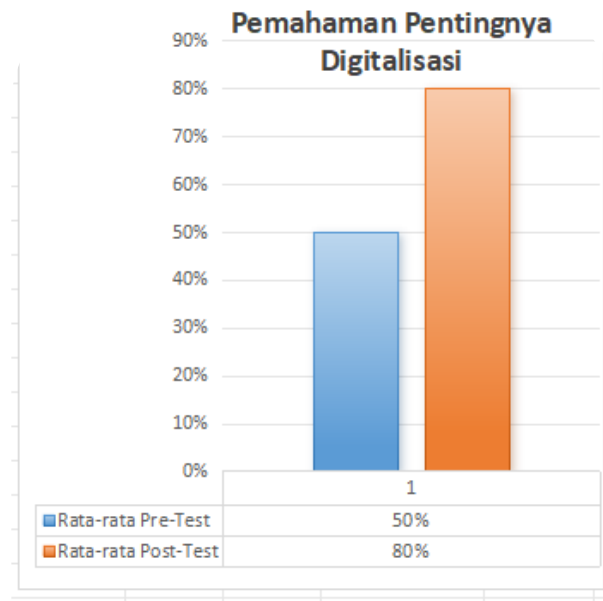
No	Aspek Yang Dinilai	Rata-rata Pre-Test	Rata-rata Post-Test	Keterangan
1	Pemahaman konsep komunikasi strategis	45%	85%	Peningkatan 40%
2	Pemahaman pentingnya digitalisasi	50%	80%	Peningkatan 30%
3	Keyakinan menggunakan media digital	40%	80%	Peningkatan 40%

##### a. Pemahaman konsep komunikasi strategis



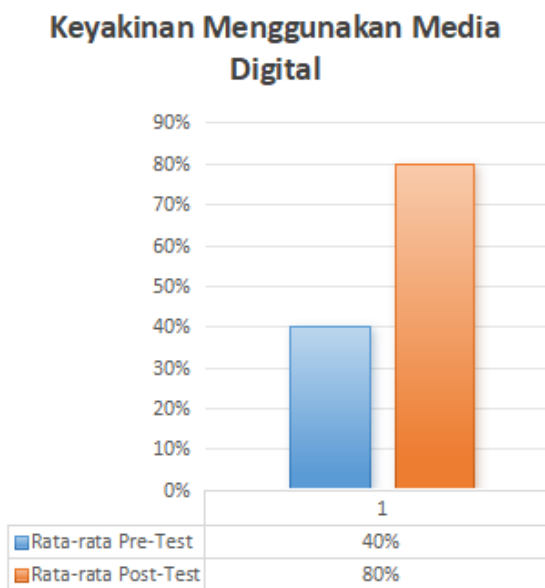
**Gambar 1.** Pemahaman Konsep Komunikasi Strategis

##### b. Pemahaman pentingnya digitalisasi



**Gambar 2.** Pemahaman Pentingnya Digitalisasi

c. Keyakinan menggunakan media digital



**Gambar 3.** Keyakinan Menggunakan Media Digital

2. Peningkatan Keterampilan Digitalisasi

Seluruh peserta pelatihan berhasil membuat:

- Grup WhatsApp internal dan eksternal
- Google Forms untuk pendataan hasil panen
- Foto produk (Domba dan cabai) untuk promosi di status WhatsApp dan katalog PDF.

3. Kesepakatan Strategi Komunikasi

Melalui FGD, kelompok tani menyepakati strategi komunikasi sebagai berikut:

- Komunikasi internal: Penggunaan WhatsApp Group dengan jadwal pengumuman dan diskusi mingguan.
- Komunikasi eksternal: Membentuk tim promosi digital yang bertugas menginformasikan produk siap jual dan harga melalui katalog PDF di status WhatsApp dan broadcast ke calon pembeli.

### **3.2 Pembahasan**

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pendidikan masyarakat, pelatihan, dan FGD efektif meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota kelompok tani dalam komunikasi strategis dan digitalisasi. Temuan ini sejalan dengan Kitzinger dan Barbour (1999) yang menyatakan bahwa FGD dapat menggali isu mendalam dan menghasilkan kesepakatan strategis bersama.

Selain itu, peningkatan keterampilan digitalisasi mendukung teori Effendy (2008) bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Dalam hal ini, media digital (WhatsApp dan Google Forms) menjadi sarana komunikasi strategis yang efektif dan efisien bagi kelompok tani.

Hasil ini juga mendukung penelitian Putri & Ali (2020) bahwa penyusunan strategi komunikasi memerlukan tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi untuk memastikan tercapainya tujuan. Strategi digital sederhana melalui WhatsApp dan katalog PDF sudah sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan kelompok tani saat ini, sehingga diharapkan dapat meningkatkan distribusi dan penjualan hasil pertanian mereka ke depannya.

## **4. KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelompok Tani Bumi Sinar Mukti menghasilkan beberapa simpulan penting. Pertama, pelatihan komunikasi strategis dan digitalisasi efektif meningkatkan pemahaman anggota kelompok tani, dibuktikan dengan peningkatan rata-rata nilai pre-test ke post-test pada aspek pemahaman konsep komunikasi strategis, pentingnya digitalisasi, dan keyakinan menggunakan media digital.

Kedua, pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan praktis anggota dalam membuat grup WhatsApp internal dan eksternal, mengisi pendataan digital melalui Google Forms, serta memproduksi foto produk pertanian untuk promosi digital sederhana.

Ketiga, melalui *Focus Group Discussion*, kelompok tani mampu menyusun strategi komunikasi yang terstruktur, meliputi: (1) optimalisasi komunikasi internal melalui WhatsApp Group dengan jadwal pengumuman mingguan; dan (2) penguatan komunikasi eksternal melalui pembentukan tim promosi digital yang bertugas menyebarkan katalog PDF produk pertanian kepada calon pembeli secara berkala.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa penguatan literasi komunikasi strategis dan keterampilan digital merupakan langkah penting untuk meningkatkan kapasitas kelompok tani dalam menghadapi tantangan pemasaran dan distribusi hasil pertanian di era digital saat ini. Ke depannya, program pendampingan berkelanjutan dan penambahan pelatihan digital lanjutan direkomendasikan untuk menjaga kesinambungan inovasi komunikasi dan pemasaran di kelompok tani tersebut.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada Kelompok Tani Bumi Sinar Mukti atas semangat kolaborasi dan antusiasme mereka dalam mengikuti setiap proses pengabdian ini. Terima kasih juga kepada rekan-rekan dosen dan mahasiswa Universitas Esa Unggul yang telah mendukung, menyumbangkan ide, serta tenaga dalam pelaksanaan kegiatan ini. Kehadiran dan keterlibatan aktif semua pihak tidak hanya memperkaya pengalaman akademik, tetapi juga membuka ruang refleksi bahwa ilmu komunikasi strategis dan digitalisasi memiliki dampak nyata

ketika diterapkan langsung pada masyarakat. Semoga kerja sama dan semangat berbagi pengetahuan ini menjadi langkah kecil yang berarti menuju kemandirian kelompok tani dan kesejahteraan bersama.

## REFERENCES

- Effendy, O. U. (2008). Ilmu komunikasi: Teori dan praktik. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era moderen (sebuah studi literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Kitzinger, J. (1994). The methodology of focus group interviews: The importance of interaction between research participants. *Sociology of Health and Illness*, 16(1), 103–121.
- Putri, A. V., & Ali, D. S. F. (2020). Strategi komunikasi pemasaran terpadu Coffee Shop Kopi Tuli. *Commiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 95–108. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1438>
- Rogers, E. M., & Kincaid, D. L. (1981). *Communication networks: Toward a new paradigm for research*. New York: Free Press.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis strategi UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Vardhani, N. K., & Tyas, A. S. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing. *Jurnal Gama Societa*, 9-16.
- Frederica, T. and Oktavianti, R. (2023) “Pemanfaatan Media Digital sebagai Sarana Pemasaran Perusahaan Properti”, *Prologia*, 7(2), pp. 379–389. doi: 10.24912/pr.v7i2.21419.