

Inovasi Digital dan Strategi Branding Inklusif sebagai Pilar Penguatan Institusi Jamaah Tani Muhammadiyah Sedayu

Hanifatus Sa'diyah Widihasaniputri*, Hamid Muhammad Jumasa, Muhammad Farid Ashidiq

Prodi Teknologi Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Purworejo

*Email : hanifatus@umpwr.ac.id

Abstract

This community service initiative introduced digital innovation and inclusive branding strategies to Jamaah Tani Muhammadiyah (JATAM) Sedayu, Bantul, aiming to strengthen institutional identity and broaden community participation. The program was delivered as a hands-on workshop combining short lectures, group discussions, and practical training on inclusive branding principles, effective use of social media platforms (Instagram, Facebook, WhatsApp Business, and YouTube), and the setup and governance of professional organizational accounts including username selection, content planning, and management roles. Twenty-four participants attended the sessions; post-workshop evaluation indicated measurable improvements in participants' understanding of digital branding, their ability to create and manage institutional social media accounts, and their readiness to use digital channels to enhance public communication and organizational image. Practical outputs included a social media account registry and a management guide. The program recommends continued mentoring, content monitoring, and capacity building to address infrastructure and literacy gaps. By integrating Marketing 6.0 principles and ongoing technical assistance, JATAM Sedayu is expected to increase visibility, participation, and the sustainability of community empowerment through digital channels.

Keywords: Digital Innovation, Inclusive Branding, Social Media, Farmer Congregation

Abstrak

Program pengabdian ini memperkenalkan inovasi digital dan strategi branding inklusif kepada Jamaah Tani Muhammadiyah (JATAM) Sedayu Bantul untuk memperkuat identitas kelembagaan dan memperluas partisipasi masyarakat. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk workshop praktik (hands-on) yang menggabungkan ceramah singkat, diskusi, dan pelatihan langsung tentang prinsip branding inklusif, pemanfaatan platform media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business, dan YouTube), serta tata kelola akun profesional termasuk penentuan username, tujuan penggunaan, dan rencana konten. Sebanyak 24 peserta mengikuti rangkaian kegiatan; hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang branding digital, kemampuan membuat dan mengelola akun kelembagaan, serta pemanfaatan media sosial untuk memperkuat citra dan komunikasi publik. Dokumen panduan dan daftar akun media sosial kelembagaan disusun sebagai output praktis. Program ini juga menekankan pentingnya strategi komunikasi inklusif yang menjangkau berbagai kelompok petani, peningkatan literasi digital untuk mengatasi hambatan infrastruktur dan keterampilan, serta penerapan prinsip Marketing 6.0 sebagai kerangka integrasi nilai sosial dalam branding. Dengan tindak lanjut berupa pelatihan lanjutan dan pendampingan teknis, diharapkan JATAM Sedayu dapat meningkatkan visibilitas, partisipasi masyarakat, dan keberlanjutan pemanfaatan media sosial.

Kata kunci: Inovasi Digital, Branding Inklusif, Media Sosial, Jamaah Tani

Pendahuluan

Di tengah perkembangan transformasi digital, masyarakat pedesaan semakin menyadari peran penting Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam mendukung pembangunan berkelanjutan. Terutama di sektor pertanian, teknologi digital memiliki potensi besar untuk mempercepat pengentasan kemiskinan dan kelaparan global, khususnya di daerah pedesaan negara berkembang yang sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian (Michael Kremer, 2021). Sejalan dengan hal tersebut, organisasi di sektor pertanian seperti Jamaah Tani Muhammadiyah (JATAM) Sedayu Bantul memiliki peluang untuk memanfaatkan platform digital dalam meningkatkan kapasitas organisasi, memperkuat branding, serta memperluas partisipasi masyarakat.

Namun, meskipun memiliki potensi tersebut, JATAM Sedayu Bantul masih menghadapi tantangan dalam pemanfaatan alat digital untuk komunikasi, branding, dan perluasan jangkauan kepada masyarakat. Sebagai organisasi berbasis komunitas yang bergerak di bidang pertanian, JATAM memiliki komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan petani melalui pengelolaan tanah wakaf dan pemberdayaan masyarakat tani. Akan tetapi, upaya mobilisasi jamaah dan pembangunan identitas kelembagaan yang kuat terhambat oleh keterbatasan dalam penggunaan platform digital seperti Facebook, Instagram, dan YouTube. Komunikasi internal memang berjalan baik melalui grup WhatsApp, namun jangkauan informasi masih terbatas di lingkungan internal sehingga visibilitas organisasi di ruang publik relatif rendah. Kondisi ini berdampak pada terbatasnya citra kelembagaan dan rendahnya tingkat kolaborasi dengan masyarakat luas.

Berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pemanfaatan TIK dapat meningkatkan pemberdayaan petani melalui akses informasi, berbagi pengetahuan, dan keterhubungan dengan berbagai pemangku kepentingan di sektor pertanian. Misalnya, komunitas daring yang disesuaikan dengan konteks dan kebutuhan teknologi tertentu terbukti mampu memperkuat aksi kolektif petani dan mempercepat pengembangan pertanian (Susanto et al., 2022). Lebih lanjut (Putri et al., 2025) menjelaskan bahwa literasi digital dapat meningkatkan pemberdayaan petani melalui perluasan akses informasi pertanian berbasis platform seperti WhatsApp yang mendukung kolaborasi dan pengembangan pasar. Transformasi digital dalam sektor pertanian dikenal dengan istilah pertanian 4.0 juga diakui berperan penting dalam modernisasi praktik pertanian, mulai dari pengelolaan sumber daya hingga ekspansi pasar (Dayioğlu & Türker, 2021). Selain itu, konsep *Informatika Pedesaan* menegaskan pentingnya TIK dalam mengurangi kesenjangan digital dan membuka peluang baru di wilayah pedesaan (Kumar, 2012).

Meskipun hasil penelitian dan pengabdian tersebut menunjukkan potensi besar transformasi digital di sektor pertanian, sebagian besar masih berfokus pada aspek teknis seperti berbagi pengetahuan dan pemasaran daring bagi kelompok petani (Anggarini et al., 2021) (Saputra, 2021). Jarang ditemukan kajian yang secara komprehensif menyoroti kebutuhan pendekatan yang lebih holistik untuk penguatan kelembagaan komunitas pedesaan melalui *branding* digital dan strategi komunikasi yang inklusif. Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan utama yang hendak diatasi melalui kegiatan pengabdian ini adalah rendahnya literasi digital, belum terbangunnya strategi *branding* kelembagaan yang terarah, dan terbatasnya jangkauan komunikasi publik JATAM Sedayu Bantul.

Beberapa studi memberikan wawasan bahwa platform digital efektif dalam membangun identitas, reputasi lembaga, serta memperluas jaringan kelompok pertanian (Rangan et al., 2021). Selain itu, penerapan strategi transformasi digital terbukti meningkatkan kapasitas organisasi, termasuk di kalangan organisasi kepemudaan dan lembaga non-profit (Azni Septiani et al., 2022). Dalam konteks pertanian, literasi digital terbukti memperluas akses petani terhadap informasi pasar dan teknologi pertanian,

meskipun tantangan infrastruktur dan pemahaman teknologi di pedesaan masih menjadi kendala (Prayetno et al., 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, pengabdian ini memfokuskan pada penerapan konsep *Marketing 6.0* dalam konteks organisasi pertanian berbasis komunitas. *Marketing 6.0* merupakan pendekatan pemasaran modern yang mengintegrasikan teknologi digital dengan nilai-nilai sosial, kemanusiaan, dan keberlanjutan, sehingga relevan diterapkan pada organisasi berbasis komunitas seperti JATAM Sedayu Bantul. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital dan kemampuan *branding* kelembagaan Jamaah Tani Muhammadiyah melalui pelatihan dan pendampingan pemanfaatan media sosial berbasis *Marketing 6.0*. Dengan demikian, diharapkan pesan kelembagaan dapat tersampaikan secara efektif kepada masyarakat, memperkuat citra organisasi, serta meningkatkan partisipasi dan kolaborasi lintas komunitas.

Pendekatan Pelaksanaan Program

Pendekatan pelaksanaan program yang digunakan dalam pengabdian ini adalah workshop berbasis praktik langsung (*hands-on*). Secara rinci alur pada gambar 1.

Gambar 1 Pendekatan Pelaksanaan Program



Workshop Inovasi Digital dan Strategi Branding Inklusif sebagai Pilar Penguatan Institusi dirancang untuk meningkatkan pemahaman peserta tentang branding digital dan pemanfaatan media sosial dalam membangun identitas kelembagaan JATAM, memperluas jangkauan dakwah, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Kegiatan ini dilaksanakan secara interaktif, menggabungkan metode ceramah singkat, diskusi, serta praktik langsung.

Materi pertama yang disampaikan adalah workshop inovasi digital dan strategi branding inklusif sebagai pilar penguatan institusi. Peserta diajak memahami bagaimana branding dan inovasi digital bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga merupakan representasi digital yang esensial dalam memperkuat eksistensi organisasi. Dalam sesi ini, peserta dikenalkan pada prinsip dasar branding inklusif, keuntungan menggunakan media sosial untuk strategi branding dan dakwah, platform media sosial apa yang bisa dimanfaatkan, serta bagaimana media sosial membantu pertumbuhan organisasi.

Selanjutnya, peserta diajak untuk mempraktikkan langsung bagaimana mengaplikasikan strategi branding yang telah dibahas sebelumnya ke dalam platform media sosial. Mulai dari menentukan nama akun media sosial, mencakup jenis platform yang digunakan, nama akun/username, tautan (URL), serta catatan penting seperti tujuan penggunaan dan pengelola akun agar dapat menjangkau audiens secara lebih luas dan efektif. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam beberapa tahapan pada tabel 2.

Tabel 1. Pelaksanaan kegiatan

Tahap	Waktu	Kegiatan	Output yang Diharapkan
Tahap 1	Minggu ke-1	1. Koordinasi & Persiapan: Koordinasi dengan pengurus JATAM 2. Penjaringan kebutuhan peserta: Persiapan materi	Terlaksananya koordinasi, kesiapan teknis pelatihan, dan kurikulum berbasis kebutuhan peserta

Tahap 2 Minggu ke-2	1. Workshop Inovasi Digital dan Strategi Branding Inklusif	Peserta memahami konsep branding, strategi digital, serta mampu menentukan nama akun media sosial, mencakup jenis platform yang digunakan, nama akun/username, tautan (URL)
	2. Praktik Pembuatan Platform Digital Profesional	

Pelaksanaan Program

Pengabdian kepada masyarakat ini berhasil dilaksanakan sesuai dengan metode yang dirancang, yaitu workshop serta pendampingan implementasi. Adapun hasil yang dicapai dalam setiap tahapan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Workshop Inovasi Digital dan Strategi Branding Inklusif sebagai Pilar Penguatan Institusi

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta tentang branding digital dan pemanfaatan media sosial dalam membangun identitas kelembagaan JATAM, memperluas jangkauan dakwah, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Gambar 2 memperlihatkan suasana kegiatan Workshop Inovasi Digital dan Strategi Branding Inklusif sebagai Pilar Penguatan Institusi.

Gambar 3. Suasana Workshop Inovasi Digital dan Strategi Branding Inklusif



Kegiatan ini dilaksanakan secara interaktif, menggabungkan metode ceramah singkat, diskusi, serta praktik langsung yang dihadiri oleh 24 partisipatif. Tabel 2 sebagai rincian materi yang telah disampaikan.

Tabel 2. Rincian Materi

No	Poin Materi	Penjelasan Singkat
1	Pentingnya Branding di Era Digital	Penting untuk membangun citra yang kuat di dunia digital.
2	Mengapa Harus Digital?	Media sosial memungkinkan jangkauan lebih banyak orang, dan efektifitas dakwah.
3	Keuntungan Menggunakan Media Sosial	Cepat, luas, interaktif; menyebarkan informasi dan memperluas jangkauan tanpa biaya.

4	Platform Media Sosial yang Bisa Dimanfaatkan	Facebook (informasi), Instagram (visual), YouTube (video).
5	Bagaimana Media Sosial Membantu Pertumbuhan Organisasi	Meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat, memperkenalkan JATAM lebih luas.

2. Workshop pembuatan Platform Media Sosial yang Profesional

Selanjutnya, sebagai bagian dari upaya penguatan identitas digital kelembagaan, akun media sosial menjadi langkah strategis dalam memperluas jangkauan informasi serta menjalin komunikasi yang lebih efektif dengan masyarakat. Gambar 4 merupakan suasana Workshop pembuatan Platform Media Sosial yang Profesional.

Gambar 4. Suasana Workshop pembuatan Platform Media Sosial



Informasi dasar akun media sosial kelembagaan, mencakup jenis platform yang digunakan, nama akun/username, tautan (URL), serta catatan penting seperti tujuan penggunaan dan pengelola akun secara rinci pada tabel 3. Dokumen ini dapat digunakan sebagai panduan pengelolaan, monitoring aktivitas, dan acuan dalam mengevaluasi strategi komunikasi digital kelembagaan ke depan.

Tabel 3. Informasi Dasar Akun Media Sosial

Nama Platform	Nama Akun / Username	Tujuan Penggunaan	Konten Utama	Tautan / URL
Instagram	@jatam.sedayu	Membangun citra visual	Foto kegiatan, reels edukasi, flyer digital	instagram.com/jatam.sedayu
Facebook Page	JATAM Sedayu Bantul	Menjangkau komunitas yang lebih luas	Pengumuman, dokumentasi kegiatan, berita komunitas	facebook.com/jatamsedayu
WhatsApp Business	JATAM Sedayu	Kanal komunikasi resmi	Balasan otomatis, info produk	081229883223

YouTube Channel	JATAM Sedayu Official	Dokumentasi kegiatan dan konten edukatif	Vlog tani, testimoni, edukasi pertanian	youtube.com/@jatamsedayu
-----------------	-----------------------	--	---	--------------------------

Dengan berakhirnya rangkaian kegiatan pengabdian ini, dapat disimpulkan bahwa seluruh tahapan yang direncanakan berjalan sesuai rencana. Seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari pengenalan pentingnya inovasi digital dan strategi branding inklusif, hingga praktik membuat platform media sosial yang profesional. Menghasilkan daftar informasi Akun Media Sosial JATAM Sedayu yang berisi nama akun media sosial, mencakup jenis platform yang digunakan, nama akun/username, tautan (URL), serta catatan penting seperti tujuan penggunaan dan pengelola akun. Dalam rangka keberlanjutan program, diharapkan peserta dapat mengimplementasikan dan mengoptimalkan pemanfaatan platform digital secara berkelanjutan, sejalan dengan rencana tindak lanjut yang telah disusun.

Refleksi Capaian Program

Program pengabdian yang bertujuan memperkenalkan inovasi digital dan strategi branding inklusif di JATAM Sedayu Bantul berhasil dilaksanakan sesuai rencana. Melalui workshop interaktif, peserta mempelajari pentingnya branding digital dan pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan informasi dan membangun identitas kelembagaan. Program ini juga membekali peserta dengan keterampilan membuat akun media sosial yang profesional, memperkuat citra organisasi, dan mendorong partisipasi masyarakat. Keberlanjutan program diharapkan dapat diimplementasikan untuk memperkuat komunikasi dan branding digital di program mendatang.

Penutup

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan, dengan peserta mampu mengimplementasikan strategi branding digital dan memanfaatkan media sosial untuk memperkuat identitas kelembagaan JATAM Sedayu Bantul. Dampak yang terlihat adalah peningkatan kemampuan digital peserta dalam mengelola platform media sosial dan memperluas jangkauan organisasi. Manfaat yang dirasakan adalah peningkatan komunikasi dan interaksi dengan masyarakat. Untuk kegiatan serupa di masa depan, disarankan agar ada pendampingan berkelanjutan untuk memaksimalkan pemanfaatan media sosial dalam pengembangan organisasi.

Daftar Pustaka

- Anggarini, D. R., Nani, D. A., & Aprianto, W. (2021). Penguatan Kelembagaan dalam Rangka Peningkatan Produktivitas Petani Kopi pada GAPOKTAN Sumber Murni Lampung (SML). *Sricommerce: Journal of Srinwijaya Community Services*, 2(1), 59–66. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.59>
- Azni Septiani, N., Hardiyani, H., Wulansari Fridayanthie, E., & Kusumaningrum, A. (2022). Penyuluhan Pemanfaatan Transformasi Digital Bagi Organisasi Pemuda Batak Bersatu (PBB). *Literasi Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 2(1), 128–135. <https://doi.org/10.58466/literasi.v2i1.1417>
- Dayioğlu, M. A., & Türker, U. (2021). Digital transformation for sustainable future-agriculture 4.0: A review. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 27(4), 373–399. <https://doi.org/10.15832/ankutbd.986431>
- Kumar, R. (2012). 'Rural Informatics': Use of Information and Communication Technologies for the Rural Poor—From Digital Divide to Digital Opportunity in Rural India. *Media Asia*, 39(4), 183–190. <https://doi.org/10.1080/01296612.2012.11689936>
- Michael Kremer, G. F. H. (2021). *Grow back better? Here's how digital agriculture could revolutionise rural communities affected by COVID-19*. World Economic Forum. World

- Economic Forum.
<https://www.weforum.org/agenda/2020/07/digital-agriculture-technology/>
- Prayetno, B. E., Lestaria, E., Sarinauli, B., Abidin, Z., & Yanti, S. (2024). Peningkatan Literasi Digital di Kalangan Kelompok Tani di Kampung Pinangan Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Masyarakat Indonesia (Jumas)*, 3(01), 28–33. <https://abdimasjumas.cattleyadf.org/index.php/Jumas/article/view/65%0Ahttps://abdimasjumas.cattleyadf.org/index.php/Jumas/article/download/65/57>
- Putri, A. S. D., Lubis, D. P., & Aulia, T. (2025). Literasi Digital Anggota Kelompok Wanita Tani dan Pemanfaatannya sebagai Akses Informasi Pertanian. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 8(03), 55–66. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v8i03.1408>
- Rangan, A. Y., Qomariah, S., & Yusnita, A. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Membangun Citra Pondok Pesantren Nurul Mustafa Al-Husaini. *Bantenese : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.30656/ps2pm.v3i1.3344>
- Saputra, C. K. A. C. W. W. A. (2021). InovasiDesa: an Android Application Design for Rural Innovation Knowledge Sharing. *2nd International Conference on ICT for Rural Development (IC-ICTRuDev)*. <https://doi.org/10.1109/IC-ICTRuDev50538.2021.9656519>
- Susanto, A., Agus, A., Mulyo, J. H., & Ikhwan, H. (2022). The Impact of Online Community on Farmer Empowerment: A Strategical Analysis for Development The Technology-to-Performance. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 2(6). <https://doi.org/10.59188/eduvest.v2i6.492>