

Penerapan Media Sosial Sebagai Sarana Branding dan Edukasi Pertanian Hidroponik di *Xfarm House* Pamulang

Atikah Rahmah¹, Sondi Silalahi²

^{1,2} Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia.

Penulis Korespondensi:

Atikah Rahmah

dosen03252@unpam.ac.id

Abstrak:

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi seharusnya memberikan manfaat bagi keberlangsungan hidup manusia. Mengingat media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook* saat ini banyak digunakan oleh masyarakat luas. *Xfarm House* Pamulang sebagai komunitas sasaran pengabdian yang menyebarkan isu-isu pertanian hidroponik diharapkan dapat memahami literasi media dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana *branding* dan edukasi hidroponik di masyarakat. Pengabdian masyarakat ini berjalan efektif diterima dengan baik oleh sasaran pengabdian, serta menumbuhkan pemahaman lebih terkait literasi dan pemanfaatan sosial media dalam upaya *branding* dan edukasi oleh *Xfarm House* Pamulang, yang terdiri dari 27 peserta. Hambatan yang ditemui *Xfarm House* Pamulang dalam upaya *branding* dan edukasi yaitu kurangnya beberapa pemahaman seperti pemahaman literasi media, pengelolaan waktu, sumber daya manusia, kesadaran pemanfaatan media sosial, kreatifitas tim, penguasaan *tools* pembuatan konten oleh *Xfarm House* Pamulang. Adapun strategi komunikasi yang dilakukan *Xfarm House* Pamulang yaitu penggunaan media sosial dan konten visual sederhana, *workshop* edukasi hidroponik, program bisnis hidroponik dan penggunaan akun *web*. Dibalik pemanfaatan media sosial pengguna menghadapi tantangan besar dalam mengelola identitas digital di tengah kurangnya pemahaman literasi media dan strategi konten. Terlebih dalam hal ini tim *Xfarm House* Pamulang sebagai kelompok komunitas memiliki peran strategis dalam membentuk pemahaman hidroponik di masyarakat. Melihat peluang pentingnya keberadaan *Xfarm House* Pamulang dalam pemanfaatan penggunaan media sosial terhadap wawasan hidroponik masyarakat, maka diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada literasi media dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana *branding* dan edukasi. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman komunitas *Xfarm House* Pamulang mengenai wawasan literasi media dan pemanfaatan bermedia sosial. Melalui pelatihan dan sosialisasi interaktif yang dilaksanakan oleh tim dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang, diharapkan *Xfarm House* Pamulang tidak hanya menjadi kelompok pengguna aktif, tetapi juga agen perubahan yang bijak dan bertanggung jawab, strategi konten yang digunakan lebih terarah dan menjadi lebih efektif.

Kata Kunci: Literasi Media, Pemanfaatan Media Sosial, *branding*, Edukasi, Hidroponik.

Pendahuluan

Xfarm House Pamulang merupakan salah satu *urban farming* di Indonesia yang bergerak di bidang pertanian hidroponik berfokus pada edukasi dan pemberdayaan masyarakat melalui praktik pertanian ramah lingkungan. Bagi masyarakat yang tinggal di perkotaan bercocok tanam menjadi hal yang sulit dilakukan karena keterbatasan lahan. Terlebih saat ini pola bangunan warga kota adalah *apartement* dan perumahan minimalis dimana mayoritas warga memiliki luas tanah yang tidak luas. Berdasarkan permasalahan tersebut dibutuhkan solusi agar warga kota dapat bercocok tanam dan pola tanam hidroponik menjadi salah satu alternatif efektif bagi warga kota agar tetap dapat bercocok tanam di lingkungan sekitarnya walau dengan keterbatasan lahan (Yani dan Yenisbar 2020). Hidroponik sendiri merupakan suatu metode bercocok tanam tanpa menggunakan media tanah, melainkan dengan menggunakan larutan mineral bernutrisi atau bahan lainnya yang mengandung unsur hara seperti sabut kelapa, serat mineral, pasir, pecahan batu bata, serbuk kayu dan sebagainya, sebagai pengganti media tanah. Tanaman hidroponik bisa dilakukan secara kecil-kecilan di rumah sebagai suatu hobi ataupun secara besar-besaran dengan tujuan komersial. Budidaya tanaman hidroponik ini sangat cocok untuk daerah yang mempunyai lahan sempit, dikarenakan budidaya tanaman ini tidak memerlukan lahan yang luas, bisa juga dilakukan di pekarangan atau di teras rumah (Izzudin 2016). Beberapa keunggulan budidaya tanaman menggunakan hidroponik adalah waktu bertanam singkat, hasilnya lebih bersih dan sehat, perawatan tanaman lebih terhindar dari gangguan hama, gulma maupun penyakit tanaman, tanaman dapat dibudidayakan secara terus-menerus sehingga produksinya bisa terus berlanjut dan harga jual produk hidroponik lebih tinggi (Lingga 2011).

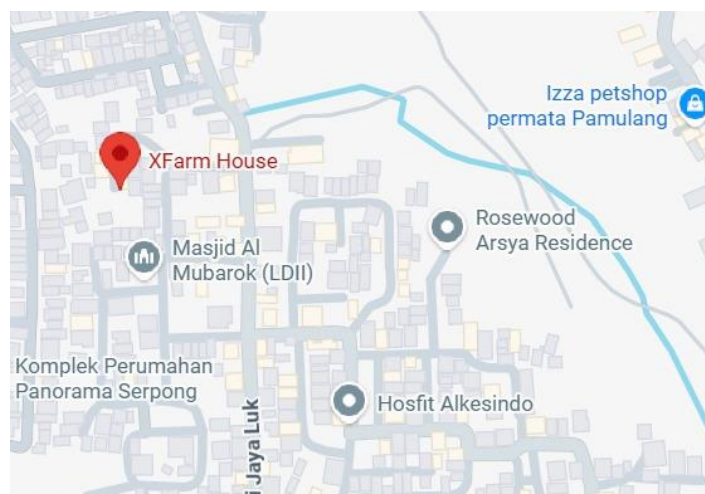
Kelebihan lain diantaranya tanaman dengan sistem hidroponik ramah lingkungan karena tidak menggunakan pestisida atau obat hama yang dapat merusak tanah, menggunakan air hanya 1/20 dari tanaman biasa, dan mengurangi CO_2 karena tidak perlu menggunakan kendaraan atau mesin. Kemudian, tanaman ini selain tidak memerlukan lahan tanah yang luas juga tidak merusak tanah karena tidak menggunakan media tanah. Bisa memeriksa akar tanaman secara periodik untuk memastikan pertumbuhannya. Pemakaian air lebih efisien karena penyiraman air tidak perlu dilakukan setiap hari sebab media larutan mineral yang dipergunakan selalu tertampung di dalam wadah yang dipakai. Hasil tanaman bisa dimakan secara keseluruhan termasuk akar karena terbebas dari kotoran dan hama. Tanaman hidroponik juga lebih hemat karena tidak perlu menyiramkan air setiap hari, tidak membutuhkan lahan yang banyak, media tanaman bisa dibuat secara bertingkat. Pertumbuhan tanaman lebih cepat dan kualitas hasil tanaman dapat terjaga. Bisa menghemat pemakaian pupuk tanaman. Tidak perlu banyak tenaga kerja. Lingkungan kerja lebih bersih. Tidak ada masalah hama dan penyakit tanaman yang disebabkan oleh bakteri, ulat dan cacing *nematod* yang banyak terdapat dalam tanah. Dapat tanam di mana saja bahkan di garasi dan tanah yang berbatu. Dan dapat ditanam kapan saja karena tidak mengenal musim (Izzudin 2016). Pemberdayaan bidang pertanian ini dapat menghasilkan banyak jenis sayuran yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat seperti selada, sawi hijau, wortel, bayam, kangkung, dan masih banyak lagi. Selada sangat efektif untuk menurunkan berat badan karena mengandung *zat besi* dan *magnesium* yang berfungsi membantu kerja *uretik*. Hidroponik merupakan teknis budidaya tanaman tanpa atau sedikit sekali menggunakan tanah (Masduki 2018).

Namun ditengah pemanfaatan hidroponik ini tidak sejalan dengan pemahaman masyarakat berkaitan dengan pemberdayaan hidroponik, maka dibutuhkan *agen-agen* yang dirasa memberikan pengaruh besar bagi tersebarnya pemahan pemberdayaan pertanian hidroponik ditengah masyarakat. Salah satu yang menjadi *agen* penyebaran

pemberdayaan hidroponik ini adalah komunitas *Xfram House* Pamulang dengan memanfaatkan media sosial untuk memudahkan dan menjangkau lebih luas pemahaman hidroponik di masyarakat. Dalam upaya penyebaran informasi hidroponik ini dibutuhkan adanya *branding* dan edukasi yang efektif untuk mengenalkan dan menumbuhkan citra di tengah masyarakat terkait pemberdayaan hidroponik. Dalam era digital saat ini, media sosial menjadi alat penting untuk membangun citra *branding* serta menyampaikan informasi secara luas dan cepat (Kaplan, & Haenlein 2010).

Anggota *Xfarm House* Pamulang merupakan salah satu dari banyaknya kelompok pengguna aktif media sosial di tengah masyarakat. pemahaman tentang literasi media, serta kesadaran dan pemahaman pemanfaatan media sosial bagi kelompok yang memiliki visi misi edukasi dan *branding* dirasa akan sangat berperan dalam proses kerja tim. Terlebih *Xfarm House* Pamulang sebagai salah satu kelompok komunitas memiliki peran penting dalam masyarakat terkait suatu isu yang mereka angkat, dalam hal ini kelompok komunitas yang diangkat adalah pemanfaatan pertanian hidroponik atau pertanian yang meminimalisir penggunaan tanah dalam proses pertaniannya. Untuk itu, diperlukan upaya penguatan literasi media yang terstruktur dan kontekstual agar para anggota komunitas ini mampu memanfaatkan media sosial secara positif, kreatif, dan produktif terlebih dalam upaya *branding* dan edukasi hidroponik. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai literasi media dan pemanfaatan media sosial. Memberikan pelatihan pembuatan konten kepada anggota tim *Xfarm House* Pamulang melalui pelatihan dan pendampingan yang interaktif. Melalui kegiatan ini, diharapkan anggota tim *Xfarm House* Pamulang tidak hanya memahami risiko dan etika dalam bermedia sosial, tetapi juga mampu menjadi *agen* perubahan yang menyebarkan konten positif serta menjaga integritas digital di lingkungan sekitarnya dengan memaksimalkan pemanfaatan teknologi media sosial.

Penyampaian materi disampaikan dalam bentuk sosialisasi yang diberikan kepada anggota tim *Xfarm House* Pamulang. Pemilihan anggota tim *Xfarm House* Pamulang sebagai tempat pengabdian kepada masyarakat karena anggota tim *XFarm House* Pamulang merupakan salah satu kelompok komunitas yang berperan dalam menyampaikan isu-isu penting dalam hal ini berkaitan dengan pemanfaatan pertanian hidroponik di tengah masyarakat, sehingga materi yang dapat diterima anggota tim *Xfarm House* Pamulang dapat juga dirasakan manfaatnya oleh masyarakat umum, lewat konten-konten yang dibagikan anggota tim *Xfarm House* Pamulang.



Gambar 1. Peta Lokasi *Xfram House* Pamulang.

Adapun kegiatan pengabdian “Penerapan media sosial sebagai sarana *branding* dan edukasi pertanian hidroponik di *Xfram House* Pamulang”, diharapkan anggota *Xfarm House* Pamulang dapat lebih cerdas dan bijak dalam memanfaatkan media sosial, sehingga mereka tidak hanya menjadi agen perubahan tetapi dalam prosesnya mereka memiliki pemahaman yang cukup mumpuni dalam menyebarkan pemahaman hidroponik di tangan masyarakat. Kemudian dapat menjadi komunitas yang aktif dan bertanggung jawab dalam komunitas digital. Adapun analisis situasi tim pengabdian mengidentifikasi beberapa permasalahan, yaitu: pertama, hampir semua anggota tim *Xfarm House* Pamulang menggunakan media sosial. Kedua, *Xfarm House* Pamulang belum memaksimalkan pemanfaatan media sosial, hal ini dikarenakan sering kali kendala dalam kreatifitas pembuatan konten. ketiga, kurangnya sumberdaya manusia yang *professional* dibidang ini. keempat, kurangnya pemahaman literasi media. Melalui pengabdian ini, diharapkan dapat menumbuhkan pemahaman literasi media dan pemahaman pemanfaatan sosial media dalam upaya *branding* dan edukasi yang dilakukan oleh anggota tim *Xfarm House* Pamulang, serta menambah strategi yang tepat dalam membangun *branding* dan edukasi terkait sarana *branding* dan edukasi pertanian hidroponik melalui media sosial.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlokasi di *Xfram House* Pamulang Jl. Bakti Jaya Luk I, Bakti Jaya, Kec. Setu, Kota Tangerang Selatan, Banten 15141, dengan sasaran pengabdian anggota komunitas *Xfarm House* Pamulang diikuti oleh 27 orang peserta. *Xfarm House* Pamulang sebagai salah satu kelompok komunitas memiliki peran penting dalam masyarakat terkait suatu isu yang mereka angkat, dalam hal ini adalah pemanfaatan pertanian hidroponik atau pertanian yang meminimalisir penggunaan tanah dalam proses pertaniannya. Untuk itu, diperlukan upaya penguatan literasi media yang terstruktur dan kontekstual agar para anggota komunitas ini mampu memanfaatkan media sosial secara positif, kreatif, dan produktif terlebih dalam upaya *branding* dan edukasi hidroponik.

Pemilihan *Xfarm House* Pamulang sebagai tempat atau sasaran pengabdian kepada masyarakat karena *Xfarm House* Pamulang merupakan salah satu kelompok komunitas yang berperan dalam menyampaikan isu-isu penting dalam hal ini berkaitan dengan pemanfaatan pertanian hidroponik di tengah masyarakat, sehingga materi yang dapat diterima anggota tim *Xfarm House* Pamulang dapat juga dirasakan manfaatnya oleh masyarakat umum, lewat konten-konten yang dibagikan anggota *Xfarm House* Pamulang. Sedangkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai literasi media dan pemanfaatan media sosial.



Gambar 2. *Xfram House* Pamulang.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan pendekatan edukatif dengan memberikan penyuluhan literasi media dan pelatihan pembuatan konten kepada anggota *Xfarm House* Pamulang melalui pelatihan dan pendampingan yang interaktif. Melalui kegiatan ini, diharapkan anggota tim *Xfarm House* Pamulang tidak hanya memahami risiko dan etika dalam bermedia sosial, tetapi juga mampu menjadi agen perubahan yang menyebarkan konten positif serta menjaga integritas digital di lingkungan sekitarnya dengan memaksimalkan pemanfaatan teknologi media sosial.



Gambar 3. Foto Bersama Anggota *Xfarm House* Pamulang.

Evaluasi terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengetahui sejauh mana pemahaman *Xfarm House* Pamulang terkait pemahaman penyuluhan yang diberikan tim pengabdian. Dan dengan pengisian *survey* oleh *Xfarm House* Pamulang untuk mengukur pemahaman literasi media, kemudian pendekatan pendampingan pembuatan konten untuk mengetahui kemampuan strategi konten dalam memanfaatkan media sosial.

Hasil dan Pembahasan

Xfarm House Pamulang berlokasi di Tangerang Selatan ini lahir dari kebutuhan masyarakat urban yang menghadapi keterbatasan lahan namun memiliki minat tinggi terhadap praktik pertanian modern. Kondisi perkotaan yang padat serta minim ruang hijau menciptakan tantangan tersendiri bagi keluarga untuk mengenalkan konsep pertanian secara langsung. Dari dinamika inilah muncul gagasan untuk menghadirkan model urban *farming* yang tidak hanya adaptif terhadap ruang terbatas, tetapi juga edukatif dan berkelanjutan. Gagasan tersebut mulai dirumuskan oleh Maulana M. Yusuf dan Dewi Laras Lestari pada pertengahan 2024, ketika tren hidroponik, *sustainable living*, dan agrowisata keluarga meningkat di kawasan perkotaan. Mereka melihat peluang bahwa pertanian modern tidak harus dilakukan di lahan luas, melainkan dapat diintegrasikan ke dalam lingkungan rumah melalui pendekatan edukatif dan pemberdayaan komunitas. Ide ini kemudian berkembang menjadi inisiatif *sociopreneurship* yang menempatkan nilai sosial, pembelajaran publik, dan pemberdayaan masyarakat sebagai inti gerakannya.

Kegiatan yang dilakukan tim pengabdian kepada masyarakat ini memberikan penyuluhan literasi media dan optimalisasi pemanfaatan media sosial untuk membantu *Xfarm House* Pamulang dalam kegiatan *branding* dan edukasi hidropnik kepada masyarakat melalui media sosial. Dengan memberikan penyuluhan literasi media dan pelatihan pendampingan pembuatan konten kepada anggota tim *Xfarm House* Pamulang dengan pelatihan dan pendampingan yang interaktif. Melalui Kegiatan ini, diharapkan anggota tim *Xfarm House* Pamulang tidak hanya memahami risiko dan etika dalam bermedia sosial, tetapi juga mampu menjadi agen perubahan yang menyebarkan konten positif serta mampu menjaga integritas digital dengan memaksimalkan pemanfaatan teknologi media sosial.



Gambar 4. Foto Pemberian Cendramata kepada *Founder Xfarm House* Pamulang.

kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mendapatkan sambutan yang baik dari khalayak sasaran, terjalannya silaturahmi dan kerja sama berupa *sharing* ilmu, wawasan dan pengalaman. Kegiatan pengabdian dengan skema program kemitraan menggunakan metode pendekatan konvensional dan tanya jawab dengan menggunakan alat komunikasi lisan antara tim pengabdian dengan anggota kelompok *Xfarm House* Pamulang. Sehingga penyampaian materi sosialisasi mudah untuk dipahami. Kemudian studi kasus yang disampaikan terkait isu terkini melihat fenomena sosial yang ada di sekitar kita. Kemudian, metode *challenge-based learning* untuk memberikan edukasi yang fleksibel dan praktek secara langsung dari sosialisasi yang telah disampaikan. Hal ini menunjukkan rasa semangat, kemampuan kreativitas dan inovasi anggota tim *Xfarm House* Pamulang. Pengabdian masyarakat ini berjalan efektif diterima dengan baik oleh sasaran pengabdian, serta menumbuhkan pemahaman lebih terkait literasi dan pemanfaatan sosial media dalam upaya *branding* dan edukasi oleh *Xfarm House* Pamulang.

Beberapa permasalahan umum yang dihadapi *Xfarm House* Pamulang diantaranya sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman tentang literasi media
2. Kurangnya manajemen waktu pembuatan konten
3. Kurangnya sumber daya manusia yang profesional dibidang konten
4. Kurangnya kesadaran akan pemanfaatan media sosial sebagai sarana *branding* dan edukasi
5. Kurangnya kreatifitas tim
6. kurangnya penguasaan tools pembuatan konten

Indikator		Kegiatan di Lapangan
Langkah 1	Pembukaan	Sambutan-sambutan, doa dan <i>ice breaking</i> .
Langkah 2	Penyapain tujuan dan motivasi	Tim pengabdian menjelaskan tujuan dan motivasi kegiatan.
Langkah 3	Pemaparan materi	Pemaparan materi literasi media dan strategi konten.
Langkah 4	Demonstrasi, praktek pendampingan	Peserta membuat konten-konten menarik.
Langkah 5	Diskusi interaktif	Pertukaran tanya jawab antara peserta dan tim pengabdian seputar literasi media dan strategi konten.
Langkah 6	Kuisisioner kepuasan peserta	Peserta mengisi kuisisioner untuk mengukur kepuasan dan keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Tabel. 1 Langkah-langkah Kegiatan

Kegiatan PKM	Hambatan umum <i>Xfarm House</i>	Strategi <i>branding</i> dan edukasi <i>Xfarm House</i>
Diterima dengan baik.	Kurangnya pemahaman literasi media.	Penggunaan media sosial dalam Upaya <i>branding</i> dan edukasi, seperti <i>Instagram</i> , <i>WhatsApp</i> dan <i>Tiktok</i> .
Terjalannya silaturahmi	Kurangnya pengelolaan waktu pembuatan konten.	<i>Workshop</i> edukasi hidroponik.
Menghasilkan kemajuan wawasan literasi <i>Xfarm House</i> Pamulang.	Kurangnya sumber daya manusia yang profesional dalam bidang konten.	Konten visual sederhana di media massa.
Menambah kreatifitas pembuatan konten oleh <i>Xfarm House</i> Pamulang.	Kurangnya kreatifitas.	Program bisnis hidroponik <i>Xfarm House</i> Pamulang.
Menambah kemampuan pembuatan konten oleh <i>Xfarm House</i> Pamulang.	Kurangnya kesadaran pemanfaatan sosial media	
	Kurangnya kemampuan <i>tools</i> pembuatan konten	Penggunaan akun <i>web</i> .

Tabel. 2 Hasil Pengabdian

Adapun Solusi yang dapat diterapkan terhadap permasalahan diatas diantaranya:

1. Pelatihan dan edukasi literasi digital
2. Kampanye penguatan keterampilan komunikasi digital
3. Pelatihan dan pendampingan pembuatan konten

4. Memberi contoh konten-konten di media sosial yang banyak menarik masyarakat, sosial guna menggali kreatifitas tim

5. Pendampingan dan kolaborasi untuk pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding dan edukasi.

Adapun analisis situasi tim pengabdian mengidentifikasi beberapa permasalahan, yaitu: pertama, hampir semua anggota tim *Xfarm House* Pamulang menggunakan media sosial. Kedua, *Xfarm House* Pamulang belum memaksimalkan pemanfaatan media sosial, hal ini dikarenakan sering kali kendala dalam kreatifitas pembuatan konten. ketiga, kurangnya sumberdaya manusia yang *professional* dibidang ini. keempat, kurangnya pemahaman literasi media.

Berikut beberapa saran untuk kelompok *Xfarm House* Pamulang. Diantaranya yaitu, kelompok komunitas *Xfarm House* Pamulang diharapkan untuk dapat mengevaluasi kemampuan para anggotanya berdasarkan materi yang telah tim pengabdi berikan, terkait wawasan literasi media dan keterampilan pembuatan konten. Kemudian mengembangkan kembali terkait wawasan literasi media dan keterampilan pembuatan konten, diantaranya seperti membentuk tim khusus untuk membuat konten media sosial *Xfarm House*, menguasai *Tools* pembuatan konten seperti (*Editing photo: Canva, Photoshop. Editing video: CapCut, Premiere, DaVinci Resolve*). Penulisan konten seperti (*Google Docs, Notion, atau aplikasi lain untuk perencanaan. Komposisi visual (rule of thirds, lighting)*). Teknik pengambilan gambar dan audio. Penulisan naskah, *caption*, atau *copywriting*. Mengikuti isu-isu terkini di media massa. Dan konsistensi praktik rutin, seperti membuat jadwal pembuatan konten. Evaluasi dan revisi konten secara berkala.

Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mendapatkan sambutan yang baik dari khalayak sasaran, terjalannya silaturahmi dan kerja sama berupa *sharing* ilmu, wawasan dan pengalaman. Hambatan yang ditemui *Xfarm House* Pamulang dalam upaya *branding* dan edukasi yaitu kurangnya beberapa pemahaman seperti pemahaman literasi media, pengelolaan waktu, sumber daya manusia, kesadaran pemanfaatan media sosial, kreatifitas tim, *tools* pembuatan konten oleh *Xfarm House* Pamulang. Adapun strategi komunikasi yang dilakukan *Xfarm House* Pamulang yaitu penggunaan media sosial dan konten visual sederhana, *workshop* edukasi hidroponik, program bisnis hidroponik dan penggunaan akun *web*.

Xfarm House Pamulang sebagai kelompok komunitas memiliki peran strategis dalam membentuk pemahaman hidroponik di masyarakat. Melihat peluang pentingnya keberadaan *Xfarm House* Pamulang dalam pemanfaatan penggunaan media sosial terhadap wawasan hidroponik masyarakat, maka diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada literasi media dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana *branding* dan edukasi. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman komunitas *Xfarm House* Pamulang mengenai wawasan literasi media dan pemanfaatan bermedia sosial. Melalui pelatihan dan sosialisasi interaktif yang dilaksanakan oleh tim dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang, diharapkan *Xfarm House* Pamulang tidak hanya menjadi kelompok pengguna aktif, tetapi juga agen perubahan yang bijak dan bertanggung jawab, strategi konten yang digunakan lebih terarah dan menjadi lebih efektif.

Adapun saran untuk kelompok pengabdi berikutnya yaitu diantaranya yaitu, memberikan penyuluhan mengembangkan lanjutan terkait wawasan literasi media dan keterampilan pembuatan konten, diantaranya seperti penyuluhan dalam menguasai *Tools* pembuatan konten seperti (*Editing photo: Canva, Photoshop. Editing video: CapCut,*

Premiere, DaVinci Resolve). Penulisan konten seperti (Google Docs, Notion, atau aplikasi lain untuk perencanaan. Komposisi visual (*rule of thirds, lighting*). Teknik pengambilan gambar dan audio. Penulisan naskah, *caption*, atau *copywriting*. Mengikuti isu-isu terkini di media massa. Dan konsistensi praktik rutin, seperti membuat jadwal pembuatan konten. Evaluasi dan revisi konten secara berkala.

Ucapan Terimakasih

Kami seluruh pihak pengabdian kepada masyarakat mengucapkan banyak terima kasih kepada anggota *Xfram House* Pamulang, yang telah menyambut dan menerima dengan baik kegiatan pengabdian yang kami lakukan, terkhusus kepada ibu Dewi Laras Lestari dan bapak Maulana M. Yusuf selaku *founder* atau pendiri *Xfarm House* Pamulang yang telah memberikan izin melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di *Xfarm House* Pamulang. Dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan berkontribusi sehingga kegiatan ini berjalan dengan lancar, semoga penelitian dan kegiatan pengabdian ini memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan kedepannya.

Referensi

- Adawiyah Arabiatul (2015), "Implikasi Pendidikan Nonformal Pada Remaja," jurnal *Equilibrium Pendidikan Sosiologi* IV, no. 1. hal 1-8.
- Alip Kunandar (2014), M. Si. Model Literasi Media Pada Anak Dalam Mencegah Konflik Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Fishum UIN Sunan Kalijaga*. Vol. 7, No, 1.
- Beaudry, J. and Miller, L. (2016) *Research Literacy: A Primer for Understanding and Using Research*. New York: Guilford Publications.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson Education Limited.
- Danis Puntodi, *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*, (Jakarta: PT Elex Komputindo, 2011), h.1
- Dang, M. Y., Zhang, G. Y., & Chen, H. (2018). Adoption of Social Media Search Systems: An IS Success Model Perspective. *Journal of the Association for Information Systems*, 10(2), 55–78. <https://doi.org/10.17705/1pais.10203>
- Dodwani, B., & Agarwal, S. (2017). Digital Branding. *International Journal of Research and Development -A Management Review (IJRDMR)*, 6.1, 31- 36
- Doni, F. R. (2017). Perilaku Penggunaan Smartphone Pada Kalangan Remaja. *IJSE- Indonesian Journal on Software Engineering*, 3(2), 15–23.
- Elvinaro Ardianto, Lukiaati Komala, Siti Karlinah, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h. 215
- Feerrar, J. (2019) 'Development of a Framework for Digital Literacy', *Reference Services Review*, 47(2), pp. 91–105.
- Gumgum, G., Justito, A., & Nunik, M. (2017). Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax) Oleh Siswa Sma. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 35–40. <https://doi.org/1410-5675>
- Harahap, S. Z., Juledi, A. P., Munthe, I. R., Nasution, M., & Irmayani, D. (2023). Penyuluhan Etika dan Attitude Bermedia Sosial di Usia Remaja Pada Tingkat Sekolah Menengah Atas. *Ika Bina En Pabolo : Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5, 1–14.
- Izzuddin, A. (2016). Wirausaha Santri Berbasis Budidaya Tanaman Hidroponik. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan*, 16(2), 351.
- Kade Galuh, I. G. A. A. (2016). Media Sosial sebagai Strategi Gerakan Bali Tolak Reklamasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 73–92. <https://doi.org/10.24002/jik.v13i1.602>

- Kietzmann, J. H., et al. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*.
- Krismawati, A. (2012). Teknologi hidroponik dalam pemanfaatan lahan pekarangan. BPTP: Malang.
- Masduki, A. (2018). Hidroponik sebagai sarana pemanfaatan lahan sempit di dusun randubelang, bangunharjo, sewon, bantul. *jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.12928/jp.v1i2.317>
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama MediaLanda.
- Pangrazio, L., Godhe, A. and Ledesma, A. (2016) 'What is Digital Literacy? A Comparative Review of Publications Across Three Language Contexts', *E-Learning and Digital Media*, 17(6), pp. 442–459.
- Lingga, P. (2011). *Bercocok Tanam Tanpa Tanah*. Penebar Swadaya: Jakarta.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*.
- Purwaningtias, Intania (2013), *Model- Model Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia*, Yogyakarta :UII
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70. <https://doi.org/10.26905/jmdkv5i1.1342>
- Silius, K., Kailanto, M., & Tervakari, A. M. (2011). Evaluating the Quality of Social Media in an Educational Context. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 6(3), 21–27. <https://doi.org/10.1109/EDUCON.2011.5773183>
- Spante, M. et al. (2018) 'Digital Competence and Digital Literacy in Higher Education Research: Systematic Review of Concept Use', *Cogent Education*, 5(1), pp. 151–143. Available
- Tamburaka Apriadi (2013), *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers, h. 7
- PNF, B. P. &. (2021). Konsep Dasar Literasi dan Implementasi Pada Akreditasi PKBM.
- Wulandari, D., Setyanto, A., & Nasiri, A. (2019). Analisis Keberhasilan Sistem Informasi PMB Amikom Yogyakarta Dengan Metode the Updated Delone & Mclean Is Success Model. *Jurnal Intechno*, 1(3), 1–5.
- Watulinga, A. O., Ugiarto, M., & Cahyono, B. (2017). Pembuatan Media Video Profil pada Perusahaan Amplang sebagai Media Pengenalan Produk. In *Jurti* (Vol. 1, Issue 1, pp. 48–52).
- Yani, A., Yenisbar, Kresia A. P., dan Hamim R. R. (2020). Pemanfaatan Lahan Terbatas dalam Menunjang Ketahanan Pangan Era Covid-19. *Jurnal Ilmiah Management agribisnis*. Vol 1, No.2. Universitas Sjakhyakirti. Palembang.
- Yilmaz, A. (2021) 'The Effect of Technology Integration in Education on Prospective Teachers' Critical and Creative Thinking, Multidimensional 21st Century Skills and Academic Achievement', *Participatory Educational Research*, 8(2), pp. 163–199.