



# Pemanfaatan Media Sosial dalam Pengenalan Bibit Kopi Berkualitas dari UB Forest

Dwi Yanti Retno Utari<sup>1</sup>, Sri Wahyuni Nintia<sup>2</sup>, Fifilia Nindi Wijayanti<sup>3</sup>, Dhea Alda Rahmadani Putri Siwi<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Brawijaya

<sup>1</sup>[diyanreta@gmail.com](mailto:diyanreta@gmail.com), <sup>2</sup>[sriwahyunin@gmail.com](mailto:sriwahyunin@gmail.com), <sup>3</sup>[fifilianindiw@gmail.com](mailto:fifilianindiw@gmail.com),

<sup>4</sup>[dheaaldarps@gmail.com](mailto:dheaaldarps@gmail.com)



<https://doi.org/10.37010/pnd.v3i2.1589>

Pengabdian kepada masyarakat seharusnya berdampak bagi kemajuan ilmu dan pengetahuan. Sudah seharusnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat menginspirasi dan ditularkan kepada para dosen di Indonesia.

PUNDIMAS: Publikasi Kegiatan Abdimas adalah jurnal yang diterbitkan oleh Neolectura sebagai media publikasi kegiatan pengabdian masyarakat.

**Waktu terbit:** Januari, Mei, dan September di tiap tahunnya.

## Abstrak

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memperkenalkan bibit kopi berkualitas dari UB Forest kepada komunitas petani kopi di Malang Raya melalui pemanfaatan media sosial. Dokumentasi dan penyebaran informasi dilakukan dengan menggunakan platform media sosial Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Metode pelaksanaan program ini mencakup tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, tim PKM melakukan survei lokasi dan diskusi awal untuk memahami kondisi lapangan dan mempersiapkan konten yang relevan. Tahap pelaksanaan melibatkan pembuatan akun Facebook "Kopi Universitas Brawijaya", produksi konten digital berupa foto, video, dan artikel, serta publikasi konten tersebut melalui Facebook. Tahap evaluasi dilakukan dengan memantau respons pengguna, seperti jumlah likes, komentar, dan viewers pada unggahan, serta melakukan survei kepuasan audiens menggunakan kuesioner online. Hasil program menunjukkan bahwa penggunaan media sosial efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan petani kopi tentang bibit kopi UB Forest. Dokumentasi ini juga penting untuk analisis dampak dan evaluasi keberhasilan program. Diharapkan, program ini dapat membantu meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan petani kopi di Malang Raya.

**Kata Kunci:** Bibit Kopi, UB Forest, Media Sosial, Facebook, Pemberdayaan Petani

## Abstract

*This Community Service Program (PKM) aims to introduce high-quality coffee seedlings from UB Forest to the coffee farming community in Malang Raya through the use of social media. Documentation and information dissemination were carried out using the Facebook social media platform to reach a wider audience. The implementation method of this program includes preparation, execution, and evaluation stages. In the preparation stage, the PKM team conducted location surveys and initial discussions to understand field conditions and prepare relevant content. The execution stage involved creating the Facebook account "Kopi Universitas Brawijaya," producing digital content in the form of photos, videos, and articles, and publishing the content through Facebook. The evaluation stage was conducted by monitoring user responses, such as the number of likes, comments, and viewers on the posts, and conducting audience satisfaction surveys using online questionnaires. The results of the program indicate that the use of social media is effective in increasing awareness and knowledge of coffee farmers about UB Forest coffee seedlings. This documentation is also crucial for impact analysis and program success evaluation. It is hoped that this program can help improve the productivity and welfare of coffee farmers in Malang Raya.*

**Keywords:** Coffee Seedlings, UB Forest, Social Media, Facebook, Farmer Empowerment

## PENDAHULUAN

Istilah ngopi telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, khususnya di wilayah Malang. Wilayah ini dikenal dengan potensi luar biasa di bidang pariwisata, industri, dan pendidikan, serta banyaknya tempat nongkrong seperti restoran dan kafe. Minat masyarakat Malang, baik lokal maupun pendatang, terhadap kopi sangat tinggi. Minuman kopi dapat ditemukan di berbagai tempat, mulai dari *coffee shop* yang menjual bubuk dan biji kopi, restoran, kafe, hingga angkringan di pinggir jalan. Budaya ngopi di Malang tidak hanya mencerminkan tren kuliner, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan usaha. Di pusat Malang Raya seperti Kota Malang dan Kota Batu, budaya ngopi menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan kaum muda. Tempat-tempat ngopi buka dari pagi hingga tengah malam (Alhaidar, 2020), menawarkan promo untuk menarik lebih banyak

pelanggan, sehingga semakin memperkuat ketertarikan masyarakat terhadap kopi.

Tren ngopi juga didorong oleh banyaknya mahasiswa yang datang ke Malang untuk belajar di berbagai perguruan tinggi ternama. Mahasiswa sering mengunjungi tempat ngopi untuk melepaskan penat, berkumpul, melakukan aktivitas organisasi, atau belajar. Konsep kafe yang menarik dan nyaman mendorong berkembangnya budaya ngopi di kalangan pelajar dan mahasiswa. Komunitas pecinta kopi di Malang juga berkembang pesat, baik secara offline maupun online. Kota Malang sering mengadakan acara bertema kopi, seperti Arcofest, yang dimulai pada tahun 2019. Acara ini merupakan kolaborasi antara Bank Indonesia, Universitas Brawijaya, dan para penggiat kopi di Malang Raya (Sukarelawati, 2019). Arcofest mempromosikan kopi melalui budaya lokal dan kegiatan menarik, seperti Sunmori, *Life Art Seni Kopi*, Galeri Kopi Nusantara, dan Pasar Kopi (Arcofest, 2019).

Popularitas kopi sebagai bahan minuman utama terus meningkat. Tren cafe dan tempat nongkrong dengan menu utama kopi menjamur di Malang Raya, menarik banyak pekerja dan pelajar. Menurut Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Malang Indra Setyadi dalam (Mazda & Thoriq, 2019), jumlah cafe dan tempat nongkrong di Malang mencapai ribuan. Beberapa titik pusat tempat ngopi di Kota Malang termasuk kawasan Dinoyo, Joyogrand, belakang UIN Malang, dan Jalan Soekarno Hatta. Pemenuhan kebutuhan bahan dasar kopi sangat penting untuk mengembangkan usaha kopi. Wilayah Malang memiliki potensi besar dalam pembudidayaan kopi. Anggota Komisi XI DPR RI, Andreas Eddy Susetyo, menyatakan bahwa Malang menjadi salah satu kluster pengembangan kopi nasional (Anam, 2019). Wilayah seperti Dampit, Ampelgading, Tirtoyudo, dan Kecamatan Karangploso dikenal sebagai penghasil kopi utama.

*Universitas Brawijaya Forest (UB Forest)* merupakan salah satu hutan pelestarian di bawah Universitas Brawijaya yang dikenal dengan penelitian pembibitan tanaman, termasuk kopi. Hasil pembibitan tanaman kopi *UB Forest*, terutama varietas robusta dan arabika, telah membantu masyarakat sekitar meningkatkan kesejahteraan. Bibit kopi *UB Forest* dipilih karena bisa ditanam di berbagai wilayah, termasuk lahan perhutani. Kerjasama antara *UB Forest* dan Perum Perhutani memanfaatkan lahan hutan untuk pembudidayaan kopi oleh masyarakat yang tidak memiliki lahan sendiri. Sesuai dengan Keputusan Perum Perhutani Nomor 136/Kpts/Dir/2001, hutan perhutani dapat digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, asalkan mereka bertanggung jawab menjaga kelestarian hutan (Samporna, 2017). Bibit kopi *UB Forest* diakui sebagai bibit unggul yang menghasilkan kopi berkualitas tinggi.

Produk kopi unggulan *UB Forest*, seperti *green bean robusta*, diminati oleh banyak *coffee shop* dan UMKM karena kualitasnya yang tahan lama dan dapat disesuaikan dengan cita rasa yang diinginkan. Menurut staf bagian pemasaran, yakni Diega Ramdhan permintaan *green bean* dari *UB Forest* cukup stabil, mencapai satu kwintal hingga satu ton per bulan. Keunggulan bibit kopi *UB Forest* memberikan peluang besar dalam meningkatkan produksi dan pemasaran kopi di Malang Raya. Dengan potensi besar tersebut, program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) difokuskan pada pemberian informasi tentang keunggulan bibit kopi *UB Forest*. Upaya ini dilakukan melalui pemanfaatan media sosial *Facebook* untuk menyebarluaskan informasi. Fitur-fitur lengkap *Facebook* memudahkan penyebaran informasi tentang bibit kopi *UB Forest* dan manfaatnya bagi petani kopi di Malang Raya. Program ini diharapkan dapat meningkatkan produktivitas kopi dan kesejahteraan petani kopi di wilayah tersebut.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **Tahap Persiapan**

Pada tahap persiapan, tim PKM yang terdiri dari empat mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Brawijaya melakukan diskusi awal untuk persiapan magang di *UB Forest*. Tim melakukan empat kali survei ke lokasi penelitian dan pra-observasi. Salah satu anggota tim ditugaskan untuk melakukan pra-observasi di *UB Forest* guna meninjau kondisi lapangan. Setelah pra-observasi, tim PKM kembali berdiskusi mengenai kegiatan observasi berikutnya. Tim mempersiapkan surat perizinan dari Fakultas dan menghubungi pihak *UB Forest* melalui telepon. Setelah mendapat izin dari

jurusan, surat izin magang diserahkan kepada pihak *UB Forest* di Gedung Pelayanan Bersama lantai 5. Pihak *UB Forest* merespons dengan baik dan memberikan izin untuk melakukan program PKM.

### **Tahap Pelaksanaan**

Setelah memperoleh izin, tim PKM melakukan observasi langsung di kebun kopi *UB Forest* di Dusun Sumpersari, Desa Tawangargo, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang. Observasi kedua dilakukan untuk mengumpulkan data tentang cara penanaman, perawatan, dan panen bibit kopi unggulan. Tim PKM juga melakukan *Focus Group Discussion (FGD)* secara daring dengan pihak *UB Forest* dan perwakilan petani kopi di Malang Raya untuk menggali informasi mengenai permasalahan dan kendala yang dihadapi petani kopi. Berdasarkan hasil *FGD*, tim menyusun naskah dan konten berupa video yang menyajikan informasi tentang keunggulan bibit kopi *UB Forest*.

Selanjutnya, tim PKM melakukan survei ketiga dengan wawancara mendalam kepada Pak Gito, pembimbing lapangan di *UB Forest*, untuk mendapatkan data lebih mendalam mengenai pengembangan bibit kopi unggulan. Wawancara ini membantu tim dalam menyusun konten yang akan dipublikasikan melalui media sosial *Facebook*. Survei keempat dilakukan dengan wawancara kepada petani kopi di Kota Batu yang telah menggunakan bibit kopi *UB Forest*, untuk mendapatkan testimoni yang disajikan dalam bentuk video wawancara.

### **Tahap Monitoring dan Evaluasi**

Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi. Tim PKM memantau respons pengguna terhadap konten yang diunggah, seperti jumlah *likes*, komentar, dan *viewers* pada unggahan foto dan video di *Facebook*. Evaluasi dilakukan dengan meninjau kembali efektivitas program melalui survei kepuasan audiens menggunakan kuesioner *Google Form* yang disebarakan ke grup komunitas petani kopi di *Facebook*. Hasil evaluasi membantu tim dalam mengetahui kekurangan dan melakukan perbaikan pada konten yang dibuat.

Akun *Facebook* yang dibuat oleh tim PKM akan tetap diaktifkan dan dipindahtangankan kepada pengelola *UB Forest*, yaitu Bapak Gito, dengan sepengetahuan kantor pusat *UB Forest*. Alasan memilih Bapak Gito adalah karena keterlibatannya dalam berbagai kegiatan di kebun kopi *UB Forest* dan kemampuannya menggunakan media sosial *Facebook*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Implementasi Pemanfaatan Media Digital *Facebook* Untuk *Profiling* sebagai Penyebarluasan Informasi Bibit Kopi *UB Forest***

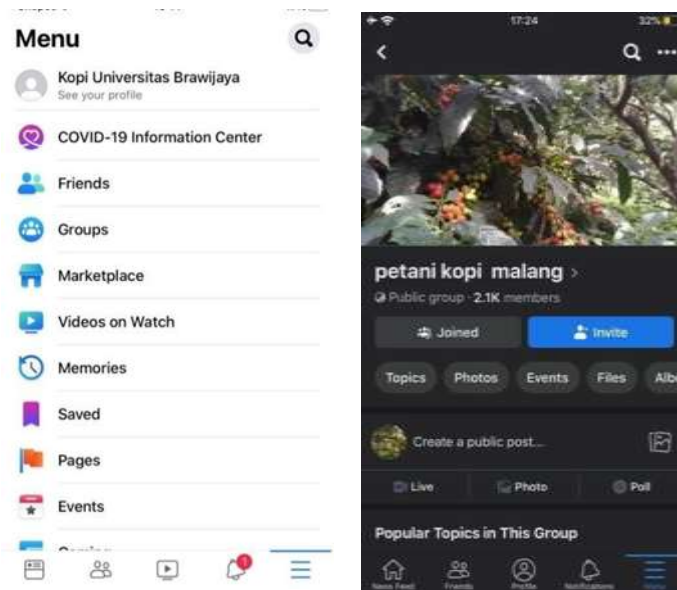
Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bertema "Pemanfaatan Media Sosial dalam Pengenalan Bibit Kopi Berkualitas dari *UB Forest*" dimulai dengan persiapan pada bulan Maret 2021. Tim PKM yang terdiri dari empat mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Brawijaya melakukan survei lokasi dan menyerahkan surat izin kepada penanggung jawab *UB Forest*. Survei ini penting untuk memahami kondisi lapangan dan mempersiapkan konten yang relevan bagi target audiens di media.



Sumber: Dokumentasi tim PKM (2021)

**Gambar 1.** Survey pertama tim PKM

Tahap pertama dalam implementasi program adalah pembuatan akun *Facebook* yang dinamai "Kopi Universitas Brawijaya". Akun ini bertujuan untuk menyebarkan informasi mengenai bibit kopi *UB Forest* kepada komunitas petani kopi, seperti komunitas petani kopi Malang, komunitas petani kopi Indonesia, dan pasar kopi Jawa Timur. Dengan bergabung ke dalam komunitas-komunitas ini, tim PKM berharap dapat memperluas jaringan dan memasarkan produk pertanian kopi *UB Forest* secara efektif.



Sumber: Dokumentasi tim PKM (2021)

**Gambar 2.** Akun *Facebook* Kopi Universitas Brawijaya

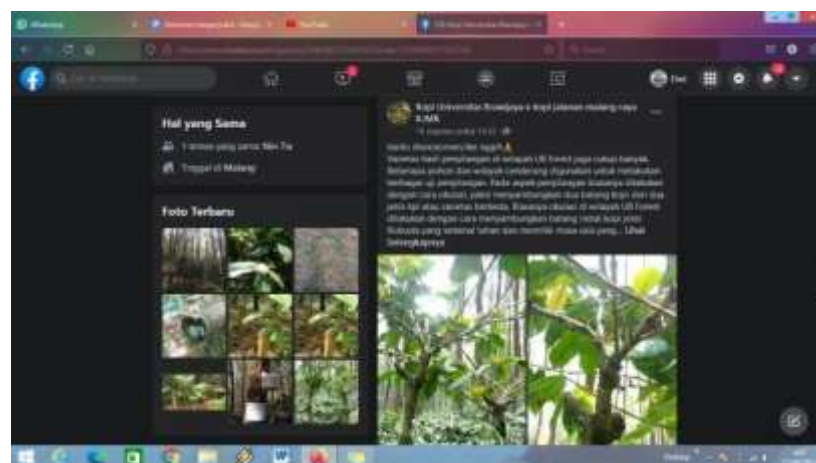
Setelah akun *Facebook* aktif, tim PKM mulai mengunggah foto dan video yang berkaitan dengan bibit kopi *UB Forest*. Unggahan pertama pada tanggal 26 Juli 2021 memperkenalkan lokasi *UB Forest* yang terletak di tiga wilayah: Dusun Sumpersari, Desa Tawangargo, Donowaroh-Sumber Wangi, Ngenep-Bontoro, dan Karangploso. Unggahan ini menampilkan kondisi tanaman kopi yang telah ditanam selama lima tahun dan masih subur, mendapatkan respons positif dengan 12 *likes* dan 3 komentar.



Sumber: Dokumentasi tim PKM (2021)

**Gambar 3.** Unggahan mengenai tanaman kopi

Unggahan berikutnya pada tanggal 31 Juli 2021 menampilkan foto dan video tanaman kopi yang masih dalam masa peremajaan. Bibit kopi *UB Forest* ini berasal dari uji coba para akademisi dan petani lokal. Unggahan ini berhasil mendapatkan 15 *likes* dan 2 komentar, menunjukkan antusiasme komunitas petani kopi terhadap informasi yang disajikan. Pada tanggal 11 Agustus 2021, tim PKM mengunggah dokumentasi mengenai tanaman kopi yang sedang berbunga dan siap panen. Varietas kopi yang ditanam di *UB Forest* mencakup Robusta 37, Robusta 308, Arabika Lini S, dan Arabika Omas. Unggahan ini mendapatkan 18 *likes* dan 3 komentar, menandakan minat yang tinggi terhadap varietas kopi yang dihasilkan oleh *UB Forest*. Selanjutnya, pada tanggal 16 Agustus 2021, tim PKM mengunggah informasi tentang uji penyilangan berbagai jenis kopi di *UB Forest*. Teknik okulasi digunakan untuk menyambungkan batang kopi dari dua varietas yang berbeda, menghasilkan kopi dengan cita rasa khas dan batang yang kuat. Unggahan ini mendapatkan 11 *likes* dan 1 komentar.



Sumber: Dokumentasi tim PKM (2021)

**Gambar 4.** Unggahan uji penyilangan berbagai jenis kopi

Pada tanggal 19 Agustus 2021, tim PKM mengunggah konten tentang teknologi penunjang yang digunakan di *UB Forest*. Teknologi ini mencakup sensor pendeteksi sinar, kelembaban tanah, sirkulasi udara, dan alat kontrol yang terhubung dengan sistem komputerisasi. Teknologi ini membantu

para akademisi dan praktisi dalam memilih varietas kopi yang optimal. Unggahan ini mendapatkan 10 *likes* dan 2 komentar. Unggahan selanjutnya pada tanggal 23 Agustus 2021 membahas rata-rata usia tanaman kopi di *UB Forest*, yang berkisar antara 8 hingga 9 tahun, dengan beberapa tanaman yang berusia lebih dari 30 tahun. Unggahan ini mendapatkan 18 *likes* dan 3 komentar, menunjukkan ketertarikan komunitas terhadap informasi tentang umur tanaman kopi dan perawatannya. Pada tanggal 26 Agustus 2021, tim PKM mengunggah konten tentang eksistensi kopi dalam budaya masyarakat Indonesia. Budaya ngopi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, dan upaya produksi kopi berkualitas tinggi terus dilakukan. Unggahan ini mendapatkan 9 *likes* dan 1 komentar.

#### **Pencapaian Program Profiling kopi UB Forest**

Pada tanggal 14 September 2021, tim PKM mengunggah hasil wawancara dengan Bapak Yudi, seorang petani kopi *UB Forest*. Bapak Yudi menjelaskan bahwa bibit kopi *UB Forest* lebih mudah dirawat dan menghasilkan buah dengan kualitas bagus dibandingkan bibit kopi lainnya. Unggahan ini mendapatkan 8 *likes* dan 3 komentar, memberikan testimoni positif tentang bibit kopi *UB Forest*. Secara keseluruhan, total jumlah *likes* yang diperoleh dari seluruh unggahan adalah 83 *likes* dan 15 komentar. Setiap unggahan mendapatkan respons dalam waktu satu hari setelah diunggah, menunjukkan efektivitas strategi penggunaan *hashtag* dan konten yang relevan dengan minat komunitas petani kopi.



Sumber: Dokumentasi tim PKM (2021)

**Gambar 5.** Unggahan dengan strategi *profiling hashtag*

Penggunaan media sosial *Facebook* terbukti efektif dalam menyebarkan informasi tentang bibit kopi *UB Forest*. Konten yang diunggah menarik perhatian komunitas petani kopi, yang terbukti dari jumlah *likes* dan komentar yang diterima. Strategi ini membantu meningkatkan profil bibit kopi *UB Forest* dan memperkuat jaringan dengan komunitas petani kopi di Malang Raya dan sekitarnya. Evaluasi program menunjukkan bahwa konten yang disajikan berhasil memberikan informasi yang dibutuhkan oleh petani kopi. Pertanyaan dan komentar yang diberikan oleh pengguna *Facebook* mencerminkan minat dan kebutuhan mereka terhadap informasi yang relevan tentang bibit kopi unggul dan teknik budidaya yang tepat. Akun *Facebook* "Kopi Universitas Brawijaya" akan terus diaktifkan dan dikelola oleh pengelola *UB Forest*, yaitu Bapak Gito. Dengan demikian, informasi tentang bibit kopi *UB Forest* dapat terus diperbarui dan disebarluaskan kepada komunitas petani kopi, memastikan keberlanjutan program ini.

Program PKM ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan literasi digital dan pengetahuan petani kopi tentang bibit kopi unggul. Penggunaan media sosial sebagai platform penyebaran informasi memungkinkan program ini mencapai audiens yang lebih luas dan efektif dalam memberikan edukasi tentang pertanian kopi. Kesimpulannya, program ini berhasil mencapai tujuannya dalam memperkenalkan bibit kopi berkualitas dari *UB Forest* kepada komunitas petani kopi melalui media sosial *Facebook*. Keberhasilan ini diharapkan dapat menjadi model bagi program pengabdian masyarakat lainnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk tujuan edukasi dan pemberdayaan masyarakat.

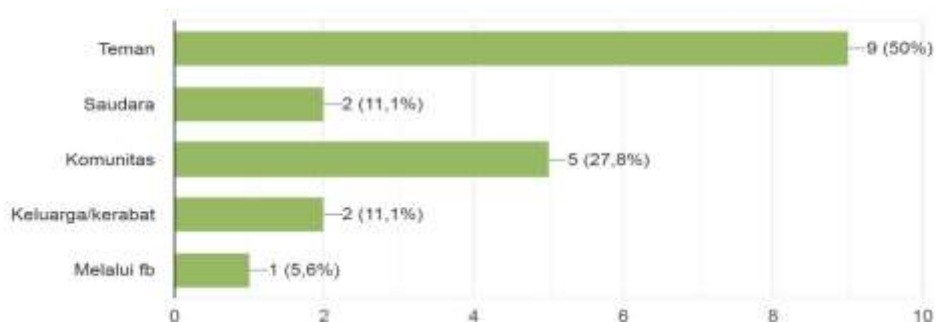
## Pencapaian Program Pendukung Berupa Survei Pengetahuan Komunitas Petani Kopi di Malang Tentang *UB Forest*

Untuk mengevaluasi efektivitas program, tim PKM menggunakan *Google Form* untuk mengumpulkan tanggapan dari komunitas petani kopi mengenai pengetahuan mereka tentang *UB Forest*. Sebanyak 50% responden menyatakan memperoleh informasi melalui teman, 27,8% melalui komunitas, 11,1% melalui saudara, dan 11,1% melalui keluarga atau kerabat. Sebelum *profiling* dilakukan, banyak masyarakat yang belum mengetahui kopi *UB Forest* secara detail.

**Diagram 1. Cara responden dalam memperoleh informasi terkait *UB Forest***

Bagaimana cara anda dapat mengetahui atau memperoleh informasi terkait kopi *UB Forest* dengan melalui teman, saudara, dsb?

18 jawaban



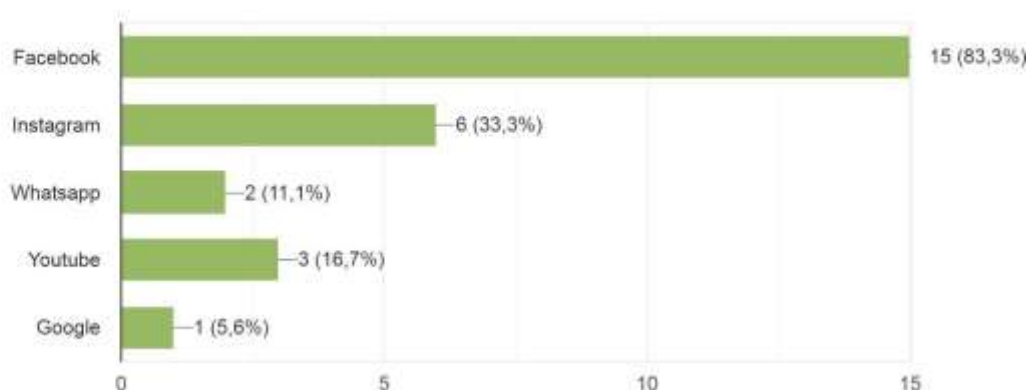
Sumber: diolah tim PKM (2021)

Penggunaan media sosial *Facebook* terbukti efektif sebagai platform *profiling*, dengan 83,3% responden mendapatkan informasi dari *Facebook*, 33,3% dari *Instagram*, 16,7% dari *YouTube*, dan 11,1% dari *WhatsApp*. Hal ini menunjukkan bahwa *Facebook* menjadi media sosial yang paling efektif dalam menyebarkan informasi mengenai bibit kopi *UB Forest* karena berbagai fitur yang mendukung edukasi.

**Diagram 2. Penggunaan media sosial dalam mengakses informasi Kopi *UB Forest***

Media sosial yang digunakan dalam memperoleh informasi terkait bibit kopi *UB Forest*?

18 jawaban



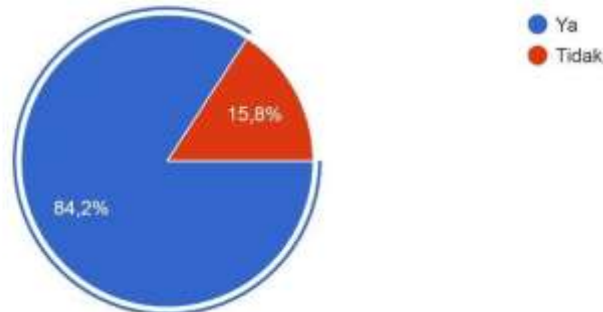
Sumber: diolah tim PKM (2021)

Sebanyak 84,2% responden mengetahui akun *Facebook UB Forest*, dan 94,4% responden merasa akun tersebut membantu atau informatif. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang disajikan dalam bentuk video dan foto beserta keterangan mengenai bibit kopi *UB Forest* cukup informatif dan membantu anggota komunitas memperoleh pengetahuan baru tentang cara budidaya kopi dan jenis-jenis bibit kopi unggul.

**Diagram 3. tanggapan apakah responden mengetahui UB Forest**

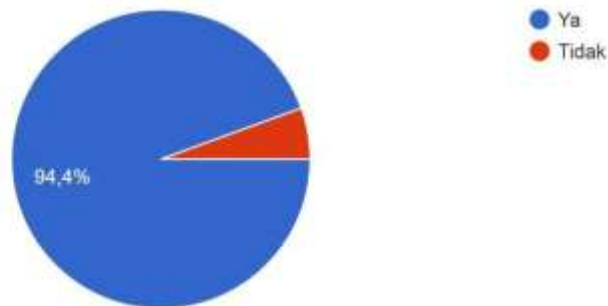
Apakah anda mengetahui akun facebook UB Forest?

19 jawaban

*Sumber: diolah tim PKM (2021)***Diagram 4. Tanggapan responden terhadap akun Facebook Kopi UB Forest**

Menurut anda, apakah akun tersebut membantu atau informatif mengenai seputar informasi bibit kopi?

18 jawaban

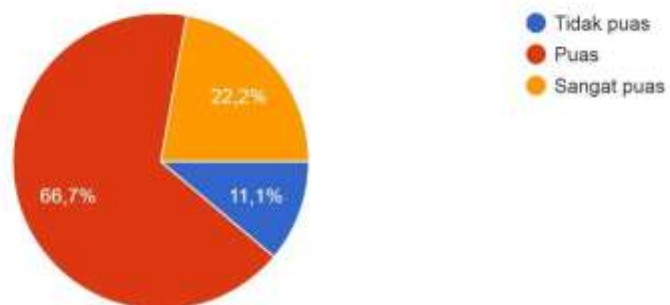
*Sumber: diolah tim PKM (2021)*

Tingkat kepuasan terhadap akun *Facebook UB Forest* juga tinggi, dengan 66,7% responden merasa puas, 22,2% sangat puas, dan 11,1% tidak puas. Responden mengapresiasi akun *Facebook* ini karena memberikan akses pengetahuan baru, berbagi pengalaman, dan memecahkan masalah yang dihadapi petani kopi.

**Diagram 5. Kepuasan terhadap akun Facebook Kopi UB Forest**

Apakah anda cukup puas dengan adanya akun UB Forest tersebut?

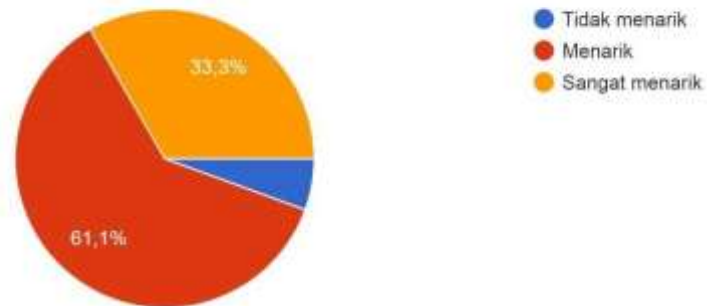
18 jawaban

*Sumber: diolah tim PKM (2021)*



Sebanyak 61,1% responden berpendapat bahwa konten postingan informasi di akun *Facebook UB Forest* menarik, 33,3% sangat menarik, dan 5,6% tidak menarik. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang diposting, seperti video dan foto, menarik perhatian pengguna *Facebook* dan membantu meningkatkan pengetahuan tentang bibit kopi *UB Forest*.

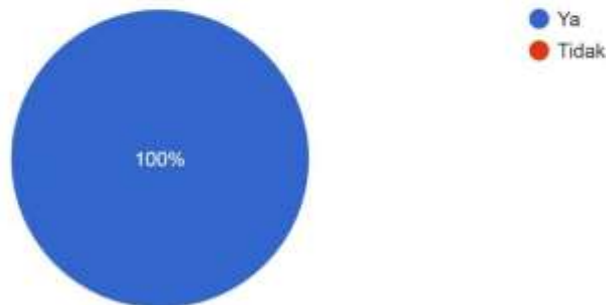
**Diagram 6. Ketertarikan responden terhadap kontem yang disajikan**  
Apakah konten, postingan, informasi yg disajikan dalam akun tersebut menarik?  
18 jawaban



Sumber: diolah tim PKM (2021)

**Diagram 7. Tanggapan apakah akun Kopi UB Forest perlu untuk dikembangkan**

Apakah akun tersebut perlu untuk dikembangkan?  
18 jawaban



Sumber: diolah tim PKM (2021)

Seluruh responden setuju bahwa akun *Facebook UB Forest* perlu dikembangkan lebih lanjut untuk memberikan informasi yang lebih banyak dan baik mengenai kopi *UB Forest*. Saran dan kritik yang diberikan oleh responden juga sangat membangun, seperti peningkatan kualitas foto, penggunaan template yang seragam, dan penataan caption yang lebih terstruktur. Dengan demikian, program PKM ini berhasil mencapai tujuannya dalam memperkenalkan bibit kopi berkualitas dari *UB Forest* kepada komunitas petani kopi di Malang Raya melalui media sosial *Facebook*. Keberhasilan ini diharapkan dapat menjadi model bagi program pengabdian masyarakat lainnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk tujuan edukasi dan pemberdayaan masyarakat.

## KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh tim PKM dengan membuat program memanfaatkan aplikasi media sosial *Facebook*. Upaya yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial *Facebook*, yakni dengan melakukan profiling petani kopi dalam

penyebarluasan informasi terkait bibit kopi dari *UB Forest*. Penyebarluasan informasi tersebut dilakukan dengan memanfaatkan berbagai fitur yang terdapat dalam aplikasi *Facebook* seperti unggahan gambar atau foto, unggahan video, dan menggunakan keterangan yang informatif. Selain itu, kelompok PKM juga melakukan strategi untuk dapat mencapai sasaran penyebarluasan informasi seperti bergabung dengan komunitas petani kopi di *Facebook* atau memanfaatkan *hashtag* (#) kata kunci yang akan membantu unggahan banyak dilihat atau ditonton para pengguna lainnya. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produktivitas kopi dan kesejahteraan masyarakat khususnya petani kopi di Malang Raya.

Program capaian yang dilakukan oleh tim PKM dengan dilakukannya profiling kopi *UB Forest* yang disebarluaskan melalui media sosial *Facebook*. Di platform *Facebook* Profiling kopi *UB Forest* diperuntukan untuk komunitas-komunitas seperti petani kopi Malang, budidaya petani kopi, komunitas petani kopi Indonesia, jual beli kopi Malang, pasar kopi Jawa Timur dan lain sebagainya. Pada saat tim PKM mengunggah foto dan video profiling *UB Forest* respon dari anggota-anggota grup cukup antusias terbukti dengan adanya beberapa *likes* dari anggota komunitas. Terdapat tujuh kali pengunggahan foto maupun video ke komunitas-komunitas yang ada yang dilakukan oleh Tim PKM. Tujuh kali pengunggahan tersebut dilakukan dengan tema yang berbeda-beda. Dari keseluruhan tim PKM mengunggah video maupun foto melalui media *Facebook* dan disebarkan kepada komunitas-komunitas kopi, total jumlah *likes* keseluruhan sebesar 83 *likes* dan 15 komentar.

Selain program utama berupa pemanfaatan media sosial *Facebook* sebagai media penyebarluasan informasi, tim PKM juga memiliki program pendukung berupa survey kepuasan pengunjung atau penonton dari konten yang telah disajikan dalam *Facebook*. Program pendukung ini berbentuk survey *online* dengan menggunakan *Google Form* yang disebarluaskan melalui akun *Facebook* yang telah digunakan sebagai program utama baik pada fitur beranda pribadi maupun fitur komunitas *online* yang menasar petani kopi. Program pendukung ini bertujuan untuk melihat sejauh mana program utama dapat diterima oleh masyarakat khususnya pengguna sosial media *Facebook* yang berprofesi dan berkecimpung dalam pembudidayaan dan pengelolaan tanaman kopi di Malang Raya. Program pendukung sekaligus menjadi tahapan monitoring dan evaluasi dari hasil survey yang telah didapatkan. Dalam program penyebaran kuesioner ini, memperoleh total keseluruhan sebanyak 19 responden dengan memberikan respon positif sekaligus kritik dan saran terkait pengembangan akun *UB Forest* untuk kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alhaidar, M. H. (2020, Juni 30). *Mengenal Budaya Ngopi dan Sentra Perkopian di Kota Malang*. Retrieved from Brisik.id: <https://brisik.id/read/54569/mengenal-budaya-ngopi-dan-sentra-perkopian-di-kota-malang>
- Anam, C. (2019, Desember 1). *Malang Jadi Kluster Pengembangan Kopi Nasional pada 2020*. Retrieved from Bisnis.com: <https://surabaya.bisnis.com/read/20191201/532/1176281/malang-jadi-kluster-pengembangan-kopi-nasional-pada-2020>
- Artcofest. (2019). *Artcofest – Malang Art & Coffee Festival*. Retrieved from Jagoan Indonesia: <https://jagoanindonesia.id/artcofest/>
- Mazda, G., & Thoriq, I. (2019, Desember 5). *Kafe di Malang yang Tumbuh dan Tumbang*. Retrieved from Kumparan.com: <https://kumparan.com/tugumalang/kafe-di-malang-yang-tumbuh-dan-tumbang-1551768038570428054/full>
- Samporna, D. G. (2017). *Eksplorasi Model – Model Contract Farming di Kawasan UB Forest*. Unpublished Thesis. Malang: Universitas Brawijaya
- Sukarelawati, E. (2019, November 5). *Bank Indonesia Malang gandeng Universitas Brawijaya gelar Artcofest*. Retrieved from ANTARA KANTOR BERITA INDONESIA: <https://www.antaraneews.com/berita/1147100/bank-%20indonesia-malang-gandeng-universitas-brawijaya-gelar-artcofest>