

# Pengembangan Digital Branding Bersama Tanamin Bumi Nusantara Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Kampanye Lingkungan

**Arif Wicaksono Septyanto<sup>1</sup>, Henokh Lugo Hariyanto<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Sistem Informasi, Jurusan Teknik Elektro, Informatika, dan Bisnis, Institut Teknologi Kalimantan

\*E-mail: arif.wicaksono@lecturer.itk.ac.id

## Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan kolaborasi dengan perusahaan layanan lingkungan Tanamin Bumi Nusantara, yang dilaksanakan di lahan Kelompok Tani Harapan Sejahtera, KM 24. Tujuan mengembangkan digital branding Tanamin melalui pemanfaatan teknologi informasi untuk mempromosikan aksi-aksi lingkungan, khususnya dalam program penanaman pohon kopi di lahan marginal. Program ini mengintegrasikan pelestarian lingkungan, pemberdayaan petani, serta kampanye digital berbasis teknologi. Kegiatan dilaksanakan melalui tiga tahap. Tahap pertama adalah branding media sosial melalui Instagram dan YouTube untuk memperkuat citra positif Tanamin sebagai komunitas peduli lingkungan. Melalui pembuatan poster, video reels, dan profil mitra, kegiatan ini berhasil meningkatkan kesadaran publik terhadap isu lingkungan dan mendorong partisipasi masyarakat dalam gerakan hijau. Tahap kedua adalah penanaman 300 bibit kopi di KM 24 yang melibatkan mitra Tanamin, PEPELINGASIH, dan masyarakat sekitar. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai upaya penghijauan dan konservasi lingkungan, tetapi juga sebagai sarana edukasi masyarakat tentang potensi ekonomi dari budidaya kopi organik. Tahap ketiga adalah pengembangan website blog sebagai media informasi dan digital branding Tanamin, yang memuat konten edukatif, dokumentasi kegiatan, serta fitur interaktif untuk promosi lingkungan dan kemitraan. Hasil menunjukkan adanya peningkatan eksistensi dan engagement Tanamin di media sosial, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pelestarian alam, serta terbentuknya sinergi antara mahasiswa, mitra, dan masyarakat dalam gerakan penghijauan. Selain itu, pengembangan website turut memperluas jangkauan informasi dan memperkuat narasi digital tentang aksi lingkungan berbasis komunitas. Dengan demikian, kegiatan ini terbukti efektif dalam menggabungkan teknologi informasi dengan aksi sosial-lingkungan, serta mendukung penguatan digital branding Tanamin Bumi Nusantara secara autentik dan berkelanjutan.

**Kata kunci:** Digital branding, kampanye lingkungan, Tanamin Bumi Nusantara, budidaya kopi organik.

## Abstract

*This community service activity is a collaboration with the environmental services company Tanamin Bumi Nusantara, which was carried out on the Harapan Sejahtera Farmers Group land, KM 24. The aim is to develop Tanamin's digital branding through the use of information technology to promote environmental actions, particularly in the coffee tree planting program on marginal land. This program integrates environmental conservation, farmer empowerment, and technology-based digital campaigns. The activity was carried out in three stages. The first stage was social media branding through Instagram and YouTube to strengthen Tanamin's positive image as an environmentally conscious community. Through the creation of posters, video reels, and partner profiles, this activity succeeded in raising public awareness of environmental issues and encouraging community participation in the green movement. The second stage was the planting of 300 coffee seedlings at KM 24 involving Tanamin partners, PEPELINGASIH, and the surrounding community. This activity not only functions as an effort to reforest and conserve the environment, but also as a means of educating the public about the economic potential of organic coffee cultivation. The third stage is the development of a blog website as an information medium and digital branding for Tanamin, which contains educational content, activity documentation, and interactive features for environmental promotion and partnerships. The results show an increase in Tanamin's presence and engagement on social media, increased public awareness of the importance of environmental conservation, and the formation of synergy between students, partners, and the community in the greening movement. Furthermore, the website development has expanded the reach*

---

*of information and strengthened the digital narrative of community-based environmental action. Thus, this activity has proven effective in combining information technology with socio-environmental action, and supporting the authentic and sustainable strengthening of Tanamin Bumi Nusantara's digital branding.*

**Keywords:** *Digital branding, environmental campaign, Tanamin Bumi Nusantara, organic coffee cultivation*

## 1. Pendahuluan

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu pilar utama dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bertujuan mengaplikasikan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni untuk memberdayakan masyarakat dan meningkatkan kualitas hidup. Dalam konteks saat ini, perguruan tinggi diharapkan tidak hanya menjadi pusat akademik, tetapi juga agen perubahan sosial yang aktif dalam menangani isu-isu strategis seperti kerusakan lingkungan dan rendahnya kesadaran publik terhadap keberlanjutan (Arono et al., 2022).

Salah satu bentuk kontribusi nyata dalam menjaga kelestarian lingkungan adalah program penghijauan melalui penanaman pohon, yang tidak hanya berfungsi memulihkan ekosistem, tetapi juga menjadi simbol tanggung jawab kolektif terhadap bumi (Heriyanto et al., n.d.). Ditanami Bumi Nusantara, Karang Joang, Balikpapan Utara, upaya restorasi lingkungan dilakukan secara konsisten melalui penanaman pohon kopi di lahan marginal milik Kelompok Tani Harapan Sejahtera KM 24. Namun, meskipun aksi-aksi lingkungan tersebut telah dilaksanakan, potensinya belum sepenuhnya tersampaikan kepada publik akibat terbatasnya strategi komunikasi dan pemasaran (Ernah et al., 2024).

Di era digital, kesadaran lingkungan dapat diperkuat melalui pemanfaatan teknologi informasi dan media sosial. Branding yang kuat bukan hanya membentuk citra positif suatu inisiatif, tetapi juga menjadi alat efektif untuk menyebarkan nilai-nilai keberlanjutan, menarik partisipasi masyarakat, dan memperkuat ekonomi lokal (Irfan Hanif Indranegara, 2025). Sayangnya, banyak program lingkungan, termasuk di Tanamin, belum memanfaatkan platform digital secara optimal untuk menceritakan narasi dampak mereka (Kusuma et al., 2021; Septyanto & Alif, 2023).

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dirancang sebagai bentuk kolaborasi strategis dengan Tanamin Bumi Nusantara untuk mengembangkan digital branding yang autentik dan berkelanjutan. Melalui pelatihan pembuatan konten digital, dokumentasi visual kegiatan penanaman, pembuatan website untuk kelompok tani dan kampanye media sosial, program ini bertujuan memperluas jangkauan pesan lingkungan sekaligus memperkuat identitas Tanamin sebagai entitas yang peduli terhadap ekosistem dan pemberdayaan komunitas. Dengan pendekatan ini, pengabdian masyarakat tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi lingkungan, tetapi juga menjadi jembatan antara aksi lokal dan kesadaran global melalui kekuatan teknologi informasi (Purwana et al., 2017).

## 2. Metode

### 2.1 Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui penanaman pohon dan branding melalui sosial media dilakukan kurang lebih selama empat bulan, yaitu pada bulan Februari 2025 hingga Juni 2025. Pengabdian masyarakat ini berlangsung di Karang Joang KM 24, Balikpapan Utara, tepatnya bersama Kelompok Tani Harapan Sejahtera. Kegiatan ini juga merupakan kolaborasi antara tim Tanamin, Tanamin dan Kelompok KKN D5. Adapun tahapan pengabdian masyarakat secara umum diuraikan sebagai berikut :

---

### **2.1.1 Tahap Persiapan**

Kegiatan dimulai dengan melakukan observasi dan wawancara serta identifikasi permasalahan lingkungan di wilayah mitra terkait. Observasi ini dilakukan dengan survey atau turun ke lapangan secara langsung untuk melihat dan memperoleh data kondisi lingkungan. Selain itu, dilakukan wawancara untuk memperoleh data tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya dalam menjaga dan melestarikan lingkungan serta mengidentikkan potensi lokal yang memungkinkan untuk dikembangkan secara optimal.

### **2.1.2 Tahap Pelaksanaan**

Kegiatan ini terdiri dari tiga program utama: penanaman pohon, branding melalui media sosial, dan pengelolaan website blog. Penanaman dilakukan di lahan Kelompok Tani Harapan Sejahtera, KM 24, yang menjadi mitra Tanamin dalam program penghijauan. Kegiatan ini melibatkan masyarakat lokal, tim Tanamin, dan kelompok KKN D5, sehingga mempererat kerja sama dan meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan. Branding dilakukan melalui Instagram dan YouTube dengan konten seperti video edukasi lingkungan, profil Tanamin, dan unggahan menarik tentang isu kelestarian alam. Konten dibuat dengan visual yang menarik dan bahasa sederhana agar mudah dipahami semua kalangan. Selain itu, dibuat website blog sebagai media informasi. Website ini menampilkan artikel tentang penghijauan, potensi desa, dan kegiatan sosial. Website dikelola oleh perwakilan masyarakat yang telah dilatih, sehingga bisa terus diupdate dan berkelanjutan.

### **2.1.3 Tahap Evaluasi**

Tahap terakhir dari kegiatan pengabdian masyarakat yaitu menyusun dokumen laporan dan mendokumentasikan evaluasi dari tim manajemen dan masyarakat setempat. Dimana pada tahap evaluasi ini dari setiap kegiatan yang telah dilakukan agar di setiap kegiatan selanjutnya program akan berjalan lebih baik.

## **2.2 Metode Kegiatan**

Metode kegiatan dirancang untuk melibatkan mitra secara aktif, baik dalam proses pembelajaran dan pengembangan yang akan dilakukan melalui pendekatan yang sistematis. Berikut adalah uraian dari langkah-langkah kegiatan yang akan dilaksanakan :

### **2.2.1 Penanaman Pohon**

#### **a. Deskripsi**

Kegiatan penanaman bibit kopi yang dilaksanakan di KM 24 merupakan hasil kolaborasi antara tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) dan mitra Tanamin. Proses penanaman berlangsung secara gotong royong, dengan antusiasme tinggi dari kedua belah pihak. Tim KKN berperan dalam persiapan lahan, pengangkutan bibit, serta pendampingan teknis selama kegiatan berlangsung. Sementara itu, mitra Tanamin turut aktif berpartisipasi, mulai dari penyediaan bibit hingga keterlibatan langsung dalam penanaman.

Kegiatan ini tidak hanya menjadi bentuk kontribusi nyata terhadap penghijauan dan peningkatan produktivitas lahan, tetapi juga menjadi ajang tukar pengetahuan dan pengalaman antara mahasiswa dan komunitas lokal. Semangat kebersamaan yang terbangun selama proses penanaman mencerminkan komitmen bersama untuk

---

mendukung keberlanjutan lingkungan dan pertanian masyarakat sekitar.

**b. Langkah Kegiatan**

Kegiatan penanaman pohon dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang terstruktur sebagai berikut:

1. Tahap awal dimulai dengan diskusi bersama mitra untuk menyamakan tujuan, menentukan jenis pohon yang akan ditanam, serta merancang pelaksanaan kegiatan agar sesuai dengan kondisi dan kebutuhan lapangan.
2. Setelah kesepakatan tercapai, tim melakukan survei lokasi secara langsung guna menilai kesesuaian lahan, luas area tanam, serta faktor-faktor pendukung lainnya seperti akses air dan kondisi tanah.
3. Hasil survei kemudian dilaporkan kepada dosen pembimbing sebagai bentuk koordinasi dan mendapatkan masukan agar kegiatan berjalan lebih optimal dan sesuai prosedur.
4. Sebagai bentuk keterlibatan aktif masyarakat dan mahasiswa lainnya, tim membuka pendaftaran volunteer bagi siapa saja yang ingin berpartisipasi dalam kegiatan penanaman pohon ini.
5. Bibit pohon yang telah disepakati sebelumnya kemudian dibeli dari penyedia terpercaya agar kualitas tanaman yang ditanam terjamin dan dapat tumbuh dengan baik.
6. Kegiatan puncak berupa penanaman pohon dilakukan secara kolaboratif bersama mitra dan para volunteer. Setiap peserta turut menanam bibit di lokasi yang telah ditentukan, dengan harapan pohon-pohon tersebut dapat tumbuh subur dan memberi manfaat jangka panjang bagi lingkungan sekitar.

**2.2.2 Branding Sosial Media**

**a. Deskripsi**

Tanamin membangun citra dan memperkuat identitas organisasinya melalui strategi branding di media sosial, khususnya Instagram. Melalui platform ini, Tanamin aktif menyebarkan konten edukatif dan inspiratif yang berkaitan dengan isu lingkungan dan penghijauan. Salah satu bentuk kegiatan branding yang dilakukan adalah pembuatan poster edukasi yang berisi informasi seputar pentingnya menjaga lingkungan, manfaat tanaman lokal, serta tips-tips praktis dalam berkebun dan merawat tanaman. Selain itu, Tanamin juga memanfaatkan fitur *Reels* di Instagram untuk menampilkan konten singkat yang menarik seperti dokumentasi kegiatan lapangan, tutorial penanaman, hingga kisah-kisah inspiratif dari para mitra dan relawan. Guna menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan informasi yang lebih mendalam, Tanamin juga memproduksi video berdurasi lebih panjang yang diunggah ke platform YouTube. Video-video ini mencakup liputan kegiatan, edukasi lingkungan, serta wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat dalam upaya pelestarian alam. Seluruh strategi ini dilakukan secara konsisten untuk menumbuhkan kesadaran lingkungan sekaligus memperkenalkan visi dan misi Tanamin kepada masyarakat luas.

**b. Langkah Kegiatan**

---

Kegiatan penanaman pohon dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang terstruktur sebagai berikut:

1. Menyusun jadwal dan tema konten yang akan diunggah setiap minggu, mencakup poster edukasi, reels, dan video YouTube. Tahap ini juga melibatkan riset topik yang relevan dengan isu lingkungan dan target audiens Tanamin.
2. Membuat desain visual yang menarik dan informatif untuk disebar di Instagram Feed. Poster ini berisi pesan-pesan penting seputar pelestarian lingkungan, manfaat tanaman, dan tips praktis berkebun.
3. Mengambil dokumentasi kegiatan lapangan, membuat cuplikan tutorial singkat, serta menyusun video berdurasi pendek yang kreatif dan mudah dicerna, lalu mengeditnya agar sesuai dengan format Reels.
4. Merancang konsep video berdurasi panjang, seperti liputan kegiatan Tanamin, edukasi mendalam, atau wawancara dengan mitra. Proses ini mencakup pengambilan gambar, editing, hingga penambahan narasi atau subtitle.
5. Menjadwalkan unggahan di Instagram dan YouTube sesuai dengan kalender konten. Hal ini bertujuan agar branding berjalan konsisten dan audiens tetap terlibat secara berkala.
6. Mempromosikan konten melalui fitur Instagram Stories, kolaborasi akun, serta menjawab komentar atau pertanyaan dari pengikut untuk membangun interaksi dan loyalitas audiens.
7. Melakukan evaluasi rutin terhadap performa setiap konten melalui data insight Instagram dan YouTube, guna mengetahui jenis konten yang paling diminati serta meningkatkan kualitas konten ke depannya.

### **2.2.3 Pembuatan Website Blog**

#### **a. Deskripsi**

Pembuatan website blog bertujuan untuk memberikan platform digital yang dapat mempermudah dan membantu dalam menulis dan membagikan konten, seperti artikel, informasi, dan ulasan-ulasan. Website ini dibangun untuk memungkinkan pengguna dalam mempublikasikan informasi secara online dengan antarmuka yang menarik sehingga meningkatkan tingkat pengetahuan masyarakat terhadap pentingnya isu-isu lingkungan.

#### **b. Langkah Kegiatan**

Pembuatan website blog dilaksanakan melalui beberapa tahapan, diantaranya yaitu :

1. Melakukan perencanaan dan analisis kebutuhan dengan menentukan tujuan dari blog, target pengguna, dan fitur apa saja yang akan dibutuhkan, seperti halaman artikel, kategori, ulasan, dan galeri kegiatan.
2. Perencanaan desain dilakukan dengan membuat wireframe, desain tampilan (UI) dengan memperhatikan kenyamanan pengguna (UX), dan menentukan warna serta font.
3. Melakukan implementasi pengembangan website ke arah back-end dan front-end dalam bahasa pemrograman menggunakan ReactJs.

- 
4. Tahapan selanjutnya yaitu dengan melakukan pengujian dan evaluasi pada website blog yang telah dibuat, dengan memperhatikan apakah fungsionalitas pada semua fitur dapat berjalan, mengecek tampilan pada berbagai perangkat, memperbaiki bug jika ada, dan melakukan optimasi performa pada website blog.
  5. Melakukan implementasi dan publikasi dengan mengunggah website ke server hosting.
  6. Terakhir, melakukan pemeliharaan dan pengembangan setelah melakukan publikasi website blog dengan memantau performa dan memperbarui konten secara berkala.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

Hasil pengabdian kegiatan masyarakat secara umum diperoleh dari opini masyarakat sekitar terkait manfaat pengabdian masyarakat yang telah dilakukan melalui kuesioner yang telah dibagikan setelah kegiatan KKN.

#### **Tahap 1: Branding Media Sosial**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan melakukan branding media sosial Tanamin melalui Instagram dan Youtube. Tahapan ini diperlukan untuk memperkuat citra komunitas Tanamin di lingkungan masyarakat luas, seperti pembuatan poster di feeds Instagram Tanamin, membuat video reels Instagram, dan membuat profil mitra pada media sosial Youtube. Pelaksanaan branding ini dapat menunjukkan keberhasilan metode digital dalam menjangkau target sasaran masyarakat yang lebih luas dan efektif. Dampak dari kegiatan melakukan branding media sosial ini, tidak hanya meningkatkan eksistensi Tanamin, tetapi juga pada meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu-isu lingkungan, terutama dalam menjaga kelestarian alam. Selain itu, kegiatan ini memiliki beberapa tujuan utama yaitu:

1. Membangun citra positif Tanamin sebagai organisasi yang peduli lingkungan  
Branding di media sosial bertujuan menampilkan Tanamin sebagai organisasi yang aktif, konsisten, dan berdampak dalam upaya pelestarian lingkungan.
2. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pelestarian alam  
Konten yang dibagikan diharapkan dapat membuka wawasan masyarakat tentang isu lingkungan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.
3. Mengedukasi publik mengenai isu-isu lingkungan dan penghijauan  
Melalui poster, reels, dan video edukatif, Tanamin memberikan informasi yang mudah dipahami tentang berbagai topik lingkungan, seperti manfaat pohon, daur ulang, dan perubahan iklim.
4. Menginspirasi masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan ramah lingkungan  
Konten yang menampilkan aksi nyata dan kisah inspiratif bertujuan memotivasi audiens agar ikut terlibat dalam gerakan hijau.





Gambar 1. Konten Branding Instagram

## Tahap 2: Penanaman 300 Bibit Kopi

Kegiatan kedua sebagai bentuk pengabdian kami kepada masyarakat secara langsung adalah dengan melakukan kegiatan penanaman 300 bibit kopi yang dilaksanakan di KM 24 yang berkolaborasi dengan mitra Tanamin dan PEPELINGASIH, serta turut melibatkan partisipasi masyarakat luar sebagai peserta dalam kegiatan penanaman bibit kopi ini. Kegiatan penanaman ini menjadi momentum penting bagi kami untuk tidak hanya berkontribusi secara fisik dalam menjaga kelestarian lingkungan, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan pemberdayaan masyarakat. Masyarakat yang hadir tidak hanya ikut menanam, tetapi juga diberi penjelasan mengenai pentingnya budidaya kopi, cara perawatannya, serta potensi ekonomi yang dapat dihasilkan dari tanaman ini jika dikelola dengan baik. Adapun tujuan utama dari kegiatan ini adalah sebagai berikut.

1. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam menciptakan kawasan hijau yang produktif di wilayah KM 24. Penanaman kopi sebagai tanaman tahunan dapat memberikan kontribusi dalam menurunkan risiko kerusakan lingkungan seperti erosi tanah, meningkatkan kualitas udara, serta menjaga keseimbangan ekosistem lokal.
2. Menumbuhkan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap pentingnya penghijauan dan pertanian berkelanjutan. Dengan melibatkan masyarakat secara langsung, kegiatan ini diharapkan mampu membangun kesadaran kolektif tentang pentingnya menjaga kelestarian alam. Masyarakat diajak untuk tidak hanya menjadi

penonton, tetapi turut serta aktif dalam gerakan hijau dan konservasi, yang kedepannya bisa diteruskan secara mandiri.

3. Mengenalkan dan mengedukasi masyarakat tentang potensi budidaya kopi sebagai komoditas pertanian yang bernilai ekonomi. Kopi dipilih bukan hanya karena manfaat ekologisnya, tetapi juga karena nilai ekonominya yang cukup tinggi. Melalui kegiatan ini, masyarakat diperkenalkan pada tahapan awal budidaya kopi dan manfaat yang bisa diperoleh dalam jangka panjang. Ini bisa menjadi peluang usaha baru yang memberdayakan masyarakat lokal.
4. Membuka jalan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pertanian produktif. Apabila masyarakat tertarik dan serius menindaklanjuti kegiatan ini, budidaya kopi bisa menjadi sumber pendapatan tambahan, terutama bila dikembangkan secara berkelompok atau melalui kemitraan. Dengan pendampingan yang tepat, masyarakat bisa belajar mengelola hasil panen, memasarkannya, bahkan mengolahnya menjadi produk turunan bernilai jual lebih tinggi.
5. Menumbuhkan semangat gotong royong dan kolaborasi antara mahasiswa, mitra, dan masyarakat. Kolaborasi dengan mitra Tanamin serta pelibatan masyarakat menunjukkan pentingnya kerja sama lintas pihak dalam membangun desa atau wilayah tertentu. Melalui kegiatan ini, diharapkan terjalin hubungan yang lebih erat antara pihak akademik dan masyarakat sebagai bentuk sinergi dalam memecahkan persoalan-persoalan sosial dan lingkungan secara bersama-sama.



Gambar 2. Kegiatan penanaman 300 bibit kopi

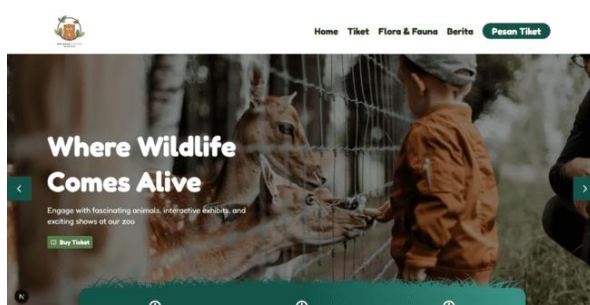
### Tahap 3: Pembuatan Website Blog

Website Blog dirancang dan dibentuk untuk digunakan sebagai media menyampaikan informasi secara menyeluruh. Website ini juga digunakan sebagai alat branding untuk memperkenalkan lebih luas mitra Tanamin, baik dari segi organisasinya atau kegiatannya.



Website ini terdiri dari beberapa fitur yang mendukung kebutuhan mitra dalam melakukan kegiatan edukasi lingkungan dan promosi branding :

1. Web ini menyediakan informasi yang lengkap berbagai jenis hewan, termasuk detail setiap hewan yang ada. Hal ini ditunjukkan untuk menambah wawasan pengunjung, baik wisatawan dan masyarakat umum mengenai hewan-hewan yang ada.
2. Website ini dirancang sebagai sumber informasi terpercaya dan media yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan
3. Terdapat fitur pencarian yang memudahkan pengguna dalam menemukan informasi hewan yang diinginkan sehingga pengguna dapat dengan mudah mengakses informasi kapan saja.
4. Menyediakan halaman dokumentasi sebagai referensi tambahan pengguna.
5. Terdapat fitur berupa halaman khusus untuk penjualan tiket secara online. Hal ini sangat bermanfaat bagi para wisatawan dalam melakukan pembelian tiket yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun.



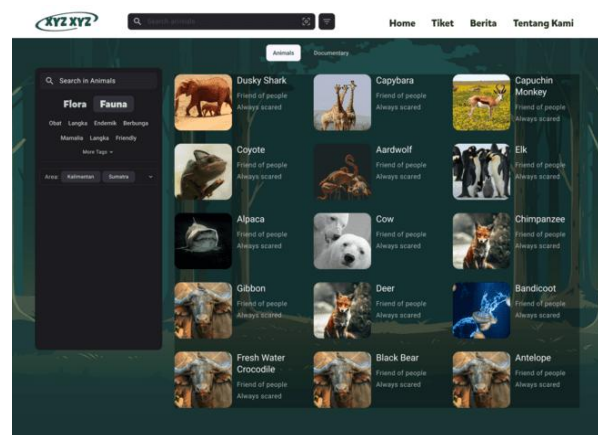
(a)



(b)



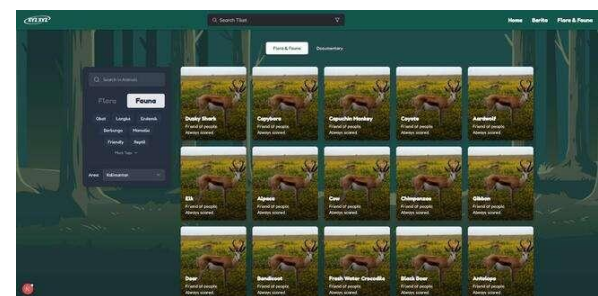
(c)



(d)



(e)



(f)

---

Gambar 3. Website blog (a) UI/UX home page (b) UI/UX konten animals (c) UI/UX detail animals tertentu (d) UI/UX halaman pencarian seluruh animals (e) halaman konten animal (f) halaman pencarian seluruh animals

#### 4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui tiga program kerja yang berjalan bersama-sama dengan mitra Tanamin Bumi Nusantara sehingga mencapai tujuan utama dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap isu lingkungan. Branding yang dilakukan melalui Instagram dan Youtube juga dapat membangun citra positif sesuai tujuan serta edukatif tentang pentingnya pelestarian lingkungan. Video profil juga dibuat untuk menampilkan profil Tanamin sebagai pusat penggerak dalam meningkatkan kesadaran masyarakat lokal dalam menghadapi isu lingkungan, terutama dalam menjaga kelestarian. Sementara itu, penanaman pohon kopi sebagai wujud nyata dari program penghijauan dan memberikan dampak secara luas bagi masyarakat sekitar. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan sinergi yang baik untuk kelompok KKN D5 dan masyarakat sekitar serta Tanamin dalam mewujudkan gerakan lingkungan yang berkelanjutan.

#### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih secara khusus kami sampaikan kepada mitra Tanamin, yang telah bersedia bekerja sama dan menjadi pendamping selama proses perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan. Dukungan teknis, logistik, serta semangat kolaboratif yang diberikan sangat berarti bagi kelancaran kegiatan ini.

#### Daftar Pustaka

- Arono, A., Diani, I., Yunita, W., Aulia, R., & Syahrman, S. (2022). Pengabdian Masyarakat Melalui Taman Bacaan Model Kampung Literasi Di Desa Rindu Hati, Bengkulu Tengah. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(02), 144–161. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v5i02.4964>
- Ernah, E., Rahayuwati, L., Yani, D. I., & Djuwendah, E. (2024). Kegiatan Tanam Pohon Sebagai Upaya Mewujudkan Lingkungan Asri Desa Sehat Plus. *Jurnal Abdidias*, 5(1), 33–38. <https://doi.org/10.31004/abdidias.v5i1.895>
- Heriyanto, A., Rositasari, F., & Hutomo, I. R. (n.d.). *PENGABDIAN MASYARAKAT PENANAMAN POHON TABEBUYA DAN KETAPANG DALAM KEGIATAN KULIAH KERJA NYATA*.
- Irfan Hanif Indranegara. (2025). Pengembangan Branding Digital dan Platform Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Dusun Kiringan, Bantul. *Inovasi Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 113–120. <https://doi.org/10.62951/inovasisosial.v2i2.1425>

- 
- Kusuma, R. D., Sutjipto, S. S. U., & Hermawan, Y. (2021). Pelatihan Optimasi Media Sosial Untuk Peningkatan Omzet UMKM: Personal Branding Lewat Instagram. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(2), 155–160. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i2.1304>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Septyanto, A. W., & Alif, M. I. (2023). Optimization of farmer groups and educational tourism of Bamboe Wanadesa. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 8(3), 494–504. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v8i3.10636>