

**Judul : Pengembangan Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Daya Jual Hasil Produksi Pada Kelompok Tani Urban Farming “Keputih Bersemi” Kelurahan Keputih, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya**

**Title : Development of Instagram-Based Digital Marketing to Increase Sales of Production Results for the “Keputih Bersemi” Urban Farming Group in Keputih Village, Sukolilo District, Surabaya City**

**Brilliant Adam Ramadhani<sup>1</sup>, Shalahuddin Fathan<sup>2</sup>, Jessica Putri Margaretta<sup>3</sup>, Putri Wahyu Pebrianti<sup>4</sup>, Ika Sari Tondang<sup>5</sup>, Nuriah Yuliati<sup>6</sup>**  
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

E-mail: 21024010112@student.upnjatim.ac.id<sup>1</sup>,  
21024010102@student.upnjatim.ac.id<sup>2</sup>, 21024010138@student.upnjatim.ac.id<sup>3</sup>,  
21024010163@student.upnjatim.ac.id<sup>4</sup>, ika.sari.agribis@upnjatim.ac.id<sup>5</sup>,  
nuriah\_y@upnjatim.ac.id<sup>6</sup>

---

**Article History:**

**Received:**

**Revised:**

**Accepted:**

***Abstract:** The Urban Farming Group "Keputih Bersemi," based on educational hydroponics, is an active farming group in Kelurahan Keputih, Surabaya. Urban farming is an ideal choice for urban residents to engage in productive activities that can be followed by the surrounding community and, of course, produce something of added value. The plants or vegetables grown by the Keputih Bersemi farming group include pak choi, lettuce, and others. The harvested produce has not been sold or distributed optimally because marketing activities are conducted conventionally, with members offering the products directly to the surrounding community. This situation arises because the majority of the farming group members are elderly and still unfamiliar with technology. The use of social media, such as Instagram and Whatsapp, plays an important role as it significantly increases the visibility and sales of the group's agricultural products. A marketing strategy that involves engaging content, the use of relevant hashtags, and active interaction with potential customers will expand market reach and attract more potential customers.*

**Keywords:** Hydroponics, Urban Farming, Marketing, Conventional, Social Media

---

**Abstrak:** Kelompok Tani Urban Farming “Keputih Bersemi” yang berbasis hidroponik edukatif merupakan salah satu kelompok tani yang aktif di Kelurahan Keputih, Surabaya. Urban Farming menjadi pilihan yang tepat bagi warga perkotaan untuk menjadi kegiatan produktif yang bisa diikuti oleh masyarakat sekitar dan tentu saja dapat menghasilkan sesuatu yang memiliki nilai tambah. Tanaman atau sayur yang ditanam pada kelompok tani keputih bersemi yakni seperti sawi pakcoy, selada dan lain sebagainya. Hasil panen yang dihasilkan belum terjual atau terdistribusi dengan maksimal dikarenakan kegiatan pemasaran dilakukan secara konvensional atau secara langsung ditawarkan oleh anggota kelompok tani kepada masyarakat/komunitas sekitar. Adapun yang mendasari hal tersebut dikarenakan mayoritas anggota kelompok tani berada pada kalangan lansia dan masih awam terhadap penggunaan teknologi. Penggunaan media sosial seperti Instagram dan Whatsapp berperan penting karena secara signifikan meningkatkan visibilitas dan penjualan produk pertanian kelompok tani. Strategi pemasaran yang melibatkan konten menarik, penggunaan hashtag yang relevan, dan interaksi aktif dengan pelanggan potensial akan memperluas jangkauan pasar dan menambah pelanggan potensial.

**Kata Kunci:** Hidroponik, Urban Farming, Pemasaran, Konvensional, Media Sosial