

Membangun dan Mengelola Media Komunikasi dan Informasi Digital Desa Plosogenuk Kabupaten Jombang

Ainun Fitri Mughiroh ^{1*}

¹ Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang

* ainunfitrimughiroh@gmail.com

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat dengan mitra Desa Plosogenuk Kecamatan Perak Kabupaten Jombang Jawa Timur bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan membangun sarana informasi dan komunikasi antar pemerintah desa dan masyarakat yang dapat diakses secara *real time*. Memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok sebagai akun resmi desa yang menampilkan informasi-informasi desa untuk dipublikasi kepada masyarakat. Pengabdian masyarakat ini dimulai dari tahapan sosialisasi manfaat media sosial kepada perangkat desa, pengumpulan data, pembuatan akun media sosial, dan pengambilan gambar. Metode pendampingan yang digunakan yakni dengan membuat konten informasi berupa foto, video, dan infografis yang dipublikasi setiap hari di akun media sosial milik desa, serta melakukan pendampingan, analisa dan evaluasi dengan pihak pemerintah desa agar penyebaran informasi kepada masyarakat dapat terus berlanjut. Berdasarkan hasil publikasi informasi yang telah dilakukan di akun media sosial milik desa, atensi masyarakat terus bertambah yang dapat dilihat dari jumlah respon pada konten yang dipublikasi. Melalui akun media sosial, desa dapat mempublikasi informasi-informasi yang dimiliki desa seperti, visi-misi, luas desa, jumlah populasi, struktur perangkat desa, anggaran desa, dan informasi lainnya.

Kata Kunci: komunikasi, informasi, media digital, desa, Plosogenuk

Pendahuluan

Desa Plosogenuk merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Perak Kabupaten Jombang Provinsi Jawa Timur. Desa Plosogenuk terbagi menjadi 4 dusun yakni Dusun Ploso, Dusun Genuk, Dusun Ngaren, dan Dusun Templek yang masing-masing dusun memiliki potensi dan kegiatan masyarakat yang berbeda-beda. Mayoritas penduduk desa bekerja sebagai petani, pedagang, peternak, dan konstruksi. Lahan pertanian masyarakat desa biasanya ditanami padi, jagung, dan tebu sebagai komoditas utama pertanian warga. Kondisi sosial budaya masyarakat Desa Plosogenuk dapat dilihat dari beragam kegiatan warga salah satunya yang sering diselenggarakan yaitu kegiatan keagamaan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya tempat ibadah yang ada dan organisasi-organisasi keagamaan yang diikuti oleh warga desa.

Permasalahan dari Desa Plosogenuk sendiri yaitu belum adanya kemampuan pada pemerintah desa maupun organisasi pemuda untuk membangun dan mengelola media informasi yang terpadu sebagai sarana untuk mempromosikan potensi desa. Diperlukan

media informasi terpadu yang dapat memudahkan dalam publikasi informasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, media sosial merupakan media yang tepat sebagai sarana publikasi informasi, komunikasi, dan interaksi. Potensi ekonomi pada sektor UMKM dapat diangkat dengan memanfaatkan media sosial yakni dengan mempromosikan produk lokal warga desa atau usaha milik desa untuk menjangkau lebih luas dan lebih banyak konsumen guna meningkatkan pendapatan desa. Media sosial bagi para UMKM di desa sangatlah bermanfaat karena hal ini dapat mendorong jangkauan penjualan yang lebih luas. Selain mengurangi biaya promosi, jangkauan media sosial yang luas dan mudah diakses dalam promosi produknya dibandingkan dengan memasarkan dengan cara konvensional. (Zakiah, Rahmah,dkk. 2022).

Media sosial merupakan media online dengan para *user* atau penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, berinteraksi, berdiskusi, dan menciptakan isi atau konten dengan berbagai macam platform yang tersedia (Evi, Aat, dkk. 2020). Di era digital pada saat ini media sosial telah menjadi alat komunikasi yang efektif dalam berbagai bidang, termasuk pemerintahan (Lainlancika, Junianto. 2023). Dalam media internet, media sosial merupakan suatu wadah yang memungkinkan penggunanya atau *user* untuk merepresentasikan diri, saling berbagi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. (Dinda, Reni. 2019). Bagi Instansi pemerintahan Teknologi Informasi dan Komunikasi memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi, transparansi serta layanan dalam pemerintahan. Pemerintah Desa Plosogenuk memahami peran penting penggunaan media sosial sebagai sarana publikasi informasi, interaksi dan komunikasi dengan masyarakat. Namun, tidak semua perangkat pemerintahan desa mampu untuk menggunakan dan memanfaatkan media sosial sebagai tempat untuk publikasi informasi kepada masyarakat secara efektif. Media informasi yang terpadu sendiri dapat mempermudah pengelolaan data sehingga bisa menjadi informasi yang lengkap (Nugroho, Daniati 2021).

Kesenjangan digital mengenai pemanfaatan media sosial untuk pemerintah desa menjadi fokus penelitian. Pemerintah desa yang tidak dapat memanfaatkan media sosial sebagai tempat penyampaian informasi dan komunikasi disebabkan tidak adanya kemampuan SDM untuk mengelola konten berupa kegiatan atau program desa dalam bentuk konten informasi digital. Sumber daya manusia berpengaruh dalam dunia teknologi dan informasi, karena SDM menentukan bisa tidaknya seseorang mengoperasikan atau mengakses sebuah informasi. (Ariyanti. 2013). Hal ini dikarenakan adanya kesenjangan generasi dalam memahami fitur teknologi. Perangkat Desa Plosogenuk yang sebagian besar tergolong *generasi x* memiliki keterbatasan dalam hal perkembangan keterampilan dan adaptasi teknologi. Secara umum, kondisi fisik yang menurun membuat seseorang merasa sulit untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi yang ada, tidak menutup kemungkinan sebagian dari mereka masih berpotensi, namun penggunaannya tidak seintensif generasi yang lebih muda. (Dodi, Rizkiyah, et al. 2019). Oleh karena itu, pengenalan dan pendampingan penting dilakukan untuk membangun media informasi dan komunikasi desa, dengan tahapan-tahapan yang baik dan melibatkan seluruh stakeholder yang ada, guna tercapainya hasil yang diharapkan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Khoiri dan Palupi (2019) tentang pemanfaatan media sosial kotamadya Jakarta Utara sebagai media publikasi kepada

publik eksternal, bahwa Humas Walikota Jakarta Utara memanfaatkan media sosial seperti instagram, twitter, facebook, dan youtube sebagai media publikasi kepada publik eksternal. Proses kegiatan yang dilakukan untuk pemanfaatan media sosial sebagai media publikasi meliputi penjadwalan, proses peliputan kegiatan, proses editing dan proses publikasi. Dalam pelaksanaannya, pemanfaatan media sosial sebagai media publikasi cukup berhasil meskipun belum maksimal, namun cukup berhasil jika dilihat dari konsistensi pengelolaan konten setiap harinya. (Khoiri, Palupi, 2019). Pentingnya media sosial bagi pemerintah menjadi bukti penyebaran informasi yang cukup efektif dikalangan masyarakat saat ini, serta kemampuan mengelola media sosial supaya informasi yang berkaitan dengan lembaga pemerintahan dapat terpublikasi dengan baik. (Adelia. 2020).

Media sosial kini telah menjadi kanal utama masyarakat dalam mengakses segala bentuk informasi. Jumlah pengguna media sosial yang terus meningkat dan beragam jenis platform yang disediakan menjadi sarana efektif untuk menyampaikan informasi dan komunikasi dengan masyarakat. Dengan upaya memanfaatkan media sosial sebagai sarana publikasi desa, diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan publik, khususnya masyarakat Desa Plosogenuk.

Metode Pelaksanaan

Tempat kegiatan pelaksanaan dilakukan di desa Plosogenuk pada bulan 23 Oktober 2023 sampai 20 April 2024. Adapun sasaran dalam kegiatan ini adalah masyarakat di desa Plosogenuk. Sementara metode yang digunakan yaitu berbentuk pendampingan yang mana kegiatan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan serta konteks dari setiap situasi. Pendampingan ini yaitu berupa publikasi setiap kegiatan dengan membuat konten pada media sosial instagram, facebook, dan tiktok. Konten yang dimaksud yaitu terkait dengan video pendek, foto, laporan pengeluaran desa dan lain sebagainya yang telah dikelola dan dikemas secara singkat berupa gambar, sehingga dapat diakses oleh siapapun untuk melihat informasi yang ada pada Desa Plosogenuk.

Penataan meliputi partisipasi aktif juga diterapkan seperti melibatkan individu atau organisasi yang didampingi secara aktif dalam proses pengambilan keputusan dan perencanaan. Kemudian, analisis kebutuhan yaitu menganalisis menyeluruh untuk mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan atau diubah atau diciptakan, dengan memprioritaskan kebutuhan sesuai dengan urgensi dan dampaknya. Terdapat juga pendekatan bertahap yaitu memfokuskan pada langkah-langkah kecil yang dapat memberikan hasil yang terukur. Selain itu, kolaborasi dengan kemitraan yaitu bekerjasama dengan pemangku kepentingan internal desa maupun eksternal yang dapat memberikan dukungan, sumber daya, atau perspektif tambahan. Disamping itu, komunikasi efektif juga dilakukan pada sebuah penataan yaitu komunikasi yang terbuka dan jelas antara pendamping dan yang didampingi dengan menyediakan forum kecil untuk pertukaran informasi dan umpan balik, dan selanjutnya adalah pemantauan progres secara terus-menerus dan selalu bersiap untuk mengevaluasi dan menyesuaikan pendekatan apabila diperlukan.

Adapun langkah yang dilakukan dalam pendampingan ini yaitu: 1) Mengidentifikasi tujuan pendampingan, artinya mendiskusikan bersama pihak yang akan terlibat dalam pendampingan guna untuk mengidentifikasi tujuan yang jelas dari kegiatan yang akan

dilakukan. Serta, memastikan bahwa tujuan tersebut sesuai dengan kebutuhan desa plosogenuk. 2) Menganalisis situasi dan kondisi, artinya mencermati dan melihat potensi desa dan strategi yang nantinya dapat diterapkan di desa Plosogenuk. 3) Menyusun program yang akan dijalankan. Program disesuaikan dengan kebutuhan dan konteks spesifik masyarakat atau organisasi yang menjadi sasaran. Adapun program yang akan dilaksanakan yaitu mendokumentasikan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Desa Plosogenuk, membuat konten tentang kegiatan, mempublikasi konten. 4) Melaksanakan program kerja, pelaksanaan program dimulai dari pemilihan platform untuk publikasi, penyusunan materi, pemilihan konten dan pembuatan konten, serta mempublikasi di beberapa platform media sosial. 5) Mengevaluasi program yang dijalankan dengan cara melihat ketertarikan masyarakat terkait teknologi pada media digital sebagai sarana informasi dan komunikasi yang telah dipublikasikan pada media digital yaitu media sosial yang telah dibuat.

Hasil dan Pembahasan

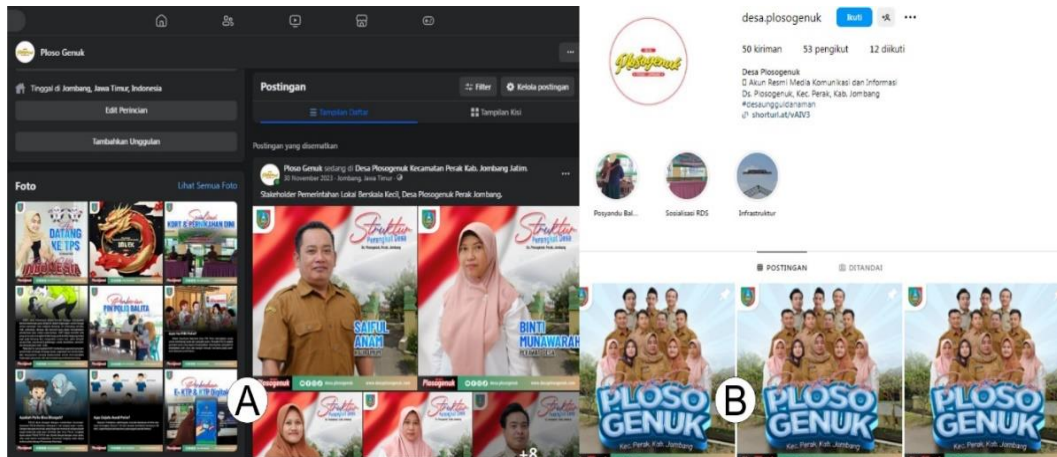
Kegiatan mendokumentasi ini membantu menciptakan rekaman yang dapat digunakan untuk referensi, pembelajaran, dan bahan evaluasi bahkan informasi. Dokumentasi yang baik memberikan gambaran yang jelas dan akurat tentang berbagai aspek kegiatan atau proses yang terjadi. Foto dapat diintegrasikan ke dalam laporan, presentasi, atau materi dokumentasi lainnya untuk memberikan ilustrasi visual yang memperkaya pemahaman tentang suatu subjek.



Gambar 1. Kegiatan dokumentasi posyandu balita.

Dokumentasi diatas merupakan kegiatan yang penulis lakukan ketika terdapat kegiatan desa sedang berlangsung. Mendokumentasi program-program desa yang sedang berjalan merupakan salah satu kegiatan penting yang perlu dilakukan. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi pada masyarakat desa bahwasannya desa memiliki kegiatan rutin dan program yang dibetuk oleh desa terlaksanakan dengan baik.

Untuk menarik minat masyarakat diperlukan informasi dan konten yang baik dan jelas. Pengelolaan konten media sosial yang baik diperlukan kreativitas dalam pengelolaan gambar maupaun kalimat, disamping itu dibutuhkan juga informasi yang akurat dan kredibel supaya dapat diterima dengan tepat sasaran.



Gambar 2. (a) Hasil publikasi konten di Facebook, **(b)** Hasil publikasi konten di Instagram.

Gambar di atas merupakan konten yang disajikan pada platform media sosial Instagram dan Facebook desa Plosogenuk. Konten berupa infografis yang memuat bermacam informasi kegiatan desa dan wawasan masyarakat tersebut dikemas dengan menarik agar dapat tepat sasaran dan diterima di masyarakat desa Plosogenuk. Segala bentuk informasi dapat diminati oleh masyarakat apabila disampaikan secara menarik baik dari segi desain, pemilihan warna, gaya teks, sudut pengambilan foto, dan sebagainya, agar dapat menjangkau lebih banyak kalangan disegala usia. Pemilihan tema atau template pada gambar diatas bertujuan agar memiliki kesan yang tidak terlalu kaku atau formal, dengan menggunakan metode pendekatan visual yang lebih fleksibel yang dapat diminati semua kalangan.

Evaluasi merupakan suatu kegiatan untuk menilai atau mengevaluasi suatu objek, program, atau kegiatan guna menentukan sejauh mana tujuan-tujuan yang telah ditetapkan telah tercapai. Tujuannya adalah untuk mengetahui efektivitas, efisiensi dan dampak pada suatu kegiatan atau program.



Gambar 3. Evaluasi pengelolaan media sosial dengan perangkat desa.

Dokumentasi kegiatan diatas merupakan evaluasi bersama perangkat desa yang berlokasi di Balai Desa Plosogenuk terkait tentang konten informasi, desain, foto dan perkembangan media komunikasi dan informasi digital yang dikelola. Evaluasi tersebut juga sebagai bahan pertimbangan perangkat desa untuk lebih baik dan menarik dalam penyampaian atau publikasi informasi kepada masyarakat dengan memanfaatkan media

sosial sebagai sarana penyampaian secara berkelanjutan. Dengan demikian dapat dihasilkan beberapa capaian terkait kegiatan pendampingan yang dilaksanakan, dengan dibuktikan keefektifannya dalam mencapai tujuan publikasi informasi dan komunikasi dengan masyarakat Desa Plosogenuk melalui media sosial. Perangkat desa yang sebelumnya masih awam dengan media sosial sebagai sarana publikasi dapat lebih memahami tingkat efektivitas dalam menyajikan informasi-informasi terkait program maupun kegiatan desa kepada masyarakat melalui media sosial yang lebih mudah dan tepat sasaran. Meskipun menunjukkan keberhasilan, diperlukan evaluasi lebih lanjut untuk dapat menjangkau jejaring komunikasi kepada masyarakat yang lebih luas atau masyarakat eksternal desa.

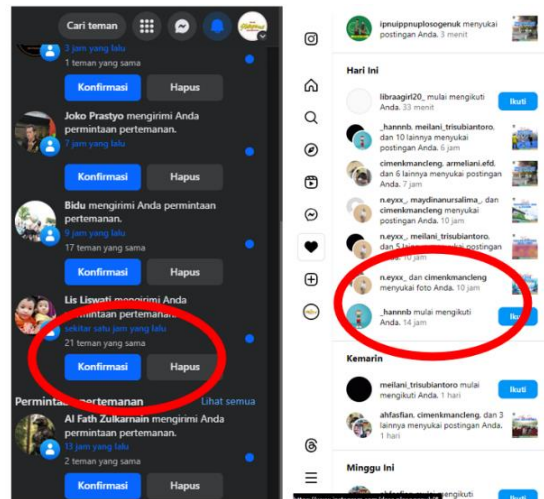
Dampak perubahan merujuk pada konsekuensi atau efek yang timbul sebagai hasil dari suatu perubahan. Perubahan sendiri dapat terjadi dalam berbagai konteks, seperti dalam organisasi, lingkungan, teknologi, atau masyarakat. Disamping itu, dampak perubahan bisa bersifat positif, negatif, atau bahkan kombinasi antar keduanya. Adapun temuan dampak dari hasil pendampingan dalam pengabdian ini adalah: 1). Dampak bagi pemerintahan lokal berskala kecil (desa) yaitu adanya transparansi informasi berupa kegiatan, program, dan administrasi desa. Sehingga, dapat terbangun citra baik bagi pemerintahan desa. 2). Sebagai tempat arsip desa dalam bentuk digital yang diakses oleh siapapun baik dari masyarakat maupun pemerintahan. 3). Sebagai acuan analisa untuk mengetahui perkembangan baik kinerja pemerintahan maupun program – program dan pelaporan administrasi desa. 4). Dampak bagi masyarakat yaitu masyarakat lebih mengetahui informasi terkait dengan program, kegiatan, dan administrasi desa dan lain sebagainya. Dampak ini masih belum dapat sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat desa. Hal tersebut, dikarenakan proses untuk mengenalkan sarana komunikasi dan informasi masih dalam tahap awal. Namun, melihat hampir sebagian warga yang sudah mulai merasakan manfaat dari adanya media informasi dan komunikasi menjadikan perlunya tindakan dalam mengkampanyekan media informasi dan komunikasi yang lebih untuk kedepannya.



Gambar 4. Tanggapan masyarakat terkait konten informasi yang dipublikasi.

Seperti dalam konten terkait dengan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa atau disebut dengan APBDes. Seringkali informasi terkait dengan data tersebut kurang tersampaikan dengan baik. Hal ini terjadi salah satunya disebabkan oleh kurangnya

pemanfaatan media digital oleh pihak desa, sehingga informasi yang penting untuk diketahui warga atau masyarakat desa tidak dapat diketahui dengan baik. Disamping itu, penggunaan banner yang berfungsi untuk penyampaian informasi kurang efektif. Namun, ketika penyampaian informasi melalui media digital semacam media sosial tentu akan jauh lebih efektif dan mudah diterima atau diketahui oleh masyarakat luas desa. Konten diatas salah satunya mendapat tanggapan positif dari warga desa. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa teori dan tindakan memiliki kesinambungan. Artinya, bahwa media informasi dan komunikasi desa Plosogenuk yang telah dibangun dan dikelola sedikit demi sedikit mencapai keberhasilan.



Gambar 5. Minat masyarakat terhadap akun media sosial desa.

Gambar di atas merupakan akun media sosial desa di platform Facebook yang menunjukkan hasil yang cukup baik. Beberapa masyarakat mulai mengikuti informasi yang dipublikasi. Hal ini ditunjukkan melalui banyaknya jumlah masyarakat yang ingin berteman di media sosial facebook. Kesadaran masyarakat akan kebutuhan informasi yang bersumber dari desa, membuat masyarakat yang memiliki akun media sosial terus mengikuti pembaruan informasi – informasi yang disampaikan oleh akun media sosial milik desa.

Berdasarkan kasus permasalahan hingga hasil, pendampingan ini memiliki korelasi dengan keilmuan pada bidang komunikasi salah satunya adalah tentang unsur dalam sebuah komunikasi. Adapun unsur komunikasi meliputi komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Dalam komunikasi tentunya membutuhkan alat atau media untuk menyampaikan sebuah pesan. Alat atau media ini merupakan salah satu unsur dalam komunikasi. Oleh karena itu, media dan komunikasi juga publik memiliki hubungan yang tidak bisa dipisahkan. Aspek penting dalam hubungan media dan komunikasi yaitu penyampaian informasi, interaksi antara pembawa pesan dan penerima pesan, media relasi. Sementara fungsi media yaitu media memiliki fungsi lain seperti alat untuk mengatasi keterbatasan ruang, waktu dan kemampuan indra manusia dalam bidang informasi dan komunikasi, sehingga membangun interaksi yang efektif yang salah satunya dapat mempengaruhi dan membentuk opini publik.

Media diartikan sebagai sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari satu pihak kepada pihak lainnya (Gumati & Prakasa, 2023). Disamping itu, media adalah alat atau sarana yang mendukung proses komunikasi dan menyediakan saluran untuk pertukaran informasi antara individu atau kelompok. Media memiliki jenis dan format yang berbeda yaitu media massa yang mencakup sarana komunikasi yang dirancang untuk mencapai audiens yang besar seperti televisi, radio, surat kabar, majalah. Kemudian terdapat media interpersonal melibatkan komunikasi langsung antara individu atau kelompok kecil seperti telepon. Selanjutnya terdapat media digital yang memungkinkan interaksi dua arah dan partisipasi lebih besar dari audiens seperti platform online seperti situs web, media sosial, podcast, dan berbagai bentuk konten digital. Media digital berada diposisi tertinggi sebagai media untuk berkomunikasi dan mencari informasi yang digunakan oleh seluruh kalangan usia. (Khatimah. 2018). Dalam ilmu komunikasi salah satu tujuannya adalah bagaimana komunikasi dapat yang dilakukan oleh individu maupun kelompok harus berhasil, yang mana keberhasilan tersebut tentu membutuhkan usaha yang salah satunya dapat ditunjang dari media komunikasi. Media pun semakin berkembang dari yang awalnya media massa menjadi media digital. Sehingga, komunikasi yang dilakukan hampir semua berbasis *online*.

Perkembangan teknologi komunikasi berbasis online atau digital dipandang sebagai media interaktif yang berfungsi sebagai media yang menyediakan berbagai informasi didalamnya termasuk berita. (Agus, Gunawan. 2019). Media sosial berperan sangat penting sebagai media komunikasi untuk jejaring sosial yang lebih luas. Komunikasi merupakan upaya menjadikan seluruh kegiatan publikasi dapat menghasilkan citra atau image yang bersifat konsisten. (Setiadi. 2016). Citra atau persona dapat dibangun melalui media sosial atau media digital dengan memanfaatkan beragam konten atau isi yang disesuaikan dengan tujuan atau hasil yang ingin dicapai. Citra atau persona merupakan hasil dan sekaligus tujuan dari program jangka panjang yang terbentuk oleh publik dengan jangka waktu dan proses yang lama. (Yosua, Lina. 2018). Oleh karenanya, diperlukan beberapa tahapan komunikasi dan inovasi untuk dapat membentuk citra di media digital atau media sosial.

Selain media, unsur komunikasi juga meliputi pesan. Pesan dalam komunikasi itu sendiri yaitu merupakan perpaduan pikiran dan perasaan yang diformalisasikan dalam bentuk simbol-simbol yang disampaikan untuk diketahui dan dimengerti orang lain. Pesan dapat berupa rangkaian kata-kata dalam suatu gagasan, ide, ungkapan perasaan, seni, dan pendapat (Arianto. 2021). Berdasarkan hasil temuan-temuan diatas menunjukkan pesan bersifat koersif yang berupa pesan perintah, instruksi, dan sebagainya. Adapun maksud *receiver* atau penerima pesan disini yaitu masyarakat Desa Plosogenuk. Unsur tersebut sering disebut juga sebagai sasaran, yakni pihak yang menerima pesan dari sumber yang kemudian diolah dan diterjemahkan. (Nikodemus. 2014).

Sementara itu, unsur komunikasi selanjutnya yaitu *feedback* atau umpan balik. Merupakan proses untuk memastikan bahwa penerima atau receiver telah menerima pesan dan memahami dalam pengertian yang dimaksudkan oleh pengirim. (Dinar. 2022). Jika dilihat dari hasil temuan, umpan balik yang diberikan oleh masyarakat Desa Plosogenuk menunjukkan respon yang baik dengan dibuktikan dengan tanggapan, seperti komentar, suka, dan mengikuti akun media sosial. Disamping itu, umpan balik yang didapatkan dari pemerintah desa yakni berupa evaluasi hasil publikasi konten disetiap

bulannya. Citra pemerintah desa yang tidak mampu mengikuti perkembangan media publikasi melalui digital, perlahan mulai membaik dan menunjukkan citra positif di masyarakat. Dengan demikian, unsur-unsur dalam komunikasi telah terpenuhi.

Umpan balik berupa apresiasi masyarakat Desa Plosogenuk terhadap media publikasi digital milik pemerintah desa tidak hanya dalam ruang lingkup media sosial. Masyarakat juga berkontribusi memberikan informasi-informasi secara lisan yang kemudian akan dikelola dalam bentuk informasi digital dan dipublikasi. Hal ini sebagai perwujudan sinergitas yang konstruktif antara pemerintah dan masyarakat dalam upaya membentuk *good governance*. (Icha, Aulia. 2021)

Analisis komunikasi *online* harus mengintegrasikan dua disiplin ilmu yaitu ilmu komunikasi dan ilmu teknologi informasi, yang mana penggabungan disiplin ilmu ini memberikan pemahaman yang lebih holistik. Media sosial merupakan *platform* komunikasi pribadi dan publik di mana individu, kelompok, perusahaan, pemerintah, berusaha mempengaruhi publik, yang mana media sosial berbicara tentang segala hal mulai dari kehidupan sehari-hari, persuasi terkait masalah sendiri hingga kepentingan publik (Kristiyono, 2022). Agar dapat mempelajari perkembangan masyarakat yang cerdas informasi, maka diperlukan juga memahami teori-teori yang telah ada salah satunya yaitu terkait difusi inovasi. Teori difusi inovasi merupakan teori yang berasal dari model komunikasi dua tahap, model tersebut melibatkan adanya *opinion leader* yang biasanya disebut dengan agen perubahan. Menurut Evert M. Rogers dan Floyd G. Shoemaker asumsi teori difusi inovasi dalam prosesnya memiliki empat tahap yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan, dan konfirmasi. Penelitian terkait dengan difusi inovasi ini biasanya memperhatikan bagaimana jalannya penelitian tersebut telah memperkuat perbaikan dalam permasalahan (Nurhadi, 2017).

Asumsi tersebut sangat meliputi bagaimana proses kegiatan pendampingan awal mula akan dilaksanakan. Pengetahuan dari penggagas terkait dengan ide yang muncul, sehingga tahap kedua muncul untuk mengkomunikasikan serta mengajak kerjasama dengan menyampaikan kepada *stakeholder* di desa Plosogenuk terkait tujuan dari ide yang telah ada yaitu sarana informasi dan komunikasi yang mulanya pasif menjadi aktif, yang kemudian dilanjutkan dengan pengambilan keputusan terkait dengan kesepakatan untuk dapat bekerjasama membangun sarana informasi dan komunikasi di desa Plosogenuk, baik dari semua pihak *stakeholder* yang ikut serta dalam pengambilan keputusan. Setelah tahap ketiga sudah berhasil, tahap akhir yaitu konfirmasi terkait ide, gagasan, serta tujuan yang akan dicapai kepada pihak-pihak inti di desa Plosogenuk.

Kesimpulan

Program pengabdian berupa pendampingan dapat berjalan dengan baik sesuai rencana awal yang telah disusun. Meskipun, hasil yang ditargetkan belum semua bisa berhasil dan berdampak penuh terhadap lapisan masyarakat yang dituju. Gagasan, pendampingan, dan kegiatan ini mendapat apresiasi berbentuk sambutan sangat baik yang terbukti dari semangat para kader-kader dan staf yang turut bekerjasama dalam membangun citra desa dan pengolahan sarana informasi dan komunikasi desa Plosogenuk. Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan. Maka, saran untuk pendampingan ini yaitu waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian perlu diperpanjang agar

maksud dan tujuan dapat tercapai dan berhasil sepenuhnya. Artinya, dalam hal ini dibutuhkan pendampingan yang berkelanjutan. Kegiatan ini berkontribusi untuk dapat diterapkan pada bidang terkait dalam upaya peningkatan pelayanan instansi pemerintahan dan transparansi publikasi informasi kepada masyarakat, serta dapat mendorong semua pihak untuk dapat beradaptasi dengan perkembangan fitur-fitur teknologi yang terus berkembang sebagai upaya peningkatan kualitas pemerintahan yang baik dan transparan.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada *stakeholder* desa Plosogenuk yang telah bersedia memberikan tempat untuk berlangsungnya pengabdian di desa Plosogenuk. Terimakasih disampaikan kepada Universitas Hasyim Asy'ari Terbuieng yang telah mendukung dan menjembatani program kegiatan pengabdian, sehingga proses pengabdian berjalan dengan baik. Terimakasih disampaikan kepada segenap masyarakat desa Plosogenuk yang telah mendukung dan memberikan apresiasi dengan baik dalam kegiatan pengabdian.

Referensi

- Zulfa Rahmah, Z. R. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Desa Kintelan (Studi Kasus UMKM di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto). *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 141-152. <https://doi.org/10.29040/budimas.v4i1.3081>
- Novianti Evi, R. N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Al Munir : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 0(0), 49-59. <https://doi.org/10.15548/amj-kpi.voio.1499>
- Lailancika Ansyar, J. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Publikasi oleh Humas Direktorat Jenderal Pengawasan Sumber Daya Kelautan dan Perikanan. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 2(2), 158-164. <https://doi.org/10.57096/blantika.v2i2.84>
- Dinda Puspitarini, R. N. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Arie Nugroho, E. D. (2021). Pelatihan Penggunaan Website sebagai Media Informasi Profil Desa. *Kontribusi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 9-16. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v2i1.38>
- Ariyanti, S. (2013). Studi Pengukuran Digital Divide di Indonesia. *Buletin Pos dan Telekomunikasi*, 11(4), 281-292. <https://doi.org/10.17933/bpostel.2013.110402>
- Dodi Nuriana, I. R. (2019). Generasi Baby Boomers (Lanjut Usia) Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 32. <https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23117>
- Achmad Fathul Khoiri, R. P. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Kotamadya Jakarta Utara Sebagai Media Publikasi Kepada Publik Eksternal. *Syntax Idea*, 1(6), 16-28. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v1i6.64>

- Cahyani, A. M. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam Melayani dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1-16. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.1-16>
- Redmon Windu Gumanti, H. P. (2023). *Media: Komunikasi Dan Teknologi Pembelajaran*. -: CV. Mitra Cendekia Media.
- Khatimah, H. (2018). Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasâmuh*, 16(1), 119-138. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>
- Agus Muhammad Nadin, G. I. (2019). Manajemen Media Massa Menghadapi Persaingan Media Online. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah*, 3(1), 76-87. <https://doi.org/10.32832/komunika.v3i1.4650>
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 16(2), -. <https://doi.org/10.31294/jc.v16i2.1283>
- Yosua Jefri Apriananta, L. S. (2018). Penggunaan Website Dan Media Sosial Dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi. *Komunikatif : Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 7(9), 187-209. <https://doi.org/10.33508/jk.v7i2.1750>
- Arianto. (2021). Komunikasi Pemasaran. Dalam Arianto, *Konsep dan Aplikasi di Era Digital* (hal. 3). -: Airlangga University Press.
- Martoredjo, N. T. (2014). Keterampilan Mendengarkan Secara Aktif dalam Komunikasi Interpersonal. *Humaniora*, 5(1), 501-509. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i1.3067>
- Soelistyowati, D. (2022). Peran Program RW Siaga Dalam Meminimalisir Pandemi Covid-19 Di Kampung Lebak Kantin Kelurahan Sempur: Pemahaman Komunikasi Penyuluhan Dalam Implementasi Pada Program Pemerintah. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat UBJ*, 5(2), 167-176. <https://doi.org/10.31599/jabdima.V5i2.1058>
- Aprilia, I. A. (2022). Peran Komunikasi Pemerintah Untuk Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik. *Communication*, 13(1), 70-85. <https://doi.org/10.36080/comm.v13i1.1576>
- Kristiyono, J. (2022). Konvergensi Media. Dalam S. M. Dr. Jokhanan Kristiyono, *Transformasi Media Komunikasi di era digital pada Masyarakat Berjejaring* (hal. 123). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nurhadi, D. Z. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana.