



PENDAMPINGAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PENGEMBANGAN POTENSI DESA BINAAN DI DESA SEMBAWA KUNINGAN JAWA BARAT

Ratih Kurnia Hidayati¹, Edison Hatoguan Manurung², Fitriana Sandi³, Josua Fernando⁴,
Serepina Tiurmaida⁵, Bambang Rismadi⁶

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Mpu Tantular

Email responden : edisonmanurung2010@yahoo.com²

ABSTRAK

Desa Sembawa yang terletak di Kuningan Jawa Barat menyimpan satu potensi desa. Kondisi akses jalan menuju desa yang baik menjadi menarik jika masyarakat desa secara mandiri mau mengelola potensi yang ada di desa. Kegiatan pengabdian masyarakat mandiri bekerja sama dengan mahasiswa KKN mengembangkan potensi tersebut menjadi program tematik mereka. Metode penerapan berupa pendampingan dan hasil luaran berupa Website dan Akun Media Sosial diharapkan masyarakat mulai membuka mata untuk mengembangkan potensi tersebut. Dari hasil evaluasi pendampingan sangat dibutuhkan peran serta para peserta penyuluhan terutama pemerintah setempat untuk bisa mengelola potensi. Tim mengharapkan kegiatan ini dapat menumbuhkan motivasi mereka untuk selektif dan aktif dalam media. Sikap cerdas dan kritis dalam media yang ditumbuhkan membuat mereka para pemuda desa menjadi virus untuk teman-teman mereka yang belum ikut dalam promosi. Mereka berharap kegiatan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan, mengingat hal tersebut bukan hanya sekadar edukasi namun juga hiburan dan motivasi dalam membangun negeri dengan memanfaatkan potensi yang ada di sekitar mereka.

Kata Kunci : Sembawa, Potensi, Media Sosial

ABSTRACT

Sembawa Village located in Kuningan, West Java holds one village potential. The condition of road access to a good village becomes interesting if the village community independently wants to manage the potential in the village. Independent community service activities in collaboration with KKN students develop this potential into their thematic programs. The method of application in the form of assistance and external results in the form of Websites and Social Media Accounts is expected that the public will begin to open their eyes to develop this potential. From the results of the assistance evaluation, it is needed for the participation of extension participants, especially the local government, to be able to manage the potential. The team expects this activity to grow their motivation to be selective and active in the media. The intelligent and critical attitude in the growing media makes them village youths become a virus for their friends who have not participated in the promotion. They hope that activities can be carried out sustainably, considering that it is not only education but also entertainment and motivation in building the country by utilizing the potential around them.

Keywords: Sembawa, Potential, Social Media

LATAR BELAKANG PELAKSANAAN

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mpu Tantular, dilaksanakan di Desa Sembawa Kecamatan Jalaksana Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat. Kegiatan KKN yang diselenggarakan pada tanggal 14 s.d 18 Februari 2022, di buat dengan metode online, hal ini disesuaikan dengan kondisi Pandemi Covid-19 yang belum mereda, serta mengikuti kebijakan pemerintah yang menerapkan PPKM level 3 untuk wilayah Jawa dan Bali, selain itu juga mengikuti kebijakan universitas yang tidak merekomendasikan kegiatan KKN diselenggarakan secara online.

Dalam rangkaian pelaksanaan KKN secara online tersebut, dan untuk memastikan semua proses berjalan lancar sesuai jadwal yang ditentukan, serta memastikan hambatan dan

kendala teknis dapat diatasi, panitia KKN mengirimkan perwakilan mahasiswa ke Desa Sembawa dengan tugas-tugas pokok sebagai berikut:

- a. Melakukan koordinasi dengan pihak kepala desa, perangkat desa dan masyarakat di desa Sembawa.
- b. Mengantarkan berbagai barang yang sudah disiapkan sebelumnya, seperti buku bacaan yang diperuntukan untuk pojok baca di Desa Sembawa
- c. Menjadi fasilitator dalam proses pelaksanaan Webinar yang diselenggarakan selama tiga hari dan tiga sesi setiap harinya.
- d. Menjadi operator teknis dalam pelaksanaan Webinar.

METODE PELAKSANAAN

Dalam Sesi Webinar materi yang disampaikan terbagi menjadi lima materi Program Pokok, yaitu : 1) Pengembangan Website Desa, 2) Pengembangan Media Sosial Desa, 3) Teknik Penulisan, 4) Teknik Kamera, 5) Publisitas. Pengembangan Website desa dipilih menjadi salah satu bahasan pokok dalam Sesi Webinar KKN tersebut, berangkat dari data dan informasi dan kebutuhan yang mendesak bagi desa Sembawa, hal ini terkait dengan rencana dan proses menjadikan desa Sembawa sebagai salah satu desa Wisata yang ada di Kabupaten Kuningan.

PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Berangkat dari kebutuhan di atas, program pengembangan Website desa memutuskan membuat materi webinar menjadi dua bahasan pokok, yaitu: 1) Website Desa Media Informasi dan Publikasi dan 2) Desain dan Konten Website Desa. Kedua materi tersebut secara umum lebih menjelaskan hal-hal dasar dalam proses pengembangan Website Desa, sehingga diharapkan kedepannya dapat dijadikan panduan oleh desa Sembawa dalam mengembangkan Website Desa yang dimiliki, guna mendukung proses pengembangan desa Sembawa menjadi Desa Wisata yang maju dan dikenal secara luas oleh masyarakat Indonesia dan dikenal oleh Dunia Internasional.

Selain melihat kebutuhan desa dalam hal pengembangan Website Desa, Tim juga melihat satu fakta atau modal yang dimiliki desa secara khusus yang terkait dengan website Desa, saat ini desa sembawa sudah memiliki laman Website yaitu *microsite* yang menginduk pada website kabupaten Kuningan dengan alamat <https://desa-sembawa.kuningankab.go.id/> dan website sendiri dengan alamat <http://sembawa.web.id/>, namun pada laman *microsite*, ketika diakses hanya menampilkan halaman pemberitahuan situs ini dalam pemeliharaan dan pada laman website sendiri hanya menampilkan halama informasi coming soon.

Jadi dapat disimpulkan, bahwa saat ini desa sembawa memiliki website yang dapat diakses public, tetapi belum menampilkan informasi atau mempublikasikan apapun yang terkait dengan profile desa. Pengembangan Website Desa Sembawa tentunya saat ini memiliki pekerjaan rumah yang besar, baik dari sisi pengoptimalisasian fungsi ataupun dari sisi visual dan konten yang harus disajikan dalam website tersebut.

Media sosial adalah platform digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling bersosial, baik itu berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto dan video. Segala konten yang dibagikan tersebut akan terbuka untuk publik secara realtime.

UMKM Adalah kegiatan yang merupakan penggerak utama bagi para wirausahawan baru yang mulai terjun dalam bisnis. Namun beberapa peneliti mengungkapkan bahwa usaha dengan skala mikro, kecil dan menengah belum dapat memanfaatkan secara maksimal media social dalam bisnis mereka. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi suatu Negara dengan menyediakan lapangan kerja baru, memperbesar potensi pajak bagi Negara dan merupakan pendorong inovasi (Katua, 2014).

Manfaat Sosial Media sebagai sarana UMKM

- Sebagai Media Komunikasi
- Sebagai Media Komunikasi
- Media Publikasi UMKM

Strategi Digital Marketing

Strategi digital marketing dengan menggunakan media sosial sangatlah penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri.

Keunggulan Dan Kelemahan Dalam Pemanfaatan Digital marketing

Keunggulan

- Target bisa diatur sesuai demografi, domisili, gaya hidup, dan bahkan kebiasaan.
- Hasil cepat terlihat sehingga pemasar dapat melakukan tindakan koreksi atau perubahan apabila dirasa ada yang tidak sesuai.
- Biaya jauh lebih murah daripada pemasaran konvensional.
- Jangkauan lebih luas karena tidak terbatas geografis dan dapat diakses kapanpun tidak terbatas waktu.

Kelemahan

- Mudah ditiru oleh pesaing
- Dapat disalahgunakan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab
- Reputasi menjadi tidak baik ketika ada respon negative.
- Belum semua orang menggunakan teknologi internet/digital.

Potensi Fisik & Non Fisik

- | | |
|-----------------------------|---------------------------------|
| 1. Tanah | 1. Kondisi Masyarakat |
| 2. Air | 2. Lembaga sosial |
| 3. Iklim | 3. Kreativitas aparaturnya Desa |
| 4. Peternakan dan perikanan | 4. Peternakan dan perikanan |
| 5. Manusia | 5. Manusia |

Contoh Potensi Desa Yang Masih Dapat Dikembangkan

1. Produk Pertanian Organik

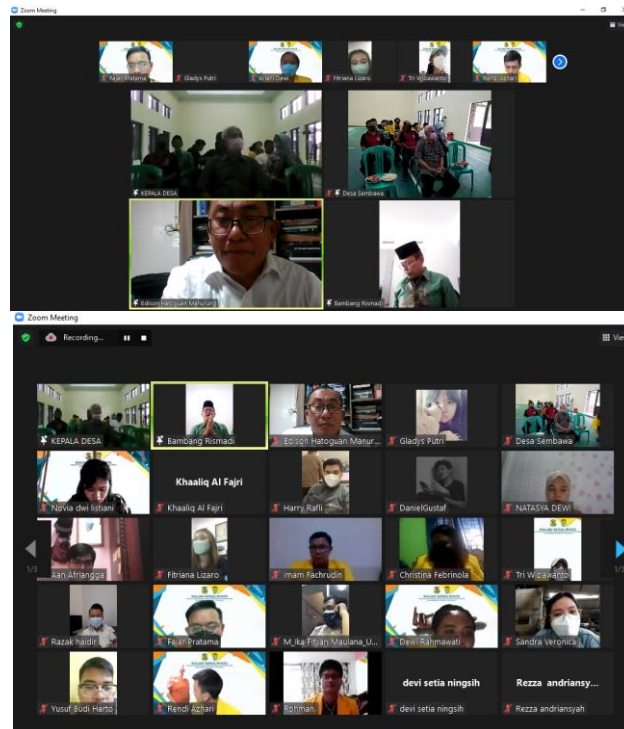
Produk organik seperti sayuran dan buah-buahan organik mulai banyak diperhatikan saat ini. Alasannya ada pada kelebihan yang dibawa oleh produknya yang lebih menyehatkan ketimbang produk non organik. Hal ini bisa menjadi potensi desa yang bisa dikembangkan karena faktanya memang nilai jual produknya jauh lebih mahal ketimbang non organik.

2. Produk Kesenian

Salah satu upaya dalam pemberdayaan masyarakat desa adalah untuk tetap menjaga budaya yang ada didalamnya agar tidak hilang. Salah satunya produk kebudayaan yang dimaksud juga salah satunya adalah produk kesenian yang bisa menjadi salah satu ciri khas suatu desa yang berbeda dengan desa lainnya. Produk kesenian tersebut juga dapat menjadi sebuah nilai jual.

3. Pengembangan Wisata Terpadu

Selanjutnya yang juga bisa menjadi potensi desa yang bisa dapat dikembangkan adalah potensi wisata. Pengembangan wisata yang ada dalam desa juga bisa dikembangkan sebagai wisata terpadu yang juga dapat menjual produk-produk desa seperti produk kerajinan tangan, produk pertanian maupun produk perkebunan seperti pada poin pertama diatas.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Pendampingan

KESIMPULAN

Respon masyarakat Desa Sembawa terhadap pelaksanaan kegiatan kuliah kerja nyata (KKN), karena masyarakat Desa Sembawa sudah terbiasa dengan kehadiran mahasiswa dari perguruan tinggi yang melaksanakan kegiatan KKN, sehingga dapat dilihat seperti apa respon yang di berikan oleh masyarakat tersebut apakah respon masyarakat desa senantiasa positif setiap kali pelaksanaan KKN ataukah malah sebaliknya yakni respon masyarakat desa negatif terhadap KKN, serta apa faktor - faktor yang melatar belakangi timbulnya respon masyarakat terhadap pelaksanaan kegiatan KKN. Dengan demikian respon masyarakat desa akan menjadi gambaran mudah diterima atau tidaknya pelaksanaan kegiatan KKN di kalangan masyarakat desa Sembawa, pada Umumnya menunjukkan bahwa respon seseorang terbentuk dari adanya implementasi sikap yang membentuk dorongan dalam diri seseorang yang di akibatkan dari adanya stimulus, dalam hal ini stimulus berasal dari program - program kegiatan KKN dan mahasiswa yang melaksanakan kegiatan KKN, sehingga menimbulkan respon yang beragam dari masyarakat desa yakni berupa respon mendukung, kurang mendukung dan respon menolak pelaksanaan kegiatan KKN. Terdapat faktor baik Internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti keyakinan dan pemahaman dalam diri terhadap KKN maupun faktor Eksternal yang merupakan faktor yang dipengaruhi oleh luar diri/lingkungan seseorang seperti sosialisasi dan bentuk program kerja KKN menyebabkan timbulnya respon yang beragam dari masyarakat Desa Sembawa terhadap pelaksanaan kegiatan KKN. Dari hasil penelitian dilapangan terdapat informan yang memiliki respon positif atau mendukung dan respon negatif atau respon yang dapat bersifat netral maupun respon menolak kegiatan KKN.

Berdasarkan penjabaran diatas, sangatlah diperlukan kolaborasi Strategi digital marketing dengan menggunakan media sosial untuk menunjang pengembangan UMKM di desa.

Agar para UMKM di desa dapat memasarkan produk ke media sosial karena media sosial merupakan konsep yang mampu memberikan solusi dan ketertarikan terhadap pengguna. dengan cara memanfaatkan jenis media sosial seperti facebook, instagram, Tiktok,

blog dan lain sebagainya. Selain digunakan sebagai media pemasaran untuk memperluas jaringan konsumen dan menarik minat konsumen juga untuk berinteraksi dengan efisien kepada konsumennya dengan mengikuti trend yang up to date. Dengan harapan para UMKM dapat memberikan pemahaman tentang produk yang mereka pasarkan secara aktif.

Mengapa UMKM harus memilih media sosial sebagai media pemasaran. dikarenakan media sosial dirasa sangat efektif serta cepat untuk berinteraksi dan komunikasi dengan konsumen, juga tepat digunakan sebagai media promosi dibanding media promosi lainnya. hal tersebut tercermin dari meningkatnya budaya konsumtif masyarakat pada media sosial beberapa tahun belakangan ini, sehingga dipastikan dapat menunjang potensi dan pengembangan UMKM di desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A., Sudarsono, A., Ivantan, I., Akbar, M. F., & Munarsih, M. (2020). Pengembangan Potensi Destinasi Wisata Curug Angkrek melalui Media Sosial di Kp. Cimuncang, Desa Karangnunggal, Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat. *BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2(2), 95-99.
- Astuti, M., & Nurdin, R. (2022). Pendampingan digital marketing untuk pengembangan desa wisata menggunakan media sosial di dusun Turunan Girisuko Panggang Gunungkidul. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 5(1), 59-66.
- Bakhri, S., & Futiah, V. (2020). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 2(2), 50-70.
- Dewi, C. I. R. S. (2021). Upaya pengembangan dan pemasaran UMKM dalam menjaga stabilitas perekonomian masyarakat desa akibat pandemi covid-19. *JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat*, 2(2), 54-60.
- Lubis, E. E., Nasution, B., Rasyid, A., & Yohana, N. (2020). Pelatihan Penerapan Social Media Marketing sebagai Media Promosi Agrowisata di Desa Bunga Raya Kecamatan Bunga Raya, Kabupaten Siak. *Journal of Community Development & Empowerment*, 1(2), 103-112.
- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430-436.
- Waruwu, K., Bakti, I. R., Yunita, M., & Hasanah, U. (2021). PEYULUHAN DAN PENDAMPINGAN PENGGUNAAN SISTEM MEDIA SOSIAL IBU-IBU RUMAH TANGGA DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN PRODUK CEMILAN KHAS NUSANTARA DI DESA SUKA MAJU KECAMATAN SUNGGAL KABUPATEN DELI SERDANG SUMATERA UTARA. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 1(1), 19-27.
- Yesicha, C., Sari, G. G., & Faisal, G. (2019). Pendampingan pemanfaatan media sosial dalam mengembangkan potensi ekowisata tasik merah di Pulau Rangsang Provinsi Riau. *Buletin Ilmiah Nagari Membangun*, 2(2), 75-87.
- Zulaikha, T. S. A., Fauzan, S., Khadijah, T. A. Z., & Fahmisyah, W. (2021). Pendampingan Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Gubugklakah Kabupaten Malang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 168-174.