

PEMANFAATAN DAN PENGEMBANGAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI OPTIMALISASI DESA BEGAGANLIMO

*[Regina puspita anindhiya(ilmu komunikasi, Universitas 17 Agustus
Surabaya)email:imregina14@gmail.com]*

*[Sabrina nurfauziah(ilmu hukum, Universitas 17 Agustus
Surabaya)email:sabrinanurfauziah25@gmail.com]*

*[Joseph emiliano junior(ekonomi pembangunan, Universitas 17 Agustus
Surabaya)Email:buyungjunior152@gmail.com]*

ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan ini adalah mengembangkan potensi dari Desa Begaganlimo agar diketahui oleh banyak orang dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menggunakan media sosial Instagram. Metode yang digunakan pada kegiatan ini adalah observasi dengan survei mendatangi mitra, dan kemudian luaran yang di hasilkan berupa 2 jenis yaitu luaran wajib dan luaran tambahan. maksud dari luaran wajib yaitu berupa laporan kegiatan dan laporan tambahan berupa artikel di media massa . Melalui metode tersebut proses promosi Desa Begaganlimo akan menjadi efektif dan efisien, sehingga menghasilkan peningkatan kesejahteraan masyarakat yang baik. Hasil dari kegiatan dengan di bentuknya media instagram dari Desa Begaganlimo di harapkan nantinya potensi yang ada di dalam Desa Begaganlimo dapat diketahui oleh banyak orang di luar Mojokerto maupun dalam Mojokerto. instagram ini nantinya dapat membranding Desa Begaganlimo untuk dapat menarik banyak peminat yang berkunjung ke Desa Begaganlimo UMKM yang di punyai oleh Desa Begaganlimo dapat di promosikan kembali melalui media sosial Instagram

ABSTRAK

The aim of this activity is to develop the potential of Begaganlimo village so that it is known to many people in an effort to improve community welfare by using the social media Instagram. The method used in this activity is observation by surveying partners, and then the output produced is in the form of 2 types, namely mandatory output and additional output. The meaning of the mandatory output is in the form of activity reports and additional reports in the form of articles in the mass media. Through this method, the Begaganlimo village promotion process will be effective and efficient, resulting in a good increase in community welfare. It is hoped that the results of the activities in the form of Instagram media from Begaganlimo village will make the potential within Begaganlimo village known to many people outside Mojokerto and within Mojokerto. This Instagram will later be able to compare Begaganlimo village to attract many interested people who visit Begaganlimo village. MSMEs owned by Begaganlimo village can be promoted again via social media Instagram

Kata kunci : media sosial, efektif, efisien, kualitas, promosi.

PENDAHULUAN

Di era digital ini, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, memainkan peran penting dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Salah satu contohnya adalah desa-desa di Indonesia, yang semakin menghadapi tantangan untuk beradaptasi dengan

perubahan global dan memajukan kesejahteraan masyarakatnya. Desa Begaganlimo, sebagai contoh, memiliki potensi yang besar untuk tumbuh dan berkembang melalui pemanfaatan media sosial. Dengan akses yang semakin meluas dan penetrasi teknologi di masyarakat, pemanfaatan media sosial sebagai strategi pengembangan desa menjadi semakin relevan dan vital.

Meskipun peluang besar yang ditawarkan oleh media sosial, masih terdapat berbagai permasalahan yang perlu diatasi. Desa Begaganlimo dihadapkan pada tantangan terkait pemanfaatan dan pengembangan media sosial sebagai strategi optimalisasi. Beberapa di antaranya termasuk minimnya pemahaman tentang potensi media sosial, kendala infrastruktur, dan kurangnya kesadaran masyarakat akan manfaat yang dapat diperoleh melalui pemanfaatan teknologi ini. Oleh karena itu, perlu adanya upaya konkret untuk mengatasi permasalahan tersebut guna meningkatkan kualitas hidup dan perkembangan desa secara keseluruhan.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki potensi, hambatan, dan peluang yang terkait dengan pemanfaatan dan pengembangan media sosial sebagai strategi optimalisasi Desa Begaganlimo. Dengan demikian, diharapkan dapat dihasilkan rekomendasi dan langkah-langkah praktis yang dapat membantu desa ini mengoptimalkan potensi sumber daya dan meningkatkan kualitas hidup masyarakatnya melalui pemanfaatan media sosial secara optimal. Melalui penelitian ini, diharapkan Desa Begaganlimo dapat menjadi contoh sukses dalam mengimplementasikan strategi ini dan menjadi inspirasi bagi desa-desa lain di seluruh Indonesia.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di lakukan di balai Desa Begaganlimo kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto, sasaran kegiatan kepada pak giovani selaku operator IT di desa begaganlimo. langkah-langkah yang di lakukan adalah observasi dan survei ke desa begaganlimo. langkah yang ke dua yaitu melakukan pendekatan kepada pak Giovani selaku mitra, langkah ke tiga setelah melakukan pendekatan kita melanjutkan dengan mepresentasi dan memberikan penjelasan penggunaan media sosial khususnya instagam dan beberapa kegunaannya untuk pengembangan Desa Begaganlimo agar lebih di kenal oleh masyarakat di luar sana, langkah yang trakhir kita melakukan penyerahan akun Instagram yang sudah di buat oleh kita.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat termasuk di desa begaganlimo. pemanfaatan media sosial dapat menjadi strategi yang efektif untuk mengoptimalkan potensi desa dalam berbagai aspek, seperti ekonomi, sosial dan budaya.

Kegiatan pengabdian pada masyarakat di desa begaganlimo berupa pengembangan media sosial khususnya Instagram. bertujuan untuk mengekspos perkembangan desa, Instagram ini nanti dapat membranding desa begaganlimo untuk dapat menarik banyak peminat yang dapat berkunjung ke desa begaganlimo.

Sasaran dalam pengabdian ini adalah pak giofani pengelola IT desa selaku mitra. Pendampingan dalam pengembangan media sosial khususnya Instagram yang dilakukan dalam metode pemaparan ppt dan menjelaskan isi dari ppt dan di lakukan sesi Tanya jawab serta memberikan kesempatan untuk berkonsultasi dalam mengatasi kendala dalam pengembangan media Instagram, dan melakukan sesi penyerahan akun kepada pak giofani selaku pengelola IT desa begaganlimo.

Harapan kedepannya dari proyek ini adalah dengan adanya media Instagram desa begaganlimo dapat menjadi medium untuk mempromosikan kekayaan budaya dan warisan desa. desa begaganlimo secara aktif membagikan cerita, foto, dan video yang menggambarkan keindahan alam, tradisi, dan kearifan lokal. hal ini tidak hanya membangun identitas desa yang kuat, tetapi juga menarik wisatawan untuk mengunjungi dan merasakan keunikan desa begaganlimo.

KESIMPULAN .

Desa Begaganlimo membuktikan bahwa pengabdian masyarakat melalui pemanfaatan dan pengembangan media sosial bukan hanya sebuah tren, melainkan strategi cerdas untuk memajukan desa. Dengan terus mengoptimalkan media sosial, Desa Begaganlimo menapaki jalan kemajuan yang berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat yang lebih baik. Ini adalah cerita inspiratif tentang bagaimana sebuah desa kecil dapat menjadi pusat inovasi dan pertumbuhan melalui kekuatan media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan lembaga penelitian dan pengabdian kepada masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ucapkan trimakasih kami haturkan untuk :

1. Bapak Suroso selaku Kepala Desa Begaganlimo Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto.
2. Pak Giofani selaku pengelola IT di Desa Begaganlimo Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto..

DAFTAR PUSTAKA

Hasbiyah, D. (2023). DIFERENSIASI DALAM BRANDING DESA WISATA ALAM KAMPUNG PAPALIDAN CIBOLANG MELALUI INSTAGRAM. JURNAL KOMUNIKATIO, 9(2), 99-107.

Jupri, A., Khofifah, B. U., Laili, J., Soleha, E. M., Rozi, T., & Husain, P. (2022). Perancangan Branding Desa Melalui Media Visual di Desa Tetebatu Selatan, Kecamatan Sikur, Lombok Timur. Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA, 5(3), 285-289.

Kusumadinata, A. A., Salsabila, A., Ningsih, A. W., Friyadi, E., Rachman, F. F., Karim, M. S., ... & Nasrudin, W. (2022). Penyuluhan Pemanfaatan Sosial Media Instagram Membentuk Branding Usaha Mikro Kecil (UMK). Jurnal Masyarakat Madani Indonesia, 1(3), 149-156.

Rahmayanti, R. (2023). BRANDING DESA WISATA ALAM KAMPUNG PAPALIDAN CIBOLANG SEBAGAI PROMOSI DI INSTAGRAM DALAM MEMBANTU PENINGKATAN JUMLAH PENGUNJUNG (Doctoral dissertation, Universitas Djuanda Bogor).

Lutfiyani, I. Q., Hastadi, A. Y., Wahyuningsih, F., Wahyuni, A. T., Fauzi, G. F., Nurfaizah, A., ... & Yanuar, R. (2022). Pengembangan UMKM Melalui Optimalisasi Branding dan Penggunaan Media Digital di Desa Sindangbarang, Kabupaten Cilacap. Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM), 4(1), 70-84.

Buku :

Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis. Universitas Brawijaya Press.