

MEMBANGUN RUMAH MAYA: UPAYA *BRANDING* DESA PANCASILA PADA PEMUDA SUKORENO KABUPATEN JEMBER

Luhung Achmad Perguna¹, Achmad Fikri Dzikrillah², Ivan Agusta Afriansyah³

¹Universitas Negeri Malang. Email: luhung.fis@um.ac.id

²Universitas Negeri Malang. Email: achmamadfikri@gmail.com

³Universitas Negeri Malang. Email: ivanausta00@gmail.com

ABSTRACT

Currently, the village has autonomy in developing both natural and human resources. Village potential can be built through promotion and introduction of village profiles to the wider community so that they are known to a wide audience. One potential that is still hidden and needs to be explored is the potential in Sukoreno village, Jember district, which is rich in diversity. Unfortunately, the uniqueness of the six religions (Islam, Catholicism, Protestantism, Hinduism, Sapta Dharma and Perjalan Beliefs) that live in harmony and coexist with each other is still unknown to people outside the village. Even the branding of Sukoreno village as Pancasila Village is not yet popular. The need for branding is important for the village. Community service tries to facilitate this need by involving the youth of Sukoreno Village as the subject. The social media training was presented as an effort to introduce Pancasila village as well as to build virtual houses which had been neglected so far. As a result, the village youth gradually succeeded in filling out content both on the website and on social media. In addition, visits, likes in virtual houses continue to increase every day which will provide a multiplier effect to the village.

Keywords: *Pancasila Village, Branding, Digital Home, Empowerment, Youth.*

ABSTRAK

Desa saat ini memiliki otonomi dalam mengembangkan potensi yang dimiliki. Potensi desa bisa dibangun melalui promosi dan pengenalan profil desa kepada masyarakat luas agar dikenal khalayak luas. Salah satu potensi yang masih terpendam dan perlu digali adalah potensi di desa Sukoreno kabupaten Jember yang kaya akan keberagaman dan keragamannya. Sayangnya keunikan dengan enam agama (Islam, Katolik, Protestan, Hindu, Aliran Kepercayaan Sapta Dharma dan Perjalan) yang hidup rukun dan saling berdampingan masih belum dikenal oleh masyarakat luar desa secara luar. Bahkan branding desa Sukoreno sebagai Desa Pancasila juga belum populer. Kebutuhan akan branding menjadi keniscayaan bagi desa. Pengabdian ini hadir untuk mencoba memfasilitasi kebutuhan tersebut dengan melibatkan pemuda Desa Sukoreno sebagai subjeknya. Pelatihan media sosial dihadirkan sebagai upaya mengenalkan desa Pancasila sekaligus membangun rumah maya yang selama ini diabaikan. Hasilnya secara bertahap pemuda desa berhasil untuk mengisi konten baik pada website maupun media sosial. Selain itu kunjungan, like dalam rumah maya terus meningkat setiap harinya yang akan memberikan multiplier effect kepada desa.

Kata Kunci: *Desa Pancasila, Branding, Rumah Maya, Pemberdayaan, Pemuda.*

PENDAHULUAN

Era digital mengubah banyak aspek kehidupan manusia secara signifikan salah satunya pada pemasaran yang berbasis pada media online atau digital. Hal ini dipacu dengan pesatnya pertumbuhan penjualan *online* dan semakin masifnya perkembangan teknologi digital mulai dari *smartphone*, *tablet* termasuk perangkat lunak didalamnya yaitu media sosial mulai dari WhatsApp, Facebook, Youtube, Instagram dan lainnya.

Dalam waktu ke depan, pemasaran melalui internet dan perangkat lunak didalamnya atau orang menyebutnya sebagai *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada dan lainnya diperkirakan terus meningkat tajam bahkan melampaui penjualan melalui saluran tradisional (Pomirleanu et al., 2013). Desain pemasaran pun juga mengalami perubahan termasuk iklan. Iklan didesain sedemikian rupa sebagai upaya dalam memberitahukan kepada konsumen tentang produk produsen, seperti apa produk mereka, bagaimana produk tersebut dapat memuaskan kebutuhan konsumen, dan bagaimana konsumen dapat memesan produk tersebut. Oleh karenanya desain iklan dan pemahaman iklan menjadi hal urgen agar tujuan dan pemahamannya sampai kepada konsumen dengan tepat merasuk hingga kepada pikiran konsumen dan menjadi *top of mind* harapan tertingginya. Menurut Magrath & McCormick (2013), para pelaku usaha yang berbasis daring dapat menyampaikan dagangannya secara visual merk, kepribadian, dan identitas produk melalui rangsangan desain visual yang jauh lebih responsif dan membangun sisi emosional konsumen. Dengan melakukan hal tersebut, mereka mampu memberi dampak pada respon emosional konsumen, perilaku, reaksi dan pengalaman hedonis (Kim & Lennon, 2010).

Upaya pemasaran seringkali dilekatkan pada sesuatu yang bersifat produk barang dan jasa yang sudah menjadi studi/ kajian oleh banyak kalangan. Sesungguhnya pemasaran juga dapat dilekatkan dengan pemasaran desa-kota. Dalam konteks pembangunan desa, partisipasi aktif dari seluruh stakeholder mutlak diperlukan agar pemasaran dapat berhasil. Wujud dari partisipasi masyarakat bentuknya beragam yang sering merujuk pada kegiatan pemberdayaan masyarakat mulai dari tahap penyusunan program atau perencanaan, yang dilanjutkan dengan implementasi program yang terejawantahkan dari kesediaan serta kemauan sekaligus kemampuan masyarakat dalam turut serta untuk aktif di dalamnya (Akbar, 2018). Konsep pemberdayaan masyarakat ini dimulai dari *community development* dan *community-based development* (Permana et al., 2018). Pemberdayaan juga sering didefinisikan sebagai upaya memberikan kekuatan (*empowerment*) dan penguatan (*strengthening*). Konsep pemberdayaan menurut Fathy (2019), meliputi (1) pemberdayaan menekankan terhadap masyarakat yang berorientasi pada proses pengalihan kemampuan dan kekuasaan yang lebih berdaya. (2) pemberdayaan menekankan terhadap proses menstimulus dan memotivasi individu sehingga lebih berdaya terhadap potensi yang dimilikinya baik secara Sumber Daya Manusia maupun Sumber Daya Alam. Yang tidak boleh terlepas pula dalam pemberdayaan masyarakat bahwa pemberdayaan masyarakat memiliki tujuan diantaranya yakni pertama, membentuk kemandirian dan kepercayaan diri anggota atau masyarakat. kedua, pemberdayaan harus menciptakan individu harus memiliki kegesitan dan proaktif dalam mencari kegiatan yang lebih menguntungkan. Ketiga, pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dalam pemberdayaan dapat menumbuhkembangkan potensi sehingga bermanfaat tak hanya bagi dirinya sendiri tetapi berdampak lebih luas. Keempat, berorientasi terhadap kepatuhan dan kedisiplinan hidup yang senantiasa mengarah pada suatu kegiatan yang lebih spesifik dan terskema dengan baik serta optimal (Manik et al., 2019).

Adapun dalam mengimplementasikan pemberdayaan yang berorientasi pada optimalisasi desa wisata berbasis budaya di Indonesia, masing-masing wilayah mengupayakan untuk menciptakan keseragaman pembangunan guna mencapai peningkatan indeks kesejahteraan bagi masyarakat (Parahiyanti et al., 2020). Ditambah kehadiran UU Desa membawa pengaruh besar yang mendasar terhadap kedudukan dan relasi desa dengan pemerintah yang meliputi kewenangan, perencanaan, pembangunan, demokrasi dan keuangan daerah. Kebijakan desa semakin kuat untuk mengolah potensi sumber daya alam maupun potensi sumber daya manusia guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang bersangkutan (Perguna, et al., 2020; Kustini & Mawardi, 2019). Optimalisasi potensi daerah yang diutamakan oleh pemerintah yakni terkait pengelolaan sektor pariwisata. Upaya pembangunan pariwisata di Provinsi Jawa Timur dengan dibentuknya program "*Visit East Java*" (Widita et al., 2019). Program pembangunan wisata di Jawa Timur ini diikuti oleh seluruh kabupaten dan daerah yang tersebar dengan menekankan terhadap tujuan guna menarik minat wisatawan melalui promosi kekayaan alam dan budaya yang dimiliki pada masing-masing daerah (kearifan lokal) termasuk salah satunya Desa Sukoreno.

Desa Sukoreno merupakan desa yang memiliki potensi desa yang memiliki daya tarik tersendiri dengan keragaman keberagaman dari Islam, Kristen, Hindu, dan Kepercayaan Sapta Dharma, namun desa tersebut masih belum banyak dikenal oleh masyarakat. Penyematan label desa Sukoreno sebagai desa Pancasila oleh Pemerintah Kabupaten Jember belum berdampak signifikan sejak tahun 2017. Hal tersebut berbanding terbalik dengan keadaan pada desa Balun kabupaten Lamongan yang populer juga dengan desa Pancasila. Upaya branding tentunya akan memberikan sebuah jalan bagi Desa Sukoreno untuk dapat dikenal oleh masyarakat luas sebagai Desa Pancasila. Branding ini melalui media digital/daring. Oleh karena itu, penulis beserta tim merencanakan sebuah pemberdayaan berkaitan dengan branding desa melalui media sosial dan website dengan tujuan *multiplier effect* akan muncul melalui kunjungan ke desa baik berbasis budaya, religi, penelitian hingga ekonomi.

METODE PELAKSANAAN

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan secara luring. Kegiatan luring dilakukan karena desa Sukoreno merupakan desa yang nyaris tidak ditemukan kasus aktif disana sehingga pelaksanaan kegiatan luring bisa dilakukan dengan selalu mematuhi protokol kesehatan yaitu dengan memakai masker, menjaga jarak dan kegiatan dilakukan di tempat yang terbuka. Desa Sukoreno dipilih karena desa ini merupakan satu-satunya desa Pancasila di kabupaten Jember yang memiliki keunikan dengan sumber daya yang masih terpendam dan butuh pendampingan dari pihak eksternal. Kegiatan pelatihan ataupun intervensi terhadap pembangunan branding Desa Pancasila tidak dilakukan dalam sekali jalan tetapi melalui dalam empat tahapan yang ditampilkan berikut ini:



Gambar 1. Tahapan dalam Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dalam Pembangunan Branding Desa Pancasila

Pada langkah pertama, tim pengabdian melakukan observasi di desa Sukoreno selama seminggu sekaligus wawancara singkat dengan mengunjungi beberapa tokoh desa seperti Kepala Desa, Sekretaris Desa termasuk tokoh agama dan Ketua Karang Taruna Des Sukoreno. Hal ini dilakukan untuk menggali lebih jauh soal Desa Pancasila termasuk upaya branding yang telah dilakukan pihak desa. Analisis SWOT (*Strength, weakness, opportunity* dan *threat*) dilakukan pasca melakukan audiensi dengan pihak desa dan tokohnya. Hal ini dilakukan untuk mengetahui langkah selanjutnya yang mesti dilakukan. Dari hasil komunikasi didapat bahwa Rumah Digital berbasis media sosial menjadi hal penting untuk ditindaklanjuti termasuk bagaimana mengisi konten dan melakukan publikasi di media tentang desa Pancasila. Rumah nyata secara bertahap dapat dibangun, namun rumah maya perlu dilakukannya dan diperkenalkan kepada masyarakat karena dominasi masyarakat Indonesia yang berisi para *digital natives*.

Selanjutnya, tim menggandeng Karang Taruna termasuk para pengurusnya untuk terlibat aktif sekaligus sebagai mitra utama yang akan melanjutkan keberlangsungan media digital ini dengan bersama membangun media sosial berbasis Instagram dan juga Youtube melalui workshop singkat yang dilakukan selama satu hari. Kemudian tahap berikutnya yaitu mulai dilakukan intervensi berupa pelatihan dalam teknik fotografi dan vidiografi. Pemateri adalah dari mahasiswa Universitas Negeri Malang prodi Pendidikan Sosiologi yang telah mahir dalam penguasaan teknik ini. Terakhir dilakukan pelatihan dalam membuat *caption* yang akan dicantumkan dalam media sosial. *Caption* menjadi bagian yang tak terpisahkan ketika akan mengunggah gambar atau video pada media sosial. Hal ini dilakukan agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dalam hal ini pihak desa efektif sampai kepada penerima pesan atau komunikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis dan Identifikasi Kebutuhan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini berbasis di Desa Sukoreno, Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember. Kampung ini bukan sembarang kampung, unik karena dengan berbagai agama dan kepercayaan yang masyarakatnya anut mereka dapat hidup damai. Bagaimana tidak, ragam agama mulai dari Islam baik yang terafiliasi dengan

Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah, Kristen Protestan dan Kristen Katolik. Disusul dengan Hindu baik Hindu Dharma dan Hindu Bali dan terakhir penganut Kepercayaan yang terdiri dari Sapto Dharmo dan Sejati dapat hidup saling bertoleransi dan nyaris nir konflik. Sayangnya keunikan ini belum dapat dikemas semenarik mungkin oleh warga termasuk desa Sukoreno untuk menghasilkan dampak turunan seperti kesejahteraan ekonomi dan lainnya. Hal itu berbanding terbalik dengan apa yang ditemukan di Desa balun di Kabupaten Lamongan, dimana di desa tersebut dikenal dengan masyarakatnya yang hidup rukun walaupun terdapat 3 agama dominan di desanya, antara lain Islam, Kristen, dan Hindu, ditambah situs terkenal disana adalah masjid yang berada satu kompleks tanah yang sama. Karena keunikan ini, Desa Balun dikenal sebagai Desa Pancasila dan menjadi ikon Kabupaten Lamongan dan terus berkembang untuk menjadi desa wisata religi. Apa yang terjadi di Balun menjadi pelajaran dan *best practices* untuk dapat diikuti jejaknya.

Dari *success story* Desa Balun, tim pengabdian mengawali komunikasi dengan perangkat desa Sukoreno untuk bersama membangun desa ini makin moncer utamanya di dunia maya dan dapat sejajar dengan desa Balun. Dalam komunikasi yang panjang, disepakati antara tim pengabdian dan desa bahwasanya membangun rumah maya atau rumah digital menjadi hal yang essential untuk dilakukan. Kesepakatan itu dimengerti, karena selama ini desa banyak fokus pada pembangunan infrastruktur seperti jalan, tempat ibadah dan lainnya, termasuk pula fokus pada bantuan sosial dalam penanganan covid-19. Kegiatan pemberdayaan, relatif dikesampingkan. Hal ini terwujud dengan jumlah anggaran untuk kegiatan pemberdayaan yang relatif terbatas.

Pasca kesepakatan dengan pihak desa, tim bergerak cepat untuk langsung melakukan pembahasan tentang siapa yang akan bertanggung jawab pasca kegiatan pelatihan dan pengabdian ini. Karang Taruna menjadi jawabannya. Gayung pun bersambut, karang taruna sangat siap dengan program ini untuk bersama mengembangkan desa "Pancasila" Sukoreno. Konsolidasi internal oleh tim bersama Karang Taruna untuk menyusun terkait hal apa saja yang urgen dibutuhkan oleh pemuda desa melalui karang taruna sebagai representasi desa sekaligus sebagai *person in charge* nantinya dalam pengembangan rumah maya Sukoreno. Para pemuda ini juga mereupakan perwakilan dari tiap dusun di desa Sukoreno.

Pelaksanaan rapat dan konsolidasi ini juga disuport penuh oleh pemerintah desa Sukoreno dengan memfasilitasi kegiatan di balai desa. Secara singkat, pada kegiatan itu disepakati untuk membuat rumah maya dengan segera dengan platform media sosial yaitu *instagram* dan *youtube*, termasuk optimalisasi website desa Sukoreno. Selain itu, pelatihan berbasis intervensi juga dilakukan yaitu pelatihan fotografi dan videografi dilanjutkan dengan narasi atau deskripsi terhadap konten yang diunggah (*caption*) sebagai upaya menumbuhkan kreativitas dalam fotografi dan videografi sekaligus membangun "nama" desa Sukoreno di dunia Maya. Setelah disepakati kegiatan yang akan dilakukan, tim pengabdian melakukan rapat internal untuk menyusun materi apa saja yang penting sekaligus dapat berdampak berkelanjutan bagi masyarakat. Materi pelatihan disusun bersama penulis dan tim pengabdian dan dikonsultasikan pula kepada

expertise agar apa yang ditampilkan dalam bentuk tampilan (*power point*) dan tayangan berbasis video melalui laptop, tujuannya dapat tercapai sesuai harapan.

Intervensi Pelatihan

Sebelum memulai pelatihan persetujuan dilakukan terlebih dahulu kepada pihak desa dengan memberikan surat resmi tentang pelaksanaan kegiatan. Pasca persetujuan oleh pihak pemerintah desa, tim bersama dengan karang taruna berdiskusi untuk membuat saluran/ media sosial yang dibutuhkan sehingga nantinya peserta langsung melakukan praktik dengan mengunggah pada media sosial, youtube dan website desa. Workshop melalui *google meet* dilakukan antara tim pengabdian dengan karang taruna untuk memastikan sekaligus membuat saluran media tersebut. Setelah semua persiapan siap, informasi terkait kegiatan disebarkan serentak pada hari Sabtu, 15 Mei 2021 melalui surat undangan resmi yang ditujukan untuk pemuda di Desa Sukoreno yang sedang menempuh Sekolah Menengah Atas melalui masing-masing Kepala Dusun, serta disebarkan melalui grup komunitas warga Desa Sukoreno di Facebook melalui poster yang telah disiapkan sebelumnya.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan pada Senin, 17 Mei 2021 dengan tema besar pelatihan “Menumbuhkan Kreativitas melalui Media Sosial dengan teknik fotografi dan videografi”. Materi ini menjadi materi pembuka pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tujuan menumbuhkan jiwa kreatif remaja di Desa Sukoreno mengingat ekosistem media digital yang penuh persaingan dalam kreativitas agar mendapatkan perhatian dari pengguna media digital dan dapat dengan mudah menjadi *trending topic*. Pelatihan pertama ini merupakan pondasi untuk pelatihan selanjutnya. Dalam pelatihan ini pula berkaitan dengan penguatan kemampuan khususnya teknik fotografi dan videografi yang berbanding lurus dengan branding desa Pancasila. Materi pada pelatihan ini fokus pada bagaimana dengan gambar dan video dapat merepresentasikan dan mengkonstruksi realitas menjadi hiperrealitas, sehingga berlaku idiom *picture tells thousand words*, yang berarti bahwa gambar atau video yang baik akan mampu menghasilkan lebih dari 1000 kata dan berdampak jauh lebih luas ketimbang tanpa menggunakan gambar sama sekali.

Secara umum, kegiatan berjalan dengan lancar dengan dihadiri oleh perwakilan dusun yang ada di desa Sukoreno sekaligus perwakilan pengurus Karang Taruna yang berjumlah delapan orang. Peserta mencoba belajar teknik fotografi dan hal apa saja yang seharusnya diunggah pada media sosial. Interaksi antar pematery dan peserta cukup baik dengan bersifat privat. Pendekatan privat diperlukan agar eksplorasi soal kesulitan dan hambatan peserta mudah diberikan jalan keluarnya. Kesulitan peserta dijawab melalui pelatihan ini secara bertahap agar nantinya peserta menjadi bagian dalam *citizen journalism* melalui media sosial desa Sukoreno, di saat yang sama sebagai upaya menumbuhkan rasa memiliki (*sense of belonging*) peserta terhadap desa. Selanjutnya peserta diberikan tugas untuk mengambil gambar atau mengambil video, dimana tugas tersebut untuk didiskusikan pada pelatihan selanjutnya

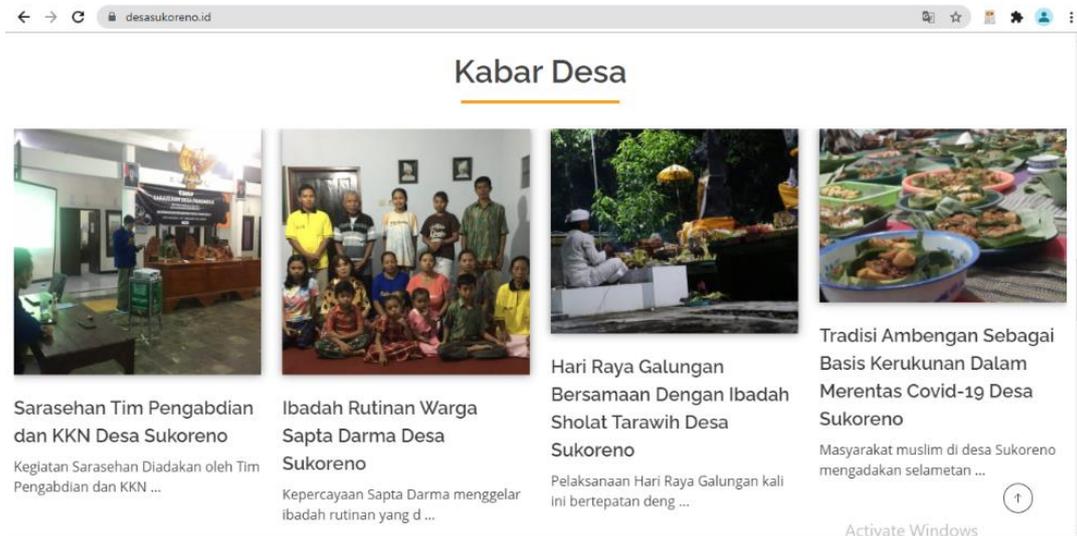
Selanjutnya, pada pelatihan berikutnya fokus pada publikasi atau pengisian konten baik berbasis media sosial maupun website. Materi ketiga ini berkaitan tentang

langkah-langkah penggunaan media digital, dari melakukan registrasi akun sampai melakukan publikasi. Pada pelatihan ketiga ini, terdapat 3 media digital yang menjadi fokus pada materi pelatihan, yakni Instagram, Youtube, dan Website. Pada pelatihan ketiga ini, Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan ini berjalan cukup baik juga dengan 8 orang yang menghadiri kegiatan pelatihan. Pada pelatihan ini, peserta diajak untuk bersama-sama mengikuti langkah-langkah publikasi yang disampaikan pemateri sehingga menjadikan kegiatan pelatihan ini diikuti dengan kegiatan praktik. Melalui kegiatan praktik, diharapkan dapat memberikan gambaran pada peserta pelatihan terkait publikasi di media digital.

Hasil Pengisian konten Youtube, Instagram dan Website

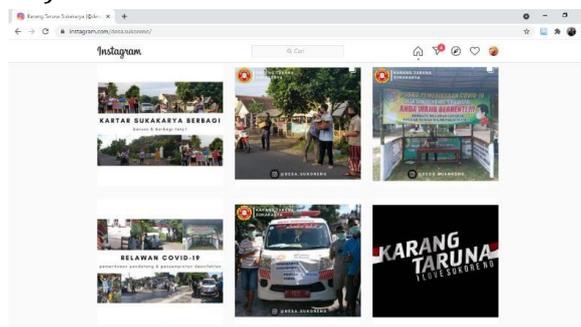
Salah satu kontribusi nyata pemuda desa dalam pembangunan rumah maya ini melalui partisipasi penggunaan website. Hal ini ditunjukkan melalui 7 berita yang dikirimkan oleh pemuda desa Sukoreno yang berkaitan dengan keragaman agama dan budaya tersebut. Urgensi dari penerbitan berita dalam hal ini adalah mempromosikan desa Sukoreno sebagai basis desa yang memiliki potensi dalam mengembangkan sektor pariwisata religi dan budaya yang terdapat di Kabupaten Jember. Selain itu, postingan berita di website akun resmi desa Sukoreno www.desasukoreno.id akan mempengaruhi perhatian khalayak umum untuk lebih mengenal desa Sukoreno sebagai desa plural atau bisa disebut sebagai miniatur Indonesia yang terimplementasikan dalam Pancasila karena heterogenitas agama dan budaya antar masyarakat.

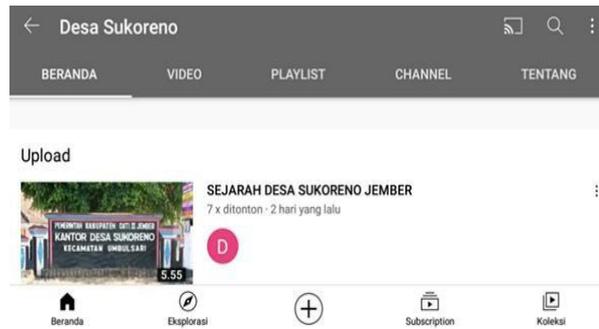
Website ini dibentuk oleh tim pengabdian kepada masyarakat dengan melibatkan pihak ke-3 termasuk dengan melakukan kerjasama dengan karang taruna desa setempat sebagai wadah bagi masyarakat Desa Sukoreno untuk mengembangkan desa dengan mengoptimalkan peranan pemuda sebagai *citizen journalist* yang akan mempublikasikan berita dari peristiwa menarik yang ada di Desa Sukoreno. Hal ini diharapkan mampu mengangkat nama desa di ranah digital agar dikenal oleh masyarakat di seluruh Indonesia. Peran tim lebih kepada pendamping bagi pemuda desa dalam memanfaatkan website sebagai upaya mengangkat branding Desa Pancasila Sukoreno melalui kegiatan produksi berita yang dipublikasikan. Berita yang diunggah pada website Sukoreno merupakan hasil kerja keras tim dengan penulis adalah pemuda desa Sukoreno (lihat gambar 2)



Gambar 2. Hasil Pelatihan Peserta Pelatihan yang dipublikasikan pada website desasukoreno.id

Selain website, tim pengabdian juga fokus dalam mengembangkan media sosial berbasis Youtube dan Instagram. Youtube dan Instagram dipilih karena popularitasnya yang terus menanjak, dan merupakan penguasa media sosial di dunia. Artinya, bila ingin membuat desa Sukoreno populer di dunia maya, optimalisasi penggunaan media sosial ini merupakan sesuatu yang tak terhindarkan. Dalam pelatihan yang dilakukan, tim berusaha melakukan pendekatan secara persuasive, tidak menggurui dalam memberikan sosialisasi yang bersifat mengajak generasi muda untuk turut serta membangun desa melalui rumah digital atau rumah maya berbasis media sosial. Tim juga juga memberikan keahlian yang berupa teknik fotografi, teknik videografi, dan juga bagaimana cara mengambil sudut gambar yang bagus dan menarik kepada para pemuda serta perwakilan dari karang taruna yang juga bertugas sebagai admin Instagram Desa Sukoreno. Selain itu, caption yang menarik juga penting dikarenakan caption merupakan pelengkap foto di media sosial. Dengan menonjolkan potensi yang dimiliki Desa Sukoreno yakni kerukunan dalam kebaragamannya, baik dalam hal pluralisme masyarakatnya ataupun mengenai potensi wisata edukasi dan religi yang nantinya dapat mengangkat nama Desa Sukoreno di jagat maya sehingga membawa keuntungan bagi desanya. Dari pemberian pelatihan dan pemberdayaan pada bidang Instagram dan Youtube membuahkan hasil yang berupa postingan-postingan mengenai aktivitas dan agenda Desa Sukoreno yang dikemas dan dipublikasikan melalui Instagram termasuk tersedianya akun Youtube milik desa Sukoreno. Akun ini merupakan upaya dalam melakukan promosi dan mengenalkan Desa Sukoreno (lihat gambar 3).





Gambar 3. Akun media sosial berbasis Youtube dan Instagram.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini bukan merupakan program yang bersifat *top down*, namun merupakan program bersama baik dari desa dan disupport penuh oleh institusi dalam hal ini Universitas Negeri Malang. Kegiatan ini terbukti meningkatkan kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan peserta dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi khususnya dalam pembuatan foto, video dan pengisian kontennya dalam rumah digital (maya). Selain itu peserta yang didominasi oleh pemuda yang tergolong *digital natives* memahami dan menguasai keterampilan dalam mempromosi atau mengenalkan Desa Sukoreno melalui media sosial yang sedang trending digunakan seperti Youtube, Instagram, dan Website Desa Sukoreno sebagai sarana pengenalan tentang profil desa Sukoreno. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya kesan positif dari peserta pelatihan pengisian profil Desa Sukoreno melalui media sosial maupun masyarakat Desa Sukoreno.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Universitas Negeri Malang melalui Dana Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNPB) tahun 2021 sehingga pengabdian ini bisa terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Akbar, T. (2018). Kampung Tematik Sebagai Bentuk Partisipasi Masyarakat Dalam Permasalahan Permukiman Kumuh Di Kota Malang. *Wahana : Tridarma Perguruan Tinggi*, 70(2), 37-48. <https://doi.org/10.36456/wahana.v70i2.1741>
- Fathy, R. (2019). Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6(1), 1-17.
- Kim, H., & Lennon, S. J. (2010). E-atmosphere, emotional, cognitive, and behavioral responses. *Journal of Fashion Marketing and Management* 1.
- Kustianingsih, N., Muslimin, M., & Kahar, A. (2018). Pengaruh Pendapat Asli Daerah (PAD), Dana Alokasi Umum (DAU), Dana Alokasi Khusus (DAK) Terhadap Tingkat Kemandirian Daerah Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Kota di Provinsi Sulawesi Tengah. *Katalogis*, 6(6).

- Kustini, K., & Mawardi, A. I. (2019). Diskusi tentang Peran Potensi Lokal dalam Pemanfaatan Komoditas Desa Telemung Kabupaten Banyuwangi. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(2), 121–130
- Magrath, V., & McCormick, H. (2013). Marketing design elements of mobile fashion retail apps. *Journal of Fashion Marketing and Management*.
- Manik, A., Kusmanto, H., & Lubis, M. S. (2019). Analisis Reliabilitas dan Responsivitas dalam Pelayanan Penanggulangan Bencana Alam Kebakaran pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah di Kabupaten Aceh Singkil. *Strukturasi: Jurnal Ilmiah Magister Administrasi Publik*, 1(1), 65–74.
- Parahiyanti, C. R., Dewi, Y. R., Prasasti, A., & Wilujeng, I. P. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran dengan Kemasan Kekinian pada Proposal Rencana Bisnis UMKM Desa Kebontunggul Kabupaten Mojokerto. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(2), 139–154
- Perguna, L. A., Irawan, I., Tawakkal, M. I., & Mabruri, D. A. (2020). Optimalisasi Desa Wisata Berbasis UMKM Melalui Destination Branding. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(2), 204–214.
- Permana, A. C., Sasmito, C., & Gunawan, C. I. (2018). Implementasi Pemberdayaan Masyarakat dalam Program Keluarga Harapan untuk Memutus Rantai Kemiskinan di Kota Malang. *Madani Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 10(2), 64–74.
- Pomirleanu, N., Schibrowsky, J. A., Peltier, J., & Nill, A. (2013). A review of internet marketing research over the past 20 years and future research direction. *Journal of Research in Interactive Marketing*.
- Timotius, R. (2018). Revitalisasi Desa Dalam Konstelasi Desentralisasi Menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 48(2), 323–344.
- Widita, A., Kusuma, Y., Husna, N., & Sagita, G. (2019). 'The Heart of East Java': Branding Pariwisata Humas Pemerintah Kabupaten Malang. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2(2).