

# PENERAPAN KONSEP PEMASARAN DIGITAL PADA KELOMPOK INFORMASI MASYARAKAT (KIM) SEBAGAI WUJUD PEMBERDAYAAN DALAM MENYARING INFORMASI HOAKS DI LINGKUNGAN DESA

Faizal Haris Eko Prabowo<sup>1\*</sup>, Ii Sujai<sup>2</sup>, Muhammad Farhan Firmansyah<sup>3</sup>,  
Indra Gunawan<sup>4</sup>, Nuryanti Taufik<sup>5</sup>

<sup>1,4</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

<sup>2,3</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Galuh

<sup>5</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi

Email: \*faizalharisekoprabowo@gmail.com

## ABSTRAK

Kegiatan ini dilaksanakan bersama Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Desa Sukamaju Kecamatan Cihaurbeuti Kabupaten Ciamis sebagai mitra untuk mengatasi masalah utama yaitu: Belum adanya rancangan konten informasi yang tersusun dengan kesesuaian dengan visi dan misi melalui media digital, para anggota mitra sudah mencoba menggunakan media digital tetapi belum terlalu memahami hingga detail. Lalu. Minimnya literasi mengenai pemasaran digital, sehingga peluang untuk meningkatkan penyebaran informasi di desa sukamaju kecamatan cihaurbeuti kabupaten ciamis tidak berjalan dengan efektif. Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh mitra, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam merancang dan mengaplikasikan strategi pemasaran dengan menggunakan media digital sehingga KIM dapat melakukan pemasaran pada media digital dengan efektif. Para kelompok ini selanjutnya akan dilatih dan didampingi sehingga proses pemahaman pemasaran melalui media digital dapat meningkat secara perlahan. Metode pelaksanaan yang digunakan pada kegiatan pengabdian ini adalah pelatihan dan pendampingan yang terbagi menjadi tiga tahapan utama yang didalamnya terdapat tahapan-tahapan teknis yaitu tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Kegiatan ini memiliki tindak lanjut yakni akan dilakukannya penelitian mengenai strategi pengembangan pemasaran digital pada organisasi yang memberikan informasi valid agar adanya hilirisasi antara penelitian dan pengabdian dengan memadukan KIM dengan teknologi digital

Kata kunci : Pemasaran Digital; Literasi Digital; Pemberdayaan masyarakat; Kelompok Informasi Masyarakat

## ABSTRACT

*This activity was carried out with the Community Information Group (KIM) Sukamaju Village, Cihaurbeuti District, Ciamis Regency as partners to overcome the main problems are There is no information content design that is structured in accordance with the vision and mission through digital media, partner members have tried using digital media but don't really understand the details. Then. The lack of literacy regarding digital marketing, so that the opportunity to increase the dissemination of information in Sukamaju Village, Cihaurbeuti District, Ciamis Regency does not run effectively. Based on the problems experienced by partners, this activity aims to provide training and assistance in designing and applying marketing strategies using digital media so that KIM can do marketing on digital media effectively. These groups will then be trained and assisted so that the process of understanding marketing through digital media can gradually improve. The implementation method used in this service activity is training and mentoring which is divided into three main stages in which there are technical stages, namely the planning,*

*implementation and evaluation stages. This activity has a follow-up, namely research on digital marketing development strategies in organizations that provide valid information so that there is a downstream between research and service by combining KIM with digital technology.*

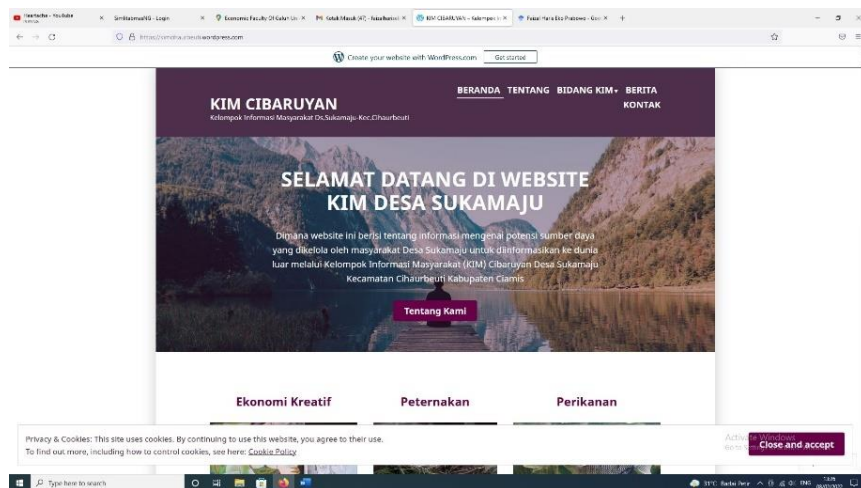
*Keywords : Digital Marketing; Digital Literacy; Community empowerment; Community Information Group*

## **PENDAHULUAN**

Masifnya peredaran informasi pada berbagai media dikalangan masyarakat memiliki dampak yang cukup beragam baik secara sosial, psikologis dan lain-lain (Rainaz & Saputra, 2021). Tidak sedikit masyarakat yang tidak mampu memfilter informasi-informasi yang beredar secara masif dan luas ini (Pratiwi, 2020), karena informasi yang disampaikan pun didesain sangat baik sehingga tingkat tampilan dan validnya dapat diterima oleh masyarakat (Ramadhani, Meizar & Ardiyanti, 2020). Dengan munculnya pandemi covid-19 membuat aktifitas masyarakat juga mengikuti perubahan (Suhandi & Pamela, 2020). Hal ini menyebabkan banyaknya aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat di rumah masing-masing, hal ini juga memicu bertambahnya kegiatan yang dilakukan secara daring dan kegiatan ini memiliki kemungkinan dan kesempatan untuk mendapatkan informasi (Mudawamah, 2020). Sedangkan sifat informasi ini belum tentu valid maupun sesuai (Rahutomo, Yanuar, Pratiwi & Ramadhani, 2019). Dengan adanya permasalahan ini beberapa desa di Kabupaten Ciamis membuat sebuah organisasi masyarakat yang bertujuan untuk memberikan informasi-informasi valid kepada masyarakat sebagai penunjang KOMINFO (Endah, Suwarlan & Aditiyawarman, 2021). Salah satu organisasi yang telah dibuat oleh pemerintah daerah sendiri berada di Desa Sukamaju Kecamatan Cihaurbeuti dengan nama Kelompok Informasi Masyarakat atau disingkat menjadi KIM. KIM sendiri memiliki tugas utama dalam menyebarluaskan informasi, mediator komunikasi dan forum media komunikasi kepada masyarakat di Desa setempat (Yalia, 2015).

Kegiatan utama KIM ini adalah memberikan informasi dan menjaga penyebaran informasi di lingkungan sekitarnya agar valid dan dapat mereduksi informasi hoaks (Haryani, 2020). Dalam KIM sendiri tidak semua anggota memiliki keahlian dalam bidang teknologi internet. Beberapa kelompok ini memiliki SDM yang bahkan dapat dikatakan kurang terampil dalam menggunakan teknologi tersebut, namun mereka memiliki semangat untuk mengembangkan desa mereka menjadi warga yang melek digital. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh tim dengan ketua KIM desa sukamaju bapak Krisna Kusnara, beliau mengutarakan bahwa para anggota KIM ini memiliki cukup banyak kendala dalam pelaksanaan

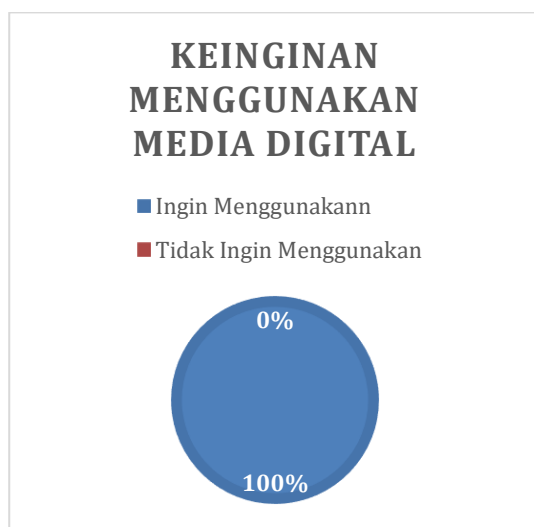
penyebaran informasi secara daring dikarenakan mereka belum memiliki ilmu pemasaran digital, baik secara pemahaman teoritis maupun pemahaman praktis. Mereka telah mencoba melakukan penyebaran informasi secara digital tetapi hal tersebut masih jauh dari kata efektif menurut pemaparan dari ketua KIM. Berkaitan dengan hal tersebut ditemukan beberapa masalah pada KIM seperti: Tahapan perencanaan, menyebarkan informasi melalui media digital membutuhkan persiapan yang cukup rumit dan lebih lama karena prosesnya cukup panjang. Dari mulai mempersiapkan ide lalu dilanjutkan rencana konten yang akan diunggah hingga memahami analisa, sehingga KIM merasa cukup terbebani pada kegiatan ini. KIM sendiri sudah memiliki website pada platform wordpress dengan tautan sebagai berikut <https://kimcihaurbeuti.wordpress.com/>,



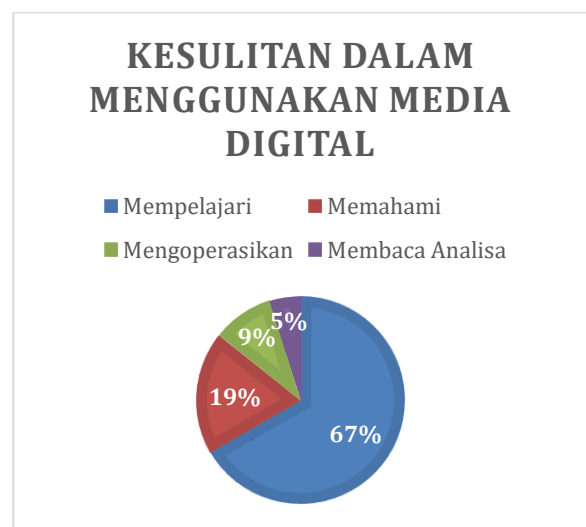
Gambar 1. Tampilan Website

Tetapi masih jarang digunakan karena berbagai kendala. Masalah kedua yang di rasakan oleh mitra juga berada pada tahap pelaksanaan, para anggota KIM beranggapan bahwa penyebaran informasi secara konvensional lebih mudah ketimbang menggunakan media digital yang memiliki kerumitan. Selain itu penyebaran konvensional hanya menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut saja. Proses pemasaran dari mulut ke mulut ini sebenarnya sudah cukup baik hanya saat ini ketika pandemi melanda dengan terbatasnya aktivitas mobilitas masyarakat, melakukan komunikasi secara langsung memiliki resiko yang cukup besar dari terpaparnya virus covid19. Membuat konsep promosi informasi pada media digital memang berbeda dengan media tradisional, anggota KIM masih kesulitan dalam merencanakan pembuatan konten, membuat konten dan memposting konten di web maupun sosial media. Dari proses ini perlu adanya cara berfikir secara kreatif. Bagaimana membuat konten yang menarik agar masyarakat dapat memahami informasi baik visual maupun verbal. Mayoritas anggota KIM masih kesulitan untuk mengganti media secara luring menjadi daring. Selain itu, anggota KIM lebih banyak

fokus di aspek-aspek operasional. Sedangkan aspek pemasaran tidak begitu diperhatikan, sebenarnya seluruh aspek saling memberikan kaitan untuk terbentuknya penyebaran informasi yang lebih baik. Hanya pada aspek pemasaran ini, ia merupakan ujung tombak agar informasi valid sampai hingga ke masyarakat. Masalah selanjutnya yang dihadapi mitra adalah pada tahap Evaluasi, para anggota KIM tidak dapat membaca hasil analisa otomatis (*analytic result*) yang diberikan oleh website maupun media sosial pada setiap konten. Sebenarnya dari website maupun aplikasi sosial media sudah memberikan gambaran yang cukup lengkap mengenai gambaran rangkuman analisisnya. Hanya hal ini dirasa tidak terlalu penting. Karena mereka lebih fokus pada penyebaran informasi. Sebagai pendukung permasalahan yang dirasakan oleh mitra, berikut merupakan deskripsi dan bukti kendala yang terjadi saat ini khususnya dalam melakukan penyebaran informasi melalui digital



Gambar 2. keinginan menggunakan media digital



Gambar 3. kesulitan dalam menggunakan media digital



Gambar 4. penggunaan media penyebaran

Pada gambar yang telah didapatkan dari hasil kuesioner yang telah disebarakan tim pengusul, para anggota KIM masih banyak menggunakan media penyebaran informasi secara konvensional meskipun sudah mencoba untuk beralih atau menambahkan pada media digital yang saat ini sebenarnya cukup efektif digunakan. Mereka memiliki keinginan yang sangat kuat untuk memasuki ranah digital tetapi memiliki keterbatasan dalam pemahaman mengenai pemasaran digital. Hal tersebut terbukti dengan kesulitannya mempelajari aspek media digital dalam menyebarkan informasi.

## **METODE PELAKSANAAN**

Tim pengusul menggunakan metode pelatihan, pendampingan dan kunjungan ke sekretariat KIM pada kegiatan pengabdian ini. Untuk kegiatan pelatihan akan di pusatkan pada pengenalan media digital, optimalisasi media digital dan promosi menggunakan media digital. Bentuk kegiatan pelatihan yakni bimbingan pengenalan pemasaran digital dan sosial media secara teknis, tanya jawab mengenai serba-serbi website dan media sosial, diskusi mengenai optimalisasi web dan media sosial sebagai media promosi dan presentasi pengembangan web dan akun media sosial. Selanjutnya pada kegiatan peendampingan akan difokuskan pada kerjasama antara tim pengusul dengan mitra seperti praktik pembuatan akun media digital, praktik membuat konten pada media digital, dan praktik mempelajari analisa konten atau biasa disebut *content analytic* dengan luaran akhir kegiatan ini mitra dapat mengoptimalkan penyebaran informasi di media sosial. Terakhir, merupakan kegiatan kunjungan sekretariat yang bermaksud untuk melihat, memantau dan menelaah pembuatan konten sebagai promosi pada pemasaran digital yang perlu disesuaikan dengan keadaan lingkungan masyarakat di Desa Sukamaju. Dalam rangkaian kegiatan ini, tim pengusul beserta mitra akan membuat grup komunikasi digital pada aplikasi di ponsel pintar whatsapp messenger guna memudahkan interaksi dan komunikasi untuk mendiskusikan seluruh kegiatan baik persiapan, kendala, kemajuan dan proses kegiatan. Tim pengusul akan membagi menjadi beberapa tahapan pada kegiatan ini seperti:

### **a. Tahapan persiapan**

Pada tahap awal, tim pengusul akan membagi kegiatan menjadi dua bagian yaitu kegiatan akademik dan administrasi. Di kegiatan akademik, ketua pengusul akan melakukan Focus Group Discussion (FGD) dengan Ketua KIM untuk membahas secara umum mengenai maksud kegiatan yang akan dilakukan. Selain itu proses FGD ini akan dilanjutkan di waktu selanjutnya untu membahas detil antara Tim pengusul dengan anggota KIM mengenai penjadwalan

kegiatan, tempat, waktu, agenda kegiatan dan kontribusi mitra serta target luaran dari kegiatan yang akan dilaksanakan. Selain itu tim pengusul akan melakukan peninjauan ke tempat kegiatan, mempersiapkan konsep serta materi pelatihan sesuai dengan kepakaran masing-masing. Aplikasi sosial media yang akan digunakan sebanyak empat yang terdiri dari facebook, twitter, instagram dan TikTok, selain itu website dengan bantuan aplikasi wordpress menjadi pusat dari kegiatan utama. Tim pengusul akan membuat cara-cara dan mencari kesalahan yang paling sering dilakukan agar pada saat kegiatan berlangsung kendala-kendala teknis dapat dihindari. Lalu pada kegiatan administrasi, tim pengusul akan mempersiapkan angket yang akan disebar pada awal kegiatan mengenai pengetahuan awal mitra untuk mengetahui kondisi dan permasalahan yang sedang dialami.

#### **b. Tahap Pelaksanaan**

Dilanjutkan ke tahap pelaksanaan, tim pengusul akan melaksanakan kegiatan pelatihan, pendampingan dan kunjungan ke tempat untuk memberikan solusi atas masalah yang sedang dialami. Prioritas utama masalah yang muncul ialah pada proses penyebaran informasi pada media digital. Pada tahapan ini, akan dilaksanakan beberapa kegiatan seperti:

1. Penyebaran angket yang dilaksanakan secara daring dengan menggunakan alat google form tentang pengetahuan awal mitra mengenai media digital
2. Pelatihan pertama mengenai pengenalan dan perencanaan pemasaran berbasis digital
3. Pelatihan kedua mengenai implementasi penyebarluasan informasi dengan media digital
4. Pelatihan ketiga mengenai evaluasi konten informasi menggunakan fitur analytic pada media digital
5. Pendampingan pertama merancang perencanaan informasi berbasis digital
6. Pendampingan kedua implementasi penyebaran informasi dengan media sosial
7. Pendampingan ketiga mengevaluasi konten informasi dengan menggunakan fitur analytic pada media sosial
8. Penyebaran angket di akhir kegiatan untuk mengetahui pemahaman mitra setelah dilakukannya pelatihan dan pendampingan
9. Kunjungan ke sekretariat dan lingkungan desa untuk melihat kesesuaian dan integrasi antara KIM dengan pemerintah desa setempat yang ada.

#### **c. Tahap Evaluasi**

Pada tahapan terakhir ini dilaksanakan kegiatan kunjungan untuk mendistribusikan angket dengan tujuan melihat perubahan kemampuan mitra dari sebelum kegiatan hingga setelah kegiatan. Selain itu, melihat integrasi penyebaran informasi digital dan kinerja KIM.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Seluruh rangkaian kegiatan telah dilakukan oleh tim pengabdian dengan susunan secara umum meliputi tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan hingga tahapan evaluasi. Pada tahapan persiapan tim melakukan pertemuan dengan ketua KIM agar seluruh permasalahan mitra dapat diketahui dengan seksama. Tim pengabdian mengkurasi ketua KIM ini secara bertahap mengenai output apa yang mereka inginkan dan progress apa saja yang saat ini sedang dijalankan. Setelah tim mengetahui profil mitra dari mulai hal terkecil hingga hal terbesar seperti keinginan dan motivasinya maka tim pengabdian menindaklanjuti untuk dilaksanakannya kegiatan pengabdian dan menginisiasi transfer pengetahuan berupa literasi digital untuk kelompok informasi masyarakat. Setelah mengetahui permasalahan mitra berdasarkan informasi ketuanya maka tim pengabdian melanjutkan untuk mengetahui profil dari anggota secara keseluruhan untuk memvalidasi informasi yang telah diberikan, maka dari itu tim melakukan penyebaran kuesioner secara daring dengan konten ingin melihat kondisi mitra dengan berbagai permasalahannya dari sudut pandang anggota organisasi. Hasilnya sangat sesuai dengan yang telah dipaparkan oleh ketua KIM itu sendiri, mereka memiliki semangat yang cukup tinggi untuk mengembangkan desa dimana mereka tinggal agar tetap harmonis meskipun peredaran informasi yang sulit dibendung berganti secara berkala.



Gambar 5. penyampaian materi

Pada kegiatan pengabdian yang telah dilakukan tim, kami membagi menjadi 2 tahapan yang pertama adalah tahapan pelatihan dan yang kedua adalah tahapan pendampingan. Dari kegiatan pelatihan juga kami membaginya menjadi tiga tahapan begitupun tahapan pendampingan dibagi menjadi tiga tahapan juga. Dimana pada tahapan pelatihan ini akan menjelaskan mengenai proses perencanaan, implementasi hingga evaluasi penyebaran informasi menggunakan media digital. Kegiatan pelatihan seluruhnya di pandu oleh praktisi

digital marketing yang bekerja di perusahaan agensi periklanan bernama Fauzi Atsani Harits Prakoso. Ia memiliki cukup pengalaman bagaimana membuat informasi hingga menyebarluaskan informasi pada media digital. Tahapan awal yang dilakukan adalah memberikan materi pengenalan awal dan bagaimana merencanakan pemasaran berbasis digital. Ia menjelaskan seluruh informasi berasal dari sebuah ide yang menghasilkan output dimana ide ini didapatkan dari cara berpikir untuk menyampaikan sebuah gagasan. Sebagai contoh kecilnya misalnya, ia menjelaskan mengenai bagaimana cara untuk menyebarkan informasi persiapan kegiatan hari kemerdekaan Indonesia. Pada contoh tersebut diperagakan informasi mengenai stimulus agar penerima informasi mendapatkan respon awal dengan menyampaikan informasi secara umum terlebih dahulu dengan contoh misalnya membuat poster open recruitment panitia 17 Agustus atau dengan informasi yang hanya menampilkan gambar tanggal pelaksanaan kegiatan memperingati hari kemerdekaan Republik Indonesia saja. Untuk membuat ide yang nantinya menjadi kontenpun dipaparkan dengan perlahan karena melakukan brainstorming mengenai pemasaran digital kepada mitra memiliki hambatan yang cukup berat. Pada sesi ini mitra mencoba juga menggagas ide-ide konten seperti ada beberapa anggota yang menyampaikan mengenai pembuatan informasi mengenai profil desa mereka baik secara demografi juga secara geografi dengan dituangkan pada sebuah gambar digital atau video digital. Dari feedback positif ini kami dapat menangkap bahwa mitra mulai memahami pembuatan konten digital yang berasal dari ide-ide yang muncul dari cara berpikir. Selain itu terdapat anggota lain yang menggagas ide lain seperti ingin menampilkan potensi wisata di desa tersebut dengan cara membuat foto yang estetik agar adanya wisatawan yang berminat untuk datang ke daerah tersebut. Ide ini pun disambut baik oleh nara sumber, hal ini sangat baik karena ia memaparkan juga selain awareness (kesadaran) yang diterima oleh para penerima informasi dampak secara ekonomi pun akan terbangun karena adanya kebutuhan wisatawan ketika berkunjung ke destinasi wisata yang terletak pada desa Sukamaju. Pada sesi ini mitra sudah mulai mendapatkan persepsi yang siap untuk diterapkan pada media yang mereka miliki. Selanjutnya pada sesi kedua ini dilanjutkan dengan cara mengimplementasikan konsep pemasaran digital dengan cara membuat ide tersebut menjadi nyata dan disebarluaskan pada media digital. Sesi ini membahas teknis mengenai eksekusi implementasi ide yang telah digagas misal untuk membuat konten mengenai infografis geografi desa Sukamaju, hal yang pertama yang dilakukan adalah mendapatkan data-data terkait informasi geografi setelah itu data tersebut dibuat dengan seminimalis mungkin agar seluruh informasi penting tercakup pada konten tersebut. Setelah ide tersebut tertuang pada sebuah tulisan atau biasa disebut story board



atau biasa dikenal juga coretan untuk membuat konten informasi media apa yang akan dipilih oleh pembuat pesan apakah pada media gambar, atau media video atau media suara. Media ini pun menentukan informasi yang nantinya akan disampaikan. Secara garis besar informasi tersebut sama tetapi penyampaiannya yang sedikit berbeda pada setiap media. Jika media gambar kita membutuhkan letak penempatan informasi, jika media video kita membutuhkan banyak footage video dengan narasi penyampaian yang menghibur, jika menggunakan media suarau atau audio kita perlu membuat perbincangan interaktif dan menghibur antara nara sumber dan pembawa acara. Nara sumber memberikan beberapa alat digital yang dapat membantu membuat konten informasi seperti pada media media tertentu. Jika menggunakan gambar ia memberikan informasi menggunakan aplikasi canva, sedangkan jika membuat video dapat menggunakan capcut dan menggunakan audio dapat menggunakan anchor. Seluruh alat bantu ini berbentuk aplikasi pada sebuah samrtphone agar seluruh mitra dapat menggunakannya dengan mudah dan praktis. Setelah konten informasi dibuat mitra mempersiapkan untuk mengunggah konten informasi yang telah dibuat sebelumnya pada website yang telah mereka miliki. Dilanjutkan ke tahapan terakhir pelatihan yaitu memahami analytic atau data-data terkait informasi yang diakses. Pada tahapan ini mitra diberikan pemahaman untuk membaca perilaku pengunjungnya dengan cara melihat kapan aktivitas aktif mereka, lalu apa yang mereka lihat dari seluruh informasi, informasi apa yang dapat menstimulus mereka untuk mengonsumsi informais tersebut dan banyak hal lain yang perlu dipelajari mengenai perilaku pengunjung dalam mengakses informasi pada website KIM.



Gambar 6. Foto bersama tim pengabdian dengan mitra

Dari seluruh kegiatan pelatihan bersama KIM selanjutnya dilanjutkan dengan pendampingan tim kepada mitra saat mereka mencoba untuk membuat sebuah konten informasi

Pendampingan pertama merancang perencanaan informasi berbasis digital, pada tahapan ini mitra didampingi cara mencari ide untuk pembuatan konten informasi berdasarkan jenis informasi terlebih dahulu. Informasi apa yang akan ditampilkan apakah mengenai kondisi sosial, atau ekonomi, atau religi atau pemerintahan atau nasionalisme atau apapun. Mitra diberikan pilihan dalam menggagas ide awal yang mereka pikirkan. Seluruh anggota wajib memilih salah satu dari sekian banyak tema informasi yang akan dibuat. Terdapat beberapa anggota mitra masih kebingungan dalam mencari ide kami memberikan stimulus hal-hal yang diingat dari desa sukamaju terlebih dahulu, selang beberapa menitkemudian para mitra ini mulai terpikirkan mengenai potensi hasil bumi berupa kopi yang perlu diekspos lebih luas lagi. Dari ide ini didapatkan mengenai produk pertanian yang perlu disebarluaskan informasinya. Karena daerah tersebut merupakan salah satu desa penghasil kopi di Kabupaten Ciamis. Ide tersebut telah digagas selanjutnya dilanjutkan pada tahapan selanjutnya mengenai bagaimana cara membuat konten informasinya. Pada pendampingan sesi ini dilakukan diskusi yang lebih dalam mengenai konsep pembuatan konten informasi, contohnya pada konten kopi tadi hal apa saja yang perlu disampaikan hingga pembuatan konten informasinya. Pada tahapan ini tim memberikan saran mengenai informasi yang diberikan bersifat proses pembuatan kopi dari hulu ke hilir hingga dapat disantap. Pembuatan konten informasi ini dipilih dahulu berdasarkan konsep yang ingin disampaikan apakah mitra ingin menggunakan video digital, gambar atau audio. Karena dari ketiga jenis media tersebut semuanya akan memiliki perbedaan dari mulai produksi hingga pasca produksi. Dari ketiga jenis media tersebut masing-masing memiliki kesulitan dan kemudahan juga tantangan tersendiri. Pada tahapan pelatihan mitra telah diberikan informasi mengenai serba-serbi kegiatan produksi konten informasi seperti pada konten gambar digital dibuatnya infografis mengenai informasi yang ingin disampaikan, lalu pada konten video perlu memiliki footage video yang cukup banyak dan bermakna, jika menggunakan konten audio perlu adanya dialog dari beberapa mitra agar isi pesannya tersampaikan ke penerima. Selain itu didampingi juga alat-alat sederhana yang dapat digunakan untuk membuat konten informasi tersebut jika menggunakan media video perlu memiliki smartphone yang tersedia dan memiliki fitur perekaman gambar bentuk video, lalu jika menggunakan gambar digital maka perlu memiliki smartphone dengan menggunakan aplikasi canva atau aplikasi sejenis dan jika menggunakan media audio maka dapat menggunakan smartphone dengan aplikasi perekam suara yang membeirkan kualitas suara yang sesuai. Dari ketiga jenis konten informasi tersebut kami mendampingi cara persiapan dan penggunaan alat-alat yang berkaitan. Setelah mitra dapat memperagakan dan mencoba seluruh kegiatan proses

produksi sebuah informasi maka selanjutnya masuk ke tahapan evaluasi konten informasi. Pada tahapan ini didampingi cara membaca analytic dari sebuah konten informasi, misalnya jika telah mengunggah konten informasi pada sebuah web maka akan muncul berapa orang yang mengunjungi, lalu apa kesukaan mereka, mana yang lebih banyak disukai oleh pengunjung dan masih banyak lagi data-data analytic mengenai apa yang dilakukan oleh penerima informasi sebagai gambaran perilakunya. Tim pengabdian melakukan pendampingan seperti menanyakan hal-hal dasar yang telah mereka pahami mengenai hasil analytic pada website seperti jumlah kunjungan, jam-jam yang paling banyak dikunjungi dan lain-lain. Tahapan ini tidak terlalu sulit karena data yang telah ditampilkan secara otomatis muncul. Mitra terkadang kebingungan mengenai jenis data angka tersebut pendataan mengenai indikator apa saja dan bagaimana interpretasi atau penjelasan dari angka-angka tersebut karena terkadang beberapa angka memiliki interpretasi yang cukup rumit seperti angka bounce back visitor dan lain-lain. Dari hasil interpretasi tersebut dapat dibuat untuk menjadi bahan pembuatan strategi konten informasi. Dari sudut pandang ini KIM dapat menyesuaikan kebutuhan pengunjung dengan disisipkan beberapa hal yang bersifat informasi dan hiburan.



Gambar 7. Penyampaian materi lanjutan

Setelah seluruh kegiatan selesai, tim melakukan penyebaran kuesioner mengenai keadaan sebelum dan sesudah pelaksanaan. Ditemukan bahwa mitra merasakan peningkatan keterampilan mengenai pembuatan informasi juga pengoperasian website sebesar 50%, sisanya 50% lagi mereka perlu membiasakan diri untuk membuat informasi dengan berkala agar terbiasa. Karena fitur-fitur pada menu website yang cukup rumit mengharuskan mereka untuk membiasakan diri, karena teknologi digital ini seorang manusia perlu membiasakan diri secara berkala. Selain itu, secara perlahan tim pengabdian melepas mitra agar bisa menjalankan seluruh kegiatan KIM secara mandiri dengan bekal pemahaman IPTEKS literasi digital yang telah

distransfer. Setelah kegiatan selesai tim pengabdian tidak serta melepas dan tidak memonitor ulang. Kami melakukan evaluasi sebelum akhirnya memberikan waktu dan kuasa penuh akan IPTEKS yang telah diberikan kepada mitra. Evaluasi yang dilakukan dengan bentuk penyebaran angket, beberapa pertanyaan yang disebarkan adalah mengenai ilmu pengetahuan yang diberikan apakah memiliki dampak bagi perkembangan tim mitra. Dari keseluruhan angket kuesioner yang telah disebarkan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh anggota KIM mendapatkan pengetahuan yang sangat penting untuk memajukan kehidupan sosialnya di Desa Sukamaju menjadi desa digital yang bebas akan informasi hoaks. Selain itu beberapa bulan setelah kegiatan tim pengabdian juga melakukan pertemuan dengan pemerintah desa setempat untuk mendapatkan informasi dari pihak eksternal mengenai perkembangan Kelompok Informasi Masyarakat dalam pemahaman literasi digital. Selain memonitoring dari pihak eksternal tim pengabdian juga melakukan monitoring dari melihat perkembangan website yang dikelola oleh KIM.

## **KESIMPULAN**

Literasi digital saat ini merupakan salah satu hal yang sangat hangat dibicarakan dan dipelajari oleh banyak pihak (Sitorus, 2019). Penggunaan teknologi digital saat ini menjadi penunjang untuk aktivitas kehidupan sehari-hari baik untuk aktivitas yang bersifat pekerjaan maupun hiburan (Putra, 2019). Fenomena ini menginisiasi perubahan aktivitas sosial dengan nama society 5.0 dimana masyarakat akan hidup bersama dengan teknologi digital (Nair et al, 2021). Dengan berubahnya kehidupan sosial ini banyak dampak yang dialami oleh masyarakat juga, baik dampak positif juga dampak negatif (Yuhandra, 2021). Kedua dampak ini tidak dapat dihindari karena setiap individu memiliki pemahaman yang berbeda. Dampak positif yang didapatkan adalah efisiensinya biaya yang dikeluarkan oleh setiap individu seperti misalnya untuk mendengarkan lagu saat ini tidak perlu mengeluarkan biaya pembelian kaset tape atau CD melainkan kita dapat melakukan streaming menggunakan aplikasi audi digital seperti joox, spotify, deezer dan lain-lain. Contoh lain lagi saat ini untuk mengirimkan dokumen kita tidak perlu menggunakan faskmilie yang cukup sulit untuk didapatkan, semua individu dapat dengan mudah mengirimkan sebuah dokumen berbentuk digital melalui layanna surat elektronik seperti yahoo mail, gmail, msn mail dan masih banyak lagi layanan surat elektronik yang tersedia. Selain dampak positif terdapat juga dampak negatif pada dengan adanya perubahan teknologi ini yaitu kejahatan digital seperti pencurian data digital, pencurian akun, pencurian saldo digital, informasi hoaks yang sulit dibendung peredarannya, ujaran kebencian yang selalu muncul pada

linimasa sosial media dan masih banyak lagi dampak negatif yang diberikan dari munculnya teknologi digital. Menghilangkan dampak negatif dari muncul perubahan ini suatu hal yang mustahil, tetapi dampak negatif ini setidaknya dapat dikurangi dengan pemahaman mengenai teknologi digital. Maka dari itu literasi digital memiliki peran yang cukup besar dalam meredam dampak negatif dari perubahan kehidupan yang telah terjadi (Prabawati, 2019). Dengan literasi digital setidaknya terdapat beberapa individu masyarakat yang akhirnya menyadari akan hukum dan tata krama yang berlaku ketika beraktivitas di ranah media digital (Benaziria, 2018).

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian Masyarakat yang senantiasa memberikan dana hibah untuk para akademisi agar kegiatan ini terlaksana dengan baik. Tanpa adanya bantuan hibah ini, kemungkinan besar kegiatan ini pun tidak akan berjalan dengan semestinya. Karena memberikan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat membutuhkan pengorbanan yang tidak sedikit baik secara materil maupun non materil.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Benaziria, B. (2018). Pengembangan Literasi Digital pada Warga Negara Muda dalam Pembelajaran PPKn melalui Model VCT. *Jupis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 11-20.
- Endah, K., Suwarlan, E., & Aditiyawarman, A. (2021). PEMBERDAYAAN KELOMPOK INFORMASI MASYARAKAT DI DESA DANASARI KECAMATAN CISAGA KABUPATEN CIAMIS. *Abdimas Galuh*, 3(2), 419-426.
- Haryani, Tiyas Nur. (2020). Pendampingan Kelompok Informasi Masyarakat Desa Sumberdodol Kabupaten Magetan dalam Pengembangan Iklan Pariwisata. *APTEKMAS: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 3(2), 29-43.
- Mudawamah, N. S. (2020). Perilaku Pengguna Internet: Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Perpustakaan Dan Ilmu Informasi Uin Maulana Malik Ibrahim. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 107-113.
- Nair, M. M., Tyagi, A. K., & Sreenath, N. (2021). The future with industry 4.0 at the core of society 5.0: open issues, future opportunities and challenges. In 2021 International Conference on Computer Communication and Informatics (ICCCI) (pp. 1-7). IEEE.



- Prabawati, S. (2019). Pengaruh efikasi diri, pendidikan kewirausahaan, literasi keuangan, dan literasi digital terhadap perilaku berwirausaha siswa SMK Negeri 10 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 7(1).
- Pratiwi, O. P. (2020). Urgensi Mengembangkan Akuntabilitas Dalam Berkebebasan: Ironi Keharusan Memfilter Informasi di Karanganyar (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Putra, R. A. (2018). Peran teknologi digital dalam perkembangan dunia perancangan arsitektur. *Elkawnie: Journal of Islamic Science and Technology*, 4(1), 67-78.
- Rainaz, I. Y., & Saputra, N. E. (2021). UJI VALIDITAS MODUL PROGRAM TANGKAL HOAKS UNTUK MENINGKATKAN KETERAMPILAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN DIGITAL NATIVE DALAM MENENTUKAN BERITA HOAKS: VALIDITY TEST OF PROGRAM TANGKAL HOAX MODULE TO IMPROVE DIGITAL NATIVE DECISION-MAKING SKILLS IN DETERMINING HOAX NEWS. *Jurnal Psikologi Jambi*, 6(01), 33-45.
- Rahutomo, F., Yanuar, I., Pratiwi, R., & Ramadhani, D. M. (2019). Eksperimen Naïve Bayes Pada Deteksi Berita Hoax Berbahasa Indonesia Naïve Bayes's Experiment On Hoax News Detection In Indonesian Language. vol, 23, 1-15.
- Ramadhani, R., Meizar, A., & Ardiyanti, D. (2020). Penggunaan Sistem Penjaring Informasi Hoaks dalam Menerapkan Pendidikan Anti-Hoaks bagi Guru di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Solma*, 9(2), 278-289.
- Sitorus, J. P. (2019). Literasi Digital: Kontribusi Dan Tantangan Dalam Keterampilan Menulis. *ALFABETA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, 2(2), 75-85.
- Suhandi, A., & Pamela, I. S. (2020). Dampak Musim Libur Covid-19 Belajar dari Rumah Terhadap Psikologi Anak Sekolah Dasar. *Jurnal Gentala Pendidikan Dasar*, 5(2), 207-218.
- Yalia, M. (2015). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENGEMBANGAN DAN PEMBERDAYAAN LEMBAGA KOMUNIKASI SOSIAL (Studi Pada Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Di Kabupaten Pangandaran Jawa Barat). *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(1).
- Yuhandra, E., Akhmaddhian, S., Fathanudien, A., & Tendiyanto, T. (2021). Penyuluhan hukum tentang dampak positif dan negatif penggunaan gadget dan media sosial. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(01), 78-84.