

PENDAMPINGAN KAMPANYE DIGITAL BERBASIS AUDIO VISUAL BAGI KELOMPOK INFORMASI MASYARAKAT (KIM) DESA GUNUNGSARI BATU DALAM MENDUKUNG PROMOSI POTENSI DESA

Assistance in Audio-Visual Based Digital Campaigns for the Community Information Group (KIM) of Gunungsari Village to Support the Promotion of Village Potentials

Dandi Umbu Jaiwu
Katana¹
Muchammad Abdul
Ghofur¹
Latif Fianto¹
Asfira Rachmad Rinata¹
Herru Prasetya Widodo¹
Sulih Indra Dewi¹
Yuni Lasari¹

¹Universitas Tribhuwana
Tunggadewi, Malang

*email: latiffianto7@gmail.com

Abstrak

Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Batu sebagai mitra pemerintah memiliki peran strategis dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, namun masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam produksi konten audio visual, pengelolaan media sosial, serta penyusunan strategi kampanye digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas anggota KIM Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu dalam mengelola media sosial sebagai sarana promosi potensi desa. Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Approach* (PAA) melalui tahapan observasi, pelatihan, praktik, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi selama satu bulan, yaitu 13 Juli–13 Agustus 2026. Peserta kegiatan terdiri atas delapan anggota aktif KIM Desa Gunungsari. Materi yang diberikan meliputi strategi kampanye digital, produksi konten audio visual, fotografi menggunakan telepon pintar, desain poster digital, penyusunan caption, dan pengelolaan media sosial Instagram. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam memproduksi konten digital, tersusunnya jadwal publikasi media sosial secara rutin, serta meningkatnya aktivitas akun Instagram desa dengan frekuensi unggahan sebanyak tiga kali setiap minggu. Pendampingan juga menghasilkan perubahan pola pengelolaan media sosial yang sebelumnya bersifat insidental menjadi lebih terencana melalui penyusunan kalender konten. Program ini menunjukkan bahwa pendampingan berbasis praktik mampu meningkatkan kapasitas sumber daya manusia KIM dalam mendukung promosi potensi desa secara berkelanjutan.

Kata Kunci:

Kampanye digital
Kelompok Informasi Masyarakat
Media sosial
Audio visual
Promosi desa

Keywords:

Digital campaign
Community Information Group
Social media
Audio visual
Village promotion

Abstract

Community Information Groups (Kelompok Informasi Masyarakat/KIM) of Batu play a strategic role as government partners in delivering public information, yet many still experience limitations in audio-visual content production, social media management, and digital campaign planning. This community service program aimed to strengthen the capacity of the Community Information Group of Gunungsari Village, Bumiaji District, Batu City, in managing social media as a promotional medium for village potential. The program employed a Participatory Action Approach (PAA) consisting of observation, training, hands-on practice, mentoring, monitoring, and evaluation conducted from 13 July to 13 August 2026. Eight active members of the Community Information Group participated in the program. Training materials included digital campaign strategies, audio-visual content production, smartphone photography, digital poster design, caption writing, and Instagram management. The results indicate improved participant competence in producing digital content, the establishment of a structured social media posting schedule, and increased activity on the village Instagram account with three posts published each week. The mentoring process also transformed social media management from an incidental activity into a structured communication strategy through the implementation of a content calendar. Overall, the program demonstrates that practice-based mentoring effectively enhances the capacity of Community Information Groups in promoting village potential sustainably.



© year The Authors. Published by Penerbit Forind. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). Link: <https://jurnal.forindpress.com/index.php/jamas>

Submit: 30-09-2026

Accepted: 29-10-2026

Published: 31-10-2026

PENDAHULUAN

Transformasi media informasi digital yang salah satunya ditandai dengan berkembangnya media sosial telah

mengubah pola komunikasi masyarakat, termasuk dalam proses penyebaran informasi publik dan promosi potensi daerah. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi

ruang interaksi antarindividu, tetapi berkembang menjadi media komunikasi strategis yang dimanfaatkan oleh pemerintah, organisasi masyarakat, pelaku usaha, hingga komunitas lokal dalam membangun citra, menyampaikan informasi, dan meningkatkan partisipasi masyarakat. Platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube memungkinkan penyebaran informasi berlangsung lebih cepat, interaktif, dan menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan media konvensional (Khasanah, 2024). Kondisi tersebut mendorong organisasi berbasis masyarakat untuk meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan media digital secara efektif sebagai bagian dari strategi komunikasi publik. Hal ini juga menjadi latar belakang penting dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada penguatan kapasitas Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) melalui kampanye digital dan produksi konten audio visual.

Sesuai Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 08/PER/M.KOMINFO/6/2010 tentang Pedoman Pengembangan dan Pemberdayaan Lembaga Komunikasi Sosial. Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) merupakan kelompok masyarakat yang berperan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada masyarakat (Chandra, 2022; Wardhana, 2022). Dalam konteks komunikasi publik, KIM dapat menjadi mitra pemerintah dalam penyampaian informasi, pengembangan literasi digital, serta penyebaran potensi lokal melalui media komunikasi yang tersedia (Bagus, 2025; Damayanti et al., 2023). Program ini berpacu pada keluhan pemerintah Kota Batu yang merasa kurangnya kontribusi Masyarakat dalam membantu keberlangsungan Kawasan wisata yang ada di Kota Batu guna memberikan dampak positif kepada Masyarakat umumnya kepada Kota wisata Batu.

Sebagai bentuk keberlanjutan kemitraan, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Tribhuwana Tunggaladewi diharapkan tetap melakukan pendampingan secara

berkala melalui kegiatan pengabdian masyarakat, praktik lapangan mahasiswa, maupun program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Pendampingan lanjutan dapat difokuskan pada pengembangan strategi komunikasi digital, peningkatan kualitas produksi multimedia, optimalisasi analisis media sosial, serta penguatan branding desa berbasis potensi lokal.

METODE PELAKSANAAN

Program pendampingan *Digital Media Capaign* berbasis audio visual dan media sosial yang dilakukan oleh Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu politik Unitri terutama program studi Ilmu komunikasi dengan dibantu oleh mahasiswa yang berlangsung dalam kegiatan PMT (Pengabdian kepada Masyarakat Tematik) selama 1 Bulan. telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas anggota Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Desa Gunungsari Kota Batu dalam mengelola media sosial sebagai sarana komunikasi publik dan promosi potensi desa. Agar manfaat program dapat berkelanjutan, diperlukan beberapa langkah tindak lanjut yang melibatkan KIM (Kelompok Infotmasi Masyarakat), Pemerintah Desa Gunungsari, serta Universitas Tribhuwana Tunggaladewi sebagai mitra pendamping dalam menjalankannya. Tim dari Unitri memiliki Langkah-langkah dalam membantu keberlanjutan tersebut.

Langkah pertama adalah mempertahankan konsistensi pengelolaan media sosial melalui penerapan kalender konten yang telah disusun selama kegiatan pendampingan. Anggota KIM diharapkan tetap melakukan publikasi secara rutin minimal tiga unggahan setiap minggu dengan mengangkat tema potensi pertanian, kegiatan masyarakat, budaya lokal, promosi UMKM, dan informasi pelayanan publik desa. Konsistensi publikasi diharapkan mampu meningkatkan jangkauan informasi serta memperkuat citra Desa Gunungsari di ruang digital.

Langkah kedua adalah meningkatkan variasi konten digital yang diproduksi. Selain poster informasi dan dokumentasi kegiatan, KIM diharapkan mampu menghasilkan video pendek, reels, podcast, dan dokumentasi audio visual lainnya yang menampilkan potensi desa secara lebih menarik. Pengembangan variasi konten tersebut diharapkan dapat meningkatkan interaksi masyarakat terhadap media sosial desa sekaligus memperluas jangkauan promosi.

Selanjutnya, Pemerintah Desa Gunungsari diharapkan dapat memberikan dukungan terhadap keberlanjutan program melalui penyediaan sarana pendukung produksi konten digital, seperti perangkat dokumentasi sederhana dan akses internet yang memadai. Dukungan tersebut penting agar kemampuan yang telah diperoleh peserta selama pelatihan dapat terus diimplementasikan secara optimal dalam kegiatan publikasi desa.

Selain itu, evaluasi terhadap performa media sosial perlu dilakukan secara berkala dengan memanfaatkan fitur analitik Instagram untuk memantau jangkauan akun (*reach*), tingkat interaksi (*engagement*), pertumbuhan pengikut (*followers*), dan performa setiap konten yang dipublikasikan. Hasil evaluasi tersebut dapat menjadi dasar dalam penyusunan strategi komunikasi berikutnya sehingga pengelolaan media sosial desa dilakukan secara lebih terarah, berbasis data, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

Melalui tindak lanjut tersebut diharapkan Kelompok Informasi Masyarakat Desa Gunungsari mampu menjadi pengelola media informasi desa yang profesional, mandiri, dan berkelanjutan, sehingga media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi kegiatan desa, tetapi juga sebagai instrumen promosi potensi lokal yang mampu mendukung pengembangan ekonomi masyarakat dan memperkuat citra Desa Gunungsari di era digital.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan perangkat pendukung yang disesuaikan dengan kebutuhan produksi konten digital berbasis audio visual.

Peralatan utama meliputi telepon pintar (*smartphone*) sebagai media pengambilan gambar dan video, tripod, mikrofon eksternal, laptop untuk proses penyuntingan, serta aplikasi Canva dan CapCut sebagai perangkat lunak desain grafis dan penyuntingan video. Selain itu, digunakan akun media sosial Instagram milik Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Desa Gunungsari sebagai media implementasi hasil pelatihan. Bahan pelatihan berupa modul kampanye digital, materi fotografi dan videografi dasar, panduan penyusunan caption, serta contoh kalender konten (*content calendar*) yang disusun oleh tim pengabdian sebagai pedoman pengelolaan media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, pada 13 Juli - 13 Agustus 2026. Kegiatan ini melibatkan delapan anggota aktif Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Desa Gunungsari sebagai mitra utama. Program dirancang untuk meningkatkan kapasitas anggota KIM dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik dan promosi potensi desa melalui pelatihan produksi konten digital serta pendampingan pengelolaan Instagram. Pelaksanaan kegiatan menggunakan *Participatory Action Approach* (PAA), yang menempatkan mitra sebagai subjek aktif dalam mengidentifikasi permasalahan, mengembangkan keterampilan, memproduksi konten, dan menerapkan strategi komunikasi digital.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya penguatan kapasitas mitra dalam memproduksi konten digital dan mengelola publikasi media sosial secara lebih terencana. Capaian tersebut tercermin dari kemampuan anggota KIM dalam menyusun kalender konten, menghasilkan materi publikasi berupa foto, video, dan poster digital, serta mempertahankan frekuensi unggahan tiga kali dalam satu minggu setelah pendampingan berakhir. Temuan ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya

berorientasi pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada pengembangan keterampilan praktis dan pembentukan pola kerja pengelolaan informasi desa yang lebih terstruktur.

Penguatan Kapasitas Digital KIM

Identifikasi awal melalui koordinasi dan diskusi bersama mitra menunjukkan bahwa pengembangan kapasitas pengelolaan media sosial menjadi salah satu kebutuhan KIM Desa Gunungsari. Permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan pengelolaan aktivitas tim serta kebutuhan mempersiapkan publikasi informasi desa, termasuk dalam menghadapi penyelenggaraan KIM Award oleh Pemerintah Kota Batu pada akhir tahun. Kondisi tersebut memperlihatkan pentingnya penguatan kemampuan anggota KIM dalam merencanakan, memproduksi, dan menyebarkan informasi secara sistematis melalui media digital.



Gambar 1. Diskusi identifikasi permasalahan dan kebutuhan KIM Desa Gunungsari

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, program pengabdian diarahkan pada peningkatan keterampilan komunikasi digital yang dapat diterapkan secara langsung dalam aktivitas KIM. Materi yang diberikan mencakup kampanye digital, strategi komunikasi media sosial, fotografi menggunakan smartphone, videografi dasar, desain poster digital menggunakan Canva, penyuntingan video menggunakan CapCut, serta penulisan caption yang komunikatif dan persuasif. Pemilihan materi tersebut didasarkan pada kebutuhan

produksi konten yang relatif mudah diterapkan dengan memanfaatkan perangkat dan aplikasi digital yang tersedia.

Pelatihan dilaksanakan melalui kombinasi penyampaian materi, demonstrasi, diskusi, dan praktik langsung. Pendekatan ini memungkinkan peserta mempelajari proses produksi konten secara menyeluruh, mulai dari menentukan informasi yang akan disampaikan hingga menghasilkan materi publikasi yang siap digunakan. Keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat Tematik (PMT) juga mendukung pelaksanaan praktik dan pendampingan kepada anggota KIM.



Gambar 3. Penyerahan plakat pelatihan kepada mitra

Penguatan kapasitas tersebut menjadi penting karena pengelolaan media sosial tidak cukup hanya mengandalkan ketersediaan akun digital. Pengelola juga perlu memiliki keterampilan dalam menentukan pesan, memilih format konten, mengolah materi visual, dan menyesuaikan informasi dengan karakteristik audiens. Dalam konteks komunikasi publik desa, keterampilan tersebut diperlukan agar informasi mengenai aktivitas masyarakat dan potensi lokal dapat disampaikan secara lebih menarik, mudah dipahami, dan konsisten.

Dengan demikian, orientasi pelatihan tidak berhenti pada penguasaan aplikasi digital, tetapi juga mencakup kemampuan mengintegrasikan keterampilan teknis dengan kebutuhan komunikasi kelembagaan.

Penguasaan fotografi, videografi, desain grafis, dan penulisan caption menjadi perangkat pendukung bagi anggota KIM untuk menjalankan fungsi penyebarluasan informasi secara lebih efektif.

Implementasi Kampanye Digital

Hasil pelatihan selanjutnya diterapkan melalui pengelolaan akun Instagram KIM Desa Gunungsari. Implementasi ini diarahkan untuk memperkuat pemanfaatan media sosial sebagai saluran komunikasi yang tidak hanya mendokumentasikan kegiatan desa, tetapi juga memperkenalkan potensi lokal kepada masyarakat yang lebih luas. Konten yang diproduksi meliputi poster digital, foto kegiatan desa, serta materi audiovisual yang menampilkan potensi pertanian dan aktivitas masyarakat.

Penerapan kampanye digital dilakukan dengan menyusun kalender konten sebagai pedoman publikasi. Kalender tersebut digunakan untuk membantu mitra menentukan jadwal unggahan dan menjaga kesinambungan penyebaran informasi. Melalui perencanaan ini, aktivitas publikasi tidak sepenuhnya bergantung pada dokumentasi kegiatan yang bersifat insidental, tetapi mulai diarahkan pada pengelolaan konten yang lebih terstruktur.

Penyusunan kalender konten juga menjadi bagian penting dari penguatan tata kelola komunikasi digital. Perencanaan publikasi membantu pengelola mengatur jenis informasi yang disampaikan, menyesuaikan materi dengan agenda kegiatan desa, serta menjaga keteraturan komunikasi dengan audiens. Dalam konteks ini, konsistensi publikasi menjadi salah satu indikator operasional yang dapat digunakan untuk menilai keberlangsungan aktivitas pengelolaan media sosial.

Target publikasi ditetapkan sebanyak tiga unggahan setiap minggu. Target tersebut diterapkan sebagai acuan bagi anggota KIM dalam menjalankan aktivitas publikasi secara rutin. Pemilihan frekuensi unggahan ini merupakan strategi pengelolaan kegiatan yang

dikembangkan selama pendampingan, bukan ukuran tunggal keberhasilan kampanye digital. Efektivitas kampanye dalam menjangkau audiens dan meningkatkan interaksi tetap memerlukan pengukuran menggunakan data analitik media sosial.

Dari sisi substansi, penggunaan konten visual dan audiovisual memberikan ruang bagi KIM untuk menyajikan informasi desa dalam format yang lebih beragam. Foto dapat digunakan untuk mendokumentasikan aktivitas masyarakat, poster digital untuk menyampaikan informasi secara ringkas, sedangkan video dapat dimanfaatkan untuk memperlihatkan potensi pertanian dan dinamika kehidupan masyarakat secara lebih kontekstual. Diversifikasi format tersebut memperluas pilihan penyampaian pesan dan mendukung pengembangan komunikasi publik berbasis potensi lokal.

Meskipun demikian, publikasi konten digital perlu dipahami sebagai bagian dari proses komunikasi yang lebih luas. Keberadaan konten pada platform digital belum secara otomatis menunjukkan peningkatan jangkauan informasi, partisipasi masyarakat, ataupun promosi potensi desa. Oleh karena itu, hasil implementasi dalam kegiatan ini terutama ditunjukkan melalui terbentuknya pola produksi dan publikasi konten yang lebih terencana. Pengukuran dampak komunikasi yang lebih luas perlu didukung data tambahan, seperti jumlah jangkauan akun, tayangan, interaksi audiens, pertumbuhan pengikut, serta respons masyarakat terhadap informasi yang dipublikasikan.

Evaluasi Hasil dan Keberlanjutan Program

Hasil monitoring dan evaluasi menunjukkan bahwa setelah pendampingan selesai, anggota KIM Desa Gunungsari telah mampu menyusun jadwal publikasi secara mandiri dan mempertahankan frekuensi unggahan sebanyak tiga kali dalam satu minggu. Temuan ini memperlihatkan adanya capaian pada aspek pengorganisasian publikasi, khususnya dalam

merencanakan waktu penyebaran informasi dan menjaga kesinambungan aktivitas media sosial.

Kemampuan menyusun jadwal publikasi secara mandiri merupakan salah satu hasil penting karena menunjukkan bahwa mitra mulai mengembangkan pola kerja yang dapat diterapkan tanpa bergantung sepenuhnya pada pendamping. Dalam kegiatan pengabdian berbasis pemberdayaan, keberlanjutan hasil tidak hanya ditentukan oleh keterampilan yang diperoleh selama pelatihan, tetapi juga oleh kemampuan mitra mengintegrasikan keterampilan tersebut ke dalam aktivitas organisasi sehari-hari.

Penggunaan kalender konten dan penerapan target publikasi secara rutin dapat menjadi instrumen sederhana untuk mendukung keberlanjutan pengelolaan informasi. Kedua instrumen tersebut membantu anggota KIM mengatur pembagian pekerjaan, mempersiapkan materi publikasi, serta menjaga konsistensi komunikasi digital. Dengan demikian, hasil kegiatan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis menghasilkan konten, tetapi juga dengan penguatan kebiasaan kerja yang lebih terencana.

Dalam perspektif pemberdayaan masyarakat, pendekatan partisipatif yang diterapkan memberikan ruang bagi mitra untuk terlibat secara langsung dalam proses identifikasi kebutuhan, praktik produksi konten, dan implementasi publikasi. Keterlibatan tersebut relevan dengan tujuan pengabdian, yaitu membangun kapasitas yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh kelompok sasaran. Mitra tidak ditempatkan semata-mata sebagai penerima materi, melainkan sebagai pelaksana kegiatan komunikasi digital di lingkungan desa.

Namun, capaian yang diperoleh masih perlu dipahami secara proporsional. Berdasarkan hasil evaluasi yang tersedia, perubahan paling jelas terlihat pada kemampuan menyusun jadwal publikasi secara mandiri dan konsistensi unggahan. Belum tersedia data pengukuran sebelum dan sesudah kegiatan yang dapat

digunakan untuk menghitung besarnya peningkatan kompetensi peserta. Selain itu, data analitik Instagram belum disajikan untuk menunjukkan perubahan jangkauan dan interaksi audiens. Oleh karena itu, kegiatan ini belum dapat menyimpulkan secara empiris bahwa kampanye digital telah meningkatkan efektivitas promosi desa atau memperluas keterlibatan masyarakat.

Keberlanjutan program selanjutnya dapat diperkuat melalui pembagian tugas pengelolaan akun secara jelas, penyusunan kalender konten secara berkala, dokumentasi kegiatan desa yang sistematis, serta evaluasi performa publikasi menggunakan fitur analitik Instagram. Indikator evaluasi dapat mencakup keteraturan unggahan, jangkauan akun, jumlah interaksi, tayangan video, pertumbuhan pengikut, dan respons audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Penggunaan indikator tersebut akan membantu KIM mengidentifikasi jenis konten yang paling relevan bagi audiens sekaligus memperbaiki strategi komunikasi secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian di Desa Gunungsari memperlihatkan bahwa pelatihan yang dipadukan dengan pendampingan praktik dapat mendukung penguatan kapasitas kelompok informasi masyarakat dalam mengelola komunikasi digital. Capaian berupa kemampuan memproduksi beragam konten dan mempertahankan jadwal publikasi secara mandiri menjadi fondasi awal bagi pengembangan media sosial desa yang lebih terencana. Ke depan, penguatan tata kelola tim dan pemanfaatan data analitik diperlukan agar keberhasilan pada aspek konsistensi publikasi dapat dikembangkan menjadi komunikasi digital yang lebih terukur, responsif, dan berorientasi pada promosi potensi desa.

RENCANA TINDAK LANJUT

Tindak lanjut kegiatan dilakukan melalui publikasi minimal tiga konten setiap minggu dengan tema potensi

pertanian, UMKM, budaya, dan aktivitas masyarakat Desa Gunungsari. Anggota KIM bertanggung jawab menyusun kalender konten bulanan, membagi tugas produksi dan publikasi, serta mendokumentasikan potensi desa secara rutin. Pemerintah desa diharapkan mendukung penyediaan sarana produksi konten dan akses internet. Tim pengabdian UNITRI akan mendorong pendampingan berkala serta evaluasi bulanan terhadap jangkauan, interaksi, dan pertumbuhan pengikut Instagram sebagai dasar perbaikan strategi promosi digital.

KESIMPULAN

Kelompok Informasi Masyarakat merupakan organisasi yang dibentuk oleh masyarakat sebagai mitra pemerintah dalam mengelola informasi publik, meningkatkan literasi digital, serta memperkenalkan potensi daerah kepada masyarakat. Keberadaan KIM menjadi semakin penting di tengah meningkatnya kebutuhan akan komunikasi publik yang cepat, akurat, dan mudah diakses. Di Kota Batu, KIM Gunungsari memiliki peran dalam mendukung penyebaran informasi mengenai potensi pertanian, pariwisata, budaya, dan usaha mikro yang menjadi sektor unggulan daerah. Namun demikian, optimalisasi peran tersebut masih menghadapi berbagai tantangan, terutama berkaitan dengan kemampuan sumber daya manusia dan konsistensi dalam memproduksi konten digital yang menarik dan mampu menjangkau masyarakat secara luas. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa anggota KIM Desa Gunungsari masih mengalami keterbatasan dalam memproduksi konten audio visual, mengelola media sosial secara terencana, serta menyusun strategi komunikasi digital. Aktivitas publikasi masih dilakukan secara insidental tanpa adanya kalender konten, kualitas visual belum memiliki identitas yang konsisten, dan pemanfaatan media sosial belum diarahkan sebagai instrumen promosi potensi desa secara berkelanjutan. Kondisi tersebut menyebabkan akun media sosial desa

belum aktif dan belum mampu membangun interaksi dengan masyarakat secara optimal. Permasalahan lain yang ditemukan adalah minimnya kemampuan anggota dalam fotografi, videografi, penyuntingan video, penyusunan naskah, dan desain visual sehingga konten yang diproduksi belum memiliki kualitas yang memadai sebagai media komunikasi public.

Berdasarkan kondisi tersebut, Tim Pengabdian Masyarakat Tematik Universitas Tribhuwana Tunggadewi melaksanakan program pendampingan kampanye digital berbasis audio visual dan media sosial bagi anggota KIM Desa Gunungsari. Program dilaksanakan selama satu bulan, mulai 10 Juli hingga 13 Agustus 2026, dengan melibatkan delapan anggota aktif KIM sebagai peserta utama. Pendampingan difokuskan pada peningkatan kompetensi produksi konten digital, fotografi menggunakan smartphone, desain poster digital, penyusunan caption, pengelolaan akun Instagram, serta penyusunan kalender konten sebagai strategi komunikasi digital yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Universitas Tribhuwana Tunggadewi, Pemerintah Desa Gunungsari, dan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Desa Gunungsari atas dukungan, kerja sama, dan partisipasi aktif selama kegiatan berlangsung. Apresiasi juga disampaikan kepada mahasiswa yang terlibat dan berkontribusi dalam pelaksanaan program sehingga kegiatan berjalan dengan baik.

REFERENSI

- Aji, P. M., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020) *Effect of Social Media Marketing on Instagram towards Purchase Intention: Evidence from Indonesia*. International Journal of Data and Network Science, 4(1), 91–104

- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020) *The Future of Social Media in Marketing*. Journal of the Academy of Marketing Science, 48, 79–95.
- Bagus, J. M. (2025). *Dari Desa ke Dunia Maya: Evolusi KIM di Tengah Transformasi Digital*. Goresan Pena.
- Chandra, A. (2022). Menuju Desa Komunikatif melalui Kelompok Informasi Masyarakat (KIM). *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(1), 66–86.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018) *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019) *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan publikasi (Studi deskriptif kualitatif pada akun Instagram@ rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173–190.
- Khasanah, O. N. (2024). Manajemen distribusi dan audiens—strategi distribusi konten media, segmentasi audiens dan personal konten, algoritma media sosial dan dampaknya pada persebaran informasi. *Amerta Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 135–145.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021) *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Hoboken: Wiley.
- Kurnia, N., Engelbert, J., & Astuti, S. I. (2020) *Digital Literacy in Indonesia: A Literature Review*. Jurnal Komunikasi Indonesia, 9(2), 121–132
- Nasrullah, R. (2017) *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kietzmann, J. H., Paschen, J., & Treen, E. (2018) *Artificial Intelligence in Advertising: How Marketers Can Leverage Artificial Intelligence Along the Consumer Journey*. Journal of Advertising Research, 58(3), 263–267
- Ryan, D. (2017) *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (4th ed.). Kogan Page.
- Viglia, G., & Dolnicar, S. (2020) A Review of Tourism Destination Image Research.
- Wardhana, S. H. (2022). Peran Kelompok Informasi Masyarakat (Kim) dalam Diseminasi Informasi Melalui Media Sosial di Kelurahan Gundih Kota Surabaya. *Jurnal Publique*, 3(2), 142–155.