

Penguatan tata kelola media digital berbasis komunitas untuk promosi potensi ekonomi lokal di Dusun Cukil

Evi Maria¹, Deasy Carolina², Reinhard Yahzeel Lubis¹, Salvia Devi Muhshanah¹, Sumiati Arta Dewi², G. Violindra Charissa Sishy Noverintha²

¹Program Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia

²Program Bisnis Digital, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia

Penulis korespondensi : Deasy Carolina

E-mail : deasy.carolina@uksw.edu

Diterima: 09 Juli 2026 | Direvisi: 26 Juli 2026 | Disetujui: 27 Juli 2026 | Online: 17 Agustus 2026

© Penulis 2026

Abstrak

Pemanfaatan media digital di desa sering kali belum memberikan manfaat yang optimal karena pengelolaannya masih berfokus pada penyediaan *platform*, tanpa didukung tata kelola yang mampu menjamin keberlanjutan pengelolaan konten. Kondisi tersebut juga terjadi di Dusun Cukil, Kabupaten Semarang, yang telah memiliki *website* dan media sosial, namun belum dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana komunikasi publik dan promosi potensi ekonomi lokal. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memperkuat tata kelola media digital berbasis komunitas melalui peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengelola media digital secara kolaboratif. Mitra kegiatan adalah Pemerintah Dusun Cukil dengan melibatkan 12 peserta yang terdiri atas perangkat dusun dan perwakilan kelompok pemuda. Kegiatan dilaksanakan melalui tiga tahapan, yaitu analisis kebutuhan dan penyusunan tata kelola media digital, penguatan tata kelola melalui pelatihan dan pendampingan implementasi, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 10 dari 12 peserta (83,33%) mengalami peningkatan pengetahuan berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test*. Selain itu, berhasil dikembangkan model tata kelola media digital berbasis komunitas yang mencakup pembagian peran, koordinasi antarpengelola, dan mekanisme pengelolaan konten. Implementasi tata kelola tersebut menghasilkan berbagai publikasi digital pada *website* Dusun Cukil sebagai media komunikasi publik dan promosi potensi ekonomi lokal. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penguatan tata kelola media digital berbasis komunitas dapat mendukung pengelolaan media digital desa secara lebih terstruktur dan kolaboratif.

Kata kunci: media digital desa; tata kelola media digital; pengabdian kepada masyarakat; komunikasi publik; promosi potensi ekonomi lokal.

Abstract

Many rural digitalization initiatives emphasize the provision of websites and social media platforms but pay limited attention to governance mechanisms that ensure their sustainable use. This community engagement program addressed this challenge by strengthening community-based digital media governance in Cukil Hamlet, Semarang Regency, Indonesia. The program aimed to improve the capacity of local stakeholders to collaboratively manage digital media for public communication and the promotion of local economic potential. The program involved 12 participants consisting of village officials and youth representatives. Activities were conducted from May to July 2026 through three sequential stages: needs assessment and governance design, governance strengthening through training and implementation mentoring, and monitoring and evaluation. Program outcomes were evaluated using pre-test and post-test assessments, observations, interviews, and documentation. The results showed that 10 of the 12 participants (83.33%) improved their post-test scores compared with the pre-test results. The program also developed a community-based digital media governance model comprising clearly defined roles, coordination mechanisms, and structured content management

processes. During the implementation stage, participants independently produced and published digital content on the official village website to promote local products, tourism, and community activities. These findings demonstrate that strengthening community-based digital media governance provides a practical approach to supporting more structured and collaborative management of village digital media.

Keywords: community engagement; community-based governance; digital media governance; local economic promotion; village digitalization.

PENDAHULUAN

Pemanfaatan media digital telah menjadi bagian penting dalam pembangunan desa sebagai sarana komunikasi publik sekaligus promosi potensi ekonomi lokal. *Website* dan media sosial semakin banyak digunakan untuk memperkenalkan produk unggulan, destinasi wisata, kegiatan budaya, serta berbagai aktivitas masyarakat kepada khalayak yang lebih luas. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa media digital mampu meningkatkan visibilitas desa dan memperluas promosi potensi ekonomi lokal apabila dikelola secara aktif, konsisten, dan berkelanjutan (Meijer & Bolívar, 2016; Nurmadewi et al., 2024; Farhan & Sunuantari, 2024). Namun, keberadaan *platform* digital saja belum menjamin tercapainya tujuan tersebut. Berbagai *platform* digital desa sering kali berhenti pada tahap penyediaan teknologi, sementara pengelolaan konten dan pembaruan informasi belum berjalan secara konsisten. Akibatnya, *website* maupun media sosial lebih banyak berfungsi sebagai arsip dokumentasi kegiatan daripada media komunikasi publik dan promosi ekonomi lokal.

Keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh tersedianya *platform* digital, tetapi juga oleh kapasitas kelembagaan dalam mengelola teknologi secara berkelanjutan (Gil-Garcia et al., 2017; OECD, 2020). Penyediaan *platform* digital merupakan langkah awal, sedangkan keberlanjutan manfaatnya bergantung pada tata kelola yang mampu memastikan media digital tetap aktif, diperbarui secara konsisten, dan dimanfaatkan sesuai kebutuhan masyarakat. Kondisi tersebut juga tercermin dalam berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada digitalisasi desa. Beberapa kegiatan pengabdian mengenai digitalisasi desa menunjukkan kecenderungan berfokus pada pengembangan *website* atau pelatihan penggunaan media digital sebagai luaran utama (Suharyadi et al., 2020; Maria et al., 2021; Maria et al., 2022). Pendekatan tersebut umumnya diarahkan pada peningkatan kemampuan teknis masyarakat dalam memanfaatkan media digital, tetapi belum banyak menekankan pembentukan sistem pengelolaan yang mampu berjalan secara mandiri setelah kegiatan berakhir. Akibatnya, keberlanjutan pengelolaan media digital masih menjadi tantangan setelah program selesai. Pengelolaan media digital tidak hanya memerlukan kemampuan mengoperasikan *website* atau media sosial, tetapi juga membutuhkan struktur pengelola, pembagian peran, mekanisme produksi konten, dan komitmen bersama agar informasi dapat diperbarui secara rutin.

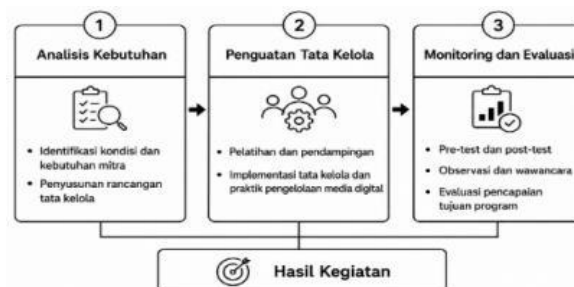
Dusun Cukil, Kabupaten Semarang, memiliki berbagai potensi ekonomi lokal yang berkembang, antara lain kopi Excelsa, wisata edukasi, program *live-in*, kesenian masyarakat, dan usaha berbasis komunitas. Meskipun telah memiliki media digital sebagai sarana komunikasi publik, hasil observasi menunjukkan bahwa pengelolaannya belum berjalan optimal. Pembaruan informasi masih dilakukan secara terbatas sehingga konten yang dipublikasikan didominasi dokumentasi kegiatan. Informasi mengenai produk unggulan, kegiatan ekonomi masyarakat, dan potensi wisata belum dikembangkan secara sistematis sebagai materi promosi. Selain itu, belum terdapat pembagian peran, mekanisme pengelolaan konten, maupun keterlibatan kelompok pemuda secara terstruktur sehingga keberlanjutan media digital masih bergantung pada inisiatif beberapa orang pengelola. Kondisi tersebut menyebabkan media digital belum mampu berfungsi secara optimal sebagai instrumen promosi potensi ekonomi lokal.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini memfokuskan intervensi pada penguatan tata kelola media digital berbasis komunitas melalui pembentukan tim pengelola, penyusunan mekanisme pengelolaan konten, pelatihan produksi konten digital, serta pendampingan pengelolaan

website dan media sosial. Berbeda dengan kegiatan pengabdian sebelumnya yang umumnya berfokus pada pengembangan *platform* digital atau peningkatan keterampilan teknis masyarakat, kegiatan ini mengembangkan model tata kelola media digital berbasis komunitas yang mengintegrasikan pembagian peran, mekanisme koordinasi, dan pengelolaan konten secara kolaboratif sebagai upaya mendukung keberlanjutan pengelolaan media digital. Pendekatan ini menempatkan tata kelola sebagai fondasi pemanfaatan media digital yang berkelanjutan sehingga *platform* yang telah tersedia tidak hanya berfungsi sebagai media dokumentasi, tetapi juga berkembang menjadi instrumen komunikasi publik dan promosi potensi ekonomi lokal yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat. Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan memperkuat tata kelola media digital berbasis komunitas melalui peningkatan kapasitas perangkat dusun dan kelompok pemuda dalam mengelola media digital sebagai sarana komunikasi publik dan promosi potensi ekonomi lokal di Dusun Cukil, Kabupaten Semarang.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Dusun Cukil, Desa Cukil, Kecamatan Tenganan, Kabupaten Semarang. Mitra dipilih sebagai sasaran kegiatan karena telah memiliki media digital sebagai sarana komunikasi publik, namun belum didukung tata kelola yang mampu menjamin keberlanjutan pemanfaatannya. Kegiatan ini melibatkan 12 peserta yang terdiri atas perangkat dusun dan perwakilan kelompok pemuda sebagai calon pengelola media digital dusun. Peserta ditentukan oleh mitra, yaitu Kepala Dusun, berdasarkan peran dan keterlibatan mereka dalam pengelolaan informasi dusun serta kesiapan untuk menjadi pengelola media digital setelah program pengabdian selesai. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada 12 Mei sampai dengan 8 Juli 2026 melalui tiga tahapan utama, yaitu analisis kebutuhan dan penyusunan tata kelola media digital, penguatan tata kelola media digital berbasis komunitas, serta monitoring dan evaluasi. Alur pelaksanaan kegiatan disajikan pada Gambar 1. Setiap tahapan dirancang secara berurutan agar hasil identifikasi kebutuhan menjadi dasar penyusunan intervensi, sedangkan hasil implementasi menjadi dasar evaluasi keberhasilan program.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Tahap pertama diawali dengan koordinasi bersama mitra, observasi lapangan, *focus group discussion* (FGD), dan wawancara untuk mengidentifikasi kondisi awal, kebutuhan, dan kendala pengelolaan media digital sebagai sarana komunikasi publik dan promosi potensi ekonomi lokal. Hasil identifikasi menjadi dasar penyusunan rancangan tata kelola media digital, materi pelatihan, dan skema pendampingan sesuai kebutuhan mitra. Tahap kedua merupakan inti kegiatan pengabdian, yaitu penguatan tata kelola media digital berbasis komunitas melalui pelatihan dan pendampingan secara terpadu. Intervensi difokuskan pada peningkatan kapasitas peserta dalam pengelolaan media digital, produksi konten, serta implementasi tata kelola melalui pembentukan tim pengelola, pembagian tugas, penyusunan mekanisme kerja, dan praktik pengelolaan media digital secara mandiri. Tahap terakhir dilakukan untuk memastikan keterlaksanaan kegiatan sekaligus mengevaluasi pencapaian tujuan program. Evaluasi dilakukan menggunakan *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta. Instrumen *pre-test* dan *post-test* disusun berdasarkan materi pelatihan dan direview oleh dua dosen yang memiliki pengalaman dalam bidang transformasi digital masyarakat dan pengabdian kepada masyarakat untuk memastikan validitas isi sebelum digunakan. Sedangkan,

Penguatan tata kelola media digital berbasis komunitas untuk promosi potensi ekonomi lokal di Dusun Cukil

observasi dan wawancara digunakan untuk menilai implementasi tata kelola media digital, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi potensi ekonomi lokal, serta kesiapan pengelola dalam mengelola media digital secara mandiri.

Data kuantitatif berupa hasil *pre-test* dan *post-test* dianalisis secara deskriptif menggunakan nilai rata-rata dan persentase peningkatan. Data kualitatif yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data kualitatif dijaga melalui triangulasi teknik dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil analisis kuantitatif dan kualitatif selanjutnya digunakan untuk mengevaluasi ketercapaian tujuan kegiatan pengabdian. Keberhasilan kegiatan dievaluasi berdasarkan tiga indikator. Indikator keberhasilan ditetapkan bersama mitra pada tahap perencanaan kegiatan. Ambang keberhasilan sebesar 80% ditetapkan digunakan sebagai target minimal capaian program untuk menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah mencapai tujuan program. Pertama, minimal 80% peserta mengalami peningkatan nilai *post-test* dibandingkan *pre-test*. Kedua, terbentuknya tata kelola media digital berbasis komunitas yang ditandai dengan adanya tim pengelola, pembagian peran, dan mekanisme pengelolaan konten. Ketiga, minimal 80% peserta mampu mengimplementasikan tata kelola media digital melalui pengelolaan *website* dan media sosial secara mandiri untuk mendukung komunikasi publik dan promosi potensi ekonomi lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi Pengelolaan Media Digital Dusun

Kegiatan pengabdian diawali dengan sosialisasi pengelolaan media digital yang dilaksanakan pada 15 Mei 2026 dan diikuti oleh 12 peserta yang terdiri atas perangkat dusun dan perwakilan kelompok pemuda. Sosialisasi dilaksanakan sebagai tahap awal untuk membangun kesamaan persepsi bahwa media digital merupakan aset bersama yang menentukan visibilitas potensi ekonomi Dusun Cukil. Suasana kegiatan sosialisasi ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Suasana Sosialisasi Kegiatan Pengabdian

Sosialisasi diawali dengan mendiskusikan berbagai potensi unggulan Dusun Cukil, seperti kopi *Excelsa*, Pasar Wangi Saba Desa, wisata edukasi, program *live-in*, serta berbagai aktivitas ekonomi masyarakat yang selama ini belum dipromosikan secara optimal. Diskusi kemudian diarahkan pada perubahan perilaku masyarakat yang kini lebih banyak mencari informasi mengenai destinasi wisata, produk lokal, maupun aktivitas suatu daerah melalui mesin pencari, media sosial, dan berbagai *platform* digital sebelum memutuskan berkunjung atau melakukan pembelian. Perubahan perilaku tersebut menunjukkan bahwa keputusan masyarakat untuk berkunjung atau membeli suatu produk semakin dipengaruhi oleh informasi yang tersedia di ruang digital. Oleh karena itu, media digital diposisikan sebagai etalase digital Dusun Cukil yang menampilkan identitas wilayah sekaligus mempromosikan potensi ekonomi lokal kepada calon pengunjung, konsumen, maupun mitra. Konsep ini didukung oleh

Penguatan tata kelola media digital berbasis komunitas untuk promosi potensi ekonomi lokal di Dusun Cukil

berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa media digital telah berkembang menjadi instrumen strategis dalam membangun *place branding*, meningkatkan visibilitas destinasi, serta memperluas promosi ekonomi lokal melalui pengelolaan konten yang relevan dan berkelanjutan (Stiawan et al., 2025; Insany & Hati, 2025; Narti et al., 2025; Chariatte et al., 2026). Melalui diskusi tersebut peserta menyadari bahwa keberhasilan promosi potensi ekonomi Dusun Cukil tidak lagi ditentukan oleh kualitas produk semata, tetapi juga oleh kemampuan masyarakat mengelola media digital secara konsisten dan berkelanjutan.

Selanjutnya, sosialisasi difokuskan pada identifikasi penyebab rendahnya keberlanjutan media digital desa. Melalui diskusi partisipatif, peserta menyimpulkan bahwa permasalahan utama bukan terletak pada keterbatasan teknologi, tetapi pada belum adanya pembagian tanggung jawab yang jelas dalam pengelolaan media digital. *Website* dan media sosial selama ini cenderung bergantung pada satu atau dua orang administrator sehingga keberlanjutan publikasi sangat bergantung pada individu tertentu dan pembaruan informasi tidak berlangsung secara konsisten. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan media digital tidak cukup ditopang oleh ketersediaan *platform*, tetapi memerlukan keterlibatan masyarakat sejak tahap perencanaan agar tercipta komitmen bersama dalam pengelolaannya. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pelibatan masyarakat sejak tahap awal meningkatkan penerimaan inovasi digital, memperkuat komitmen pemangku kepentingan, serta mendukung keberlanjutan transformasi digital berbasis komunitas (Atar et al., 2025; Djatmiko et al., 2025; Maria et al., 2026).

Sebagai tindak lanjut, peserta bersama-sama menyusun rancangan tata kelola media digital berbasis komunitas. Melalui sesi ini peserta memetakan pembagian peran sesuai kapasitas masing-masing. Perangkat dusun berperan sebagai penyedia informasi dan penanggung jawab substansi, sedangkan kelompok pemuda bertanggung jawab pada dokumentasi kegiatan, penyusunan berita, pengelolaan *website*, dan distribusi konten melalui media sosial. Pelaku UMKM, kelompok tani, pengelola wisata, dan komunitas lokal berperan sebagai penyedia informasi mengenai produk, kegiatan, dan potensi ekonomi yang layak dipublikasikan. Hasil pemetaan tersebut menjadi dasar penyusunan tata kelola media digital yang dibahas pada tahap berikutnya.

Desain Tata Kelola Media Digital Dusun Cukil

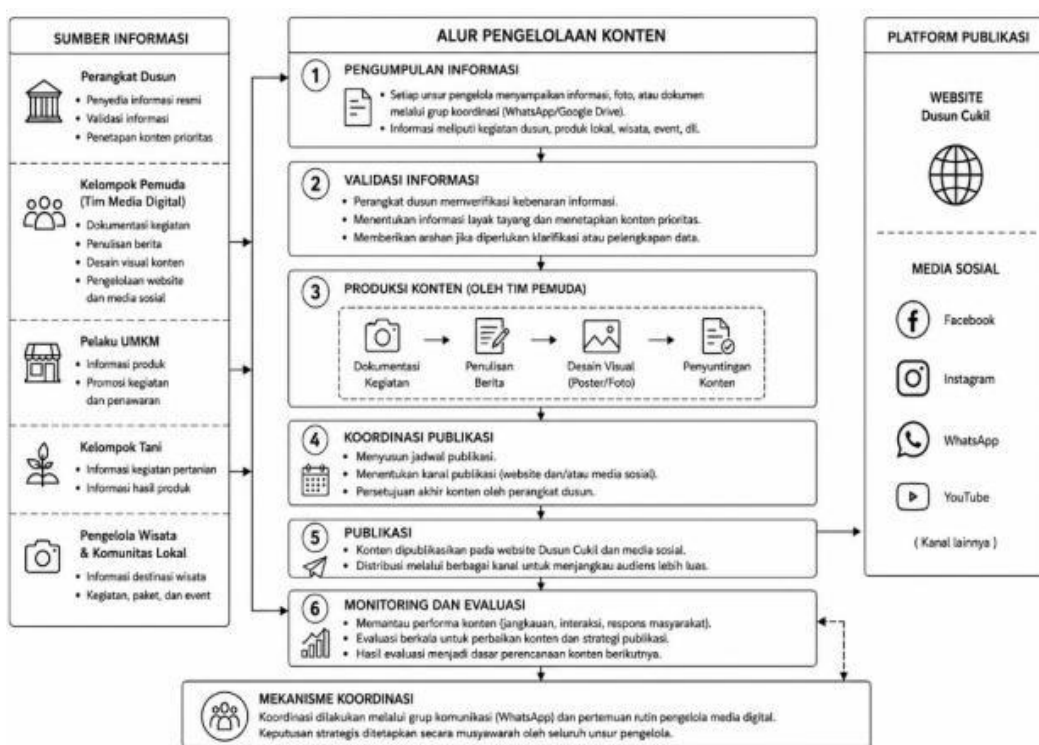
Penyusunan tata kelola media digital dilakukan melalui dua kali focus group discussion (FGD) yang dilaksanakan pada 18–29 Mei 2026 dengan melibatkan perangkat dusun, kelompok pemuda, pelaku UMKM, pengelola wisata, dan tim pengabdian. FGD tidak hanya digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan, tetapi juga untuk menyepakati alur kerja pengelolaan media digital, menetapkan pembagian peran setiap unsur masyarakat, serta merancang mekanisme publikasi konten yang dapat dijalankan secara berkelanjutan sesuai kapasitas masyarakat Dusun Cukil.

Hasil FGD menunjukkan beberapa permasalahan nyata yang dihadapi mitra dalam pengelolaan media digital. Peserta menyampaikan bahwa dokumentasi kegiatan dusun umumnya hanya tersimpan pada telepon seluler masing-masing dan tidak pernah dikirim kepada pengelola *website* karena belum terdapat mekanisme penyerahan dokumentasi maupun penanggung jawab pengelolaan konten. Pelaku UMKM juga menyampaikan bahwa promosi produk masih dilakukan melalui akun media sosial pribadi sehingga belum terintegrasi dengan media digital Dusun Cukil. Selain itu, belum terdapat kesepakatan mengenai jenis konten yang perlu diprioritaskan, jadwal publikasi, maupun prosedur verifikasi informasi sebelum dipublikasikan. Kondisi tersebut menyebabkan pembaruan *website* dan media sosial berlangsung tidak konsisten serta sangat bergantung pada inisiatif individu tertentu.

Berdasarkan permasalahan yang teridentifikasi, tim bersama peserta menyepakati bahwa pengelolaan media digital perlu dirancang berdasarkan alur kerja pengelolaan konten, bukan semata-mata berdasarkan struktur organisasi. Pendekatan ini dipilih agar setiap tahapan publikasi memiliki penanggung jawab yang jelas dan dapat dijalankan secara kolaboratif. Hasil FGD kemudian diterjemahkan menjadi model tata kelola berbasis komunitas yang mengorganisasikan proses pengelolaan konten ke dalam empat fungsi utama, yaitu penyedia informasi, produksi konten, pengelolaan *platform* digital, dan koordinasi publikasi. Pembagian fungsi tersebut mengikuti alur kerja

publikasi sehingga setiap tahapan saling terhubung dan memiliki penanggung jawab yang jelas. Perangkat dusun berperan sebagai penyedia dan validator informasi, kelompok pemuda bertanggung jawab terhadap dokumentasi kegiatan, produksi konten, serta pengelolaan *website* dan media sosial, sedangkan pelaku UMKM, kelompok tani, pengelola wisata, dan komunitas lokal menjadi sumber informasi mengenai produk, kegiatan, dan potensi ekonomi yang layak dipublikasikan. Model tersebut divisualisasikan dalam bentuk alur kerja pengelolaan media digital sebagaimana disajikan pada Gambar 3.

Model yang dihasilkan memberikan kejelasan mengenai alur kerja mulai dari penyediaan informasi, produksi konten, validasi, hingga publikasi sehingga setiap fungsi memiliki penanggung jawab yang jelas. Berbeda dengan pengelolaan media digital yang bergantung pada satu administrator, model ini mendistribusikan tanggung jawab kepada berbagai unsur masyarakat sesuai kapasitasnya sehingga proses pengelolaan konten dapat berlangsung secara kolaboratif. Pendekatan tersebut memperluas keterlibatan masyarakat sekaligus mengurangi ketergantungan pada individu tertentu dalam pengelolaan media digital. Dengan karakteristik tersebut, model ini berpotensi direplikasi oleh desa lain yang telah memiliki *website* atau media sosial, tetapi belum memiliki mekanisme pengelolaan yang terstruktur.



Gambar 3. Desain Tata Kelola Media Digital Dusun Cukil

Pendampingan Implementasi Tata Kelola Media Digital

Kegiatan pengabdian tidak berhenti pada penyusunan desain tata kelola media digital, tetapi dilanjutkan dengan pendampingan implementasi yang dilaksanakan pada 30 Mei–8 Juli 2026. Pendampingan implementasi dilakukan untuk menerjemahkan model tata kelola yang telah disusun ke dalam praktik pengelolaan media digital Dusun Cukil. Fokus pendampingan tidak hanya pada pengelolaan *website* dan media sosial, tetapi juga pada penerapan pembagian peran, alur kerja pengelolaan konten, mekanisme koordinasi, serta proses pengambilan keputusan dalam pengelolaan media digital. Suasana pendampingan implementasi ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Suasana Pendampingan Implementasi Tata Kelola Media Digital

Pada tahap awal implementasi, peserta menjalankan pembagian peran yang telah disepakati pada FGD. Perangkat dusun bertindak sebagai penyedia sekaligus validator informasi, sedangkan kelompok pemuda mengelola dokumentasi kegiatan, penyusunan berita, serta publikasi pada *website* dan media sosial. Pelaku UMKM, kelompok tani, dan pengelola wisata secara berkala menyampaikan informasi mengenai produk, kegiatan, maupun agenda dusun sebagai bahan penyusunan konten. Selanjutnya, peserta menerapkan alur kerja pengelolaan konten sesuai model tata kelola yang telah dirancang. Setiap informasi yang diperoleh dari masyarakat terlebih dahulu diverifikasi oleh perangkat dusun, kemudian diolah menjadi berita, foto, maupun konten promosi oleh tim media digital.

Konten yang telah disusun selanjutnya direviu bersama untuk memastikan ketepatan informasi, kualitas dokumentasi visual, konsistensi identitas visual Dusun Cukil, serta kesesuaiannya dengan karakteristik *platform* digital sebelum dipublikasikan pada *website* dan media sosial. Selama proses tersebut, tim pengabdian memberikan pendampingan pada setiap tahapan agar mekanisme kerja yang telah disusun dapat diterapkan secara konsisten oleh seluruh peserta. Pada tahap awal implementasi, peserta masih beradaptasi dengan mekanisme kerja yang baru, terutama dalam koordinasi antaranggota pengelola dan penyusunan konten yang tidak lagi hanya berorientasi pada dokumentasi kegiatan, tetapi juga pada promosi potensi ekonomi lokal. Oleh karena itu, setiap konten direviu bersama sebelum dipublikasikan untuk memastikan kesesuaian informasi, kualitas penyajian, dan konsistensi dengan tujuan komunikasi publik. Pendampingan implementasi menunjukkan bahwa model tata kelola media digital berbasis komunitas dapat diterapkan sesuai pembagian peran yang telah disepakati. Melalui proses tersebut, peserta mulai menerapkan mekanisme kerja kolaboratif dalam pengelolaan media digital Dusun Cukil. Pada akhir periode pendampingan, peserta telah mampu menjalankan proses pengumpulan informasi, penyusunan konten, validasi, dan publikasi sesuai mekanisme tata kelola yang telah disepakati. Kondisi tersebut menunjukkan kesiapan mitra untuk melanjutkan pengelolaan media digital berdasarkan model tata kelola yang telah dikembangkan, meskipun evaluasi keberlanjutan jangka panjang belum dilakukan. Penerapan mekanisme kerja tersebut menjadi dasar pelaksanaan evaluasi untuk menilai peningkatan kapasitas peserta dan ketercapaian indikator keberhasilan kegiatan pengabdian yang disajikan pada subbab berikutnya.

Capaian Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian dievaluasi berdasarkan tiga indikator keberhasilan yang telah ditetapkan pada tahap perencanaan, yaitu peningkatan pengetahuan peserta, terbentuknya tata kelola media digital berbasis komunitas, serta kemampuan peserta mengimplementasikan tata kelola tersebut dalam pengelolaan *website* dan media sosial. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh indikator keberhasilan kegiatan berhasil dicapai sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Capaian Indikator Keberhasilan Kegiatan Pengabdian

Indikator	Target	Hasil	Status
Peserta mengalami peningkatan nilai <i>post-test</i>	≥80%	10/12 peserta (83,33%)	Tercapai

Penguatan tata kelola media digital berbasis komunitas untuk promosi potensi ekonomi lokal di Dusun Cukil

Indikator	Target	Hasil	Status
Tata kelola media digital berbasis komunitas terbentuk	Tim pengelola, pembagian peran, dan mekanisme kerja terbentuk	Seluruh komponen terbentuk	Tercapai
Peserta mampu mengimplementasikan tata kelola media digital	≥80%	10/12 peserta (83,33%)	Tercapai

Sumber: Data primer diolah (2026)

Hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta mengenai tata kelola media digital berbasis komunitas. Instrumen *pre-test* dan *post-test* terdiri atas 10 butir pertanyaan yang mengukur pemahaman peserta mengenai prinsip tata kelola media digital berbasis komunitas, pembagian peran, mekanisme pengelolaan konten, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi publik dan promosi potensi ekonomi lokal. Rata-rata nilai peserta meningkat dari 58,3 pada *pre-test* menjadi 84,2 pada *post-test* seperti yang disajikan pada Tabel 2. Sebanyak 10 dari 12 peserta (83,33%) memperoleh nilai *post-test* yang lebih tinggi dibandingkan *pre-test* sehingga memenuhi indikator keberhasilan kegiatan. Peningkatan tersebut mengindikasikan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap prinsip tata kelola media digital berbasis komunitas, pembagian peran, dan mekanisme pengelolaan konten secara kolaboratif setelah mengikuti rangkaian kegiatan pengabdian.

Tabel 2. Hasil Evaluasi *Pre-test* dan *Post-test*

Indikator	Nilai
Rata-rata <i>pre-test</i>	58,3
Rata-rata <i>post-test</i>	84,2
Peserta meningkat	10 (83,33%)
Peserta dengan nilai tetap	2 (16,67%)

Sumber: Data primer diolah (2026)

Evaluasi melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi menunjukkan bahwa indikator kedua dan ketiga juga berhasil dicapai. Tim pengelola media digital terbentuk dengan pembagian peran yang jelas disertai penerapan alur kerja pengelolaan konten mulai dari penyediaan informasi, validasi, produksi konten, hingga publikasi. Selain itu, 10 dari 12 peserta (83,33%) mampu menjalankan perannya sesuai mekanisme kerja yang telah disepakati melalui kegiatan dokumentasi, penyusunan berita, pengelolaan *website*, dan publikasi informasi secara mandiri. Temuan tersebut menunjukkan bahwa tata kelola media digital yang dirancang telah dapat dioperasikan oleh peserta sesuai pembagian peran yang telah disepakati.

Implementasi tata kelola media digital juga menghasilkan luaran nyata berupa berbagai konten digital yang diproduksi dan dikelola secara mandiri oleh peserta. Selama masa pendampingan, peserta berhasil memproduksi dan mempublikasikan konten mengenai potensi ekonomi lokal, seperti Pasar Wangi Saba Desa, kopi Excelsa, wisata edukasi, serta berbagai kegiatan masyarakat melalui *website* resmi Dusun Cukil. Sebagian hasil publikasi tersebut ditunjukkan pada Gambar 5. Hasil observasi menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan telah memenuhi aspek ketepatan informasi, kelengkapan isi, kualitas dokumentasi visual, dan kesesuaian dengan tujuan komunikasi publik serta promosi potensi ekonomi lokal sesuai mekanisme tata kelola yang diterapkan selama pendampingan. Keberadaan berbagai konten digital tersebut menunjukkan bahwa tata kelola media digital yang dikembangkan tidak berhenti pada penyusunan dokumen tata kelola, tetapi telah menghasilkan mekanisme kerja yang mendukung komunikasi publik dan promosi potensi ekonomi lokal.



Gambar 5. Contoh Publikasi Konten Digital di *Website* Dusun Cukil

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian berhasil memperkuat tata kelola media digital berbasis komunitas di Dusun Cukil melalui sosialisasi, penyusunan tata kelola, dan pendampingan implementasi. Evaluasi menunjukkan bahwa 10 dari 12 peserta (83,33%) mengalami peningkatan pengetahuan mengenai pengelolaan media digital berbasis komunitas, serta berhasil membentuk tim pengelola, pembagian peran, dan mekanisme kerja yang diterapkan dalam pengelolaan *website* dan media sosial. Berbagai konten digital mengenai potensi ekonomi lokal juga berhasil diproduksi dan dipublikasikan secara mandiri oleh peserta melalui *website* Dusun Cukil. Temuan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan media digital desa tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan *website* atau media sosial, tetapi terutama oleh adanya tata kelola berbasis komunitas yang mengatur pembagian peran, alur kerja, dan koordinasi antaraktor dalam pengelolaan konten. Dengan demikian, penguatan tata kelola media digital berbasis komunitas dapat menjadi pendekatan yang layak direplikasi untuk mendukung komunikasi publik dan promosi potensi ekonomi lokal di desa-desa yang telah memiliki *platform* digital, tetapi belum memiliki mekanisme pengelolaan yang berkelanjutan. Program ini masih terbatas pada periode pendampingan jangka pendek sehingga belum mengevaluasi konsistensi pengelolaan media digital maupun dampaknya terhadap peningkatanjangkauan promosi dan pengembangan ekonomi lokal dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian selanjutnya perlu diarahkan pada pendampingan berkelanjutan serta evaluasi dampak pemanfaatan media digital terhadap kinerja promosi dan pengembangan ekonomi desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) atas dukungan pendanaan untuk menjalankan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Dusun Cukil, Kabupaten Semarang. Kegiatan ini merupakan bagian dari rangkaian Program Pengabdian Masyarakat Kompetitif UKSW Tahun Anggaran 2026 Nomor Kontrak 010/SPK-PM/RIK/05/2026.

DAFTAR RUJUKAN

- Atar, E., Güler, F., & Usta, Y. (2025). Digital transformation in local governance: a study on opportunities and challenges in Türkiye. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 19(4), 725–747. <https://doi.org/10.1108/TG-03-2025-0053>
- Chariatte, J., Asdourian, B., & Ingenhoff, D. (2026). Digital place branding through sustainability: how cities and regions of the world gain visibility through climate change solutions. *Place Branding and*

- Public Diplomacy*, 22(2), 251–269. <https://doi.org/10.1057/s41254-025-00409-1>
- Djarmiko, G. H., Sinaga, O., & Pawirosumarto, S. (2025). Digital transformation and social inclusion in public services: A qualitative analysis of e-government adoption for marginalized communities in sustainable governance. *Sustainability*, 17(7), 2908. <https://doi.org/10.3390/su17072908>
- Farhan, R. M., & Sunuantari, M. (2024). Digital based sustainable tourism village brand as a village economic driver. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 23(2), 215–225. <https://doi.org/10.32509/wacana.v23i2.3534>
- Gil-Garcia, J. R., Dawes, S. S., & Pardo, T. A. (2017). Digital government and public management research: finding the crossroads. *Public Management Review*, 20(5), 633–646. <https://doi.org/10.1080/14719037.2017.1327181>
- Insany, Q., & Hati, G. (2025). Digital tourism promotion training to enhance local community capacity in a tourism village. *International Journal Publishing INFLUENCE: International Journal of Science Review*, 7(3), 52–65. <https://influence-journal.com/index.php/influence/index>
- Maria, E., Chernovita, H. P., Widhiyaningrum, S., & Adventien, I. P. (2026). Design of a Community - based Live - In Information System in Indonesia. *Sistemasi : Jurnal Sistem Informasi*, 15(3), 907–917.
- Maria, E., Suharyadi, S., & Hudiono, R. K. (2021). Implementasi pemasaran digital berbasis website sebagai strategi kenormalan baru Dusun Srumbung Gunung pasca Covid-19. *Riau Journal of Empowerment*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.31258/raje.4.1.1-10>
- Maria, E., Suharyadi, S., & Purwanto, P. (2022). Digitalisasi Dusun Gedong: Solusi Publikasi Potensi Dusun di Lereng Merbabu. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(1), 53. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.6893>
- Meijer, A., & Bolívar, M. P. R. (2016). Governing the smart city: a review of the literature on smart urban governance. *International Review of Administrative Sciences*, 82(2), 392–408. <https://doi.org/10.1177/0020852314564308>
- Narti, S., Putra, D., & Susilo, E. (2025). Digital communication strategy and creative entrepreneurship in branding “Mini Bali” tourism village. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 9(2), 528–639. <https://doi.org/10.22219/satwika.v9i2.42311>
- Nurmadewi, D., Yuniati, S., Firdaus, M. V., & Rachman, I. M. (2024). Digital marketing as a tourism village marketing strategy in East Java’s Horseshoe Region. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 14(1), 46–53. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp46-53>
- OECD. (2020). *The OECD digital government policy framework: Six dimensions of a digital government*. <https://doi.org/10.1787/f64fed2a-e>
- Stiawan, M., Hariman, H., & Pratiyudha, D. (2025). The role of digital promotion in shaping the destination image of PALI Regency Palembang Tourism Polytechnic. *FIRM Journal of Management Studies*, 10(2), 159–170.
- Suharyadi, Maria, E., & Hudiono, R. K. (2020). Pembangunan Website Dusun Srumbung Gunung dan Pelatihan Administrator Website: Solusi Promosi Era Kenormalan Baru. *Prosiding Sendimas*, 5(1), 172–176.