

PEMASARAN DESA GINTUNG MELALUI DIGITAL MARKETING UPAYA PENGEMBANGAN POTENSI DESA

Ananda Estri Sani Anas Haq, Najaturohmah, Hanifah Salsabila, Nur Aini Dian Luti,
Destika Fitriani Putri, Dzawi Rohmawati, Zulfa Izi Nahdiati, Nawan, Abdulloh Hasan
UIN PROF. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Kuliah Kerja Nyata, Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat, Universitas Islam Negeri Prof
K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto 2023.

Abstrak

Desa Gintung adalah contoh nyata desa yang memiliki banyak potensi dimana terdalamnya para wargadalam pencahariannya itu dari pertanian, konveksi, berdagang dll. Dimana desa Gintung merupakan desa yang sudah maju akan potensi desanya, akan tetapi hanya saja kurang dikenal oleh kalangan masyarakat disekitarnya. Dilakukan kegiatan sosialisasi digital marketing sebagai upaya untuk mengatasi masalah ini. Sosialisasi ini menargetkan para perangkat desa untuk diberikan pemahaman tentang digital marketing, media sosial yang efektif untuk pemasaran dan cara membuat artikel yang berkualitas. Harapannya, sosialisasi ini dapat memberikan motivasi para perangkat desa untuk lebih giat dalam memasarkan potensi desa mereka.

Kata Kunci : *Desa Gintung, Digital Marketing, Potensi Desa, Sosialisasi*

Abstract

Gintung village is a real example of a village with a lot of potential , where its residents are deeply involved in various livelihoods, including farming, clothing production, trading, and more. Gintung village is already advanced in terms of its potential, but it is not well-know among the surrounding community. Digital marketing socialization activities are being conducted as an effort to address this issue. This socialization targets village officials to provide them with an understanding of digital marketing, effective social media for marketing, and how to create high-quality articles. The hope is that this socialization will motivate village officials to be more active in promoting their village's potential.

Keywords : *Gintung Village, Digital Marketing, Village Potential, Socialization*

Pendahuluan

Desa Gintung terletak di Kecamatan Comal, Kabupaten Pematang, Jawa Tengah. Desa Gintung merupakan salah satu desa dari total keseluruhan 17 desa yang ada di Kecamatan Comal, Kabupaten Pematang. Desa ini terbagi menjadi tiga RW dengan jumlah penduduk 3024 jiwa (jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki sebanyak 1515 jiwa dan perempuan sebanyak 1509 jiwa).

Desa Gintung memiliki Batasan wilayah dengan Desa Gandu, Susukan, Gedeg, dan Sarwodadi. Perekonomian Desa Gintung mengandalkan Sektor pertanian sebagai mata pencaharian utama. Namun, seiring usia produktif banyak masyarakat yang beralih ke sector perdagangan, terutama karena dekat dengan beberapa pesantren yang mendukung kehidupan religious. Disamping itu, terdapat komunitas organisasi kepemudaan dan keremajaan seperti ANSHOR, FATAYAT, IPNU dan IPPNU yang memberikan dorongan bagi warga muda untuk aktif berorganisasi, belajar dan bersosialisasi.

Desa Gintung sendiri adalah salah satu desa yang memiliki pontesi besar dalam berbagai sector pertanian, konveksi, perdagangan dll. Namun, desa ini menghadapi masalah dalam hal pemasaran potensinya. Banyak dari potensi tersebut belum dikenal oleh masyarakat yang ada di sekitarnya. Oleh karena itu, Sosialisasi Pelatihan Digital Marketing diadakan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan ini.

Teknologi Informasi (TI), atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *Information technology (IT)* adalah istilah umum untuk teknologi apa pun yang membantu manusia dalam membuat, mengubah, menyimpan, mengomunikasikan dan/ atau menyebarkan informasi. TI menyatukan komputasi dan komunikasi berkecepatan tinggi untuk data, suara, dan video. Contoh dari Teknologi Informasi bukan hanya berupa komputer pribadi, tetapi juga telepon, TV, peralatan rumah tangga elektronik, dan perangkat genggam modern (misalnya ponsel).

Teknologi Informasi atau TI adalah bidang pengelolaan teknologi dan mencakup berbagai bidang yang termasuk tetapi tidak terbatas pada hal-hal seperti proses, perangkat lunak komputer, sistem informasi, perangkat keras komputer, bahasa pemrograman, dan data konstruksi. Singkatnya, apa yang membuat data, informasi atau pengetahuan yang dirasakan dalam format visual apapun, melalui

setiap mekanisme distribusi multimedia, dianggap bagian dari TI. TI menyediakan bisnis dengan empat set layanan inti untuk membantu menjalankan strategi bisnis: proses bisnis otomatisasi, memberikan informasi, menghubungkan dengan pelanggan, dan alat-alat produktivitas.

Dampak teknologi informasi terbagi menjadi beberapa bidang diantaranya bidang Pendidikan, Ekonomi, Sosial, dan Kesehatan. Dampak di bidang pendidikan yaitu Pembelajaran dalam dunia pendidikan semakin berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi yang ada. Salah satu bentuk kemajuan dalam dunia Pendidikan dengan bantuan teknologi adalah kegiatan pembelajaran telah menggunakan metode *e-learning* yang dapat disampaikan melalui semua media elektronik seperti audio, video, TV interaktif, *compact disc* (CD), komputer, dan internet. Peran teknologi dalam dunia pendidikan sangat besar karena dapat membantu tenaga dan peserta didik mendapatkan materi pembelajaran berupa jurnal, buku, majalah, dan modul dengan menggunakan perpustakaan elektronik dengan media komputer dan internet. Kemunculan internet dapat mengubah pembelajaran di sekolah menjadi pembelajaran jarak jauh dengan kondisi dan situasi apapun.

Dampak bidang ekonomi, Teknologi informasi dalam bidang ekonomi khususnya dalam ranah bisnis memiliki peran sangat penting sebagai sarana dan wadah transaksi untuk bisnis daring yang berbentuk media berupa internet. Dalam internet terdapat situs web yang dapat menjadi sarana pelaku bisnis dalam mempromosikan barang-

barang jualan kepada konsumen. Pelaku bisnis juga dapat membuat aplikasi berbasis *online* untuk mempermudah proses pembayaran yang dapat digunakan konsumen saat membeli barang.

Dampak bidang sosial, Di Indonesia, pengguna internet semakin meningkat setiap tahun seiring berkembangnya teknologi itu sendiri. Kenaikan pengguna internet dipengaruhi oleh kemudahan dalam menggunakan, mendapatkan, mengakses, dan mengendalikan informasi ke berbagai media yang tersedia. Dengan bantuan internet dan teknologi, masyarakat dapat berinteraksi secara bebas dan dapat membentuk komunitas dengan cara yang mudah. Kemajuan teknologi bertujuan untuk memudahkan manusia dalam segala hal untuk kelanjutan hidup. Saat semua pekerjaan semakin mudah untuk dikerjakan, maka dampak yang muncul adalah timbulnya rasa

malas dan menjauh dari sosial seperti memudarnya rasa solidaritas antar sesama, kebersamaan memudar, dan kegiatan bertemu semakin berkurang. Media elektronik yang dikembangkan sekarang seperti televisi, komputer, internet, dan *handphone* telah mengakibatkan masyarakat menjadi pecandu media elektronik. Dampak dari teknologi informasi sangat beragam dan memberikan pengaruh yang sangat kuat pada kehidupan masyarakat seperti keefektifan teknologi secara fungsi sangat sesuai dengan harapan masyarakat, perubahan langsung pada masyarakat dalam merespon masuknya teknologi, dan perubahan dari hasil inovasi yang telah diantisipasi. Adapun dampak negatif yang diberikan teknologi seperti terjadinya kerusakan dan penurunan moral dan akhlak pada masyarakat luas. Masyarakat yang mengalami penurunan moral dan akhlak akan menjadi kurang peka terhadap kehidupan sosialnya karena diakibatkan berkurangnya intensitas tatap muka yang terjadi dalam organisasi ataupun lingkungan sosial masyarakat. Teknologi informasi tidak hanya sekedar digunakan untuk berkomunikasi oleh pengguna, tetapi juga memberikan dampak negatif berupa dapat mengakses situs web yang tidak seharusnya dilihat seperti, situs kekerasan dan situs pornografi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan dampak yang buruk karena dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku sosial atau melunturkan nilai-nilai kebudayaan masyarakat.

Dampak bidang kesehatan, Teknologi informasi yang digunakan pada bidang kesehatan dapat membuat pasien anak dan keluarga merasa aman dan tetap menerapkan pengamatan langsung kepada pasien agar tidak terjadi kesalahan dalam pemberian informasi dan arahan perawatan kepada pasien. Penggunaan teknologi informasi seperti internet pada lembaga kesehatan hanya digunakan untuk keperluan rumah sakit dan kebutuhan pasien. Tetapi, penggunaan internet oleh perawat di rumah sakit diatur oleh kebijakan organisasi, budaya kerja dan pemberian pelatihan terkait penggunaan internet.

Penggunaan teknologi informasi telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan kita, termasuk cara kita berlanja, mencari informasi, dan berinteraksi. Dalam dunia pemasaran, konsep pemasaran digital telah menjadi kunci untuk mencapai audiens yang lebih besar, lebih luas, dan lebih terfokus. Dalam konteks desa, pemanfaatan teknologi informasi membuka peluang untuk menggali dan memasarkan potensi yang ada dengan lebih efektif.

Oleh karena itu, UIN SAIKU purwokerto mengirimkan 10 mahasiswa KKN yang berkolaborasi dengan UIN SUKA Yogyakarta yang dilaksanakan selama 40 hari yang

bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat Desa Gintung dengan focus pada memasarkan potensi desa yang ada. Tujuannya adalah untuk menyosialisasikan kepada perangkat desa cara memasarkan potensi desa melalui platform digital. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa digital marketing tidak hanya berkaitan dengan penjualan produk, melainkan juga dapat digunakan untuk mempromosikan potensi desa kepada masyarakat luas melalui media social dan platform online lainnya.

Melalui kegiatan ini, diharapkan perangkat desa Desa Gintung akan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk memanfaatkan teknologi informasi dalam mengenalkan, mempromosikan, dan memasarkan berbagai asset dan potensi desa, termasuk hasil pertanian, produk konveksi, dan layanan perdagangan. Dengan demikian, potensi desa ini dapat lebih dikenal dan diakses oleh masyarakat luas, yang pada gilirannya dapat mendukung perkembangan ekonomi lokal dan memperkuat komunitas Desa Gintung.

Metode

Untuk mencapai tujuan yang di harapkan, program KKN di Desa Gintung dilakukan dengan sosialisasi digital marketing melalui pemberian pemahaman kepada para perangkat desa tentang pentingnya pemasaran digital. Kegiatan ini melibatkan beberapa tahap, yaitu :

Mekanisme pelaksanaan KKN dengan metode ABCD yang berbasis asset terdiri dari beberapa tahapan yakni:

a. **Discovery (Menemukan)**

Proses pengkajian akan potensi yang dimiliki masyarakat. Langkah ini merupakan langkah awal dalam proses ABCD, dengan melihat kembali terkait pekerjaan, kegiatan, keahlian dan keterampilan yang dimiliki masing-masing orang. Melihat kembali kemungkinan apa yang diidentifikasi sebagai kebutuhan untuk mempromosikan transformasi adalah manfaat dari penelitian ini. Langkah-langkah dalam proses penemuan, antara lain mahasiswa KKN menyelesaikan survei, wawancara, dan kajian pustaka.

b. **Dream (Impian)**

Hal ini menandakan bahwa mahasiswa pada KKN melakukan tahap penemuan dengan discovery. dalam bentuk tujuan, harapan, dan impian. Proses ini merupakan langkah lanjutan dari proses pengkajian terhadap potensi yang telah dikaji sedemikian rupa. Berikan secara spesifik aspirasi, impian, dan hasil yang diinginkan masing- masing pihak berdasarkan potensi mereka. Proses ini memberikan refleksi berupa semangat untuk bekerja sekeras mungkin untuk mewujudkannya.

c. **Design (Merancang)**

Pada tahap ini, mahasiswa KKN membuat sebuah solusi yang akan digunakan untuk mengatasi permasalahan yang telah teridentifikasi. Dapat dilakukan dengan membuat tujuan yang jelas, menyusun strategi, serta mengidentifikasi sumber daya. Ada rencana (plan) yang disusun untuk menawarkan harapan yang utuh bagi pemenuhan harapan dan impian. Pada tahap desain, mahasiswa KKN membuat rencana aksi yang komprehensif untuk mencapai tujuan proyek. Pada tahap ini, sumber daya yang

dibutuhkan untuk menyelesaikan proyek juga diidentifikasi, dan teknik evaluasi dikembangkan.

d. Define (Menentukan)

Melakukan penegasan tujuan yang akan ditempuh, pemberian motivasi diberikan dalam tahap ini guna memberikan semangat dan keyakinan dalam mewujudkan keinginan masing-masing. Setelah stabil dalam satu tujuan, prosedur akhir kemudian dilakukan dan digunakan sesuai dengan potensinya, memberikan kesimpulan.

e. Destiny (Lakukan)

Melaksanakan rencana aksi yang telah disepakati adalah langkah terakhir dalam mewujudkan impian masyarakat dan memanfaatkan sumber dayanya. Selain itu, tujuan kami adalah agar harapan masyarakat terpenuhi dan potensi sumber daya desa dapat terwujud secara maksimal.

f. Refleksi

Setelah menyelesaikan setiap langkah atau siklus proyek, kegiatan evaluasi dan pemantauan dilakukan. Mendapatkan pemahaman yang lebih besar tentang pertumbuhan, pencapaian, dan kegagalan adalah tujuan refleksi. Kesulitan yang dihadapi dalam melaksanakan proyek KKN. Melalui refleksi, mahasiswa KKN dapat menentukan pembelajaran dan modifikasi yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan dampak program kerja.

Pembahasan

Desa adalah sebuah unit administratif di tingkat pemerintahan lokal yang umumnya terdiri dari sejumlah kecil populasi dan wilayah geografis yang lebih kecil dibandingkan dengan kota atau kota besar. Desa adalah bagian integral dari struktur pemerintahan suatu negara dan memiliki peran penting dalam mengelola aspek-aspek kehidupan masyarakat pedesaan. Pengertian desa mencakup berbagai aspek yang meliputi geografi, sosial, ekonomi, budaya, dan pemerintahan. Dalam tulisan ini, kami akan membahas lebih lanjut tentang pengertian desa dalam berbagai konteks.

Secara umum Desa biasa diartikan unit terkecil dalam struktur pemerintahan suatu negara, terletak di pedesaan, dan umumnya memiliki populasi yang lebih sedikit dibandingkan dengan kota atau kota besar. Desa memiliki karakteristik fisik, sosial, ekonomi, dan budaya yang khas. Karakteristik dari desa adalah memiliki komunitas penduduk yang umumnya saling kenal dan memiliki ikatan sosial yang kuat. Hubungan antarwarga sering kali lebih akrab dibandingkan dengan kota-kota besar. Desa juga memiliki lembaga sosial seperti kelompok masyarakat, kelompok tani, atau

organisasi sosial yang bertujuan untuk memajukan kesejahteraan masyarakat setempat. Menurut Robert Redfield, seorang antropolog, mendefinisikan desa sebagai suatu tempat yang memiliki kesatuan sosial yang kuat, memiliki pola hidup tradisional, dan tergantung pada pertanian atau sektor ekonomi utama lainnya yang berbasis di pedesaan. Redfield juga menekankan pentingnya budaya desa.

Kepala Desa adalah pejabat pemerintahan tingkat desa yang bertanggung jawab atas pelayanan masyarakat, pengelolaan sumber daya desa, dan pelaksanaan program-program pemerintah di tingkat lokal. Kepala desa biasanya dipilih atau diangkat sesuai dengan aturan hukum dan tata tertib yang berlaku di negara atau wilayahnya. Kepala

desa juga sering dikenal dengan sebutan lain, seperti lurah, kepala daerah, kepala kelurahan, atau sebutan serupa, tergantung pada negara atau budaya setempat. Kepala Desa adalah figur penting dalam pemerintahan tingkat desa dan memiliki peran yang signifikan dalam mengelola urusan lokal, memajukan kesejahteraan masyarakat desa, dan menjaga stabilitas sosial di tingkat desa. Peran kepala desa dapat sangat berbeda di berbagai negara, dan mereka dapat memiliki berbagai wewenang dan tanggung jawab sesuai dengan hukum dan peraturan yang berlaku.

KKN adalah singkatan dari “Kuliah Kerja Nyata,” yang merupakan sebuah program yang biasanya diterapkan di sejumlah perguruan tinggi di Indonesia. Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah program pengabdian masyarakat yang biasanya diwajibkan oleh perguruan tinggi kepada mahasiswa pada tingkat sarjana. Tujuan utama dari program ini adalah untuk memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam melayani masyarakat dan berkontribusi pada pembangunan lokal, sambil mengintegrasikan pengetahuan akademis yang mereka peroleh selama kuliah. Program KKN bertujuan untuk menghasilkan mahasiswa yang lebih berpengalaman, lebih sadar sosial, dan lebih mampu berkontribusi pada pembangunan masyarakat. Program ini merupakan bagian integral dari pendidikan tinggi di Indonesia dan merupakan upaya untuk mengintegrasikan mahasiswa dengan masyarakat dan dunia nyata.

Dikampus UIN SAIZU Purwokerto juga melakukan program KKN setiap 2 kali dalam setahun. Pada periode kali ini yaitu periode KKN angkatan 52 UIN SAIZU Purwokerto dilaksanakan di beberapa kabupaten. KKN Kelompok 138 melakukan pengabdian masyarakat di desa Gintung Kecamatan Comal Kabupaten Pemalang Jawa Tengah. Kegiatan KKN ini dilaksanakan dalam kurun waktu 40 hari. Kegiatan mahasiswa KKN di desa Gintung terdiri dari kegiatan inti, kegiatan desa, dan kegiatan masyarakat.

Penduduk Desa Gintung dikenal sebagai penduduk yang religius dan agamis oleh karena itu banyak kegiatan rutin di desa yang berbau keagamaan seperti Muslimat yang dilaksanakan satu kali dalam seminggu yaitu di hari Rabu, Fatayat yang dilaksanakan satu kali dalam seminggu yaitu di hari Jum'at. Selain itu di Desa Gintung juga terdapat lembaga pendidikan non formal seperti majlis ta'lim, madrasah diniyah, dan taman pendidikan al-qur'an.

1. Pemaparan Materi Digital Marketing

Pemanfaatan teknologi informasi dalam upaya pemasaran digital mengenai potensi desa adalah kunci untuk mengembangkan dan mempromosikan potensi desa secara efektif. Dengan teknologi informasi, desa dapat mencapai audiens yang lebih luas dan mengoptimalkan sumber daya mereka. Salah satu aspek utama adalah penggunaan platform media sosial untuk membangun kehadiran online desa, membagikan cerita, foto, dan video yang menggambarkan daya tarik dan keunikan desa.

Selain itu, website desa yang informatif dan mudah diakses dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam menarik audiens atau masyarakat. Melalui teknologi informasi, desa dapat mengorganisir kampanye pemasaran digital yang menargetkan segmen pasar yang sesuai, seperti wisatawan, pelaku bisnis, atau penduduk lokal yang ingin berkontribusi pada pengembangan desa.

Digital marketing adalah istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Tujuan utama dari digital marketing adalah untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi dan meningkatkan traffic penjualan melalui beberapa teknik pemasaran digital. Istilah lain dari digital marketing adalah online marketing atau internet marketing. Digital marketing sebenarnya hamper mirip dengan pemasaran pada umumnya. Namun, yang membedakan adalah perangkat yang digunakan (tools).

Dalam tahap sosialisasi, mahasiswa KKN mempersiapkan beberapa rangkaian acara yang dihadiri oleh beberapa perangkat desa seperti Kepala Desa, Sekretaris Desa, Kepala Dusun dan juga staff desa. Sosialisasi diawali oleh kata sambutan dari Kepala Desa dan Ketua Desa. Kemudian dilanjutkan dengan pemaparan tentang bagaimana

peranan penting teknologi informasi di era digital. Setelah itu dilanjut dengan pemaparan media apa yang efektif untuk pemasaran, menginformasikan, mempromosikan dan memperkenalkan potensi desa kepada masyarakat luar untuk memajukan desa di era digital.



Gambar, Sosialisasi Mahasiswa KKN Tentang Digital Marketing

2. Pengenalan Media Pemasaran

Para perangkat desa diajarkan mengenai media-media yang dapat digunakan untuk mempromosikan potensi desa, seperti platform media social khususnya Instagram. Akun profesional Instagram dimaksudkan sebagai akun yang bisa digunakan untuk pengembangan bisnis, dimana fitur-fitur dalam aplikasi Instagram bisnis ini mendukung dalam proses pengembangan bisnis.

Keuntungan fitur-fitur dalam aplikasi Instagram bisnis yang mendukung dalam proses pengembangan bisnis yaitu lebih profesional, akses gratis ke Instagram insight, posting di waktu terbaik follower, menganalisa karakter follower, dan strategi promosi yang terarah.

Yang dibutuhkan dalam memposting Instagram yaitu penggunaan caption dan hashtag. Dalam menulis caption, sangat penting untuk memilih kata-kata yang dapat membuat pembacanya memiliki ketertarikan untuk melihat konten artikel, esai, atau laporan tersebut. Oleh sebab itu, ilmu copywriting sangatlah penting terutama di media social. Sedangkan hashtag adalah simbol tagar (#) yang pertama kali digunakan oleh Chris Messina, web marketing specialist twitter. Penggunaan hashtag itu muncul pada musim

panas tahun 2007. Messina menyarankan penggunaan hashtag sebagai penanda bagi tweets yang berhubungan pada satu topik. Sejak saat itu, penggunaan hashtag meluas.

3. Cara Membuat Artikel Berkualitas

Para perangkat desa diberi panduan tentang bagaimana membuat konten berkualitas yang dapat menarik perhatian audiens online. Ini meliputi Teknik penulisan, penggunaan gambar dan strategi pemasaran konten. Membuat artikel berkualitas memerlukan perencanaan, penelitian, penulisan yang baik, dan pengeditan yang cermat. Berikut adalah langkah-langkah untuk membuat artikel yang berkualitas

1. Tentukan Tujuan dan Target Audiens

Pahami tujuan dalam menulis artikel. Apakah artikel tersebut memberikan informasi tentang potensi yang ada di Desa Gintung dan kenali target audiens.

2. Pilih Topik yang Relevan

Pilih topik yang menarik dan relevan untuk audiens. Pastikan topik tersebut sesuai dengan tujuan artikel. Pilihlah topik yang bersangkutan dengan apa saja yang ada di Desa Gintung, baik yang berhubungan dengan Sumber Daya Alam atau Sumber Daya Manusia.

3. Lakukan Penelitian

Kumpulkan informasi dan data yang akurat tentang topik yang telah di tentukan. Gunakan sumber yang tepercaya seperti buku, jurnal, situs web resmi, dan wawancara jika diperlukan.

4. Buat Rangkaian Ide

Buat kerangka artikel yang semenarik mungkin agar menarik perhatian Audien. Tentukan bagaimana yang harus dilakukan untuk menyusun informasi dan argumen dalam bentuk pengantar, badan artikel, dan kesimpulan.

5. Tulis dengan Jelas dan Padat:

Gunakan bahasa yang jelas dan mudah dipahami. Hindari penggunaan jargon yang tidak dikenal oleh audiens, kecuali jika menjelaskannya dengan baik. Tulis dengan singkat dan padat. Hindari kalimat yang panjang dan rumit.

6. Buat Pengantar yang Menarik:

Buat pengantar yang menarik minat pembaca. Bisa berupa pertanyaan, anekdot, fakta menarik, atau pernyataan menarik lainnya yang relevan dengan topik.

7. Kembangkan Badan Artikel:

Gunakan subjudul, poin-poin utama, atau daftar bila diperlukan. Berikan argumen dengan dukungan yang kuat dari bukti dan kutipan dari sumber yang sah. Pastikan artikel yang dibuat memiliki alur yang jelas dan berkelanjutan. Hindari melompat-lompat antara topik yang tidak terkait.

8. Sertakan Ilustrasi:

Jika memungkinkan, sertakan gambar, grafik, atau diagram yang relevan untuk mengilustrasikan poin-poin.

9. Kesimpulan yang Kuat:

Buat kesimpulan yang ringkas namun kuat yang merangkum poin-poin kunci artikel dan memberikan pandangan akhir.

10. Publikasikan dan Bagikan:

Setelah memastikan artikel dalam kondisi terbaik, publikasikan di platform yang sesuai, seperti blog, situs web, atau media sosial. Bagikan artikel dengan audiens target yang dituju, untuk meningkatkan visibilitasnya. Jika artikel mencerminkan informasi yang terus berkembang, pertimbangkan untuk memperbarui konten secara berkala agar tetap relevan. Membuat artikel berkualitas memerlukan dedikasi dan waktu, tetapi dengan perencanaan yang baik dan perhatian terhadap detail, membuat artikel dapat menghasilkan karya yang bermanfaat dan menarik bagi pembaca.

Hasil

Saat ini media social desa Gintung sudah berjalan dan menghasilkan berita informasi mengenai desa Gintung. Namun hal ini hanya berjalan beberapa waktu saja, belum berjalan dengan rutin seperti konten yang berisikan kegiatan di Desa Gintung ini. Ini dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat terkhusus para perangkat desa tentang cara memanfaatkan teknologi informasi. Pengelolaan media social desa Gintung ini hanya berjalan beberapa waktu saja sehingga tingkat kemajuan desa Gintung dalam hal dikenal masyarakat luar masih kurang dibandingkan dengan desa di Kecamatan Comal lainnya. Oleh karena itu mahasiswa KKN berinisiatif membantu kegiatan pengelolaan media sosial di Desa Gintung yang sudah berjalan ini dan mengajak para perangkat desa untuk ikut berpartisipasi dalam melaksanakan sosialisasi pemahaman para perangkat desa mengenai digital marketing.

Hasil dari kegiatan sosialisasi ini adalah peningkatan pemahaman para perangkat desa mengenai digital marketing dan potensi desa Gintung. Mereka kini memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang cara memanfaatkan teknologi informasi untuk mempromosikan desa mereka. Selain itu, mereka juga telah diberikan panduan tentang media social yang efektif dan cara membuat artikel yang menarik untuk memperluas jangkauan pemasaran desa Gintung. Diharapkan dari hasil kegiatan ini akan mendorong para perangkat desa untuk lebih bersemangat dalam mengenalkan dan memasarkan potensi desa Gintung kepada masyarakat luas.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang sudah tertera di atas, dapat disimpulkan bahwa program KKN Kolaborasi UIN Saizu dengan UIN Suka dalam memberdayakan masyarakat desa Gintung terhadap pemahaman teknologi informasi sebagai alat pemasaran digital telah berjalan dengan baik dimana tingkat partisipasi masyarakat khususnya para perangkat desa dalam mengikuti sosialisasi demi untuk dapat mengetahui pengetahuan mengenai pemanfaatan teknologi informasi sebagai alat pemasaran digital. Masyarakat juga antusias dalam mendukung kegiatan sosialisasi yang diselenggarakan oleh mahasiswa KKN Kolaborasi UIN Saizu dengan UIN Suka.

Hal ini tidak lepas dari peran perangkat desa dalam memotivasi dan mendorong masyarakat untuk mendukung program sosialisasi tersebut.

Kegiatan program kerja ini bertujuan untuk memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat pemasaran digital yang potensial untuk mengangkat profil desa Gintung yang kaya akan potensi tetapi kurang dikenal oleh masyarakat. Para perangkat desa menjadi target utama dalam kegiatan ini, dimana mereka diberikan pemahaman tentang digital

marketing, termasuk juga pengenalan media social yang efektif untuk sebuah pemasaran dan cara membuat artikel yang benar dan berkualitas sebagai alat promosi. Dengan adanya kegiatan sosialisasi ini diharapkan para perangkat desa akan lebih termotivasi dan bersemangat dalam memperkenalkan dan memasarkan apa saja potensi yang adadi desa Gintung itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

LPPM UIN SAIZU (2023). " Pedoman Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata

"<https://gintung.desa.id/profil-des/>

Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha & Aniek Indrawati,
DIGITAL MARKETING, 2020. Hal 11

Ahmad Soleh,"Strategi Pengembangan Potensi Desa",Jurnal Sungkai, Vol.05 No. 1, Edisi
Februari 2017, hal 32.

Icuk Ranga Bawono dan Erwin Setyadi, Optimalisasi Potensi Desa Indonesia,
(Jakarta:PTGrasindo, 2019)hal.8.