

Strategi Digital untuk Mengangkat Potensi Desa Babokerong Melalui Instagram yang Kreatif dan Informatif

Maria Hilaria Dhiu¹, Marianus Diaz Yanto², Maria Florencia Yunita Bello³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

*e-mail: hylldadhiu@gmail.com

Received:
27.05.2025

Revised:
15.06.2025

Accepted:
09.07.2025

Available online:
24.07.2025

Abstract: Babokerong Village is one of the villages located in Nagawutung District, Lembata Regency. This village has great potential in natural beauty, culture, and local products. However, the lack of promotion and information restrictions hinder its existence. This community service program aims to improve village digital device literacy and optimize Instagram as a branding medium. The methods used include training, mentoring, and evaluation of village Instagram account management. The results of the activity show an increase in social media management skills, content creativity, and active community participation in village promotion. This program is a strategic step towards village digitalization and can be replicated by other villages in strengthening local identity and appeal.

Keywords: community service, digital literacy, instagram, village branding

Abstrak: Desa Babokerong merupakan salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata. Desa ini memiliki potensi besar dalam keindahan alam, budaya, dan produk lokal. Namun, kurangnya promosi dan keterbatasan informasi menghambat pengembangan potensi yang dimiliki desa tersebut. Program pengabdian ini bertujuan meningkatkan literasi digital perangkat desa dan mengoptimalkan Instagram sebagai media branding. Metode yang digunakan meliputi pelatihan, pendampingan, dan evaluasi pengelolaan akun Instagram desa. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan pengelolaan media sosial, kreativitas konten, serta partisipasi aktif masyarakat dalam promosi desa. Program ini menjadi langkah strategis menuju digitalisasi desa serta dapat direplikasi oleh desa lain dalam penguatan identitas dan daya tarik lokal.

Kata kunci: literasi digital, instagram, branding desa, pengabdian masyarakat

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam komunikasi telah menciptakan peluang besar bagi desa-desa untuk mempromosikan potensi lokal melalui media sosial. Instagram, sebagai salah satu media sosial berbasis visual yang populer, terbukti efektif dalam menyampaikan pesan promosi dan membangun keterlibatan dengan audiens secara luas dan cepat (Pokhrel, 2024). Namun, Desa Babokerong masih menghadapi tantangan dalam hal keterbatasan akses informasi dan strategi promosi yang terintegrasi.

Komunikasi digital adalah bentuk komunikasi yang melibatkan penggunaan teknologi digital untuk mengirim, menerima, dan berbagi informasi dengan orang lain (Langgeng, 2024). Komunikasi digital tidak hanya menyampaikan pesan tetapi juga membangun hubungan dua arah yang dinamis antara pengirim dan penerima pesan (Zaxrie et al., 2024).

Media Sosial, termasuk Instagram, TikTok, dan Facebook, berperan sebagai platform penting dalam pengembangan promosi digital. Media ini mendukung interaksi dua arah, penyebaran informasi secara luas, serta penciptaan citra dan reputasi positif suatu tempat atau produk (Sahata Sitanggang et al., 2024). Instagram khususnya menyediakan fitur seperti reels, story, insight, dan live interaction yang sangat menunjang promosi destinasi wisata secara menarik dan partisipatif (Nugraha & Kriyantono, 2023).

Pemanfaatan Instagram untuk promosi desa memiliki banyak keunggulan, di antaranya: memperluas jangkauan tanpa biaya besar, menampilkan kekayaan visual desa, serta meningkatkan keterlibatan masyarakat dan wisatawan (Ihsan et al., 2024). Meski demikian, kelemahan seperti oversharing dan minimnya kontrol usia pengguna perlu diperhatikan dalam strategi komunikasinya.

Pelaku wisata kini mengandalkan media sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran yang hemat biaya dan berdampak besar (Sari & Virgy, 2025).

Digitalisasi Desa adalah strategi penting dalam pembangunan berkelanjutan. Melalui konsep Desa Cerdas (*smart village*), pemerintah mendorong integrasi teknologi untuk meningkatkan

pelayanan publik dan pengelolaan potensi lokal (Putri et al., 2024). Peningkatan literasi digital menjadi pilar utama dalam mewujudkan masyarakat desa yang adaptif terhadap perkembangan teknologi (Manubey et al., 2022).

Pembuatan konten digital seperti video promosi, storytelling budaya lokal, dan pemasaran produk UMKM menjadi kunci sukses digitalisasi desa (Ciseeng et al., 2023). Beberapa studi kasus seperti di Desa Grujukan dan Kolam membuktikan bahwa pelatihan digital berdampak nyata terhadap peningkatan kunjungan wisatawan dan transparansi pelayanan (Pengabdian Masyarakat et al., 2024).

Strategi branding desa melalui Instagram dapat memperkuat identitas visual dan citra positif desa. Hal ini dilakukan dengan mengedepankan keunikan lokal seperti budaya, alam, dan produk UMKM dalam bentuk narasi, logo, dan desain konten yang konsisten.

Generasi muda desa memiliki peran strategis dalam pengelolaan media sosial karena mereka lebih akrab dengan teknologi digital dan memiliki kreativitas tinggi dalam membuat konten. Pelibatan mereka dalam promosi desa melalui Instagram terbukti meningkatkan kualitas visual dan storytelling yang menarik wisatawan (Sleman, 2025).

Pemanfaatan media sosial seperti Instagram kini semakin terintegrasi dengan platform e-commerce, memungkinkan pelaku UMKM desa menjangkau pasar yang lebih luas. Fitur seperti TikTok Shop dan Instagram Shopping mempermudah proses transaksi langsung dari konten promosi (et al., 2024). Pemerintah Indonesia menargetkan seluruh desa menjadi desa digital pada tahun 2025 melalui optimalisasi Dana Desa. Program ini mencakup pengembangan website desa, pelatihan literasi digital, dan pemanfaatan teknologi untuk pelayanan publik dan promosi potensi lokal (Arie Novarina, 2024).

Implementasi digitalisasi di berbagai desa telah menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagai contoh, pelatihan pembuatan konten digital di Desa Grujukan berhasil meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dengan memanfaatkan promosi berbasis media sosial (Saputra & Putra, 2025).

Dengan demikian, komunikasi digital melalui Instagram tidak hanya menjadi alat promosi, tetapi juga menjadi strategi komunikasi partisipatif yang memperkuat hubungan antara desa dan publik luas, mendukung pembangunan, dan mengangkat citra positif Desa Babokerong.

Dengan melihat urgensi digitalisasi desa dan pentingnya promosi berbasis media sosial, maka kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada perangkat Desa Babokerong agar mampu mengelola akun Instagram secara kreatif dan informatif dalam rangka mengangkat potensi wisata, budaya, dan ekonomi lokal desa. Ruang lingkup kegiatan ini mencakup peningkatan literasi digital, manajemen konten, serta strategi komunikasi visual berbasis Instagram, yang dilaksanakan selama dua bulan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di kecamatan nagawutung, Kabupaten lembata. Lokasi ini dipilih berdasarkan hasil survei awal yang menunjukan potensi desa Babokerong mulai dari keindahan alam, kekayaan budaya, dan Produk Lokal yang belum diangkat di Media Sosial Instagram yang bertujuan untuk mempromosikan desa. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama dua bulan, dari bulan April hingga Juni 2025, dengan focus pada optimalisasi promosi digital berbasis media Sosial, dan pembuatan akun Instagram resmi desa Babokerong. Sasaran kegiatan Melibatkan 12 orang Aparat Desa terdiri dari Kepala Desa, Sekertaris Desa, Kepala seksi (3), Kaur Umum, Kaur Keuangan, Operator, Operator Siskaudes dan Kepala Dusun (4).

Metode Pelaksanaan Kegiatan ini menggunakan Pendekatan partisipatif, edukatif dan teknologi Informasi, dengan mengutamakan pemberian pengetahuan dan Keterampilan dasar dalam mengelola akun Instagram. Kegiatan dimulai dengan tahap sosialisasi, yang bertujuan untuk membuka wawasan dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya promosi digital berbasis media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana memperkenalkan potensi desa kepada publik secara

lebih luas. Kemudian di lanjutkan dengan sesi diskusi yaitu tanya jawab serta pelatihan penggunaan Instagram dan pembuatan Akun Instagram.

Evaluasi dilakukan melalui observasi langsung selama kegiatan, dan wawancara singkat di akhir sesi pelatihan untuk menilai pemahaman peserta. Selain itu, tim pelaksana juga mendokumentasikan perubahan keterampilan pengelolaan akun Instagram dari sebelum hingga sesudah pelatihan. Selama kegiatan berlangsung, ditemukan kendala teknis berupa keterbatasan perangkat digital (hanya tersedia beberapa smartphone), jaringan internet yang tidak stabil, dan gap usia yang mempengaruhi kemampuan peserta dalam memahami teknologi baru. Namun demikian, pendekatan partisipatif dan suasana pelatihan yang inklusif mampu mendorong keterlibatan aktif seluruh peserta.

Tabel 1. Rencana Pelaksanaan Kegiatan

No	Tahap Kegiatan	Uraian Aktivitas	Output yang Diharapkan
1	Persiapan Program	Survei Kondisi, Penyusunan Materi	Daftar Peserta
2	Sosialisasi	Pengenalan aplikasi Instagram mulai dari manfaat dan kelebihan hingga kelebihan dan kekurangan	Peserta dapat memahami materi yang sudah di paparkan
3	Diskusi	Melakukan sesi diskusi setelah selesai pemaparan materi	Peserta sangat Interaktif dan memberikan sejumlah pertanyaan
4	Pembuatan akun Instagram	Membuat akun Instagram Resmi desa babokerong	Peserta dapat memanfaatkan media sosial instagram ini dengan baik untuk mengangkat potensi desa

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Babokerong, Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata, Provinsi Nusa Tenggara Timur. merupakan bagian dari Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang bertujuan mengedukasi perangkat desa mengenai pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, sebagai media promosi yang strategis, kreatif, dan informatif dalam mengangkat potensi desa.

Kegiatan ini diawali dengan tahap pertama yaitu tahap sosialisasi kepada seluruh perangkat desa yang mencakup Kepala Desa, Sekretaris Desa, hingga ketua RT/RW dan tokoh masyarakat. Sosialisasi berfokus pada pentingnya digitalisasi promosi desa serta tren penggunaan Instagram sebagai media visual yang memiliki jangkauan luas dan daya tarik visual tinggi, terutama bagi generasi muda dan wisatawan potensial. Materi disampaikan oleh penulis sebagai pemateri utama, sementara salah satu rekan mahasiswa bertindak sebagai moderator, memandu sesi penyampaian materi dan diskusi interaktif. Beberapa poin penting yang disampaikan dalam materi adalah: (1) Pengertian dari Media Sosial Itu sendiri (2) Pengertian dari Instagram Mulai dari Kelebihan dan Kekurangan (3) Mengetahui fitur-fitur unggulan Instagram (feed, reels, story, highlights) untuk promosi desa. (4) Kemudian Menjelaskan Apa itu Media Promosi, Digitalisasi Desa itu seperti apa serta strategi Branding untuk Desa.



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi dan pemaparan materi terkait “Strategi Digital untuk Mengangkat Potensi Desa Babokerong Melalui Instagram yang Kreatif dan Informatif”

Pada tahap kedua yaitu sesi diskusi, terjadi antusiasme luar biasa dari peserta. Salah satu perangkat desa mengajukan pertanyaan tentang bagaimana menyikapi keterbatasan sumber daya manusia yang kurang familiar dengan teknologi digital. Dari hasil observasi dan dialog yang terjadi selama sosialisasi, dapat disimpulkan bahwa terdapat potensi besar di Desa Babokerong dalam sektor pariwisata, budaya, dan produk lokal yang selama ini belum terdokumentasi secara sistematis. Instagram dinilai sebagai media yang tepat untuk menjadi etalase digital desa dan mendorong keterlibatan lebih luas dari masyarakat luar.

Walaupun kegiatan ini berjalan lancar, terdapat beberapa tantangan seperti keterbatasan perangkat digital, konektivitas internet yang belum stabil, serta minimnya pengalaman sebagian peserta dalam mengelola media sosial. Namun demikian, hasil diskusi menunjukkan bahwa komitmen untuk mengembangkan akun Instagram resmi desa sangat kuat dan didukung penuh oleh kepala desa serta tokoh masyarakat.



Gambar 2. Kegiatan Diskusi Bersama

Kemudian dilanjutkan dengan pembuatan akun Instagram resmi milik Desa Babokerong dengan nama akun **@pemdes_babokerong**, yang langsung dikelola oleh perangkat desa. Akun ini dirancang untuk menjadi etalase digital desa yang menampilkan dokumentasi wisatawan yang datang, tempat-tempat wisata menarik di Babokerong, produk kuliner lokal dan hasil UMKM warga, dan kegiatan sosial, budaya, dan keagamaan masyarakat desa.

Kegiatan ini memperlihatkan bahwa perangkat desa mulai memahami bahwa media sosial bukan sekadar alat komunikasi, tetapi dapat menjadi sarana promosi, *branding*, dan bahkan peningkatan ekonomi lokal. Instagram juga memberikan peluang untuk menarik wisatawan, memperluas pasar produk desa, serta memperkenalkan kearifan lokal Babokerong ke ranah nasional bahkan internasional.



Gambar 3. Akun Resmi Instagram Pemerintah desa Babokerong

(https://www.instagram.com/pemdes_babokerong?igsh=MXR1cDFwNm96YmV6dw==)



Gambar 4. Foto Bersama Mahasiswa dan Pemerintah desa Babokerong

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan ini, perangkat desa menyepakati pembentukan tim media sosial desa yang terdiri dari pemuda-pemudi lokal yang memiliki minat dan kemampuan di bidang digital. Tim ini akan bertugas mengelola konten harian, mendokumentasikan kegiatan desa, serta membangun interaksi dengan audiens di media sosial. Strategi keberlanjutan ini didukung dengan komitmen kepala desa untuk mengalokasikan anggaran operasional media promosi desa pada periode anggaran berikutnya.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di Desa Babokerong menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, dapat menjadi sarana strategis dalam menggali dan memperkenalkan potensi desa kepada publik secara lebih luas. Melalui sosialisasi dan pelatihan, perangkat desa tidak hanya mendapatkan pemahaman tentang pentingnya membangun citra desa melalui media digital, namun juga dibekali dengan keterampilan dasar dalam mengelola akun Instagram secara efektif dan informatif. Kegiatan ini membuktikan bahwa desa-desa yang memiliki potensi wisata dan budaya lokal dapat menggunakan pendekatan digital untuk membuka peluang baru, baik dalam bidang promosi pariwisata, pengembangan UMKM, maupun pelestarian budaya. Meskipun tantangan seperti keterbatasan perangkat digital, koneksi internet, dan pengalaman dalam mengelola media sosial masih ditemukan, semangat dan antusiasme dari perangkat desa menjadi modal penting dalam mendorong keberlanjutan program ini. Ke depannya, dibutuhkan pendampingan berkelanjutan serta pelibatan pemuda-pemudi lokal sebagai tim media kreatif desa, agar proses digitalisasi ini dapat berjalan lebih konsisten dan berdampak nyata. Strategi konten yang terstruktur, narasi yang menyentuh, serta visual yang menarik akan menjadi kunci utama dalam memperkuat citra positif Desa Babokerong di mata masyarakat luas melalui Instagram.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemerintah Desa Babokerong, orang tua, pemerintah Desa, serta tokoh masyarakat dan tidak lupa juga kepada Seluruh aparat desa Babokerong yang telah mendukung terlaksananya program kegiatan dengan memberikan ruang, waktu, dan kesempatan bagi mahasiswa MBKM Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Terima kasih juga atas kepercayaan yang diberikan kepada mahasiswa untuk berbagi ilmu baru kepada Perangkat Desa Babokerong. Tidak lupa, apresiasi yang sebesar-besarnya kepada seluruh peserta MBKM yang turut serta dalam membantu kelancaran program Sosialisasi “Strategi Digital untuk Mengangkat Potensi Desa Babokerong Melalui Instagram yang Kreatif dan Informatif” ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arie Novarina. (2024). Ministry targets digitalizing all Indonesian villages by 2025. *November 30, 2024*, 1. <https://en.antaranews.com/news/336453/ministry-targets-digitalizing-all-indonesian-villages-by-2025>
- Ciseeng, S. K. E. C., Bogor, K. A. B., & Barat, J. (2023). *PEMBUATAN ASET VIDEO KONTEN DIGITAL UNTUK KEGIATAN PROMOSI UMKM PADA MASYARAKAT UMKM DI DESA BABAKAN*. 4(1), 1552–1557.
- Ihsan, R. M., Prastyanti, S., & Sulaiman, A. I. (2024). Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata: Studi Desa Wisata Sumber Urip. *JASIMA: Jurnal Komunikasi Korporasi Dan Media*, 5(2), 218–236. <https://e-journals2.unmul.ac.id/index.php/jasima/article/view/1750>
- Langgeng. (2024). Pengertian Komunikasi Digital. *Geograf.Id*, 8. <https://geograf.id/jelaskan/pengertian-komunikasi-digital/>
- Manubey, J., Koroh, T. D., Dethan, Y. D., & Banamtuan, M. F. (2022). Pengaruh Literasi Digital terhadap Hasil Belajar Mahasiswa. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(3), 4288–4294. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i3.2590>
- Mardhiyaturrositaningsih, M., Maulana, R., Alkhusna, M., ... Rahmadina, A. (2024). Membangun Ekonomi Desa: Pengembangan Kompetensi dan Inovasi UMKM. *Membangun Ekonomi Desa: Pengembangan Kompetensi Dan Inovasi UMKM*. <https://doi.org/10.62083/s26c0532>
- Nugraha, L. M. R., & Kriyantono, R. (2023). Pengaruh Terpaan Konten Artikel Pada Website dan Instagram Go Mandalika Terhadap Pengetahuan Wisatawan. *TUTURLOGI: Journal of Southeast Asian Communication*, 4(3), 110–121. <https://doi.org/10.21776/ub.t>
- Pengabdian Masyarakat, J., Desa Grujukan, D., Insiatiningsih, K., Ambarwati, L., Saputra, D., & Setyawati, N. (2024). *Membangun Desa Online Melalui Pelatihan Konten Digital*. 1(12), 1218–1227. <https://manggalajournal.org/index.php/BESIRU>
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 45–56.
- Putri, A., Rahayu, D., & Dwisnu, E. (2024). Program Desa Cerdas: Tantangan Implementasi Di Era Digitalisasi. *Jurnal Governansi*, 10(1), 41–54.
- Sahata Sitanggang, A., Naufal Nazhif, D., Harits Ar-Razi, M., & Anugrah Febrian Buaton, M. (2024). Efektivitas Strategi Digital Marketing di Media Sosial: Studi Kasus Facebook, Instagram, dan Tiktok Generasi Z. *MASMAN: Master Manajemen*, 2(3), 233–241. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i3.489>
- Saputra, R., & Putra, Y. (2025). *ORAHUA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ISSN : 3031-7479 (Media Online) Pelatihan Pembuatan Konten Digital Percepat Digitalisasi Desa Cerdas bagi Masyarakat Nagari Singkarak Info Artikel Abstrak 2 . 1 . Konsep Digitalisasi Desa Cerdas informasi dal. 02(02)*, 98–103.
- Sari, Y. A., & Virgy, M. A. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Adat Melalui Literasi Digital: Melindungi Warisan Budaya Takbenda dan Mendorong Inklusi Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 8(2), 109–119. <https://doi.org/10.56873/jimik.v8i2.472>
- Sleman, M. co. i. (2025). Transformasi Digital di Desa Brajan: Mendorong Inovasi Promosi Pengrajin Bambu Lewat Media Sosial. *Rabu, 2, Juli 2025*, 1. <https://mahasiswa.co.id/transformasi-digital-di-desa-brajan-mendorong-inovasi-promosi-pengrajin-bambu-lewat-media-sosial/11194/>
- Zaxrie, S. A., Rina, N., Thoibah, S., Putri, K., & Sosial, M. (2024). Peran Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Dalam Kehumasan The Role Of Social Media As A Digital. *Indonesian Jurnal of Digital Public Relations*, 3(1), 26–39.