

## Peningkatan Literasi Digital Masyarakat dalam Pemanfaatan Media Digital untuk Informasi dan Promosi

Nilnan Ni'mah, Silvia Riskha Fabriar, Alifa Nur Fitri, Arief Cahyo Pangestu  
Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia

Disubmit: 4 Juli 2025 | Direvisi: 26 September 2025 | Diterima: 25 November 2025

**Abstrak:** Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Mlandi, Kecamatan Garung, Kabupaten Wonosobo, dengan tujuan meningkatkan literasi digital pemerintah desa dalam mengelola media sebagai sarana informasi dan promosi. Kegiatan ini menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development (ABCD)*, yang memanfaatkan aset dan potensi desa yang sudah ada seperti sumber daya manusia yang cukup melek digital dan memiliki website dan media sosial untuk publikasi informasi dan promosi potensi desa. Kegiatan meliputi pelatihan dan pendampingan dalam bentuk *Forum Group Discussion (FGD)*, kunjungan Diskominfo, dan pelatihan teknis dan strategi konten digital. Pemerintah desa dilatih untuk menggali potensi lokal, merancang strategi komunikasi, dan menciptakan konten menarik. Program ini melibatkan kolaborasi dengan institusi pendidikan, Diskominfo Wonosobo, dan konten kreator lokal. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan dan keterampilan literasi digital aparat desa. Hal ini terlihat dari bertambahnya jumlah konten yang dipublikasikan secara konsisten di website dan akun Instagram desa setelah pendampingan, meningkatnya trafik kunjungan media desa dibandingkan sebelum program, serta testimoni positif dari peserta pelatihan yang menyatakan bahwa pendampingan membantu mereka memahami strategi komunikasi digital, produksi konten, dan pemanfaatan media untuk informasi dan promosi desa secara lebih efektif.

**Kata Kunci:** Literasi Digital Desa, Media Informasi Desa, Media Promosi Desa

**Abstract:** This community service was carried out in Mlandi Village, Garung District, Wonosobo Regency, to increase the village government's digital literacy in managing media as a means of information and promotion. This activity uses the *Asset-Based Community Development (ABCD)* approach, which utilizes existing village assets and potential, such as human resources who are quite digitally literate and have websites and social media to publish information and promote village potential. Activities include training and mentoring through *Forum Group Discussions (FGD)*, *Diskominfo* visits, technical training, and digital content strategies. The team trained Village governments to explore local potential, design communication strategies, and create engaging content. This program involves collaboration with educational institutions, *Diskominfo* Wonosobo, and local content creators. The results of the program indicate an improvement in the digital literacy skills and competencies of the village apparatus. This improvement is reflected in the increased number of consistently published content on the village website and Instagram account after the mentoring sessions, the rise in media traffic compared to before the program, as well as positive testimonials from training participants who stated that the mentoring helped them better understand digital communication strategies, content production, and the effective use of media for village information and promotion.

**Keywords:** Village Digital Literacy, Village Information Media, Village Promotions Media

Hak Cipta ©2026 Penulis

This is an open access article under the CC BY-SA License.



### Penulis Korespondensi:

\*Silvia Riskha Fabriar

Email: [silviariskhaf@walisongo.ac.id](mailto:silviariskhaf@walisongo.ac.id)

Cara sitasi: Ni'mah, N., & Fabriar, S.R., & Fitri, A.N., & Pangestu, A.C. (2026). Peningkatan Literasi Digital Masyarakat dalam Pemanfaatan Media Digital untuk Informasi dan Promosi. ADMA : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 6(2), 257-272.

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara masyarakat memperoleh, mengolah, dan menyebarkan informasi. Literasi digital menjadi salah satu kemampuan utama yang harus dimiliki setiap individu dalam menghadapi tantangan dan peluang di era ini. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga melibatkan keterampilan berpikir kritis, evaluasi informasi, serta pemanfaatan media digital secara produktif dan bertanggung jawab (Gilster, 1997). Gilster juga menyatakan bahwa literasi digital harus lebih dari sekadar kemampuan untuk menggunakan sumber digital, namun juga pola atau cara berpikir (Bawden, 2008). Dengan demikian literasi digital meliputi beberapa kemampuan yakni teknis dan pola pikir kritis dalam memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi secara bijak di lingkungan digital.

Literasi digital dapat menjadi salah satu faktor penentu dalam pembangunan masyarakat berkelanjutan karena mampu meningkatkan partisipasi masyarakat, memperluas akses informasi, serta mendukung inklusi digital, terutama di wilayah pedesaan (Enyanto et al., 2024). Dalam konteks ini, literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan fungsional menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga kemampuan berkomunikasi, berinteraksi, dan berpikir kritis dalam menilai informasi (Naufal, 2021). Hal ini relevan dengan temuan Survei Indeks Literasi Digital Kominfo tahun 2023 yang menunjukkan bahwa aspek kemampuan kritis dalam mengelola informasi masih berada di skor 3,54, lebih rendah dibandingkan dimensi etika digital dan budaya digital. Data ini memperlihatkan bahwa masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan, masih membutuhkan penguatan pada kemampuan analitis dan evaluatif saat berinteraksi dengan informasi (Kementerian Komunikasi dan Digital, n.d.) Salah satu bentuk nyata dari penerapan literasi digital dalam pembangunan desa adalah melalui pemanfaatan media informasi dan promosi berbasis digital. Desa dapat memperkenalkan potensi unggulan lokal seperti produk pertanian, budaya, dan destinasi wisata melalui media sosial, situs web desa, dan platform digital lainnya. Media digital mampu menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk pasar global, sehingga membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat desa. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah desa untuk memiliki literasi media yang memadai agar dapat memanfaatkan teknologi digital secara efektif dalam mendukung transparansi informasi dan promosi potensi daerah.

Berbagai kegiatan pengabdian terkait literasi digital telah dilakukan di berbagai wilayah dan dengan beragam sasaran, seperti Program yang dilaksanakan tim KKN 252 Universitas Jember yang berhasil mewujudkan digitalisasi Desa Bendelan melalui pembuatan website, SAID, Wikipedia desa, dan pelatihan operator sebagai solusi atas kurangnya informasi digital desa (Rusdianto et al., 2022). Pelatihan literasi media juga berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan guru PAUD dan orang tua dalam memahami serta menerapkan tahapan pembelajaran literasi media untuk anak usia dini (Saepudin, 2023). Program pemberdayaan Pokdarwis melalui integrasi TikTok Afiliasi berhasil meningkatkan literasi digital, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong pendapatan ekonomi kreatif melalui pelatihan konten, optimalisasi algoritma, serta kolaborasi dengan kreator lokal (Ramadhanti et al., 2025). Senada

dengan hal ini, edukasi kemampuan literasi digital juga pernah dilakukan kepada guru dan tenaga perpustakaan sekolah untuk mengajarkan siswa tentang jenis informasi yang diperlukan, sumber informasi elektronik, metode untuk mencari informasi digital, dan evaluasi informasi (Kurnianingsih et al., 2017).

Pengembangan dan pendampingan literasi digital bagi remaja pernah dilakukan di Desa Gunungsari Sukabumi. Hasilnya, para remaja mampu menjaga privasi di dunia maya dan memiliki literasi digital yang baik. Sementara itu, kelompok orang tua sudah memiliki literasi digital dasar, terutama dalam upaya melindungi anak dari kecanduan internet (Candrasari et al., 2020). Selain itu, literasi digital kepada peserta didik juga pernah dilaksanakan di Desa Cimareme Kabupaten Garut yang bertujuan untuk mengajarkan penggunaan media sosial dengan lebih baik, membantu mengurangi ketimpangan teknologi di pedesaan, dan menanamkan karakter (Muhajir, 2022). Beberapa kegiatan juga telah menasar pengembangan media digital desa seperti website dan media sosial (Diwyarthi, 2023; Samboga et al., 2021). Berbeda dengan program-program serupa yang hanya menitikberatkan pada pembuatan media digital, kegiatan pengabdian ini diarahkan untuk mengoptimalkan website dan media sosial yang sudah dimiliki Desa Mlandi melalui pelatihan strategi konten, manajemen platform, dan teknik branding digital, agar mampu menjadi sarana publikasi dan promosi potensi desa yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan pendampingan guna meningkatkan kemampuan literasi digital pemerintah Desa Mlandi terhadap penggunaan media digital sebagai sarana publikasi informasi publik dan promosi potensi desa. Manfaat dari kegiatan ini diharapkan dapat membantu meningkatkan pengetahuan dan kesadaran pemerintah desa dalam mengelola media digital secara efektif sehingga mampu menciptakan desa yang informatif dan berdaya saing. Program ini juga mempunyai capaian secara terukur, antara lain melalui peningkatan jumlah konten digital yang dipublikasikan secara rutin (minimal 4 unggahan per bulan), peningkatan interaksi pada media sosial desa (jumlah like, komentar, share, atau jangkauan audiens), serta meningkatnya trafik kunjungan pada website desa dibandingkan sebelum pelaksanaan pendampingan.

## Metode

Pengabdian di Desa Mlandi ini dilaksanakan dengan pendekatan *Asset-Based Community Development (ABCD)*. Pendekatan ini mengidentifikasi kemampuan masyarakat dan memungkinkan mereka untuk mengelola aset, kekuatan, dan potensi mereka sendiri (Al-Kautsari, 2019; Febrina et al., 2024; García, 2020; Ibrahima, 2017; Russell, 2022). Metode ini menghasilkan perubahan dengan mengutamakan tujuan masyarakat dan membantu mereka mencapainya (Rinawati et al., 2022). Pengabdian ini berfokus pada aset yang telah dimiliki oleh Pemerintah Desa (Pemdes) Mlandi. Pemetaan aset Desa Mlandi dilakukan melalui observasi dan wawancara menggunakan pendekatan *ABCD*.

Hasil identifikasi menunjukkan lima kategori aset yang menjadi dasar intervensi, yaitu: (1) Modal manusia, berupa perangkat desa dan pemuda yang telah memiliki kemampuan dasar pengelolaan media digital sehingga menjadi sasaran utama pelatihan; (2) Modal alam, berupa

potensi pertanian, kopi, serta panorama alam “Swiss Van Java” yang layak diolah sebagai konten promosi digital; (3) Modal fisik, berupa website desa, akun Instagram, dan infrastruktur pendukung yang sudah tersedia namun belum dikelola secara konsisten; (4) Modal finansial, berupa dukungan dana desa yang memungkinkan keberlanjutan pengembangan layanan publik berbasis digital; dan (5) Modal sosial, berupa hubungan kolaboratif antarperangkat desa, pemuda, dan dukungan pihak eksternal seperti Diskominfo. Pemetaan ini menunjukkan bahwa desa telah memiliki modal kuat, namun membutuhkan peningkatan kapasitas dalam strategi pengelolaan media dan produksi konten sehingga intervensi pendampingan menjadi relevan.

Langkah yang ditempuh dalam metode *ABCD* terdapat 5 hal, yaitu 1) *Discovery* (identifikasi kekuatan), data dikumpulkan dengan cara wawancara dengan perangkat desa dan pemuda pengelola media digital dan observasi langsung untuk memetakan aset, keterampilan dan kemampuan, kondisi media digital, dan permasalahan literasi yang ada. 2) *Dream* (menyusun impian) dilakukan dengan diskusi dengan pemerintah desa (kades) dan tim pengelola media desa untuk menyusun visi dan arah pengembangan secara partisipatif. Tahap ini menghasilkan kesepakatan bersama mengenai posisi Desa Mlandi sebagai desa informatif dan melek digital dan menetapkan tujuan konkret seperti peningkatan konten di media yang mempunyai ciri khas desa. 3) *Design* (merancang tindakan) yaitu merancang kegiatan yang disusun pada tahap *dream*, dengan melakukan *Forum Group Discussion (FGD)* terbatas dengan pemerintah desa yang bertujuan untuk memastikan kegiatan pendampingan mampu menjawab kebutuhan dan permasalahan literasi digital di Mlandi. 4) *Define* (menentukan) dilakukan untuk memantapkan indikator keberhasilan dan membagi tugas dan peran setiap aset SDM, yaitu perangkat desa sebagai penanggung jawab operator media, pemuda sebagai kreator konten, tim pengabdian sebagai fasilitator pendampingan, dan Diskominfo Wonosobo sebagai mitra teknis peningkatan kapasitas. 5) *Destiny* (memastikan) yaitu tahap yang menentukan keberhasilan kegiatan. Tahap ini adalah *action*, pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dengan *Forum Group Discussion (FGD)* dengan pemerintah desa, pemuda Mlandi dan perwakilan siswa MTs/SMP dan SMK Mlandi. Selain itu, tim juga melakukan monitoring dan evaluasi berupa penilaian ketercapaian capaian tiap tahapan, audit jumlah konten sebelum dan sesudah pendampingan, penilaian peningkatan interaksi pada media sosial desa, dan pengumpulan umpan balik peserta melalui kuesioner setelah pelatihan.

## Pembahasan

Pengabdian dilakukan di Desa Mlandi, Kecamatan Garung, Kabupaten Wonosobo yang memiliki potensi pertanian, peternakan, kopi, sansiviera, dan UMKM. Namun, sebagian besar warganya bekerja sebagai petani dan belum menyadari nilai strategis potensi yang dimiliki. Desa ini sudah memiliki website desa dan akun Instagram aktif yaitu @mlanditorium, tapi pengelolaannya belum optimal, konten belum konsisten, dan tidak secara maksimal digunakan untuk mempromosikan potensi desa. Selain itu, terdapat komunitas petani muda yang dikenal sebagai petani milenial dengan akun Instagram @petaninyasnyus yang aktif mempromosikan kegiatan pertanian Mlandi, dan akun @pik.r\_desamlandi, yang juga beberapa kali mempromosikan kegiatan di desa. Selain itu, pemanfaatan media digital belum berjalan secara terencana dan

terpadu sehingga dampaknya terhadap promosi desa masih terbatas.

Kesiapan digital Desa Mlandi sebelum program berada pada kategori menengah. Infrastruktur digital sudah tersedia, tetapi belum didukung perencanaan konten, analisis audiens, dan strategi komunikasi yang sistematis. Aparatur desa dan pemuda memiliki kemampuan operasional teknologi, namun belum memosisikan media digital sebagai sarana komunikasi strategis dan promosi potensi lokal. Melalui pelatihan dan pendampingan, terjadi perubahan perilaku digital yang terukur, antara lain meningkatnya frekuensi unggahan, penggunaan kalender konten, serta peningkatan interaksi audiens pada platform media desa.

Dalam konteks tuntutan keterbukaan informasi publik dan strategi pengembangan desa digital menurut Permenkominfo No. 5 Tahun 2015, Desa Mlandi membutuhkan penguatan literasi digital agar dapat mengelola media sebagai sarana publikasi yang transparan dan promosi potensi desa yang berdampak pada kesejahteraan. Penerapan pendekatan ABCD dalam hal ini menunjukkan bahwa aset desa memiliki relevansi langsung terhadap transformasi digital yang terjadi. Modal manusia berupa pemuda dan perangkat desa menjadi penggerak utama setelah memperoleh peningkatan kapasitas dalam fotografi, pembuatan konten, serta manajemen unggahan. Modal alam seperti lanskap “Swiss van Java”, hasil pertanian, dan kekhasan budaya kemudian diolah menjadi materi visual yang memperkuat narasi branding Desa Mlandi sebagai desa wisata dan desa informatif. Modal fisik berupa website dan media sosial yang sebelumnya hanya berfungsi sebagai sarana publikasi dasar kini menjadi kanal komunikasi dua arah, sementara modal sosial berupa jejaring desa, perguruan tinggi, UMKM, dan Diskominfo meningkatkan legitimasi, memperluas akses pendampingan, dan membangun tata kelola media yang lebih terstruktur (Fatkhullah et al., 2021).

Tahapan pengabdian literasi digital di Desa Mlandi ini sebagai berikut:

#### 1. *Discovery* (Identifikasi Aset dan Masalah)

Tahap ini dimulai dari survey awal yang dilakukan dengan wawancara dengan kepala desa, pemuda dan tim yang memegang akun media desa untuk memetakan potensi dan aset. Tim pengabdian juga melakukan observasi secara langsung ke Desa Mlandi untuk melihat kondisi masyarakat dan alam desa. Kegiatan awal ini menghasilkan temuan aset penting yaitu website desa yang sudah ada, akun Instagram aktif, generasi muda yang melek digital, potensi wisata Ngesong, yang dikenal dengan nama *Swiss Van Java*, pertanian dan UMKM kopi. Namun, aset tersebut belum dianggap penting oleh warga karena mayoritas mereka fokus bertani. Website desa juga belum optimal, sangat minim konten berkala, tampilan kurang menarik, dan tidak update sampai saat tim pengabdian berada dalam rentang pengabdian ini. Selain itu, media sosial Instagram dan Facebook juga tidak konsisten update. Temuan tersebut kemudian menjadi dasar tim untuk merancang FGD dan pelatihan literasi digital sebagai intervensi awal untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan digital masyarakat.

Tahap *Discovery* memperlihatkan bahwa Desa Mlandi memiliki digital infrastructure readiness yang cukup baik tetapi belum diikuti digital mindset readiness. Artinya, kesiapan teknologi tidak langsung mengarah pada pemanfaatan strategis tanpa dukungan

kapasitas sumber daya manusia dan perubahan pola pikir (Hartati, 2020; Putra, 2024). Identifikasi masalah pada tahap ini menjadi landasan penting untuk merancang solusi yang bukan hanya menambahkan keterampilan teknis, tetapi juga meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap nilai ekonomi dan sosial dari adanya publikasi digital.

## 2. *Dream* (Merumuskan Impian atau Visi)

Pada tahap *dream*, masyarakat Desa Mlandi bersama tim pengabdian merumuskan visi kolektif untuk menjadikan desa mereka sebagai desa informatif sekaligus destinasi digital yang dikenal luas. Diskusi dan sharing dilakukan dengan perangkat desa, pemuda, dan komunitas lokal untuk menggali impian bersama, seperti website desa menjadi pusat informasi, akun Instagram lebih aktif mempromosikan wisata dan produk lokal, dan generasi muda berperan sebagai agen digital desa. Hal ini diperkuat dengan adanya tawaran kerjasama dari Diskominfo Wonosobo yang memberikan kesempatan warga Mlandi belajar langsung tentang literasi digital, strategi konten, dan promosi di kantor Diskominfo. Program ini menjadi bagian dari harapan masyarakat agar tidak hanya sekadar mengenal teknologi, tetapi juga mampu memanfaatkannya secara optimal untuk memajukan promosi wisata serta produk-produk unggulan desa. Kolaborasi dengan Diskominfo Wonosobo memberikan dukungan pelatihan strategis mengenai literasi digital, teknik produksi konten, dan manajemen media sosial, sehingga harapan masyarakat untuk memanfaatkan teknologi secara optimal semakin terarah dan realistis. Dukungan ini tidak hanya membuka akses terhadap sumber daya pelatihan digital yang lebih lengkap, tetapi juga menjadi pemantik inspirasi bagi warga Desa Mlandi untuk terus bermimpi besar dan berani menggali potensi desa melalui pemanfaatan teknologi digital.

Tahap *Dream* menunjukkan adanya penguatan visi bersama (*shared vision*) dalam pendekatan *ABCD*. Ini mengubah perspektif masyarakat dari “memiliki media” menjadi “memiliki tujuan strategis digital”. Tahap *dream* menandai pergeseran dari pemahaman teknis menjadi komitmen kolektif untuk mengubah tata kelola komunikasi desa. Keterlibatan Diskominfo juga membantu desa mendapatkan akses ke pembelajaran, pendampingan teknis, dan jaringan profesional, yang mempercepat proses transformasi digital. Kehadiran mitra resmi pemerintah ini memberikan legitimasi dan sekaligus meningkatkan keseriusan program (Sudirwo, 2020; Titisari et al., 2023). Masyarakat tidak lagi memandang pengelolaan media sebagai tugas individual, tetapi sebagai tugas bersama yang didukung oleh kapasitas, pelatihan, dan jaringan kelembagaan.

## 3. *Design* (Rancangan program pendampingan literasi digital)

Pada tahap ini, langkah awal tim adalah menyusun rencana kerja yang mencakup penguatan literasi digital, pembuatan konten kreatif, dan pengelolaan platform digital. Program ini melibatkan partisipasi kelompok masyarakat dengan peran yang spesifik yaitu pemuda sebagai kreator konten, perangkat desa sebagai pengelola administrasi digital, dan pelaku UMKM sebagai penyedia informasi produk lokal. Kegiatan dilaksanakan melalui *Focus Group Discussion (FGD)*, pelatihan, dan praktik langsung seperti pelatihan pembuatan konten promosi dan simulasi pengelolaan media sosial desa. Seluruh rangkaian kegiatan dijadwalkan secara bertahap dari bulan pertama hingga bulan kelima dengan memper-

timbangkan karakteristik modal manusia dan modal alam yang telah teridentifikasi pada tahap Discovery. Salah satu temuan penting dari tim pengabdian adalah adanya potensi wisata alam yang dikelola oleh pemuda desa, yang sangat mendukung pengembangan konten promosi berbasis potensi lokal.

Kolaborasi dengan pihak luar juga menjadi elemen penting dalam memperkuat implementasi program. Salah satu kolaborasi strategis adalah dengan Diskominfo Kabupaten Wonosobo yang menawarkan program kunjungan edukatif bertema “Goes to Diskominfo”, untuk memberikan kesempatan masyarakat Desa Mlandi untuk belajar langsung tentang pengelolaan informasi digital. Kolaborasi dengan Diskominfo ini memberikan manfaat yang signifikan karena memungkinkan pengetahuan praktis diajarkan dari institusi yang memiliki keahlian dalam tata kelola media digital pemerintahan. Dalam konteks ABCD, kerja sama ini berfungsi sebagai *leverage asset* yaitu aset eksternal yang meningkatkan kemampuan internal desa (Abdillah, 2024; Saripudin et al., 2024; Somantri et al., 2021). Peningkatan pengetahuan peserta tentang teknik pengelolaan media, seperti manajemen unggahan, menentukan tujuan konten, dan membaca interaksi media digital, dapat dilihat. Artinya, tahap desain tidak hanya membuat program pelatihan, tetapi juga mengubah cara komunikasi desa berkomunikasi dari berbasis individu menjadi berbasis sistem, dengan kerangka kerja yang lebih jelas dan berfokus pada pencapaian.

Kolaborasi ini diintegrasikan ke dalam rencana pelatihan lanjutan, termasuk kunjungan ke kantor Diskominfo untuk belajar tentang strategi pengelolaan konten digital, promosi, dan manajemen data. Dengan dukungan dari sumber daya eksternal ini, tahap design memastikan bahwa program literasi digital Desa Mlandi disusun secara terpadu dan berkelanjutan. Selanjutnya, tim pengabdian mendampingi proses pembuatan video profil Desa Mlandi sebagai bagian dari pelatihan konten digital. Video ini akan menampilkan potensi desa, khususnya wisata dan alamnya. Kegiatan ini melibatkan pemuda, pemerintah desa, dan fasilitator profesional. Proses dokumentasi dan publikasi menjadi bagian penting dalam tahap ini. Seluruh kegiatan akan direkam melalui foto, video, dan laporan tertulis yang dapat digunakan untuk mempromosikan keberhasilan Desa Mlandi sebagai desa berbasis digital. Perencanaan yang menyeluruh dan partisipasi semua elemen masyarakat menjadikan tahap Design sebagai fondasi utama bagi keberhasilan dan keberlanjutan program literasi digital ini.

#### 4. Define (Pemantapan tujuan pelaksanaan pendampingan literasi digital)

Tahap *define* adalah tahapan memantapkan tujuan utama program, yaitu meningkatkan kemampuan literasi digital masyarakat agar website dan akun media sosial desa dapat dioptimalkan sebagai sarana publikasi informasi publik dan promosi potensi lokal secara profesional. Pada tahap ini pula disepakati indikator keberhasilan seperti meningkatnya jumlah konten website, hadirnya video profil desa yang dipublikasikan, dan aktifnya keterlibatan pemuda serta perangkat desa sebagai pengelola media digital. Tahapan ini memastikan bahwa setiap langkah yang diambil relevan dan berdampak langsung pada kemajuan Desa Mlandi dalam memanfaatkan teknologi digital. Program pendampingan yang diberikan kepada Desa Mlandi diantaranya:

- (a) *Focus Group Discussion (FGD)* dengan siswa siswi dari tingkat SMP, SMA, dan juga perwakilan dari Pemerintah Desa yang akan menjadi generasi agent of change. Sasaran program awal ini difokuskan pada kelompok pemuda, termasuk siswa-siswa sekolah, sebagai agen perubahan utama dan perangkat desa sebagai pengelola administratif. Kelompok muda itu diharapkan mampu membantu mewujudkan Mlandi menjadi desa yang informatif. Hal ini sebagai langkah awal yang dirumuskan untuk memberikan masyarakat keterampilan praktis yang langsung dapat diterapkan pada aset digital desa yang sudah ada.
  - (b) Kunjungan Diskominfo dan diskusi. Salah satu kegiatan yang merupakan rekomendasi sekaligus tawaran kepala Diskominfo Wonosobo pada saat *FGD* di Mlandi. Kegiatan ini dimaksudkan agar masyarakat Mlandi dapat melihat langsung praktik literasi digital, tidak hanya belajar teori. Setelah dua bulan, tim pengabdian merealisasikan rekomendasi tersebut, dengan intens mulai berkordinasi dengan staf Diskominfo yang ditunjuk. Pengabdian tindak lanjut ini mengundang masyarakat Desa Mlandi dari berbagai lini lembaga. Kegiatan ini bertajuk tour, berkunjung ke ruang-ruang kerja kantor Diskominfo.
  - (c) Pendampingan pembuatan video profil Desa Mlandi berkolaborasi dengan Mlanditorium (Pemerintah Desa dan lembaga atau komunitas yang ada Mlandi). Setelah peserta dibekali dengan penguatan literasi digital serta promosi dan kebutuhan keterbukaan informasi publik melalui acara *FGD* dan kegiatan kunjungan Diskominfo dan diskusi kreasi konten, mereka mengimplementasikan dengan membuat konten berupa video profil desa.
5. *Define* (Pelaksanaan program pendampingan literasi digital)

Tahap *Destiny* dalam program penguatan literasi digital di Desa Mlandi merupakan fase implementasi dan keberlanjutan yang bertujuan merealisasikan rencana yang telah disusun agar memberikan dampak nyata dan berkelanjutan. Pada tahap ini, terdapat tiga kegiatan utama yang dilaksanakan.

Kegiatan pertama adalah *Focus Group Discussion (FGD)* tentang penguatan literasi digital yang dilaksanakan pada Sabtu, 29 Juni 2024 di Madrasah Nurul Huda, Dusun Tedunan, Desa Mlandi. *FGD* ini diikuti oleh 35 peserta yang terdiri dari pelajar SMP dan MTs di Desa Mlandi, pelajar Mlandi yang bersekolah di SMK Garung, mahasiswa pengabdian, dan perwakilan Pemerintah Desa Mlandi. Acara berlangsung dari pukul 09.00 hingga 16.00 dengan menghadirkan tiga narasumber yakni Kepala Diskominfo Wonosobo dengan materi kebijakan dan dinamika literasi digital; akademisi menyampaikan sesi berbagi pengalaman tentang dasar literasi media, bahaya hoaks dan praktisi media menyampaikan materi optimalisasi media sosial (SMO). Kendala yang muncul dalam pelaksanaan *FGD* adalah sebagian besar peserta sebenarnya sudah memiliki pemahaman dasar tentang digital, namun cenderung pasif dalam memanfaatkan media digital. Mereka menggunakan smartphone hanya untuk keperluan dasar, tanpa mengoptimalkannya untuk berbagi atau mempublikasikan informasi secara aktif. Dari sisi teknis, kegiatan *FGD* berlangsung dengan baik dan lancar, meskipun sempat mengalami keterlambatan waktu mulai dari jadwal yang telah ditentukan.





Gambar 1. FGD penguatan Literasi Media di Tedunan, Mlandi

FGD ini menandai pergeseran pemahaman peserta tentang teknologi digital. Jika sebelumnya media sosial hanya digunakan untuk mengakses informasi, kegiatan ini memperkenalkan kerangka berpikir bahwa media digital dapat digunakan untuk menyebarkan informasi publik, mendokumentasikan kegiatan, dan mempromosikan potensi desa. Pergeseran ini signifikan karena menunjukkan bahwa peserta mulai memahami teknologi digital sebagai instrumen sosial yang membantu transparansi, partisipasi, dan penyediaan informasi publik (Isma et al., 2025; Windiasih, 2019). Pada tahap berikutnya, intervensi pelatihan lanjutan didasarkan pada kendala yang diidentifikasi, yaitu kecenderungan pemuda untuk berpartisipasi secara pasif dalam pembuatan konten.

Dua bulan setelah pelaksanaan FGD, kegiatan kedua yang dilakukan dengan tajuk “Mlandi Goes to Diskominfo.” Kegiatan ini bertujuan memperkuat hasil FGD sebelumnya melalui kunjungan langsung ke pusat pengelolaan komunikasi dan informasi di Kabupaten Wonosobo. Peserta dalam kegiatan dipetakan menjadi beberapa bagian, yang terdiri dari perwakilan pemerintah desa, Bumdes, UMKM, peserta FGD sebelumnya, dan konten kreator lokal. Kunjungan ke Diskominfo dilaksanakan pada 3 September 2024. Peserta Desa Mlandi dibagi ke dalam tiga tim yaitu tim website, tim UMKM, dan tim media sosial, dan tim mahasiswa dari KPI UIN Walisongo. Kegiatan ini adalah room tour ke berbagai divisi di lingkungan Diskominfo Wonosobo, seperti bidang informasi publik, layanan aduan bupati, pengelolaan server, serta media digital. Tujuan dari tur ini adalah untuk memberikan pengalaman langsung kepada peserta tentang sistem kerja dan tata kelola informasi pemerintah daerah sehingga literasi digital dipahami tidak sebatas konsep, tetapi juga praktik nyata di lapangan.

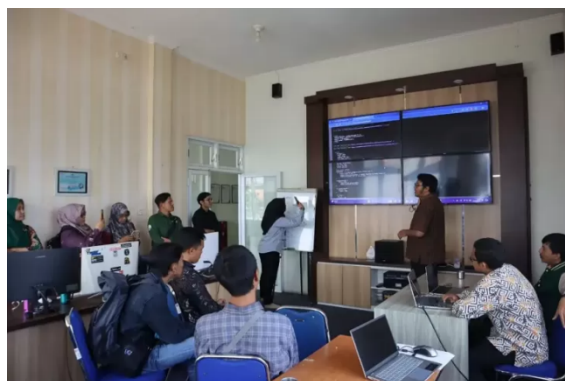
Peserta telah dibagi ke dalam tiga tim mengikuti kelas pelatihan sesuai minat dan kebutuhan masing-masing. 1) Kelas Media Sosial, di mana peserta tim media sosial peserta mendapatkan materi tentang strategi menjadi pengguna aktif media sosial, belajar menentukan tujuan penggunaan media (seperti personal branding atau promosi usaha), mengenali target audiens, pentingnya konsistensi unggahan, dan penggunaan konten variatif. Selain itu, mereka belajar memanfaatkan alat bantu seperti Canva dan Hootsuite. Penekanan juga diberikan pada pentingnya *call-to-action* yang jelas dan evaluasi berkala performa konten untuk perbaikan strategi di masa mendatang.

Sementara itu, di kelas coding, peserta diperkenalkan pada pembuatan website meng-



Gambar 2. Kelas Media Sosial yang diikuti Peserta Tim Media Sosial Mlandi

gunakan kode pemrograman sederhana dengan bantuan teknologi kecerdasan buatan (AI). Pemateri menunjukkan cara menggunakan ChatGPT untuk menghasilkan potongan kode HTML, CSS, atau JavaScript berdasarkan deskripsi singkat. AI juga digunakan untuk memberikan saran perbaikan kode, meningkatkan efisiensi, dan mengidentifikasi potensi bug. Peserta juga diajak memahami pentingnya pemilihan platform yang sesuai dengan tujuan pembuatan website. Kelas ini diarahkan untuk mendukung pengelolaan website desa, termasuk pembuatan aplikasi sederhana guna memperkenalkan potensi desa. Simulasi dilakukan dengan membuat prototipe website perpustakaan dan marketplace hasil pertanian desa.



Gambar 3. Kelas Coding yang diikuti Peserta Tim Website Mlandi

Di kelas AyoPromo, tim UMKM dari Mlandi belajar memanfaatkan platform digital AyoPromo yang dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Wonosobo. Platform ini dirancang untuk membantu para pelaku UMKM mempromosikan produk secara online. Peserta diajarkan mulai dari pembuatan akun, pengaturan produk, hingga cara promosi. Mereka juga melakukan praktik langsung dengan mendaftar sebagai penjual melalui menu “Daftar UMKM”.



Gambar 4. Kelas AyoPromo yang Diikuti Peserta Tim UMKM

Masyarakat Desa Mlandi mendapat manfaat dari pelatihan literasi digital yang diberikan melalui tiga kelas: media sosial, coding website, dan AyoPromo. Pelatihan ini meningkatkan kemampuan mereka untuk memanfaatkan teknologi secara strategis. Kelas media sosial mengubah pikiran peserta dari sekadar pengguna pasif menjadi pembuat konten untuk publikasi dan promosi desa, kelas coding memperkuat kemandirian pengelolaan website desa dengan keterampilan teknis dasar dan AI, dan kelas AyoPromo memberi UMKM peluang untuk memasarkan digital, sehingga produk lokal dapat dipromosikan di lebih banyak tempat. Secara keseluruhan, pelatihan ini membantu meningkatkan tata kelola komunikasi desa dan mengubah perilaku digital.

Setelah pelatihan selesai, peserta diajak mempraktikkan produksi konten langsung di studio web TV Diskominfo. Tujuan dari praktik ini adalah untuk menggunakan media digital untuk mempromosikan potensi Desa Mlandi. Praktik ini bukan hanya pengalaman teknis, tetapi juga menunjukkan bagaimana pemuda, perangkat desa, dan UMKM mulai berubah dari konsumen informasi menjadi produsen konten digital, yang berkontribusi pada tata kelola komunikasi desa.

Dokumentasi program bersama Diskominfo dibuat dan didistribusikan melalui berbagai platform instansi, media online, dan radio sebagai hasil dari tindak lanjut kolaborasi, seperti di akun Instagram @uinwalisongo, @kpiuinws, @fdkuinwalisongo, dan @diskominfowonosobo, serta disiarkan melalui Radio Pesona FM. Penyebaran ini menunjukkan bahwa jejaring komunikasi desa telah berkembang dan bahwa ada akses promosi yang lebih luas. Dengan bekerja sama, pengelolaan media menjadi lebih mahir, alur kerja produksi konten menjadi lebih terorganisir, dan governance digital mulai muncul, di mana aktor lokal memiliki peran, tugas, dan kemampuan untuk mengelola informasi desa secara mandiri. Setelah kegiatan berakhir, ada sesi diskusi kreasi konten, influencer muda, yang dapat membantu peserta lebih memahami dinamika algoritma, strategi penentuan konten yang menarik, dan perencanaan ide secara kolaboratif. Secara keseluruhan, hal ini meningkatkan kesiapan digital dan kemampuan strategis masyarakat untuk membuat konten yang lebih kompetitif.

Kegiatan ketiga sekaligus penutup dalam program penguatan literasi digital di Desa Mlandi adalah pendampingan pembuatan video profil desa. Hasil ini digunakan sebagai alat branding untuk mempromosikan potensi pertanian, bisnis kecil dan wisata alam Ngesong “Swiss

van Java”. Tim desa menyediakan talent, properti, dan pengoperasian drone, sementara tim pengabdian membuat naskah, voice over, dan editing. Semua proses produksi dilakukan secara kolaboratif. Setelah ide dan storyboard diputuskan melalui kerja sama pemerintah desa, pengambilan gambar dilakukan selama dua hari. Setelah itu, video divalidasi oleh ahli media sebelum diposting di Instagram @mlanditorium. Meskipun video ini belum ditampilkan di website resmi Desa Mlandi, ini merupakan langkah awal dalam mengembangkan citra digital desa.



Gambar 5. Unggahan Video Profil di Instagram Desa Mlandi

Tahap *Destiny* juga fokus memastikan keberlanjutan program dengan membangun sistem pendukung yang mandiri di Desa Mlandi. Pada tahap ini, kapasitas komunitas lokal, seperti kelompok pemuda yang melek internet dan penggerak UMKM, difasilitasi untuk membentuk tim pengelola konten yang bertanggung jawab atas akun media sosial dan website desa. Pelatihan lanjutan direncanakan untuk meningkatkan keterampilan spesifik, seperti pemasaran digital dan optimasi mesin pencari (SEO). Dokumentasi kisah sukses dan publikasi hasil program di media sosial menjadi strategi untuk menarik perhatian lebih luas dan membuka peluang kolaborasi dengan pihak eksternal lainnya. Dampaknya mulai terlihat melalui peningkatan aktivitas media desa secara nyata. Pada akhir 2024, akun Instagram @mlanditorium telah mencapai 667 pengikut dengan 374 unggahan, menunjukkan peningkatan aktivitas. Jarak unggahan lebih rapat dan story yang sering kali muncul. Akun ini aktif menyebarkan informasi terkait kegiatan desa, sosialisasi program, peringatan hari nasional, dan potensi wisata. Misalnya konten Gerakan Cuci Tangan Pakai Sabun, Pemberian Tablet Fe, Pelatihan Bugar Lansia berkolaborasi dengan Diskominfo Wonosobo, pengobatan ternak, dan berbagai event penting desa. Beberapa unggahan di akun @mlanditorium menunjukkan adanya kolaborasi

dengan @bppmarsuditanigarung, yang mencerminkan hubungan kerja sama aktif antarinstansi. Kolaborasi ini memperluas jangkauan audiens, karena konten dapat dilihat oleh pengikut kedua akun, sehingga meningkatkan visibilitas dan interaksi (Subhah Nafsyah et al., 2022; Uddin et al., 2024).

Keberlanjutan program ini juga dengan adanya kegiatan lanjutan, setelah pengabdian selesai, dengan Diskominfo Wonosobo "Pelatihan Digital Lansia" pada 27 September 2024. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan literasi digital mulai berjalan sendiri dan lebih terorganisir, karena upaya ini tidak lagi membutuhkan tim pengabdian. Perluasan sasaran dari generasi muda ke generasi tua menunjukkan bahwa ada transfer pengetahuan dan mekanisme regenerasi yang memperkuat pengelolaan digital desa. Selain meningkatkan keterampilan, kerja sama ini membangun jaringan kerja sama yang memungkinkan pertumbuhan ekonomi, budaya, dan wisata desa secara berkelanjutan.

Jumlah unggahan dan interaksi yang meningkat di akun media sosial menunjukkan bahwa pelatihan berhasil mengubah cara teknologi digunakan dari sekadar konsumsi menjadi alat untuk publikasi dan promosi desa. Perangkat desa juga mulai menunjukkan kemampuan mereka dengan pembagian peran, perencanaan konten, dan penerapan metode produksi hasil pelatihan. Adanya program lanjutan bersama Diskominfo yang diprakarsai oleh desa menandai proses kemandirian masyarakat dalam mengelola media digital. Program ini membawa perubahan perilaku dan penguatan tata kelola komunikasi digital yang berkelanjutan selain melakukan aktivitas teknis.

## Kesimpulan

Program penguatan literasi digital di Desa Mlandi menunjukkan hasil positif dengan meningkatnya pemanfaatan aset digital desa, terutama website dan akun Instagram @mlanditorium. Dengan menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development (ABCD)*, masyarakat terlibat secara langsung dalam proses pengelolaan media desa, yang tercermin pada indikator capaian seperti peningkatan jumlah unggahan konten, penggunaan kalender publikasi, dan pembagian peran yang lebih jelas antara perangkat desa, pemuda, dan pelaku UMKM. Hingga akhir 2024, akun Instagram desa mencapai 667 pengikut dan memproduksi lebih dari 370 unggahan, menunjukkan peningkatan ritme publikasi dan interaksi sebagai hasil dari pelatihan dan pendampingan. Indikasi keberlanjutan juga terlihat dari kegiatan pelatihan digital yang dilakukan Diskominfo setelah program selesai tanpa keterlibatan tim pengabdian, menunjukkan mulai terbentuknya kemandirian dan tata kelola komunikasi digital yang lebih terstruktur.

Namun demikian, pendekatan *ABCD* masih menghadapi sejumlah keterbatasan metodologis. Keterbatasan pemahaman teknologi, kebiasaan digital pasif, dan rendahnya budaya unggah konten mempengaruhi kecepatan perubahan perilaku masyarakat sehingga hasil belum maksimal di semua segmen warga. Kegiatan penguatan ini memerlukan evaluasi kuantitatif berkala misalnya, evaluasi ini harus memantau trafik website, keterlibatan media sosial, dan bagaimana publikasi berdampak pada penjualan atau kunjungan wisata. Pelatihan lanjutan tentang SEO, cerita, dan analisis audiens, bersama dengan penciptaan SOP dan tata kelola

digital yang lebih jelas untuk memastikan konsistensi dan mekanisme regenerasi, sangat penting dilakukan untuk meningkatkan tim pengelola. Kemitraan eksternal harus terus diperluas dengan Diskominfo, perguruan tinggi, media lokal, dan komunitas kreatif agar peningkatan literasi digital menjadi lebih berkelanjutan. Dengan demikian, program ini tidak hanya menghasilkan hasil teknis, tetapi juga membangun dasar untuk perubahan perilaku, tata kelola komunikasi, dan ekosistem literasi digital desa yang lebih kuat sebagai bagian dari transformasi digital yang lebih matang.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang atas dukungan dan kepercayaan yang telah diberikan melalui hibah Pengabdian kepada Masyarakat tahun 2024, atas nama Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Diskominfo Wonosobo atas dukungan dan kerjasama yang telah diberikan. Selanjutnya, penulis menyampaikan penghargaan kepada Pemerintah Desa dan masyarakat Mlandi atas izin, bantuan, partisipasi yang telah mendukung kelancaran kegiatan ini.

### Daftar Pustaka

- Abdillah, F. R. (2024). Urgensi Kolaborasi Stakeholder dalam Peningkatan Kualitas Layanan Publik. *Jurnal Intervensi Sosial dan Pembangunan (JISP)*, 5(1), 98–109. <https://doi.org/10.30596/jisp.v5i1.14736>
- Al-Kautsari, M. M. (2019). ASSET-BASED COMMUNITY DEVELOPMENT : STRATEGI PENGEMBANGAN MASYARAKAT. *Empower : Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 259–278. <https://doi.org/10.24235/empower.v4i2.4572>
- Bawden, D. (2008). Origins and Concepts of Digital Literacy. *Digital Literacies - Concepts, Policies, and Practices*, 17–32.
- Candrasari, Y. C., Claretta, D., & Sumardjajiti. (2020). Pengembangan Dan Pendampingan Literasi Digital Untuk Peningkatan Kualitas Remaja Dalam Menggunakan Internet. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 611–618. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i4.4003>
- Diwyarhi, N. D. M. S. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial dalam Peningkatan Promosi Desa Wisata Bongan Kabupaten Tabanan Bali. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 300–310. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v1i4.157>
- Enyanto, M. E., Akbar, B. A., & Rachman, I. F. (2024). PERAN LITERASI DIGITAL DALAM PENCAPAIAN SDGS 2030: PERSFEKTIF PENDIDIKAN & PENGEMBANGAN MASYARAKAT. *JIP: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(6), 944–954. <https://jip.joln.org/index.php/pendidikan/article/view/244>
- Fatkhullah, M., Mulyani, I., & Imawan, B. (2021). Strategi Pengembangan Masyarakat Petani Lahan Gambut melalui Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Analisis Pen-

- dekatan Penghidupan Berkelanjutan. *Journal of Social Development Studies*, 2(2), 15–29. <https://doi.org/10.22146/jsds.2186>
- Febrina, R., Marta, A., Amin, R. M., & Hadi, S. (2024). Economic development and the rural environment: BUMDES development strategy. *E3S Web of Conferences*, 506, 02005. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202450602005>
- García, I. (2020). Asset-Based Community Development (ABCD): Core principles. <https://doi.org/10.4337/9781788118477.00010>
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. Wiley Computer Pub. New York.
- Hartati, I. (2020). STRATEGI PEMBANGUNAN SDM KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA DALAM MENGHADAPI TANTANGAN ERA DISRUPSI 4.0. *Jurnal BPPK : Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan*, 13(1), 109–129. <https://doi.org/10.48108/jurnalbppk.v13i1.493>
- Ibrahima, A. B. (2017). Asset Based Community Development (ABCD): An alternative path for community development. In *Transforming Society* (pp. 229–240). Routledge.
- Isma, Y. S., Kardiati, D., Muslem, M., Fadhillah, S. K., KN, J., Akmal, F., & Chairunnisak, S. (2025). Transformasi Digital sebagai Instrumen untuk Memperluas Aksesibilitas Layanan Publik. *Journal of Administrative and Social Science*, 6(2), 66–77.
- Kementerian Komunikasi dan Digital. (n.d.). Kementerian Komunikasi dan Digital. <https://www.komdigi.go.id/berita/siaran-pers/detail/siaran-pers-no-49-hm-kominfo-04-2023-tentang-tingkatkan-literasi-digital-sektor-pemerintahan-lewat-asn-makin-cakap-digital>
- Kurnianingsih, I., Rosini, R., & Ismayati, N. (2017). Upaya Peningkatan Kemampuan Literasi Digital Bagi Tenaga Perpustakaan Sekolah dan Guru di Wilayah Jakarta Pusat Melalui Pelatihan Literasi Informasi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 3(1), 61. <https://doi.org/10.22146/jpkm.25370>
- Muhajir, S. N. (2022). Literasi Digital: Sebuah Kajian Pengabdian kepada Masyarakat. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 110–117.
- Naufal, H. A. (2021). Literasi digital. *Perspektif*, 1(2), 195–202.
- Putra, S. A. (2024). Integrasi Strategis: Pengaruh Implementasi Teknologi Informasi terhadap Efisiensi Pengelolaan Sumber Daya Manusia. *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 2614–3259. <https://doi.org/doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1497>
- Ramadhanti, G. A., Idris, I., Holisah, S., & Artikel, R. (2025). Pemanfaatan afiliasi tiktok sebagai strategi digitalisasi bisnis untuk peningkatan ekonomi lokal. 8(204), 307–323. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v8i2.23306>
- Rinawati, A., Arifah, U., & H, A. F. (2022). Implementasi Model Asset Based Community Development (ABCD) dalam Pendampingan Pemenuhan Kompetensi Leadership Pengurus

- MWC NU Adimulyo. *Ar-Rihlah: Jurnal Inovasi Pengembangan Pendidikan Islam*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.33507/ar-rihlah.v7i1.376>
- Rusdianto, A. S., Sinatria, B. R., Anarki, B. G. R., Ramadhani, C. P. E., Pradana, D. A., Putri, D. R., Meilindasari, D. S., Siagian, L. L., Rizki, M. F., & Hidayat, M. N. (2022). Digitalisasi Informasi Desa Bendelan Melalui Program Desa Digital Terintegrasi Di Desa Bendelan Bondowoso. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(6), 727–733.
- Russell, C. (2022). *Asset-based community development (ABCD): Looking back to look forward*. eBook Partnership.
- Saepudin, E. (2023). Literasi Media Sebagai Sarana Pembelajaran Anak Usia Dini. *Dharmakarya*, 12(2), 189. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v12i2.37432>
- Samboga, R., Alifani, M. T., & Rahma, D. H. (2021). Pengembangan Website Desa Sebagai Media Informasi Pengenalan Potensi Desa Patokpicias Kecamatan Wajak Kabupaten Malang. *Jurnal Graha Pengabdian*, 3(4), 345. <https://doi.org/10.17977/um078v3i42021p345-351>
- Saripudin, U., Madjakusumah, D. G., Handri, H., Ihwanudin, N., Nurrachmi, I., Efendi, N., Yuristama, A. P., & Hoerurohman, A. (2024). Pendampingan dan Pemberdayaan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) Mekarmukti melalui Metode Asset Based Community Development. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 209–220. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v2i2.248>
- Somantri, S., Wiharta, W., & Amaliyah, A. (2021). Model Kerjasama Menuju Masyarakat Gemah Ripah Repeh Rapih Desa Palir dengan Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD). *Etos: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 81–92.
- Subhah Nafsyah, A., Rahayu Maulidyah, S., Srirazki Nurlia, A., & Putri Adhyanti, W. (2022). Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1–11.
- Sudirwo. (2020). Implementasi Program Kemitraan BUMN terhadap Pemberdayaan UMKM di Kota Banjarbaru. *JIEB: jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(1), 60–73.
- Titisari, K. H., Dewi, R. R., Rachmawatie, S. J., Oktyajati, N., & Junaidi, A. (2023). Kegiatan Pendampingan oleh Tim Pendamping Perguruan Tinggi Menuju SMK Pusat Keunggulan. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(2), 621–628. <https://doi.org/10.54082/jamsi.683>
- Uddin, B., Maharani, A. Z., & Baren, K. W. A. (2024). Pemanfaatan Fitur Instagram untuk Efektivitas Komunikasi. *Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi (JNKTI)*, 7(6), 1505–1510.
- Windiasih, R. (2019). Komunikasi Pembangunan di Era Digital melalui e-Government dalam Pelayanan Publik dan Pemberdayaan. *Journal of Extension and Development*, 1(1), 14–21.