

## Optimalisasi Website Dan Media Sosial Desa Ranubedali Kabupaten Lumajang

**Rio Febriannur Rachman\*<sup>1</sup>, Buyung Pambudi<sup>2</sup>, Eko Pamuji<sup>3</sup>, Gilang Gusti Aji<sup>4</sup>, Aditya Fahmi Nurwahid<sup>5</sup>, Ade Firmannandya<sup>6</sup>, Putri Aisyiyah Rachma Dewi<sup>7</sup>, Jordan Hisahito Putra Nugroho<sup>8</sup>, Benediktus Feilix Aditya<sup>9</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

\*<sup>1</sup>e-mail: [riorachman@unesa.ac.id](mailto:riorachman@unesa.ac.id)

### Abstrak

*Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengoptimalkan pemanfaatan website dan media sosial dalam mendukung promosi, komunikasi publik, dan pengembangan potensi Desa Ranubedali, Kabupaten Lumajang. Meskipun desa memiliki berbagai potensi wisata, budaya, dan ekonomi lokal yang menjanjikan, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan penyebaran informasi masih belum optimal. Kegiatan ini menggunakan pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA) yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam proses identifikasi kebutuhan, pemetaan potensi desa, perencanaan program, pelaksanaan kegiatan, serta evaluasi hasil pengabdian. Tahapan kegiatan meliputi pemetaan partisipatif, forum diskusi bersama masyarakat, pelatihan pengelolaan website dan media sosial, pendampingan produksi konten digital, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa proses partisipatif mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi desa yang dimiliki sekaligus memperkuat kapasitas warga dalam mengelola media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi publik. Website dan media sosial desa berkembang sebagai instrumen yang mendukung branding desa, promosi wisata, publikasi produk UMKM, serta penyebaran informasi kepada masyarakat luas. Temuan ini menunjukkan bahwa optimalisasi media digital berbasis partisipasi masyarakat dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendukung pembangunan desa yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.*

**Kata kunci:** Participatory Rural Appraisal (PRA); Desa wisata; Media digital; Optimalisasi website; Pemberdayaan masyarakat

### Abstract

*This community service project aims to optimize the utilization of websites and social media to support promotion, public communication, and local potential development in Ranubedali Village, Lumajang Regency. Although the village possesses considerable tourism, cultural, and economic resources, the use of digital media for information dissemination and promotional activities remains limited. This program employed the Participatory Rural Appraisal (PRA) approach, which positions community members as active participants in identifying communication needs, mapping village potentials, planning activities, implementing programs, and evaluating outcomes. The activities included participatory mapping, community discussion forums, website and social media management training, digital content development assistance, as well as monitoring and evaluation. The findings indicate that the participatory process enhanced community awareness of local potentials while strengthening residents' capacity to manage digital communication platforms. Village websites and social media subsequently functioned as strategic tools for destination branding, tourism promotion, local product marketing, and public information dissemination. The results suggest that community-based digital media optimization can serve as an effective strategy for supporting inclusive, adaptive, and sustainable rural development.*

**Keywords:** Participatory Rural Appraisal (PRA); Village of tourism; Digital media; Website optimization; Community empowerment

## 1. PENDAHULUAN

Desa merupakan entitas penting dalam struktur pembangunan nasional yang menyimpan beragam potensi ekonomi, sosial, dan budaya (Widjaya & Damayanti, 2025). Potensi tersebut meliputi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), sektor pariwisata lokal, hingga sumber daya

alam seperti pertanian dan perkebunan (Susanti & Kurniati, 2025). Dalam banyak kasus, potensi desa belum tergali dan terkelola secara optimal akibat keterbatasan akses informasi, kapasitas sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi yang masih minim (Rofiah, 2021). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki dengan tingkat pemanfaatannya dalam mendorong kesejahteraan masyarakat desa.

Desa merupakan entitas strategis dalam pembangunan nasional yang menyimpan beragam potensi ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan yang dapat menjadi modal penting bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat (Widjaya & Damayanti, 2025). Potensi tersebut mencakup usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), sektor pariwisata berbasis alam dan budaya, serta sumber daya lokal yang memiliki nilai ekonomi dan sosial bagi masyarakat desa (Susanti & Kurniati, 2025). Namun demikian, berbagai potensi tersebut sering kali belum terkelola dan terpublikasikan secara optimal akibat keterbatasan akses informasi, kapasitas sumber daya manusia, serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung komunikasi publik dan promosi wilayah (Rofiah, 2021). Kondisi ini menyebabkan kesenjangan antara potensi yang dimiliki desa dengan tingkat pemanfaatannya sebagai instrumen pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Rachman et al., 2025).

Fenomena tersebut juga dapat ditemukan di Desa Ranubedali, Kecamatan Ranuyoso, Kabupaten Lumajang. Desa ini memiliki sejumlah potensi strategis yang meliputi objek wisata alam Ranu Bedali, berbagai produk UMKM lokal, kekayaan budaya masyarakat, serta sektor perkebunan yang menjadi sumber penghidupan utama warga. Selain itu, Desa Ranubedali berada dalam kawasan segitiga ranu yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata berbasis komunitas dan kawasan ekonomi kreatif. Akan tetapi, berbagai potensi tersebut belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat luas karena keterbatasan promosi dan komunikasi publik yang dilakukan secara berkelanjutan. Dalam konteks tersebut, pemanfaatan media digital, khususnya website dan media sosial desa, menjadi instrumen penting untuk memperluas jangkauan informasi, memperkuat branding desa, dan meningkatkan visibilitas berbagai potensi lokal yang dimiliki masyarakat (Rachman, 2022).

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat mengakses, memproduksi, dan mendistribusikan informasi. Dalam konteks komunikasi pembangunan, media digital tidak lagi dipahami sekadar sebagai saluran penyampaian informasi, melainkan sebagai ruang interaksi yang memungkinkan terjadinya dialog, partisipasi, dan kolaborasi antara pemerintah desa dan masyarakat (Wahyuningsih & Rachman, 2021). Website dan media sosial desa memiliki peran penting sebagai media informasi publik, sarana promosi wisata dan UMKM, serta ruang komunikasi yang dapat memperkuat hubungan antara pemerintah desa dengan masyarakat maupun pihak eksternal seperti wisatawan, investor, dan pemerintah daerah. Oleh karena itu, pengelolaan media digital desa yang efektif menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung pembangunan desa yang lebih terbuka, partisipatif, dan berkelanjutan.

Pemanfaatan website dan media sosial desa juga memiliki relevansi yang kuat dalam mendukung tata kelola pemerintahan yang transparan dan akuntabel (Anam, 2025). Informasi mengenai program pembangunan, pelayanan publik, kegiatan masyarakat, serta berbagai potensi desa dapat diakses secara lebih luas melalui platform digital. Selain meningkatkan keterbukaan informasi publik, media digital juga memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi secara lebih aktif dalam proses komunikasi pembangunan. Dalam perspektif social media engagement, keberhasilan pemanfaatan media digital tidak hanya ditentukan oleh keberadaan platform komunikasi, tetapi juga oleh kemampuan pengelola dalam membangun interaksi, partisipasi, dan keterlibatan audiens melalui konten yang relevan dan bermakna (Brodie et al., 2013).

Meskipun demikian, keberhasilan optimalisasi website dan media sosial desa tidak semata-mata ditentukan oleh aspek teknologi. Banyak program digitalisasi desa mengalami kendala keberlanjutan karena pengelolaan media digital masih bergantung pada segelintir individu atau perangkat desa, sementara keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan dan pengelolaan masih relatif terbatas. Akibatnya, website dan media sosial sering kali tidak diperbarui secara berkala, kurang mencerminkan kebutuhan informasi masyarakat, serta belum mampu menampilkan potensi lokal secara optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan media digital desa memerlukan pendekatan yang tidak hanya berfokus pada

teknologi, tetapi juga pada penguatan partisipasi masyarakat sebagai aktor utama pembangunan desa.

Dalam konteks tersebut, Participatory Rural Appraisal (PRA) menjadi pendekatan yang relevan untuk digunakan. PRA merupakan pendekatan partisipatif yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses identifikasi masalah, pemetaan kebutuhan, pengambilan keputusan, serta perencanaan pembangunan desa (Chambers, 1994). Pendekatan ini menekankan pentingnya pembelajaran bersama antara masyarakat dan pendamping sehingga program yang dirancang benar-benar berangkat dari kebutuhan, pengalaman, serta pengetahuan lokal yang dimiliki masyarakat. Melalui PRA, masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat program, tetapi juga berperan aktif dalam menentukan arah dan strategi pengembangan yang dianggap paling sesuai dengan kondisi lokal.

Penerapan PRA dalam optimalisasi website dan media sosial Desa Ranubedali memungkinkan masyarakat untuk terlibat secara langsung dalam mengidentifikasi kebutuhan komunikasi, memetakan potensi desa yang perlu dipromosikan, menentukan strategi pengelolaan media digital, serta mengevaluasi efektivitas program yang dijalankan. Pendekatan ini juga membuka ruang dialog yang lebih luas antara pemerintah desa, kelompok pemuda, pelaku UMKM, kelompok sadar wisata, dan masyarakat umum sehingga pengembangan media digital dapat dilakukan secara kolaboratif dan berkelanjutan. Dengan demikian, website dan media sosial desa tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi publik yang merepresentasikan kebutuhan dan aspirasi masyarakat secara lebih inklusif.

Optimalisasi website dan media sosial desa juga perlu dipahami dalam konteks transformasi digital yang semakin berkembang di tingkat lokal (Kaplan & Haenlein, 2012). Transformasi tersebut tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga menyangkut perubahan pola komunikasi, budaya informasi, dan keterlibatan masyarakat dalam proses produksi pengetahuan. Keberadaan platform digital memungkinkan masyarakat desa untuk tidak lagi sekadar menjadi penerima informasi, melainkan juga menjadi produsen informasi yang secara aktif membangun narasi mengenai identitas, potensi, dan masa depan desanya. Dalam konteks ini, media digital berperan sebagai ruang representasi sosial yang memungkinkan masyarakat membangun citra dan posisi desa dalam lanskap digital yang lebih luas.

Selain itu, media digital memiliki peran strategis dalam membangun branding desa. Branding desa tidak hanya berkaitan dengan promosi wisata atau produk lokal, tetapi juga menyangkut pembentukan identitas kolektif yang merepresentasikan nilai, budaya, dan karakteristik khas masyarakat setempat. Melalui pengelolaan konten yang konsisten dan berbasis partisipasi masyarakat, website dan media sosial dapat menjadi instrumen penting dalam membangun citra positif desa sekaligus memperkuat daya saing wilayah (Nasrullah, 2014). Dalam konteks Desa Ranubedali, strategi branding yang didukung oleh partisipasi masyarakat berpotensi meningkatkan daya tarik wisata, memperluas pasar produk lokal, dan memperkuat posisi desa sebagai destinasi wisata berbasis komunitas.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengoptimalkan pemanfaatan website dan media sosial Desa Ranubedali melalui pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA). Pendekatan ini digunakan untuk memfasilitasi keterlibatan masyarakat dalam mengidentifikasi kebutuhan komunikasi, memetakan potensi desa yang dapat dipromosikan melalui media digital, serta menyusun strategi pengelolaan website dan media sosial yang lebih partisipatif, berkelanjutan, dan sesuai dengan konteks lokal. Dengan demikian, optimalisasi media digital diharapkan tidak hanya meningkatkan promosi potensi desa, tetapi juga memperkuat kapasitas masyarakat, mendorong partisipasi publik, dan mendukung pembangunan desa yang inklusif serta berkelanjutan (Nasrullah, 2017).

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA) sebagai kerangka utama dalam proses identifikasi kebutuhan, perencanaan program, pelaksanaan kegiatan, serta evaluasi hasil pengabdian. Pendekatan ini dipilih karena

memungkinkan masyarakat berperan aktif dalam setiap tahapan kegiatan sehingga keputusan yang dihasilkan lebih sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lokal. PRA menekankan pentingnya pembelajaran bersama (mutual learning), dialog partisipatif, serta pengambilan keputusan yang berbasis pada pengalaman dan pengetahuan masyarakat setempat (Chambers, 1994).

Lokasi kegiatan berada di Desa Ranubedali, Kecamatan Ranuyoso, Kabupaten Lumajang. Desa ini dipilih karena memiliki potensi wisata alam, produk UMKM, dan sumber daya sosial yang cukup besar, namun pemanfaatan website dan media sosial desa sebagai sarana promosi dan komunikasi publik masih belum optimal. Kegiatan melibatkan berbagai unsur masyarakat, meliputi perangkat desa, pengelola website desa, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM, karang taruna, serta tokoh masyarakat yang memiliki keterkaitan dengan pengembangan potensi desa.



Gambar 1. Tim bersama warga setempat

Pelaksanaan PRA dilakukan melalui beberapa tahapan (Chambers, 1997). Tahap pertama adalah identifikasi kondisi awal dan pemetaan kebutuhan masyarakat. Pada tahap ini tim pengabdian melakukan observasi lapangan, diskusi kelompok, dan wawancara dengan berbagai pemangku kepentingan desa untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi pengelolaan website dan media sosial yang telah berjalan. Proses ini tidak hanya digunakan untuk mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi, tetapi juga untuk memetakan peluang pengembangan media digital yang dianggap penting oleh masyarakat. Pendekatan partisipatif semacam ini memungkinkan masyarakat terlibat secara langsung dalam proses analisis situasi dan perumusan prioritas program (Cornwall & Jewkes, 1995).

Tahap kedua berupa perencanaan program secara kolaboratif. Berdasarkan hasil pemetaan kebutuhan, tim pengabdian bersama masyarakat menyusun agenda kegiatan yang meliputi penguatan kapasitas pengelola media digital desa, optimalisasi website desa, pengembangan strategi konten media sosial, serta penyusunan mekanisme pengelolaan informasi yang lebih terstruktur. Seluruh rencana kegiatan dibahas melalui forum partisipatif sehingga masyarakat memiliki kesempatan untuk menyampaikan aspirasi, kebutuhan, dan usulan yang dianggap relevan dengan kondisi desa.

Tahap ketiga merupakan pelaksanaan program. Kegiatan difokuskan pada peningkatan kapasitas masyarakat melalui penyuluhan, pelatihan, pendampingan teknis, dan praktik langsung pengelolaan website serta media sosial desa. Materi yang diberikan mencakup pengelolaan konten digital, teknik penulisan informasi publik, dasar-dasar fotografi dan videografi untuk promosi desa, pengelolaan media sosial, serta strategi publikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens digital. Selain itu, dilakukan pendampingan dalam penyusunan konten yang menampilkan potensi wisata, produk UMKM, kegiatan masyarakat, serta informasi pelayanan publik desa.

Tahap keempat berupa monitoring dan evaluasi partisipatif. Evaluasi dilakukan bersama masyarakat untuk menilai efektivitas kegiatan yang telah dilaksanakan, mengidentifikasi kendala yang masih dihadapi, serta merumuskan langkah tindak lanjut yang diperlukan. Dalam tahap ini masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai evaluator yang memberikan umpan balik terhadap program yang telah dijalankan. Hasil evaluasi kemudian digunakan sebagai dasar dalam menyusun strategi keberlanjutan pengelolaan website dan media sosial desa.

Pendekatan PRA dalam kegiatan ini diintegrasikan dengan berbagai bentuk kegiatan pengabdian yang meliputi pendidikan masyarakat, pelatihan teknis, difusi teknologi, fasilitasi komunikasi, dan pendampingan kelembagaan. Integrasi tersebut bertujuan memastikan bahwa peningkatan kapasitas masyarakat tidak berhenti pada aspek teknis penggunaan media digital, tetapi juga mencakup kemampuan mengelola informasi, membangun jejaring komunikasi, serta menjaga keberlanjutan pengelolaan media digital desa. Dengan demikian, website dan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga menjadi instrumen komunikasi publik yang mendukung pembangunan desa secara partisipatif dan berkelanjutan.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

| No | Waktu                   | Kegiatan   |
|----|-------------------------|--|
| 1  | 1-7 Mei 2026            | Observasi lapangan, koordinasi awal, dan pemetaan kebutuhan masyarakat                       |
| 2  | 8-14 Mei 2026           | Forum diskusi partisipatif bersama perangkat desa, Pokdarwis, karang taruna, dan pelaku UMKM |
| 3  | 15-25 Mei 2026          | Penyusunan program dan pelaksanaan pelatihan pengelolaan website dan media sosial            |
| 4  | 26-31 Mei 2026          | Pendampingan produksi konten digital dan evaluasi awal                                       |
| 5  | 1 Juni-31 Desember 2026 | Monitoring, evaluasi, dan pendampingan berkelanjutan secara luring maupun daring             |

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Desa Ranubedali di Kecamatan Ranuyoso menunjukkan konfigurasi sumber daya lokal yang relatif lengkap, mencakup dimensi alam, budaya, ekonomi, hingga kelembagaan desa. Berdasarkan penelusuran terhadap website resmi desa, potensi tersebut tidak hanya bersifat statis sebagai aset, tetapi juga dinamis sebagai basis pengembangan desa wisata berbasis komunitas. Dengan demikian, identifikasi ini penting untuk memetakan peluang penguatan yang lebih terarah, terutama dalam mengintegrasikan berbagai potensi menjadi satu ekosistem pariwisata yang berkelanjutan (Putera et al., 2025).

Potensi yang dimiliki Ranubedali menunjukkan bahwa desa ini tidak kekurangan sumber daya, melainkan membutuhkan optimalisasi dalam aspek pengelolaan, integrasi, dan inovasi pemanfaatan. Dengan pendekatan yang tepat, potensi-potensi desa dapat digali lebih lanjut menjadi kekuatan ekonomi lokal yang berkelanjutan, sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Ulya et al., 2025). Oleh karena itu, pengembangan ke depan perlu diarahkan pada sinergi antara potensi alam, budaya, dan ekonomi kreatif, sehingga Ranubedali tidak hanya menjadi destinasi wisata, tetapi juga model pengembangan desa berbasis potensi lokal yang adaptif dan berdaya saing.

Tabel 2. Potensi Desa Ranubedali

| No | Item                       | Keterangan  |
|----|----------------------------|---|
| 1  | Objek Wisata Alam          | Danau Ranu Bedali sebagai danau alami dengan panorama pegunungan, cocok untuk wisata alam dan relaksasi.          |
| 2  | Atraksi Wisata Alam        | Aktivitas seperti trekking, eksplorasi kawasan danau, dan wisata berkuda menuju lokasi.                           |
| 3  | Wisata Buatan              | Spot selfie, taman wisata, rumah pohon, serta jalur akses yang mendukung pengalaman wisata.                       |
| 4  | Kekayaan Budaya            | Kesenian lokal seperti jharan kencak dan tari tradisional sebagai daya tarik budaya.                              |
| 5  | Nilai Historis             | Keterkaitan historis dengan perjalanan Raja Hayam Wuruk yang memperkuat narasi wisata sejarah.                    |
| 6  | UMKM & Produk Lokal        | Produk unggulan seperti alpukat Ranuyoso yang berpotensi dikembangkan menjadi komoditas wisata dan ekonomi lokal. |
| 7  | Kuliner Lokal              | Potensi kuliner berbasis hasil pertanian lokal, meskipun masih perlu penguatan branding.                          |
| 8  | Fasilitas Wisata           | Tersedia fasilitas dasar seperti musholla, kamar mandi, tempat makan, area publik, dan wifi.                      |
| 9  | Aksesibilitas              | Jalan menuju lokasi cukup baik dan dapat diakses kendaraan roda dua maupun empat.                                 |
| 10 | Kelembagaan Desa Wisata    | Status sebagai desa wisata rintisan menunjukkan adanya struktur pengelolaan, meski masih perlu penguatan.         |
| 11 | Potensi Edukasi            | Adanya taman baca dan ruang publik sebagai basis wisata edukasi berbasis komunitas.                               |
| 12 | Ekonomi Pariwisata         | Pernah mengalami lonjakan kunjungan, menunjukkan potensi pasar wisata yang cukup besar.                           |
| 13 | Kelemahan (Manajerial)     | Tantangan dalam pengelolaan dan perawatan fasilitas yang berdampak pada keberlanjutan wisata.                     |
| 14 | Potensi Integrasi Kawasan  | Berada dalam kawasan segitiga ranu yang memungkinkan pengembangan paket wisata regional.                          |
| 15 | Potensi Digital & Branding | Sudah memiliki website desa, namun masih memerlukan penguatan strategi promosi digital.                           |

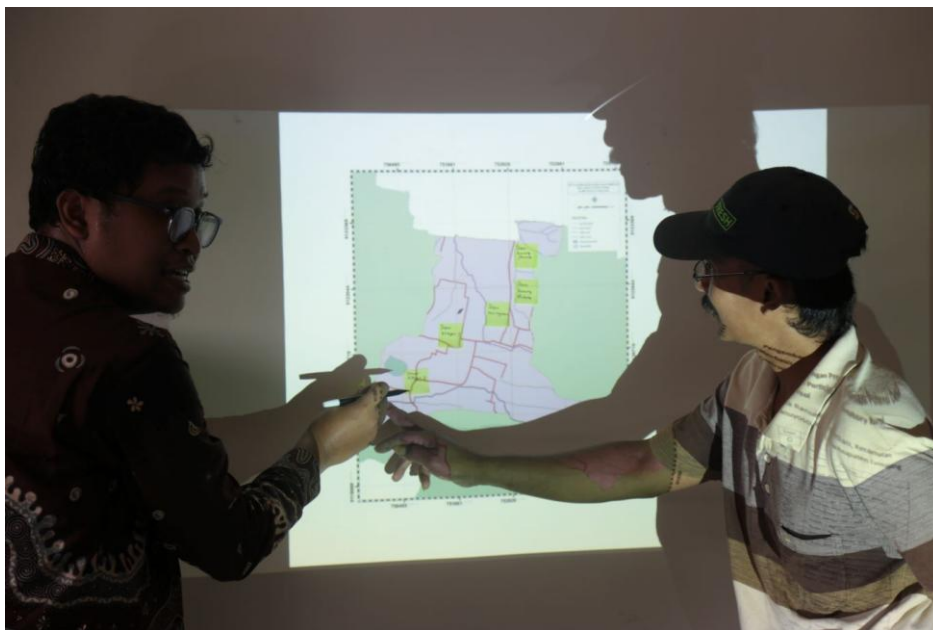
### 3.1 Pemetaan Partisipatif Potensi Desa sebagai Dasar Pengembangan Media Digital

Tahap awal kegiatan pengabdian dilakukan melalui proses pemetaan partisipatif yang melibatkan perangkat desa, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM, karang taruna, serta sejumlah tokoh masyarakat Desa Ranubedali. Kegiatan ini dilaksanakan sebagai implementasi prinsip Participatory Rural Appraisal (PRA), di mana masyarakat tidak diposisikan sebagai penerima program, melainkan sebagai pihak yang secara aktif terlibat dalam mengidentifikasi kondisi desa, merumuskan kebutuhan, dan menentukan prioritas pengembangan yang dianggap penting bagi komunitas mereka sendiri (Chambers, 1994).

Dalam proses tersebut, tim pengabdian memfasilitasi diskusi kelompok dan sesi pemetaan visual yang memungkinkan masyarakat menggambarkan berbagai aset dan potensi yang dimiliki desa. Warga bersama tim pendamping menyusun peta potensi yang memuat objek wisata alam, kegiatan budaya, produk UMKM, fasilitas publik, serta berbagai sumber daya sosial yang dianggap memiliki nilai strategis bagi pengembangan desa. Kegiatan pemetaan tidak hanya berfungsi sebagai sarana pengumpulan data, tetapi juga menjadi ruang dialog yang memungkinkan masyarakat merefleksikan kondisi desanya secara kolektif (Pradana & Ansori, 2025). Melalui proses ini, berbagai informasi yang sebelumnya tersebar pada kelompok-kelompok tertentu mulai terintegrasi menjadi pengetahuan bersama yang dapat digunakan sebagai dasar perencanaan program.

Hasil pemetaan menunjukkan bahwa masyarakat memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai potensi yang dimiliki Desa Ranubedali. Keberadaan Ranu Bedali, aktivitas wisata alam, kesenian tradisional, produk pertanian lokal, serta berbagai kegiatan ekonomi masyarakat secara konsisten muncul dalam diskusi sebagai aset yang dianggap memiliki peluang besar untuk dikembangkan. Namun demikian, peserta juga mengidentifikasi sejumlah kendala yang selama ini menghambat pengembangan potensi desa, terutama keterbatasan promosi, rendahnya visibilitas digital, serta belum optimalnya pemanfaatan website dan media sosial desa sebagai sarana komunikasi publik.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi Desa Ranubedali bukan terletak pada ketersediaan sumber daya, melainkan pada bagaimana sumber daya tersebut dikomunikasikan dan diperkenalkan kepada khalayak yang lebih luas. Perspektif ini sejalan dengan pandangan Chambers (1997) yang menegaskan bahwa proses pembangunan partisipatif harus berangkat dari pemahaman masyarakat mengenai realitas yang mereka hadapi, bukan semata-mata dari asumsi pihak luar (Chambers, 1997). Dalam konteks Ranubedali, masyarakat secara langsung mengidentifikasi kebutuhan akan media komunikasi yang mampu menjembatani potensi lokal dengan audiens yang lebih luas, termasuk wisatawan, konsumen produk lokal, maupun pemangku kepentingan lainnya.



Gambar 2: Tim (kiri) bersama warga melakukan pemetaan potensi desa

Proses pemetaan partisipatif juga memperlihatkan terjadinya pembelajaran bersama (mutual learning) antara tim pengabdian dan masyarakat. Tim memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi lokal, sedangkan masyarakat mulai melihat keterkaitan antara potensi desa yang mereka miliki dengan peluang pengembangan melalui media digital. Situasi ini mencerminkan karakteristik utama PRA yang menempatkan proses dialog dan pertukaran

pengetahuan sebagai bagian penting dalam perencanaan pembangunan (Cornwall & Jewkes, 1995). Dengan demikian, pemetaan potensi tidak hanya menghasilkan data mengenai kondisi desa, tetapi juga membangun kesadaran kolektif mengenai pentingnya komunikasi digital sebagai instrumen pengembangan desa.

Melalui proses tersebut, masyarakat dan tim pengabdian kemudian menyepakati bahwa penguatan website dan media sosial desa menjadi salah satu prioritas program yang perlu dikembangkan. Kesepakatan ini lahir dari kebutuhan yang diidentifikasi secara bersama-sama selama proses pemetaan, sehingga program yang dirancang memiliki tingkat relevansi yang lebih tinggi dengan kondisi dan harapan masyarakat. Oleh karena itu, pemetaan partisipatif dalam kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai tahap identifikasi masalah, tetapi juga menjadi fondasi bagi penyusunan strategi pengembangan ekosistem komunikasi digital yang lebih partisipatif dan berkelanjutan di Desa Ranubedali.

### **3.2. Strategi Optimalisasi Website dan Media Sosial dalam Penguatan Ekosistem Pariwisata Digital Desa**

Strategi optimalisasi potensi Desa Ranubedali di Ranuyoso melalui pengembangan website dan media sosial perlu diposisikan dalam kerangka digital tourism ecosystem yang menekankan kualitas informasi, kredibilitas konten, serta integrasi antarplatform. Penelitian mutakhir menunjukkan bahwa kualitas informasi digital (meliputi akurasi, kelengkapan, dan relevansi) berpengaruh signifikan terhadap persepsi dan minat kunjungan wisatawan (Wulandari, 2025). Oleh karena itu, website desa harus dikembangkan tidak hanya sebagai media informasi statis, tetapi sebagai digital hub yang menyediakan profil destinasi, paket wisata, katalog UMKM, serta fitur interaktif seperti peta digital dan reservasi daring.

Pada level media sosial, strategi optimalisasi perlu berbasis content-driven engagement yang mengedepankan kualitas visual, narasi autentik, dan konsistensi pesan (Ravtilova et al., 2025). Studi terbaru menegaskan bahwa kualitas dan kredibilitas konten media sosial secara langsung memengaruhi destination brand awareness serta perilaku electronic word-of-mouth (e-WOM) yang pada akhirnya mendorong keputusan berkunjung (Widayati et al., 2025). Konten berbasis video pendek, storytelling lokal, dan pengalaman wisatawan terbukti efektif dalam memperluas jangkauan promosi sekaligus membangun kedekatan emosional audiens (Wulandari et al., 2025).

Integrasi antara website dan media sosial menjadi kunci dalam membangun jalur konversi digital atau *digital conversion pathway* (Lubis & Nawawi, 2025). Media sosial berfungsi sebagai kanal distribusi untuk meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian, sementara website menjadi pusat informasi dan transaksi (Irsandi & Sulthon, 2024). Penelitian menunjukkan bahwa kombinasi social media marketing dan e-WOM memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan, sehingga integrasi keduanya menjadi strategi yang esensial (Pratama et al., 2024).

Setiap konten media sosial perlu diarahkan untuk mengarahkan trafik menuju website desa guna meningkatkan efektivitas promosi. Pendekatan community-based digital management menjadi faktor penting dalam keberlanjutan strategi ini. Pelibatan masyarakat lokal, terutama pemuda desa, pelaku UMKM, dan kelompok sadar wisata, dalam produksi dan distribusi konten akan meningkatkan autentisitas serta kredibilitas informasi yang disampaikan (Riandana et al., 2026). Hal ini sejalan dengan temuan bahwa partisipasi komunitas dalam ekosistem digital mampu memperkuat e-WOM dan meningkatkan daya tarik destinasi secara organik (Battour et al., 2025).

Upaya optimalisasi website dan media sosial di Desa Ranubedali, Kabupaten Lumajang, sebagaimana diuraikan dalam naskah pengabdian ini, menunjukkan bahwa transformasi digital desa bukan sekadar persoalan teknologi, tetapi juga terkait erat dengan dinamika komunikasi, partisipasi masyarakat, dan pembangunan berkelanjutan. Pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, informasi, dan interaksi telah membuka peluang baru dalam mengangkat potensi desa sekaligus memperkuat kapasitas komunitas lokal (Andini, 2024). Namun demikian, untuk memperkuat dampak dan keberlanjutan program, diperlukan kontekstualisasi yang lebih

mendalam melalui perspektif teori media komunikasi dan kerangka Sustainable Development Goals (SDGs).

Dari perspektif teori komunikasi, praktik optimalisasi media digital desa dapat dipahami melalui pendekatan *social media engagement theory* yang menekankan pentingnya keterlibatan audiens dalam menentukan efektivitas komunikasi digital (Rahardi, 2020). Dalam konteks Ranubedali, keberhasilan pengelolaan website dan media sosial tidak hanya ditentukan oleh keberadaan platform, tetapi oleh sejauh mana konten mampu memicu interaksi, partisipasi, dan kepercayaan publik. Hal ini terlihat dari strategi berbasis konten (*content-driven engagement*) yang menekankan kualitas visual, storytelling lokal, serta konsistensi pesan sebagai kunci membangun kedekatan dengan audiens.

Selain itu, teori *network society* dari Manuel Castells juga relevan untuk menjelaskan bagaimana media digital desa berfungsi dalam membangun jejaring komunikasi yang lebih luas (Castells, 2013). Website dan media sosial desa tidak lagi bersifat lokal semata, tetapi menjadi bagian dari ekosistem komunikasi global yang memungkinkan interaksi antara masyarakat desa dengan wisatawan, investor, maupun pemangku kepentingan lainnya (Mujiani et al., 2026). Dengan demikian, optimalisasi media digital desa dapat dipahami sebagai proses integrasi desa ke dalam jaringan informasi yang lebih luas.

Pendekatan lain yang juga penting adalah *communication for development (C4D)*, yang menempatkan komunikasi sebagai instrumen strategis dalam mendorong perubahan sosial. Dalam naskah ini, penggunaan pendekatan *Asset-Based Community Development (ABCD)* memperlihatkan bahwa komunikasi tidak hanya bersifat top-down, tetapi juga partisipatif, di mana masyarakat dilibatkan sebagai subjek utama dalam produksi dan distribusi pesan. Hal ini memperkuat posisi media digital sebagai ruang dialog, bukan sekadar kanal informasi (Karolidou & Matsiola, 2025).

Dalam kerangka pembangunan global, praktik ini memiliki keterkaitan yang kuat dengan agenda SDGs. Sustainable Development Goals (SDGs) adalah agenda global yang terdiri dari 17 tujuan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan dengan menyeimbangkan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan hingga tahun 2030 (United Nation, 2015). Secara umum, pemanfaatan media digital desa berkontribusi pada pencapaian pembangunan berkelanjutan melalui peningkatan akses informasi, pemberdayaan masyarakat, serta penguatan ekonomi lokal berbasis potensi desa. Media digital menjadi pasak yang menjembatani kesenjangan informasi sekaligus memperluas peluang partisipasi masyarakat dalam pembangunan.

Dari 17 tujuan SDGs, terdapat dua yang paling relevan dengan konteks ini: Pertama, SDG 4: Quality Education. Program edukasi, pelatihan, dan peningkatan literasi digital yang dilakukan dalam optimalisasi website dan media sosial desa secara langsung berkontribusi pada peningkatan kualitas pendidikan non-formal masyarakat (Huda et al., 2024). Masyarakat tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga produsen konten yang memiliki kapasitas komunikasi digital (Rachman, 2025). Hal ini mencerminkan transformasi pembelajaran berbasis komunitas yang adaptif terhadap perkembangan teknologi (Andini, 2024).

Kedua, SDG 8: Decent Work and Economic Growth. Optimalisasi media digital desa berdampak pada peningkatan visibilitas UMKM, promosi wisata, serta penguatan branding desa. Dengan meningkatnya eksposur digital, peluang ekonomi masyarakat juga semakin terbuka, baik melalui sektor pariwisata maupun ekonomi kreatif berbasis lokal (Rachman, 2019). Media digital dalam hal ini berfungsi sebagai katalis pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Iefimova & Pashchenko, 2025). Optimalisasi website dan media sosial Desa Ranubedali tidak hanya menjadi praktik teknis, tetapi juga representasi dari transformasi komunikasi pembangunan yang berbasis partisipasi dan teknologi. Integrasi antara teori komunikasi dan kerangka SDGs memperlihatkan bahwa media digital desa memiliki potensi besar sebagai instrumen strategis dalam mendorong pembangunan yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan (Setyowati, 2023).

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Ranubedali menunjukkan bahwa optimalisasi website dan media sosial desa tidak hanya berkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital, tetapi juga bergantung pada tingkat partisipasi masyarakat dalam proses perencanaan, pengelolaan, dan pengembangan media komunikasi desa. Melalui pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA), masyarakat terlibat secara aktif dalam memetakan potensi desa, mengidentifikasi kebutuhan komunikasi, serta merumuskan prioritas pengembangan media digital. Proses tersebut menghasilkan kesadaran bersama bahwa berbagai potensi yang dimiliki Desa Ranubedali, seperti wisata alam, produk UMKM, kekayaan budaya, dan sumber daya sosial, memerlukan dukungan komunikasi digital yang lebih terintegrasi agar mampu menjangkau khalayak yang lebih luas. Kegiatan ini juga memperlihatkan bahwa website dan media sosial dapat berfungsi sebagai instrumen komunikasi publik, promosi wisata, penguatan identitas desa, serta sarana pemberdayaan masyarakat berbasis partisipasi.

Lebih lanjut, pengembangan website dan media sosial desa perlu ditempatkan dalam kerangka ekosistem pariwisata digital yang mengintegrasikan kualitas informasi, kredibilitas konten, partisipasi komunitas, dan konektivitas antarplatform. Keberlanjutan pengelolaan media digital memerlukan keterlibatan berbagai unsur masyarakat, termasuk pemerintah desa, pemuda, pelaku UMKM, dan kelompok sadar wisata, sehingga media digital desa tidak hanya menjadi sarana promosi sesaat, tetapi berkembang sebagai ruang komunikasi yang mendukung pembangunan desa yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan. Dengan demikian, transformasi digital Desa Ranubedali dapat menjadi fondasi penting dalam memperkuat daya saing desa sekaligus mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan, khususnya pada aspek peningkatan kapasitas masyarakat dan penguatan ekonomi lokal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anam, M. R. (2025). Pendampingan Pengembangan Website Desa sebagai Media Informasi Publik di Desa Sumberejo, Besuki Probolinggo. *SINAR: Sinergi Pengabdian Dan Inovasi Untuk Masyarakat*, 1(02), 177–189. <https://ejournal.duniakampus.org/index.php/sinar/article/view/122>
- Andini, A. T. (2024). Analisis Algoritma Pemrograman Dalam Media Sosial Terhadap Pola Konsumsi Konten. *Jurnal Arjuna: Publikasi Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Matematika*, 2(1), 286–296.
- Battour, M., Salaheldeen, M., Anwar, I., Ratnasari, R. T., A. Hamid, A., & Mady, K. (2025). Integrating ChatGPT in halal tourism: impact on tourist satisfaction, e-WoM and revisit intention. *Journal of Islamic Marketing*, 16(10), 2781–2805. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2024-0470>
- Brodie, R. J., Ilic, A., Juric, B., & Hollebeek, L. (2013). Consumer engagement in a virtual brand community: An exploratory analysis. *Journal of Business Research*, 66(1), 105–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.029>
- Castells, M. (2013). *Communication Power*. Oxford University Press.
- Chambers, R. (1994). The origins and practice of participatory rural appraisal. *World Development*, 22(7), 953–969. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90141-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90141-4)
- Chambers, R. (1997). *Whose reality counts?: putting the first last*. ITDG Publishing.
- Cornwall, A., & Jewkes, R. (1995). What is participatory research? *Social Science & Medicine*, 41(12), 1667–1676. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0277-9536\(95\)00127-S](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0277-9536(95)00127-S)
- Huda, M., Maulana, I., & Hidayati, L. (2024). Pemanfaatan literasi digital melalui pengelolaan website dan media sosial desa menuju desa go digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(1), 92–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i1.21030>
- Iefimova, G. V., & Pashchenko, K. O. (2025). The Role of Social Media in Promoting Volunteer Initiatives and Shaping Communities. *Problemy Ekonomiky*, 1, 350–356.

- Irsandi, M. F., & Sulthon, M. Z. (2024). Dampak penggunaan instagram terhadap bisnis dan sebaran informasi. *Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2), 262–273. <https://doi.org/https://doi.org/10.54951/sintama.v4i2.642>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2012). Social media: back to the roots and back to the future. *Journal of Systems and Information Technology*, 14(2), 101–104.
- Karolidou, E., & Matsiola, M. (2025). The role of online communities in transforming news production: challenges and opportunities. *Online Information Review*, 50(1), 153–170. <https://doi.org/10.1108/OIR-02-2025-0064>
- Lubis, N. A., & Nawawi, Z. M. (2025). Pengembangan Strategi Digital Marketing Berkelanjutan: Integrasi Media Sosial Dan Aplikasi Mobile Sebagai Alat Kolaboratif Masa Kini. *Journal Sains Student Research*, 3(3), 145–158. <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jssr/article/view/4657>
- Mujiani, S., Jauhari, B., & Astuti, S. Y. (2026). Digitalisasi Ekonomi Kreatif Desa Wisata Melalui Pembuatan Website dan Media Sosial: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(3), 17801–17811. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4944>
- Nasrullah, R. (2014). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual*. Simbiosis Rekatama Media.
- Pradana, N., & Ansori, M. (2025). Pemetaan Partisipatif dan Pengorganisasian Masyarakat Marginal dalam Reforma Agraria Perkotaan. *Kifah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 89–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.35878/kifah.v4i2.1874>
- Pratama, I. G. N. W., Adinegara, G. N. J., Komalasari, Y., & Santoso, R. T. P. B. (2024). The Influence of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth on Interest in Choosing Dhyana Pura University, Bali Through Brand Image Mediation. *The Eastasouth Management and Business*, 2(03), 310–327. <https://doi.org/https://doi.org/10.58812/esmb.v2i03.262>
- Putera, D. B. R. M., Susanti, P. H., & Wirawan, P. E. (2025). Rancangan model pengembangan Desa Wisata Sangeh berbasis potensi desa menuju pariwisata berkelanjutan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 4(6), 845–852. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK/article/view/2822>
- Rachman, R. F. (2019). Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Media Digital di Surabaya dalam Perspektif Islam. *Komunitas*, 10(2), 157–176. <https://doi.org/10.20414/komunitas.v10i2.1227>
- Rachman, R. F. (2022). *Buku ajar pengantar ilmu komunikasi*. CV. Murta Media Karya.
- Rachman, R. F. (2025). Manajemen Media Komunikasi Pada Aplikasi ASSiK Di Surabaya Dalam Perspektif Islam. *Idarotuna: Journal of Administrative Science*, 6(1), 78–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.54471/idarotuna.v6i1.133>
- Rachman, R. F., Ishari, N., Nuha, A. A. U., & Fahma, A. (2025). Pendampingan Literasi Media untuk Edukasi Anak-Anak. *LOYALITAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 216–233. <https://ejournal.uimsya.ac.id/index.php/loyal/article/view/4578>
- Rahardi, R. K. (2020). The Shifts of Conventional Context Element Aspects: Towards a Cyberpragmatics Perspective. *Jurnal Arbitrer*, 7(2), 151–161. <https://doi.org/10.25077/ar.7.2.151-161.2020>
- Ravitolova, R., Afiany, F. D., & Audria, H. R. (2025). Strategi content marketing untuk meningkatkan brand recognition UMKM kuliner studi kasus pada Nasi Telor Ma Edja Bandung. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 14(3), 1109–1118. <https://doi.org/https://doi.org/10.31959/jm.v14i3.3192>
- Riandana, I. K. K., Suryasih, I. A., & Suryawan, I. B. (2026). Strategi Pengembangan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam Pemasaran Digital Produk Wisata Desa Gubug Tabanan. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 14(1), 25–41.

- <https://ejournal4.unud.ac.id/index.php/destinasi/en/article/view/2356>
- Rofiah, C. (2021). Optimalisasi Pemberdayaan Kelompok Masyarakat dan Dampaknya Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Mewujudkan Wisata Edukasi Potensi Desa. *EKOBIS ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 129–137. <https://doi.org/https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.2.2.4999>
- Setyowati, A. B. (2023). Governing sustainable finance: insights from Indonesia. *Climate Policy*, 23(1), 108–121. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14693062.2020.1858741>
- Susanti, S., & Kurniati, E. (2025). Analisis Pengembangan Wilayah Berbasis Potensi Lokal Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Daerah Di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1), 274–297. <https://doi.org/https://doi.org/10.59827/jie.v4i1.224>
- Ulya, B. N., Aspri, A. R., Ferdiansyah, L. F., Restu, P. W., Anggriana, S., & Afiah, N. (2025). Ekowisata Berkelanjutan Sebagai Motor Penggerak Ekonomi Lokal: Studi Kasus Dusun Pekatan Desa Sama Guna Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Abdi Anjani*, 3(2), 297–308. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/anjani.v3i2.2557>
- United Nation. (2015). *About the Sustainable Development Goals*. [www.un.org](http://www.un.org).
- Wahyuningsih, M. E., & Rachman, R. F. (2021). Penyebaran Konten Lokal di Grup Facebook Penggemar Perpustakaan Lumajang, Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Lumajang. *Jurnal Khazanah Intelektual*, 5(3), 1190–1209.
- Widayati, C., Malihah, F. D., & Halim, H. A. (2025). Digital Tourism Promotion: Social Media, E-WOM, and Celebrity Endorsement in Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 29(3), 441–461. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jm.v29i3.2706>
- Widjaya, R. I., & Damayanti, I. (2025). Dinamika Kewenangan Tata Ruang Desa: Tantangan dan Peluang dalam Pembangunan Berkelanjutan. *Journal of Supreme Legal Insight*, 1(1), 14–22. <https://www.journalsibermu.com/index.php/jslr/article/view/43>
- Wulandari, F. P., Rosita, & Marhanah, S. (2025). The Influence of E-WOM through Traveling Vlogs on TikTok on Tourists' Visit Decisions to a Destination. *Research Horizon*, 5(4), 1801–1814. <https://doi.org/https://doi.org/10.54518/rh.5.4.2025.770>