



**RESILIENSI DESA BERKEMAJUAN MELALUI OPTIMALISASI SOSIAL MEDIA
DALAM MEMPUBLIKASIKAN POTENSI DESA KUPUK, KECAMATAN BUNGKAL
KABUPATEN PONOROGO**

***VILLAGE RESILIENCE PROGRESSING THROUGH SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION
IN PUBLICING THE POTENTIAL OF KUPUK VILLAGE, BUNGKAL DISTRICT,
PONOROGO DISTRICT***

Endar Larasati¹, Deva Elisia², Yusuf Al Afghani³, Muhammad Azam Muttaqin^{4*},

^{1234*} Universitas Muhammadiyah, Ponorogo, Jawa Timur,

¹larasatiendar@gmail.com, ²devaelisia01@gmail.com, ³ghaniyoseph@gmail.com,

⁴azamsruseru@gmail.com

Article History:

Received: September 14th, 2023

Revised: October 17th, 2023

Published: October 20th, 2023

Abstract: *The purpose of this community service is to increase village resilience and publicize the potential of the Kukuk Village through optimizing social media. Kukuk Village has a variety of natural, cultural and economic potentials that have not been fully publicized, hindering the development of the village and the interest of visitors and investors. In an effort to overcome this, student groups use a participatory approach in carrying out community service activities. The participatory approach involves village residents and related parties in identifying needs, problems and potential in Kupuk Village. Furthermore, student groups provide training to village communities on the use of social media, including creating interesting content and effective promotional strategies. By analyzing village potential, student groups develop relevant and interesting content, such as photos, videos, articles, and stories that comprehensively demonstrate village potential. The content is then adapted according to the social media platform used, such as Facebook, Instagram or YouTube. In addition, student groups collaborate with local governments, the Tourism Office, local businesses, and the community to expand the reach of promotions and build a wider network. This collaboration involves content management, providing internet access, and developing products or services based on village potential. Through this community service activity, the student group succeeded in increasing village resilience and publicizing the potential of the Kukuk Village through optimizing social media. Community participation is increasing, tourist visits and investment interest are increasing, and awareness of local potential is increasing.*

Keywords: *Optimization;
Social Media; Village
Potential;*

Abstrak

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan resiliensi desa dan mempublikasikan potensi Desa Kupuk melalui optimalisasi media sosial. Desa Kupuk memiliki beragam potensi alam, budaya, dan ekonomi yang belum terpublikasikan secara maksimal, menghambat perkembangan desa dan minat pengunjung serta investor. Dalam upaya untuk mengatasi hal ini, kelompok mahasiswa menggunakan pendekatan partisipatif dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat. Pendekatan partisipatif melibatkan warga desa dan pihak terkait dalam mengidentifikasi kebutuhan, masalah, dan potensi yang ada di Desa Kupuk. Selanjutnya, kelompok mahasiswa memberikan pelatihan kepada masyarakat desa mengenai penggunaan media sosial, termasuk pembuatan konten yang menarik dan strategi promosi yang efektif. Dengan melakukan analisis potensi desa, kelompok mahasiswa mengembangkan konten-konten yang relevan dan menarik, seperti foto, video, artikel, dan cerita yang memperlihatkan potensi desa secara komprehensif. Konten tersebut kemudian diadaptasi sesuai dengan platform media sosial yang digunakan, seperti Facebook, Instagram, atau YouTube. Selain itu, kelompok pengabdian menjalin kolaborasi dengan pemerintah daerah, Dinas Pariwisata, pelaku usaha lokal, dan komunitas masyarakat untuk memperluas jangkauan promosi dan membangun jejaring yang lebih luas. Kerjasama ini melibatkan pengelolaan konten, penyediaan akses internet, dan pengembangan produk atau layanan berbasis potensi desa. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, kelompok mahasiswa berhasil meningkatkan resiliensi desa dan mempublikasikan potensi Desa Kupuk melalui optimalisasi media sosial. Partisipasi masyarakat meningkat, kunjungan wisatawan dan minat investasi bertambah, serta kesadaran akan potensi lokal semakin meningkat.

Kata Kunci: Optimalisasi; Sosial Media; Potensi Desa;

PENDAHULUAN

Media memiliki peran yang signifikan dalam pembangunan masyarakat dan ekonomi. Beberapa teori dan penelitian ilmiah mendukung konsep bahwa media memiliki dampak positif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, memperkuat partisipasi masyarakat, dan meningkatkan kesadaran serta akses terhadap informasi. Berikut adalah beberapa aspek penting yang dapat dilihat dari sudut pandang teori dan penelitian ilmiah:

Peningkatan kesadaran dan informasi, Teori komunikasi pembangunan, seperti yang diajukan oleh Rogers (2003) dalam "Diffusion of Innovations," menggarisbawahi bagaimana media berperan dalam menyampaikan informasi tentang inovasi, perubahan, dan perkembangan kepada masyarakat. Media menjadi sarana efektif untuk menyebarkan informasi yang diperlukan untuk mengubah perilaku dan meningkatkan kesadaran mengenai berbagai aspek pembangunan.

Pemberdayaan Masyarakat, Lerner (1958) dalam karyanya "The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East" menyoroti peran media dalam membantu masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses pembangunan. Media menjadi alat untuk memberdayakan masyarakat dengan memberikan informasi dan pengetahuan yang memungkinkan mereka berkontribusi dalam perencanaan dan pengambilan keputusan.

Pendorong Pertumbuhan Ekonomi, Teori pertumbuhan ekonomi berbasis pengetahuan yang diusulkan oleh Romer (1986) menekankan pentingnya inovasi dan pengetahuan sebagai faktor pendorong pertumbuhan ekonomi. Media memainkan peran vital dalam menyebarkan pengetahuan baru, menghubungkan pasar dengan produsen, serta mempromosikan peluang ekonomi.

Perubahan Perilaku dan Norma, Teori pengaruh sosial dalam komunikasi, seperti yang

digagas oleh Bandura dalam "Social Learning Theory," menekankan bahwa media dapat memengaruhi perilaku dan norma masyarakat dengan menampilkan contoh-contoh positif dan mengubah persepsi mengenai berbagai isu.

Mengatasi Keterbatasan Akses, Dalam era globalisasi dan teknologi, media memiliki potensi untuk mengatasi keterbatasan geografis dan akses terhadap informasi. Teori penyebab terhadap efek digital divide dan strategi yang diusulkan untuk mengatasinya, seperti yang dikaji oleh Norris (2001) dalam "Digital Divide," menggarisbawahi pentingnya media dalam memberikan akses merata terhadap informasi dan kesempatan.

Penggunaan media di era revolusi industri saat ini sangat kerap dibicarakan oleh masyarakat kalayak umum, baik di desa maupun masyarakat yang ada di perkotaan. Dengan adanya media diharapkan mampu membantu dan meningkatkan produktifitas masyarakat setempat. Selain itu, hal ini juga dapat meningkatkan eksistensi desa agar lebih dikenal oleh masyarakat umum, tidak hanya warga setempat saja. Potensi desa yang dimaksud ada berbagai macam meliputi kegiatan kreatif masyarakat dan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Di desa Kupuk, Kecamatan Bungkal, Kabupaten Ponorogo merupakan desa yang memiliki banyak potensi khususnya di bidang seni budaya, wisata dan UMKM. Di bidang seni budaya ada lima pagelaran yang sering kali ditampilkan yaitu jaran tek, reyog, gajah-gajahan, unta-untanan dan wayang kulit. Budaya yang ada di desa ini sudah lama berdiri dan masih dilestarikan. Hal ini dikarenakan dari nilai keindahan estetika budaya tersebut sehingga muncul ketertarikan oleh masyarakat, tidak hanya warga setempat budaya ini juga telah sukses dikenal oleh masyarakat luar sampai diundang dalam kegiatan budaya masyarakat umum. Di bidang sosial ekonomi masyarakat desa Kupuk memiliki usaha yang bermacam-macam mulai dari produksi genteng, kripik debog, tiwul dan gaplek instan, jamur tiram, aneka kripik dan masih banyak lagi. Desa Kupuk merupakan salah satu desa yang memiliki warga dengan masing-masing produktifitas usahanya. Bahkan ada salah satu usaha yaitu kripik debog yang masuk di kuliner Kabupaten Ponorogo. Dalam proses marketing pemasaran produk, pemilik usaha masih menggunakan cara tradisional. Artinya pengelolaan media masih belum tersentuh secara optimal. Hal itu dikarenakan keterbatasan sumber daya dan ketidakmampuan masyarakat untuk mengelola media sosial. Padahal semakin berkembangnya zaman, media menjadi salah satu faktor utama untuk meningkatkan marketing, omset dan produktifitas pemilik usaha.

Melihat kondisi diatas, maka tim melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan salah satu program kerja unggulan yaitu Optimalisasi Media melalui penggalian dan publikasi potensi desa. Sebenarnya, beberapa pelatihan dan pembinaan dapat dilakukan untuk meningkatkan kemajuan media untuk publikasi potensi desa salah satunya menggunakan media instagram dan tiktok. Peningkatan publikasi informasi dari kegiatan sosial ekonomi dan budaya masyarakat memiliki peran penting untuk membuat desa berkemajuan dan dikenal banyak orang. Peningkatan adalah tujuan utama sekaligus reputasi dalam upaya kemajuan Desa Kupuk. Tantangan yang dihadapi adalah ketidakaktifan akun media sosial, belum adanya akun media sosial di beberapa pemilik usaha, dan keterbatasan sumber daya dan kemampuan untuk mengelola.

Upaya yang pernah dilakukan oleh desa kupuk dalam pengelolaan media adalah membuat akun media sosial, namun selesai banyak pemilik usaha yang masih bingung bagaimana cara pengoptimalan media agar teroperasikan dengan baik. Sebelumnya, akun media dari pemerintah desa juga sudah diisi dengan konten kreatif dari pemuda warga setempat. Namun, tak lama akun media ini sempat vakum beberapa waktu dikarenakan menurunnya sumber daya warga yang ada. Maka tujuan utama dari program ini ialah dalam rangka menggali potensi Desa Kupuk, Bungkal,

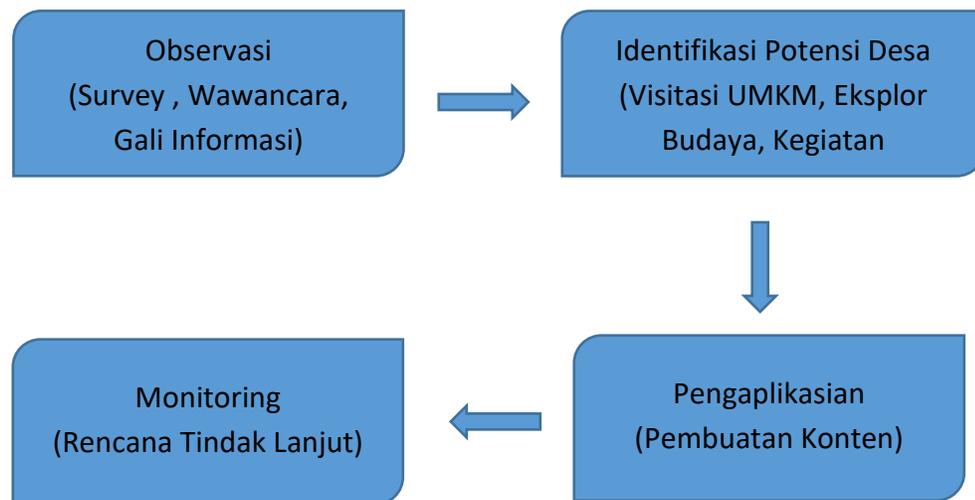
Ponorogo. Optimalisasi media menjadi jembatan yang dapat membangun konektivitas antara desa dan dunia luar. Dengan demikian, potensi-potensi yang ada dapat lebih efektif dikenal, dimanfaatkan, dan dijaga untuk keberlanjutan masa depan.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian Universitas Muhammadiyah Ponorogo dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk mengoptimalkan media sosial dalam mempublikasikan potensi Desa Kupuk, Kecamatan Bungkal, Kabupaten Ponorogo, melalui beberapa tahap:

- 1) Pendekatan Partisipatif: Melibatkan masyarakat desa secara aktif dalam setiap tahap kegiatan pengabdian masyarakat, seperti perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dalam pendekatan ini, mahasiswa bekerja sama dengan warga desa untuk mengidentifikasi kebutuhan, masalah, dan potensi yang ada di Desa Kupuk.
- 2) Pelatihan dan Pendampingan: Melakukan pelatihan kepada masyarakat desa tentang penggunaan media sosial, termasuk pembuatan konten yang menarik, manajemen akun, dan strategi promosi. Selain itu, memberikan pendampingan secara intensif kepada masyarakat dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial dan mempublikasikan potensi desa.
- 3) Analisis Potensi Desa: Mengidentifikasi potensi-potensi alam, budaya, dan ekonomi yang dimiliki Desa Kupuk melalui survei, wawancara, dan observasi. Data ini akan menjadi dasar dalam merencanakan konten dan strategi promosi yang relevan untuk mempublikasikan potensi desa.
- 4) Pengembangan Konten: Bersama dengan masyarakat desa, mahasiswa dapat membuat konten-konten yang menarik, seperti foto, video, artikel, dan cerita yang menggambarkan potensi desa dengan baik. Konten ini akan diadaptasi sesuai dengan platform media sosial yang digunakan, seperti Facebook, Instagram, atau YouTube.
- 5) Kolaborasi dengan Pemerintah Daerah dan Pihak Terkait: Mahasiswa dapat bekerja sama dengan pemerintah daerah dan pihak terkait lainnya, seperti Dinas Pariwisata, pelaku usaha lokal, dan komunitas masyarakat, untuk memperluas jangkauan promosi dan membangun jejaring yang lebih luas. Kolaborasi ini dapat berupa kerjasama dalam pengelolaan konten, penyediaan akses internet, dan pengembangan produk atau layanan berbasis potensi desa.
- 6) Evaluasi dan Pemantauan: Melakukan evaluasi terhadap efektivitas kegiatan pengabdian masyarakat secara berkala. Pemantauan dilakukan untuk melihat dampak penggunaan media sosial dalam mempublikasikan potensi desa, partisipasi masyarakat, serta peningkatan kunjungan dan investasi di Desa Kupuk.

Metode di atas diimplementasikan dengan pendekatan partisipatif, melibatkan masyarakat desa sebagai mitra dalam setiap tahap kegiatan. Pendekatan ini akan memastikan keberlanjutan dan penerimaan lebih baik dari masyarakat terhadap program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim dari Universitas Muhammadiyah Ponorogo



Gambar 1 : Metode Program Pelaksanaan

HASIL & PEMBAHASAN

Dalam rangka meningkatkan branding potensi desa berupa budaya, umkm dan kegiatan masyarakat sekitar di Desa Kupuk, Kecamatan Bungkal, Kabupaten Ponorogo. Tim pengabdian masyarakat melakukan beberapa upaya yang dapat diterapkan sesuai dengan kebutuhan pemerintah desa dan UMKM. Mulai dari kelengkapan administrasi usaha berupa sertifikasi halal, pembuatan logo, dan konten video. Untuk konten video ini kami bedakan menjadi dua yaitu video UMKM dan Kegiatan masyarakat. Seluruh upaya ini dilakukan bertahap pada tiap UMKM yang dimulai dari tahap observasi yang dilakukan pada awal bulan Agustus sampai tahap monitoring di akhir bulan Agustus. Sesuai dengan bentuk pelaksanaan program yaitu Optimalisasi media maka penyelesaian masalah yang dihadapi UMKM yaitu pengoptimalan branding potensi desa melalui beberapa fasilitas berikut :

Pembuatan logo UMKM

Pembuatan logo UMKM diperlukan sebagai salah satu identitas brand usaha yang dimiliki oleh UMKM sehingga dapat semakin dikenal oleh masyarakat. Desain logo UMKM disesuaikan dengan produk yang ada agar dapat mencirikan produk tersebut. Hal ini dikarenakan desain logo harus menonjolkan identitas produk atau memiliki filosofi dalam pemilihan gambar, warna maupun kata yang dipakai. Logo produk juga harus memiliki daya tarik agar dapat memunculkan rasa ketertarikan para konsumen. Logo ini menjadi sarana komunikasi antar pengusaha dan konsumen, maka pembuatan logo produk memang tidak boleh asal-asalan. Desain logo yang tepat dapat memberikan kesan branding yang menarik konsumen dan percaya untuk membeli produk tersebut. Dalam hal pembuatan desain logo, tim mahasiswa telah melakukan observasi dan mendapat data UMKM yang belum mempunyai logo. Adapun hasilnya sebagai berikut :



Gambar 1 : Logo Produk "Peyek Rezeki"



Gambar 3 : Logo Produk "INSGAKU Tiwul Instan"



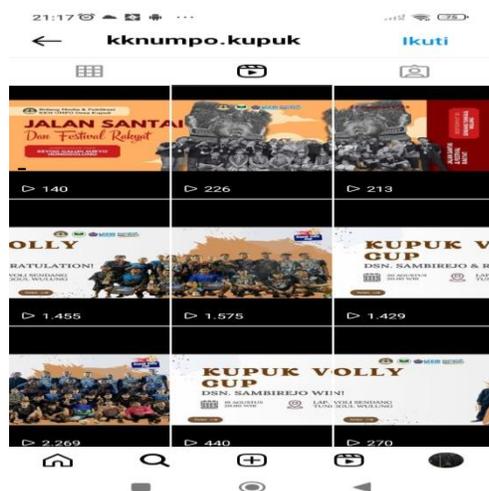
Gambar 2 : Logo Produk "INSGAKU Gatot Instan"

Desain logo diatas adalah desain logo yang telah disetujui oleh para pemilik UMKM, setiap logo memiliki makna sendiri dan melambangkan identitas dari produk yang dibuat. Pada Gambar 1 adalah logo produk "Peyek Rezeki" yang memakai ikon peyek. Sedangkan pada gambar 2 adalah logo produk "Gatot Instan" yang mengambil gambar singkong sebagai identitas logo, karena gatot instan berbahan dasar singkong. Dan pada gambar 3 adalah logo produk "Tiwul Instan" yang mengambil gambar nasi, karena tiwul merupakan salah satu jenis nasi yang berbahan baku singkong.

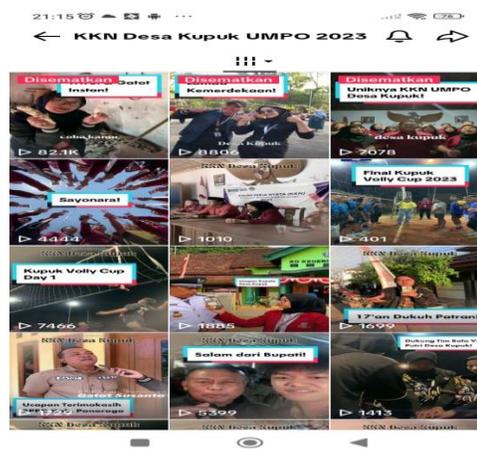
Video Reportase kegiatan masyarakat setempat

Konten kreatif merupakan salah satu cara untuk meningkatkan branding kegiatan masyarakat desa setempat. konten kreatif diolah dalam bentuk Video Reportase Jurnalisme Warga: Tim kami berkontribusi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan di Desa Kupuk yang sudah terjadwalkan rutin setiap minggunya, namun selain itu tim kami juga menyelenggarakan berbagai kegiatan pendukung selama pengabdian masyarakat berlangsung mulai dari sertifikasi halal, mitigasi bencana, lomba agustusan, festival rakyat dan gelar budaya. Dalam pelaksanaannya tak lupa mendokumentasikan kegiatan dan melakukan wawancara kepada setiap elemen masyarakat. Setelah video-video ini selesai, kami mengunggahnya di akun TikTok @kkndesakupuk2023 dan

Instagram @kknumpo.kupuk.



Gambar 1 : Dokumentasi kegiatan melalui instagram @kknumpo.kupuk



Gambar 2 : Dokumentasi kegiatan melalui akun tiktok @kkn.kupuk

Selain kami menyajikan video konten dari kegiatan masyarakat, ada satu konten kreatif yaitu pembuatan Infografi. Selain video, kami juga menciptakan infografis yang menyoroti keunggulan dan informasi penting tentang potensi desa . Infografis ini dirancang agar dapat dipahami dengan mudah oleh masyarakat dan diunggah di Instagram sebagai alat branding.

POTENSI DESA			
NO	Seni Budaya	Sosial Ekonomi UMKM	Wisata
1	Jaran Tek	Kripik Debog	
2	Gajahan	Tiwul & Gatot Instan	
3	Unta-untanan	Jamur Tiram	
4	Reyog Ponorogo	Genteng	Sendang
5	Seni Karawitan	Warung Makan	Tunggul
6	Wayang Kulit	Kripik Kentang	Wulung
7		Peyek Rezeki	
8		Krecek	
9		Aneka Kripik(Sukun & Ubi)	
10		Kripik Tales	
11		Nasi Porang	
12		Telur Asin	
13		Snack dan Kue	
14		Sunduk Sate	
15		Cathering	
	6 Budaya	15 UMKM	1 Wisata

Gambar 3 : Infografis Seni Budaya, Ekonomi dan Wisata Desa Kupuk
Sumber : Wawancara Kepala Desa, Ketua PKK, dan Ketua UMKM

Video Edukasi Masyarakat

Untuk meningkatkan pemahaman tentang mitigasi bencana di Desa Kupuk, kami berkolaborasi dengan BPBD Kabupaten Ponorogo. Bersama dengan mereka, kami memproduksi video edukasi yang melibatkan pemahaman yang lebih baik tentang potensi bencana di daerah ini, termasuk kebakaran hutan dan lahan, laka air, serta angin puting beliung. Video ini diunggah ke akun TikTok dan Instagram kami serta disebarakan melalui ketua PKK desa Kupuk dan grup WhatsApp UMKM desa. Targetnya adalah meningkatkan kesiapan dan respon masyarakat dalam menghadapi situasi darurat. Kolaborasi dengan BPBD Kabupaten Ponorogo: Untuk memastikan akurasi dan kualitas konten edukasi mitigasi bencana, kami bermitra dengan BPBD Kabupaten Ponorogo. Mereka menyediakan sumber daya ahli dan informasi terkini tentang potensi bencana di Desa Kupuk. Dalam pembuatan video edukasi tentu banyak sekali wawasan pengetahuan dan ketrampilan yang perlu kami dokumentasikan. Berikut merupakan salah satu rekam video mitigasi bencana yang disampaikan oleh BPBD Ponorogo :



Gambar 4 : Video Edukasi Mitigasi Bencana dari BPBD Ponorogo

Visitasi UMKM sebagai bahan branding media

Video branding UMKM adalah produksi video yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Kupuk. Video ini akan menyoroti produk, nilai-nilai, dan cerita di balik bisnis UMKM tersebut, dengan penggunaan visual yang menarik dan narasi yang menggugah minat calon konsumen. Untuk proses pembuatan video ini sangat mudah, dimulai dari mencari bahan informasi melalui wawancara. Selanjutnya, masuk ke tahap editing.



Gambar 5 : Produksi Video Branding UMKM “Keripik Debo”

Pendaftaran akun e-commerce dan sosial media Tiktokshop

Kegiatan ini dilakukan sesuai dengan tujuannya dengan memberi materi, pendampingan dan membantu para pelaku UMKM dalam mempromosikan produknya melalui internet dan media sosial. Informasi tersebut diberikan kepada para pelaku UMKM agar mereka mengetahui dan memahami informasi mendasar mengenai e-commerce. Disini kami menggunakan salah satu bentuk dari e-commerce melalui media sosial yaitu Tiktokshop. Materi diberikan terlebih dahulu kepada pemilik UMKM, kemudian berdiskusi atau tanya jawab. Berikut tujuan dari materi yang diberikan dalam kegiatan ini :

- a. Memberikan pemahaman dasar hingga cara kerja tentang Tiktokshop
- b. Menginformasikan tentang manfaat branding media & pemasaran melalui tiktoksho. Adapun manfaatnya :
 1. Peningkatan Awareness: Media menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan dan mengangkat potensi desa kepada masyarakat luas. Lewat media, informasi mengenai keindahan alam, budaya, produk lokal, dan potensi lainnya dapat menjangkau lebih banyak orang.
 2. Pencitraan Positif: Dengan memanfaatkan media, desa dapat membentuk citra positif di mata masyarakat dan calon pengunjung. Konten yang terencana dengan baik dapat menggambarkan desa sebagai tempat yang menarik untuk dikunjungi, berinvestasi, atau berkolaborasi.
 3. Daya Tarik Wisata: Desa dengan potensi wisata seperti Desa Kupuk, Bungkal, Ponorogo dapat menggunakan media untuk menampilkan destinasi wisata, keunikan budaya, dan pengalaman lokal. Ini akan membantu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung, serta berdampak pada pertumbuhan ekonomi lokal.
 4. Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Media bisa menjadi alat untuk mempromosikan produk lokal dan usaha mikro di desa. Dengan ekspos yang lebih luas, masyarakat luar dapat tertarik untuk membeli produk-produk ini, sehingga menggerakkan perekonomian desa.
 5. Partisipasi Masyarakat: Melalui media, masyarakat dapat diajak untuk lebih aktif berpartisipasi dalam program-program desa, seperti kegiatan budaya, lingkungan, atau pengembangan ekonomi. Media memberikan platform untuk berbagi informasi dan menggalang dukungan.
 6. Peningkatan Investasi: Dengan memaparkan potensi desa secara jelas melalui media, desa dapat menarik minat investor atau mitra potensial yang ingin berkontribusi pada pengembangan desa.
 7. Generasi Milenial dan Z: Generasi muda sangat terhubung dengan media sosial dan teknologi. Menggunakan media sosial dan platform digital lainnya dapat membantu desa menjalin koneksi dengan generasi ini, mendorong partisipasi mereka dalam pengembangan desa.
 8. Kesetaraan Informasi: Melalui media, informasi penting tentang pembangunan, kebijakan, dan perubahan di desa dapat disebarluaskan dengan cepat dan merata kepada seluruh masyarakat.

9. Peningkatan Kesadaran Lingkungan: Media juga bisa dimanfaatkan untuk mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya pelestarian alam dan lingkungan, serta cara-cara berkelanjutan untuk mengelola potensi desa.
- c. Menginformasikan langkah-langkah dalam menciptakan tiktokshop
- d. Menginformasikan mengoperasikan tiktokshop

Setelah mendapatkan informasi mendasar tentang e-commerce dan media sosial, para pelaku UMKM diajarkan dan dibimbing untuk mendaftar akun, kemudian diarahkan untuk mempromosikan produknya melalui akun tiktokshop yang sudah dibuat. Serta menggunakan instagram dan whatshApp untuk pemasaran melalui media sosial. Tiktokshop merupakan layanan fitur aplikasi yang ada di Tiktok, disini konten berbentuk video pendek yang mempromosikan tentang produk. Saat ini tiktokshop sedang banyak digunakan. Hal ini dikarenakan kemudahan akses, kemenarikan video yang dielaborasi dengan berbagai musik.



Gambar 6 : Pembuatan akun tiktokshop kepada UMKM

KESIMPULAN

Optimalisasi media merupakan hal penting yang harus dilakukan sebagai upaya branding potensi desa. Dengan beberapa tahapan yang harus dilakukan mulai dari observasi sampai dengan praktik langsung sehingga dapat mengetahui hal yang mendasar dalam pengelolaan media sosial. Dari permasalahan yang ada maka bentuk penyelesaiannya ialah melakukan pendampingan dan pengembangan media sosial sebagai alat branding potensi desa. Melalui optimalisasi branding media dan pengembangan e-commerce diharapkan dapat meningkatkan semangat dan kesadaran para pemuda dan UMKM akan pentingnya branding media di era sekarang ini. Hasil dari kegiatan pengabdian ini ialah video branding desa dan penyatuan visi kedepan Desa Kupuk desa berkemajuan yang berbasis tiga bidang sosial budaya, sosial ekonomi dan eko-wisata. Saran dari penulis yakni agar potensi desa baik budaya dan UMKM yang ada di Desa Kupuk, Kecamatan Bungkal ini mendapat lebih banyak pelatihan dan pendampingan mengenai optimalisasi branding media agar nantinya mendapat perhatian khusus dari pihak pemerintah desa melalui pemuda-pemuda yang ada .

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah ponroogo yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini

REFERENSI

- Cynara Firjatullah, Maria Helena Gani Dora Hera, Wahyu Dwi Arzaqy, Hilman Hasibur Rahman, Eliada Samuel Pasaribu. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Melalui Strategi Branding UMKM di Kelurahan Kalirungkut. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 44-56.
- Dhivia Diar Farrell Aura, H. I. (2023). Optimalisasi Media Sosial dan Website desa Dalam Meningkatkan Informasi dan Transparansi di Desa Bolo, Kecamatan Kare, Kabupaten Madiun . *Jurnal Pengabdian Nasional*, 50-56.
- Dita Keysia Armelia Dwi Putri, Lia Nirawati. (2023). Optimalisasi Branding Produk dan Pengaplikasian Media Sosial sebagai Strategi Pengembangan pada UMKM di Kelurahan Rungkut Tengah Kota Surabaya . *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* , `123-136.
- Intan Qori Lutfiyani, Andre Yasip Hastadi, Fetri Wahyuningsih, Ane Tika Wahyuni, Ghizela Fineartha Fauzi, Ani Nurfaizah, Mustofa, Titi Rohimah, Rahmat Yanuar. (2022). Pengembangan UMKM melalui Optimalisasi Branding dan Penggunaan Media Digital di Desa Sindangbarang, Kabupaten Cilacap . *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 70-84.
- Luhung Achmad Perguna1*, Irawan2, Muhammad Iqbal Tawakkal3, Diva Avivi Mabru4 . (2020). Optimalisasi Desa Wisata Berbasis UMKM Melaluia . *Jurnal Pengabdian Nusantara*, 204-214.
- Taradiva Adisty , Rusdi Hidayat Nugroho . (2023). Strategi Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Pada Bisnis Bakery . *Jurnal Pengabdian Masyarakat* , 97-111.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press
- Lerner, D. (1958). *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*. The Free Press.
- Romer, P. M. (1986). Increasing Returns and Long-Run Growth. *Journal of Political Economy*, 94(5), 1002-1037
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice-Hall.
- Norris, P. (2001). *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge University Press.