

Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Potensi Desa Lamong

Lukman Hakim^{1*}, Fatma Kurnia Wati², Ana Rohmatul Hidayah³, Puteri Ardiani Martha Regita Sari⁴, Syuhroh Fahrur Nisa⁵, Ani Rohmawati⁶, Kanzul Fikri Ahmadi⁷

¹Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Kediri, Kediri, Indonesia

²Tadris Bahasa Inggris, IAIN Kediri, Kediri, Indonesia

³Pendidikan Agama Islam, IAIN Kediri, Kediri, Indonesia

⁴Akuntansi, IAIN Kediri, Kediri, Indonesia

⁵Perbankan Syariah, IAIN Kediri, Kediri, Indonesia

⁶Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri, Kediri, Indonesia

⁷Jurnalistik Islam, IAIN Kediri, Kediri, Indonesia

E-mail: lukmanhakim@iainkediri.ac.id¹, fatmakurniawatifatma@gmail.com²,
anarohmatul5@gmail.com³, putrimartha98@gmail.com⁴, syuhrohfahrurnisa@gmail.com⁵,
arohma82@gmail.com⁶, kanzulahmadi941@gmail.com⁷

*Penulis Korespondensi: E-mail: lukmanhakim@iainkediri.ac.id

Abstract

Lamong Village is one of the villages in Badas Sub-district, Kediri District. Lamong Village has a strategic geography with fertile land. This makes Lamong Village has a lot of potential from various sectors. This community service aims to provide assistance to village officials so that they can utilize social media for promotion. This is to answer the challenge that the name of Lamong Village is still not widely known and even sounds foreign to the people of Kediri even though it has considerable potential. From this gap came the initiation of a community service program to utilize Instagram as a media to promote the potential of Lamong Village. Instagram was chosen because of the high public interest in the use of social media and the success rate of promotion. The implementation method in this program is to carry out the planning, work, evaluation, and follow-up stages, in the process of utilizing existing Instagram features such as reels, feeds, and captions. This program is running well as a promotion of the potential of Lamong Village because the reach of Instagram is fast and wide, making promotion quickly reach the public.

Keywords: Instagram; Promotion; Village Potential

Abstrak

Desa Lamong merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Badas Kabupaten Kediri. Desa Lamong memiliki geografis strategis dengan tanah yang subur. Hal tersebut membuat Desa Lamong memiliki banyak potensi dari berbagai sektor. Pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pendampingan pada perangkat desa agar bisa memanfaatkan media sosial untuk promosi. Hal ini untuk menjawab tantangan nama Desa Lamong masih belum banyak dikenal bahkan terdengar asing bagi masyarakat Kediri padahal memiliki potensi cukup besar. Dari kesenjangan tersebut muncul inisiasi program pengabdian pemanfaatan instagram sebagai media promosi potensi Desa Lamong. Instagram dipilih karena tingginya minat masyarakat terhadap penggunaan media sosial tersebut dan tingkat keberhasilan promosi. Metode pelaksanaan dalam Program ini dengan melakukan tahap perencanaan, pengerjaan, evaluasi, dan menindaklanjuti, dalam proses pengerjaan memanfaatkan fitur Instagram yang ada seperti *reel*, *feed*, dan *caption*. Program ini berjalan dengan baik sebagai promosi potensi Desa Lamong karena jangkauan instagram yang cepat dan luas, membuat promosi dengan cepat sampai kepada masyarakat.

Kata kunci: Instagram; Potensi Desa; Promosi

PENDAHULUAN

Jejaring sosial adalah layanan jaringan atau situs yang dapat memberikan jaringan sosial terhadap orang-orang yang memiliki aktivitas dalam media sosial. Jenis media sosial

saat ini begitu banyak seperti *Facebook, Instagram, Twiter, Tik Tok*, dan lain-lain. (Suranny, 2020). Dengan adanya jaringan sosial jutaan orang di seluruh dunia dapat berinteraksi dengan mudah. Media sosial memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat saat ini karena media sosial berperan dalam menyebarluaskan informasi dengan sangat cepat (Brilian dkk., 2023). Ada banyak hubungan antara media sosial dan dalam berbagai aspek kehidupan bermasyarakat, terutama dalam mendapatkan sebuah informasi dan menyebarluaskan informasi (Susanto dkk., 2020).

Salah satu media sosial yang paling menarik dan banyak digunakan adalah Instagram. Hal ini terbukti dengan banyaknya pengguna media Instagram dari awal mula munculnya Instagram melalui *app store* pada tahun 2010, pengguna Instagram mencapai 100.000 pengikut hingga jutaan pengikut dalam waktu satu minggu. Dengan demikian pertumbuhan Instagram bisa dibilang cukup tinggi bila dibandingkan dengan pertumbuhan akun media sosial lainnya. Melihat peningkatan pengguna Instagram yang begitu signifikan Instagram dipandang sebagai media sosial yang menjanjikan untuk kegiatan promosi.

Kondisi tersebut menstimulasi untuk membuat program Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Potensi Desa Lamong. Desa Lamong merupakan desa yang terletak di Kecamatan Badas Kabupaten Kediri. Desa yang terdiri dari 2 dusun yaitu Dusun Lamong dan Dusun Mangiran ini memiliki luas wilayah 176,5 hektar dengan jumlah penduduk 5.425 jiwa. Hal ini membuat Desa Lamong tergolong desa yang padat penduduk dan Desa dengan wilayah terkecil di Kecamatan Badas. Tidak terlalu luas wilayah yang dimiliki membuat banyaknya potensi Desa yang terkelola dengan baik dan maksimal. Akan tetapi kurangnya media promosi yang tidak optimal membuat masyarakat lokal maupun luar daerah tidak mengetahui dan tidak tertarik dengan potensi yang ada.

Secara umum, ada dua jenis potensi yang dapat dimiliki desa, pertama adalah potensi fisik, yang mencakup sumber daya manusia, binatang ternak, air, tanah, dan iklim. Kedua adalah potensi *non-fisik*, yang mencakup masyarakat, organisasi sosialnya, lembaga pendidikan, organisasi sosial, dan aparatur desa (Irawan dkk., 2021). Potensi dari Lamong yang dapat dimunculkan pada masyarakat luas yaitu pada sektor pelayanan pemerintahan, budaya, kesehatan, UMKM, agama, pendidikan, dan sektor pariwisata.

Adanya akun media sosial yang mengatasnamakan suatu daerah menjadi salah satu cara untuk memberikan informasi lokal kepada masyarakat dan mempromosikan potensi desa sehingga lebih banyak orang yang dapat mengetahuinya (Prasetya dkk., 2021). Saat ini akun Instagram yang dikembangkan adalah akun Instagram pemerintah desa Lamong yang diberi nama @pemdeslamong. Akun @pemdeslamong belum memiliki sejumlah pengikut dan jumlah like setiap postingan yang belum cukup banyak. Konten yang disajikan juga kurang kreatif dan monoton sehingga membuat *viewers* merasa bosan saat menonton. Informasi juga kurang mudah dipahami, terutama tidak adanya infografis yang dibuat dengan desain yang menarik dan mudah dipahami. Hal ini sangat disayangkan dengan potensi yang berkembang di Desa Lamong tidak bisa dikemas dengan *epic* pada akun pemerintah Desa yang dimiliki yakni pada akun @pemdeslamong.

Pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pendampingan pada perangkat desa agar bisa memanfaatkan dan memaksimalkan beragam kemudahan media sosial untuk melakukan promosi potensi Desa Lalong. Adanya Pemanfaatan dan penataan akun Instagram @pemdeslamong sebagai Media Promosi Potensi Desa Lamong Kecamatan Badas diharapkan nantinya dapat mendongkrak eksistensi suatu desa. Ini karena teknologi jaringan sosial dapat mencakup segala sesuatu secara luas dan tidak terbatas. Instagram adalah platform media sosial yang paling populer (Yudha Eka Nugraha, 2021). Ketika suatu Desa sudah terlihat eksistensinya maka masyarakat luas akan merasa tertarik untuk berkunjung sehingga dapat meningkatkan *income* pada berbagai sektor muli dari wisata, UMKM, maupun sektor perekonomian lainnya.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah model PDCA. Sebuah metode empat langkah interaktif yang dikembangkan oleh Edwards Deming. Adapun langkah-langkah dijelaskan di antaranya *Plan, Do, Check, and Act* (PDCA) (Eddy dkk., 2020). Metode yang menekankan proses secara berkelanjutan untuk meningkatkan sistem agar terus berjalan (Susanto dkk., 2020). Subjek dalam pengabdian ini adalah sejumlah perangkat Desa Lamong Kabupaten Kediri yang fokus pada pendampingan kemampuan *editing* media sosial untuk menunjang publikasi. Diharapkan informasi terkait kebijakan dan program Pemerintah Desa bisa lebih cepat dan efektif tersampaikan jika bisa memaksimalkan fitur-fitur di media sosial. Adapun tahapannya dijabarkan dalam deskripsi berikut ini:

1. Plan (P)

Proses merencanakan tujuan, serta prosedur apa pun yang dibutuhkan untuk menentukan hasil yang sesuai dengan spesifikasi tujuan, termasuk dalam tahap ini. (Yanto, 2021) Pada tahap ini, tujuan yang ingin dicapai adalah pengelolaan akun *@pemdeslamong* yang sudah ada, sebagai *Media Informasi dan Komunikasi Potensi Desa Lamong*.

Artinya adalah merencanakan tujuan dan prosedur yang diperlukan untuk menentukan hasil yang sesuai dengan spesifikasi tujuan. Empat hal yang harus dilakukan untuk implementasi pada tahap perencanaan adalah penetapan tema dan sasaran tema, pencarian faktor penyebab, urutan faktor penyebab, dan perumusan. Pada tahap perencanaan, PDCA diterapkan dalam bentuk tindakan (Widyatmoko dkk., 2022). Ini menentukan proses mana yang perlu diperbaiki, perbaikan apa yang perlu dilakukan, dan metode apa yang harus digunakan untuk melakukan perbaikan tersebut. Pada tahap ini, dibuat rencana untuk apa yang akan dilakukan, diidentifikasi masalah yang perlu ditangani, atau kekurangan yang perlu diperbaiki, dan dicari solusi untuk masalah tersebut.

2. Do (D)

Pada *step* ini, proses direncanakan, dan ukuran proses juga ditetapkan. Proses ini menghindari penundaan pekerjaan dengan mengumpulkan foto, deskripsi, video, audio dan kelengkapan lainnya. Observasi dan *interview* dan juga dokumentasi melalui video, foto dan juga berupa audio rekaman, yang tujuannya untuk mengumpulkan data yang ada di lapangan. Artinya adalah mengikuti langkah-langkah yang telah ditetapkan sebelumnya.

Pada tahap ini, rencana dilaksanakan, Penyusunan dan pelaksanaan rencana sebelumnya. Fokuskan pada masalah yang signifikan untuk perbaikan atau penyelesaian. *Skill* pemimpin kelompok kecil, desain eksperimen, resolusi konflik, dan lain-lain adalah beberapa alat berkualitas tinggi yang sering digunakan untuk melaksanakan tahap ini.

3. Check (C)

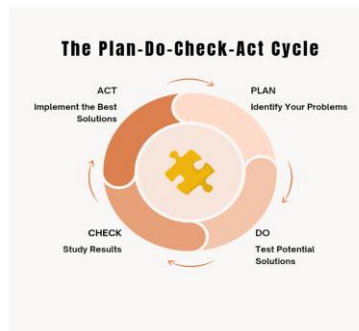
Pada langkah ini, sasaran dan proses dievaluasi dan hasil dilaporkan. Mengevaluasi pekerjaan yang telah dilakukan untuk memastikan apakah sesuai dengan standar saat ini atau masih ada kekurangan. Pada titik ini, dilakukan proses memantau bagaimana perkembangan media Instagram *@pemdeslamong* setelah dilakukan *upload* data dari lapangan, seperti yang tertera pada judul, berkaitan dengan media informasi dan komunikasi, dengan adanya media Instagram *@pemdeslamong* ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi Masyarakat Desa dengan Pemerintah Desa. Namun tidak hanya untuk desa saja, orang luar desa pun juga dapat mengetahui informasi terkait Desa Lamong dengan mengakses atau melihat Instagram media *@pemdeslamong*.

4. Act (A)

Tahap ini yang ditunjukkan pada Gambar 1. dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap hasil sasaran dan proses serta melakukan perbaikan. Melakukan perbaikan segera

setelah pekerjaan selesai jika terbukti ada kekurangan atau ketidaksempurnaan (Wahyudin dkk., 2023). Sebelum melanjutkan proses perbaikan, Metode ini sangat penting. Menindak lanjuti program awal yang tadinya sudah direncanakan untuk mengetahui hasil lebih lanjutnya bagaimana, apakah lebih baik atau lebih buruk, dalam hal ini lebih pada penarikan kesimpulan untuk mengetahui hasil dari awal sampai akhir proses.

Artinya melakukan evaluasi menyeluruh terhadap hasil dari proses dan tujuan, lalu melakukan perbaikan. Membuat usulan standar dan menetapkan langkah selanjutnya berdasarkan hasil dari tahap sebelumnya memungkinkan implementasi tahap ini untuk menjawab bagaimana tindak lanjut dapat diperbaiki di kemudian hari. Pada titik ini, alat kualitas seperti pemetaan proses, standarisasi proses, dan pelatihan formal yang digunakan.



Gambar 1. Proses *The-Plan-Do-Check-Act Cycle Method*
(Sumber : Fuchino dkk., 2007)

Beberapa potensi yang terdapat di beberapa bidang di antaranya pertanian, perikanan, Pendidikan, perdagangan, peternakan, kesehatan, keagamaan, kebudayaan dan Sejarah berdirinya Desa Lamong. Dan juga potensi wisata yang ada di Desa Lamong seperti *Sumber Urung* yang ada di dusun Mangiran. Pendeskripsian dilakukan dan disesuaikan dengan potensi keadaan lapangan yang ada di Desa Lamong. Diharapkan postingan tersebut juga memberikan pengajaran yang luas sehingga pembaca mendapat informasi lebih lengkap terkait informasi yang sedang dibaca, dalam pemilihan kata yang digunakan menggunakan diksi yang tepat dan dapat memberikan pemahaman secara komprehensif.

HASIL dan PEMBAHASAN

Pada pelaksanaan pengabdian masyarakat, *team* pengabdi melaksanakan dengan mempromosikan wilayah atau desa yang diteliti melalui salah satu media sosial yaitu Instagram. (Istanti & Sanusi, 2020) Peneliti melakukan dengan cara membuat akun Instagram lalu membuat konten video mengenai potensi Desa tentunya dikaitkan dengan diksi yang menarik untuk memperkenalkan potensi Desa Lamong, untuk menarik *viewers* atau menarik lebih banyak kunjungan Instagram. Pada pembuatan konten peneliti memanfaatkan beberapa aplikasi untuk membuat video lebih menarik yaitu dengan menggunakan Canva, *Lightroom*, dan *Cap Cut*. Tim pengabdi juga mengadakan sosialisasi serta mengajarkan terhadap Masyarakat Desa Lamong tentang bagaimana cara memuat konten serta mempromosikan potensi Desa Lamong melalui Instagram.



Gambar 2. Kegiatan Pendampingan *Editing* dan Produksi Konten
(Sumber: Dokumentasi Tim Pendampingan)

Pada tahapan ini yang ditunjukkan pada Gambar 2. di lakukan perencanaan dan penentuan objek terhadap lapangan yang ada pada kegiatan ini, mengumpulkan bahan yang ada di lapangan serta mempelajari proses dalam mengelola akun instagram milik @pemdeslamong yang sebelumnya sudah ada tetapi belum terkelola dengan baik, menentukan cara pengelolaan akun Instagram @pemdeslamong. Perencanaan berisi tentang *planning* yang akan digunakan dalam akun Instagram @pemdeslamong seperti konten, *followers*, postingan, *like*, komentar dan yang terpenting terkait peningkatan akun @pemdeslamong terkait sebelum dan sesudah pengelolaan akun Instagram @pemdeslamong.

Pengelolaan Instagram @pemdeslamong sebelum dikelola menunjukkan konten yang kurang efektif, hal ini disebabkan karena konten yang ada di *feed* Instagram @pemdeslamong memiliki kesan yang monoton, kurang memudahkan para pembaca untuk memahami isi konteks dari konten yang ada. Akibatnya mempengaruhi kurangnya minat para pembaca dan para pengikut konten Instagram @pemdeslamong. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 2., yang bersumber dari akun Instagram @pemdeslamong milik Desa Lamong sebelum dikelola. Perencanaan disini dilakukan untuk meningkatkan kualitas akun Instagram @pemdeslamong yang bertujuan untuk mempromosikan potensi Desa Lamong.



Gambar 3. Konten Instagram
Sumber: Akun Instagram Pemerintah Desa Lamong

Pada tahapan ini yang ditunjukkan pada Gambar 3. dilakukan proses pembuatan konten, seperti *take video* pada lapangan yang sedang diteliti. Instragram @pemdeklamong berisi tentang konten pendidikan, sejarah, keagamaan, profil desa, pelayanan desa, mata pencarian, dan juga terkait kegiatan desa. Tujuan pengelolaan media Instragram @pemdeklamong ini adalah untuk mempromosikan potensi pada Desa Lamong melalui akun instragram yang sudah ada sebelumnya, tetapi masih monoton dan belum terstruktur.

Pada tahap ini, rencana proses dibuat dan ukuran proses ditetapkan. Pengumpulan foto, deskripsi, video, audio, dan kelengkapan lainnya adalah proses yang menghindari penundaan pekerjaan. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan data yang ada di lapangan melalui observasi dan wawancara, serta dokumentasi melalui video, foto, dan rekaman audio. Artinya adalah mengikuti prosedur yang telah ditetapkan. Pada tahap ini, strategi diimplementasikan. Rencana sebelumnya dibuat dan diterapkan. Fokuskan pada masalah yang memerlukan penyelesaian atau perbaikan. Tahap ini sering dilakukan dengan bantuan alat berkualitas tinggi, seperti keterampilan pemimpin kelompok kecil, desain eksperimen, dan resolusi konflik yang ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 4. Konten Syarat Pengurusan Pelayanan Administrasi Desa di Instragram
Sumber: Akun Instragram Pemerintah Desa Lamong

Pada hal kegiatan ini yang ditunjukkan pada Gambar 4. ditentukan banyak strategi dan juga inovasi yang akan digunakan dalam promosi potensi yang ada di Desa Lamong melalui Instragram yang sebelumnya belum terkelola dengan harapan setelah adanya perencanaan dan pengerjaan yang terstruktur dapat meningkatkan pembaca atau penonton konten Instragram @pemdeklamong, dengan adanya konten yang inovatif dan informatif dapat memberikan informasi yang jelas dan juga valid bagi penduduk yang ada didesa dan yang ada di luar desa. Seperti contoh Gambar 4. menunjukkan konten tentang syarat pengurusan pelayanan administrasi Desa. Menggunakan inovasi desain yang menarik dan memudahkan pembaca dalam menanggapi berita atau informasi yang ada dalam konten tersebut. Hasil yang dapat dilihat dari proses pendampingan ini setidaknya melalui dua hal yaitu pertama, *followers* yang awalnya hanya 50, saat ini sudah mencapai 165. Kedua, rata-rata *like* pada setiap postingan sebelumnya hanya kisaran 5-10, sedangkan saat ini sudah di angka 50 -100 *like*. Hal ini tidak lepas dari konten yang sudah lebih baik dan menarik karena memiliki kemampuan editing variatif.

a. Profil Desa

Profil desa berisi tentang *backgroud* desa, seperti jumlah dusun, luas wilayah dan letak, mata pencarian, dan juga tentang penduduk Desa Lamong. Potensi yang ada di Desa Lamong juga diangkat lewat video profil Desa Lamong, tetapi dalam pembahasan kontennya hal ini tidak disebutkan atau dijabarkan secara detail, hal ini bertujuan untuk menstimulasi minat para penonton konten supaya penasaran dan ingin mencari informasi terkait Desa Lamong lewat konten-konten selanjutnya.

Strategi ini diharapkan dapat memancing minat para pembaca atau penonton konten Instagram @pemdeklamong supaya tanpa berkunjung secara langsung, tetapi warga lain diluar Desa Lamong dapat mengetahui informasi umum dan potensi terkait Desa Lamong.

Teknis pada konten profil desa ini terkait pengenalan letak wilayah, jumlah warga, mata pencarian, jumlah dusun, dan juga UMKM yang ada di Desa Lamong, namun belum dijabarkan secara menyeluruh dan detail, tujuannya agar warga mengenal berbagai potensi yang ada. Adapun penjelasan lebih lengkap dideskripsikan pada konten-konten sesuai dengan perencanaan.

b. Pelayanan Desa

Pelayanan desa di sini terkait pelayanan yang ada di balai Desa Lamong. Tentang cara dan syarat yang dibutuhkan untuk membuat surat atau dokumen seperti surat keterangan miskin atau semacamnya. Sebelumnya sudah ada konten terkait pelayanan Desa Lamong tetapi hal ini belum efektif dilihat dari jumlah pembaca postingan karena bentuk yang kurang menarik minat para pembaca.

Pengelolaan konten pelayan desa berisi tentang struktur teknis pelayanan yang ada di Balai Desa Lamong beserta persyaratan yang wajib dibawa oleh setiap warga desa yang ingin membuat surat atau dokumen, Dengan harapan sebelum datang ke Balai Desa Lamong warga sudah mengetahui persyaratan yang harus dibawa ketika mengajukan pembuatan surat di Balai Desa Lamong, dengan informasi yang di dapat melalui media Instagram @pemdeklamong.

c. Konten Pendidikan

Konten pendidikan disini berisi informasi tentang lembaga pendidikan formal dan non formal yang ada di Desa Lamong. Lembaga Pendidikan formal yang ada di bawah naungan Kemenag maupun Dinas Pendidikan berkembang baik dan bersaing secara sehat melalui prestasi. Dengan wilayahnya yang kecil jumlah siswa di setiap Lembaga tergolong besar. Hal ini merupakan salah satu potensi yang perlu dikenalkan kepada masyarakat luas.

Adapun Pendidikan formal yang tersebar antara lain 2 PAUD, 3 TK, 1 SD, dan 2 MI. Masing-masing lembaga memiliki Program unggulan yang digunakan sebagai daya tarik kepada masyarakat. Sebagaimana di MI Miftahul Huda yang terletak di Dusun Lamong, Program unggulan yang diusung adalah Baca Qur'an dengan metode ummi dan penerapan salim, sapa, dan salam.

Selain itu di Desa Lamong terdapat TAPOS (Taman Posyandu). Lembaga yang dikelola oleh kader Desa Lamong ini berisikan edukasi dini untuk membentuk mental anak usia 1-3 tahun supaya berani dalam berinteraksi dengan teman sebayanya. Pada Konten Tapos ditunjukkan proses belajar mengajar yang dilakukan, dengan harapan menarik masyarakat Desa Lamong yang memiliki anak usia 1-3 tahun untuk turut bergabung bersama TAPOS Lamong. Selain itu dari konten TAPOS juga disajikan informasi terkait alur pendaftaran, tempat penyelenggaraan, jadwal masuk, bahkan guru yang mengajar.

Isi terakhir dari konten Pendidikan adalah Lembaga Pendidikan non formal. Lembaga Pendidikan non formal yang ada di Desa Lamong ada TPQ (Taman Pendidikan Qur'an) dan MADIN (Madrasah Diniyah). Terdapat 12 TPQ dan 1 MADIN yang tersebar pada 2 dusun, Masing-masing TPQ memiliki metode yang berbeda dalam mengajarkan. Beberapa metode yang digunakan di TPQ yang tersebar di Desa Lamong antara lain: metode Yambu'a,

Ummi, Qiro'ati, dan An-Nahdliyah. Sedangkan pada Madin menggunakan kurikulum yang telah ditentukan oleh KEMENAG. Walaupun dengan metode yang berbeda akan tetapi memiliki tujuan yang sama yaitu mendapat kemuliaan Al-Qur'an.

d. Konten Sejarah

Dalam hal ini konten Instagram memuat tentang sejarah berdirinya desa, pendiri Desa Lamong, dan juga berisi adat dan kegiatan yang dijalankan oleh warga Desa Lamong, contohnya pada tanggal 1 Muharam, warga Desa Lamong melakukan doa bersama di perempatan jalan desa sebagai hasil rasa syukur, kemudian di lanjut dengan makan makan bersama. Konten ini tidak hanya tentang kebiasaan yang dijalankan oleh setiap warga Desa Lamong, tetapi konten Sejarah di sini berisikan *Babat Wiwitan* atau yang biasa disebut awal mula sejarah berdirinya desa.

Pada bagian ini bertujuan untuk mengedukasi setiap pembaca atau penonton konten, dengan membaca dan melihat kita secara tidak langsung mendapatkan informasi baru terkait sebuah ilmu. Cerita atau Sejarah yang dimiliki Desa Lamong sangat menarik, mulai dari terbentuknya dusun Mangiran dan dusun lamong, kemudian asal usul nama Desa Lamong. Desa Lamong sendiri sudah berdiri mulai dari pemerintahan Belanda.

Jejak-jejak sejarah masih bisa ditemukan di Desa Lamong. Oleh sebab itu dalam konten sejarah ini ditunjukkan peninggalan sejarah berupa makam pendiri desa yang biasa disebut dengan Mbah Lamong yang berada di Dusun Lamong dan Mbah Mangir yang berada di Dusun Mangiran. Selain itu konten ini sekaligus menyuguhkan kisah Lamong dari hutan hingga kini menjadi pemukiman.

e. Konten Keagamaan

Konten keagamaan, dalam hal ini konten berisi tentang kegiatan keagamaan desa yang dilaksanakan secara rutin. Sebagai sebuah Desa yang mayoritas penduduk Islam kegiatan keagamaan yang berkembang di masyarakat adalah kegiatan keislaman. Terdapat berbagai kegiatan keagamaan yang ada di Desa Lamong di antaranya pengajian, sholawatan, peringatan hari besar Islam, pelaksanaan sholat lima waktu dan sholat Jum'at di Masjid/Mushola.

Sejumlah kegiatan keagamaan yang dapat dibuat konten sebagai salah satu promosi potensi di Desa Lamong adalah kegiatan pengajian. Terdapat berbagai majelis pengajian yang ada yang dikelompokkan sesuai usia maupun wilayah. Adapun majelis pengajian yang berkembang di Desa Lamong sesuai usia antara lain IPNU-IPPNU yang jamaahnya adalah para pelajar, Ansor dengan jamaah para pemuda laki-laki, Fatayat yang juga bergabung dengan Majelis Dibaan anggotanya para pemuda, Muslimat dengan jamaah ibu-ibu, dan Nahdlatul Ulama dengan anggota bapak-bapak. Masing-masing pengajian tersebut memiliki jadwal rutin berbeda yang diadakan setiap satu minggu sekali.

Selain sesuai usia juga terdapat pengajian yang berkelompok sesuai wilayah seperti Yasinan. Pengajian Yasinan di Desa Lamong diadakan di setiap RW. Dengan jamaah warga RW setempat inti kegiatan Yasinan adalah pembacaan Yasin dan Tahlil. Ada juga Kegiatan salawat yang biasanya digelar pada bulan Muharam setiap dusun secara bergilir. Kegiatan muharaman ini dilakukan sebagai wujud perayaan dan rasa syukur warga Desa Lamong atas setiap nikmat yang diberikan oleh Tuhan.

Dari pembuatan dan penampilan konten keagamaan di Desa Lamong diharapkan masyarakat yang belum mengikuti kegiatan yang ada dapat tertarik dan tergugah untuk ikut serta berpartisipasi. Sehingga lewat kegiatan rohani dapat membentuk rasa simpati dan rasa empati setiap warga dan kekerabatan warga Desa Lamong semakin erat.

f. Mata Pencarian

Pada bahasan ini, berisi tentang mata pencarian warga desa, berisi tentang pekerjaan atau usaha yang ada di Desa Lamong, antara lain: pertanian, perikanan, perkebunan, perdagangan, dan juga peternakan. Pada pertanian seperti pengelolaan lahan sawah yang

ditanami padi. Konten berisikan hasil fisik dan keadaan lapangan yang ada di Desa Lamong, meliputi semua sektor mata pencarian yang ada di Desa Lamong. Konten menjelaskan tentang beragam mata pencarian warga Desa Lamong yang berkaitan dengan potensi alam yang ada di Desa Lamong.

Desa Lamong termasuk dalam kategori desa terkecil di Kecamatan Badas, dengan letak geografis yang baik menjadikan warga Desa Lamong memiliki beragam sektor mata pencarian yang belum tentu ada di desa lainnya. Keaktifan warga dalam pemanfaatan wilayah yang strategis ini menjadikan setiap warga Desa Lamong memiliki lebih dari satu mata pencarian dan juga kerjaan sampingan contohnya tanam sayur dan budidaya ikan, peternakan dan juga UMKM, dan masih banyak lagi. Lahan yang subur menjadikan warga Desa Lamong mudah dalam menanam berbagai macam jenis tanaman seperti, padi, sayur dan jagung.

KESIMPULAN

Program pemanfaatan Instagram sebagai media promosi potensi Desa Lamong dapat direalisasikan dengan baik. Berdasarkan pengamatan, pengabdian yang dilakukan menghasilkan beberapa dampak di antaranya pengetahuan dasar tentang editing dan produksi konten perangkat desa sudah terbentuk. Misalnya mengoperasikan Canva, *Lightroom* untuk mengedit konten dalam bentuk gambar, sedangkan Cap Cut untuk konten dalam bentuk video. Hal ini membuat masyarakat Desa Lamong lebih mudah dan praktis mengakses informasi dari pemerintah desa khususnya yang berhubungan dengan layanan. Kemudian, dengan konten yang dibuat maka berbagai potensi Desa Lamong di bidang pariwisata, pendidikan, kesejarahan dan sebagainya lebih dikenal oleh masyarakat lebih luas.

Hasil yang dapat dilihat dari proses pendampingan ini setidaknya melalui dua hal yaitu pertama, *followers* yang awalnya hanya 50, saat ini sudah mencapai 165. Kedua, rata-rata *like* pada setiap postingan sebelumnya hanya kisaran 5-10, sedangkan saat ini sudah di angka 50 -100 *like*. Hal ini tidak lepas dari konten yang sudah lebih baik dan menarik karena memiliki kemampuan *editing* variatif. Adapun saran yang bisa menjadi masukan pada program ini di antaranya adalah mengenai keberlanjutan. Pendampingan yang terbatas oleh waktu membuat para perangkat desa masih belum terbiasa melakukan prosedur membuat konten, sehingga perlu pelatihan lanjutan. Selain itu, aspek kreativitas konten juga perlu mendapat perhatian untuk distimulasi dan mendapat penekanan agar mengikuti tren di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Brilian, I., Ana, P. J., Mandira, I. M. C., Sri, P., Jaya, A., Wijaya, G. C., Ayu, I. G., & Adriati, W. (2023). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Potensi dan Eksistensi Desa Penatahan Use of Instagram Social Media in Increasing the Potential and Existence of Penatahan Village. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 84-92.
- Eddy, E., Usman, A., & Dafitri, H. (2020). Peningkatan Kualitas Media Dakwah Melalui Pelatihan PDCA (Plan Do Check Act). *Jurnal TUNAS*, 1(2), 0-5. <http://tunasbangsa.ac.id/abdimas/index.php/tunasabdimas/article/view/19>
- Fuchino, T., Miyazawa, M., & Naka, Y. (2007). Business model of plant maintenance for lifecycle safety. *Computer Aided Chemical Engineering*, 24, 1175-1180.
- Irawan, W., Anita, A. S., Pidul, Y. M., Gerungan, R. A., & Asiah, N. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Wisata Puncak Pinus Desa Dulamayo Selatan. *Prosiding PKM-CSR*, 4, 79-86.
- Istanti, E., & Sanusi, R. (2020). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan umkm di desa

- kedungrejo, kecamatan jabon, sidoarjo. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 4(2), 176–187.
- Prasetya, A. Y., Sugiharti, S., & Fadhila, Z. R. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 102–108.
- Suranny, L. E. (2020). Pengembangan Potensi Desa Wisata Dalam Rangka Peningkatan Ekonomi Perdesaan Di Kabupaten Wonogiri. *Jurnal Litbang Sukowati: Media Penelitian Dan Pengembangan*, 5(1), 49–62.
- Susanto, A., Sari, C. A., Moses, D. R. I., Rachmawanto, E. H., & Mulyono, I. U. W. (2020). Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 42.
- Wahyudin, U. R., Permana, H., & Nurlailasari, E. (2023). Sosialisasi Model Manajemen Mutu Pendidikan Kejuruan Berorientasi Industri di Kabupaten Karawang. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(2), 62–69.
- Widyatmoko, K., Muslih, M., Budiman, F., Sugiarto, E., P, E. R., Soeleman, M. A., Syarif, A. M., Hastuti, K., & A, A. Y. (2022). Pendampingan Implementasi Sistem Perpustakaan Digital “Kebon Arum” untuk Desa Kebonan Kabupaten Boyolali. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 331.
- Yanto, Y. (2021). Pendampingan Pemberdayaan Ekonomi Ibu Rumah Tangga Desa Sampora Melalui Pendirian Warung Makan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Charitas*, 1(2), 55–58.
- Yudha Eka Nugraha, K. D. (2021). Upaya Promosi Pariwisata Pantai Liman Dengan Pemanfaatan Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @pantailimansemau). *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 4(1), 169–194.