



STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLAAN WEBSITE DESA CIANGSANA BERBASIS MASYARAKAT

Hiswanti^{1*}, Ravika Savitri², Noviawan Rasyid Ohorella³

¹Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957, Indonesia, ²AKMRTV Jakarta, Indonesia, ³Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma, Indonesia

²e-mail: vikasavitri32@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the communication strategy for managing the Ciangsana Village website based on local wisdom. In this case the research focus is on website media and society. The method used in this research is a descriptive qualitative approach with a constructivist paradigm. The theory used in this research is the diffusion of innovation theory. The data collection techniques used were observation, in-depth interviews, documentation and literature study. The results of this research show that the communication strategy for managing the village website has not been effective, this is due to the lack of human resources, both in terms of website management and content presentation management, however, the village is still trying to continue to promote the potential of Ciangsana village through. Ciangsana Village is trying to update it with a digital village program where the website will later be rebuilt with better security to raise the potential of the people in Ciangsana Village.

Keywords: Ciangsana village; communication strategy; community; website management

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pengelolaan website Desa Ciangsana berbasis kearifan lokal. Dalam hal ini fokus penelitian pada media website dan masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif deksriptif dengan paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori difusi inovasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara mendalam, dokumentasi serta studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pengelolaan website desa belum efektif hal ini dikarenakan kurangnya sumber daya manusia baik dari sisi pengelola website maupun pengelola penyajian konten, namun pihak desa tetap mengupayakan untuk tetap mempromosikan potensi desa ciangsana melewati. Desa ciangsana berusaha memperbaharui dengan program desa digital yang nantinya website tersebut akan dibuat kembali dengan keamanan yang lebih baik untuk mengangkat potensi masyarakat yang ada di Desa Ciangsana.

Kata kunci: Desa Ciangsana; masyarakat; pengelolaan website; strategi komunikasi

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan proses manusia yang paling dasar. Melalui komunikasi, manusia dapat berinteraksi satu

sama lain dalam kehidupan sehari-hari dan dimanapun berada. (Zuwirna, 2020), komunikasi merupakan sebagai proses penciptaan makna antara dua orang atau

lebih. Definisi tersebut juga menekankan bahwa penggunaan media atau alat komunikasi sangatlah penting dalam proses penyampaian pesan dari pengirim pesan kepada penerima. Hal ini menunjukkan bahwa media berperan penting dalam memfasilitasi komunikasi antar manusia.

Komunikasi tidak sekedar sebuah fenomena pertukaran informasi pengirim dan penerima pesan. (Qindi et al., 2023), menjelaskan bahwa salah satu kajian komunikasi ada pada komunikasi pemerintahan yang merupakan suatu proses penyampaian pesan maupun informasi yang dilakukan oleh pemerintah kepada publik untuk memperoleh tujuan dan fungsi pemerintah. Melalui komunikasi pemerintahan, birokrat pemerintah berbagi informasi, gagasan atau perasaan, dan sikap dengan partisipan komunikasi lainnya yang disebut komunikasi yaitu aparatur pemerintah untuk organisasi internal, dunia usaha, masyarakat dalam hal organisasi non pemerintah untuk eksternal organisasi, dan sebaliknya. Oleh karena itu, komunikasi pemerintahan tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga merupakan alat utama untuk membangun partisipasi masyarakat, dan menjaga kebijakan lembaga.

Media komunikasi termasuk di dalamnya media massa sebagai perantara dalam penyampaian informasi. Media massa merupakan sarana menyebarkan informasi kepada masyarakat. (Ibrahim & Samsiah,

2022), Media massa merupakan alat untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat agar masyarakat lebih mudah dalam memperoleh informasi. Perkembangan media massa membawa dampak besar terhadap peran media massa. Kebebasan media massa dan dukungan dari teknologi memberikan akses informasi yang dapat memperluas pengetahuan masyarakat. Media massa dapat dijadikan sebagai sarana untuk menyebarkan potensi kearifan lokal suatu daerah agar dapat dikenal kepada masyarakat luas.

Teknologi sebagai alat bantu biasa ditelusuri saat manusia menggunakan media sebagai alat berkomunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi tentu saja menimbulkan beragam reaksi masyarakat. (Nurrahmah & Sulistiawati, 2022), teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang mempengaruhi perkembangan alat komunikasi yang digunakan oleh masyarakat, TIK telah memberikan perubahan besar bagi perkembangan dunia. Penggunaan media sebagai alat komunikasi telah mendorong evolusi teknologi. Perkembangan teknologi komunikasi telah mempengaruhi cara masyarakat menyikapinya, dan kemajuan TIK membawa dampak yang besar terhadap perkembangan alat komunikasi yang digunakan masyarakat.

Bidang pemerintahan teknologi digunakan sebagai jembatan komunikasi dan

penyebaran informasi kepada masyarakat luas. Teknologi informasi mencakup segala sesuatu yang berhubungan dengan proses, penggunaannya proses sebagai alat, semua operasi yang berhubungan dengan proses, dan penggunaan alat untuk memproses dan mentransfer data antar perangkat. (Setiawan, 2018), teknologi komunikasi dan informasi adalah aplikasi pengetahuan dan keterampilan yang digunakan manusia dalam memberikan informasi atau pesan dengan tujuan untuk membantu menyelesaikan permasalahan manusia agar mencapai tujuan komunikasi. Teknologi informasi kini telah menjadi media yang digunakan masyarakat untuk berbagai aktivitas seperti komunikasi, dan penyedia informasi. Salah satunya dapat dimanfaatkan oleh pemerintah untuk memberikan informasi kepada mereka mengenai potensi dan kearifan lokal suatu desa.

Website sudah menjadi sarana komunikasi yang umum dan sudah seharusnya diterapkan di daerah pedesaan sebagai pengembangan teknologi di daerah terpencil. Website adalah page yang berisi isu yang ditampilkan sang browser mirip Mozilla Firefox dan Google Chrome. Website juga merupakan media yang sangat berguna untuk memperkenalkan masyarakat umum terhadap beragam potensi yang dimiliki suatu daerah. Karena website dapat memberikan informasi dengan lebih mudah

dan efektif, maka website juga dapat digunakan sebagai media pemasaran, informasi pendidikan, komunikasi dan promosi. Website berguna sebagai media komunikasi yang dapat menjembatani antara pemerintah desa, dan masyarakat sehingga dapat membangun komunikasi dan sineergi dalam mengangkat potensi dan kearifan lokal Desa Ciangsana kedepannya. Website semestinya dapat memenuhi delapan dimensi kualitas dalam aspek user perspective (Wiyanto et al., 2023).

Website desa sangat berguna bagi aparat desa karena berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi dan membantu dalam memfasilitasi layanan pemerintah desa kepada masyarakat. (Topohudoyono & Budiyo, 2017), kehadiran website desa bisa menjadi sarana kemudahan pelayanan komunikasi dan informasi di tingkat desa. Tentu saja membuat sebuah website memerlukan pengelolaan konten website yang optimal. Desa Ciangsana sudah memiliki website desa sebagai sarana komunikasi atau penyebaran informasi. Saat ini, website tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal ketika mengunjungi website tersebut tidak memuat informasi tentang Desa Ciangsana. Dalam hal ini, peneliti ingin menggali terkait website Desa Ciangsana yang belum terisi untuk mengangkat strategi pengembangan dalam mengangkat potensi dan kearifan lokal di Desa Ciangsana.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Difusi inovasi. (Kartikawati, 2018), difusi diartikan dengan suatu proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu selama jangka waktu tertentu terhadap anggota suatu sistem sosial budaya, teori ini meyakini bahwa sebuah inovasi terdifusi ke seluruh masyarakat dalam pola yang bisa diprediksi. Difusi dapat dikatakan juga sebagai suatu tipe komunikasi khusus dimana pesannya adalah ide baru saluran komunikasi yang digunakan mempunyai dampak yang besar terhadap pertukaran informasi. Dalam konteks komunikasi masyarakat, teori difusi inovasi dapat membantu dalam merencanakan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam memperkenalkan dan mempromosikan inovasi di masyarakat. Dalam hal ini, pengembangan website dan media massa dapat menjadi inovasi untuk menonjolkan potensi kearifan lokal yang ada di Desa Ciangsana.

Perkembangan dalam era saat ini menunjukkan adanya pertumbuhan penggunaan media baru. Melalui website, jejaring media sosial, sangat efektif untuk menjangkau target market yang tidak terbatas jarak dan waktu. Dari belahan dunia manapun, semua orang bisa dengan mudah mengakses informasi. (Made et al., 2024), Era digital sudah menyatu dengan kondisi masyarakat saat ini, kondisi demikian menyebabkan masyarakat semakin mudah

dan memiliki peluang yang lebih besar dalam mengakses berbagai informasi, terlebih lagi salah satu manfaat dari teknologi informasi yang mampu memanfaatkan keterbatasan ruang dan waktu. Transformasi digital ini telah membuka pintu untuk mengubah cara masyarakat memperoleh dan berbagi informasi. Sistem ini merupakan sistem informasi tepat guna dengan tujuan untuk memajukan masyarakat dengan mempermudah proses pengelolaan data di kantor desa.

Penelitian lain juga membahas dua penelitian terdahulu untuk referensi atau gambaran berupa implementasi terhadap pelaksanaan mata kuliah saat ini. Penelitian terdahulu pertama yang bernama Noor Khalida (Magfirah, 2020), yang berjudul “Model Komunikasi Pengembangan Wisata Kearifan Lokal pada Desa Wisata Makupayung Kabupaten Bandung Barat” memiliki perbedaan dengan penelitian yang saat ini sedang dikaji, penelitian terdahulu yang pertama bertujuan untuk mengevaluasi model komunikasi pengembangan wisata kearifan lokal pada desa wisata Makupayung Kabupaten Bandung Barat sedangkan penelitian yang sedang dikaji lebih umum dalam strategi pengembangan website Desa Ciangsana dalam mengangkat potensi dan kearifan lokal.

Penelitian terdahulu kedua yang Bernama (Arif & Pardianto, 2022), yang berjudul “Literasi Komunikasi Wisata Desa

Berbasis Teknologi Informasi (Studi di Desa Gondoruso Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang)” memiliki beberapa perbedaan dengan topik yang saat ini sedang dikaji, penelitian terdahulu yang kedua memiliki fokus yang lebih luas yaitu literasi komunikasi wisata Desa berbasis teknologi informasi sedangkan penelitian yang sedang dikaji lebih spesifik yaitu strategi komunikasi website Desa Ciangsana dalam mengangkat potensi kearifan lokal berbasis masyarakat.

(Varenia & Phalguna, 2022), media baru (*new media*) merupakan perkembangan teknologi komunikasi massa digital atau komunikasi berbasis internet dimana seseorang dapat melakukan interaksi melalui dunia maya dengan bertatap muka suara serta dapat berinteraksi menggunakan hologram dan tanpa bertatap muka langsung dengan bantuan internet. Teknologi internet dengan fitur-fitur semakin luas, media baru memberikan kesempatan untuk interaksi yang lebih luas, personal, dan inovatif yang memungkinkan orang untuk terlibat dalam komunikasi di dunia maya dengan cara sebelumnya tidak terpikirkan.

Media baru merupakan istilah yang memanfaatkan berbagai teknologi komunikasi yang terkait dengan digitalisasi dan menjadikannya tersedia secara luas untuk penggunaan pribadi sebagai sarana komunikasi. (Rafi et al., 2023), ciri utama media baru adanya saling keterhubungan,

akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitas, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Media baru juga ditandai oleh kegunaannya yang luas dan bersifat terbuka yaitu dapat digunakan untuk berbagai tujuan komunikasi, informasi, dan interaksi. Media baru memberikan kesempatan kepada individu untuk berkomunikasi secara lebih terbuka, dinamis, dan interaktif melalui berbagai platform yang tersedia.

Kemunculan new media merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi komunikasi yang baru dan digital. (Kamila et al., 2023), media yang dimaksud berada dalam tataran perubahan teknologi, institusi, dan budaya tidak berhenti meliputi keadaan perubahan sosial, ekonomi, dan budaya dimana media baru diasosiasikan. Konsep new media merujuk pada bentuk-bentuk yang muncul sebagai hasil dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). New media mencakup beragam platform dan format digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengakses dan berbagai informasi dengan cara yang lebih interaktif, dinamis dan terhubung secara global.

Teori difusi inovasi merupakan salah satu dari beberapa teori komunikasi yang ada. Teori difusi inovasi menjelaskan proses bagaimana suatu inovasi dikomunikasikan

lewat channel tertentu sepanjang waktu kepada anggota kelompok dari suatu sistem sosial. Inovasi adalah gagasan, Tindakan, atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Saluran komunikasi yang digunakan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap dampak pertukaran informasi, sehingga diperlukan ketelitian dalam pemilihan dan penggunaannya. Pemilihan saluran komunikasi yang tepat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan difusi inovasi, pemahaman yang baik menjadi dasar untuk strategi komunikasi yang efektif dalam memperkenalkan inovasi kepada masyarakat atau kelompok tertentu.

Difusi merupakan suatu bentuk komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan sebagai suatu gagasan baru. (Saidah et al., 2022), teori difusi inovasi mengajak individu untuk memahami sebuah inovasi yang hadir di tengah masyarakat. Hal ini penting dipelajari ketika hendak mempengaruhi kelompok tertentu. Teori ini juga memprediksi minat masyarakat dalam mengadopsi inovasi. Dalam proses difusi inovasi, saluran komunikasi memegang peranan penting sebagai sarana penyampaian pesan media atau alat yang difungsikan sebagai penyalur pesan dari sumber inovasi kepada penerima inovasi. Suatu inovasi dapat diadopsi oleh seseorang jika seorang innovator berhasil mengkomunikasikan gagasannya dengan baik. Setiap individu akan

mempunyai batas waktu untuk menerima atau menolak inovasi tersebut.

Teori ini di awal perkembangannya mendudukan peran pemimpin opini dalam mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat, artinya media massa mempunyai pengaruh yang kuat dalam menyebarkan penemuan baru dan difusi inovasi juga bisa langsung mengenai masyarakat. Penyebaran inovasi mengarah pada perubahan sosial dan mendorong masyarakat untuk menemukan hal-hal baru dan menyebarkannya. Masuknya inovasi ke dalam sistem sosial terjadi melalui komunikasi antar anggota suatu masyarakat yang lain. Melalui saluran komunikasilah terjadi pengenalan, pemahaman, dan penilaian yang kelak menghasilkan penerimaan atau penolakan terhadap inovasi. Ketika proses penyebaran inovasi berlangsung, diperlukan suatu proses untuk menyoroti pro dan kontra biasanya dalam bentuk sikap dan tanggung jawab anggota masyarakat.

Teori difusi inovasi menjadi dasar untuk mendukung keputusan para aktor untuk memakai sebuah inovasi dengan menggabungkan pengaruh yang saling mengimbangkan dari tingkat individu, tingkat sub kelompok, tingkat sistem, yang menerangkan perubahan organisasi dan mengurangi ketidakpastian. Teori difusi inovasi memberikan landasan yang kuat untuk memahami dan menerapkan inovasi dengan mempertimbangkan pengaruh dari

tingkat individu, sub kelompok, dan sistem. Teori ini juga memberikan pemahaman tentang bagaimana pengenalan inovasi dapat mempengaruhi perubahan dan mengurangi ketidakpastian yang mungkin timbul.

Teori difusi inovasi merupakan teori utama yang telah sering diterapkan pada pengenalan teknologi informasi. 4 elemen dari difusi inovasi yaitu 1) Inovasi adalah ide, gagasan, pesan makna yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi lainnya. 2) Communication channels, merupakan sarana komunikasi yang digunakan untuk menerima pesan dari satu orang ke lainnya. 3). Time, Proses keputusan dimana individu beralih dari pengetahuan pertama tentang suatu inovasi melalui adopsi atau penolakannya. 4). Social Sistem, Satu set unit yang saling terkait yang terlibat dalam pemecahan masalah bersama untuk mencapai tujuan bersama.

Teori difusi inovasi memiliki korelasi dengan komunikasi massa karena dari berbagai situasi pada efektivitas kemampuan perubahannya didasari oleh penelitian ilmiah dan masyarakat yang berada diluar jangkauan dapat diimplementasikan secara langsung pada pusat-pusat inovasi atau kebijakan publik. Komunikasi massa berperan penting dalam menyebarkan informasi tentang inovasi yang diperoleh dari penelitian ilmiah dan memfasilitasi difusi inovasi yang efektif, yang pada gilirannya

dapat diperkenalkan ke pusat inovasi dan kebijakan publik.

(Yudistira & Nela, 2022), teori difusi inovasi disebut tahap penyebarluaskan temuan baru, menyangkut suatu teknologi baru, gagasan baru ke seluruh masyarakat. Teori difusi inovasi menjadi teori yang menarik karena pendekatan yang detail mengenai pengembangan website. Adapun beberapa asumsi dari teori ini sebagai berikut

(1) Adopsi inovasi

Adopsi inovasi organisasi teknologi komunikasi dan informasi banyak dilakukan dalam ranah peningkatan kualitas pelayanan publik, sebuah inovasi didefinisikan sebagai gagasan, praktik, atau obyek yang dirasakan sebagai sesuatu yang baru oleh seorang individu atau unit adopsi yang lain.

(2) Karakteristik inovasi

Karakteristik dapat memprediksi *rate of adoption* atau tingkat kecepatan penerimaan sebuah inovasi, *rate of adoption* dapat dikatakan sebagai kecepatan relatif sebuah inovasi itu diadopsi oleh anggota sistem sosial. Karakteristik inovasi mempengaruhi kesediaan masyarakat untuk mengadopsi teknologi baru.

(3) Komunikasi dan sumber daya

Difusi adalah bentuk komunikasi yang bersifat khusus berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan berupa gagasan atau ide baru, makna inovasi demikian perlahan-lahan dikembangkan melalui sebuah proses konstruksi sosial. Komunikasi yang baik mengenai manfaat penggunaan website untuk mengangkat potensi dan kearifan lokal, serta penyediaan sumber daya yang diperlukan dapat meningkatkan adopsi inovasi oleh masyarakat Desa Ciangsana.

(4) Keberhasilan adopsi berbasis masyarakat

Keberhasilan dalam proses adopsi inovasi teknologi media sosial mencapai kelincuhan organisasi adalah tahap kesadaran, tahap menaruh minat, tahap evaluasi, dan tahap mencoba. Keberhasilan proses adopsi akan mendasari penentuan strategi pengembangan website, dimana digitalisasi akan membuat organisasi menjadi lebih lincah dalam menyesuaikan dengan kondisi elemen. Kesuksesan adopsi inovasi dalam hal ini pengembangan website bergantung pada partisipasi dan keterlibatan aktif masyarakat lokal.

METODOLOGI

Subyek penelitian adalah informan, yang berarti orang pada latar penelitian yang

dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Obyek penelitian tersebut terkandung masalah yang akan dijadikan bahan penelitian untuk dicari pemecahannya. Subyek penelitian merupakan seseorang yang mengetahui informasi yang akan mendukung sebuah penelitian. Subyek dalam penelitian ini adalah staff Desa Ciangsana yang mengelola website dan masyarakat Desa Ciangsana. Objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi, atau barang yang akan diteliti, fokus perhatian tersebut berupa substansi atau materi yang diteliti atau dipecahkan permasalahannya menggunakan teori yang bersangkutan yaitu teori difusi inovasi. Objek penelitian merupakan sesuatu yang akan diperoleh dari subjek dan sesuatu yang akan diteliti. Objek penelitian ini adalah website desa ciangsana (Sugiyono & Lestari, 2021).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif sering disebut penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). (Sugiyono, 2019), penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang ilmiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat

induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Pendekatan dalam penelitian ini diambil karena peneliti ingin mendeskripsikan dan mendapatkan gambaran terkait website yang sedang diteliti dengan mewawancarai langsung staff yang mengelola website Desa Ciangsana tentang pengembangan potensi dan kearifan lokal.

Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif digunakan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan hasil suatu penjelasan dalam teks secara mendalam. (Bungin, 2017), pendekatan kualitatif diperlukan untuk beradaptasi dengan bentuk realitas sosial yang baru, yang sering disebut masyarakat pasca-industri, era postmodern dan masyarakat informasi. Peneliti ingin menjabarkan secara mendalam tentang pengembangan website Desa Ciangsana dalam mengangkat potensi dan kearifan lokal berbasis masyarakat.

(Gunawan, 2014), Paradigma konstruktivisme merupakan paradigma kebenaran suatu realitas sosial sebagai hasil konstruksi sosial dan kebenaran suatu realita sosial bersifat relative. Paradigma konstruktivisme berada dalam perspektif penafsiran yang terbagi dalam tiga jenis yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik. Pendekatan konstruktivis menyoroti aktivitas individu dalam membangun pengetahuan dan makna.

Bahwa strategi komunikasi yang diterapkan pada website Desa Ciangsana dirancang untuk mendorong partisipasi aktif dan kontribusi masyarakat. Selanjutnya paradigma konstruktivisme juga merupakan paradigma penelitian kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Peneliti menyajikan dan menjelaskan data hasil penelitian terkait permasalahan, yakni penerapan strategi komunikasi pengelolaan Website Desa Ciangsana berbasis masyarakat. Informasi ini diperoleh melalui teknik pengumpulan data, seperti wawancara mendalam dengan informan atau narasumber, dan dokumentasi langsung di lapangan yang kemudian akan dianalisis oleh peneliti. Dalam upaya memahami bagaimana program strategi komunikasi website Desa Ciangsana dapat mengangkat potensi kearifan lokal berbasis masyarakat, peneliti melakukan wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi langsung.

Profil Website Desa Ciangsana

Website merupakan sebuah kumpulan halaman-halaman web beserta file-file pendukungnya, seperti file gambar, video, dan file digital lainnya yang disimpan pada sebuah web server yang umumnya dapat diakses melalui internet Wahyudin (2020). Website adalah suatu platform digital

yang dirancang untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam mengakses, mencari, dan memperoleh informasi. Dengan menyediakan berbagai konten informatif secara online, website menjadi sarana efisien untuk mendukung kebutuhan masyarakat dalam memperoleh pengetahuan, berita, atau layanan tertentu. Dikarenakan hal tersebut, website tidak hanya menjadi sumber informasi tetapi juga alat untuk mendukung pemberdayaan masyarakat melalui penyebaran informasi. Maka dari itu, website menjadi pilihan yang tepat.

Website Desa Ciangsana merupakan alat kebutuhan informasi yang dimiliki oleh Desa Ciangsana Kabupaten Bogor. Desa Ciangsana terletak di provinsi Jawa Barat Kabupaten Bogor Kecamatan Gunung Putri. Memiliki luas wilayah 9,180,690 Ha. Desa Ciangsana termasuk desa yang dekat dengan kawasan perkotaan. Website Desa Ciangsana telah ada sejak tahun 2020, website tersebut difungsikan sebagai sarana penyampaian informasi bagi masyarakat. Dengan ini, masyarakat lokal maupun pendatang dimudahkan dalam mengakses informasi terkini terkait Desa Ciangsana.

Dalam mengorganisir pengembangan, interaksi yang dinamis dapat diwujudkan. Hal ini diharapkan mampu mengkoordinasi aspirasi dan apresiasi masyarakat terhadap hasil-hasil potensi dan kearifan lokal yang ada di Desa Ciangsana, termasuk saran dan

kritik yang menjadi landasan untuk perbaikan dan peningkatan pengembangan di Pemerintah Kabupaten Bogor. Website sesuai dengan yang ditetapkan undang-undang, memegang peranan penting sebagai media informasi dan komunikasi.

Dalam mengorganisir pengembangan website, interaksi yang dinamis dapat diwujudkan. Hal ini diharapkan mampu mengakomodasi aspirasi dan apresiasi masyarakat terhadap hasil-hasil pengembangan. Termasuk kritik dan saran yang dapat menjadi landasan untuk perbaikan dan peningkatan pengembangan website Desa Ciangsana. Website sesuai dengan peran yang ditetapkan oleh undang-undang memegang peranan penting sebagai media informasi dan komunikasi.

Kearifan lokal merupakan pengalaman masyarakat yang unik dan melekat melalui perjalanan Panjang, sepanjang terbentuknya masyarakat tersebut Purwanto (2023). Kearifan lokal bisa berbentuk suatu pengetahuan dan keterampilan lokal baik pada aspek hubungan politik ekonomi maupun pada aspek sosial budaya masyarakat yang berdampak positif bagi keberlanjutan masyarakat. Potensi dan kearifan lokal di desa ciangsana belum maksimal dikarenakan website yang dikelola kosong. Optimalisasi website dalam menggambarkan dan memanfaatkan potensi serta kearifan likal di Desa Ciangsana guna meningkatkan



pemanfaatan website sebagai saran efektif dalam memajukan dan melestarikan aspek lokal Desa Ciangsana.

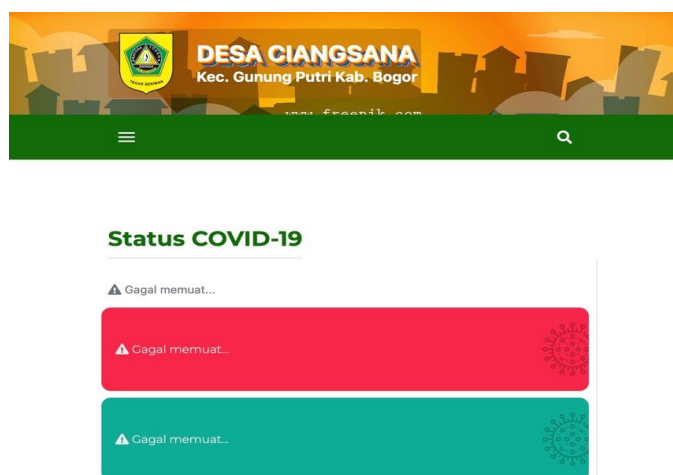
Pembahasan Inovasi Website Desa Ciangsana

Teknologi informasi kini menjadi media yang digunakan untuk melakukan kegiatan seperti komunikasi, diskusi, maupun sebagai

wadah penyedia informasi. Salah satu terobosan dalam kebijakan tentang desa ialah terbukanya peluang komunikasi sistem informasi berbasis teknologi di tingkat desa. Desa dapat menjadi peluang yang besar untuk kesejahteraan dan pelayanan masyarakat dalam mengembangkan potensi dan aset desa.



Gambar 1. Kantor Desa Ciangsana
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 2. Website Desa Ciangsana
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Inovasi merujuk pada upaya untuk meningkatkan penerimaan dan penggunaan inovasi di berbagai tingkatan masyarakat. Website merupakan serangkaian halaman web berisi informasi yang terhubung satu sama lain dan diakses melalui internet. Dalam hal ini inovasi mengacu pada bagaimana proses komunikasi website Desa Ciangsana dilakukan.

Seperti yang diungkapkan oleh Miun Sobani, salah satu kaur perencanaan website. Miun mengatakan,

“...Pada tahun 2020 desa ciangsana memiliki website, website ini berisi terkait dengan informasi terkini yang dibutuhkan masyarakat untuk pengaduan kepindahan penduduk lalu informasi terkini seputar kesehatan dan sempat upload tentang wisata kampung cina ada gambarannya itu di modifikasi eee tapi makin kesini pengelolaan konten tidak ada dikarenakan website tersebut sudah gak di pegang lagi oleh kami karena sosial media di sistem desa ini tu sifatnya kepemilikan gitu jadi pemegang pada tahun tersebut sudah tidak berada di kantor desa ini.”

Miun mengungkapkan bahwa ia mengetahui isi dari website Desa Ciangsana. Akan tetapi setelah setahun dikelola website tersebut kosong dikarenakan website desa tersebut dikelola secara kepemilikan artinya ketika tahun selanjutnya website tersebut tidak dikembangkan oleh pengelola yang sama.

Sama halnya dengan narasumber bernama Kardi. Kardi mengatakan,

“...kalau dikilas balik pada saat itu jujur website itu hanya monoton aja si jadi eee hanya memberikan informasi seputar pengaduan layanan masyarakat gitu terus wisata juga tapi cuman satu makin kesini karena pengelolanya ganti belum ada secara mengikuti jaman yang begitu lengkap, jadi kita juga gak bisa apa-apa buat minta passwordnya juga gak dikasih alhasil website itu jadi terbangkalai gak keurus kita lebih aktif di media sosial lain dan itu juga masing-masing.”

Kardi mengungkapkan bahwa website Desa Ciangsana mengetahui pengelolaan website pada saat aktif hingga saat ini. Ketika ditanya apakah terdapat strategi dalam pengelolaan konten yang digunakan untuk menjaga kelengkapan dan ketersediaan informasi di website, ia mengatakan bahwa website tersebut hanya memberikan informasi tentang pengaduan layanan masyarakat dan salah satu wisata.

Dilanjutkan oleh Vicky Ariyusta Ramadhany, yang juga merupakan staff kantor desa bagian bawahan pengelolaan website, narasumber mengatakan,

“...Desa ciangsana itu pernah buat website cuman gak berjalan sejauh ini, jadi ya eee tugas kita memperkenalkan si kepada masyarakat nah cara inovatifnya tuh gak ada untuk staff gitu-gitu karena secara

website pengembangannya juga gak tersalurkan dengan baik jadi belum ada inovasi-inovasinya tuh seperti apa.”

Vicky mengungkapkan bahwa, website desa ciangsana tidak berjalan baik dikarenakan pengelola sebelumnya yang membuat hambatan untuk mengembangkan website tersebut.

Peneliti melanjutkan pada masyarakat dengan dua narasumber, yaitu Jaenudin apakah website desa memudahkan dalam mendapatkan informasi terkait dengan potensi kearifan lokal di Desa Ciangsana. Jaenudin menjawab,

“...Berkembang pusat informasi itu ya melalui jejaring sosial terus kemudian melalui eee informasi digital lah misalnya website ini, kalau sekarang kita ini gak ikut referensi informasi melalui jejaring sosial jadi bisa disimpulkan kalo saya liat website ini gak ada ngangkat kearifan lokal di Ciangsana jadi belum bisa dikatakan kita sebagai masyarakat mendapatkan informasi seputar potensi-potensi kearifan lokal yang ada di desa ini.”

Jaenudin mengungkapkan bahwa ia mengetahui website Desa Ciangsana. Website tersebut tidak mengembangkan suatu potensi kearifan lokal yang ada.

Adapun juga disampaikan oleh Fatimah Anwar, Fatimah menjawab,

“...Eee kalau saya liat si ya ga mudahin karena jujur yang saya dulu pernah

sesekali buka website desa ciangsana ini cuman disitu eee isinya cuman informasi untuk pendaftaran aja terus juga dulu sempet liat dia upload kampung cina karena sebelumnya sempet rame terus kalau buat sekarang ga ada isinya.”

Fatimah mengungkapkan bahwa website Desa Ciangsana kurang mengangkat aspek kearifan lokal. Website tersebut hanya mengangkat seputar layanan pengaduan masyarakat dan satu wisata.

Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi dalam pengelolaan konten yang digunakan untuk menjaga kelengkapan dan ketersediaan informasi di website dan apakah website desa memudahkan dalam mendapatkan informasi terkait dengan potensi kearifan lokal di Desa Ciangsana bahwa awalnya Desa Ciangsana memiliki potensi untuk wadah yang efektif dalam mengkomunikasikan informasi terkait dengan pengaduan layanan masyarakat, Kesehatan dan pariwisata lokal. Namun setelah beberapa waktu, pengelolaan website tidak berlanjut secara konsisten dan inovatif karena adanya pergantian pengelola dan kurangnya strategi pengembangan konten yang berkelanjutan.

Teknologi Website Desa Ciangsana

Teknologi website merupakan sebuah metode di mana komputer berkomunikasi satu sama lain menggunakan

bahasa markup dan paket multimedia yang disebut teknologi web. Teknologi merujuk pada bagaimana website Desa Ciangsana memiliki strategi teknologi khusus untuk mengangkat potensi dan kearifan lokal berbasis masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh Miun Sobani, salah satu kaur perencanaan website Desa Ciangsana. Miun mengatakan bahwa,

“...Eee peran teknologi itu udah pasti ya butuh partisipasi dari masyarakat kita buat membagikan lah eee ide-ide dari mereka tentang potensi apa aja yang ada disini terus kayak forum diskusi kepada masyarakat melalui perwakilan RT lalu kontribusi kontennya warga Desa Ciangsana ini bisa berinteraksi langsung supaya bisa memperbanyak konten informasi seputar kearifan lokal.”

Miun mengungkapkan ia merasa bahwa sangat butuh partisipasi masyarakat dalam mengembangkan website sebagai media yang dituangkan dalam komunikasi yang mengangkat potensi-potensi kearifan lokal di Desa Ciangsana.

Dilanjutkan oleh Kardi, yang merupakan operator website Desa Ciangsana.

“...Kalau dari saya website kedepannya kalau aktif lagi bisa diakses lah terkait informasi potensi kearifan lokal adanya konten mudah diakses juga masyarakat disini bisa nemuin informasi

yang istilahnya akurat dari kita makanya kesadaran tentang tradisi terus eee sumber daya alam kayak pertanian dan wisata bisa terus ada.”

Kardi menjelaskan bahwa apabila website nantinya aktif kembali peran teknologi komunikasi website dapat diakses terutama informasi yang mengangkat potensi kearifan lokal.

Dilanjutkan oleh Vicky Ariyusta Ramadhany. Vicky mengatakan bahwa,

“...Eee kayak gini dari website itu masyarakat kita bisa berperan sebagai penyebar ide gitu yang dikasih ke kita terkait potensi kearifan lokalnya nah mereka bisa membagikan kepada kita melalui postingan terus foto ataupun artikel mengikuti jaman lah seperti desa digital yang nantinya kita bakal buat berusaha mengambil partisipasi dari masyarakat ini.”

Vicky menjelaskan bahwa website Desa Ciangsana bila aktif kembali dapat berperan sebagai penyebaran informasi terkait potensi yang ada. Selain itu, masyarakat dapat menjadi penuang ide dalam penyebarluasan kearifan lokal yang ada pada Desa Ciangsana.

Lalu, informan keempat Bernama Jaenudin sebagai masyarakat Desa Ciangsana. Apakah masyarakat merasa website menyediakan informasi dan fitur yang mudah untuk digunakan, ia mengatakan

“...Eee kalau menurut saya pribadi si kalau sekarang gak ada informasi apa-apa kalau dulu tu kayak info yang sering lewat wisata kampung cina itu nah kalo sekarang udah ga ada jadi saya rasa eee fitur terus juga informasi terbaru apa aja itu belum di tayangin lagi kayak belum diperbaharui gitu lah ya.”

Jaenudin mengungkapkan bahwa la saat ini tidak mendapatkan informasi terkait fitur apa yang mudah digunakan. Selain itu, Jaenudin hanya mengetahui website tersebut sebelumnya tentang wisata kampung cina.

Begitu juga dengan pendapat dari narasumber Fatimah Anwar. Fatimah mengatakan,

“...Gimana ya eee belum merasa si kalau saya eee karena sekarang websitenya udah sepi dan gak ada info apapun mau cari tau eee terkait info terbaru juga belum ada jadi dari saya masih bisa dibilang belum merasa website desa ini menyediakan informasi terus juga eee fitur yang ngebuat saya tertarik seperti itu.”

Fatimah mengatakan bahwa la tidak merasakan adanya informasi terbaru yang berkaitan dengan potensi kearifan lokal yang ada.

Dari hasil wawancara dengan kelima narasumber, dapat disimpulkan bahwa secara menyeluruh terdapat pentingnya peran teknologi komunikasi. Narasumber

seperti Miun, Kardi, dan Vicky memahami pentingnya partisipasi aktif masyarakat dalam mengembangkan konten website serta informasi terkait kearifan lokal Desa Ciangsana. Namun, narasumber Jaenudin dan Fatimah menyatakan bahwa saat ini mereka tidak merasa website tersebut menyediakan informasi atau fitur yang menarik. Oleh karena itu, masih diperlukan peningkatan kebutuhan untuk pengembangan konten website agar dapat lebih efektif dalam memenuhi informasi dan memfasilitasi masyarakat dalam mengangkat potensi kearifan lokal.

Keberhasilan Website Desa Ciangsana

Pada dimensi keberhasilan ini memperlihatkan bagaimana keberhasilan dalam strategi komunikasi website Desa Ciangsana dalam mengangkat potensi kearifan lokal berbasis masyarakat.

Seperti yang disampaikan oleh Miun Sobani, salah satu kaur perencanaan website Desa Ciangsana. Pertanyaan pertama yang peneliti tanyakan yaitu, apakah pengelolaan website Desa Ciangsana dinilai sudah berhasil? Miun menjawab,

“...Bagaimana ya, yang tahun pertama itu berhasil, keduanya setengah tahun kemudian sekitar tahun 2021 mulai tidak berjalan saat covid. Kita buat strategi baru lagi dan slalu ada pembinaan khusus untuk pemegang operatonya tapi kalau

untuk sekarang masih dalam tahap pengenalan lebih dalam dan antisipasi hal kecil dari keberhasilan itu nantinya seperti apa karena butuh pengelolaan yang lebih konkrit dan terjamin tentang bagaimana website itu nantinya sudah berhasil dan bisa diakses oleh masyarakat luas terutama masyarakat yang rata umurnya eee 40 tahun keatas itukan berarti harus ada pemberdayaan lagi supaya tersampaikan dan bisa diterapkan bagaimananya.”

Narasumber Bernama Miun mengatakan, pengelolaan website Desa Ciangsana mengalami perubahan dan tantangan, terutama selama periode pandemi covid-19. Meskipun ada strategi baru dan upaya pembinaan khusus, saat ini pengelolaan website masih dalam tahap pengenalan lebih lanjut dalam mengantisipasi melalui pemberdayaan dan strategi komunikasi yang lebih lanjut.

Dilanjutkan oleh Kardi, yang merupakan operator website Desa Ciangsana. Kardi mengungkapkan,

“...Hmmm.. dibilang berhasil ya belum dibilang sudah ya belum, informasi yang didapatin yang masuk ke kita dan untuk websitenya kita sudah ga mengelola lagi jadi kayak masih ngambang dan belum berhasil dari segi pengelolaan websitenya itu juga butuh waktu lama ya eee untuk mencapai keberhasilan kalau bisa dikondisikan.”

Narasumber berikutnya, Kardi mengungkapkan pengelolaan website Desa Ciangsana belum berhasil dari segi pengelolaannya. Proses mencapai keberhasilan dalam pengelolaan website membutuhkan waktu yang cukup lama dan kondisi yang sesuai.

Dilanjutkan oleh Vicky Ariyusta Ramadhany, sebagai staff Kantor Desa dengan pertanyaan sesuai yaitu apakah menurut Vicky pengelolaan website Desa Ciangsana dinilai sudah berhasil? Vicky menjawab,

“...Untuk saat ini belum bisa dikatakan berhasil ya karena itu tadi SDM nya masih minim atau terbatas dari pengelolanya sendiri juga sudah coba buat konfirmasi untuk dimintai anggaran tetapi mungkin masih butuh proses yang panjang dan gak bisa langsung jadi masih dikatakan belum berhasil.”

Narasumber berikutnya bernama Vicky mengungkapkan bahwa pengelolaan website dalam mengkomunikasikan terkait potensi kearifan lokal yang ada di Desa Ciangsana belum berhasil dilakukan karena terdapat keterbatasan oleh anggaran yang terpotong pada covid 19 lalu dan pembangunan desa.

Dilanjutkan informan keempat sebagai masyarakat Desa Ciangsana bernama Jaenudin dengan pertanyaan Apakah Jaenudin merasa website membantu

meningkatkan pemahaman tentang potensi kearifan lokal di desa ciangsana? Ia mengungkapkan,

“...Belum ya karena eee di website itu masih kosong padahal kalau nantinya bakal ada pengembangan secara menyeluruh masyarakat yang lokal itu bisa semuanya paham dan ngasih referensi lah ke kantor desa itu kalau eee kearifan lokal kita bisa dimajukan toh kalau dimajukan desa kita itu jadi dikenal sama banyak masyarakat yang lain terus masyarakat lain juga jadi tau ohh desa ciangsana ternyata bukan cuman sekedar lewat aja ya eee tapi makin maju kayak gitu jadi suatu kebanggaan bagi mereka dan kita sebagai masyarakatnya.”

Narasumber bernama Jaenudin sebagai masyarakat mengatakan pengelolaan website masih belum berhasil karena website Desa Ciangsana masih kosong. Namun, diharapkan bahwa dengan pengembangan yang menyeluruh, masyarakat dapat memberikan referensi kepada kantor desa. Sehingga menjadi suatu kebanggaan bagi masyarakat Desa Ciangsana apabila website tersebut dikembangkan sedemikian rupa.

Tidak jauh berbeda dengan Fatimah. Fatimah mengatakan,

“...Belum si eee kalau sekarang makanya saya sebagai masyarakat ciangsana menunggu nih terbarunya seperti apa semoga aja dari pihak kantor desa itu

mau lah buat memperbarui itu website walaupun saya sendiri masih suka jarang liat google tapi pasti sewaktu-waktu kalau penting ataupun informasi terbaru tentang hal apapun eee yang ada lah kaitannya sama website ini bisa saya akses bisa saya baca gitu.”

Dalam pengembangan website Desa Ciangsana. Masyarakat menyadari website Desa Ciangsana belum memberikan informasi secara baik terkait potensi kearifan lokal apa saja yang dimasukkan kedalam website. Meskipun narasumber bernama Fatimah tidak begitu mengikuti perkembangan teknologi Fatimah berusaha untuk mendapatkan informasi melalui website.

Kutipan dari lima narasumber di atas mengenai apakah pengelolaan website Desa Ciangsana dinilai sudah berhasil dan dari dua masyarakat dengan pertanyaan Apakah informan merasa website membantu meningkatkan pemahaman tentang potensi kearifan lokal di desa ciangsana, dapat disimpulkan bahwa dari tiga narasumber sebagai pengelola website belum dapat dianggap berhasil meskipun ada upaya untuk mengembangkan strategi baru dan pembinaan khusus bagi operator website, masih terdapat tantangan dalam pengelolaan yang mencakup keterbatasan SDM, permasalahan anggaran, dan perlunya pengembangan konten yang lebih baik.

Masyarakat juga menyadari bahwa website Desa Ciangsana masih kurang memberikan informasi yang cukup terkait potensi kearifan lokal, dan masyarakat berharap dapat melihat pembaruan yang lebih baik. Dengan demikian, pengelolaan website Desa Ciangsana masih memerlukan perhatian dan upaya yang lebih besar untuk mencapai keberhasilan dalam mengkomunikasikan untuk mengangkat potensi kearifan lokal yang ada.

Website menjadi sarana penyebaran informasi. Pengakses website Desa Ciangsana mayoritas adalah masyarakat luar desa dan juga masyarakatnya dengan tujuan pencarian informasi. Tampilan website Desa Ciangsana telah sesuai untuk jenis website desa pada tahap awal perkembangan. Jenis informasi dalam website masih kurang dalam kearifan lokal, potensi desa, informasi profil dan statistic desa. Interaksi dengan pengakses website belum efektif melalui kolom komentar pada website. Pengembangan dalam mengkomunikasikan informasi kepada masyarakat lebih banyak dilakukan melalui media sosial Facebook, Tiktok dan Instagram untuk membangun interaksi.

Dari penelitian ini diperoleh hasil tentang bagaimana strategi komunikasi website yang dilakukan oleh Desa Ciangsana dalam mengangkat potensi kearifan lokal berbasis masyarakat. Informan M, K, dan V

memulai mengungkapkan penjelasan bahwa mereka sebagai pengelola website. Pada penjelasan tersebut tiga informan memberikan informasi bahwa strategi komunikasi dari website Desa Ciangsana belum dapat dikelola secara baik. Inovasi dan keberhasilan yang diperuntukkan kepada pengelola masih keterbatasan oleh anggaran dalam mengembangkan, sumber daya manusia yang minim, covid-19, dan pengelola sebelumnya keluar dari kantor desa. Maka dari itu pengembangan website yang dilakukan dalam mengkomunikasikan informasi terkait potensi kearifan lokal tidak dilakukan berkelanjutan.

Begitu juga yang disampaikan oleh informan J dan F sebagai masyarakat, bahwa tidak adanya inovasi dan keberhasilan yang dilakukan hingga saat ini yang diterima oleh masyarakat Desa Ciangsana. Pada tahap tersebut, mereka berkomunikasi hanya melalui tatap muka yang diharuskan masyarakat berkunjung di kantor desa. Akan tetapi masyarakat bersedia apabila mereka menjadi penuang ide dalam potensi-potensi yang ada di Desa Ciangsana. Seperti pertanian yang masih dikembangkan, wisata hutan jati, dan budaya di Desa Ciangsana.

Kelima narasumber dengan pengelola website dan masyarakat Desa Ciangsana menjelaskan bahwa optimalisasi pengelolaan website diperlukan peningkatan pengelola website Desa Ciangsana agar lebih

efektif dalam mengkomunikasikan informasi terkait potensi kearifan lokal desa. Peningkatan terhadap jenis informasi yang disediakan dalam website. Selain informasi umum tentang desa, juga disertakan informasi yang lebih mendetail agar masyarakat paham dan dapat selalu membuka website yang dikelola oleh kantor Desa Ciangsana.

Hasil penelitian berkaitan dengan bagaimana strategi pengembangan website Desa Ciangsana dalam mengangkat potensi kearifan lokal berbasis masyarakat. Untuk memahami difusi inovasi yang terlibat dalam pengembangan website mengangkat potensi kearifan lokal tersebut, penelitian ini melalui observasi langsung dan wawancara mendalam dengan 5 informan terkait strategi yang digunakan pada website Desa Ciangsana dalam mengangkat potensi kearifan lokal dan tanggapan masyarakat terhadap website Desa Ciangsana dalam mengangkat potensi kearifan lokal yang diangkat.

Penelitian ini dikaitkan dengan teori difusi inovasi, dengan memahami bagaimana strategi pengembangan website Desa Ciangsana dapat mengangkat potensi kearifan lokal dan diresapi oleh masyarakat. Dengan strategi yang dimiliki website Desa Ciangsana akan mengetahui respon masyarakat dalam mengangkat potensi kearifan lokal dalam menanggapi website

tersebut. Hal ini juga dilihat bagaimana masyarakat dan pihak yang terlibat dalam pengelolaan website bisa memahami potensi kearifan lokal yang ada pada Desa Ciangsana.

SIMPULAN

Pada penelitian ini, peneliti mengambil kesimpulan bahwa strategi komunikasi pengelolaan website Desa Ciangsana berbasis masyarakat belum efektif hal ini dikarenakan website terbatas dari kekurangan pihak desa dalam melakukan pengelolaan Website Desa. Pihak desa pun setuju dan berkomitmen akan mengangkat potensi berbasis masyarakat Desa Ciangsana salah satunya melalui website. Terkait dengan website saat ini sedang dipersiapkan pembuatan website baru yaitu dengan memperbaiki sistem, pengelola dan juga konten-konten yang menarik. Sebagai satu-satunya website di Desa Ciangsana yang memiliki potensi kearifan lokal yang cukup baik, Kantor Desa Ciangsana berusaha memperbaharui dengan program desa digital yang nantinya website tersebut akan dibuat kembali dengan keamanan yang baik serta berusaha untuk memberikan informasi kepada masyarakat Desa Ciangsana. Baik staff Kantor Desa maupun masyarakat memahami bahwa website Desa bisa menjadi sarana yang tepat untuk mengangkat potensi kearifan lokal seperti pertanian atau perkebunan, budaya sunda

dan wisata yang menarik masyarakat luas sehingga nilai luhur yang ada bisa dikenal luas khususnya Masyarakat dan generasi penerus Desa Ciangsana.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M., & Pardianto. (2022). Literasi Komunikasi Wisata Desa Berbasis Teknologi Informasi (Studi di Desa Gondoroso Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 1–10. <https://doi.org/10.15642/jik.2022.12.2.127-147>
- Bungin, B. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok : PT Raja Grafindo.
- Gunawan, I. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ibrahim, I., & Samsiah, S. (2022). Fungsi Media Massa bagi Masyarakat di Desa Moibaken (Studi Fungsi dan Media Massa di Masyarakat Desa Moibaken). *Copi Susu: Jurnal Komunikasi Politik Dan Sosiologi*, 4(1), 21–29.
- Kamila, N., Diarta, A., & Nuranisa, S. (2023). Persepsi Pengguna Media Sosial terhadap Konten Informasi Mental Health (Studi Kasus pada Platform Satupersen. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 1–9. <https://doi.org/10.35760/mkm.2023.v7i2.9131>
- Kartikawati, D. (2018). Implementasi Difusi Inovasi pada Kemampuan Media Baru dalam Membentuk Budaya Populer (Kajian pada Media Youtube di Kalangan Remaja). *Jurnal Ekspresi Dan Persepsi*, 1(1), 90–98. <https://doi.org/10.33822/jep.v1i01.447>
- Made, S., Ohorella, N., & Nashe, A. (2024). Branding Destinasi Pariwisata Bali pada Akun Instagram @wisatabali_official. *Jurnal Broadcasting Communication*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.53856/za0g0z38>
- Magfirah, N. (2020). Model Komunikasi Pengembangan Wisata Kearifan Lokal pada Desa Wisata Mukapayung Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan*, 3(2), 8–19.
- Nurrahmah, S., & Sulistiawati, A. (2022). Ragam Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk Informasi Pertanian di Masa Pandemi (Kasus: Anggota Serikat Petani Indonesia (SPI) Cabang Tuban, Kediri, dan Ponorogo, Jawa Timur). *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(1), 11–18. <https://doi.org/10.46937/20202239869>
- Qindi, M., Ohorella, N., Prihantoro, E., & Ningsih, T. (2023). Aplikasi Jaki sebagai Media Pengaduan Sarana Umum di Kelurahan Jatinegara. *Jurnal Badati*, 5(1), 81–94.

- <https://doi.org/10.38012/jb.v8i1.994>
- Rafi, M., Ohorella, N., Ritonga, A., & Wahyuni, S. (2023). Interpersonal Communication Consultation of Doctors and Patients in the Whatsapp Media. *Content: Journal of Communication Studies*, 1(2), 67–77. <https://doi.org/10.32734/cjcs.v1i02.14090>
- Saidah, M., Trianutami, H., & Amani, F. (2022). Difusi Inovasi Program Digital Payment di Desa Kanekes Baduy. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 11–19. <https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.030.01>
- Setiawan, D. (2018). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Budaya. *Jurnal Simbolika Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 15–23. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1474>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Topohudoyono, & Budiyo. (2017). Membangun Layanan Informasi Publik melalui Fitur-fitur Website Desa (Kasus di Desa Madukara, Banjarnegara, Jawa Tengah). *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 9–18. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.v12.iss1.art1>
- Varenia, I., & Phalguna, I. (2022). Implikasi Media Baru sebagai Media Komunikasi dan Teknologi Informasi. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 4(1), 12–23. <https://doi.org/10.53977/sadharananikarana.v4i1.614>
- Wiyanto, S. D. S., Amelita, T., & Irwansyah. (2023). WEBSITE PEMERINTAH SEBAGAI PENERAPAN E-GOVERNMENT. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 33–52. <https://doi.org/10.35760/mkm.2023.v7i1.8212>
- Yudistira, Y., & Nela, W. (2022). The Role of Communication and Mass Media in the Diffusion Process of the Covid-19 Vaccination Program Innovation. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 1–9. <https://doi.org/10.21070/kanal.v10i2.1668>
- Zuwirna. (2020). *Dasar Dasar Komunikasi*. Jakarta: Kencana.