Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

Sosialisasi Bijak Menggunakan Media Sosial, Desain Logo Inovatif serta Infrastruktur Desa

Julia Rachmawati Fadilah, Zarisnov Arafat 2
Teknik Informatika1, Ilmu Hukum2
If21.juliafadilah@mhs.ubpkarawang.ac.id1 , zarisnov@ubpkarawang.ac.id2

Abstrak

Sosialisai ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya penggunaan media sosial secara bijak, memperkenalkan desain logo yang inovatif untuk branding desa, serta mengembangkan infrastruktur desa yang lebih baik. Melalui sosialisasi dan pelatihan, warga desa diajarkan cara menggunakan media sosial dengan bijak untuk menghindari penyebaran informasi palsu dan menjaga keamanan data pribadi. Selain itu, program ini juga melibatkan pembuatan desain logo yang mencerminkan identitas desa dan pengembangan infrastruktur fisik yang mendukung kemajuan desa. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap penggunaan media sosial dan keindahan desa melalui desain yang inovatif serta perbaikan infrastruktur yang signifikan.

Kata Kunci : Sosialisai, Media social, Desain logo

Abstract

This socialization aims to increase public awareness about the importance of using social media wisely, introduce innovative logo designs for village branding, and develop better village infrastructure. Through socialization and training, villagers are taught how to use social media wisely to avoid the spread of false information and maintain the security of personal data. In addition, this program also involves the creation of a logo design that reflects the identity of the village and the development of physical infrastructure that supports the progress of the village. The results of this activity show an increase in public understanding of the use of social media and the beauty of the village through innovative design and significant infrastructure improvements.

Keywords*: Socialization, Social media, Logo design*

Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

Pendahuluan

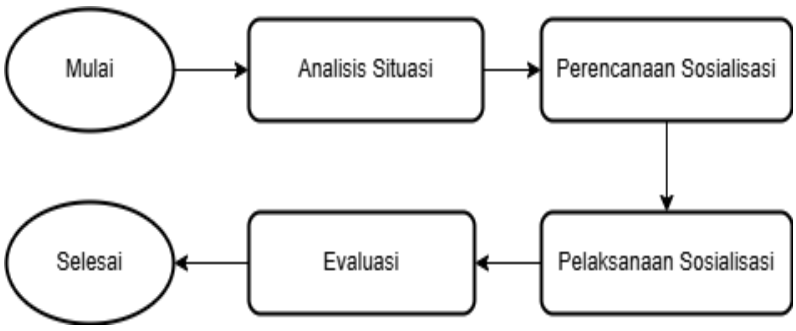
Universitas Buana Perjuangan Karawang (UBP Karawang) setiap tahunnya mengadakan pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang berpedoman kepada Tri- Dharma Perguruan Tinggi. Tri-Dharma dimaksud yaitu melaksanakan Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling dominan dan penting di masyarakat. Masyarakat desa saat ini semakin terhubung dengan dunia digital melalui penggunaan media sosial. Sementara media sosial menawarkan banyak manfaat, seperti kemudahan berkomunikasi dan akses informasi, terdapat pula risiko yang signifikan jika tidak digunakan dengan bijak. Masalah utama yang sering muncul di desa terkait dengan penggunaan media sosial meliputi penyebaran berita hoaks, peretasan data pribadi, dan penyalahgunaan informasi. Ketidaktahuan dan kurangnya pemahaman tentang cara mengelola informasi secara aman membuat masyarakat rentan terhadap berbagai tindak kejahatan digital, yang tidak hanya merugikan individu tetapi juga dapat merusak kerukunan dan reputasi komunitas desa. Handayani, P. W., & Azzahro, F. (2019) Berita hoaks, yang sering kali disebarkan melalui media sosial, dapat menyebabkan kebingungan, ketakutan, dan bahkan memicu konflik di masyarakat. Sementara itu, peretasan data pribadi merupakan ancaman serius yang dapat berdampak buruk pada privasi individu. Dalam konteks ini, pentingnya kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang cara menggunakan media sosial dengan bijak tidak bisa diremehkan. Sari, M., & Widodo, S. (2022). Sosialisasi tentang penggunaan media sosial yang bijak menjadi salah satu langkah penting untuk mengatasi masalah ini. Melalui sosialisasi, masyarakat dapat diberikan pemahaman tentang risiko-risiko yang ada serta cara-cara untuk menghindarinya, seperti mengidentifikasi berita hoaks dan menjaga keamanan data pribadi. Dengan demikian, diharapkan dapat tercipta lingkungan digital yang lebih aman dan sehat bagi seluruh pengguna. Hidayat, S., & Maulana, A. (2019). Banyak desa yang belum memiliki logo atau identitas visual yang dapat digunakan sebagai simbol kebanggaan dan promosi desa. Tanpa identitas visual yang jelas, desa kehilangan peluang untuk membangun citra positif dan meningkatkan daya tarik bagi wisatawan, investor, dan masyarakat luas. Desain logo yang kurang representatif juga bisa menjadi masalah, karena tidak mampu mencerminkan kekayaan budaya, sejarah, dan potensi lokal yang dimiliki oleh desa. Wahyuni, S., & Harahap, R. (2022). Desa sebagai entitas sosial dan budaya memiliki identitas yang perlu dijaga dan dipromosikan. Salah satu cara untuk memperkuat identitas desa adalah melalui desain logo yang inovatif dan representatif. Logo

Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

desa yang baik bukan hanya sekadar simbol, tetapi juga menjadi identitas visual yang mencerminkan kekayaan budaya, sejarah, dan potensi desa. Logo ini dapat digunakan dalam berbagai keperluan, seperti promosi pariwisata, kegiatan sosial, dan produk lokal, yang pada akhirnya meningkatkan citra dan daya saing desa. Sukmawati, L., & Susanto, H. (2020). Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini hadir untuk memberikan solusi yang komprehensif terhadap tantangan-tantangan tersebut. Dengan menggabungkan sosialisasi penggunaan media sosial yang bijak, pelatihan desain logo inovatif, dan pengembangan infrastruktur desa, program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan. Sosialisasi mengenai penggunaan media sosial yang bijak difokuskan untuk meningkatkan kesadaran warga terhadap pentingnya verifikasi informasi sebelum disebarkan, serta menjaga keamanan data pribadi agar terhindar dari tindak kejahatan digital.

Metode

Metode yang digunakan dalam program KKN 2024 Universitas Buana Perjuangan Karawang ini ialah pendekatan secara langsung pada masyarakat. Tahap awal tim pelaksana kegiatan terlebih dahulu telah melakukan koordinasi dengan Aparat Desa agar pelaksanaan kegiatan sosialisai ini terlaksana secara optimal. Seluruh rangkaian kegiatan ini telah dilaksanakan secara oleh tim pelaksana kegiatan dengan menggunakan pengetahuan dan keterampilan serta fasilitas yang ada mengguanakan metode sebagai berikut :



Gambar 1 Metode Sosialisai

1. Analisis Situasi

Tahap awal adalah melakukan analisis situasi terkait penggunaan media sosial di masyarakat. Identifikasi masalah utama seperti rendahnya kesadaran tentang risiko hoaks dan peretasan data, serta kebiasaan penggunaan media sosial yang tidak bijak.

Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

2. Perencanaan Sosialisasi

Berdasarkan hasil analisis situasi, tim pelaksana kegiatan merancang strategi sosialisasi yang efektif. Ini termasuk penyusunan materi edukasi tentang bahaya berita hoaks, pentingnya menjaga privasi, dan cara-cara aman menggunakan media sosial.

3. Pelaksanaan Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan berbagai metode, seperti seminar, diskusi kelompok, dan penyebaran materi edukasi melalui platform digital. Fokus utamanya adalah memberikan pengetahuan praktis kepada masyarakat tentang cara mengidentifikasi berita hoaks dan melindungi data pribadi mereka di media sosial.

4. Evaluasi

Setelah pelaksanaan sosialisasi, dilakukan evaluasi untuk mengukur tingkat pemahaman masyarakat terkait materi yang disampaikan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana sosialisasi telah efektif dalam meningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku penggunaan media sosial di masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan di desa ini berhasil mencapai beberapa pencapaian penting yang memberikan dampak positif bagi masyarakat. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada warga desa, tetapi juga memfasilitasi perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan desa, terutama terkait penggunaan media sosial, identitas visual desa, dan pengembangan infrastruktur. Salah satu hasil utama dari sosialisai ini adalah peningkatan pemahaman masyarakat desa mengenai pentingnya penggunaan media sosial secara bijak. Sebelum pelaksanaan sosialisasi, banyak warga yang kurang memahami risiko yang terkait dengan penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, seperti berita hoaks. Ketidaktahuan ini sering kali menyebabkan penyebaran informasi yang salah, yang pada akhirnya dapat merugikan individu maupun komunitas secara keseluruhan. Melalui sosialisasi yang dilakukan, warga desa diberikan edukasi mengenai cara mengidentifikasi berita hoaks dan pentingnya verifikasi informasi sebelum membagikannya di media sosial. Selain itu, masyarakat juga diajarkan tentang bahaya peretasan data pribadi dan cara-cara untuk menjaga keamanan akun mereka. Hasil dari sosialisasi ini terlihat dari

Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

meningkatan kesadaran warga terhadap pentingnya melindungi data pribadi mereka. Warga mulai lebih berhati-hati dalam menerima dan membagikan informasi, serta lebih proaktif dalam melindungi privasi mereka di dunia digital. Kegiatan KKN ini juga berhasil menginisiasi pembuatan desain logo desa yang baru, yang melibatkan warga dan aparatur desa. Sebelum adanya program ini, desa belum memiliki identitas visual yang kuat yang dapat digunakan sebagai simbol representatif dalam berbagai kegiatan dan promosi. Dengan adanya pelatihan dan workshop desain, warga desa diajak untuk berpartisipasi dalam proses kreatif pembuatan logo yang mencerminkan karakter, budaya, dan potensi lokal desa. Proses pembuatan logo ini tidak hanya menghasilkan desain yang estetik dan bermakna, tetapi juga menumbuhkan rasa kebanggaan dan keterikatan warga terhadap identitas desa mereka. Logo yang baru ini dirancang dengan memperhatikan elemen- elemen khas desa, seperti kekayaan alam, produk lokal, dan nilai-nilai budaya yang dijunjung tinggi oleh masyarakat setempat. Hasilnya adalah sebuah logo yang tidak hanya berfungsi sebagai simbol visual, tetapi juga sebagai alat promosi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik desa, baik dalam konteks pariwisata maupun pemasaran produk lokal. Hasil-hasil yang dicapai dalam kegiatan KKN ini menunjukkan bahwa pendekatan yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam proses sosialisasi, pelatihan, dan pembangunan dapat memberikan dampak yang signifikan dan berkelanjutan. Peningkatan literasi digital melalui sosialisasi media sosial yang bijak, pembuatan desain logo desa yang inovatif, serta pengembangan infrastruktur fisik yang didukung oleh partisipasi warga, semuanya berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup dan identitas desa. Pendekatan yang terintegrasi antara edukasi, partisipasi, dan pembangunan fisik ini menjadi model yang efektif untuk diterapkan di desa-desa lain yang menghadapi tantangan serupa. Secara keseluruhan, kegiatan KKN ini berhasil menunjukkan bahwa intervensi yang terencana dan melibatkan masyarakat dapat mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi desa, sekaligus membuka peluang baru untuk pengembangan lebih lanjut. Keberhasilan ini juga menjadi bukti bahwa kerjasama antara mahasiswa, pemerintah desa, dan warga setempat dapat menghasilkan perubahan positif yang nyata dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Program kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan di desa Mulyajaya ini telah berhasil mencapai berbagai pencapaian penting, terutama dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penggunaan media sosial yang bijak, menciptakan identitas visual desa

Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

melalui desain logo yang baru, serta memperbaiki infrastruktur yang mendukung kehidupan sehari-hari warga. Peningkatan pemahaman warga mengenai bahaya penyebaran berita hoaks dan pentingnya menjaga keamanan data pribadi menunjukkan efektivitas sosialisasi yang dilakukan. Selain itu, partisipasi aktif warga dalam proses pembuatan logo desa dan pembangunan infrastruktur menciptakan rasa memiliki yang kuat terhadap hasil-hasil yang dicapai, yang berpotensi untuk terus berkembang di masa depan. Keberhasilan program ini menegaskan pentingnya kolaborasi antara mahasiswa, pemerintah desa, dan masyarakat dalam mewujudkan perubahan yang positif dan berkelanjutan di lingkungan pedesaan.

Saran

1. Penguatan Program Edukasi Media Sosial secara Berkala: Bentuk kelompok literasi digital yang melibatkan berbagai elemen masyarakat, seperti pemuda, ibu rumah tangga, dan perangkat desa. Fokuskan pada pelatihan penggunaan media sosial yang bijak, identifikasi berita hoaks, dan keamanan data pribadi.
2. Pemanfaatan Logo Desa dalam Promosi dan Pengembangan Ekonomi: Manfaatkan desain logo baru untuk memperkenalkan produk lokal dan pariwisata desa. Libatkan warga dalam pembuatan produk berbasis logo, seperti kerajinan tangan atau makanan khas yang dapat dijual.
3. Sistem Pemeliharaan dan Pengembangan Infrastruktur Berkelanjutan: Implementasikan sistem pemeliharaan dan pengembangan berkelanjutan untuk infrastruktur yang telah dibangun. Keterlibatan masyarakat dalam menjaga dan memelihara fasilitas harus terus didorong agar hasil pembangunan tetap berkualitas dan bermanfaat dalam jangka panjang.

Daftar Pustaka

Handayani, P. W., & Azzahro, F. (2019). Strategi Meningkatkan Kepercayaan Pengguna Terhadap Media Sosial di Indonesia. Jurnal Sistem Informasi Indonesia, 8(2), 103-112.

Putra, A. G., & Kartika, D. (2020). Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 10(1), 45-55.

Nugroho, A., & Rahmawati, E. (2021). Desain Logo Sebagai Identitas Visual pada Promosi Produk UMKM. Jurnal Desain Grafis Indonesia, 15(3), 223-230.

Kurniawan, R. (2021). Implementasi Desain Inovatif untuk Pengembangan Infrastruktur Desa

Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

di Era Digital. Jurnal Teknik Infrastruktur Indonesia, 9(4), 123-134.

Sari, M., & Widodo, S. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kesadaran Masyarakat Desa dalam Menangkal Berita Hoaks. Jurnal Komunikasi dan Informatika, 12(2), 78-85.

Hidayat, T., & Prasetyo, B. (2023). Peran Media Sosial dalam Mempromosikan Pariwisata Desa di Indonesia. Jurnal Pariwisata Indonesia, 17(1), 99-108.

Sukmawati, L., & Susanto, H. (2020). Pengaruh Desain Logo Terhadap Citra Desa dalam Program Branding Desa. Jurnal Desain Komunikasi Visual Indonesia, 7(2), 66-74.

Wahyuni, S., & Harahap, R. (2022). Pengembangan Infrastruktur Desa Berkelanjutan melalui Partisipasi Masyarakat. Jurnal Pembangunan Berkelanjutan Indonesia, 12(3), 142-150.

Amin, Z., & Fitria, D. (2021). Dampak Media Sosial Terhadap Keterlibatan Sosial Masyarakat Desa. Jurnal Sosiologi dan Pembangunan Desa, 14(2), 109-118.

Nurdiana, E., & Hasanah, U. (2023). Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik di Desa pada Era Digital. Jurnal Politik dan Sosial Indonesia, 15(1), 88-97.

Saputra, B., & Lestari, R. (2020). Inovasi Desain Logo dan Identitas Visual untuk Peningkatan Branding Desa. Jurnal Seni dan Desain Indonesia, 10(2), 134-142.

Wijayanti, D., & Ramadhan, A. (2021). Literasi Digital Sebagai Upaya Pencegahan Penyebaran Hoaks di Desa. Jurnal Pendidikan dan Komunikasi Indonesia, 13(3), 177-185.

Hidayat, S., & Maulana, A. (2019). Efektivitas Sosialisasi Penggunaan Media Sosial di Kalangan Remaja Desa. Jurnal Sosial dan Humaniora Indonesia, 11(4), 155-164.

Rahmat, H., & Anwar, M. (2022). Transformasi Digital dalam Pengembangan Infrastruktur Desa di Era Pandemi. Jurnal Teknologi dan Pembangunan Desa, 16(2), 210-219.

Pratama, A., & Febriana, L. (2021). Pengaruh Media Sosial dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Desa. Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia, 9(1), 55-64.