

**Edukasi Penggunaan Sosial Media Yang Bijak, Rancangan Logo Inovatif, Desain Banner,
Serta Dukungan UMKM dan Infrastruktur Desa.**

Zahra Anggun Rafikoh, Zarisnov Arafat 2

Teknik Informatika1, Ilmu Hukum2

If21.zahrarafikoh@mhs.ubpkarawang.ac.id 1 , zarisnov@ubpkarawang.ac.id 2

Abstrak

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan oleh Universitas Buana Perjuangan Karawang di Desa Mulyajaya berhasil mencapai beberapa tujuan strategis yang berfokus pada peningkatan literasi digital, penguatan identitas desa, dan pengembangan infrastruktur. Kegiatan ini melibatkan sosialisasi tentang penggunaan media sosial yang bijak untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai bahaya berita hoaks dan pentingnya menjaga keamanan data pribadi. Selain itu, program ini juga berhasil menginisiasi pembuatan logo desa yang representatif, yang diharapkan dapat mendukung promosi dan pengembangan ekonomi desa. Dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat secara aktif, program ini berhasil menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi warga desa. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan pentingnya kerjasama antara mahasiswa, pemerintah desa, dan masyarakat dalam mendorong perubahan yang nyata dan signifikan di lingkungan pedesaan.

Kata Kunci : Sosialisai, Media social, Desain logo

Abstract

The Community Service Program (KKN) conducted by Universitas Buana Perjuangan Karawang in Mulyajaya Village successfully achieved several strategic goals focused on enhancing digital literacy, strengthening village identity, and developing infrastructure. The activities included a socialization campaign on the wise use of social media to raise community awareness about the dangers of fake news and the importance of protecting personal data. Additionally, the program successfully initiated the creation of a representative village logo, expected to support the

promotion and economic development of the village. With a participatory approach involving active community engagement, this program created a positive and sustainable impact on the villagers. The outcomes highlight the importance of collaboration between students, village authorities, and the community in driving significant and tangible changes in rural areas.

Keywords: *Socialization, Social media, Logo design*

PENDAHULUAN

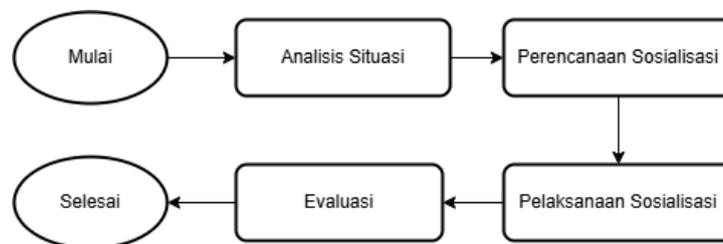
Universitas Buana Perjuangan Karawang (UBP Karawang) setiap tahunnya mengadakan pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang berpedoman kepada Tri- Dharma Perguruan Tinggi. Tri-Dharma dimaksud yaitu melaksanakan Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. Dalam era digital yang semakin berkembang, 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 disebarakan 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 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). Pendukung UMKM melalui media promosi dan pembuatan logo merupakan langkah strategis dalam meningkatkan daya saing dan visibilitas usaha kecil dan menengah. Media promosi yang efektif, seperti pemasaran digital, iklan, dan media sosial, membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dan menarik pelanggan baru. Sementara itu, pembuatan logo yang kuat dan mudah dikenali memberikan identitas visual yang konsisten, membedakan produk atau layanan UMKM dari kompetitor, serta membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Kombinasi ini mampu mendorong pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan. Hartono, M., & Sari, D. P. (2021). Desain banner merupakan elemen visual yang penting dalam promosi, baik untuk media online maupun cetak. Banner yang efektif harus menarik perhatian, memiliki pesan yang jelas, dan mengarahkan audiens pada tindakan yang diinginkan, seperti mengunjungi website atau menghadiri acara. Penggunaan warna yang kontras, tipografi yang mudah dibaca, dan gambar atau grafik yang relevan dapat meningkatkan daya tarik banner. Selain itu, ukuran dan penempatan elemen-elemen dalam desain juga harus diperhatikan untuk memastikan banner dapat dilihat dan dipahami dengan mudah oleh target audiens. Putri, L., & Wibisono, T. (2021). 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 disebar, 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 sosialisasi ini terlaksana secara optimal. Seluruh rangkaian kegiatan ini telah dilaksanakan secara oleh tim pelaksana kegiatan dengan menggunakan pengetahuan dan keterampilan serta fasilitas yang ada menggunakan 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.

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 sosialisasi 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 peningkatan 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 aparat 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 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 PUSAKA

- 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 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.
- Hartono, M., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh Media Sosial sebagai Alat Promosi terhadap Pertumbuhan UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 14(2), 85-94.
- Wibowo, A., & Raharjo, S. (2020). Branding dan Identitas Visual pada UMKM: Studi Kasus Pembuatan Logo untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Desain Indonesia*, 8(3), 201-210.
- Lestari, I., & Pramono, A. (2021). Pengaruh Identitas Visual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi pada UMKM di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 13(1), 56-65.
- Putri, L., & Wibisono, T. (2021). Strategi Desain Banner untuk Meningkatkan Efektivitas Iklan Digital. *Jurnal Desain Grafis Indonesia*, 9(2), 89-98.