

**MENINGKATKAN KEMAMPUAN PRODUKSI MEDIA DIGITAL
DALAM KAMPANYE PR UNTUK KOMUNITAS LOKAL DI DESA
BAKALEREK**

Caecilia Cindy¹, Elisabeth Date Masan Welin², Hendrikus Saku Bouk³

Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

E-mail: caeciliagati@gmail.com¹, elisabethdmwelin@unwira.ac.id², boukobor775188@gmail.com³

Abstrak

Di era digital saat ini, media digital menjadi alat penting dalam mendukung kegiatan kampanye Public Relations (PR), terutama bagi komunitas lokal yang ingin membangun citra dan menjangkau khalayak yang lebih luas. Namun, keterbatasan sumber daya dan kurangnya keterampilan teknis sering menjadi hambatan utama bagi komunitas dalam memproduksi konten digital yang efektif. Proposal ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan produksi media digital masyarakat Desa Bakalerek melalui pelatihan dan pendampingan yang sistematis. Metode pelaksanaan kegiatan ini meliputi tahap pra, produksi, dan pasca, yang melibatkan komunikasi dengan aparat desa, penyuluhan kepada masyarakat, serta evaluasi terhadap materi yang disampaikan. Dengan kegiatan ini, diharapkan masyarakat mampu mengelola kampanye PR berbasis digital secara mandiri dan profesional, sehingga dapat memperkuat hubungan dengan audiens dan meningkatkan dampak sosial kampanye yang dijalankan.

Kata Kunci: Media Digital, Public Relations, Komunitas Lokal, Kampanye Public Relation.

Abstract

In today's digital era, digital media has become an important tool in supporting Public Relations (PR) campaign activities, especially for local communities who want to build their image and reach a wider audience. However, limited resources and lack of technical skills are often the main obstacles for communities in producing effective digital content. This proposal aims to improve the digital media production capabilities of the Bakalerek Village community through systematic training and mentoring. The implementation method of this activity includes pre-, production, and post-stages, which involve communication with village officials, outreach to the community, and evaluation of the material presented. With this activity, it is hoped that the community will be able to manage digital-based PR campaigns independently and professionally, so that they can strengthen relationships with audiences and increase the social impact of the campaign being run.

Keywords: Digital Media, Public Relations, Local Community, Public Relations Campaign.

1. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi dan internet telah membawa perubahan besar dalam cara informasi disampaikan, terutama dalam konteks hubungan masyarakat atau Public Relations (PR). Penggunaan media digital, seperti media sosial, blog, podcast, dan video, telah menjadi saluran utama untuk berkomunikasi dengan audiens secara luas. Bagi komunitas lokal, kemampuan untuk memanfaatkan media digital dalam kampanye PR sangat penting untuk membangun citra positif, meningkatkan keterlibatan masyarakat, dan memperluas jangkauan pesan mereka.

Media digital merupakan salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan pembelajaran. Media digital yaitu komponen berupa komputer, internet, gadget, dan perangkat digital lainnya (Kurniasih, 2019). Media digital adalah sebuah media yang dapat dibuat, dilihat, dikirim, atau dimodifikasi, dan digunakan oleh perangkat elektronik digital (Fitria et al., 2021). Dalam prosesnya, input dari media digital berupa data yang akan diolah menjadi teks, gambar, dll serta hasil akhir dari media digital dapat disimpan dalam bentuk cetak, memori drive, digital disk, atau penyimpanan secara online (Alrasydin, 2023).

Namun, meskipun media digital memberikan banyak peluang, banyak komunitas lokal yang masih menghadapi kesulitan dalam memanfaatkan potensi tersebut secara maksimal. Beberapa tantangan yang dihadapi antara lain keterbatasan sumber daya, kurangnya pengetahuan teknis tentang pembuatan konten digital, dan kurangnya pengalaman dalam mengelola kampanye PR melalui platform digital yang ada. Hal ini seringkali menyebabkan pesan yang disampaikan oleh komunitas tidak sampai kepada audiens yang tepat atau bahkan tidak mampu bersaing dengan kampanye PR lainnya yang lebih profesional dan memiliki sumber daya lebih.

Seiring dengan semakin pesatnya perkembangan media sosial dan platform digital lainnya, komunitas lokal perlu memiliki kemampuan produksi media digital yang mumpuni agar dapat beradaptasi dengan perubahan zaman. Konten digital yang menarik dan berkualitas tinggi tidak hanya membantu memperkenalkan kegiatan dan tujuan komunitas, tetapi juga memperkuat hubungan dengan audiens dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap komunitas tersebut. Oleh karena itu, penting bagi komunitas lokal untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menciptakan, mengelola, dan menyebarkan konten digital yang relevan dengan audiens mereka.

Public Relations dapat dipahami sebagai profesi yang memiliki peranan untuk mengidentifikasi, memantapkan, serta membina hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya, baik organisasi itu berada pada kondisi sukses maupun dalam kondisi gagal. Publik dalam konteks ini adalah stakeholder dari perusahaan atau organisasi tempat Public relations ini berada. Public Relations mempunyai fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat yang menjadi sandaran keberhasilan dan kegagalan (Cutlip and Center, 2005 : 5).

Sehingga dapat dikaitkan dengan kegiatan kampanye yang dimana kegiatan kampanye merupakan salah satu kegiatan yang dilaksanakan oleh seorang Public Relations atau Humas, kegiatan kampanye ini dilaksanakan untuk mencapai tujuan suatu lembaga atau organisasi sesuai dengan tujuan berdirinya lembaga dan organisasi tersebut. Menurut Rosady Ruslan (2013:66) dalam Bukunya yang berjudul Kampanye Public Relations menjelaskan bahwa, Kampanye Public Relations merupakan kegiatan dalam upaya meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sebagai sasaran dan publik sebuah perusahaan atau organisasi untuk merebut perhatian serta menumbuhkan persepsi yang baik terhadap suatu kegiatan perusahaan atau organisasi agar tercipta suatu kepercayaan dan citra yang baik dari masyarakat melalui penyampaian pesan secara terencana dan dalam jangka waktu tertentu.

Selain itu, banyak komunitas lokal yang memiliki potensi untuk berkembang, namun sering kali terkendala oleh keterbatasan dalam akses ke pelatihan dan sumber daya yang memadai. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan produksi media digital dalam kampanye PR bagi komunitas lokal tidak hanya akan memperkuat citra mereka, tetapi juga memberikan peluang untuk menciptakan dampak sosial yang lebih luas, dengan menjangkau lebih banyak orang dan membangun koneksi yang lebih dalam dengan masyarakat.

Kampanye Public Relations merupakan suatu kegiatan komunikasi yang terencana dalam kurun waktu tertentu, yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan mempengaruhi khalayak sasaran, serta untuk menciptakan kepercayaan dan kesan baik khalayak terhadap lembaga, perusahaan atau organisasi yang menyelenggarakan kegiatan tersebut.

Ada beberapa konsep yang dikemukakan para ahli terkait kampanye public relations, Ruslan (2013:66) memaparkan bahwa kampanye Public Relations adalah kegiatan yang terencana dengan jangka waktu tertentu, dan berupaya untuk meningkatkan kesadaran serta pengetahuan khalayak yang menjadi sasaran dari sebuah perusahaan, lembaga atau organisasi untuk mengambil perhatian dan menumbuhkan persepsi yang baik terhadap kegiatan yang diadakan oleh lembaga, perusahaan atau organisasi tersebut.

Hubungan Pubik Relation (PR) dengan komunitas lokal adalah hubungan antara perusahaan dengan masyarakat di sekitarnya. Hubungan ini dapat dibangun melalui program pengembangan komunitas lokal. Manfaat hubungan PR dengan komunitas lokal Meningkatkan reputasi perusahaan, Meningkatkan loyalitas pelanggan, Memanfaatkan peluang bisnis, Mendapatkan dukungan masyarakat, Memposisikan merek sebagai sumber yang terpercaya.

Melihat hal tersebut, penting untuk memberikan pelatihan, sumber daya, dan pendampingan dalam meningkatkan kemampuan produksi media digital bagi pengelola komunitas lokal. Dengan pengetahuan yang lebih baik dalam hal pembuatan konten dan pengelolaan kampanye PR digital, komunitas lokal dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki untuk memperluas dampak sosial dan menciptakan hubungan yang lebih erat dengan audiens mereka..

2. METODE

Pada metode Pelaksanaan Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk tatap muka di Kantor Desa Desa Bakalerek Kecamatan Nubarukan, Kabupaten Lembata, dengan materi yang disampaikan secara bertahap dan terstruktur. Sasaran yang utama dalam kegiatan ini adalah Aparat desa, anak muda di desa Bakalerek dan Anak OMK.

Kegiatan ini dapat meningkatkan Kemampuan masyarakat desa terhadap penguatan kapasitas dalam bidang teknologi komunikasi, khususnya dalam memproduksi konten digital yang relevan dengan kebutuhan komunitas dan efektif dalam menyampaikan pesan kepada khalayak luas.

Kegiatan ini memberikan sedikit materi dan pelatihan terkait media digital salah satunya penggunaan media sosial yang mendorong keterlibatan aktif dari masyarakat lokal, khususnya anak muda, anak OMK dan aparat desa sebagai sasaran utama kegiatan. Hal ini dikarenakan kedua kelompok tersebut memiliki potensi besar sebagai agen perubahan di era digital. Kegiatan ini tidak hanya sekedar memberikan pengetahuan teoritis tentang media digital dan PR, melainkan juga menitikberatkan pada aspek praktis, agar peserta memiliki keterampilan yang langsung dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam konteks pengelolaan informasi dan komunikasi digital.

Metode pelaksanaan kegiatan dimulai dari proses persiapan, di mana dilakukan komunikasi dan koordinasi awal dengan aparat pemerintah desa untuk memperoleh dukungan serta menentukan waktu dan tempat kegiatan. Selain itu, dilakukan juga

pendekatan kepada masyarakat untuk membangkitkan minat dan kesadaran akan pentingnya media digital sebagai sarana komunikasi publik yang strategis. Dalam proses ini, disiapkan pula berbagai kebutuhan teknis seperti materi pelatihan, alat bantu visual, perangkat digital, serta media dokumentasi.

peran media dalam kampanye PR, serta teknik-teknik dasar produksi konten seperti pengambilan gambar, pengeditan video sederhana, hingga strategi pengelolaan media sosial seperti Facebook profesional dan TikTok. Peserta didorong untuk mengeksplorasi ide-ide lokal dan mengolahnya menjadi konten digital yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual dan komunikatif.

Kegiatan ini juga menjadi ruang reflektif bagi Anak muda dan anak OMK untuk memahami tantangan dan peluang yang ditawarkan oleh media digital. Dengan menekankan pada pentingnya penggunaan media digital yang bijak dan bertanggung jawab, peserta diajak untuk tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga sebagai produsen konten yang mampu menyuarakan aspirasi komunitasnya secara positif.

Setelah kegiatan ini selesai dilaksanakan, di harapkan, anak muda dan anak OMK dapat terus mengembangkan keterampilan yang telah diperoleh, bahkan membentuk kelompok kerja komunitas yang fokus pada produksi dan penyebaran informasi digital berbasis lokal. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan tidak hanya berhenti sebagai pelatihan sesaat, tetapi menjadi langkah awal dalam membangun budaya komunikasi digital yang kuat di Desa Bakalerek.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan peningkatan kemampuan produksi media digital dalam kampanye Public Relations (PR) bagi komunitas lokal di Desa Bakalerek telah dilaksanakan pada tanggal 23 April 2025, yang bertempat di Kantor Desa Bakalerek. Media Digital di era sekarang sangat penting untuk menyampaikan informasi kepada khalayak di luar sana terutama pada anak muda. Media digital ini untuk mencari berbagai informasi yang sedang hangat saat ini dan cara memproduksi media digital ini secara bijak dan dapat di pertanggung jawabkan. Mahasiswa Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universita Katolik Widya Mandira (UNWIRA) Kupang melakukan program ini untuk membekali masyarakat terutama anak muda dan anak OMK Desa Bakalerek dengan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam memanfaatkan media digital sebagai alat kampanye yang strategis dan komunikatif.

Kegiatan ini secara khusus menyasar dua kelompok utama, yaitu Aparat Desa, anak muda desa, anak OMK mengingat keduanya memiliki peran yang sangat penting dalam pengelolaan informasi serta penyebaran pesan kepada masyarakat. Aparat desa dibekali dengan keterampilan untuk menyampaikan informasi pemerintahan secara digital, meningkatkan transparansi, dan memperkuat hubungan dengan warga melalui kanal media sosial resmi. Sementara itu, anak muda atau anak OMK sebagai tujuan utama untuk menjelaskan kepada orang-orang yang belum mengerti tentang apa itu media digital dan cara menggunakan media digital secara bijak dan dapat di pertanggung jawabkan penggerak produksi konten kreatif yang mampu mempromosikan potensi desa, menyampaikan pesan sosial, dan membentuk opini publik secara positif.

Dari hasil pelaksanaan kegiatan, diketahui bahwa partisipasi peserta sangat aktif. Aparat desa mulai memahami pentingnya komunikasi visual dan digital dalam penyampaian informasi publik, serta menunjukkan minat untuk mengelola konten desa secara mandiri. Anak-anak muda, di sisi lain, menunjukkan kreativitas yang tinggi dalam membuat video kampanye, poster digital, serta konten-konten promosi desa yang menarik dan relevan dengan audiens mereka di media sosial.

Selain peningkatan keterampilan teknis program ini juga menjadi sarana edukasi

moral, khususnya bagi kalangan anak muda. Ditekankan bahwa penggunaan media digital harus dilakukan secara bijak, bertanggung jawab, dan bermanfaat bagi komunitas. Di era informasi yang terbuka, anak muda diharapkan tidak hanya menjadi kreator konten, tetapi juga agen perubahan yang menyebarkan informasi positif, menolak hoaks, dan menjaga etika digital dalam bermedia sosial.

,Mahasiswi Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Katolik Widya Mandira (UNWIRA) Kupang berharap bahwa program ini tidak selesai sampai disini saja tapi akan di lanjutkan oleh anak muda dan anak OMK Di Desa Bakalerek dengan cara memberikan penjelasan tentang media digital kepada masyarakat yang belum mengetahuinya.



(Sumber : file pribadi penulis)



(Sumber: File Pribadi Penulis)

3. KESIMPULAN

Meningkatkan kemampuan produksi media digital bagi komunitas lokal merupakan langkah krusial dalam menghadapi tantangan komunikasi di era digital saat ini. Upaya ini bukan hanya soal menguasai perangkat atau aplikasi, tetapi lebih dari itu, merupakan proses pemberdayaan masyarakat untuk menyuarakan identitas, kepentingan, serta nilai-nilai lokal melalui konten yang kreatif, relevan, dan strategis. Kampanye Public Relations (PR) berbasis media digital memungkinkan komunitas menjangkau audiens yang lebih luas, membangun kepercayaan, serta menciptakan citra positif yang dapat memperkuat posisi mereka dalam dinamika sosial dan budaya.

Ketika komunitas lokal, seperti di Desa Bakalerek, diberi ruang, pengetahuan, dan keterampilan untuk mengelola media digital secara efektif, maka mereka tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga menjadi produsen narasi yang berdaya. Hal ini membuka peluang untuk memperkuat partisipasi warga, meningkatkan kesadaran kolektif, serta menciptakan perubahan sosial yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

4. DAFTAR PUSTAKA

Utami, G. D., dkk. (2022). Telaah Pesan Kampanye# Bijakkelolasampah pada Instagram@ Waste4Change Mengenai Program Send Your Waste yang Berdampak Terhadap Sikap

- Followers Mengelola Sampah Skincare. *Journal Of Media and Communication Science*, 5(2), 80–97.
- Darmastuti, Rini. 2012. *Media Relations - Konsep, Strategi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Cutlip, Scott M & Center. 2005. *Effective Public Relations*. Alih bahasa: CH. Renate Pohan. Ed.8. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Shania, dkk. 2024. Optimalisasi Media Digital dalam Pengelolaan Public Relations. *Jurnal Inofatif Manajemen Pendidikan Islam* Vol. 03 No. 02 (2024): 129-14
- Muhammad Husin Prayogi, Z. M. (2022). Kampanye Public Relations Program Bandung Tanginas Untuk Menekan Angka Stunting. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*.