



Pengembangan informasi pada facebook Pemerintahan Desa Cilayung

Eghi Ramadhani

Universitas Padjadjaran

er28121999@gmail.com**Info Artikel :**

Diterima :

8 Juli 2023

Disetujui :

12 Juli 2023

Dipublikasikan :

25 Juli 2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan informasi pada produk informasi facebook Pemerintahan Desa Cilayung agar informasi yang ada dapat dimaksimalkan melalui postingan konten-konten yang dibuat. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian Action Research, teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi dan studi kepustakaan, serta analisis data dilakukan dengan mengikuti model dari Kurt Lewin (1946), yaitu *planning, acting, observing, dan reflecting*. Hasil penelitian ini menjadikan facebook sebagai sarana informasi pemerintahan Desa Cilayung dengan memperhatikan kualitas isi dari informasi agar menjadi daya tarik yaitu dengan optimalisasi rancangan produk informasi, mengembangkan produk informasi melalui konten visual, dan kelengkapan informasi yang terkandung dalam produk informasi tersebut. Isi dari produk informasi pemerintahan Desa Cilayung seperti bantuan sosial, pelayanan publik, dan program desa pemerintahan Desa Cilayung. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah optimalisasi isi materi informasi yang dibuat mudah dipahami, konten visual yang dirancang peneliti diminati masyarakat, dan kelengkapan informasi yang dibuat telah memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

Kata Kunci: Produk informasi, Facebook, Pemerintahan**ABSTRACT**

*This research aims to develop information on the Cilayung Village Government's Facebook information product so that existing information can be maximized through the posting of content. In this study, researchers used the Action Research research method; data collection techniques were carried out through observation and literature study; and data analysis was carried out by following the model of Kurt Lewin (1946), namely *planning, acting, observing, and reflecting*. The result of this research is to use Facebook as an information tool for the Cilayung Village government by paying attention to the quality of the information content to make it attractive, namely by optimizing the design of information products, developing information products through visual content, and ensuring the completeness of the information contained in the information products. The contents of the Cilayung Village government's information products include social assistance, public services, and village programs of the Cilayung Village government. The conclusion that can be drawn from this research is that the optimization of the content of the information material made is easy to understand, the visual content designed by researchers is of interest to the community, and the completeness of the information made has met the information needs of the community.*

Keywords: Information products, Facebook, Government

©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Pada era generasi yang serba internet ini di dorong dengan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi data, dan komunikasi (TIK), memungkinkan manusia perlu untuk mengubah cara hidupnya. Dengan hadirnya teknologi internet yang dilengkapi dengan berbagai fiturnya dalam menunjang aktifitas dan aksesibilitas data dapat membantu dalam menunjang dan mempermudah kebutuhan penggunaannya. Semua orang berhak untuk memiliki akses ke internet untuk sekedar mencari dan berbagi informasi. Pemerintahan desa sekarang ini sudah dipengaruhi oleh teknologi dan informasi yang sejalan dengan beriringan. Menurut UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang desa, "Pembangunan desa adalah upaya peningkatan kualitas hidup dan kehidupan sebesar-besarnya untuk kesejahteraan masyarakat desa". Undang-undang tersebut juga menjelaskan bahwa, pembangunan desa mencakup empat bidang pembangunan, diantaranya pelaksanaan pemerintahan desa, pembinaan kemasyarakatan

desa, pemberdayaan masyarakat desa, dan penyelenggaraan desa. Pembangunan desa tersebut di topang oleh sistem informasi yang menjadi pertimbangan utama bagi pemerintahan desa yang melakukan perencanaan sistem informasi.

Sistem informasi desa juga telah diatur dalam UU No.6 Tahun 2014 tentang desa dibagian ketiga Sitem Informasi Pembangunan Desa dan Pembangunan Kawasan Pedesaan Pasal 86 yang isinya antara lain bahwa sitem informasi desa meliputi fasilitas perangkat keras, perangkat lunak, jaringan, dan sumber daya manusia. Sistem informasi desa juga meliputi data desa, data pembangunan desa, serta informasi lainnya yang ada kaitannya dengan pembangunan desa dan kawasan pembangunan desa yang dikelola oleh pemerintahan desa dan dapat diakses oleh masyarakat serta para pemangku kepentingan. Berdasarkan hal-hal tersebut, sistem informasi yang ada dibantu dengan teknologi informasi dengan menggunakan media sosial. Masyarakat sekarang ini telah menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-harinya untuk berkomunikasi salah satunya adalah facebook. Facebook adalah platform media sosial yang telah banyak diminati dan telah lama ada sejak tahun 2004. Sebagai hasil dari berkembangnya media sosial dalam memenuhi kebutuhan manusia, media sosial telah berkontribusi yang cukup signifikan terhadap pengguna untuk memanfaatkan internet dalam kehidupan sehari-harinya (Teruna et al., 2023). Media sosial sering digunakan sebagai sarana berbagi data, perdagangan, pemasaran dan mempromosikan pelayanan yang telah ditautkan ke sumber data utama (Muhammad et al., 2023). Pemerintahan desa harus dapat memanfaatkan dan menggunakan media sosial sebagai sarana informasi dan menyebarkan layanan mereka kepada masyarakat luas. Pemerintahan desa sekarang ini harus menjadi organisasi yang dapat membantu masyarakat untuk mencapai kebutuhan datanya, karena pemerintahan desa adalah pemasok data bagi masyarakat.

Pemerintahan desa merupakan organisasi nirlaba, dengan menggunakan media sosial yang digunakan sebagai alat berinteraksi dan berbagi informasi dengan publik (Nabila et al., 2023). Dengan adanya media sosial, pemerintahan desa dapat dengan mudah dalam menjalankan pengembangan informasi dengan memasarkan produk informasinya (Lantana et al., 2023). Karena dengan hadirnya media sosial di pemerintahan desa, pengikut dapat melihat manfaatnya seperti informasi yang tersedia, sarana dan prasana, serta yang lainnya (Banusetyo et al., 2023). Beberapa sosial media seperti, instagram, facebook, twitter, dan lain-lain, dapat digunakan oleh pemerintahan desa untuk dijadikan sebagai sarana informasi, tak terkecuali Pemerintahan Desa Cilayung yang sudah memiliki akun sosial media. Pemerintahan Desa Cilayung sudah memiliki akun facebook sendiri yang dibuat pada 2012. Sampai saat ini sudah memiliki seribu pengikut, akan tetapi sekarang ini facebook tersebut belum digunakan secara maksimal, karena dengan keterbatasan SDM yang mengelola, maka facebook Pemerintahan Desa Cilayung memposting konten-konten alakadarnya saja. Maka perlu dilakukan pengembangan terhadap Informasinya, karena produk informasi yang telah ada isinya hanya terdapat beberapa postingan konten, dan postingan tersebut hanya alakadarnya saja, seperti APBDES, hari peringatan, dan beberapa postingan lainnya. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan informasi yang bertujuan untuk memperbaharui informasi pada akun facebook Pemerintahan Desa Cilayung dengan produk informasi yang memiliki ciri khasnya, seperti perubahan warna, headline, tipografi, font, dan hal lainnya yang akan dibuat peneliti sebagai bentuk pengembangan informasi facebook tersebut.

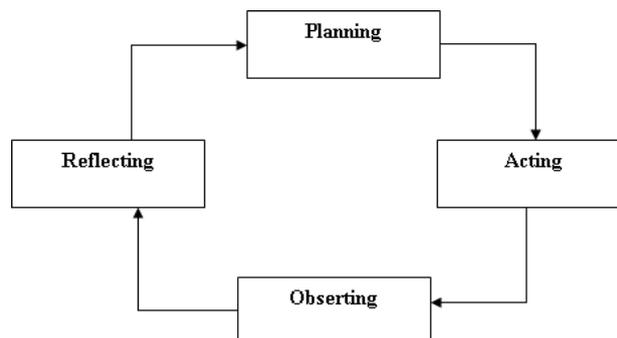
Adapun hasil riset yang berpaut dalam pemanfaatan facebook di pemerintahan desa ataupun instansi lain yang pada dasarnya telah dicoba oleh para peneliti sebelumnya. Al Fina Fauziah 2022 telah melaksanakan riset tentang pemanfaatan facebook sebagai media informasi oleh aparat desa dalam meningkatkan program pembangunan pekon gunung tiga kecamatan Pugung Tanggamus. Riset ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan facebook sebagai media informasi oleh aparat desa dalam meningkatkan program pembangunan. Riset penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan mengambil data melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Kesimpulan dari riset ini yaitu bahwa pemanfaatan facebook berdampak besar yang mana fungsinya sebagai perpanjangan tangan dari aparat desa dalam melakukan pelayanan dan memberikan informasi (Al Fina Fauziah, 2022).

Tetapi penelitian tersebut belum menanggapi persoalan dalam penelitian yang peneliti lakukan mengenai optimalisasi rancangan produk informasi pemerintahan desa, mengembangkan produk informasi melalui konten visual, dan kelengkapan informasi pada produk informasi. Dengan hal ini mendorong peneliti guna mengulas permasalahan ini yakni Pemerintahan Desa Cilayung yang memakai facebook dalam membuat produk informasi, akan tetapi rancangan yang di unggah ke facebook belum memenuhi data yang diperlukan oleh pengguna. Peneliti memiliki alasan untuk menjadikan Facebook

Pemerintahan Desa Cilayung sebagai tempat riset ialah untuk melakukan pengembangan informasi pada produk informasi yang ada di facebook, selama ini pengembangan informasi yang telah dilakukan belum memenuhi kebutuhan pengguna, hal tersebut dapat dilihat dari tampilan postingan, jumlah suka, dan komentar yang terbilang masih sedikit. Oleh karena itu, peneliti membuat rancangan produk informasi agar dapat menarik perhatian pengguna guna berkunjung ke facebook Pemerintahan Desa Cilayung untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik tindakan (Tobing et al., 2023). Peneliti dalam penelitian ini berupaya untuk ikut serta dalam upaya untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk informasi yang dimiliki oleh pemerintahan Desa Cilayung melalui media sosial facebook. Penelitian ini mengacu kepada siklus model action research yang dibuat Kurt Lewin (1946). Menurut (Nuryanti et al., 2023), “Penelitian tindakan adalah suatu rangkaian langkah yang terdiri atas 4 langkah, yakni *planning*(perencanaan), *acting*(tindakan), *observing*(observasi), dan *reflecting*(refleksi)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang facebook yang ideal pada facebook Desa Cilayung agar dapat menjadi sarana informasi yang dapat menarik minat bagi masyarakat sekitar dan peneliti memberikan beberapa usulan serta saran agar facebook dapat diperbaiki kekurangannya, karena facebook Desa Cilayung digunakan sebagai pusat informasi bagi pemerintahan Desa Cilayung untuk disajikan kepada masyarakat. Dengan metode *action research* peneliti berharap mendapatkan hasil dan dapat membantu menyelesaikan masalah yang ada pada facebook Desa Cilayung yang dimana digunakan sebagai pusat informasi, sehingga facebook tersebut menarik minat masyarakat. Oleh karena itu metode *action research* sudah dirasa tepat dalam penelitian ini. Penelitian ini mengacu kepada model penelitian *Action Research* yaitu model dari Kurt Lewin (1946). Berikut adalah gambaran penggunaan siklus model penelitian dari Kurt Lewin (1946).



Gambar 1 Pola Action research Model Kurt Lewin (1944)

Sesuai teori diatas, alur penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut (Ananto et al., 2023):

- 1) Perencanaan (Planning)
Pada tahapan perencanaan ini peneliti menggunakan beberapa pertanyaan melalui wawancara, dengan begitu peneliti akan mengambil tindakan untuk dilakukan dengan membuat rencana yang akan disiapkan.
- 2) Tindakan (Acting)
Pada tahapan tindakan ini peneliti melakukan tindakan dengan menerapkan isi rancangan yang telah dirancang pada objek yang diteliti.
- 3) Observasi (Observing)
Pada tahapan observasi ini peneliti secara langsung mengamati dengan melihat dampak dari tindakan yang dilaksanakan.
- 4) Refleksi (Reflecting)
Pada tahapan refleksi ini peneliti mengkaji kembali atas dampak hasil dari berbagai tindakan.

Prosedur serta hasil dari tindakan penelitian ini dikaji dan didokumentasikan secara tepat dan cermat. Prosedur serta hasil penelitian dilakukan observasi secara mendalam, melakukan penilaian, dan refleksi (Nugroho et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan beberapa jawaban mengenai strategi promosi yang dilakukan, hasil dari penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan teknik penelitian *Action Research* (tindakan kelas) dan 4 siklus yang di uji (Ussolikhah et al., 2023). Agar dapat mengetahui dasar-dasar dalam pembuatan rancangan produk informasi facebook Pemerintahan Desa Cilayung, maka ada beberapa hal yang dapat diperhatikan dalam proses pembuatan rancangan konten visual facebook ini, berikut penjelasannya:

Tahap rancangan produk informasi konten visual

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 4 siklus menurut model Kurt Lewin (1944) untuk membuat rancangan konten visual facebook pemerintahan Desa Cilayung. Berikut merupakan langkah-langkah peneliti dalam melakukan uji rancangan produk informasi dengan membuat konten visual pada facebook pemerintahan Desa Cilayung.

1. Planning (Perencanaan)

Pada tahap perencanaan ini peneliti dalam melakukan penelitian di bantu oleh teman yaitu hendrawan yang memberi ide dalam merencanakan dan menentukan rancangan konten visual facebook sebagai media informasi, baik dilihat dari tampilan postingan konten visual yang akan dibuat dengan semenarik mungkin untuk menggambarkan produk informasi yang memiliki daya tarik, ciri khas, dan kelengkapan informasi yang terdapat di Facebook Pemerintahan Desa Cilayung. Selama dalam tahap perencanaan ini peneliti secara langsung mengunjungi tempat yang akan diteliti guna untuk kebutuhan informasi masyarakat sekitar desa dan ketertarikan terhadap penggunaan facebook, agar nantinya dapat mematangkan rancangan produk informasi dengan sebaik mungkin, juga mengamati dan menganalisis produk informasi apakah sudah efektif atau belum, dengan tahapan perencanaan ini dibutuhkan waktu selama 2 bulan.

2. Acting (Tindakan)

Pada tahap ini peneliti dan teman peneliti mencoba untuk membuat konsep produk informasi untuk konten visual facebook. Dalam tahap tindakan ini peneliti dan teman peneliti mendiskusikan untuk menentukan konsep produk informasi yang akan digunakan pada facebook Pemerintahan Desa Cilayung dengan menentukan warna yang sesuai, ilustrasi, tifografi yang menarik, headline yang unik, ukuran layout, dan menentukan aplikasi editing.

3. Observing (Observasi)

Pada tahap ini peneliti melakukan observasi dengan mengamati lingkungan dalam desa, seperti apa saja pelayanannya, ruangan yang ada di dalam digunakan untuk apa saja, serta tempat bagi masyarakat yang membutuhkan layanan. Peneliti dibantu juga oleh pihak dari desa yaitu sekretaris desa untuk mengetahui bagaimana pelayanannya, bagaimana kelengkapan informasi desa yang ada, dengan begitu memudahkan peneliti untuk membantu Pemerintahan Desa Cilayung agar masyarakat berminat dan tertarik terhadap informasi yang nantinya akan di sajikan di facebook. Hasil dari observasi akan di tuangkan kedalam catatan guna untuk menggambarkan dengan jelas bahwa harus ada yang di perbaiki dan ditingkatkan dari permasalahan yang didapat saat observasi ini.

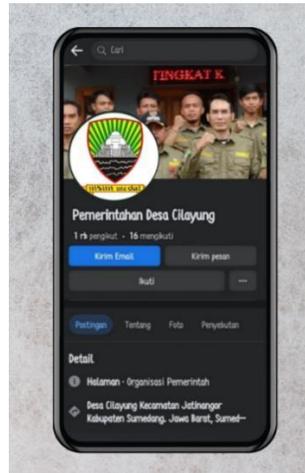
4. Reflecting (Refleksi)

Pada tahap ini peneliti akan melakukan uji coba terhadap rancangan produk informasi yang telah dibuat kepada 10 warga masyarakat sekitar desa, apakah rancangan produk informasi tersebut sudah baik atau belum. Kemudian hasil akhir dari uji coba ini dilakukan evaluasi kembali sesuai dengan kemampuan dasar yang sudah direncanakan, lalu kemudian dilakukanlah analisis data. Dalam tahap refleksi ini juga diharapkan dapat dijadikan bahan untuk evaluasi pada rancangan produk informasi yang dibuat oleh peneliti yang didasarkan pada responden. Hal ini tujuannya untuk memperbaiki dan mengoptimalkan rancangan produk informasi yang dapat digunakan oleh Pemerintahan Desa Cilayung dengan memanfaatkan media sosial facebook.

Tampilan Facebook Pemerintahan Desa Cilayung Terdahulu

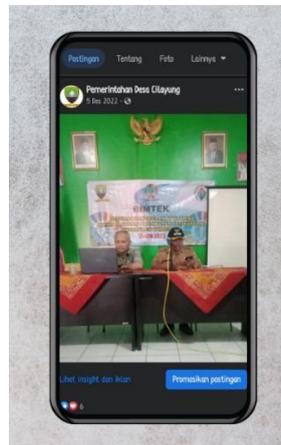
Saat melaksanakan penelitian ini peneliti melakukan pengamatan terhadap tampilan facebook Pemerintahan Desa Cilayung. Dalam pengamatan itu peneliti melihat tampilan yang belum cukup baik pada facebook tersebut, dikarenakan ada unsur yang dirasa kurang menarik terhadap tampilan facebook Pemerintahan Desa Cilayung yang menyebabkannya kurang diminati oleh masyarakat sekitar. Berikut

adalah tampilan dari facebook Pemerintahan Desa Cilayung terdahulu sebelum peneliti merancang produk informasi baru.



Gambar 2 Layout Facebook, Tampilan facebook Pemerintahan Desa Cilayung terdahulu

Dapat dilihat pada gambar diatas bahwa tampilan dari akun Facebook Desa Cilayung kurang menarik, seperti logo yang terkesan seadanya saja, dengan begitu peneliti mengubah tampilan logo facebook Pemerintahan Desa Cilayung agar terlihat lebih bagus. Gambar dibawah merupakan tampilan dari postingan produk informasi terdahulu pada facebook Pemerintahan Desa Cilayung, yang menampilkan postingan seadanya saja tanpa mempunyai ciri khasnya sehingga kurang diminati masyarakat.



Gambar 3 Konten Facebook, Produk Informasi Pemerintahan Desa Cilayung Terdahulu

Dapat dilihat pada gambar diatas postingan produk informasi Pemerintahan Desa Cilayung terdahulu dengan postingan yang alakadarnya saja, dan kurang menarik yang membuat masyarakat menjadi kurang berminat untuk mengunjungi akun facebook Pemerintahan Desa Cilayung, maka dengan itu peneliti membuat tampilan template yang menarik, serta menambahkan caption, hastag, gambar, dan tipografi untuk menambah ciri khas yang menjadi daya tarik pada setiap postingannya.

Pelayanan dan Program Pemerintahan Desa Cilayung

Selain menjalankan fungsinya, Pemerintahan Desa Cilayung juga memiliki program dan pelayanan yang mengutamakan kebutuhan masyarakat desa cilayung. Program dan pelayanan tersebut diantaranya :

- a) Bantuan sosial (bansos)

Program ini diadakan setiap ada agenda dari pemerintahan pusat untuk memberikan bantuan bagi masyarakat yang kurang mampu dalam perekonomiannya, bantuan tersebut berupa nominal uang, sembako, dan lain-lain.

b) Pelayanan Publik

Pelayanan publik ini dimaksudkan untuk membantu dalam kebutuhan masyarakat seperti pelayanan barang publik, pelayanan jasa publik, dan pelayanan administratif.

c) Program Pendataan SDGs Desa

Program ini juga dimaksudkan untuk membantu program pemerintahan pusat dalam membantu pertumbuhan ekonomi desa, kemitraan untuk pembangunan desa, membangun infrastruktur, peduli kesehatan masyarakat, desa tanpa kemiskinan, dan lain-lain.

Dari program dan pelayanan yang tersedia diatas, terdapat program kegiatan yang langsung di unggah ke akun facebook Pemerintahan Desa Cilayung agar diketahui oleh pengguna yang sudah mengikuti akun facebook Pemerintahan Desa Cilayung. Akun facebook yang dimiliki Pemerintahan Desa Cilayung sudah sejak lama dibuat pada tahun 2015, akan tetapi masih kurang dimaksimalkan penggunaannya karena keadaan SDM atau staf desa yang belum dapat mengelola facebook dan menentukan konten grafis, itu karena masalah waktu dan kesibukannya sehingga belum dapat mengelolanya dengan baik.

Rancangan Produk Informasi Melalui Facebook

Setelah melakukan pemantauan terhadap aktifitas dan lingkungan di kantor dan sekitar Pemerintahan Desa Cilayung. Peneliti mendapatkan pemahaman yang menyeluruh dan dapat menerimanya mengenai tuntutan pengguna informasi dan arah yang diinginkan dari produk informasi pemerintahan desa di facebook. Peneliti membuat rancangan berdasarkan pada keinginan narasumber melalui pengoptimalisasian produk informasi pemerintahan desa yang melimpah, rancangan visualisasi, dan rancangan gaya bahasa pada objek yang dipilih untuk dapat menghasilkan suatu daya tarik, ciri khas, dan kelengkapan informasinya. Rancangan pada isi produk informasi untuk Pemerintahan Desa Cilayung melalui media sosial facebook dapat dijelaskan sebagai berikut:

Optimalisasi Produk Informasi

Produk informasi yang memiliki keunikan dan ciri khas yang dibuat atau dihasilkan oleh pemerintahan desa harus tetap diimplementasikan dan dilestarikan kepada masyarakat sebagai produk milik pemerintahan desa. Dengan selalu menghadirkan akses kepada masyarakat agar memberikan alur kemudahan dalam mengakses informasi dan dikemas dengan menarik, dengan begitu produk informasi harus dapat dimaksimalkan sebaik mungkin. Itu dilakukan agar masyarakat sebagai pengunjung facebook pemerintahan desa dapat terpenuhi kebutuhan primernya, dengan memanfaatkan sumber daya pemerintahan desa untuk menambah dan memperluas wawasan, untuk membangkitkan minat masyarakat dalam menggunakan informasi, maka produk informasi yang dimiliki pemerintahan desa harus menjadi magnet dan daya tarik. Berikut item-item layanan Pemerintahan Desa Cilayung yang perlu ditingkatkan agar dapat memikat masyarakat sebagai penggunanya:

a) Informasi Dasar

Informasi dasar dalam produk informasi Pemerintahan Desa Cilayung di dalamnya memuat logo, jam operasional, program desa, fasilitas desa, dan lokasi. Dengan tujuan untuk membangkitkan minat masyarakat terhadap produk informasi sehingga dapat menjadi pusat perhatian, dibutuhkan, dicari, diperoleh, dan digunakan oleh pengguna untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Informasi dasar inilah yang menjadi isi dari produk informasi yang akan dikirim dan diberikan kepada pengguna informasi. Hal tersebut telah sesuai dengan pernyataan dari Kotler (2000:112) bahwa sebuah produk harus memenuhi kebutuhan konsumen, selain menarik dapat dipelihara dan mudah digunakan.

Rancangan informasi dasar pada produk informasi Pemerintahan Desa Cilayung di media sosial facebook dapat di jelaskan dan digambarkan sebagai berikut:

- Logo, Pemerintahan Desa Cilayung sudah memiliki logonya sendiri yang dapat menegaskan bahwa logo tersebut adalah milik Pemerintahan Desa Cilayung, dalam pembuatan informasi harus menyertakan atau ditampilkan alamat desa yang dijadikan sebagai penanda, nomor telepon, email, dan website yang dimiliki.
- Waktu aktifitas pemerintahan desa, mendeskripsikan tentang jadwal buka dan tutup, jam operasional, memberikan slogan, serta lokasi itu semua diperlukan. Kemudian pernyataan bahwa pemerintahan desa tutup pada hari libur, etah itu sekuler atau hari keagamaan, atau karena alasan lainnya.

- Program dan pelayanan pemerintahan desa, pada konten program dan pelayanan desa ini harus disertai dengan caption menarik, menggunakan bahasa yang tidak terlalu formal, dan gaya bahasa yang unik serta di lengkapi dengan hastag.

b) Program dan Pelayanan Pemerintahan Desa Cilayung

Pemerintahan Desa Cilayung mempunyai program dan pelayanan seperti kebanyakan pemerintahan desa lainnya, karena memang semua itu sudah ditentukan oleh pemerintah pusat. Program dan pelayanan desa mulai dari bansos (bantuan sosial), pelayanan publik, program pendataan SDGs Desa, dan lain sebagainya. Akan tetapi, tidak semua program yang ada dapat digunakan untuk produk informasi di facebook Pemerintahan Desa Cilayung, hanya program-program penting saja yang akan digunakan.

Facebook merupakan salah satu platform media sosial yang akan digunakan sebagai media produk informasi pemerintahan desa. Program dan pelayanan yang di prioritaskan kepada masyarakat seperti bansos (bantuan sosial), pelayanan publik, dan pendataan SDGs desa merupakan target dari pemerintahan desa agar masyarakat puas dengan pelayanan dan program yang ada, sehingga dapat membantu masyarakat dalam kebutuhannya. Template yang digunakan untuk potingan program dibuat seperti membahas program tersebut dengan bahasa yang tidak terlalu baku, dikemas dengan menarik melalui feed facebook. Sedangkan untuk fasilitas yang ada di kantor Pemerintahan Desa Cilayung akan dimuat konten yang isinya berupa gambar ruang pelayanan, gedung olahraga (GOR), ruang rapat yang akan mempresentasikan suasana nyaman bagi masyarakat yang berkunjung.

Dengan cara tersebut diharapkan menambah jumlah masyarakat yang mengikuti akun facebook, yang menjadi media informasi bagi masyarakat yang membutuhkan, konten ini juga diharapkan dapat mengenalkan program serta fasilitas pelayanan yang ada di kantor Pemerintahan Desa Cilayung.

1) Rancangan Visualisasi Objek Penelitian

Sudah banyak orang yang memilih internet sebagai alat untuk mencari informasi, karena disana menyediakan akses secara cepat untuk mendapatkan informasi, tidak terbatas oleh ruang, waktu, ruang, dan tempat serta mudah untuk digunakan. Peneliti akan membuat produk informasi di facebook Pemerintahan Desa Cilayung yang unik, yang nantinya akan menjadi ciri khas, dengan memperhatikan warna, layout, tipografi, ilustrasi, dan headline. Pemerintahan Desa Cilayung memanfaatkan visualisasi objek dalam pembuatan produk informasi di facebook.

a) Layout

Layout digunakan saat teks, judul, warna, dan font disatukan menjadi satu kedalam satu desain dan ditempatkan dengan seefisien mungkin untuk dapat mengakomodasi para pengunjung facebook Pemerintahan Desa Cilayung. Layout diperhitungkan agar dapat memastikan informasi yang disampaikan harus dikomunikasikan secara akurat kepada pengguna informasi di media sosial facebook pemerintahan desa.

b) Warna

Warna yang telah dipilih merupakan warna yang akan digunakan dalam membuat konten-konten postingan yang akan diposting di akun facebook Pemerintahan Desa Cilayung. Peneliti telah memilih warna dasar kuning, hijau, dan biru untuk membangun representasi pada objek media sosial facebook Pemerintahan Desa Cilayung. Kode untuk warna kuning (#D5D787), hijau (#3B9144), biru (#87D7AA) yang digunakan pada logo serta postingan produk informasi di media sosial facebook Pemerintahan Desa Cilayung. Adapun warna pendukung agar lebih menarik di setiap postingan produk informasi, seperti biru toska gelap (#0097B2), Hitam (#000000), Biru Teal (#0FA3A5), Hijau Forest (#3B9144), Kuning Syber (#B9C21B), dan Hijau Laut (#2E8B57).

c) Headline

Judul harus menggunakan bahasa yang dapat memuat isi informasi dari produk informasi, agar audiens dapat mengeti apa maksud dari isi informasi tersebut, ditambah lagi dengan gambar atau foto yang dapat menarik perhatian pengguna.

d) Tipografi

Peneliti menggunakan tipografi dasar pada produk informasi yang dibuat, seperti Cardo, League Spartan, Aileron Heavy, Open Sans, dan Open Sans Extra Bold. Peneliti memilih font tersebut agar mudah untuk dibaca oleh pengguna. Jangan sampei menggunakan font yang kurang jelas atau tidak terbaca, seperti Alegreya Bold, Broadway Times New Roman, dan font lainnya yang sulit untuk dibaca.

e) Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan oleh Pemerintahan Desa Cilayung adalah ilustrasi yang ada kaitannya dengan informasi pada produk informasi yang akan disampaikan oleh Pemerintahan Desa Cilayung kepada masyarakat sekitar yang membutuhkan informasi tersebut. Pertanyaan mengenai ilustrasi menurut Fleisman (1983) bahwa sebuah ilustrasi dapat memperjelas suatu maksud, bentuk ilustrasi dapat berupa potongan fotografi atau gambar realistis. Ilustrasi yang digunakan akan mencangkup dengan hal yang sudah dituju. Berikut adalah konten yang menggambarkan informasi Pemerintahan Desa Cilayung.

2) Kelengkapan Informasi Pada Produk Informasi

Seluruh konten yang dibuat harus mencakup semua elemen yang tersedia di Pemerintahan Desa Cilayung. Konten-konten yang dibuat harus mencantumkan point-point yang menggambarkan kelengkapan informasi yang akan diunggah di facebook dan dapat memanfaatkan fitur-fitur yang ada, seperti facebook story, siaran langsung, dan keaktifan admin sebagai penanggung jawab dari facebook Pemerintahan Desa Cilayung. Informasi yang akan ditulis harus bersifat komprehensif dengan bahasa yang tidak terlalu formal, kalimat ajakan kepada masyarakat seperti “Mari sukseskan UMKM untuk masyarakat sejahtera” atau “AYO!!!...Datang ke program pendataan SDGs”, kalimat tersebut selaras dengan bahasa yang digunakan kepada masyarakat, serta setiap postingan menyertakan caption dan postingan menggunakan @pemerintahandesacilayung.

Pembahasan Pembuatan Rancangan Media Produk Informasi

Setelah melakukan pengembangan informasi dengan dengan membuat produk informasi yang berkaitan dengan visualisasi, yaitu warna, tipografi, headline, layout, dan gaya bahasa. Ketika pengikut atau pengunjung akun facebook Pemerintahan Desa Cilayung membuka setiap postingan yang diunggah, maka akan membuka tampilan akun dan isi produk informasi Pemerintahan Desa Cilayung sebagai berikut:

1) Rancangan Konten Produk Informasi Pemerintahan Desa Cilayung

Informasi dasar yang terdapat pada produk informasi facebook Pemerintahan Desa Cilayung memuat program desa, pelayanan desa, dan situasi di Pemerintahan Desa Cilayung saat melakukan aktifitasnya. Informasi dasar yang akan menjadi isi dari produk informasi akan mengingatkan masyarakat dan tidak hanya itu saja, hal tersebutlah sebagai informasi bagi para pengikut akun facebook Pemerintahan Desa Cilayung.

a) Bantuan Sosial

Bantuan sosial merupakan salah satu program yang sering ada di Pemerintahan Desa Cilayung yang bertujuan untuk membantu masyarakat yang kurang mampu, konten yang di unggah mencantumkan dimana lokasi untuk mengambil barang bantuan sosial yang akan diberikan serta menambahkan waktu dan caption.

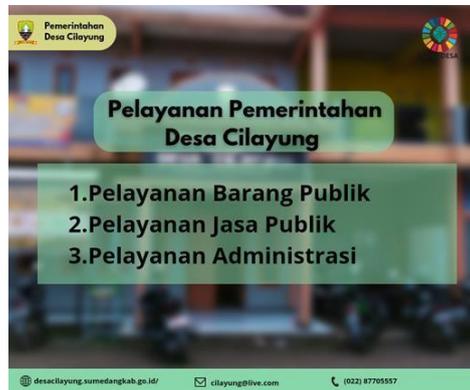


Gambar 4 Konten Facebook, Rancangan konten bantuan sosial Pemerintahan Desa Cilayung

Dengan menambahkan caption yang menarik seperti menggunakan bahasa yang kekinian akan tetapi sopan, maka pengikut akan memahami apa isi informasi dan mendatangi tempat pembagian bantuan sosial.

b) Pelayanan Publik

Pelayanan publik ini merupakan pelayanan yang ada di kantor Pemerintahan Desa Cilayung yang bertujuan untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, seperti pelayanan barang publik, pelayanan jasa publik, dan pelayanan administratif.



Gambar 5 Konten Facebook, Rancangan konten pelayanan yang ada di Pemerintahan Desa Cilayung

c) Program Pendataan SDGs Desa

Program pendataan SDGs desa ini divisualisasikan dengan foto atau gambar aktifitas saat melakukan kegiatan dilapangan atau ruang rapat, yang dimaksudkan agar banyak pengikut akun facebook Pemerintahan Desa Cilayung mengetahui kegiatan apa yang sedang dilakukan. berikut adalah rancangan yang telah peneliti buat.

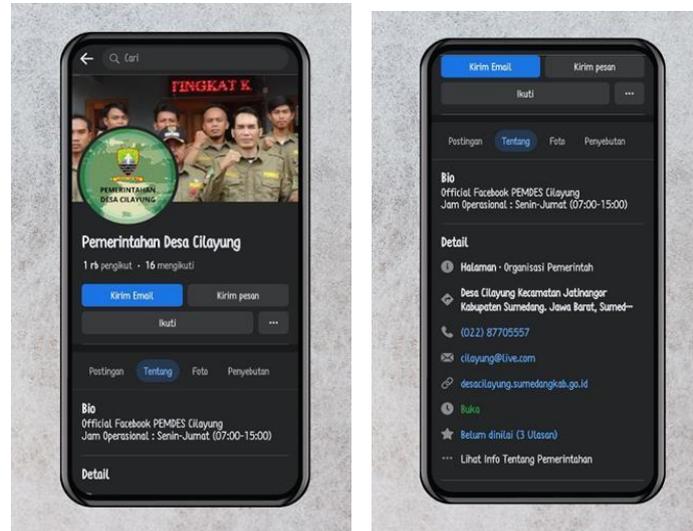


Gambar 6 Konten Facebook, Rancangan konten postingan pendataan SDGs Desa

Pada gaya bahasa yang digunakan menggunakan bahasa yang non formal, singkat, sopan, dan jelas serta mudah untuk dipahami dengan memberikan beberapa caption yang ada kaitannya dengan kegiatan yang akan di posting, dan tidak lupa juga untuk menambahkan hastag khusus, seperti

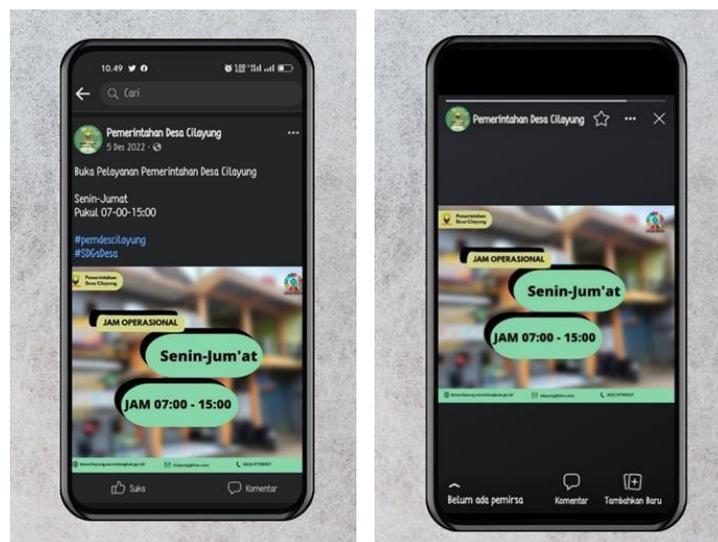
#HalloWargiSadayana, #SDGsDesaCilayung, #PemerintahanDesaCilayung, #bantuansosialdesa, dan #Programdanpelayandes, ini digunakan agar dapat mempermudah dan membantu pengguna untuk menemukan informasi tentang program Pemerintahan Desa Cilayung lebih mudah.

2) Final Desain Konten Produk Informasi Pemerintahan Desa Cilayung



Gambar 7 Layout Facebook, Akun facebook Pemerintahan Desa Cilayung

Logo yang terdapat di profil menggambarkan keeksistensian pemerintahan desa yang modern. Pada logo terlihat dengan jelas nama Pemerintahan Desa Cilayung, perubahan logo diatas merupakan usulan peneliati agar terlihat lebih elegan dan baru. Untuk mempermudah komunikasi antara masyarakat dengan Pemerintahan Desa Cilayung, tersedia fitur kirim email yang diperuntukan kepada masyarakat yang ingin mengirimkan file dan data ke email milik pemerintahan desa dan kirim pesan untuk berkomunikasi secara langsung. Pada bio yang dirubah dengan menambahkan “Official Facebook PEMDES Cilayung” serta “Jam Operasional : Senin-Jum’at (07:00-15:00). Kemudian pada detail terdapat alamat, nomor telepon, email, link website desa, dan tanda waktu sedang buka atau tutup.



Gambar 8 Konten Facebook, Design postingan jam operasional Pemerintahan Desa Cilayung

Postingan pemberitahuan jam operasional disimpan pada feed dan story facebook. Hal ini diperlukan guna memudahkan masyarakat yang ingin berkunjung untuk mencari informasi jam operasional, pemberitahuan juga terdapat pada halaman utama facebook.



Gambar 9 **Konten Facebook**, Desain postingan peringatan hari nasional

Postingan mengenai peringatan hari nasional seperti diatas merupakan postingan yang disesuaikan kembali untuk headline, layout, tipografi, ilustrasi, dan warna, misalnya hari pancasila dan hari kemerdekaan akan dibuat warna yang dominan dengan warna merah dan putih. Hal ini juga bertujuan untuk memberitahu kepada masyarakat bahwa Pemerintahan Desa Cilayung ikut berperan dan merayakan pada hari nasional seperti ini.



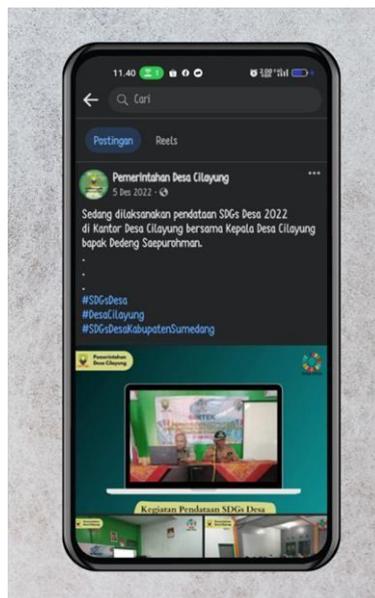
Gambar 10 **Konten Facebook**, Desain postingan program bantuan sosial (bansos)

Postingan mengenai bantuan sosial bagi masyarakat kurang mampu pada postingan facebook Pemerintahan Desa Cilayung dimaksudkan untuk memberitahu bahwa pemerintah desa sedang membantu masyarakat yang kurang mampu melalui postingan produk informasi, dengan begitu masyarakat atau pengguna facebook mengetahui program bansos (bantuan sosial) dari pemerintah desa ini. Untuk background menggunakan 2 warna dari 3 warna dasar Pemerintahan Desa Cilayung yaitu hijau dan kuning serta ditambahkan warna biru yang berada di bawah untuk menempatkan nama website, email, dan nomor telepon yang selalu ada di setiap postingan.



Gambar 11 Konton Facebook, Desain postingan pelayanan Pemerintahan Desa Cilayung

Postingan dari pelayanan ini dimaksudkan untuk memberitahukan kepada masyarakat bahwa jika membutuhkan surat-menyurat, meminjam barang milik desa, dan hal lainnya dapat secara langsung mengunjungi kantor Pemerintahan Desa Cilayung. Untuk background peneliti menggunakan foto kantor desa yang tujuannya agar memiliki kesan bahwa pemerintahan desa benar-benar memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat.



Gambar 12 Konten Facebook, Desain postingan pendataan program SDGs Desa

Postingan produk informasi mengenai pendataan SDGs Desa ini bertujuan untuk memasarkan program Desa Cilayung, hal ini dimaksudkan untuk memberi informasi kepada pengguna atau masyarakat sekitar yang telah mengikuti ataupun yang belum mengikuti akun facebook Pemerintahan Desa Cilayung, dengan begitu mereka mengetahui akan kegiatan dari program SDGs Desa yang sedang dilaksanakan melalui facebook.

3) Rangkuman Penelitian

Postingan sosial media yang bertujuan untuk memasarkan produk informasi Pemerintahan Desa Cilayung disebut sebagai konten pengembangan informasi. Menurut hasil dari penelitian terdapat 3 jenis konten, yaitu konten informasi dasar dari Pemerintahan Desa Cilayung, serta materi program dan pelayanan Pemerintahan Desa Cilayung, dapat digunakan sebagai konten pada produk informasi. Dengan memperhatikan headline, warna, ilustrasi, layout, dan tipografi, dalam pembuatan produk informasi Pemerintahan Desa Cilayung. Karena masyarakat sekitar sudah terbiasa dengan warna dasar yang digunakan oleh Pemerintahan Desa Cilayung, peneliti hanya menambahkan saja beberapa warna pendukung terhadap produk informasi. Desain Produk informasi sosial media facebook Pemerintahan Desa Cilayung memperhatikan tipografi yang jelas dan juga mudah dibaca, dengan menghindari pengguna huruf yang sulit untuk dibaca oleh pengguna. Dalam pengembangan informasi menggunakan headline pada sosial media facebooknya untuk menarik perhatian terhadap produk informasi yang ditampilkan. Tulisannya lebih besar daripada huruf lainnya sehingga masyarakat dapat mengetahui bahwa isi dari produk informasi mengandung informasi yang bermanfaat untuk mereka baca.

Semua konten produk informasi ditata dengan tata letak yang mudah untuk dibaca, menarik perhatian, dan membuat informasi yang disajikan terlihat jelas bagi masyarakat sebagai pengguna. Headline, warna, ilustrasi, layout, dan tipografi digabungkan menjadi satu untuk dibuat menjadi sebuah postingan sosial media facebook. Menggunakan gaya bahasa yang non-formal akan tetapi tetap menggunakan bahasa yang sopan pada isi materi produk informasi yang dibuat di sosial media facebook. Ini dapat mengutungkan fakta bahwa masyarakat sekitar desa merupakan target dalam pengembangan informasi, dengan memuat bahasa yang tidak baku, sopan, dan nonformal. Selain itu, agar dapat memancing penasarannya masyarakat kalimat ajakan untuk membujuk merupakan hal yang wajib dalam pengembangan informasi pada produk informasi sosial media facebook. Pemerintahan Desa Cilayung akan selalu mencantumkan hastag pada caption postingan produk informasi yang akan diposting seperti #HalloWargiSadayana, #SDGsDesaCilayung, #PemerintahanDesaCilayung, #bantuan sosialdesa, dan #Programdanpelayandes, hastag tersebut dapat membantu masyarakat menemukan informasi dengan lebih mudah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa setelah membuat rancangan terhadap pengembangan informasi pada produk informasi facebook Pemerintahan Desa Cilayung, dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan memberikan perubahan terhadap produk informasi seperti layout, tipografi, ilustrasi, warna, dan headline. Terhadap perubahan tersebut dapat dikatakan setiap postingan memiliki informasi yang cukup lengkap, maka membuat masyarakat menjadi lebih tertarik dan berminat terhadap produk informasi yang diberikan oleh Pemerintahan Desa Cilayung di facebook.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, E. Y., & Irviana, R. (2017). *Pengantar Sistem Informasi*. Andi. <https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=8vnlDwaaqBaj&oi=fnd&pg=pa1&dq=informasi+Menurut+Anggraeni+Dan+Irviani+2017&ots=EtWf3omvhc&sig=Ac2i1lwzenlvf8qig6vwo2pdkaw>
- Fathurrahman, M. (2016). Model-Model Perilaku Pencarian Informasi. *Jurnal Uin Kalijaga Yogyakarta*. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/jipi/article/download/101/66>
- Hamidin, D., Resdiana, W., & Fauzan, M. N. (2020). Peningkatan Penggunaan Media Sosial Menggunakan Prinsip Andragogi Di Desa Cihanjuang. *Jurnal Qardhul Hasan, Volume 6*. https://www.researchgate.net/publication/350065992_Peningkatan_Penggunaan_Media_Sosial_Menggunakan_Prinsip_Andragogi_Di_Desa_Cihanjuang

- Irham. (2014). *Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Informasi Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.*
- Junaida. (2016). *Perpustakaan Sebagai Pusat Sumber Informasi.* <https://Repository.Usu.Ac.Id/Bitstream/Handle/123456789/66591/Makalah2.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y>.
- Kusumaningtyas, R. D. (2010). *Peran Media Sosial Online (Facebook) Sebagai Saluran Self Disclosure Remaja Putri Di Surabaya* [Universitas Pembangunan Nasional]. [Http://Eprints.Upnjatim.Ac.Id/439/1/File1.Pdf](http://Eprints.Upnjatim.Ac.Id/439/1/File1.Pdf)
- Mirsah, A. P. (2020). *Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan* [Universitas Negeri Makassar]. [Http://Eprints.Unm.Ac.Id/17671/1/Skripsi Andi Paba%20bari Mirsah.Pdf](http://Eprints.Unm.Ac.Id/17671/1/Skripsi%20Andi%20Paba%20bari%20Mirsah.Pdf)
- Nazir, I. (2010). *Situs Facebook Dan Tindakan Menggunakan (Studi Korelasional Antara Situs Facebook Dengan Tindakan Menggunakan Mahasiswa Fisip Usu Medan).* Universitas Sumatera Utara.
- Timor, V. R. (2015). *Facebook Sebagai Media Promosi.* [Http://Eprints.Ums.Ac.Id/40334/14/Naskah Publikasi.Pdf](http://Eprints.Ums.Ac.Id/40334/14/Naskah%20Publikasi.Pdf)
- Ziveria, M. (2017). *Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Efektif Pendukung Kegiatan Perkuliahan Di Program Studi Sistem Informasi Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbe.* *Jurnal Sains Dan Teknologi.* [Http://Research.Kalbis.Ac.Id/Research/Files/Article/Full/90cebki914adxeafcrzlz2dp.Pdf](http://Research.Kalbis.Ac.Id/Research/Files/Article/Full/90cebki914adxeafcrzlz2dp.Pdf)
- Ananto, R., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori Terhadap Keputusan Pembelian PT. Fokus Dayautama Di Jakarta Timur. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2720–2729.
- Banusetyo, T. G., Hardini, R., & Digidowiseiso, K. (2023). The Effect of Website Quality, Information Quality, Buyer Trust on Purchase Decisions at Online Shop (Shopee) in DKI Jakarta. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(3), 511–528.
- Lantana, D. A., Digidowiseiso, K., & Ahmad, R. (2023). The Growth of Fintech on Student Loan Products in Indonesia: A Literature Study. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND SOCIAL SCIENCE (IJEMBIS)*, 3(2), 431–439.
- Muhammad, R., Lantana, D. A., & Digidowiseiso, K. (2023). The Role of Educational Innovation in E-Learning: A Literature Study. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND SOCIAL SCIENCE (IJEMBIS)*, 3(2), 421–430.
- Nabila, N. A., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Nu Greantea. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2759–2766.
- Nugroho, G. S., Elwisam, E., & Digidowiseiso, K. (2023). Rgec (Risk Profile, Good Corporate Governance, Earnings, Capital) Study of State-Owned Companies in the Banking Sector Listed on the Indonesian Stock Exchange 2018-2020. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(2), 390–405.
- Nuryanti, A. F., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Tas Texas Collection Ditoko Texas Collection Jakarta Timur. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2749–2758.
- Teruna, D., Asyari, A., & Putra, S. S. (2023). PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN JUMLAH OUTLET TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN LEPAS PT XYZ. *Jurnal USAHA*, 4(1), 95–109.
- Tobing, K. S. L., Nur, M., Lantana, D. A., Digidowiseiso, K., & Adnan, S. M. (2023). The Implementation of Artificial Intelligence on Accounting In Indonesia: A Literature Study. *INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND SOCIAL SCIENCE (IJEMBIS)*, 3(2), 592–600.
- Ussolikhah, A., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Karimun Wagon R Di PT. Citra Asri Buana Cabang Nanggewer Bogor. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2739–2748.