

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Mandiri “Sosialisasi Pembangunan Desa Melalui Desa Digital” Desa Gohong Kabupaten Pulang Pisau

Jadriaman Parhusip¹, Septian Geges², Abertun S. Sahay³, Ariesta Lestari⁴

^{1,2,3,4}Jurusan Teknik Informatika, Universitas Palangka Raya

e-mail: ¹parhusip.jadriaman@it.upr.ac.id, ²septian.geges@it.upr.ac.id,
³abertun@it.upr.ac.id, ⁴ariesta@it.upr.ac.id

Abstrak

Masyarakat Digital (Digital Society) adalah realitas hidup di abad 21 dimana manusia dalam berbagai sektor kehidupannya terpaut dengan ITC dan Teknologi Digital. Beberapa contoh nyata transformasi di Era Digital sebagai berikut; (1) pada sektor pendidikan dari manual based menjadi electronic based, (2) pada sektor sosial, dari “kopi darat” menjadi berbasis online (Skype, WA, Line, Telegrap, dst.), dan (3) budaya (belanja tatap muka, lapak pasar) menjadi belanja online (tanpa tatap muka). Jurusan Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Palangka Raya berinisiatif untuk menjadikan masyarakat Desa Gohong di Kabupaten Pulang Pisau menjadi pelopor masyarakat yang cerdas dalam memanfaatkan internet dan konten digital dalam membangun diri (pribadi/keluarga) dan membangun desanya. Melalui beberapa kali kontak dengan pihak-pihak terkait di Desa Gohong, maka melalui Surat Tugas Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Palangka Raya No. 748/UN24.13/KP/2021 tanggal 19 Nopember 2021 telah dilaksanakan sosialisasi selama satu hari pada 4 Desember 2021, dengan peserta yang terlibat dari pihak Desa sebanyak 25 keluarga. Hasil sosialisasi menunjukkan bahwa warga yang hadir sangat antusias mengikuti materi sosialisasi dengan banyaknya pertanyaan dari peserta, dan kehadiran peserta dari awal acara sampai acara berakhir.

Kata kunci: Masyarakat Mandiri, Sosialisasi, Desa Digital, Desa Gohong, Teknik Informatika

1. PENDAHULUAN

Laporan Survey Internet APJII (Q2) 2019-2020 menunjukkan peningkatan pengguna internet yang selalu bertambah dengan cepat, di Indonesia. Untuk 2017 sebanyak 143,26 juta jiwa dari 262 juta populasi penduduk Indonesia (54,68%) sebagai pengguna internet. Untuk 2018 sebanyak 171,17 juta jiwa dari 264,16 juta populasi penduduk Indonesia (64,8%) sebagai pengguna internet. Untuk 2019 sebanyak 196,71 juta jiwa dari 266,91 juta populasi penduduk Indonesia (73,7%) sebagai pengguna internet. Fakta lain penggunaan internet di kalangan masyarakat, melalui survey APJII juga diketahui bahwa sangat sedikit pengguna internet menggunakan komputer desktop alias frekwensinya sangat jarang (sebulan sekali 10,7% dan seminggu sekali 6,0%). Sedangkan pengguna internet yang terhubung dengan Laptop/tablet, yang sebulan sekali 8,2%, yang seminggu sekali 8,4%, sedangkan yang setiap hari 19,7%. Berbeda jauh dengan pengguna internet yang terhubung dengan internet menggunakan Smartphone/Handphone, yang sebulan sekali 0,9%, seminggu sekali 2,4%, dan yang penggunaannya tiap hari 95,4%. Untuk pengguna internet, ketika ditanyakan lama rata-rata waktu yang dihabiskan berinternet, sebagaimana ditampilkan pada Tabel 1 berikut.

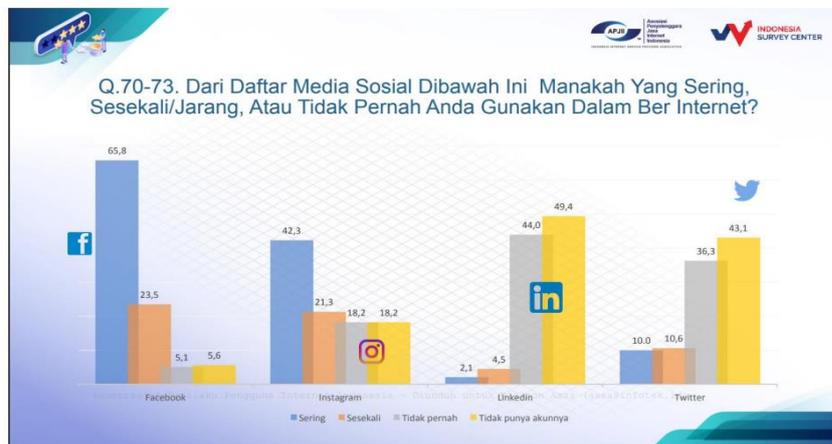
Tabel 1. Lama Rata-rata Waktu Pengguna Internet di Indonesia

Nomor	Lama Rata-rata Waktu	Persentase
1	Kurang dari 1 jam	7.3
2	1 jam lebih – 2 jam	11.4

3	2 jam lebih – 3 jam	12.3
4	3 jam lebih – 4 jam	12.4
5	4 jam lebih – 5 jam	10.0
6	5 jam lebih – 6 jam	10.2
7	6 jam lebih – 7 jam	6.7
8	7 jam lebih – 8 jam	6.1
9	8 jam lebih – 9 jam	19.5
10	Tidak tahu	3.4
11	Tidak menjawab	0.7

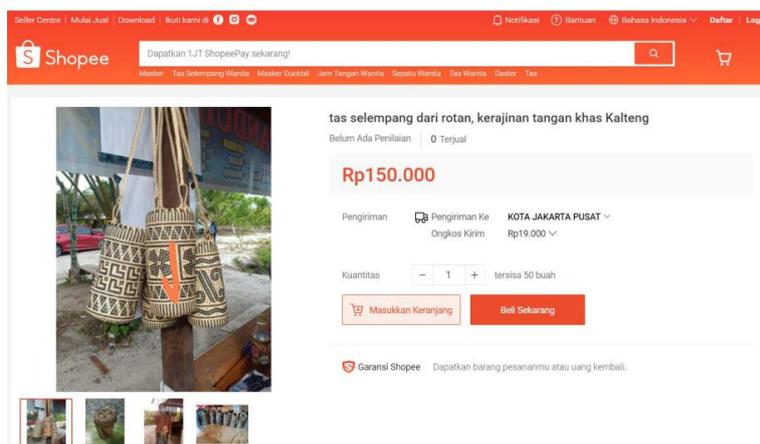
Seseorang yang menggunakan internet dalam aktivitasnya tentunya memiliki kepentingan yang berbeda juga dengan intensitas yang bisa sangat berbeda pula. Sesuai dengan ketersediaan fasilitas di internet yang semakin hari semakin melengkapi, setidaknya terdapat 6 hal utama alasan seseorang menggunakan internet, yakni: sosial media, komunikasi lewat pesan, *games*, layanan informasi berita, hiburan, belanja/jualan *online*, cari kerja.

Gambar 1 berikut menyediakan informasi Daftar Media Sosial yang relatif populer digunakan masyarakat.



Gambar 1. Daftar Media Sosial Yang Digunakan Masyarakat

Bagi masyarakat, internet potensial digunakan untuk banyak sekali kepentingan, sesuai dengan jumlah kepentingannya. Gambar 2 berikut adalah penggunaan untuk kepentingan sarana pengembangan usaha.

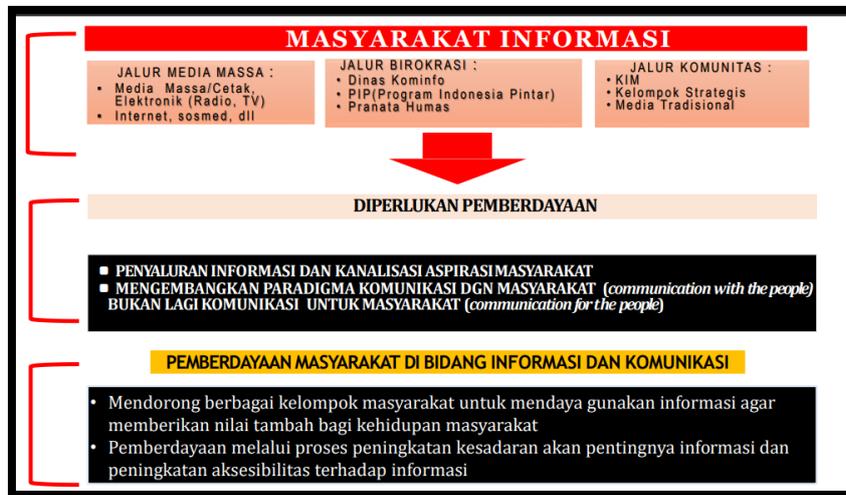


Gambar 2. Penggunaan Internet Sebagai Sarana Pengembangan Usaha

Masyarakat dengan beraktivitas dagang/usaha di internet memiliki kelebihan/kemampuan yang sebelumnya tidak (sulit) didapatkan, atau dengan sebutan pergeseran pasar dari *offline* ke *online*. Beberapa kemampuan tersebut antara lain:

- *Online* lebih murah daripada *offline*
- Tidak harus punya produk
- Tidak perlu ada toko atau gudang
- Menjangkau konsumen yang lebih luas
- Berjualan selama 24 jam dalam sehari
- Dapat dikerjakan dimana saja
- Promosi lebih murah
- Irit tenaga kerja

Desa, sebagai komunitas masyarakat tertentu juga dapat menikmati atau menggunakan internet seluas-luasnya untuk banyak hal. Masyarakat informasi bisa terdiri dari 3 jalur yakni: Jalur Media Massa, Jalur Komunitas, dan Jalur Birokrasi.



Gambar 3. Jalur-jalur Pada Masyarakat Informasi dan Pemberdayaannya



Gambar 4. Aspek-aspek Pemberdayaan Pada Masyarakat Informasi



Gambar 5. Pemberdayaan dan Pengembangan KIM



Gambar 6. Pentingnya KIM

Adinda Via TIK

Aplikasi	Fungsi
Browsing	Akses, Networking
Search Engine (Googling)	Akses, Networking
Email	Diskusi, Diseminasi
Mailing List	Diskusi, Diseminasi, Aspirasi
Chatting dan Conference	Diskusi, Aspirasi
Pembuatan Web/Blog	Implementasi, Diseminasi, Aspirasi
Social Media (Facebook, WA, Instagram)	Diskusi, Networking, Diseminasi, Aspirasi

Gambar 7. ADINDA via TIK

2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan sosialisasi Desa Digital ini dilaksanakan oleh Jurusan Teknik Informatika secara *offline* bertempat di ruang Balai Desa Gohong Kabupaten Pulang Pisau, selama satu hari penuh (kurang lebih 8 jam) pada 4 Desember 2021 dengan dihadiri utusan/perwakilan 25 keluarga, dimulai pada jam 09.00 WIB. Nara sumber menyajikan beberapa profil KIM seperti KIM Pisang Emas dan KIM Desa Ciluncat Bandung, sebagai contoh, serta materi terkait lainnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang didapatkan pada waktu melaksanakan sosialisasi secara *offline* sebagai berikut:

1. Mayoritas peserta telah memiliki Smartphone dan telah terbiasa menggunakan fasilitas WhatsApp, Facebook, dan Zoom.

2. Selama ini beberapa peserta telah menggunakan Zoom untuk kepentingan sekolah anaknya, beberapa peserta menggunakan Facebook dan WhatsApp untuk kepentingan komunikasi media social, namun masih jarang yang menggunakan internet sebagai sarana untuk mencari informasi serta belanja barang tertentu, apalagi menggunakannya sebagai sarana promosi produk atau berjualan.
3. Selama kegiatan sosialisasi, hampir seluruh peserta antusias bertanya tentang pemanfaatan internet sebagai sarana mencari informasi produk yang dijual secara online, pemanfaatan internet sebagai sarana mencari ilmu atau pengetahuan tentang pemasaran produk secara online, serta pembuatan KIM.
4. Pihak Jurusan Teknik Informatika membagikan secara gratis bibit siap tanam Jambu Kristal kepada peserta, dengan harapan agar dapat dijadikan sebagai komoditi yang layak dipasarkan kelak pada daerah tersebut, sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.
5. Nara sumber berharap para peserta dapat benar-benar mempraktekkan apa yang sudah dibahas pada kegiatan sosialisasi ini. Sehingga sosialisasi ini dapat memberikan kemanfaatan secara maksimal.

4. SIMPULAN

Berikut ini beberapa kesimpulan yang didapat selama proses sosialisasi pada 4 Desember 2021:

1. Beberapa peserta telah terbiasa menggunakan Smartphone sebagai sarana komunikasi dan media sosial namun belum terbiasa untuk menggunakannya sebagai sarana pencarian informasi alias Googling, serta pembuatan kelompok (WhatsApp Group). Hal ini telah langsung diatasi dengan melakukan demo dan bimbingan singkat, dengan dibantu oleh rekan-rekan dosen serta beberapa mahasiswa yang terlibat membantu.
2. Beberapa peserta sangat antusias dalam mengikuti dan ingin terlibat dalam group-group yang tersedia di Facebook sebagai sarana berbagi ilmu, khususnya yang langsung berkaitan dengan KIM.

5. SARAN

Berikut ini beberapa saran yang diperoleh selama kegiatan sosialisasi:

1. Perlu adanya pemantauan terhadap peserta yang benar-benar ingin terlibat aktif dalam KIM sebagaimana yang diinginkan oleh pihak aparat desa (Kepala Desa dan BPD setempat) dari pihak Jurusan.
2. Sangat dibutuhkan produk yang benar-benar dapat dijadikan sebagai produk unggulan yang khas dari daerah tersebut, sehingga dapat dijadikan ikon pemasaran yang menjadi kebanggaan dan sumber pendapatan penting bagi desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Narasumber dan pihak Jurusan menyampaikan terimakasih kepada pihak Ketua LPKM Universitas Palangka Raya atas Surat Tugas dan bantuan dana yang tersedia, sehingga kegiatan sosialisasi ini dapat terlaksana sebagaimana diharapkan tepat pada waktunya.

DAFTAR PUSTAKA

apjii.or.id

https://kimonline.bandungkab.go.id/kim/member/profile/kim_desaciluncat

<https://kominfo.kulonprogokab.go.id/detil/372/pengukuhan-3-kim-desa-tanjungharjo-nanggulan>

<https://kimpisangmas.blogspot.com/>