Penamas: Journal of Community Service, 6(4), 2026, 1075-1089
Available at: https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/penamas
EISSN: 2807-3150

Penguatan branding dan digitalisasi Desa Cilembu melalui pengembangan website profil, video profil, dan media informasi digital

Salwa Nur Amelia Suhendar*, Najla Syadi, Keisya Aprilia
Fakultas Kampus UPI di Cibiru, Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: salwanuramelias@gmail.com)

Abstract

Community service is an implementation of the Tri Dharma of Higher Education that provides solutions through science and technology. Cilembu Village, Pamulihan District, Sumedang Regency, has potential in agriculture, tourism, and culture, but the dissemination of information regarding its identity and potential through digital media has not been optimal. The 2026 Trias Bakti Program, conducted by the Multimedia Education, Software Engineering, and Computer Engineering Study Programs of UPI Cibiru Campus, introduced a digitalization initiative to support the development of village potential. This activity aimed to strengthen Cilembu Village's branding and digitalization through digital information media. The method employed a participatory approach consisting of field observation, interviews with the village government, needs assessment, product development, socialization, and questionnaire-based evaluation. The products included a village profile website, profile video, social media templates, and user guides. The evaluation results showed that the products met the village's needs, were easy to understand, improved access to information, and strengthened Cilembu Village's digital identity.

Keywords: Village Branding, Village Digitalization, Digital Information Media, Village Profile Video, Village Profile Website.

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang memberikan solusi kepada masyarakat melalui ilmu pengetahuan dan teknologi. Desa Cilembu, Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang, memiliki potensi di bidang pertanian, pariwisata, dan budaya, namun penyebaran informasi mengenai identitas dan potensi desa melalui digital masih belum optimal. Program Trias Bakti 2026 yang dilaksanakan oleh 3 program studi yaitu Pendidikan Multimedia, Rekayasa Perangkat Lunak dan Teknik Komputer UPI Kampus Cibiru menghadirkan kegiatan digitalisasi untuk mendukung pengembangan potensi desa. Kegiatan ini bertujuan memperkuat branding dan digitalisasi Desa Cilembu melalui pengembangan media informasi digital. Metode yang digunakan menerapkan pendekatan partisipatif meliputi observasi lapangan, wawancara dengan pemerintah desa, analisis kebutuhan, pengembangan produk, sosialisasi, dan evaluasi menggunakan kuesioner. Produk yang dihasilkan berupa website profil, video profil, template media sosial, serta panduan penggunaan website dan media informasi digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan desa, mudah dipahami, serta mampu meningkatkan akses informasi dan memperkuat identitas digital.

Kata kunci: Branding Desa, Digitalisasi, Media Informasi Digital, Video Profil, Website Profil Desa

How to cite: Suhendar, S. N. A., Syadi, N., & Aprilia, K. (2026). Penguatan branding dan digitalisasi Desa Cilembu melalui pengembangan website profil, video profil, dan media informasi digital. *Penamas: Journal of Community Service*, *6*(4), 1075–1089. https://doi.org/10.53088/penamas.v6i4.3664

Copyright © 2026 by Authors; this is an open-access article under the CC BY-SA License (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0).

1. Pendahuluan

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu pilar Tri Dharma Perguruan Tinggi. Melalui kegiatan pengabdian, perguruan tinggi tidak hanya menjalankan fungsi akademik, tetapi juga memberikan solusi secara langsung pada masyarakat (Sitinjak et al., 2022). Sebagai bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Kampus Cibiru menyelenggarakan Program Trias Bakti Tahun 2026. Program ini dilaksanakan oleh tiga himpunan mahasiswa yaitu Pendidikan Multimedia, Rekayasa Perangkat Lunak, dan Teknik Komputer, yang berkolaborasi sesuai dengan kompetensi masing-masing dalam mendukung digitalisasi desa.

Digitalisasi desa menjadi salah satu langkah yang bagus dalam memperluas akses informasi sekaligus memperkenalkan potensi yang dimiliki suatu wilayah kepada masyarakat yang lebih luas (Bintara et al., 2024). Berdasarkan hal tersebut, Trias Bakti 2026 menjadikan Desa Cilembu sebagai mitra dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Pemilihan Desa Cilembu didasarkan pada kesesuaian antara program dan juga banyaknya potensi yang dimiliki desa.

Desa Cilembu merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Barat. Desa ini memiliki luas wilayah sekitar 352,20 hektare yang berada di lereng gunung serta terbagi ke dalam tiga dusun, 11 Rukun Warga (RW), dan 33 Rukun Tetangga (RT). Berdasarkan data desa tahun 2026, jumlah penduduk Desa Cilembu mencapai 5.817 jiwa yang terdiri atas 2.947 laki-laki dan 2.870 perempuan. Dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan desa, Desa Cilembu mengusung visi **"**BERSATU**"**, yaitu *Bersih, Rasional, Sejahtera, Agamis, Teladan, dan Unggul*, sebagai arah dalam mewujudkan pembangunan desa yang berkelanjutan.

Desa Cilembu memiliki beragam potensi yang mendukung perkembangan wilayah, terutama pada sektor pertanian. Komoditas unggulan desa ini adalah ubi Cilembu yang dikenal memiliki cita rasa manis alami dan telah menjadi identitas khas daerah. Berdasarkan data profil desa, komoditas tersebut dibudidayakan pada lahan seluas sekitar 75 hektar dengan kondisi geografis berupa lereng gunung pada ketinggian ±986 mdpl, sehingga mendukung kualitas hasil panennya. Selain sektor pertanian, Desa Cilembu juga memiliki potensi pada sektor peternakan, khususnya peternakan sapi perah yang menghasilkan susu murni dan dikelola oleh masyarakat melalui kelompok peternak seperti di wilayah RW 10.

Selain potensi pertanian, Desa Cilembu juga didukung oleh berbagai sarana dan prasarana yang menunjang aktivitas masyarakat. Fasilitas pendidikan, kesehatan, dan pemerintahan telah tersedia, di antaranya balai desa, puskesmas pembantu, serta lapangan olahraga sebagai sarana penunjang pelayanan dan kegiatan masyarakat. Dalam mendukung pembangunan desa, terdapat pula berbagai lembaga kemasyarakatan, seperti PKK, Karang Taruna, dan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), yang berperan dalam mendorong pemberdayaan masyarakat dan pengembangan potensi desa.

Berdasarkan hasil survey dan wawancara dengan Kepala Desa Cilembu, Asep Suhara, diketahui bahwa meskipun ubi Cilembu telah dikenal luas hingga mancanegara, masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui asal dari ubi tersebut. Banyak yang menganggap bahwa Cilembu merupakan nama jenis ubi, bukan nama desa asal komoditas tersebut. Akibatnya, potensi serta identitas Desa Cilembu sebagai penghasil Ubi Cilembu belum dikenal secara optimal. Temuan tersebut diperoleh pada tahap observasi lapangan serta wawancara dengan Kepala Desa dan perangkat desa, yang kemudian dianalisis untuk memetakan kebutuhan informasi digital Desa Cilembu. Hasil survei dan wawancara tersebut menunjukkan tiga permasalahan utama. Pertama, terdapat kesenjangan antara popularitas komoditas dan pengenalan desa asalnya, sehingga Ubi Cilembu lebih dikenal sebagai nama produk daripada sebagai identitas Desa Cilembu. Kedua, potensi desa di bidang pertanian, wisata alam seperti Kampung Wisata Alam Pangjugjugan, serta kehidupan sosial masyarakat belum terdokumentasikan dan dipublikasikan secara optimal melalui media digital. Ketiga, Desa Cilembu masih kekurangan media informasi digital dan upaya branding yang konsisten, sementara perangkat desa membutuhkan media yang mudah digunakan, informatif, dan dapat dikelola secara berkelanjutan.

Kondisi tersebut sejalan dengan permasalahan yang dialami desa lain, yaitu potensi desa yang besar belum diimbangi dengan pemasaran digital yang memadai sehingga banyak calon pengunjung belum mengenal potensi yang dimiliki (Fajar et al., 2021). Penguatan identitas desa melalui website, media sosial, dan konten visual dipandang sebagai strategi digital branding yang dapat meningkatkan mutu media promosi dan membangun citra positif desa di ruang digital (Darmoko et al., 2022; Esfandari et al., 2023; Hidayat et al., 2026). Pada desa berbasis pertanian, pemanfaatan pemasaran digital juga menjadi salah satu cara memperluas akses pasar produk lokal (Arofah et al., 2025; Judistira et al., 2026), meskipun efektivitasnya masih bergantung pada literasi digital dan pendampingan yang berkelanjutan (Judistira et al., 2026). Oleh karena itu, kebutuhan Desa Cilembu tidak hanya berupa penyediaan produk digital, tetapi juga pengemasan identitas desa secara konsisten melalui website profil, video profil, dan template media sosial yang dapat dikelola secara mandiri oleh pemerintah Desa Cilembu.

Sebagai upaya mengatasi permasalahan tersebut, Program Trias Bakti Tahun 2026 yang mengusung digitalisasi desa sebagai fokus kegiatan mengembangkan berbagai produk digital sesuai dengan kebutuhan Desa Cilembu. Pengembangan produk dilakukan oleh divisi Ideas dari masing-masing program studi sesuai dengan bidang keahlian yang dimiliki. Selanjutnya Divisi Ideas Pedia dari Program Studi Pendidikan Multimedia bertanggung jawab mengembangkan video profil Desa Cilembu serta media pendukung *branding* berupa logo desa, sembilan desain feed Instagram, dan guide book pengelolaan media sosial. Sementara itu, Divisi Ideas RPL dari Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak dan Divisi Ideas TekKom dari Program Studi Teknik Komputer berkolaborasi dalam mengembangkan *website* profil Desa Cilembu, melakukan pengelolaan hosting, serta menyusun modul penggunaan *website* dan modul keamanan *website*.

Tujuan dari kegiatan Trias Bakti ini adalah mendukung implementasi digitalisasi Desa Cilembu melalui berbagai macam produk digital yang dibutuhkan oleh desa. Selain itu, kegiatan ini ditujukan untuk meningkatkan kolaborasi antar program studi dalam mengabdi pada masyarakat sesuai dengan keahlian masing-masing. Adapun Produk yang dihasilkan pada kegiatan ini di antaranya adalah video profil Desa Cilembu, *website* profil desa, logo desa, template desain media sosial, modul penggunaan *website* desa dan modul keamanan *website*, serta guidebook penggunaan media sosial.

Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini meliputi dua aspek. Bagi para panitia selaku pelaksana, kegiatan ini menjadi wadah kolaborasi dan mengasah kompetensi sehingga setiap program studi dapat berkolaborasi dan memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat. Sementara itu, bagi Desa Cilembu, diharapkan produk yang dihasilkan bisa dikembangkan dan dimanfaatkan secara berkelanjutan sebagai media informasi serta perwujudan digitalisasi desa. Melalui pemanfaatan video profil desa, *website* profil desa, dan media pendukung lainnya, masyarakat luas diharapkan bisa lebih mengenal Desa Cilembu dan semua potensinya, sehingga dapat mendukung penguatan citra dan identitas desa di ranah digital.

2. Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Cilembu, Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang, Jawa barat sebagai Program Trias Bakti 2026 yang melibatkan mahasiswa Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak, Teknik Komputer, dan Pendidikan Multimedia Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Upi di Cibiru. Kegiatan ini bertujuan untuk mendukung penguatan *branding* dan digitalisasi Desa Cilembu melalui Pengembangan *website* profil desa, video prodil, serta media informasi yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi dan penyebaran informasi desa secara berkelanjutan. Kegiatan dilaksanakan mulai dari tahap observasi, perancangan solusi, pengembangan produk, hingga implementasi dan sosialisasi kepada masyarakat, dengan puncak pelaksanaan kegiatan berlangsung selama tiga hari pada tanggal 24-26 Juli 2026.

Metode pengabdian menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*) yang melibatkan pemerintah desa dan masyarakat sejak tahap identifikasi masalah, analisis kebutuhan, perancangan solusi, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pendekatan ini dipilih agar solusi yang dikembangkan sesuai dengan kondisi aktual, kebutuhan, dan potensi Desa Cilembu (Rusli et al., 2024). Dalam pengabdian berbasis partisipatif, mitra ditempatkan sebagai pihak yang berperan aktif dalam proses pengembangan program, sehingga produk yang dihasilkan diharapkan dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan (Hazin et al., 2024).

Tahap awal kegiatan diawali dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi kondisi desa, potensi wilayah, serta kebutuhan pengembangan informasi digital. Selanjutnya dilakukan wawancara dengan Kepala Desa dan perangkat desa guna memperoleh informasi mengenai permasalahan, potensi, serta harapan terhadap pengembangan media informasi digital sebagai pendukung *branding* Desa Cilembu.

Hasil observasi dan wawancara kemudian dianalisis sebagai dasar penyusunan solusi yang akan dikembangkan oleh tim pengabdian.

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, dilakukan tahap perancangan solusi dengan menentukan produk yang akan dikembangkan, yaitu *website* profil desa, video profil, dan template media sosial. Penentuan produk dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan perangkat desa dan masyarakat terhadap media informasi yang mudah digunakan, informatif, dan dapat dikelola secara berkelanjutan. Tahap perencanaan ini menjadi dasar bagi tim pengabdian dalam menyusun konsep, pembagian tugas, dan strategi pengembangan produk.

Tahap pengembangan produk dilakukan oleh Bidang Ideas yang terdiri atas Divisi Ideas RPL, Divisi Ideas TekKom, dan Divisi Ideas Pedia. Divisi Ideas RPL dan Divisi Ideas TekKom berkolaborasi dalam mengembangkan *website* profil Desa Cilembu, termasuk pengelolaan *hosting* dan aspek keamanan *website*. *Website* dirancang untuk menyajikan informasi mengenai profil desa, sejarah, visi dan misi, struktur pemerintahan, potensi desa, berita, galeri kegiatan, serta informasi lain yang berkaitan dengan Desa Cilembu. *Website* desa dapat dimanfaatkan sebagai media penyebaran informasi publik sekaligus sarana promosi potensi lokal (Marliana et al., 2022).

Divisi Ideas Pedia bertanggung jawab mengembangkan video profil Desa Cilembu dan media pendukung *branding* berupa template desain media sosial. Video profil dikembangkan untuk menampilkan identitas, sejarah, kondisi geografis, potensi pertanian, potensi wisata, fasilitas umum, dan aktivitas masyarakat Desa Cilembu. Template desain media sosial dibuat dengan identitas visual yang konsisten agar informasi desa memiliki tampilan yang menarik, informatif, dan mudah dikenali. Pemanfaatan *website* dan media visual dapat membantu desa memperluas penyebaran informasi dan memperkenalkan potensi lokal kepada masyarakat (Ambara et al., 2024).

Produk yang telah selesai dikembangkan kemudian diimplementasikan melalui kegiatan sosialisasi kepada perangkat desa dan masyarakat. Sosialisasi dilakukan melalui presentasi mengenai fungsi dan manfaat *website*, pemutaran video profil, demonstrasi penggunaan *website*, serta penjelasan mengenai pemanfaatan template media informasi digital. Kegiatan juga dilengkapi dengan sesi tanya jawab agar perangkat desa dan masyarakat dapat memahami cara penggunaan serta pengelolaan produk yang telah dikembangkan. Pelatihan dan pendampingan diperlukan agar mitra mampu mengelola dan memperbarui *website* secara mandiri setelah program selesai (Widianingsih et al., 2025).

Tahap terakhir merupakan evaluasi kegiatan yang dilakukan menggunakan instrumen kuesioner berdasarkan indikator keberhasilan yang telah disusun oleh divisi ideas. Kuesioner diberikan kepada peserta setelah kegiatan sosialisasi untuk mengukur tingkat pemahaman terhadap materi yang disampaikan, kemudahan penggunaan *website*, kualitas penyajian video profil, kesesuaian media informasi digital dengan kebutuhan desa, serta manfaat produk dalam secara deskriptif sebagai

dasar untuk menilai tingkat keberhasilan pelaksanaan program pengabdian serta bahan rekomendasi untuk pengembangan program di masa mendatang.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian secara rinci disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Tahapan	Kegiatan	Uraian Kegiatan	Output
Observasi	Observasi Lapangan	Mengidentifikasi kondisi, potensi, dan kebutuhan Desa Cilembu melalui pengamatan langsung	Gambaran kondisi dan potensi Desa Cilembu
Identifikasi Kebutuhan	Wawancara	Melakukan wawancara dan perangkat desa mengenai permasalahan, kebutuhan, serta harapan terhadap pengembangan media informasi digital	Hasil identifikasi kebutuhan desa
Analisis kebutuhan	Analisis kebutuhan	Menganalisis hasil observasi dan wawancara sebagai dasar penyusunan solusi yang sesuai dengan kebutuhan Desa Cilembu	Analisis kebutuhan desa
Perancangan solusi	Penyusunan konsep	Menentukan produk yang akan dikembangkan untuk mendukung *branding* dan digitalisasi Desa Cilembu	Rancangan program pengabdian
Pengembangan produk	Pengembangan *website*	Ideas RPL dan ideas TekKom mengembangkan *website* profil Desa Cilembu, hosting, dan keamanan *website*.	*Website* profil desa yang siap digunakan
Pengembangan produk	Pengembangan media *branding*	Ideas Pedia mengembangkan video profil desa cilembu dan template desain media sosial sebagai media *branding* desa	Video profil dan media informasi digital
Implementasi	Sosialisi produk	Melaksanakan demonstrasi penggunaan *website*, pemutaran video profil, serta penjelasan media informasi digital kepada perangkat desa dan masyarakat	Peningkatan pemahaman penggunaan produk
Evaluasi	Penyebaran kuesioner	Mengukur tingkat keberhasilan implementasi program berdasarkan indikator yang telah disusun	Data hasil evaluasi

3. Hasil dan Pembahasan

Trias Bakti Tahun 2026 merupakan program pengabdian Masyarakat yang diselenggarakan di Desa Cilembu, Kecamatan Pamulihan, kabupaten Sumedang, provinsi Jawa Barat. Pengabdian ini dilaksanakan selama tiga hari, yaitu pada pada tanggal 24-26 Juli 2026. Trias Bakti 2026 merupakan bentuk kolaborasi dari tiga program studi Universitas Pendidikan Indonesia kampus Cibiru, yang terdiri dari Program Studi Pendidikan Multimedia, Rekayasa Perangkat Lunak dan Teknik Komputer. Program ini merupakan wujud komitmen Universitas Pendidikan Indonesia kampus cibiru dalam mendukung penguatan *branding* dan digitalisasi Desa Cilembu melalui pengembangan media informasi digital. Pelaksanaan kegiatan Trias bakti 2026

mengacu pada tahapan yang telah disusun pada metode pengabdian, yaitu implementasi program, sosialisasi produk, serta evaluasi dengan pihak desa.

Program ini dilaksanakan sebagai tindak lanjut atas hasil identifikasi kebutuhan desa yang menunjukkan perlunya media digital untuk memperkuat identitas dan penyebaran informasi Desa Cilembu. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim pengabdian merancang beberapa luaran yang disesuaikan dengan kebutuhan desa, yaitu *website* profil Desa Cilembu, video profil, serta media informasi digital berupa template media sosial. Pengembangan luaran dilakukan oleh divisi Ideas sesuai dengan bidang keahlian masing-masing. Ideas Rekayasa Perangkat Lunak dan Teknik Komputer berfokus pada pengembangan *website* profil desa beserta hosting dan aspek keamanan *website*, sedangkan Ideas Pendidikan Multimedia berfokus pada pembuatan video profil desa dan media pendukung untuk kebutuhan informasi digital.

Sebelum pelaksanaan kegiatan di Desa Cilembu, masing-masing tim melakukan proses persiapan dan penyelesaian luaran yang akan diimplementasikan dan diperkenalkan kepada pihak desa. Persiapan tersebut meliputi penyusunan dan pengumpulan informasi mengenai profil, sejarah, potensi, serta kondisi Desa Cilembu yang diperoleh melalui koordinasi dengan pihak desa. Data tersebut kemudian menjadi bahan dalam penyusunan konten *website* dan video profil. Selain itu, tim juga menyiapkan panduan penggunaan *website* dan media informasi digital sebagai bagian dari upaya mendukung pemanfaatan luaran oleh perangkat desa setelah kegiatan selesai.

Setelah proses pengembangan dan persiapan luaran dilakukan, tim melakukan koordinasi internal untuk memastikan kesiapan produk, pembagian tugas, serta rangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan selama tiga hari. Tahap persiapan ini menjadi dasar bagi pelaksanaan implementasi dan sosialisasi produk pada kegiatan utama Trias Bakti 2026.

Pada tahap awal kegiatan trias bakti 2026 dilakukan persiapan dari panitia di kampus UPI di Cibiru yang dilanjutkan dengan keberangkatan menuju Lokasi pengabdian. Setiba di Lokasi, seluruh panitia melakukan pengkondisian posko, serta koordinasi akhir sebelum pembukaan program. Kemudian kegiatan pembukaan dilaksanakan di GOR kantor desa Cilembu, dan dibuka secara resmi oleh pemerintah Desa Cilembu. Kegiatan tersebut juga dihadiri oleh beberapa perwakilan dari Universitas Pendidikan Indonesia kampus Cibiru sebagai bentuk dukungan terhadap pelaksanaan Program Trias bakti 2026. Setelah kegiatan pembukaan, tim Trias Bakti 2026 melaksanakan sosialisasi mengenai pengenalan Tujuan, rangkaian kegiatan, sekaligus memperkenalkan rencana implementasi *website* profil desa dan video profil Desa Cilembu untuk mendukung *branding* serta digitalisasi Desa Cilembu. Rangkaian utama hari pertama dimanfaatkan sebagai sarana pengenalan dan membangun kedekatan antara mahasiswa dengan Masyarakat setempat sehingga tercipta komunikasi yang lebih baik selama pelaksanaan program.



Gambar 1. Kegiatan Pembukaan Trias Bakti 2026

Pada hari kedua pelaksanaan program, kegiatan diawali dengan olahraga bersama masyarakat Desa Cilembu melalui senam pagi. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan kerja bakti lingkungan yang melibatkan panitia Trias Bakti 2026 bersama masyarakat. Kegiatan tersebut tidak hanya bertujuan menumbuhkan semangat gotong royong dan kepedulian terhadap lingkungan, tetapi juga membangun kedekatan antara tim pengabdian dan masyarakat sehingga tercipta interaksi yang lebih baik selama pelaksanaan program.



Gambar 2. Kegiatan Kerja Bakti

Pada sore hari, rangkaian kegiatan dilanjutkan dengan aktivitas bersama anak-anak Desa Cilembu melalui permainan dan kegiatan interaktif. Kegiatan tersebut menjadi sarana untuk membangun interaksi dan kebersamaan antara mahasiswa dengan anak-anak dalam suasana yang santai dan menyenangkan. Rangkaian kegiatan hari kedua ini menjadi bagian dari upaya membangun hubungan sosial dan partisipasi masyarakat selama pelaksanaan Program Trias Bakti 2026.

Puncak kegiatan pengabdian dilaksanakan di hari ketiga melalui sosialisasi produk yang dikembangkan oleh bidang ideas Trias bakti 2026. Pada tahap ini, bidang Ideas

mempresentasikan produk video profil desa yang dan dilanjutkan dengan sosialisasi *website* profil Desa Cilembu yang telah dikembangkan berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan desa kepada perangkat desa dan Masyarakat. Kegiatan diawali dengan pemaparan fungsi dan tujuan dari setiap produk, dan dilanjutkan dengan simulasi penggunaan *website*, serta sesi tanya jawab untuk memberikan kesempatan kepada Masyarakat agar memahami cara pengelolaan media digital tersebut. Pendekatan tersebut sejalan dengan konsep digitalisasi desa yang menekankan bahwa keberhasilan implementasi teknologi tidak hanya bergantung pada penyediaan produk digital, tetapi juga peningkatan kapasitas mitra dalam mengelola dan memanfaatkannya secara berkelanjutan (Mayasari et al., 2022).

Secara umum, seluruh rangkaian kegiatan dapat terlaksana dengan baik melalui koordinasi antara tim pengabdian, pemerintah desa, dan Masyarakat setempat. Fleksibilitas dalam pelaksanaan beberapa agenda dilakukan untuk menyesuaikan dengan kondisi di lapangan tanpa mengurangi tujuan utama kegiatan, yaitu implementasi serta sosialisasi produk digital seperti *website* profil dan video profil desa kepada Masyarakat Desa Cilembu. Serta, melakukan sosialisasi kepada perangkat desa terkait desain media digital yang telah disiapkan, khususnya berupa template media sosial yang dapat digunakan untuk kebutuhan postingan Instagram Desa Cilembu. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada perangkat desa mengenai penggunaan template, penyesuaian konten, serta menjaga konsistensi identitas visual dalam setiap unggahan media sosial desa.

Program Trias Bakti Tahun 2026 menghasilkan produk berupa *website* profil Desa Cilembu, video profil desa, serta media informasi digital yang dikembangkan berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan Desa Cilembu. Ketiga produk tersebut bertujuan mendukung penguatan *branding* desa sekaligus memperluas akses informasi kepada masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital. Seluruh produk dikembangkan oleh Bidang Ideas Trias Bakti 2026 sebagai bentuk implementasi solusi atas permasalahan kurangnya media informasi dan *branding* Desa Cilembu yang diperoleh melalui hasil observasi, wawancara, serta diskusi bersama pemerintah desa dan masyarakat. Hasil identifikasi tersebut menunjukkan bahwa Desa Cilembu memiliki berbagai potensi di bidang pertanian, wisata, serta kehidupan sosial masyarakat yang belum terdokumentasikan dan dipublikasikan secara optimal melalui media digital.

Produk utama yang dihasilkan dalam program Trias Bakti 2026 berupa *website* profil Desa Cilembu yang dapat diakses melalui Alamat **https://cilembudesa.web.id**. *Website* ini dikembankan oleh kolaborasi Bidang Ideas Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak dan Teknik Komputer sebagai media informasi resmi desa yang dapat dimanfaatkan oleh pemerintah desa maupun Masyarakat.

Website Desa Cilembu dirancang untuk menyajikan berbagai informasi mengenai desa, seperti profil desa, sejarah, visi dan misi, struktur pemerintahan, potensi desa, berita, galeri kegiatan, serta informasi lain yang berkaitan dengan Desa Cilembu. Selain berfungsi sebagai pusat informasi, *website* juga dikembangkan sebagai media

promosi digital yang dapat memperkenalkan identitas dan potensi Desa Cilembu kepada masyarakat secara lebih luas.

Pengembangan *website* dilakukan berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan desa yang menunjukkan pentingnya keberadaan media informasi digital sebagai sarana penyebaran informasi resmi sekaligus memperkuat identitas desa. Oleh karena itu, *website* tidak hanya berfungsi sebagai media publikasi, tetapi juga dirancang agar dapat dikelola secara mandiri oleh perangkat desa sehingga informasi yang disajikan dapat diperbarui secara berkala sesuai dengan perkembangan Desa Cilembu. Selain *website*, Program Trias Bakti 2026 juga menghasilkan video profil Desa Cilembu yang dikembangkan oleh Bidang Ideas Program Studi Pendidikan Multimedia sebagai media promosi visual desa. Penyusunan isi video didasarkan pada hasil observasi lapangan serta wawancara dengan berbagai narasumber, di antaranya Kepala Desa Cilembu, tokoh masyarakat, petani, distributor Ubi Cilembu, pengelola wisata Pangjugjugan, dan masyarakat setempat. Melalui proses tersebut, video profil mampu menyajikan informasi yang lebih komprehensif mengenai identitas, sejarah, potensi desa, hingga kehidupan sosial masyarakat.

Video profil menampilkan berbagai potensi unggulan Desa Cilembu, seperti komoditas Ubi Cilembu, Kampung Wisata Alam Pangjugjugan, kondisi geografis desa, fasilitas umum, serta aktivitas masyarakat sehari-hari. Penyajian informasi dalam bentuk audio visual memberikan gambaran yang lebih menarik dan informatif mengenai Desa Cilembu, sehingga identitas desa tidak hanya dikenal melalui komoditas Ubi Cilembu, tetapi juga melalui potensi wisata, budaya, dan kehidupan masyarakatnya.

Video profil selanjutnya diserahkan kepada Pemerintah Desa Cilembu sebagai salah satu media promosi yang dapat dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan publikasi dan penyebaran informasi melalui platform digital desa. Dengan adanya video profil tersebut, Desa Cilembu memiliki media audiovisual yang dapat digunakan untuk memperkenalkan identitas dan potensi desa kepada masyarakat secara lebih luas. Pemanfaatan video profil sebagai media penunjang informasi dan promosi potensi desa juga telah diterapkan pada desa lain (Arini & Kristianto, 2023; Rachma & Rizky, 2023).

Sebagai media pendukung *branding* desa, Bidang Ideas Program Studi Pendidikan Multimedia juga mengembangkan media informasi digital berupa template desain media sosial yang dapat digunakan oleh pemerintah Desa Cilembu dalam menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat. Template tersebut dirancang dengan identitas visual yang konsisten sehingga setiap publikasi desa memiliki tampilan yang lebih menarik, informatif, dan mudah dikenali. Penggunaan media sosial dengan konten kreatif yang konsisten juga dapat membantu membangun citra positif di media digital (Hidayat et al., 2026).

Media informasi digital ini diharapkan dapat mempermudah perangkat desa dalam menyampaikan informasi mengenai kegiatan desa, pengumuman, potensi wisata, maupun promosi produk unggulan secara lebih efektif melalui media sosial. Dengan

adanya identitas visual yang seragam, citra Desa Cilembu di ruang digital diharapkan menjadi lebih kuat serta mampu mendukung upaya *branding* desa secara berkelanjutan.

Evaluasi kegiatan dilakukan setelah pelaksanaan sosialisasi produk kepada perangkat Desa Cilembu dan masyarakat sebagai mitra pengabdian. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui tanggapan peserta terhadap produk yang telah dikembangkan sekaligus menilai tingkat pemahaman, manfaat, dan potensi keberlanjutan pemanfaatan produk. Instrumen evaluasi disusun dalam bentuk kuesioner menggunakan skala Likert yang diberikan kepada peserta setelah seluruh rangkaian sosialisasi selesai dilaksanakan. Evaluasi diikuti oleh 26 responden yang terdiri atas perangkat desa, guru, pelajar, mahasiswa, dan masyarakat Desa Cilembu. Rekapitulasi hasil evaluasi disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Evaluasi Kuesioner (n = 26)

Aspek Penilaian	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju
Materi sosialisasi mudah dipahami	11 (42,3%)	15 (57,7%)	0
Tampilan *website* menarik	17 (65,4%)	9 (34,6%)	0
Informasi *website* jelas dan bermanfaat	15 (57,7%)	11 (42,3%)	0
Video profil memberikan informasi yang jelas	17 (65,4%)	9 (34,6%)	0
Produk sesuai kebutuhan desa	17 (65,4%)	9 (34,6%)	0
Produk membantu promosi Desa Cilembu	18 (69,2%)	8 (30,8%)	0
Penjelasan penggunaan produk mudah dipahami	12 (46,2%)	13 (50,0%)	1 (3,8%)
Produk dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan	15 (57,7%)	11 (42,3%)	0
Kegiatan memberikan manfaat	15 (57,7%)	11 (42,3%)	0
Produk bermanfaat bagi warga, petani, dan UMKM	17 (65,4%)	9 (34,6%)	0

Berdasarkan Tabel 2, seluruh aspek evaluasi memperoleh tanggapan yang positif dari responden. Pada indikator pemahaman materi sosialisasi, seluruh responden memberikan penilaian Setuju dan Sangat Setuju, yang menunjukkan bahwa penyampaian materi dapat dipahami dengan baik oleh peserta. Hasil yang serupa juga ditunjukkan pada indikator tampilan *website*, kualitas informasi *website*, video profil, serta kesesuaian produk dengan kebutuhan Desa Cilembu, di mana seluruh responden memberikan penilaian positif terhadap produk yang dikembangkan.

Indikator yang memperoleh penilaian tertinggi adalah potensi produk dalam membantu promosi Desa Cilembu. Sebanyak 69,2% responden menyatakan Sangat Setuju, sedangkan 30,8% responden menyatakan Setuju bahwa *website* profil, video profil, dan media informasi digital yang dikembangkan mampu mendukung promosi desa. Hasil tersebut menunjukkan bahwa produk Program Trias Bakti 2026 dinilai sesuai dengan tujuan kegiatan, yaitu mendukung penguatan *branding* dan digitalisasi Desa Cilembu melalui pemanfaatan media digital.

Pada indikator kemudahan memahami penjelasan penggunaan produk, sebagian besar responden memberikan penilaian positif dengan 50,0% menyatakan Setuju dan 46,2% menyatakan Sangat Setuju. Meskipun demikian, masih terdapat 3,8% responden yang memberikan penilaian Tidak Setuju. Masukan tersebut menjadi bahan evaluasi bagi tim pengabdian untuk meningkatkan efektivitas penyampaian materi

maupun pendampingan penggunaan produk sehingga proses alih pengetahuan kepada mitra dapat berlangsung dengan lebih optimal pada kegiatan selanjutnya. Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian lain yang menunjukkan bahwa adopsi media digital oleh mitra sering kali memerlukan pendampingan berkelanjutan agar dapat diterapkan secara optimal (Judistira et al., 2026).

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan memperoleh penerimaan yang baik dari masyarakat. Seluruh responden memberikan penilaian positif terhadap manfaat kegiatan maupun kebermanfaatan produk bagi masyarakat, khususnya dalam mendukung penyebaran informasi desa, promosi potensi lokal, serta penguatan *branding* Desa Cilembu. Temuan ini menunjukkan bahwa *website* profil desa, video profil, dan media informasi digital yang dikembangkan telah sesuai dengan kebutuhan mitra serta memiliki potensi untuk dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh pemerintah Desa Cilembu.

Pelaksanaan Program Trias Bakti 2026 memberikan dampak positif terhadap upaya penguatan *branding* dan digitalisasi Desa Cilembu. Dampak tersebut tidak hanya terlihat dari tersedianya *website* profil desa, video profil, dan media informasi digital sebagai luaran program, tetapi juga dari meningkatnya akses masyarakat terhadap informasi mengenai desa serta adanya apresiasi dari pemerintah kecamatan dan perangkat desa terhadap produk yang telah dikembangkan. Kehadiran media digital tersebut menjadi langkah awal dalam memperkenalkan identitas dan potensi Desa Cilembu kepada masyarakat yang lebih luas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Camat Pamulihan, *website* profil Desa Cilembu dinilai mampu membantu pemerintah desa dalam memperkenalkan potensi daerah serta mempermudah masyarakat memperoleh informasi mengenai Desa Cilembu. Selain itu, keberadaan media digital tersebut dinilai sejalan dengan upaya pemberdayaan desa melalui pemanfaatan teknologi informasi. Camat Pamulihan juga menyampaikan harapan agar Program Trias Bakti tidak hanya dilaksanakan di Desa Cilembu, tetapi dapat diperluas ke desa-desa lain di Kecamatan Pamulihan sehingga manfaat pengembangan media digital dapat dirasakan secara lebih luas.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa produk yang dikembangkan tidak hanya memberikan manfaat bagi Desa Cilembu sebagai mitra utama, tetapi juga memperoleh tanggapan positif dari pemerintah kecamatan sebagai pemangku kepentingan dalam pembangunan wilayah. Hal tersebut mengindikasikan bahwa media digital yang dikembangkan memiliki potensi untuk mendukung penyebaran informasi desa sekaligus memperkuat *branding* wilayah melalui pemanfaatan teknologi informasi.

Dampak positif juga dirasakan oleh perangkat desa dan masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara, *website* profil dan video profil dinilai mampu meningkatkan keterbukaan informasi desa serta memperkenalkan potensi Desa Cilembu kepada masyarakat secara lebih luas. Narasumber juga memberikan penilaian 9 dari 10 terhadap produk yang dihasilkan dan berharap *website* maupun media digital yang telah dikembangkan dapat terus dimanfaatkan serta dikembangkan meskipun Program Trias Bakti telah selesai dilaksanakan. Salah satu masukan yang diberikan

adalah penambahan dokumentasi visual berupa foto maupun video kondisi jalan di setiap wilayah RT/RW sehingga informasi yang disajikan menjadi lebih lengkap dan mudah dipahami oleh masyarakat maupun calon pengunjung.

Masukan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya menerima produk yang dikembangkan, tetapi juga memiliki keinginan agar media digital Desa Cilembu terus diperbarui sesuai dengan kebutuhan di masa mendatang. Hal ini menunjukkan adanya potensi keberlanjutan pemanfaatan produk sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi pengembangan *website* maupun media informasi digital pada kegiatan pengabdian berikutnya.

Secara keseluruhan, Program Trias Bakti 2026 memberikan dampak positif terhadap Desa Cilembu melalui penyediaan media informasi digital yang mampu memperkuat *branding* desa, memperluas penyebaran informasi, serta meningkatkan eksposur potensi desa kepada masyarakat luas. Dukungan dan apresiasi yang diberikan oleh pemerintah kecamatan maupun perangkat desa menunjukkan bahwa produk yang dikembangkan telah sesuai dengan kebutuhan mitra dan memiliki potensi untuk dimanfaatkan secara berkelanjutan dalam mendukung promosi Desa Cilembu.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian melalui Program Trias Bakti 2026 telah dilaksanakan sebagai upaya memperkuat *branding* dan digitalisasi Desa Cilembu. Kegiatan dilakukan melalui tahapan observasi, identifikasi kebutuhan, pengembangan produk, sosialisasi, dan evaluasi. Luaran yang dihasilkan meliputi *website* profil desa, video profil, template media sosial, serta panduan penggunaan *website* dan media informasi digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa luaran yang dikembangkan telah sesuai dengan kebutuhan Desa Cilembu, mudah dipahami, serta mendukung peningkatan akses informasi dan penguatan identitas digital desa.

Pengembangan berbagai media digital secara terintegrasi memberikan sarana bagi Desa Cilembu untuk memperkenalkan profil, potensi, dan aktivitas desa secara lebih terstruktur. Selain itu, penyediaan panduan penggunaan dan pendampingan kepada perangkat desa mendukung pemanfaatan luaran secara mandiri setelah kegiatan selesai. Dengan demikian, pemanfaatan media digital melalui *website* profil, video profil, dan media informasi digital dapat menjadi salah satu strategi dalam memperkuat *branding* Desa Cilembu serta mendukung keberlanjutan penyebaran informasi kepada masyarakat.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Cilembu, Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang yang telah memberikan dukungan, informasi, dan kesempatan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian. Terima kasih juga disampaikan kepada UPI Kampus Cibiru, khususnya Program Studi Pendidikan Multimedia, Rekayasa Perangkat Lunak, dan Teknik Komputer, serta seluruh panitia dan tim yang telah berkontribusi dalam perencanaan, pengembangan produk, pelaksanaan kegiatan, hingga penyusunan artikel ini. Apresiasi juga diberikan kepada

masyarakat Desa Cilembu yang telah berpartisipasi dalam rangkaian kegiatan dan memberikan masukan terhadap luaran yang dihasilkan.

Referensi

Ambara, I. G. Y. A., Paramitha, A. A. I. I., & Putri, I. G. A. P. D. (2024). Pengembangan Website Desa Wisata Sebagai Media Informasi Wisatawan Pada Desa Temesi. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(2), 408–414. https://doi.org/10.59431/ajad.v4i2.354

Arini, N. I., & Kristianto, F. (2023). Video Profil Desa Pucang sebagai Sarana Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah serta Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Sewagati*, *7*(3), 457–466. https://doi.org/10.12962/j26139960.v7i3.561

Arofah, A. A., Fitriana, A., Putranto, A. H., Aprianti, A., & Syahputra, A. O. (2025). Diversifikasi produk dan optimalisasi digital marketing sebagai inovasi dan agripreneurship Kelompok Wanita Tani Aglonema Desa Rabak. *Penamas: Journal of Community Service*, *5*(4), 631–639. https://doi.org/10.53088/penamas.v5i4.2294

Bintara, C. S., Afifah, F. N., Puteri, M. A., Mutiara, Febrianty, Y., Wulandari, Hartono, T. S., & Adha, I. F. (2024). Digitalisasi desa melalui website profile sebagai media informasi bagi dusun. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, *7*(2), 414–434. https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i2.21707

Darmoko, M., Yunita, A., & Ramadhanti, D. (2022). Pengembangan Kawasan Desa Wisata Selotapak melalui Digital Branding guna Meningkatkan Mutu Media Promosi. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *6*(2), 301–313. https://doi.org/10.31571/gervasi.v6i2.3235

Esfandari, D. A., Haqqu, R., & NR, H. A. I. (2023). Digitalisasi Branding Desa Nglinggi Melalui Pelatihan Pengelolaan Website Dan Sosial Media. *The Proceeding of Community Service and Engagement (COSECANT) Seminar*, *3*(1), 231–235. https://doi.org/10.25124/cosecant.v3i1.7112

Fajar, N. M. A. P., Diasa, I. W., & Adiandari, A. M. (2021). Pengembangan Desa Wisata Taro berbasis digital marketing sosial media. *Penamas: Journal of Community Service*, *1*(2), 116–124. https://doi.org/10.53088/penamas.v1i2.241

Hazin, M., Yani, M. T., & Haq, M. S. (2024). Pengembangan digitalisasi desa dalam mewujudkan transformasi smart village. *Journal of Smart Community Service*, *3*(1), 36–52. https://journal.cahyaedu.com/index.php/jscs/article/view/91/44

Hidayat, D. M., Andiyansari, P., & Afnan, A. (2026). Workshop digital marketing dan video kreatif Karang Taruna Pendowoharjo untuk membangun citra positif digital media. *Penamas: Journal of Community Service*, *6*(2), 343–354. https://doi.org/10.53088/penamas.v6i2.2708

Judistira, A., Zuniansyah, F., Pamungkas, B. D., Kusumatuti, N., Kurniati, F., Djafar, F., & Supriaman, S. (2026). Meningkatkan posisi tawar petani di perbatasan Indonesia-Malaysia. *Penamas: Journal of Community Service*, *6*(2), 365–374. https://doi.org/10.53088/penamas.v6i2.2880

Marliana, R. R., Sejati, W., Nisa, W. A., Pujayanti, U., Sopian, R., & Noergana, W. (2022). Rancang Bangun Website Desa Citengah untuk Pengembangan Promosi Potensi Desa. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, *6*(1),

193. https://doi.org/10.30595/jppm.v6i1.7667

Mayasari, R., Febriantoko, J., Putra, R. R., Hadiwijaya, H., & Kurniawan, D. (2022). *Digitalisasi Desa: Pilar Pembangunan Ekonomi Desa*. Penerbit Nem.

Rachma, F. M., & Rizky, N. (2023). Video Profile Desa Sebagai Media Penunjang Informasi Dan Promosi Potensi Alam Desa Palasari, Kabupaten Bogor. *Educivilia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(2), 117. https://doi.org/10.30997/ejpm.v4i2.9411

Rusli, T. S., Boari, Y., Amelia, D. A., Rahayu, D., Setiaji, B., & Yuniwati, I. (2024). *Pengantar Metodologi Pengabdian Masyarakat*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

Sitinjak, I. Y., Sitinjak, H., Nainggolan, R., Gultom, S., Hermes, C. D., Purba, M. S., Sitinjak, W., & Malau, P. (2022). Aspek Urgensi Pendidikan Tinggi Bagi Masyarakat Sebagai Bentuk Mewujudkan Tri Dharma Perguruan Tinggi. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *2*(3), 1156–1160. https://doi.org/10.31004/cdj.v2i3.2981

Widianingsih, A. W. S., Kulsum, E. M., Widya, D., & Aufanviga, P. (2025). Pelatihan dan Pengelolaan Website Desa Narawita Menuju Smart Village. *AbdiMU: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(2), 222–231. https://doi.org/10.32627/abdimu.v5i2.1576