

Development of Digital Information Media for the Majapawitra Water Alliance Association to Enhance Engagement

Masnia Ningsih¹, Rakhmad Saiful Ramadhani², Jenny Yudha Utama³

¹⁻³Universitas Islam Majapahit

Email: masnia_ningsih@unim.ac.id

 <https://doi.org/10.36526/gandrung.v7i2.9321>

Abstract: *The advancement of digital technology has transformed how community organizations communicate, foster participation, and disseminate information to the public. The Aliansi Air Majapawitra Association, a community group dedicated to water resource conservation in Mojokerto, faces challenges in boosting public engagement with its various educational programs and environmental initiatives. This community service project aimed to develop digital information media by optimizing the *aliansiair.com* website and the @aliansi_air_majapawitra Instagram account, serving as platforms for communication, education, documentation, and public interaction. The project methodology encompassed identifying the organization's digital communication needs, content design, website feature development, social media management support, and an initial evaluation of audience response. The results indicate that the developed digital media strengthened the organization's identity, improved access to information regarding water conservation programs, facilitated public access to activity documentation, and encouraged interaction through more structured educational and visual content. The website serves as the organization's information hub, while Instagram functions as a faster, more interactive channel for message dissemination. This development of digital information media contributes to expanding the reach of environmental communication and enhancing opportunities for public involvement in the water resource conservation movement.*

Keywords: *digital communication, engagement, water conservation, social media, environmental communication.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah paradigma organisasi dalam menyampaikan informasi, membangun hubungan dengan pemangku kepentingan, serta mendorong partisipasi masyarakat. Transformasi digital tidak hanya menjadi kebutuhan bagi organisasi bisnis, tetapi juga menjadi instrumen strategis bagi organisasi sosial, komunitas, dan lembaga nirlaba dalam memperluas jangkauan komunikasi publik. Kehadiran website dan media sosial memungkinkan organisasi menyampaikan informasi secara cepat, transparan, dan interaktif, sehingga mampu membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat sekaligus meningkatkan kepercayaan publik. Menurut (Castells, 2010), masyarakat kontemporer berkembang menjadi network society, yaitu masyarakat yang aktivitas sosial, ekonomi, dan komunikasinya semakin bergantung pada jaringan

digital. Dalam konteks tersebut, kemampuan organisasi mengelola media digital menjadi salah satu faktor penting dalam membangun eksistensi dan keberlanjutan gerakan sosial.

Perubahan pola konsumsi informasi masyarakat juga memperkuat urgensi pemanfaatan media digital. Masyarakat tidak lagi hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai produsen sekaligus penyebar informasi melalui berbagai platform digital. Fenomena ini mendorong organisasi untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih partisipatif dan interaktif. Konsep *engagement* menjadi salah satu indikator penting dalam menilai efektivitas komunikasi digital karena menunjukkan tingkat keterlibatan audiens terhadap konten yang dipublikasikan, baik melalui aktivitas melihat, memberikan tanggapan, membagikan informasi, maupun berpartisipasi dalam kegiatan organisasi (Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Juric, B., & Ilić, 2013). Temuan tersebut juga sejalan dengan berbagai penelitian di Indonesia yang menunjukkan bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan hubungan antara organisasi dan publik melalui interaksi, partisipasi, dan kolaborasi yang berkelanjutan (Nugraha, R., & Suryana, 2022); (Putri, D. A., & Prasetyo, 2023).

Selain tingkat interaksi, kualitas *engagement* juga ditentukan oleh kemampuan organisasi membangun pengalaman komunikasi (*customer or stakeholder experience*) yang bermakna bagi audiens. Menurut (Lemon, K. N., & Verhoef, 2016), *engagement* merupakan hasil akumulasi pengalaman yang diperoleh pengguna ketika berinteraksi dengan suatu organisasi melalui berbagai titik kontak (*touchpoints*), baik secara luring maupun digital. Dalam konteks organisasi berbasis komunitas, website dan media sosial menjadi dua *touchpoints* utama yang memungkinkan masyarakat memperoleh informasi, memahami nilai-nilai organisasi, serta membangun kedekatan emosional dengan gerakan yang diusung. Oleh karena itu, pengelolaan media digital tidak cukup berorientasi pada penyebaran informasi (*information dissemination*), tetapi juga harus mampu menciptakan pengalaman komunikasi yang mendorong partisipasi aktif masyarakat.

Komunikasi digital juga memiliki peran strategis dalam membangun komunikasi lingkungan (*environmental communication*). (Cox, 2013), komunikasi lingkungan merupakan proses pragmatis sekaligus konstitutif yang bertujuan membentuk pemahaman publik mengenai isu lingkungan, memengaruhi perilaku masyarakat, dan mendorong tindakan kolektif dalam menjaga keberlanjutan lingkungan. Perkembangan media digital memperluas ruang dialog antara organisasi dengan masyarakat melalui penyajian informasi yang lebih terbuka, mudah diakses, serta memungkinkan terjadinya interaksi secara real-time. Dengan demikian, media digital bukan hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian pesan, tetapi juga sebagai arena pembentukan kesadaran ekologis (*ecological*

awareness) dan penguatan aksi kolektif dalam konservasi lingkungan.

Lebih lanjut, pengelolaan website organisasi saat ini telah berkembang menjadi bagian dari strategi *digital public relations*. Website tidak lagi sekadar berfungsi sebagai profil organisasi, tetapi menjadi pusat informasi (*information hub*) yang mengintegrasikan identitas organisasi, dokumentasi kegiatan, publikasi program, laporan aktivitas, serta berbagai sumber informasi yang dapat diakses oleh publik kapan saja. Sementara itu, media sosial berperan sebagai saluran komunikasi yang bersifat cepat, interaktif, dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas melalui berbagai format konten digital. Integrasi antara website dan media sosial memungkinkan organisasi membangun ekosistem komunikasi digital yang saling melengkapi sehingga efektivitas penyebaran informasi dan peningkatan engagement dapat berlangsung secara lebih optimal (Kent, M. L., & Taylor, M., 2021); (Waters, R. D., Burnett, E., Lamm, A., & Lucas, 2009).

Dalam konteks organisasi nirlaba, media digital memiliki fungsi yang lebih luas dibandingkan sekadar media publikasi. Website dan media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi, advokasi, dokumentasi kegiatan, penggalangan dukungan, hingga membangun jejaring kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Penelitian (Saxton, G. D., & Waters, 2014) menunjukkan bahwa organisasi nirlaba yang mampu mengoptimalkan media sosial cenderung memiliki tingkat interaksi publik yang lebih tinggi dibandingkan organisasi yang hanya menggunakan media digital sebagai papan pengumuman (*electronic bulletin board*). Oleh karena itu, keberhasilan pengelolaan media digital tidak hanya ditentukan oleh frekuensi publikasi konten, tetapi juga oleh kemampuan organisasi membangun komunikasi dua arah (*two-way communication*) dengan masyarakat.

Hasil penelitian organisasi nirlaba di Indonesia menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan media digital dipengaruhi oleh konsistensi produksi konten, kemampuan membangun komunikasi dua arah, serta pemanfaatan fitur-fitur interaktif media sosial yang mampu meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat (Rahmawati, E., Wibowo, A., & Hidayat, 2022).

Di sisi lain, isu konservasi sumber daya air merupakan salah satu tantangan pembangunan berkelanjutan yang memerlukan partisipasi aktif berbagai pihak. Air merupakan sumber daya strategis yang menopang kehidupan manusia, namun keberadaannya menghadapi berbagai ancaman akibat alih fungsi lahan, kerusakan daerah resapan, pencemaran, eksploitasi berlebihan, serta perubahan iklim. Perserikatan Bangsa-Bangsa melalui United Nations menempatkan akses terhadap air bersih dan sanitasi sebagai tujuan keenam dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs), yang menekankan pentingnya kolaborasi pemerintah, masyarakat, sektor swasta, dan komunitas lokal dalam menjaga keberlanjutan sumber daya air (Nations, 2015). Dengan demikian, keberhasilan konservasi air tidak

hanya bergantung pada kebijakan pemerintah, tetapi juga pada efektivitas komunikasi publik yang mampu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat.

Dalam konteks Indonesia, komunikasi lingkungan melalui media digital semakin dipandang sebagai instrumen penting dalam meningkatkan literasi ekologis masyarakat, terutama pada isu konservasi sumber daya alam dan perubahan perilaku lingkungan (Cahyaningtyas, J., Udasmoro, W., & Sofjan, 2021). Salah satu komunitas yang secara konsisten berperan dalam upaya konservasi sumber daya air di Kabupaten Mojokerto adalah Perkumpulan Aliansi Air Majapawitra. Organisasi ini mengembangkan berbagai program pelestarian mata air, penanaman pohon, edukasi lingkungan, pendampingan masyarakat, serta membangun kemitraan dengan pemerintah, akademisi, sektor swasta, dan komunitas lokal. Selain menjalankan aksi konservasi secara langsung, Aliansi Air Majapawitra juga berupaya mengembangkan literasi lingkungan melalui penyebaran informasi kepada masyarakat.

Dalam praktiknya, aktivitas komunikasi organisasi menjadi komponen penting untuk memperkenalkan visi organisasi, mendokumentasikan kegiatan, membangun legitimasi publik, serta menarik partisipasi masyarakat dalam setiap program konservasi. Berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa organisasi masyarakat berbasis komunitas memerlukan strategi komunikasi digital yang adaptif agar mampu memperluas jejaring kolaborasi, meningkatkan legitimasi organisasi, serta memperkuat partisipasi publik dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat (Kurniawan, A., & Puspitasari, 2021).

Meskipun demikian, sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, media informasi digital yang dimiliki organisasi belum dimanfaatkan secara optimal sebagai instrumen komunikasi publik. Informasi mengenai program konservasi masih tersebar dalam berbagai kanal yang belum terintegrasi, pembaruan konten belum dilakukan secara konsisten, struktur penyajian informasi pada website masih memerlukan penguatan, dan identitas visual organisasi pada media sosial belum tersusun secara sistematis. Kondisi tersebut menyebabkan dokumentasi berbagai aktivitas konservasi yang telah dilakukan belum sepenuhnya dapat diakses oleh masyarakat luas, sementara peluang membangun interaksi dengan publik melalui media digital juga belum dimanfaatkan secara maksimal. Padahal, menurut (Solis, 2010), keberhasilan transformasi digital organisasi tidak hanya ditentukan oleh keberadaan teknologi, tetapi juga oleh strategi pengelolaan konten yang mampu menciptakan pengalaman komunikasi yang relevan bagi audiens.

Berdasarkan hasil observasi awal bersama pengurus Perkumpulan Aliansi Air Majapawitra, kebutuhan utama organisasi adalah tersedianya media informasi digital yang mampu menjadi pusat informasi (information hub) mengenai seluruh aktivitas organisasi. Website diharapkan berfungsi sebagai media dokumentasi dan publikasi resmi yang memuat profil organisasi, program kerja, berita kegiatan,

artikel edukasi, serta informasi kemitraan. Sementara itu, akun Instagram diharapkan menjadi media komunikasi yang lebih dinamis melalui penyajian konten visual, edukasi singkat, dokumentasi kegiatan lapangan, serta interaksi langsung dengan masyarakat. Integrasi kedua platform tersebut diharapkan dapat memperkuat strategi komunikasi organisasi sekaligus memperluas jangkauan pesan konservasi kepada masyarakat.

Atas dasar kebutuhan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pengembangan media informasi digital pada website aliansi-air.com dan akun Instagram @aliansi_air_majapawitra. Kegiatan difokuskan pada optimalisasi struktur informasi website, penguatan identitas visual digital, penyusunan strategi konten, pendampingan pengelolaan media sosial, serta penyediaan informasi yang lebih mudah diakses oleh masyarakat. Pengembangan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kualitas komunikasi organisasi, tetapi juga memperkuat *public engagement* terhadap gerakan konservasi sumber daya air. Menurut (Jenkins, 2016), budaya partisipatif (*participatory culture*) dalam media digital memungkinkan masyarakat tidak lagi menjadi audiens pasif, melainkan aktor yang berkontribusi dalam penyebaran pengetahuan, pembentukan opini, dan penguatan gerakan sosial. Oleh karena itu, pengembangan media informasi digital pada Aliansi Air Majapawitra merupakan bagian dari upaya memperkuat komunikasi lingkungan berbasis komunitas yang mampu mendorong partisipasi publik secara berkelanjutan.

Pengembangan media informasi digital pada Perkumpulan Aliansi Air Majapawitra tidak hanya dimaknai sebagai upaya modernisasi sarana komunikasi organisasi, tetapi juga sebagai strategi memperkuat komunikasi lingkungan berbasis komunitas (*community-based environmental communication*). Dalam perspektif ini, media digital menjadi ruang bersama yang memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan, penyebaran praktik-praktik konservasi, dokumentasi aksi kolektif, serta pembentukan jejaring kolaborasi antarpemangku kepentingan. Dengan meningkatnya akses terhadap informasi dan interaksi digital, masyarakat diharapkan tidak hanya menjadi penerima informasi mengenai konservasi sumber daya air, tetapi juga terdorong menjadi bagian dari gerakan pelestarian lingkungan secara berkelanjutan.

Pengembangan media informasi digital juga merupakan bagian dari transformasi komunikasi organisasi yang memungkinkan komunitas lokal membangun narasi lingkungan secara mandiri sekaligus memperluas jangkauan advokasi kepada masyarakat melalui platform digital (Sari, N., & Nugroho, 2023).

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini diarahkan untuk memperkuat kapasitas komunikasi digital organisasi sehingga mampu meningkatkan engagement publik sekaligus memperluas dampak sosial dari gerakan konservasi yang dilakukan Aliansi Air Majapawitra.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada Perkumpulan Aliansi Air Majapawitra, Kabupaten Mojokerto, sebagai organisasi masyarakat yang bergerak dalam bidang konservasi sumber daya air dan pelestarian lingkungan. Metode pelaksanaan dirancang menggunakan pendekatan partisipatif yang menempatkan mitra sebagai aktor utama dalam proses pengembangan media informasi digital. Pendekatan ini dipilih agar media yang dikembangkan tidak hanya memenuhi aspek teknis, tetapi juga sesuai dengan kebutuhan komunikasi organisasi serta mampu dikelola secara mandiri dan berkelanjutan oleh pengurus.

Adapun peran dari masing-masing anggota tim pelaksana kegiatan adalah; ketua tim pelaksana berperan dalam melakukan komunikasi dan koordinasi dengan mitra dalam melakukan analisis kebutuhan untuk pengembangan komunikasi digital mitra. Untuk anggota pertama tim pelaksana kegiatan PKM berperan dalam proses perancangan media informasi digitalnya dan membantu ketua dalam melakukan evaluasi hasil kegiatan. Sedangkan anggota kedua tim pelaksana kegiatan PKM berperan dalam proses pengembangan website dan media sosial, serta pendampingan pengelolaannya.

Secara konseptual, kegiatan mengadopsi prinsip *Participatory Action Research (PAR)* yang menekankan kolaborasi antara tim pengabdian dan mitra dalam mengidentifikasi permasalahan, merancang solusi, melaksanakan tindakan, serta melakukan refleksi terhadap hasil kegiatan (Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, 2014). Selain itu, kegiatan juga mengacu pada pendekatan *Asset-Based Community Development (ABCD)* yang memandang organisasi dan komunitas sebagai pemilik aset, potensi, dan kapasitas yang dapat dikembangkan untuk menyelesaikan persoalan secara mandiri (Garcia, I., 2020). Dalam konteks pengabdian ini, aset yang dimiliki mitra meliputi pengalaman panjang dalam konservasi sumber daya air, jejaring kemitraan yang luas, dokumentasi kegiatan lapangan, serta komitmen pengurus dalam mengembangkan komunikasi publik berbasis media digital.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui lima tahapan utama, yaitu analisis kebutuhan, perancangan media digital, pengembangan media, pendampingan pengelolaan konten, serta evaluasi hasil kegiatan.

1. Analisis kebutuhan komunikasi digital

Tahap awal dilakukan melalui observasi terhadap media komunikasi yang telah dimiliki Perkumpulan Aliansi Air Majapawitra, wawancara dengan pengurus organisasi, serta identifikasi kebutuhan informasi yang diperlukan oleh masyarakat dan para pemangku kepentingan. Analisis difokuskan pada aspek struktur informasi, karakteristik konten, identitas visual organisasi, frekuensi publikasi, kemudahan akses informasi, dan pola interaksi dengan audiens. Hasil identifikasi

menunjukkan bahwa organisasi telah memiliki website dan akun Instagram, namun pemanfaatannya belum optimal sebagai media komunikasi publik yang terintegrasi.

2. Perancangan media informasi digital

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, dilakukan penyusunan desain pengembangan media digital yang meliputi pengorganisasian struktur informasi website, penyusunan kategori konten, penguatan identitas visual organisasi, serta penyusunan strategi komunikasi digital. Website dirancang sebagai pusat informasi organisasi (*information hub*) yang memuat profil organisasi, sejarah, visi dan misi, program konservasi, publikasi berita, artikel edukasi, dokumentasi kegiatan, publikasi kemitraan, serta informasi kontak. Sementara itu, akun Instagram dikembangkan sebagai media komunikasi yang lebih dinamis melalui penyajian konten visual, infografis edukatif, dokumentasi kegiatan lapangan, publikasi agenda organisasi, dan penyampaian pesan-pesan konservasi kepada masyarakat.

3. Pengembangan website dan media sosial

Tahap implementasi dilakukan melalui pengembangan website aliansiair.com dengan memperbaiki struktur navigasi, penataan halaman, pembaruan informasi organisasi, penyusunan artikel berita, dokumentasi kegiatan, serta optimalisasi tampilan agar lebih mudah diakses melalui berbagai perangkat digital. Pada saat yang sama dilakukan pengembangan akun Instagram [@aliansi_air_majapawitra](https://www.instagram.com/aliansi_air_majapawitra) melalui penyusunan identitas visual yang lebih konsisten, pembuatan template konten, publikasi foto dan video kegiatan, penyajian informasi edukatif mengenai konservasi sumber daya air, serta penguatan keterhubungan antara website dan media sosial melalui integrasi tautan (*cross-platform integration*). Pengembangan kedua media tersebut dilakukan dengan memperhatikan prinsip kemudahan akses (*usability*), konsistensi identitas visual, kualitas informasi, dan interaktivitas agar mampu meningkatkan pengalaman pengguna (*user experience*) dalam mengakses informasi organisasi.

4. Pendampingan pengelolaan media digital

Setelah media dikembangkan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan kepada pengurus Perkumpulan Aliansi Air Majapawitra dalam mengelola website dan media sosial secara mandiri. Pendampingan mencakup penyusunan kalender konten (*content calendar*), teknik penulisan berita organisasi, pengelolaan dokumentasi digital, pengelolaan konten visual, optimalisasi penggunaan tagar (*hashtags*), strategi meningkatkan jangkauan (*reach*) dan keterlibatan (*engagement*), serta pemanfaatan fitur-fitur media sosial untuk membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat. Pendampingan ini bertujuan agar keberlanjutan media informasi digital tidak bergantung pada tim pengabdian, tetapi menjadi bagian dari kapasitas kelembagaan organisasi.

5. Evaluasi hasil kegiatan

Evaluasi dilakukan secara deskriptif melalui observasi terhadap perubahan media digital sebelum dan sesudah kegiatan, diskusi reflektif bersama pengurus organisasi, serta penilaian terhadap ketercapaian luaran yang telah direncanakan. Aspek evaluasi meliputi peningkatan kualitas tampilan website, kelengkapan informasi organisasi, konsistensi publikasi konten media sosial, kemudahan akses informasi, serta respons awal masyarakat terhadap konten yang dipublikasikan. Evaluasi juga digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan pengembangan lanjutan, terutama dalam aspek pengelolaan konten yang berkelanjutan, optimalisasi mesin pencari (*Search Engine Optimization*), serta pemanfaatan analitik media digital untuk mengukur perkembangan jangkauan dan engagement audiens.

Secara keseluruhan, metode pelaksanaan kegiatan ini menekankan kolaborasi aktif antara tim pengabdian dan mitra dalam seluruh tahapan pengembangan media informasi digital. Pendekatan tersebut memungkinkan terjadinya proses alih pengetahuan (*knowledge transfer*) dan penguatan kapasitas organisasi, sehingga media digital yang dihasilkan tidak hanya menjadi luaran fisik berupa website dan akun media sosial yang lebih informatif, tetapi juga menjadi instrumen komunikasi organisasi yang dapat dikelola secara berkelanjutan untuk mendukung gerakan konservasi sumber daya air.

Hasil dan Diskusi

Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Perkumpulan Aliansi Air Majapawitra, sebuah organisasi masyarakat yang berfokus pada pelestarian sumber daya air dan konservasi lingkungan di Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur. Organisasi ini dibentuk sebagai wadah kolaborasi multipihak yang menghimpun unsur masyarakat, pegiat lingkungan, akademisi, pemerintah daerah, komunitas, dunia usaha, serta relawan yang memiliki kepedulian terhadap keberlanjutan sumber daya air. Sejak berdiri, Aliansi Air Majapawitra secara konsisten menginisiasi berbagai kegiatan konservasi, antara lain inventarisasi mata air, rehabilitasi kawasan resapan, penanaman pohon, edukasi lingkungan, kampanye pelestarian sumber daya air, serta pembangunan jejaring kemitraan dalam pengelolaan lingkungan berbasis masyarakat.

Keberadaan Aliansi Air Majapawitra tidak hanya berperan sebagai pelaksana kegiatan konservasi, tetapi juga sebagai fasilitator komunikasi antar-pemangku kepentingan dalam mendorong pengelolaan sumber daya air yang berkelanjutan. Melalui berbagai program kolaboratif, organisasi ini berupaya membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga daerah tangkapan air, melestarikan mata air, serta mengembangkan praktik konservasi yang dapat diterapkan oleh masyarakat secara mandiri. Karakter organisasi yang berbasis komunitas menjadikan komunikasi publik sebagai

salah satu faktor penting dalam membangun partisipasi sosial dan memperluas dampak gerakan konservasi.

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan yang dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan, ditemukan bahwa Aliansi Air Majapawitra telah memiliki media komunikasi digital berupa website aliansiair.com dan akun Instagram [@aliansi_air_majapawitra](https://www.instagram.com/aliansi_air_majapawitra). Namun demikian, kedua media tersebut masih menghadapi beberapa kendala, antara lain belum tersusunnya sistem pengelolaan konten secara terencana, keterbatasan dokumentasi digital yang terpublikasi, belum optimalnya integrasi antara website dan media sosial, serta belum adanya pedoman komunikasi digital yang dapat digunakan sebagai acuan dalam penyebaran informasi organisasi. Kondisi tersebut menyebabkan berbagai aktivitas konservasi yang telah dilakukan belum terdokumentasikan secara sistematis dan belum mampu menjangkau audiens yang lebih luas melalui media digital.

Atas dasar kondisi tersebut, kegiatan pengabdian diarahkan untuk memperkuat kapasitas komunikasi digital organisasi melalui pengembangan media informasi berbasis website dan media sosial. Pengembangan dilakukan dengan tetap mempertahankan karakter organisasi sebagai komunitas konservasi yang mengedepankan nilai-nilai kolaborasi, edukasi, partisipasi masyarakat, dan pelestarian lingkungan. Oleh karena itu, keterlibatan pengurus organisasi dalam setiap tahapan kegiatan menjadi aspek penting untuk memastikan bahwa media digital yang dikembangkan sesuai dengan identitas organisasi serta dapat dikelola secara berkelanjutan setelah kegiatan pengabdian selesai dilaksanakan.

Melalui penguatan media informasi digital, diharapkan tercipta peningkatan kualitas komunikasi antara organisasi dengan masyarakat sehingga mampu memperluas jangkauan informasi, meningkatkan public engagement, serta memperkuat dukungan publik terhadap gerakan konservasi sumber daya air yang dijalankan oleh Perkumpulan Aliansi Air Majapawitra. Dengan kata lain, luaran kegiatan ini tidak hanya berupa peningkatan kualitas media digital, tetapi juga penguatan kapasitas kelembagaan organisasi dalam mengelola komunikasi publik secara efektif, adaptif, dan berkelanjutan.

Kondisi Awal Media Informasi Digital Perkumpulan Aliansi Air Majapawitra

Transformasi digital telah menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi, termasuk organisasi berbasis komunitas yang bergerak di bidang konservasi lingkungan. Media digital memungkinkan organisasi menyebarluaskan informasi secara lebih cepat, memperluas jangkauan komunikasi, serta membangun hubungan yang lebih partisipatif dengan masyarakat. Dalam konteks organisasi nirlaba, keberhasilan media digital tidak hanya diukur dari jumlah

konten yang dipublikasikan, tetapi juga dari kemampuannya membangun hubungan dialogis (*dialogic communication*) dengan para pemangku kepentingan.

Sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan, Perkumpulan Aliansi Air Majapawitra sebenarnya telah memiliki dsatu kanal komunikasi digital, yaitu website aliansiair.com dan akun Instagram [@aliansi_air_majapawitra](https://www.instagram.com/aliansi_air_majapawitra). Kehadiran kedua platform tersebut menunjukkan adanya kesadaran organisasi terhadap pentingnya media digital sebagai sarana komunikasi publik. Namun, hasil observasi dan diskusi bersama pengurus menunjukkan bahwa pemanfaatan kedua media tersebut masih menghadapi beberapa keterbatasan.

Pada website, informasi mengenai organisasi dan kegiatan konservasi belum tersusun secara sistematis sehingga masyarakat belum memperoleh gambaran yang utuh mengenai profil organisasi, program kerja, jejaring kemitraan, maupun capaian kegiatan. Sebagian dokumentasi kegiatan masih tersebar pada berbagai media penyimpanan sehingga belum terdokumentasikan dalam satu sistem informasi yang mudah diakses. Selain itu, pembaruan informasi belum dilakukan secara rutin sehingga fungsi website sebagai pusat informasi organisasi (*information hub*) belum berjalan secara optimal.

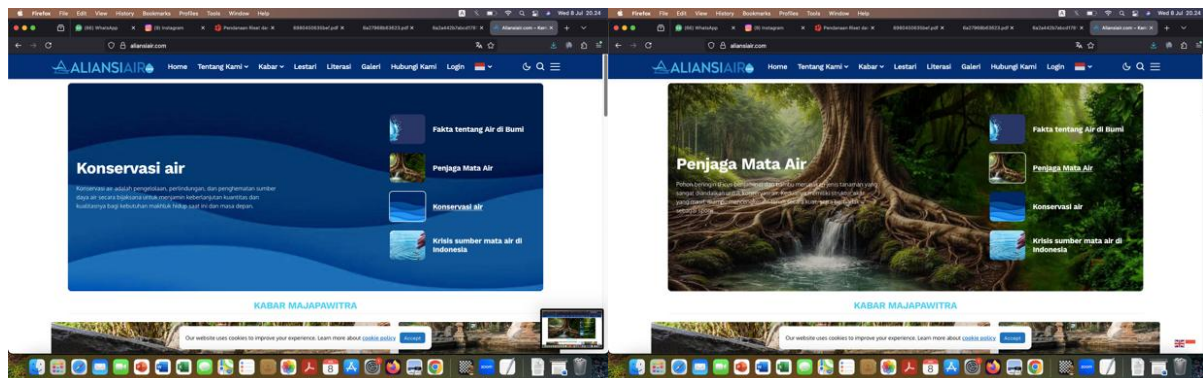
Permasalahan serupa juga ditemukan pada media sosial Instagram. Konten yang dipublikasikan sebagian besar masih bersifat dokumentatif dan belum disusun berdasarkan strategi komunikasi yang terencana. Identitas visual organisasi belum sepenuhnya konsisten, frekuensi publikasi masih fluktuatif, dan belum terdapat pengelompokan konten berdasarkan tema tertentu. Akibatnya, pesan-pesan konservasi yang sebenarnya memiliki nilai edukatif tinggi belum mampu dikemas secara optimal sehingga peluang meningkatkan keterlibatan masyarakat melalui media sosial masih relatif terbatas.

Temuan tersebut sejalan dengan pendapat Waters et al. (2009) yang menyatakan bahwa banyak organisasi nirlaba telah memanfaatkan media sosial, namun 3347ublic3347n besar masih menggunakannya sebagai media penyebaran informasi satu arah (*one-way communication*), bukan sebagai media membangun hubungan dialogis dengan masyarakat. Padahal, komunikasi dua arah merupakan salah satu faktor utama dalam membangun kepercayaan publik dan meningkatkan engagement organisasi.

Implementasi Pengembangan Website dan Media Sosial

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, kegiatan pengabdian difokuskan pada pengembangan media informasi digital melalui optimalisasi website aliansiair.com dan akun Instagram [@aliansi_air_majapawitra](https://www.instagram.com/aliansi_air_majapawitra). Pengembangan dilakukan secara kolaboratif bersama pengurus organisasi

sehingga seluruh proses menyesuaikan karakteristik, kebutuhan informasi, dan identitas kelembagaan Aliansi Air Majapawitra.

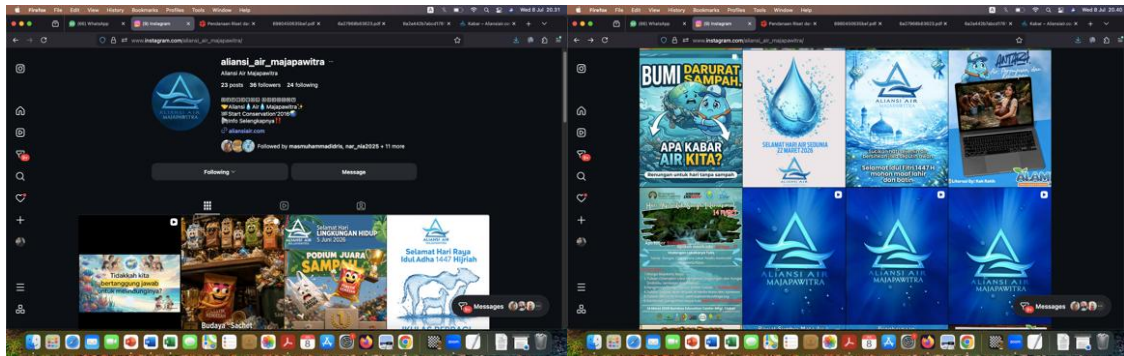


Gambar 1. Pengembangan Media Informasi Digital

Pada website, pengembangan difokuskan pada penyempurnaan struktur informasi agar lebih mudah dipahami oleh pengunjung. Halaman-halaman utama ditata ulang sehingga memuat informasi mengenai sejarah organisasi, visi dan misi, struktur kepengurusan, program konservasi, berita kegiatan, artikel edukasi, dokumentasi lapangan, informasi kemitraan, serta kontak organisasi. Penyusunan struktur tersebut bertujuan menjadikan website sebagai sumber informasi resmi yang dapat diakses oleh masyarakat, pemerintah, akademisi, maupun calon mitra organisasi.

Selain aspek struktur informasi, dilakukan pula pengembangan konten yang menampilkan berbagai aktivitas konservasi yang selama ini telah dilaksanakan oleh Aliansi Air Majapawitra. Dokumentasi kegiatan seperti rehabilitasi mata air, penanaman pohon, edukasi lingkungan, diskusi multipihak, hingga kolaborasi dengan berbagai institusi dipublikasikan secara lebih sistematis sehingga membentuk arsip digital organisasi. Keberadaan arsip digital ini penting tidak hanya sebagai dokumentasi, tetapi juga sebagai bentuk akuntabilitas organisasi kepada masyarakat.

Pengembangan pada media sosial Instagram diarahkan untuk memperkuat komunikasi visual dan meningkatkan interaksi dengan audiens. Tim pengabdian bersama pengurus menyusun konsep identitas visual yang lebih konsisten melalui penggunaan warna, tipografi, tata letak, dan gaya penyajian konten yang mencerminkan karakter organisasi sebagai komunitas konservasi. Berbagai konten edukatif dikembangkan dalam bentuk infografis, dokumentasi kegiatan lapangan, informasi konservasi sumber daya air, publikasi agenda organisasi, serta ucapan pada momentum-momentum lingkungan yang relevan.



Gambar 2. Kalender Konten (*Content Calendar*) pada Media Informasi Digital

Selain pengembangan tampilan visual, dilakukan pula penyusunan kalender konten (*content calendar*) sebagai pedoman publikasi informasi secara berkala. Penyusunan kalender konten membantu organisasi menjaga konsistensi komunikasi digital, mengurangi ketergantungan pada publikasi incidental, serta meningkatkan peluang audiens untuk memperoleh informasi secara berkelanjutan. Integrasi antara website dan Instagram juga diperkuat melalui penyematan tautan (*cross-platform linking*) sehingga pengguna media sosial dapat mengakses informasi yang lebih lengkap pada website organisasi.

Analisis Peningkatan Digital Public Engagement

Salah satu tujuan utama kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan *engagement* masyarakat terhadap gerakan konservasi sumber daya air melalui penguatan media informasi digital. Dalam perspektif Lemon dan Verhoef (2016), *engagement* terbentuk melalui pengalaman pengguna ketika berinteraksi dengan organisasi pada berbagai titik kontak (*customer journey*). Oleh karena itu, pengembangan website dan media sosial dalam kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada penyediaan informasi, tetapi juga pada penciptaan pengalaman komunikasi yang lebih menarik, mudah diakses, dan relevan bagi kebutuhan masyarakat.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa website yang telah dikembangkan berfungsi sebagai pusat informasi organisasi yang menyediakan informasi secara lebih lengkap, sistematis, dan mudah diakses. Masyarakat tidak hanya memperoleh informasi mengenai aktivitas konservasi, tetapi juga memahami visi organisasi, bentuk kemitraan, serta berbagai praktik baik (*best practices*) yang telah dilakukan dalam pelestarian sumber daya air. Keberadaan informasi yang terstruktur meningkatkan kredibilitas organisasi sekaligus mempermudah calon mitra memperoleh informasi sebelum menjalin kerja sama.

Sementara itu, Instagram berkembang menjadi media komunikasi yang lebih interaktif. Penyajian konten visual yang lebih konsisten, penggunaan infografis edukatif, dokumentasi kegiatan lapangan, dan publikasi informasi secara berkala meningkatkan peluang terjadinya interaksi antara

organisasi dan masyarakat. Bentuk interaksi tersebut tercermin melalui meningkatnya respons terhadap konten berupa tanda suka (likes), komentar, penyebaran ulang (shares), serta penyimpanan konten (saves). Meskipun kegiatan ini belum melakukan pengukuran kuantitatif terhadap tingkat engagement rate, perubahan pola komunikasi yang terjadi menunjukkan bahwa media sosial mulai berfungsi sebagai ruang dialog antara organisasi dan masyarakat.

Hasil tersebut memperkuat konsep dialogic communication yang dikemukakan oleh (Kent, M. L., & Taylor, M., 2021), bahwa efektivitas media digital bergantung pada kemampuan organisasi membangun komunikasi dua arah. Website menyediakan informasi yang bersifat mendalam (*depth of information*), sedangkan media sosial menyediakan ruang interaksi yang bersifat cepat, responsive, dan partisipatif. Kombinasi kedua platform tersebut membentuk ekosistem komunikasi digital yang saling melengkapi sehingga efektivitas penyebaran informasi menjadi lebih tinggi.

Kontribusi terhadap Komunikasi Lingkungan Berbasis Komunitas

Pengembangan media informasi digital pada Perkumpulan Aliansi Air Majapawitra memberikan kontribusi yang lebih luas daripada sekadar peningkatan kualitas media komunikasi organisasi. Kegiatan ini memperlihatkan bahwa media digital dapat menjadi instrumen strategis dalam memperkuat komunikasi lingkungan berbasis komunitas (*community-based environmental communication*). Website dan media sosial tidak hanya menjadi sarana publikasi kegiatan, tetapi juga menjadi ruang pembelajaran bersama yang mempertemukan berbagai aktor dalam upaya konservasi sumber daya air.

Dalam perspektif komunikasi lingkungan, media digital berfungsi sebagai medium untuk membangun kesadaran ekologis (*ecological awareness*) melalui penyebaran informasi, edukasi, dan dokumentasi praktik-praktik konservasi. (Cox, 2013) menjelaskan bahwa komunikasi lingkungan tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi mengenai kondisi lingkungan, tetapi juga membentuk cara masyarakat memahami, menilai, dan bertindak terhadap isu-isu lingkungan. Dengan demikian, setiap konten yang dipublikasikan melalui website maupun Instagram Aliansi Air Majapawitra berpotensi menjadi media pembelajaran publik yang mendorong perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap pelestarian sumber daya air.

Lebih jauh, pengembangan media digital juga memperkuat modal sosial (*social capital*) organisasi. Dokumentasi kegiatan yang terdigitalisasi meningkatkan transparansi organisasi, memperkuat kepercayaan publik, serta memperluas peluang terbentuknya jejaring kolaborasi dengan pemerintah, perguruan tinggi, dunia usaha, dan komunitas lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa

media informasi digital bukan hanya menjadi sarana komunikasi, melainkan juga menjadi aset kelembagaan yang mendukung keberlanjutan gerakan konservasi berbasis masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengembangan website aliansiair.com dan akun Instagram [@aliansi_air_majapawitra](https://www.instagram.com/aliansi_air_majapawitra) telah meningkatkan kapasitas komunikasi digital organisasi. Kehadiran media informasi yang lebih terstruktur, mudah diakses, dan interaktif memperkuat fungsi organisasi sebagai pusat informasi konservasi sumber daya air sekaligus membuka ruang partisipasi masyarakat yang lebih luas. Temuan ini mengindikasikan bahwa transformasi digital pada organisasi berbasis komunitas dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat public engagement dan mendukung keberlanjutan gerakan konservasi lingkungan.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pengembangan media informasi digital Perkumpulan Aliansi Air Majapawitra telah berhasil meningkatkan kapasitas komunikasi digital organisasi melalui optimalisasi website aliansiair.com dan akun Instagram [@aliansi_air_majapawitra](https://www.instagram.com/aliansi_air_majapawitra). Pengembangan dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan pengurus organisasi dalam setiap tahapan, mulai dari identifikasi kebutuhan, perancangan media, pengembangan konten, hingga pendampingan pengelolaan media digital. Pendekatan tersebut memungkinkan media yang dikembangkan sesuai dengan karakteristik organisasi sekaligus dapat dikelola secara mandiri setelah kegiatan pengabdian berakhir.

Website yang dikembangkan berfungsi sebagai pusat informasi organisasi (*information hub*) yang menyajikan profil kelembagaan, program konservasi, publikasi kegiatan, artikel edukasi, dokumentasi lapangan, serta informasi kemitraan secara lebih sistematis dan mudah diakses. Di sisi lain, akun Instagram dikembangkan sebagai media komunikasi yang bersifat dinamis dan interaktif melalui penyajian konten visual, infografis edukatif, dokumentasi kegiatan, serta publikasi pesan-pesan konservasi yang lebih menarik bagi masyarakat. Integrasi kedua platform tersebut membentuk ekosistem komunikasi digital yang saling melengkapi dalam mendukung penyebaran informasi dan interaksi dengan berbagai pemangku kepentingan.

Dari perspektif komunikasi lingkungan, kegiatan ini menunjukkan bahwa media digital memiliki peran strategis dalam memperkuat diseminasi pengetahuan, membangun kesadaran ekologis, dan meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap gerakan konservasi sumber daya air. Pengembangan media informasi digital tidak hanya menghasilkan peningkatan kualitas komunikasi organisasi, tetapi juga memperkuat identitas kelembagaan, meningkatkan transparansi kegiatan, memperluas jangkauan

publikasi, serta membuka peluang terbentuknya jejaring kolaborasi yang lebih luas dengan pemerintah, perguruan tinggi, sektor swasta, komunitas, dan masyarakat.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi praktis berupa penguatan kapasitas komunikasi digital Perkumpulan Aliansi Air Majapawitra sekaligus memberikan kontribusi konseptual bahwa transformasi media digital pada organisasi berbasis komunitas dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan digital public engagement untuk mendukung komunikasi lingkungan dan gerakan konservasi sumber daya air secara berkelanjutan.

Keberlanjutan pengembangan media informasi digital memerlukan komitmen organisasi dalam menjaga kualitas dan konsistensi pengelolaan konten. Oleh karena itu, Perkumpulan Aliansi Air Majapawitra disarankan menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) pengelolaan website dan media sosial yang mencakup mekanisme produksi konten, jadwal publikasi, dokumentasi kegiatan, serta pembagian tugas pengelola media. Keberadaan SOP akan membantu menjaga kesinambungan komunikasi organisasi meskipun terjadi pergantian kepengurusan atau relawan.

Selanjutnya, organisasi juga perlu memanfaatkan fitur analitik digital, seperti *Google Analytics*, *Google Search Console*, serta *Instagram Insights*, untuk memantau perkembangan jumlah pengunjung, jangkauan informasi, karakteristik audiens, dan tingkat engagement. Data tersebut dapat menjadi dasar dalam mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi serta menyusun konten yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Dari aspek substansi, pengembangan konten ke depan perlu diarahkan pada penyajian informasi yang lebih variatif, seperti video edukasi, infografis interaktif, cerita keberhasilan (*success stories*), dokumentasi praktik baik (*best practices*), podcast, maupun webinar yang membahas isu konservasi sumber daya air. Diversifikasi format konten akan memperluas jangkauan audiens sekaligus meningkatkan peluang interaksi masyarakat dengan organisasi.

Selain itu, penguatan media digital sebaiknya diintegrasikan dengan kegiatan konservasi yang dilakukan secara *langsung* di lapangan. Publikasi mengenai penanaman pohon, pelestarian mata air, edukasi lingkungan, maupun kolaborasi multipihak hendaknya tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan, tetapi juga sebagai media pembelajaran yang mampu menginspirasi masyarakat untuk terlibat dalam aksi konservasi. Dengan demikian, media digital menjadi instrumen komunikasi lingkungan yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mendorong perubahan perilaku dan memperkuat gerakan konservasi berbasis masyarakat.

Ke depan, model pengembangan media informasi digital yang diterapkan pada Perkumpulan Aliansi Air Majapawitra berpotensi direplikasi pada organisasi masyarakat lain yang bergerak di bidang

lingkungan hidup. Replikasi tersebut dapat memperluas praktik baik (best practices) komunikasi lingkungan digital sekaligus mendukung penguatan jejaring konservasi sumber daya air di berbagai daerah.

Daftar Referensi

- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Juric, B., & Ilić, A. (2013). Customer engagement in a virtual brand community: An exploratory analysis. *Journal of Business Research*, 66(1), 105–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.029>
- Cahyaningtyas, J., Udasmoro, W., & Sofjan, D. (2021). Pembelajaran sosial termediasi dan aktivisme media sosial untuk pola hidup berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed). Wiley-Blackwell.
- Cox, R. (2013). *Environmental Communication and the Public Sphere* (3rd ed.). Sage Publications.
- García, I. (2020). Asset-Based Community Development (ABCD): Core principles. In R. Phillips, E. Trevan, & P. Kraeger (Eds.), *Research Handbook on Community Development* (pp. xx–xx). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781788118477.00010>
- Jenkins, H. (2016). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2014). *The Action Research Planner*. Springer.
- Kent, M. L., & Taylor, M. (2021). *Fostering Dialogic Engagement: Toward an Architecture of Social Media for Social Change*. **Social Media + Society**, 7(1). <https://doi.org/10.1177/2056305120984462>
- Kurniawan, A., & Puspitasari, L. (2021). Strategi komunikasi digital organisasi masyarakat dalam meningkatkan partisipasi publik. *Jurnal ASPIKOM*.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
- Nations, U. (2015). *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. United Nations.
- Nugraha, R., & Suryana, A. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi organisasi pada era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Putri, D. A., & Prasetyo, B. D. (2023). Digital engagement pada organisasi nonprofit melalui media sosial Instagram. *Jurnal Komunikasi Indonesia*.
- Rahmawati, E., Wibowo, A., & Hidayat, T. (2022). Optimalisasi media sosial sebagai strategi komunikasi organisasi nonprofit di Indonesia. *Jurnal Penelitian Komunikasi*.
- Sari, N., & Nugroho, Y. (2023). Transformasi komunikasi digital dalam pemberdayaan komunitas

berbasis lingkungan. MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan.

Saxton, G. D., & Waters, R. D. (2014). What do stakeholders like on Facebook? Examining public reactions to nonprofit organizations' informational, promotional, and community-building messages. *Journal of Public Relations Research*, 26(3), 280–299.

Solis, B. (2010). *Engage!: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons.

Waters, R. D., Burnett, E., Lamm, A., & Lucas, J. (2009). Engaging stakeholders through social networking: How nonprofit organizations are using Facebook. *Public Relations Review*, 35(2), 102–106.