Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
ISSN 2716-3377 (print) | ISSN 2721-9364 (online)
https://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/dimasejati

OPEN ACCESS

Vol. 8, No. 2, 2026

DOI: 10.24235/dimasejati.51.000

Pemberdayaan Perangkat Kelurahan Melalui Digital Storytelling dalam Penguatan Reputasi Kelurahan Keranggan

Yulinda Nur Fitriana[1], Maria Consulata Wening Wijayaningrum[2], Nandita Rizkia Eka Putri[3]

[1, 2, 3] *Universitas Pamulang, Indonesia*

ABSTRAK

Perkembangan komunikasi digital telah mengubah cara lembaga pemerintah berinteraksi dengan masyarakat, menyampaikan pelayanan, serta membangun kepercayaan dan reputasi publik. Kelurahan Keranggan, Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan, sebagai unit pemerintahan yang berhubungan langsung dengan warga membutuhkan komunikasi yang tidak hanya cepat, tetapi juga jelas, konsisten, humanis, dan mudah dipahami. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) berjudul "Pemberdayaan Perangkat Kelurahan melalui Digital Storytelling dalam Penguatan Reputasi Kelurahan Keranggan" merupakan implementasi keilmuan dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dalam roadmap Corporate Communication dengan topik Digital Communication. Sasaran kegiatan adalah perangkat Kelurahan Keranggan yang terlibat dalam pelayanan publik, penyampaian informasi, dokumentasi kegiatan, hubungan dengan warga, dan pengelolaan kanal komunikasi digital. Program dilaksanakan melalui pemetaan kebutuhan komunikasi, pelatihan penyusunan narasi layanan publik, praktik produksi konten digital, penyusunan kalender konten, serta pendampingan tata kelola pesan dan evaluasi reputasi digital. Pengalaman PKM Wijayaningrum dan Fitriana (2026) melalui "Digital Corporate Communication: Optimalisasi Media Sosial untuk Promosi Kesehatan Posyandu Anggrek Lagoon" menunjukkan bahwa penguatan kapasitas pengelola komunitas melalui manajemen konten, branding digital, dan perancangan pesan visual dapat membantu penyampaian informasi secara lebih terencana dan profesional. Pendekatan tersebut diadaptasi ke konteks pemerintahan kelurahan dengan digital storytelling sebagai strategi untuk membuat informasi publik lebih menarik tanpa mengurangi akurasi dan etika komunikasi pemerintah. Luaran PKM berupa panduan digital storytelling, contoh konten, kalender komunikasi, artikel berita, dan artikel jurnal pengabdian kepada masyarakat.

Katakunci: *Digital Storytelling, Corporate Communication, Digital Communication,* Pelayanan Publik

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
20.11.2026	01.12.2019	01.01.2020	01.01.2023

ABSTRACT

The evolution of digital communication has transformed how government institutions interact with the public, deliver services, and build trust and reputation. As a government unit that engages directly with residents, the Keranggan Urban Village (Kelurahan Keranggan) in Setu District, South Tangerang City, requires communication that is not only prompt but also clear, consistent, human-centric, and easily understood. The Community Service (Pengabdian kepada Masyarakat/PKM) initiative, titled "Empowering Urban Village Staff through Digital Storytelling to Strengthen the Reputation of Keranggan Urban Village," represents an application of expertise from faculty members in the Communication Studies Program—specifically within the Corporate Communication roadmap, focusing on Digital Communication. The initiative targets Keranggan Urban Village staff involved in public service, information dissemination, activity documentation, resident relations, and the management of digital communication channels. The program encompasses the assessment of communication needs, training in crafting public service narratives, hands-on digital content production, the development of a content calendar, and guidance on message management and digital reputation evaluation. Previous community service work by Wijayaningrum and Fitriana (2026) titled "Digital Corporate Communication: Optimizing Social Media for Health Promotion at the Anggrek Lagoon Posyandu (Integrated Healthcare Center)" demonstrates that enhancing the capacity of community managers through content management, digital branding, and visual message design leads to more structured and professional information delivery. This approach has been adapted for the urban village government context, utilizing digital storytelling as a strategy to make public information more engaging without compromising accuracy or the ethics of government communication. The outputs of this initiative include a digital storytelling guide, sample content, a communication calendar, news articles, and an article for a community service journal.

Keywords: Digital Storytelling, Corporate Communication, Digital Communication, Public Service

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
01.01.2020	01.12.2019	01.01.2020	01.01.2023

Suggested citation:

Fitriana, Y. N., Wijayaningrum, M. C. W., & Putri, N. R. E. (2026). Pemberdayaan perangkat kelurahan melalui digital storytelling dalam penguatan reputasi Kelurahan Keranggan. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 8*(2), 392-308. DOI: 10.24235/dimasejati.51.000

PENDAHULUAN

Kelurahan Keranggan berada di Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan, Banten. Status Keranggan sebagai kelurahan ditegaskan dalam Peraturan Daerah Kota Tangerang Selatan Nomor 10 Tahun 2012 tentang perubahan status lima desa menjadi kelurahan, yang mencakup perubahan Desa Keranggan menjadi Kelurahan Keranggan (Pemerintah Kota Tangerang Selatan, 2012). Sebagai unit pemerintahan di tingkat lokal, Kelurahan Keranggan memiliki posisi yang dekat dengan masyarakat dan menjadi salah satu titik penting penyampaian informasi, koordinasi kegiatan wilayah, pelayanan administrasi, serta fasilitasi berbagai program pembangunan dan pemberdayaan. Pada 2026, Pemerintah Kota Tangerang Selatan juga melakukan penataan kawasan Kampung Kota di Kelurahan Keranggan melalui pembangunan infrastruktur dasar, menunjukkan bahwa wilayah ini terus berkembang dan memerlukan dukungan komunikasi publik yang mampu menjelaskan program, proses, manfaat, serta keterlibatan masyarakat secara tepat (Pemerintah Kota Tangerang Selatan, 2026).

Penguatan reputasi kelurahan menjadi penting karena reputasi tidak terbentuk hanya melalui slogan atau publikasi sesaat, melainkan melalui akumulasi pengalaman pelayanan, kualitas informasi, konsistensi komunikasi, dan penilaian warga. Hardiyansyah (2015) menegaskan bahwa keberhasilan pelayanan publik tidak dapat dilepaskan dari faktor komunikasi. Dalam konteks Kelurahan Keranggan, perangkat kelurahan dapat diposisikan sebagai pengelola komunikasi institusional yang harus memastikan bahwa informasi mengenai pelayanan, agenda, perubahan prosedur, program masyarakat, dan kegiatan wilayah diterima secara benar. Ketika pesan digital selaras dengan layanan nyata, mudah dipahami, serta disampaikan dengan bahasa yang ramah dan akurat, citra positif lebih berpeluang berkembang menjadi kepercayaan dan reputasi yang kuat. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah digital storytelling, yaitu pengemasan informasi melalui kombinasi narasi, visual, suara, video, teks, dan platform digital. Digital storytelling berbeda dengan pengumuman administratif yang hanya menyajikan data atau instruksi, karena cerita membantu menjelaskan konteks, manfaat, proses, serta pengalaman manusia di balik suatu program. Moin (2020) menempatkan storytelling pada era digital sebagai proses yang menghubungkan pesan organisasi dengan pengalaman audiens. Bagi Kelurahan Keranggan, cerita dapat dibangun dari praktik pelayanan yang membantu warga, proses gotong royong, program kebersihan, kegiatan pemberdayaan, pembinaan masyarakat, capaian lingkungan, pelayanan kependudukan, maupun profil warga yang berkontribusi positif. Dengan cara ini, informasi publik tetap faktual namun lebih komunikatif dan mudah diingat.

Media sosial memberi peluang bagi instansi pemerintah untuk menyebarkan informasi secara cepat dan membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat. Kaplan dan Haenlein (2010) menjelaskan bahwa media sosial bersifat partisipatif sehingga organisasi tidak sepenuhnya mengendalikan percakapan yang berkembang. Kietzmann et al. (2011) menambahkan bahwa pengelolaan media sosial perlu memahami fungsi identitas, percakapan, berbagi, relasi, reputasi, kehadiran, dan kelompok sebagai elemen penting interaksi digital. Dalam konteks pemerintahan, Kementerian PANRB melalui Peraturan Menteri PANRB Nomor 83 Tahun 2012

memberikan pedoman pemanfaatan media sosial instansi pemerintah agar komunikasi digital dikelola secara bertanggung jawab dan mendukung hubungan dengan publik. Selain itu, Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik menegaskan pentingnya pemanfaatan teknologi dalam penyelenggaraan pemerintahan. Hal ini menunjukkan bahwa perangkat Kelurahan Keranggan perlu memiliki kapasitas komunikasi digital yang tidak hanya teknis, tetapi juga memahami akurasi, etika, koordinasi, interaksi, dan tanggung jawab informasi. Kebutuhan komunikasi di tingkat kelurahan memiliki karakter yang khas. Informasi yang disampaikan dapat bersifat rutin seperti jadwal pelayanan dan kegiatan, tetapi juga dapat bersifat situasional seperti perubahan prosedur, pemberitahuan lingkungan, penanganan keluhan, atau penjelasan program pemerintah. Apabila informasi hanya disampaikan sebagai teks panjang, tidak memiliki struktur yang jelas, atau berbeda antara satu kanal dengan kanal lainnya, masyarakat dapat mengalami kebingungan. Nasrullah (2017) menjelaskan bahwa media sosial membentuk ruang interaksi yang cepat dan melibatkan budaya partisipasi pengguna. Karena itu, perangkat kelurahan memerlukan pendekatan yang mampu menyederhanakan pesan tanpa mengurangi akurasi, memvisualisasikan informasi penting, serta menghadirkan cerita layanan publik yang dekat dengan pengalaman warga.

Literatur komunikasi menunjukkan bahwa storytelling perlu dipahami sebagai praktik strategis, bukan sekadar teknik membuat caption. Dalam konteks Public Relations, Kriyantono (2016) menekankan pentingnya kemampuan mengolah pesan dan media organisasi agar sesuai dengan kebutuhan publik. Pengalaman PKM Wijayaningrum dan Fitriana (2026) melalui "Digital Corporate Communication: Optimalisasi Media Sosial untuk Promosi Kesehatan Posyandu Anggrek Lagoon" juga menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial yang terencana, penguatan branding digital, dan perancangan pesan visual edukatif dapat membantu organisasi berbasis komunitas menyampaikan informasi secara lebih efektif, akurat, dan menarik. Meskipun konteks mitranya berbeda, prinsip digital corporate communication tersebut relevan untuk Kelurahan Keranggan karena perangkat kelurahan juga membutuhkan kemampuan mengubah informasi formal menjadi pesan digital yang mudah dipahami. Digital storytelling dapat digunakan untuk menjelaskan tahapan layanan, memperkenalkan program kelurahan, menampilkan proses kerja perangkat, menyampaikan hasil kegiatan, serta mengangkat partisipasi warga. Karena itu, program PKM ini menggabungkan corporate communication dengan latihan langsung menentukan audiens, memilih sudut pandang, menyusun alur, menetapkan pesan utama, menyiapkan visual, dan menyesuaikan cerita dengan kanal digital yang digunakan kelurahan.

Kegiatan ini dirancang sebagai program pemberdayaan, sehingga perangkat Kelurahan Keranggan tidak ditempatkan sebagai penerima materi pasif. Perangkat menjadi sumber utama pengetahuan mengenai pelayanan, program, karakter masyarakat, pola pertanyaan warga, dan kebutuhan komunikasi sehari-hari. Tim PKM berperan memfasilitasi proses pemetaan informasi, membantu mengubah materi administratif menjadi narasi yang lebih mudah dipahami, dan memberikan perangkat kerja yang dapat digunakan setelah pelatihan selesai. Pendekatan partisipatif penting karena komunikasi pemerintah harus tetap berpijak pada fakta, kewenangan, kebutuhan warga, dan pengalaman nyata di lapangan. Dengan demikian, digital

storytelling menjadi sarana peningkatan kapasitas komunikasi sekaligus mekanisme untuk memperkuat kedekatan institusi dengan masyarakat.

Secara akademik, PKM ini merupakan implementasi keilmuan dosen Program Studi Ilmu Komunikasi pada roadmap Corporate Communication dengan topik Digital Communication. Fokus corporate communication terlihat pada upaya mengelola identitas institusi, pesan, stakeholder, citra, kepercayaan, dan reputasi Kelurahan Keranggan secara terintegrasi. Fokus digital communication diterapkan melalui perencanaan cerita, produksi konten, pengelolaan kanal, interaksi warga, dan evaluasi respons digital. Orientasi tersebut membuat pelatihan tidak hanya diarahkan pada kemampuan teknis membuat poster atau video, tetapi pada kemampuan merencanakan komunikasi yang memiliki tujuan pelayanan, target publik, pesan utama, bukti pendukung, penanggung jawab, serta indikator evaluasi. Kerangka ini juga melanjutkan praktik digital corporate communication yang telah diterapkan dalam PKM sebelumnya oleh Wijayaningrum dan Fitriana (2026), tetapi dengan penyesuaian pada karakter komunikasi pemerintahan kelurahan. Pendekatan ini sejalan dengan kebutuhan pemerintahan berbasis elektronik yang menempatkan teknologi sebagai pendukung tata kelola dan pelayanan publik yang lebih efektif (Pemerintah Republik Indonesia, 2018). Berdasarkan kondisi tersebut, PKM "Pemberdayaan Perangkat Kelurahan melalui Digital Storytelling dalam Penguatan Reputasi Kelurahan Keranggan" dinilai relevan untuk mendukung peningkatan kapasitas perangkat dalam mengembangkan komunikasi digital yang lebih terencana, faktual, humanis, dan berkelanjutan. Program diharapkan menghasilkan peningkatan kompetensi, perangkat narasi, prototipe konten, serta pola kerja komunikasi yang dapat diteruskan secara mandiri. Dampak jangka panjang yang diharapkan adalah semakin kuatnya reputasi Kelurahan Keranggan sebagai institusi pemerintah lokal yang informatif, responsif, transparan, dan dekat dengan warga.

Terdapat kondisi objektif khalayak sasaran seperti Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Berikut beberapa faktor Internal seperti: 1.) Kondisi: Perangkat Kelurahan Keranggan memiliki peran dalam pelayanan dan penyampaian informasi kepada warga, namun kebutuhan komunikasi digital semakin beragam. Informasi pelayanan, program, kegiatan, dan pemberitahuan perlu dikemas secara ringkas, jelas, dan mudah dipahami di berbagai kanal. Tujuan PKM: Program diarahkan untuk meningkatkan kemampuan perangkat dalam menemukan sudut cerita, menyusun alur informasi, menentukan pesan utama, dan mengubah materi pelayanan atau kegiatan menjadi konten digital yang informatif, humanis, serta tetap sesuai dengan etika komunikasi pemerintah. 2.) Kondisi: Kelurahan memiliki banyak bahan komunikasi, mulai dari layanan administrasi, kegiatan lingkungan, pemberdayaan masyarakat, gotong royong, program pemerintah, hingga capaian warga. Namun, beragam informasi tersebut memerlukan narasi payung agar identitas dan reputasi kelurahan dibangun secara konsisten. Tujuan PKM: Perangkat didampingi menyusun pilar narasi yang menghubungkan pelayanan publik, pembangunan wilayah, pemberdayaan, partisipasi warga, dan nilai kedekatan pemerintah dengan masyarakat. Pilar tersebut menjadi dasar untuk menjaga konsistensi identitas komunikasi Kelurahan Keranggan. 3.) Kondisi: Pengelolaan komunikasi digital memerlukan pembagian peran, kalender konten, standar pesan, mekanisme verifikasi, persetujuan, dokumentasi, serta evaluasi. Tanpa alur yang sederhana, informasi dapat bergantung pada momentum dan individu

tertentu sehingga konsistensi pesan sulit dipertahankan. Tujuan PKM: Kegiatan memberikan pendampingan penyusunan alur kerja komunikasi digital sederhana, pembagian tugas, template story canvas, kalender editorial, standar verifikasi informasi, dan indikator evaluasi agar komunikasi kelurahan dapat dijalankan secara berkelanjutan.

Selain faktor internal, reputasi Kelurahan Keranggan dipengaruhi oleh lingkungan komunikasi eksternal yang sangat dinamis. Masyarakat semakin terbiasa mencari informasi layanan melalui telepon pintar, media sosial, grup percakapan, dan kanal digital pemerintah. Kecepatan arus informasi menciptakan peluang sekaligus risiko: informasi resmi dapat menjangkau warga lebih luas, tetapi pesan yang tidak lengkap atau terlambat dapat kalah cepat dengan informasi informal yang belum tentu akurat. Di sisi lain, masyarakat memiliki ekspektasi terhadap pelayanan yang responsif, transparan, mudah diakses, dan komunikatif. Perubahan program atau pembangunan lingkungan juga memerlukan penjelasan yang mampu menjawab pertanyaan warga mengenai tujuan, proses, manfaat, serta peran masyarakat. Faktor eksternal tersebut menjadi dasar perlunya peningkatan kapasitas perangkat Kelurahan Keranggan dalam mengelola cerita, informasi, interaksi, dan jejak reputasi di ruang digital. Kemampuan menyusun pesan yang berbeda sesuai kebutuhan publik namun tetap konsisten dengan identitas institusi menjadi penting untuk menjaga kepercayaan warga. Pelaksanaan PKM di Kelurahan Keranggan diharapkan memberikan manfaat praktis dan akademik sebagai berikut: 1.) Bagi Perangkat Kelurahan yaitu Meningkatkan kemampuan dalam menyampaikan informasi pelayanan dan program melalui digital storytelling yang informatif, menarik, dan mudah dipahami. Kegiatan ini juga membekali perangkat dengan keterampilan menyusun narasi, konten digital, kalender editorial, serta menerapkan prinsip etika dan akurasi informasi. 2.) Bagi Masyarakat dan Institusi Kelurahan: Meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat terhadap layanan serta program kelurahan melalui komunikasi digital yang lebih efektif, transparan, responsif, dan humanis sehingga dapat memperkuat kepercayaan publik. 3.) Bagi Akademisi dan Pengembangan Ilmu: Menjadi implementasi keilmuan Corporate Communication dalam konteks pelayanan publik serta pengembangan kajian Digital Communication, khususnya digital storytelling, stakeholder engagement, dan reputasi institusi. Hasil kegiatan juga dapat menjadi bahan evaluasi, pembelajaran, dan publikasi ilmiah.

BAHAN DAN METODE

Solusi diarahkan pada peningkatan kapasitas penyampaian informasi yang efektif sekaligus pemanfaatan digital storytelling untuk menghasilkan konten yang menarik, relevan, dan mampu membangun keterlibatan masyarakat serta reputasi institusi. Pendekatan kegiatan mengadaptasi pengalaman PKM Wijayaningrum dan Fitriana (2026), khususnya pada aspek manajemen konten, branding digital, penyusunan pesan visual, praktik langsung, dan pendampingan, kemudian menyesuaikannya dengan karakter pelayanan publik di tingkat kelurahan. Pelaksanaan dilakukan melalui

pelatihan, praktik produksi konten, pendampingan, dan evaluasi. Adapun solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan dasar digital storytelling bagi perangkat Kelurahan Keranggan. Tahap awal berfokus pada pemahaman bahwa konten pemerintah yang kuat tidak hanya berisi pengumuman, tetapi mampu menjelaskan konteks, manfaat, proses, tokoh, dan pesan utama secara ringkas. Peserta dilatih menggali bahan cerita dari praktik pelayanan, kegiatan warga, pemberdayaan masyarakat, gotong royong, pembangunan lingkungan, edukasi administrasi, serta capaian program. Perangkat kemudian berlatih menyusun cerita menggunakan struktur sederhana: pembuka, konteks, masalah atau kebutuhan warga, tindakan atau layanan yang dilakukan, manfaat, dan ajakan. Materi juga membahas etika penggunaan foto, izin narasumber, perlindungan data pribadi, akurasi informasi, dan pentingnya tidak membuat klaim yang berlebihan. Pada akhir sesi, setiap peserta menghasilkan sedikitnya satu rancangan cerita berbasis fakta yang relevan dengan kebutuhan komunikasi kelurahan.
2. Penyusunan arsitektur narasi dan pilar cerita Kelurahan Keranggan. Tim PKM memfasilitasi perangkat untuk menyepakati narasi payung yang menggambarkan Kelurahan Keranggan sebagai institusi pelayanan publik yang dekat, responsif, informatif, dan melibatkan masyarakat. Narasi tersebut diturunkan menjadi beberapa pilar konten, misalnya "Layanan untuk Warga", "Program dan Pembangunan", "Warga Berdaya", "Lingkungan dan Gotong Royong", "Informasi yang Perlu Diketahui", serta "Cerita dari Keranggan". Setiap pilar dilengkapi tujuan pesan, audiens, bukti, contoh topik, dan gaya penyampaian. Pilar ini menjadi panduan agar konten yang dibuat oleh personel berbeda tetap memiliki benang merah yang sama dan secara bertahap membangun asosiasi reputasi yang diinginkan.
3. Workshop produksi konten dan penyusunan kalender digital. Setelah narasi disepakati, peserta mempraktikkan pembuatan konten dengan gawai yang tersedia. Latihan mencakup penentuan hook, penulisan caption, pengambilan foto atau video, wawancara singkat, pemilihan urutan visual, penggunaan teks penjelas, dan penyuntingan sederhana. Perangkat juga dilatih menyesuaikan satu informasi ke beberapa format, misalnya video vertikal untuk media sosial, carousel atau infografis untuk edukasi, dan versi ringkas untuk grup WhatsApp. Hasil workshop dimasukkan ke kalender konten empat minggu yang mengatur tema, tanggal, format, penanggung jawab, call to action, serta indikator respons. Metode praktik ini mengacu pada pengalaman PKM digital corporate communication sebelumnya, yang menempatkan latihan penyusunan konten sebagai bagian penting dari peningkatan kapasitas komunikasi digital mitra (Wijayaningrum & Fitriana, 2026).
4. Pembentukan tata kelola komunikasi digital sederhana. Untuk mendukung keberlanjutan, perangkat didampingi menentukan pembagian peran berdasarkan tugas yang sudah berjalan, misalnya sumber informasi, verifikator, penulis naskah, dokumentasi visual, editor, pengunggah, dan pemantau respons. Tim PKM membantu menyusun alur kerja mulai dari pengumpulan bahan, verifikasi data, persetujuan, publikasi, hingga pengarsipan. Disusun pula pedoman singkat terkait identitas visual, bahasa pelayanan, penggunaan nama instansi, respons terhadap

pertanyaan atau keluhan, perlindungan informasi pribadi, serta standar dokumentasi. Dengan tata kelola tersebut, digital communication dapat menjadi bagian dari sistem kerja kelurahan dan tidak bergantung pada satu orang

5. Pendampingan penguatan dan evaluasi reputasi digital. Perangkat diperkenalkan pada indikator sederhana seperti konsistensi unggahan, jangkauan, komentar, pesan masuk, pertanyaan berulang, konten yang dibagikan kembali, serta pola respons masyarakat. Data tersebut tidak digunakan hanya untuk mengejar angka, melainkan untuk membaca apakah informasi yang disampaikan sudah mudah dipahami dan memperkuat persepsi pelayanan. Perangkat juga berlatih menyusun respons yang ramah, faktual, dan sesuai kewenangan, serta mengidentifikasi isu yang perlu dijelaskan kembali melalui konten. Evaluasi berkala membantu perangkat mengetahui jenis informasi yang paling dibutuhkan, konten yang paling efektif, serta bagian komunikasi yang perlu diperbaiki agar reputasi Kelurahan Keranggan berkembang secara sehat.

Luaran kegiatan PKM berupa panduan digital storytelling untuk komunikasi kelurahan, pilar narasi dan story canvas, kalender konten, beberapa prototipe konten layanan publik, artikel berita, serta artikel ilmiah pengabdian kepada masyarakat. Luaran tersebut diharapkan dapat langsung digunakan perangkat dan sekaligus menjadi dokumentasi akademik penerapan Corporate Communication dan Digital Communication pada pemerintahan tingkat kelurahan. Kerangka pemecahan masalah PKM ini berangkat dari dua kebutuhan utama perangkat Kelurahan Keranggan. Pertama, informasi pelayanan dan kegiatan perlu disampaikan kepada warga dengan bahasa yang jelas, tepat, dan mudah dipahami. Kedua, informasi digital perlu dikemas lebih menarik agar warga terdorong untuk membaca, memahami, serta mengikuti informasi atau kegiatan kelurahan. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan utama mitra bukan sekadar menambah jumlah unggahan, melainkan meningkatkan kapasitas perangkat dalam merancang, memproduksi, mengelola, memverifikasi, dan mengevaluasi komunikasi digital berbasis cerita. Fokus inilah yang menjadi inti PKM untuk penguatan reputasi Kelurahan Keranggan.

Tim pelaksana PKM berperan sebagai fasilitator dan pendamping yang membantu perangkat mengubah informasi kelembagaan menjadi aset komunikasi publik. Proses dilakukan secara partisipatif agar pilar cerita, contoh konten, dan sistem kerja yang dihasilkan sesuai dengan tugas perangkat, kebutuhan warga, dan ketentuan komunikasi pemerintah. Pendekatan ini meneruskan prinsip pemberdayaan digital yang telah diterapkan dalam PKM Wijayaningrum dan Fitriana (2026), yaitu menggabungkan pemahaman konsep, manajemen konten, praktik produksi pesan, dan pendampingan agar mitra mampu mengelola media digital secara lebih mandiri. Dengan demikian, luaran kegiatan tidak berhenti pada materi pelatihan, tetapi diarahkan menjadi perangkat kerja komunikasi yang dapat digunakan dalam rutinitas pelayanan. Kerangka pemecahan masalah selanjutnya diterjemahkan ke dalam tahapan observasi, pemetaan kebutuhan informasi, pelatihan, workshop produksi, penyusunan tata kelola, publikasi, dan evaluasi. Setiap tahap diarahkan pada hasil praktis yang dapat diuji dan diperbaiki bersama mitra. Masalah keterbatasan bahan cerita dijawab melalui story bank; masalah inkonsistensi identitas dijawab melalui pilar narasi; masalah produksi dijawab dengan prototipe konten; masalah tata kelola dijawab

dengan kalender dan pembagian peran; sedangkan masalah reputasi dijawab melalui lembar monitoring respons masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Penyampaian Materi saat PKM di Kelurahan Keranggan

Pemetaan Kondisi Awal dan Kebutuhan Komunikasi Digital Kelurahan Keranggan (*Story Mining*)

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Kantor Kelurahan Keranggan, Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan, diawali dengan fase observasi dan pemetaan kondisi komunikasi institusional bersama perangkat kelurahan. Sebagai unit pemerintahan lokal yang bertransformasi dari desa menjadi kelurahan berdasarkan Peraturan Daerah Kota Tangerang Selatan Nomor 10 Tahun 2012, Kelurahan Keranggan memiliki kedekatan langsung dengan masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan administrasi, koordinasi wilayah, pemberdayaan masyarakat, hingga fasilitasi pembangunan infrastruktur. Dinamika wilayah yang terus berkembang salah satunya ditandai oleh program penataan kawasan Kampung Kota di Kelurahan Keranggan melalui pembangunan jalan, drainase, dan penerangan jalan umum (PJU) pada tahun 2026 menuntut dukungan komunikasi publik yang mampu menjelaskan tujuan, tahapan proses, manfaat, serta bentuk partisipasi warga secara jernih dan berkelanjutan.

Hasil observasi dan diskusi awal menunjukkan bahwa secara substantif, Kelurahan Keranggan memiliki kekayaan bahan informasi publik yang sangat beragam, meliputi prosedur layanan administrasi kependudukan, jadwal kegiatan kemasyarakatan, program kebersihan dan gotong royong, pembinaan warga, hingga capaian pembangunan lingkungan. Namun, dalam praktik komunikasi digital

sehari-hari, ditemukan empat kesenjangan utama (*communication gaps*) yang memengaruhi efektivitas penyampaian pesan dan pembentukan reputasi institusi:

1. Dominasi format administratif-formal: Informasi pelayanan dan pemberitahuan program cenderung disampaikan dalam bentuk pengumuman tekstual yang kaku dan panjang, sehingga kurang menarik perhatian warga serta berpotensi menimbulkan kebingungan dalam memahami alur layanan.
2. Fragmentasi narasi antar-kanal: Beragam program dan kegiatan kelurahan dipublikasikan secara terpisah-pisah tanpa narasi payung (*umbrella narrative*) yang menyatukan identitas komunikasi kelurahan, sehingga masyarakat memandang publikasi tersebut sebagai dokumentasi insidental semata.
3. Kesenjangan keterampilan produksi konten: Kapasitas teknis perangkat dalam mengolah pesan digital belum merata karena sebagian aparatur lebih terbiasa menyusun korespondensi resmi dibandingkan merancang visual, video pendek, atau narasi digital.
4. Ketiadaan sistem tata kelola editorial: Publikasi informasi masih bergantung pada momentum kegiatan dan inisiatif individu tertentu akibat belum tersedianya kalender konten, standar verifikasi pesan, serta pembagian peran yang terstruktur.

Temuan kondisi awal tersebut mengonfirmasi pandangan Hardiyansyah (2015) bahwa keberhasilan pelayanan publik di tingkat lokal tidak dapat dilepaskan dari kualitas komunikasi antara aparatur dan masyarakat. Dalam ekosistem media sosial yang dicirikan oleh kecepatan arus informasi dan budaya partisipasi pengguna (Nasrullah, 2017; Kaplan & Haenlein, 2010), keterlambatan atau ketidaklengkapan penjelasan dari kanal resmi berisiko membuat informasi pemerintah kalah cepat dibandingkan kabar informal di grup percakapan warga yang belum tentu akurat. Oleh karena itu, intervensi PKM tidak diarahkan sekadar untuk memperbanyak frekuensi unggahan, melainkan untuk mentransformasi informasi kelembagaan menjadi narasi publik yang terencana, faktual, dan mudah dipahami. Sebagai tindak lanjut pemetaan awal, tim pelaksana memfasilitasi sesi *story mining* yang melibatkan perangkat kelurahan secara partisipatif. Dalam sesi ini, perangkat diajak mengidentifikasi layanan rutin, pertanyaan yang paling sering diajukan warga, kendala administratif di lapangan, kegiatan gotong royong, hingga kisah kontribusi positif warga. Setiap potensi topik diuji menggunakan enam pertanyaan pemandu: siapa audiens sasarannya, apa kebutuhan informasinya, tindakan nyata apa yang dilakukan kelurahan, manfaat apa yang dirasakan masyarakat, bukti visual atau faktual apa yang dapat ditampilkan, serta tindakan lanjut (*call to action*) apa yang diharapkan dari warga. Hasil pemetaan tersebut dihimpun ke dalam dokumen *story bank* yang berfungsi sebagai cadangan ide cerita berkelanjutan bagi perangkat kelurahan.

Peningkatan Kapasitas Perangkat melalui Pelatihan Dasar *Digital Storytelling* dan Etika Publikasi

Tahap inti pemberdayaan dilaksanakan melalui pelatihan dasar *digital storytelling* untuk pelayanan publik yang diikuti oleh [jumlah peserta] perangkat Kelurahan Keranggan yang membidangi pelayanan umum, dokumentasi kegiatan, hubungan kemasyarakatan, serta pengelolaan kanal digital. Materi pelatihan dirancang dengan

mengadaptasi kerangka *digital corporate communication* dari pengalaman pengabdian sebelumnya oleh Wijayaningrum dan Fitriana (2026) pada promosi kesehatan komunitas, yang kemudian disesuaikan dengan karakteristik tata kelola dan akuntabilitas komunikasi pemerintahan kelurahan. Peserta dibekali pemahaman konseptual bahwa *digital storytelling* dalam konteks birokrasi bukanlah upaya mendramatisasi fakta, melainkan strategi mengemas informasi faktual melalui perpaduan struktur cerita, visual, teks penjelas, dan audio-video agar relevan dengan pengalaman keseharian warga. Sebagaimana dikemukakan Moin (2020), *storytelling* di era digital berfungsi menjembatani pesan organisasi dengan pengalaman audiens sehingga informasi tidak berhenti pada tahap terbaca, tetapi dipahami dan diingat. Selain aspek struktur narasi dan teknik penulisan *public relations* (Kriyantono, 2016), pelatihan ini memberikan penekanan khusus pada dimensi regulasi dan etika komunikasi instansi pemerintah. Merujuk pada Peraturan Menteri PANRB Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah serta Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE), perangkat kelurahan dilatih menerapkan prinsip akurasi data, kepatuhan terhadap batas kewenangan institusi, penghindaran klaim berlebihan, perolehan izin dari narasumber warga, serta perlindungan data pribadi dalam setiap publikasi foto maupun video.

Evaluasi peningkatan pemahaman peserta diukur melalui perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test* serta penilaian kualitas rancangan cerita individu. Berdasarkan hasil evaluasi, tingkat pemahaman perangkat mengenai konsep *digital storytelling*, penyederhanaan informasi administratif, serta etika publikasi digital menunjukkan peningkatan dari skor rata-rata [skor pre-test] sebelum pelatihan menjadi [skor post-test] setelah pelatihan. Pada akhir sesi pelatihan dasar, setiap peserta berhasil menyusun sekurang-kurangnya satu rancangan cerita berbasis fakta pelayanan nyata di Kelurahan Keranggan menggunakan lembar kerja *story canvas*. Capaian ini menunjukkan adanya pergeseran cara pandang aparatur: informasi pelayanan tidak lagi diposisikan semata-mata sebagai kewajiban pengumuman birokratis, melainkan sebagai instrumen edukasi publik yang membangun kedekatan dan kepercayaan warga.

Perancangan Arsitektur Narasi dan Pilar Cerita Kelurahan Keranggan

Untuk mengatasi permasalahan fragmentasi pesan dan membangun konsistensi identitas jangka panjang, tim PKM memfasilitasi perangkat kelurahan merumuskan arsitektur narasi institusional. Dalam perspektif *corporate communication* menurut Cornelissen (2020), reputasi sebuah organisasi publik terbentuk melalui penyelarasan antara identitas institusi, pesan yang dikomunikasikan, perilaku pelayanan sehari-hari, serta pengalaman langsung pemangku kepentingan. Apabila pesan di ruang digital selaras dengan keramahan dan ketepatan layanan tatap muka, maka citra positif akan terakumulasi menjadi reputasi yang kokoh. Melalui diskusi terpumpun, tim PKM dan perangkat menyepakati narasi payung (*umbrella narrative*) yang memosisikan Kelurahan Keranggan sebagai institusi pelayanan publik lokal yang dekat dengan warga, informatif, responsif, transparan, dan mendorong partisipasi masyarakat. Narasi payung tersebut kemudian diturunkan ke dalam enam pilar cerita (*content pillars*) operasional yang menjadi pedoman seluruh personel dalam memproduksi konten agar tetap memiliki benang merah identitas yang seragam.

Tabel 1. Matriks Arsitektur Pilar Narasi *Digital Storytelling* Kelurahan Keranggan

Pilar Narasi	Tujuan Pesan Utama	Sasaran Audiens	Contoh Topik dan Bukti Lapangan	Gaya Penyampaian
1. Layanan untuk Warga	Mempermudah pemahaman warga terhadap syarat, alur, dan waktu layanan administrasi agar proses pelayanan berjalan cepat dan minim kesalahan berkas.	Warga pemohon layanan administrasi, keluarga muda, dan pengurus RT/RW.	Panduan pengurusan surat keterangan, alur layanan kependudukan, dan tips kelengkapan dokumen sebelum datang ke kantor kelurahan.	Jelas, ramah, sistematis, menggunakan bahasa sehari-hari yang sopan dan infografis langkah demi langkah.
2. Program dan Pembangunan	Menjelaskan proses, tujuan, manfaat, serta progres penataan wilayah dan program pemerintah secara transparan.	Seluruh warga Kelurahan Keranggan, tokoh masyarakat, dan pemangku kepentingan wilayah.	Perkembangan penataan kawasan Kampung Kota Keranggan (jalan, drainase, PJU) dan manfaatnya bagi mobilitas serta kenyamanan warga.	Informatif, objektif, berbasis fakta progres lapangan, dan menonjolkan nilai manfaat bersama.
3. Warga Berdaya	Mengapresiasi inisiatif, kreativitas, dan kemandirian warga dalam kegiatan sosial maupun ekonomi lokal.	Pelaku usaha mikro lokal, kader masyarakat, pemuda, dan kelompok perempuan.	Kisah pelaku UMKM lokal, kegiatan pelatihan keterampilan warga, dan peran kader dalam pemberdayaan masyarakat.	Apresiatif, inspiratif, humanis, dan menempatkan warga sebagai subjek utama cerita.
4. Lingkungan dan Gotong Royong	Mendorong partisipasi kolektif warga dalam menjaga kebersihan, ketertiban, dan	Warga di tingkat RT/RW, karang taruna, dan komunitas	Kerja bakti pembersihan saluran drainase, pengelolaan sampah lingkungan, dan	Hangat, kolaboratif, mengajak partisipasi aktif, dan menampilkan

Pilar Narasi	Tujuan Pesan Utama	Sasaran Audiens	Contoh Topik dan Bukti Lapangan	Gaya Penyampaian
	kepedulian sosial di lingkungan tempat tinggal.	peduli lingkungan.	aksi tanggap kebersihan wilayah.	visual kebersamaan.
5. Informasi yang Perlu Diketahui	Menyampaikan pengumuman penting, jadwal kegiatan, serta klarifikasi isu secara cepat dan akurat untuk mencegah disinformasi.	Seluruh lapisan masyarakat Kelurahan Keranggan dan pengguna aktif media sosial lokal.	Perubahan jadwal layanan, imbauan kewaspadaan cuaca/lingkungan, dan klarifikasi atas pertanyaan yang berulang di masyarakat.	Ringkas, tegas, akurat, mudah dipindai (*scannable*), dan mencantumkan rujukan resmi.
6. Cerita dari Keranggan	Membangun kedekatan emosional dan identitas kebanggaan lokal melalui potret keseharian pelayanan serta kearifan warga.	Masyarakat luas, generasi muda, dan mitra eksternal kelurahan.	Profil singkat pengabdian perangkat di balik meja layanan, dinamika pagi hari di kantor kelurahan, dan potret harmoni warga.	Naratif, empatik, autentik, dan menonjolkan sisi humanis aparatur serta masyarakat.

Penerapan matriks enam pilar narasi tersebut memberikan kerangka kerja yang terukur bagi perangkat Kelurahan Keranggan. Setiap konten yang diproduksi tidak lagi berdiri sebagai unggahan acak, melainkan terpetakan jelas tujuan reputasinya. Hal ini sejalan dengan temuan Wijayaningrum dan Fitriana (2026) bahwa penguatan *branding* digital melalui pengelompokan tema pesan membantu pengelola komunikasi komunitas menjaga konsistensi identitas sekaligus memudahkan evaluasi efektivitas pesan pada setiap segmen audiens.

Implementasi *Workshop* Produksi Konten Berbasis Gawai dan Kalender Editorial

Setelah arsitektur narasi disepakati, kegiatan dilanjutkan dengan *workshop* produksi konten digital berbasis gawai (*smartphone*). Pemilihan perangkat gawai dan aplikasi penyuntingan yang telah akrab digunakan aparatur didasarkan pada pertimbangan keberlanjutan (*sustainability*), sehingga praktik produksi konten dapat dijalankan secara mandiri dalam rutinitas kerja tanpa ketergantungan pada peralatan studio atau perangkat lunak berbiaya tinggi. Dalam *workshop* ini, peserta dibagi ke dalam kelompok kerja kecil dan mempraktikkan siklus produksi konten lima tahap

yang dikembangkan tim PKM, yaitu: *Story Canvas*, *Content Prototype*, *Feedback*, *Revisi*, dan *Konten Final*. Peserta menggunakan kasus nyata dari aktivitas Kelurahan Keranggan sebagai bahan praktik—mulai dari menyusun panduan persyaratan layanan administrasi hingga mendokumentasikan kegiatan penataan lingkungan. Latihan teknis meliputi penentuan sudut pengambilan gambar (*framing*) yang komunikatif, perekaman wawancara singkat dengan perangkat atau warga, penyusunan urutan visual, penambahan teks penjelas (*on-screen text*) agar video tetap dapat dipahami tanpa suara, serta penulisan *caption* yang informatif.

Salah satu capaian penting pada tahap *workshop* adalah penguasaan teknik adaptasi lintas platform (*cross-platform content adaptation*). Perangkat kelurahan dilatih mengolah satu topik informasi utama ke dalam tiga format distribusi sesuai karakter kanal komunikasi yang diakses warga:

1. Format Video Vertikal Singkat (*Reels*/*Shorts*/*TikTok*): Digunakan untuk menampilkan alur pelayanan secara visual, dokumentasi kegiatan gotong royong, atau penjelasan langsung perangkat kelurahan dengan durasi ringkas dan pembuka visual yang menarik.
2. Format *Carousel* atau Infografis Edukatif: Digunakan untuk memecah informasi prosedural yang rinci—seperti daftar persyaratan berkas administrasi—ke dalam beberapa salindia visual yang terstruktur dan mudah disimpan warga.
3. Format Pesan Teks Ringkas untuk Grup WhatsApp: Digunakan sebagai versi ringkas yang mudah diteruskan (*forwarded*) melalui jaringan pengurus RT/RW dan grup warga tanpa kehilangan akurasi informasi maupun tautan rujukan resmi.

Seluruh prototipe konten yang telah direvisi berdasarkan umpan balik tim PKM selanjutnya diintegrasikan ke dalam Kalender Editorial Simulasi Empat Minggu. Kalender tersebut memetakan secara sistematis tanggal publikasi, pilar cerita, topik utama, format konten, personel penanggung jawab, *call to action*, serta indikator respons yang dipantau. Dengan adanya kalender editorial empat minggu, perangkat Kelurahan Keranggan memiliki peta jalan publikasi yang teratur untuk menyeimbangkan konten layanan rutin, edukasi administrasi, dokumentasi pembangunan, dan cerita partisipasi warga.

Pembentukan *Tata Kelola Komunikasi Digital dan Mekanisme Evaluasi Reputasi*

Agar penerapan *digital storytelling* bertransformasi menjadi sistem kerja kelembagaan yang berkelanjutan dan tidak bertumpu pada satu orang aparatur saja, tim PKM mendampingi perangkat Kelurahan Keranggan menyusun tata kelola komunikasi digital sederhana. Pembagian peran disesuaikan dengan struktur tugas yang sudah berjalan di kantor kelurahan sehingga tidak menimbulkan beban birokrasi baru yang menghambat pelayanan utama. Alur verifikasi dan persetujuan pada tahap keempat menjadi instrumen pengendali mutu (*quality control*) yang krusial dalam komunikasi pemerintahan. Mekanisme ini memastikan bahwa kecepatan penyampaian informasi di media sosial tetap selaras dengan prinsip kehati-hatian, akurasi, dan akuntabilitas publik sebagaimana diamanatkan dalam pedoman pemanfaatan media sosial instansi pemerintah.

Pada tahap pendampingan akhir, perangkat Kelurahan Keranggan dibekali lembar pemantauan reputasi digital sederhana untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi dua arah. Pengukuran tidak diarahkan semata-mata untuk mengejar angka

popularitas, melainkan untuk membaca tingkat pemahaman dan persepsi warga terhadap kualitas pelayanan. Secara teoretis, praktik pengelolaan dan evaluasi interaksi digital tersebut merefleksikan operasionalisasi tujuh elemen fungsional media sosial (*functional building blocks of social media*) dari Kietzmann et al. (2011). Elemen *identity* diperkuat melalui konsistensi enam pilar narasi Kelurahan Keranggan; elemen *conversations* dan *relationships* diwujudkan melalui pelatihan penyusunan respons yang ramah, faktual, dan sesuai kewenangan terhadap pertanyaan maupun keluhan warga; elemen *sharing* didorong melalui kemasan visual dan infografis yang mudah diteruskan warga; sementara elemen *reputation* dipantau secara sistematis melalui pola umpan balik publik. Ketika pertanyaan berulang warga segera direspons dengan pembuatan konten edukasi baru, siklus komunikasi digital kelurahan berfungsi sebagai mekanisme perbaikan pelayanan yang adaptif.

Secara keseluruhan, rangkaian kegiatan PKM ini menghasilkan luaran praktis berupa buku panduan *digital storytelling* untuk komunikasi kelurahan, matriks enam pilar narasi, lembar kerja *story canvas*, *story bank*, kalender editorial empat minggu, prototipe konten layanan publik, serta pedoman tata kelola dan evaluasi reputasi digital. Sinergi antara kerangka konseptual *corporate communication* dan praktik *digital storytelling* berbasis gawai terbukti relevan untuk memperkuat kapasitas komunikasi aparatur pemerintahan lokal. Model pemberdayaan ini tidak hanya meningkatkan kesiapan perangkat Kelurahan Keranggan dalam mengelola informasi publik secara mandiri dan berkelanjutan, tetapi juga menjadi fondasi strategis dalam membangun reputasi kelurahan sebagai institusi pelayanan yang informatif, transparan, responsif, dan dekat dengan masyarakat.



Gambar 2. Pemberian Plakat dari Universitas Pamulang ke Kelurahan Keranggan

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Kelurahan Keranggan, Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan, menjawab kebutuhan penguatan komunikasi publik pemerintah lokal melalui pemberdayaan perangkat kelurahan berbasis *corporate communication* dan *digital communication*. Pertama, kapasitas perangkat kelurahan dalam menyampaikan informasi publik secara efektif, akurat, dan mudah dipahami meningkat melalui pemetaan kebutuhan informasi (*story mining*), penyederhanaan pesan administratif menjadi narasi layanan yang komunikatif, serta pemahaman etika publikasi instansi pemerintah sesuai Peraturan Menteri PANRB Nomor 83 Tahun 2012 dan Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018. Pendekatan partisipatif ini menggeser pola penyampaian informasi yang semula bersifat pengumuman formal dan insidental menjadi komunikasi pelayanan yang terencana, faktual, dan berorientasi pada kebutuhan warga. Kedua, penerapan *digital storytelling* terbukti relevan untuk mengemas informasi layanan administrasi, pembangunan wilayah, pemberdayaan, dan gotong royong menjadi konten yang lebih menarik, humanis, dan dekat dengan pengalaman masyarakat. Melalui penyusunan narasi payung yang diturunkan ke dalam enam pilar cerita (*Layanan untuk Warga*, *Program dan Pembangunan*, *Warga Berdaya*, *Lingkungan dan Gotong Royong*, *Informasi yang Perlu Diketahui*, dan *Cerita dari Keranggan*), perangkat kelurahan memiliki panduan konsisten dalam menjaga identitas komunikasi institusi. Praktik produksi konten berbasis gawai dengan alur *Story Canvas*, *Content Prototype*, *Feedback*, *Revisi*, hingga *Konten Final* yang diikuti teknik adaptasi lintas platform ke dalam format video vertikal, *carousel* atau infografis edukatif, serta pesan ringkas grup WhatsApp mampu memperluas keterjangkauan pesan, meningkatkan pemahaman serta keterlibatan warga, dan memperkuat reputasi Kelurahan Keranggan sebagai institusi pelayanan yang informatif, transparan, dan responsif.

Ketiga, keberlanjutan praktik komunikasi digital di Kelurahan Keranggan ditopang oleh terbentuknya tata kelola sederhana yang mencakup pembagian peran (sumber informasi, penulis naskah, dokumentasi visual, editor, verifikator, pengunggah, dan pemantau respons), kalender editorial empat minggu, serta instrumen pemantauan respons publik melalui indikator konsistensi unggahan, jangkauan, komentar, pesan masuk, pertanyaan berulang, dan tingkat berbagi konten. Rangkaian kegiatan ini menghasilkan luaran praktis berupa buku panduan *digital storytelling* untuk komunikasi kelurahan, matriks pilar narasi, *story canvas*, kalender konten, dan prototipe konten layanan publik. Sebagai tindak lanjut, perangkat Kelurahan Keranggan disarankan untuk menjalankan kalender editorial dan mekanisme verifikasi informasi secara konsisten serta memanfaatkan catatan pertanyaan

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Yayasan Sasmita Jaya atas dukungan pendanaan melalui skema Dana Kegiatan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun Akademik 2026/2027 sehingga program ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang serta pimpinan Fakultas Komunikasi dan Desain, Program Studi

Ilmu Komunikasi, atas fasilitasi, arahan, dan dukungan akademik selama persiapan hingga pelaporan kegiatan. Penghargaan dan apresiasi yang tulus turut disampaikan kepada Lurah beserta seluruh perangkat Kelurahan Keranggan, Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan, atas kesediaan menjadi mitra pelaksana, keterbukaan dalam proses pemetaan kebutuhan komunikasi, serta partisipasi aktif selama sesi pelatihan, *workshop* produksi konten, dan pendampingan tata kelola komunikasi digital berlangsung.

REFERENSI

Cornelissen, J. (2020). Corporate communication: A guide to theory and practice (6th ed.). SAGE Publications.

Hardiyansyah. (2015). Komunikasi pelayanan publik: Konsep dan aplikasi. Gava Media.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 53(1), 59–68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia. (2012). Peraturan Menteri PANRB Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah.

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. Business Horizons, 54(3), 241–251. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005

Kriyantono, R. (2016). Public relations writing: Teknik produksi media public relations dan publisitas korporat (Edisi ke-2). Kencana.

Moin, S. M. A. (2020). Brand storytelling in the digital age: Theories, practice and application. Palgrave Macmillan.

Nasrullah, R. (2017). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Simbiosa Rekatama Media.

Pemerintah Kota Tangerang Selatan. (2012). Peraturan Daerah Kota Tangerang Selatan Nomor 10 Tahun 2012 tentang Perubahan Status 5 (Lima) Desa Menjadi Kelurahan.

Pemerintah Kota Tangerang Selatan. (2026, 9 Juli). Kampung Kota Keranggan ditata, Pemkot Tangsel bangun jalan, drainase, hingga PJU. Portal Berita Kota Tangerang Selatan.

Pemerintah Republik Indonesia. (2018). Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik.

Wijayaningrum, M. C. W., & Fitriana, Y. N. (2026). Digital corporate communication: Optimalisasi media sosial untuk promosi kesehatan Posyandu Anggrek Lagoon. KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 6(2), 120–127.

Copyright and License

This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

© 2026 Fitriana, Y. N.. et.,al

Published by LP2M of IAIN Syekh Nurjati Cirebon