

PENGUATAN *DIGITAL BRANDING* DESA CISAMPIH MELALUI OPTIMALISASI PLATFORM *LINKTREE* TERINTEGRASI MEDIA SOSIAL

Anggun Aqilah¹, Pina Permata Pratiwi², Yuki Destriansyah³, Sopyan Herdiansyah⁴, dan Didin Budiman⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Pendidikan Indonesia

¹Program Studi Industri Pariwisata, ²Program Studi Keperawatan, ^{3,4,5}Program Studi PGSD Penjas
e-mail: aqlhanggun.84@upi.edu

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat digital branding Desa Cisamphi melalui optimalisasi platform Linktree yang terintegrasi dengan media sosial desa. Permasalahan yang dihadapi adalah informasi desa yang masih tersebar pada berbagai platform digital sehingga masyarakat mengalami kesulitan mengakses informasi secara terpusat dan identitas digital desa belum terbentuk secara konsisten. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif melalui pendampingan dan capacity building yang dilaksanakan dalam lima tahapan, yaitu persiapan, seleksi dan eliminasi informasi, pembuatan serta integrasi Linktree, penyusunan buku panduan pengkaderan, dan serah terima kepada perangkat desa. Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan wawancara semi-terstruktur terhadap perangkat desa untuk mengukur perubahan tata kelola informasi, dampak sosial budaya, dan dampak ekonomi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa platform Linktree berhasil mengintegrasikan berbagai kanal informasi desa dalam satu pintu akses digital, mempermudah penyebaran informasi publik, memperkuat identitas digital Desa Cisamphi, serta mendukung promosi potensi wisata dan produk UMKM. Penyusunan buku panduan pengkaderan turut meningkatkan kesiapan perangkat desa dalam mengelola platform secara mandiri sehingga keberlanjutan program lebih terjamin. Dengan demikian, optimalisasi Linktree menjadi alternatif yang efektif dalam mendukung penguatan digital branding desa berbasis teknologi informasi.

Kata kunci: Digital branding, Linktree, media sosial, Desa Cisamphi, pengabdian masyarakat

Abstract

This community service program aimed to strengthen the digital branding of Cisamphi Village by optimizing a Linktree platform integrated with the village's social media channels. The program addressed the problem of fragmented digital information, which made it difficult for the public to access village information efficiently and limited the development of a consistent digital identity. A descriptive qualitative approach was applied through mentoring and capacity-building activities consisting of five stages: preparation, information selection, Linktree development and integration, preparation of a user guide, and handover to the village administration. The program was evaluated through semi-structured interviews with village officials to assess improvements in information management and its social, cultural, and economic impacts. The findings show that the Linktree platform successfully integrated the village's digital information into a single access point, making public information more accessible while strengthening the village's digital identity. It also supported the promotion of local tourism and MSME products. Furthermore, the user guide improved the capacity of village administrators to manage the platform independently, contributing to the sustainability of the program. These findings demonstrate that Linktree can serve as an effective and practical tool for strengthening village digital branding.

Keywords: Digital branding, Linktree, social media integration, village information, community service

1. PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan dalam berbagai aspek penyelenggaraan pemerintahan, termasuk pada tingkat Desa. Tren adopsi transformasi digital telah menjadi pendorong utama dalam perubahan yang signifikan dalam tata kelola pemerintahan di berbagai negara [1]. Pemanfaatan media digital (khususnya *website*) dapat menyampaikan informasi terkait potensi unggulan, keunikan, dan ciri khas dengan identitas yang kuat, sehingga mampu meningkatkan citra sekaligus reputasi agar lebih dikenal masyarakat luas [2]. Digital Branding Desa menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan pemerintah Desa untuk memperkenalkan Potensi wilayah, meningkatkan Transparansi

Informasi, memperkuat komunikasi dengan masyarakat, serta mendukung pengembangan ekonomi lokal. Melalui pengelolaan media digital yang terencana dan terintegrasi menjadi kebutuhan penting agar informasi desa dapat diakses secara mudah, cepat, dan akurat oleh masyarakat maupun pihak eksternal.

Desa yang memiliki Upaya digitalisasi salah satunya adalah Desa Cisampih yang juga merupakan salah satu Desa di Kecamatan Jatgede, Kabupaten Sumedang dengan luas Wilayah mencapai 889 Hektare yang terbagi ke dalam tiga Dusun, enam rukun warga (RW), dan dua puluh Rukun tetangga (RT). Berdasarkan data profil desa tahun 2024, Desa Cisampih memiliki Jumlah penduduk sebanyak 2.683 Jiwa yang tersebar dalam 1.054 kepala keluarga. Sebagian besar masyarakat bermata pencaharian pada sektor pertanian, perkebunan, peternakan, serta usaha mikro berbasis hasil pertanian, selain itu, Desa Cisampih Juga memiliki Potensi wisata alam berupa Cagar Alam Gunung Jagat, Hutan Pinus Gunung Buluh, dan Hutan Pinus Panenjoan, serta potensi wisata budaya dan sejarah seperti Situs Gunung Puseur (Aji Wangkelang), Batu Goong, Buyut Campak, dan berbagai tradisi budaya lokal yang masih di lestarikan masyarakat. Beragam potensi tersebut merupakan modal penting dalam mendukung pembangunan Desa berbasis Potensi lokal apabila didukung oleh strategi promosi dan penyebaran informasi yang efektif.

Desa Cisampih memiliki potensi yang beragam, namun pada pengelolaan Informasi digital di Desa Cisampih masih menghadapi beberapa kendala informasi mengenai kegiatan pemerintahan, pelayanan publik, promosi potensi desa, maupun aktivitas masyarakat yang telah dipublikasikan melalui berbagai media sosial seperti Instagram, Whatsapp, dan TikTok. Terbukti dengan adanya sumber yang menyatakan bahwa desa di Jawa Barat sebenarnya memiliki sumber daya alam yang unggul, tetapi banyak diantaranya yang belum memiliki merek yang kuat dan promosi yang efektif [3]. Namun, setiap platform masih dikelola secara terpisah sehingga informasi tersebar pada berbagai platform yang berbeda. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat harus mencari informasi melalui beberapa media secara terpisah, sementara masyarakat di luar Desa Cisampih maupun calon wisatawan mengalami kesulitan memperoleh gambaran utuh mengenai Desa Cisampih. Di sisi lain, belum terdapatnya satu pusat akses Informasi Digital yang juga menyebabkan Identitas Digital Desa yang belum terbentuk secara konsisten sehingga upaya digital branding belum berjalan secara optimal. Dengan adanya platform yang tepat, tim pengelola dapat secara mandiri memelihara dan memperbarui konten, dan menjadikannya alat yang berharga dalam upaya pembuatan citra desa secara *online* [4].

Berbagai upaya telah dilakukan untuk meningkatkan pemanfaatan media digital dalam pengembangan desa, diantaranya melalui optimalisasi media sosial, pengembangan website desa, dan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola informasi digital. Namun, penggunaan berbagai platform tanpa adanya integrasi seringkali menyebabkan informasi tidak tersampaikan secara efektif kepada masyarakat. Pengembangan website desa diperlukan untuk dapat mengintegrasikan berbagai aspek desa agar dapat diakses secara mudah oleh seluruh lapisan masyarakat [5]. Oleh karena itu, diperlukannya suatu media yang mampu menghubungkan seluruh kanal informasi desa dalam satu pintu akses sehingga masyarakat dapat memperoleh informasi secara mudah dan efisien. Salah satu alternatif yang dapat diterapkan adalah optimalisasi platform linktree sebagai *micro-landing page* yang berfungsi mengintegrasikan seluruh media sosial, layanan administrasi, kontak resmi, serta berbagai informasi penting Desa Cisampih ke dalam satu tautan, melalui konsep tersebut, masyarakat tidak perlu lagi berpindah dari satu platform ke platform lainnya untuk memperoleh informasi, sementara pemerintah Desa dapat mengelola identitas digital secara lebih terstruktur, konsisten, dan mudah untuk diperbarui. Strategi digitalisasi ini memungkinkan potensi desa dengan cepat dikenal secara luas [2].

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat digital branding Desa Cisampih melalui Optimalisasi Platform Linktree yang terintegrasi dengan media sosial desa. Penerapan strategi *digital branding* ini sejalan dengan temuan bahwa langkah tersebut efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya Tarik potensi sebuah desa [6]. Sasaran kegiatan ini adalah perangkat desa serta pengelola informasi Desa yang melibatkan unsur Karang Taruna sebagai mitra dalam pengelolaan media digital. Kegiatan difokuskan pada peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra dalam mengintegrasikan

seluruh kanal informasi digital ke dalam satu media yang mudah di akses oleh masyarakat. Dengan tersedianya pusat informasi digital yang terintegrasi, diharapkan akses masyarakat terhadap informasi dan layanan desa menjadi lebih efektif, identitas digital Desa Cisampih semakin kuat, serta promosi potensi desa dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas sehingga dapat mendukung pengembangan Desa secara berkelanjutan.

2. METODE

Berdasarkan pengambilan data di lapangan serta memperhatikan kebutuhan dari pihak Desa Cisampih, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan Deskriptif Kualitatif. Pendekatan kualitatif dilakukan untuk mengeksplorasi penerapan digital branding pada produk UMKM. Dengan melalui metode pendampingan dan *capacity Building*, peserta kader diajarkan langsung cara pemanfaatan platform digital [7]. Pelaksanaan kegiatan terbagi menjadi 5 tahapan utama meliputi:

1) Tahap Persiapan

Melakukan survei serta koordinasi dengan pihak desa, selain itu melakukan pengumpulan data data potensi desa yang belum terintegrasi.

2) Tahap Seleksi dan Eliminasi

Proses pemilahan dan penyaringan Informasi agar tautan yang dimasukkan ke dalam platform relevan, dan akurat.

3) Tahap Pembuatan Bahan dan Integrasi Link

Penyusunan elemen visual linktree serta pembuatan platform linktree sebagai *Micro Landing page* yang mengintegrasikan seluruh media social dan kontak layanan Desa Cisampih Dalam satu pintu akses.

4) Tahap penyusunan Buku Panduan pengkaderan

Melakukan penyusunan Modul operasional Standar (SOP) sebagai instrument Transfer pengetahuan untuk pengelola admin Desa di masa mendatang

5) Tahap Serah Terima

Penyerahan akses platform Linktree beserta Modul Panduan Pengkaderan Program Kerja secara resmi kepada perangkat desa terkait.

Untuk mengukur ketercapaian atau keberhasilan Program kerja *Linktree* ini, alat ukur yang digunakan berupa wawancara semiterstruktur yang dilakukan Bersama pihak aparat Desa Cisampih sebelum, saat dan setelah proses pembuatan *Linktree* dilakukan. Hal ini berguna Untuk melihat efektivitas link dalam memperluas Jangkauan Pasar dan mengubah persepsi merek [8]. Untuk memastikan bahwa tahapan tersebut dilakukan, maka dilengkapi dengan pengukuran tiga aspek ketercapaian pada tabel berikut:

Tabel 1. Indikator dan Kriteria ketercapaian

Indikator ketercapaian	Temuan wawancara semi-terstruktur	Kriteria keberhasilan
Perubahan sikap dan tata Kelola informasi	Perangkat desa menyatakan bahwa buku panduan pengkaderan mudah dipahami dan membantu kesiapan mereka dalam mengoperasikan platform Linktree secara mandiri.	Pihak admin desa menyatakan buku panduan mudah dipahami, memberikan respons positif, dan siap mempertimbangkannya untuk dipergunakan di kemudian hari.

Indikator ketercapaian	Temuan wawancara semi-terstruktur	Kriteria keberhasilan
Dampak Sosial dan Budaya	Perangkat desa menyampaikan bahwa keberadaan Linktree yang aktif dan terintegrasi memudahkan penataan informasi publik, termasuk potensi wisata dan tradisi lokal, dalam satu tautan terpadu.	Tervalidasi platform Linktree yang aktif, terintegrasi, serta telah disetujui oleh pihak perangkat Desa.
Dampak Ekonomi	Perangkat desa mengonfirmasi bahwa katalog produk UMKM dan informasi destinasi wisata telah terwadahi rapi dalam satu pintu akses digital resmi.	Perangkat desa mengonfirmasi bahwa produk UMKM dan destinasi wisata telah terwadahi dengan rapi dalam pintu akses digital resmi.

Tingkat ketercapaian kegiatan di analisis secara kualitatif deskriptif dengan mengompilasi transkrip dan catatan wawancara semi-terstruktur dari perangkat desa, kemudian di sajikan secara naratif untuk menggambarkan efektifitas hasil penyerahan platform dan instrument panduan bagi peningkatan digital branding Desa Cisampih.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kerja pembuatan Linktree ini memiliki berbagai tahap selama masa pembuatannya yang meliputi, tahap persiapan, tahap pembuatan bahan dan integrasi link, tahap seleksi dan eliminasi, tahap penyusunan Modul pengkaderan program kerja dan terakhir adalah tahap serah terima.

Tahap Persiapan

Adapun Tahap persiapan diawali dengan survei lapangan dan koordinasi awal bersama perangkat Desa Cisampih. Kegiatan ini bertujuan untuk memahami kondisi eksisting pengelolaan informasi desa sekaligus menghimpun data potensi desa yang selama ini belum terintegrasi. Hasil survei menunjukkan bahwa Desa Cisampih telah memiliki akun media sosial resmi berupa Instagram yang aktif memublikasikan kegiatan pemerintahan, pelayanan publik, dan aktivitas masyarakat, tetapi setiap kanal dikelola secara terpisah sehingga informasi tersebar dan tidak saling terhubung. Sejalan dengan tahap pendataan potensi yang dikemukakan Kusumaningrum dkk. (2026)[9] . kegiatan pendataan pada tahap ini turut menghimpun profil desa, sejarah desa, data spasial wilayah, serta dokumentasi produk unggulan masyarakat.



Gambar 1. Kegiatan survei dan koordinasi pada Tahap Persiapan bersama perangkat Desa Cisampih

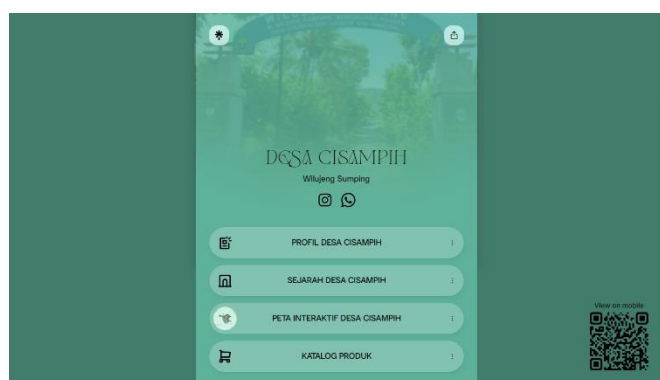
Tahap Seleksi dan Eliminasi

Tahap kedua merupakan proses pemilahan dan penyaringan terhadap data dan informasi yang telah dihimpun pada tahap persiapan, dengan tujuan memastikan bahwa hanya tautan dan konten yang relevan, akurat, dan representatif yang dimasukkan ke dalam platform digital. Proses seleksi dilakukan melalui diskusi bersama perangkat desa, masyarakat dan karang taruna untuk memverifikasi keakuratan data profil desa, sejarah desa, peta wilayah, serta katalog produk unggulan. Hasil dari tahap ini adalah tersusunnya empat kategori tautan prioritas yang telah terverifikasi, yaitu Profil Desa, Sejarah Desa, Peta Interaktif, dan Katalog Produk. Proses seleksi dan verifikasi materi konten ini sejalan dengan pandangan Harmini dkk. (2025)[8] yang menekankan bahwa kelengkapan dan keakuratan materi pada tahap penyiapan konten turut menentukan keberhasilan digitalisasi pemasaran pada kegiatan pengabdian masyarakat. Luaran tahap ini berupa daftar final materi dan tautan terverifikasi yang siap diproses lebih lanjut pada tahap pembuatan bahan dan integrasi link.

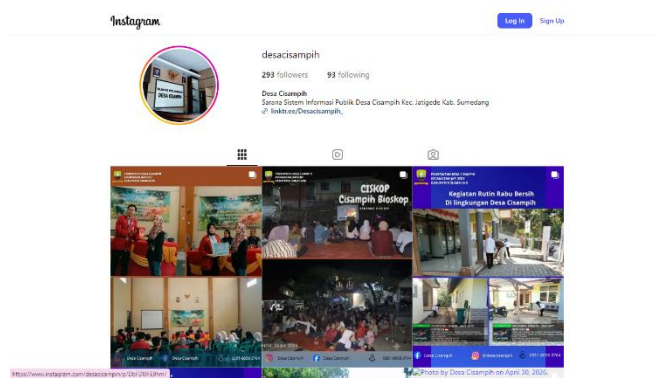
Tahap Pembuatan Bahan dan Integrasi Link

Berdasarkan daftar materi yang telah diseleksi, tim pelaksana menyusun elemen visual platform berupa foto profil dan deskripsi singkat “Wilujeng Sumping” yang mencerminkan karakter lokal desa, kemudian membuat akun Linktree resmi Desa Cisampih dengan nama pengguna https://linktr.ee/Desacisampih_. Platform tersebut dilengkapi dengan empat tautan prioritas hasil tahap seleksi, yaitu Profil Desa, Sejarah Desa, Peta Interaktif, dan Katalog Produk. Efektivitas platform link-in-bio semacam ini sejalan dengan temuan Islam (2025)[10], yang melaporkan bahwa pembuatan Linktree pada pelaku usaha mikro mempermudah konsumen mengakses berbagai tautan sekaligus dalam satu tampilan yang ringkas.

Pada tahap yang sama, akun Instagram resmi desa yang telah ditetapkan pada tahap seleksi diintegrasikan ke dalam Linktree sehingga masyarakat cukup mengunjungi satu tautan untuk terhubung ke seluruh kanal komunikasi dan promosi desa. Konsistensi pengelolaan konten lintas platform semacam ini, sebagaimana ditegaskan Virgiawan dkk. (2026)[11], memperkuat identitas digital serta minat masyarakat terhadap objek yang dipromosikan. Luaran dari tahap ini adalah platform Linktree resmi Desa Cisampih yang aktif dan berfungsi sebagai *micro-landing page* yang mengintegrasikan seluruh kanal informasi dan media sosial desa dalam satu pintu akses digital.



Gambar 2. Tampilan platform Linktree Desa Cisampih setelah proses pembuatan dan integrasi link



Gambar 3. Integrasi akun Instagram resmi Desa Cisampih

Tahap Penyusunan Buku Panduan Pengkaderan

Tahap keempat penyusunan buku panduan melibatkan uji coba bersama perangkat desa, kader, PKK, dan karang taruna untuk memastikan bahasa dan sistematika panduan mudah dipahami oleh pengelola dengan latar belakang teknis yang beragam. Pendekatan partisipatif dalam penyusunan buku panduan ini sejalan dengan Wadly dkk. (2025)[12], yang menemukan bahwa pelatihan digital marketing yang melibatkan pelaku usaha secara langsung meningkatkan pemahaman peserta akan pentingnya strategi digital dalam memperluas jangkauan pasar.

Tahap Serah Terima

Tahap terakhir merupakan penyerahan akses platform Linktree beserta buku panduan pengkaderan program kerja secara resmi kepada perangkat Desa Cisampih. Serah terima ini menandai beralihnya tanggung jawab pengelolaan platform digital dari tim pelaksana kepada pihak desa, sehingga perangkat desa, kader, dan karang taruna yang telah dibekali buku panduan pengkaderan dapat melanjutkan pembaruan tautan dan konten secara mandiri. Luaran dari tahap ini adalah diterimanya secara resmi platform Linktree yang aktif beserta buku panduan pengkaderan oleh perangkat Desa Cisampih sebagai bentuk keberlanjutan program penguatan digital branding desa.

Pembahasan

Ketercapaian program diukur melalui wawancara semi-terstruktur yang dilakukan bersama perangkat Desa Cisampih pada sebelum, saat, dan setelah proses pelaksanaan kegiatan, sebagaimana dijelaskan pada bagian Metode. Evaluasi ini mencakup tiga indikator, yaitu perubahan sikap dan tata kelola informasi, dampak sosial dan budaya, serta dampak ekonomi. Pada Tabel 1 sebelumnya merangkum temuan kualitatif dari wawancara semi-terstruktur tersebut. Berdasarkan indikator ketercapaian yang telah dirancang pada Tabel 1, hasil evaluasi menunjukkan dampak positif pada tiga aspek utama. Pada aspek perubahan sikap dan tata kelola informasi, perangkat desa mengonfirmasi bahwa buku panduan pengkaderan mudah dipahami dan sangat membantu kesiapan mereka dalam mengoperasikan *Linktree* secara mandiri. Adapun pada dampak sosial dan budaya, keberadaan *Linktree* terbukti mempermudah penataan informasi publik dan potensi lokal dalam satu pintu. Sementara dari dampak ekonomi, katalog produk UMKM dan destinasi wisata kini telah terwadahi dengan rapi dan terstruktur.

Ketiga indikator tersebut dianalisis secara kualitatif deskriptif dengan mengompilasi transkrip dan catatan wawancara semi-terstruktur dari perangkat desa, kemudian disajikan secara naratif untuk menggambarkan efektivitas hasil penyerahan platform dan instrumen panduan bagi peningkatan digital branding Desa Cisampih.

Kontribusi Tahapan Pelaksanaan terhadap Penguatan Digital Branding Desa

Rangkaian tahapan pelaksanaan kegiatan menunjukkan keterkaitan yang runtut dalam menjawab permasalahan yang diangkat pada bagian Pendahuluan, yaitu tersebarnya informasi desa pada berbagai platform yang tidak saling terhubung serta belum terbentuknya identitas digital desa secara konsisten. Tahap persiapan dan tahap seleksi dan eliminasi berperan dalam mengonsolidasikan serta memverifikasi data potensi desa yang sebelumnya tersebar, sehingga hanya informasi yang akurat dan relevan yang diteruskan ke tahap pembuatan bahan dan integrasi link. Pada tahap tersebut, seluruh kanal informasi dan media sosial resmi desa disatukan ke dalam satu titik akses digital, sejalan dengan konsep single point of access yang menjadi kebutuhan utama sebagaimana dirumuskan pada bagian Pendahuluan.

Sementara itu, tahap penyusunan buku panduan pengkaderan memberikan kontribusi pada aspek keberlanjutan, karena tidak hanya menghasilkan produk digital berupa Linktree, tetapi juga meningkatkan kapasitas perangkat desa dalam mengelola identitas digitalnya secara mandiri. Tahap serah terima menjadi penanda formal beralihnya tanggung jawab pengelolaan kepada pihak desa. Secara keseluruhan, kelima tahapan tersebut saling berkesinambungan dan mendukung tercapainya tujuan kegiatan, yaitu memperkuat digital branding Desa Cisampih melalui optimalisasi platform Linktree yang terintegrasi dengan media sosial desa

Ketercapaian Tujuan Kegiatan Berdasarkan Indikator Evaluasi

Temuan pada ketiga indikator evaluasi turut memperlihatkan ketercapaian tujuan kegiatan yang dirumuskan pada bagian Pendahuluan. Indikator perubahan sikap dan tata kelola informasi mengonfirmasi peningkatan kesiapan perangkat desa dalam mengelola identitas digital secara terstruktur dan konsisten, sejalan dengan tujuan kegiatan untuk memperkuat pemahaman dan keterampilan mitra dalam mengintegrasikan kanal informasi digital. Indikator dampak sosial dan budaya menunjukkan bahwa informasi publik serta potensi wisata dan tradisi lokal desa kini tersaji dalam satu tautan terpadu, yang mendukung tujuan meningkatkan transparansi informasi dan memperkuat komunikasi dengan masyarakat sebagaimana disebutkan pada Pendahuluan.

Adapun indikator dampak ekonomi memperlihatkan bahwa katalog produk UMKM dan informasi destinasi wisata telah tersedia dalam satu pintu akses resmi, yang berpotensi mendukung pengembangan ekonomi lokal, salah satu tujuan utama digital branding desa yang dikemukakan pada Pendahuluan. Tolok ukur ketercapaian ini konsisten dengan pandangan Harmini dkk. (2025)[8], yang menyatakan bahwa keberhasilan digitalisasi pemasaran pada kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat dari peningkatan kapabilitas mitra dalam mengoperasikan teknologi digital serta peningkatan kejelasan penyajian informasi kepada masyarakat.

Keunggulan dan Keterbatasan Luaran

Keunggulan utama luaran kegiatan ini terletak pada kombinasi antara produk digital berupa platform Linktree dan produk pengetahuan berupa buku panduan pengkaderan. Kemudahan pembuatan dan biaya yang relatif rendah pada platform Linktree memperkuat temuan Islam (2025)[10] bahwa pembuatan Linktree memudahkan masyarakat mengakses berbagai kanal usaha maupun lembaga hanya melalui satu tautan. Di sisi lain, keberadaan buku panduan pengkaderan memberikan nilai tambah berupa jaminan keberlanjutan pengelolaan yang tidak bergantung pada kehadiran tim pelaksana.

Meskipun demikian, luaran ini memiliki sejumlah keterbatasan, antara lain fitur kustomisasi visual pada versi gratis platform Linktree yang relatif terbatas, ketergantungan pada koneksi internet dan literasi digital pengelola, serta risiko konten menjadi tidak mutakhir apabila buku panduan pengkaderan tidak diterapkan secara konsisten oleh perangkat desa pascakegiatan.

Kendala dan Strategi Penanganan

Kendala yang ditemui selama pelaksanaan kegiatan antara lain terbatasnya literasi digital sebagian perangkat desa berusia lanjut, keterbatasan sinyal internet di beberapa titik wilayah

desa, serta belum terbiasanya masyarakat mendokumentasikan potensi desa secara digital pada tahap persiapan dan seleksi. Tim pelaksana mengatasi kendala tersebut melalui penyusunan buku panduan pengkaderan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, serta pelibatan kader muda desa sebagai agen digital (*digital champion*) yang membantu keberlanjutan pengelolaan Linktree pascaserah terima. Pendekatan ini sejalan dengan rekomendasi Wadly dkk. (2025)[12] bahwa pendampingan yang melibatkan pengelola secara langsung diperlukan agar masyarakat desa mampu beradaptasi dengan teknologi digital secara efektif.

Peluang Pengembangan Program ke Depan

Peluang pengembangan program pada masa mendatang meliputi peningkatan platform Linktree menjadi situs web desa resmi untuk memperluas kapasitas informasi dan fitur, integrasi katalog produk dengan kanal pemasaran digital guna mendukung UMKM lokal, penambahan fitur kode QR untuk mempermudah akses luring (offline), serta pembaruan berkala buku panduan pengkaderan berdasarkan masukan perangkat desa agar pengelolaan konten dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Arah pengembangan ini sejalan dengan Kusumaningrum dkk. (2026)[9], yang menyatakan bahwa optimalisasi media sosial secara berkelanjutan merupakan langkah strategis dalam mendukung perkembangan ekonomi dan kemandirian desa.

Implikasi bagi Masyarakat dan Pemerintah Desa

Dalam jangka pendek, kegiatan penguatan digital branding melalui optimalisasi Linktree menghadirkan akses informasi desa yang lebih terstruktur dan mudah dijangkau oleh masyarakat, wisatawan, maupun mitra kerja sama. Dalam jangka panjang, kegiatan ini berpotensi mendukung transparansi informasi pemerintahan desa, memperkuat identitas digital Desa Cisampih, serta membuka peluang pemasaran produk lokal secara lebih luas. Bagi pemerintah desa, keberadaan satu kanal digital resmi beserta buku panduan pengkaderan juga mempermudah koordinasi penyebaran informasi kepada warga maupun pihak eksternal, sehingga mendukung tata kelola desa yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi.

4. KESIMPULAN

Penguatan digital branding Desa Cisampih melalui optimalisasi platform Linktree berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu mengintegrasikan berbagai kanal informasi desa ke dalam satu pintu akses digital yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Platform Linktree yang dikembangkan mampu meningkatkan efektivitas penyebaran informasi publik, memperkuat identitas digital desa, serta mendukung promosi potensi wisata dan produk UMKM. Keunggulan program ini terletak pada kombinasi antara luaran berupa platform digital dan buku panduan pengkaderan yang mendukung keberlanjutan pengelolaan secara mandiri oleh perangkat desa. Meskipun demikian, program masih memiliki keterbatasan, antara lain bergantung pada literasi digital pengelola, ketersediaan jaringan internet, serta keterbatasan fitur pada versi gratis platform Linktree. Oleh karena itu, pengembangan selanjutnya dapat diarahkan pada integrasi dengan website resmi desa, peningkatan fitur layanan digital, pembaruan konten secara berkala, serta penguatan kapasitas sumber daya manusia agar pengelolaan identitas digital desa dapat berlangsung secara berkelanjutan dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memfasilitasi pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tahun 2026. Ucapan terima kasih juga di sampaikan kepada pemerintah Desa Cisampih, Kecamatan Jatigede, Kabupaten Sumedang, beserta seluruh perangkat Desa Cisampih, Karang Taruna, PKK, dan Masyarakat Desa Cisampih atas kerja sama, dukungan, serta partisipasi aktif selama pelaksanaan program penguatan digital

branding desa melalui optimalisasi Platform Linktree. Apresiasi ini turut disampaikan kepada Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) serta seluruh anggota KKN yang telah berkontribusi dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga penyelesaian kegiatan pengabdian ini sehingga program dapat terlaksana dengan baik dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. Karinda, A. Kede, G. L. Septiana, L. Ode, S. Jayalangi, and S. Sibay, "Integrasi Komunikasi Pemerintahan Digital Melalui Situs Web Resmi : Studi Kasus di Desa Tontouan , Kecamatan Luwuk," vol. 05, no. 02, pp. 1–13, 2024.
- [2] A. Kusumawati, A. N. Salsabilla, N. Salma, and P. Iswantoro, "SOSIALISASI LITERASI DIGITAL DAN VILLAGE BRANDING," vol. 8, no. 4, pp. 5–8, 2024.
- [3] M. I. Kurnia, U. Bakti, and T. Husada, "Challenges and Solutions for Village Branding in West Java," vol. 5, pp. 142–150, 2024.
- [4] J. Kristiyono *et al.*, "Digital Village Governance Programme Gisik Cemandi Sidoarjo East Java through Digital Visual Branding 591) Digital Village Governance Programme Gisik Cemandi Sidoarjo East Java through Digital Visual Branding , Kristiyono , J ., Prasetyo , D ., Rahmawati , A . A ., Kristama , B . Y .," vol. 5, no. 2, pp. 590–600, 2024.
- [5] D. A. Esfandari and R. Haquq, "DIGITALISASI BRANDING DESA NGLINGGI MELALUI PELATIHAN PENGELOLAAN WEBSITE DAN SOSIAL MEDIA," no. 3, pp. 231–235, 2023.
- [6] G. A. Amodia, S. Rizkyanto, H. Salsabila, and T. A. Laksana, "Digital Visual Branding : Membangun Tata Kelola Manajemen Digital Branding Desa Gisik Cemandi," vol. 4, no. 2, pp. 143–151, 2024.
- [7] C. Services, "Ijecs 1," vol. 5, no. 2, pp. 166–174, 2024.
- [8] J. Pengabdian, M. Informatika, T. Harmini, N. S. Puspitasari, and L. Rusli, "Pengabdian kepada Masyarakat dalam Digitalisasi Pemasaran : Implementasi Website untuk Meningkatkan Digital Branding," vol. 5, no. 2, pp. 79–87, 2025, doi: 10.59395/abdiformatika.v5i2.277.
- [9] D. Kusumaningrum, F. T. Alfina, and S. N. Anggraeni, "Optimalisasi Digitalisasi Media Sosial sebagai Strategi Promosi Wisata Desa Senggreng," vol. 9, no. 1, pp. 68–76, 2026.
- [10] A. Jl, C. No, K. Lowokwaru, K. Malang, and J. Timur, "Sosialisasi Digital Marketing Serta Pembuatan Linktree dan Instagram Guna Meningkatkan Penjualan di UMKM Kopi Mbah Bongso Digital Marketing Socialization and Creation of Linktree and Instagram to Increase Sales at MSME Kopi Mbah Bongso Aisyah Dwi Aulia Islami satu pilihan dalam pekerjaan mereka , yaitu sebagai petani kopi . Mereka melihat bahwa kopi," no. 1, 2025.
- [11] J. M. Virgiawan *et al.*, "Penguatan Digital Branding UMKM Melalui Pengelolaan Konten Media Sosial (Studi Pengabdian pada Gepek Bowtie Syahril dan Pentol Es Gudir Dharmahusada)," vol. 2, no. 4, pp. 6979–6990, 2026.
- [12] F. Wadly, H. Kurniawan, A. Akbar, M. Muttaqin, and D. Nasution, "Pelatihan Media Sosial untuk Pemasaran UMKM dengan Digital Marketing di Desa Kota Pari," vol. 4, no. 1, pp. 200–206, 2025.