

Implementasi Program RT Digital Mandiri dalam Peningkatan *Branding* Sosial dan Integrasi Data Perangkat RT

Nur Jagad Muhammad¹, Ruri Fadhilah Kurniati^{2*}, Mochamad Atok Priwahyudi¹, Naswa Ika Febrianty¹, Elfi Haniatul Mafiroh¹, Rachmawati Fidia Cahyani Sugistin¹, Irfan Ardianto³, Muchammad Evan Ali⁴, Fara Aulia Bening Rahmadhanti²

¹Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia;

²Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia;

³Program Studi Teknik Industri, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia;

⁴Program Studi Sistem Informasi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia.

Abstrak

Era digital menuntut perangkat Rukun Tetangga (RT) untuk mengoptimalkan pelayanan publik melalui teknologi informasi, baik dalam membangun citra positif (*branding* sosial) maupun mengintegrasikan data warga secara sistematis. Di RT 30 RW 10 Desa Jumputrejo, pengelolaan media sosial sebelumnya belum konsisten dan data administrasi warga masih tersebar di berbagai dokumen. Untuk menjawab tantangan tersebut, Program “RT Digital Mandiri” dilaksanakan dengan metode ABCD (*Asset-Based Community Development*), yang meliputi identifikasi aset, mobilisasi aset, membangun hubungan, serta pemberdayaan komunitas. Program ini memanfaatkan Google Spreadsheet sebagai aplikasi database terintegrasi serta akun media sosial (Facebook dan Instagram) sebagai sarana *branding* sosial. Hasil pelaksanaan menunjukkan adanya peningkatan frekuensi unggahan media sosial dari tidak terjadwal menjadi minimal dua kali per minggu, terbentuknya identitas visual yang konsisten, serta tersusunnya basis data digital warga yang mempermudah pelayanan administratif. Program ini terbukti efektif memperkuat citra RT, meningkatkan akses informasi warga, dan dapat menjadi model replikasi digitalisasi pelayanan publik di tingkat RT.

Kata kunci

Branding sosial; Digitalisasi RT; Integrasi data; Media sosial

Abstract

The digital era demands that neighborhood associations (RT) optimize public services through information technology, both in building a positive image (social branding) and systematically integrating citizen data. In RT 30 RW 10, Jumputrejo Village, social media management was previously inconsistent, and resident administrative data was still scattered across various documents. To address these challenges, the “RT Digital Mandiri” program was implemented using the ABCD (Asset-Based Community Development) method, which includes asset identification, asset mobilization, relationship building, and community empowerment. This program utilizes Google Spreadsheet as an integrated database application and social media accounts (Facebook

Korespondensi
Ruri Fadhilah Kurniati
rurifadhilah.pbi@unusida.ac.id

and Instagram) as social branding tools. The implementation results showed an increase in the frequency of social media posts from unscheduled to a minimum of twice per week, the formation of a consistent visual identity, and the creation of a digital database of residents that facilitates administrative services. This program has proven effective in strengthening the RT's image, increasing citizen access to information, and can serve as a model for replication of digital public services at the RT level.

Keywords

Social branding; RT digitalization; Data integration; Social media

Pendahuluan

Transformasi digital pada tingkat pemerintahan mikro, seperti Rukun Tetangga (RT), bukan sekadar tren, tetapi menjadi kebutuhan strategis untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik, memperkuat tata kelola, dan mendorong partisipasi aktif warga. Perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial dan sistem manajemen data, membuka peluang bagi pemerintah lokal untuk membangun komunikasi yang efektif, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Media sosial telah terbukti menjadi instrumen penting dalam membangun citra positif (*social branding*) suatu wilayah. Menurut (Kotler, Keller and Chernev, 2021), branding yang kuat di tingkat komunitas dapat membentuk persepsi publik, menumbuhkan rasa memiliki (*sense of belonging*), serta memperluas jangkauan informasi. Pada konteks RT, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai kanal informasi, tetapi juga sebagai sarana interaksi sosial yang inklusif, memperkenalkan identitas RT, dan mempromosikan kegiatan warga.

Di sisi lain, integrasi data warga merupakan fondasi penting bagi pelayanan administratif yang efisien dan akurat. Data penduduk yang terkelola dengan baik di tingkat lokal dapat mempercepat proses layanan, mulai dari penerbitan surat keterangan, pendataan bantuan sosial, hingga penanggulangan darurat bencana. Pengelolaan data kependudukan secara terintegrasi melalui sistem digital dapat meningkatkan efisiensi pelayanan, memperluas keterbukaan informasi, serta mengurangi pengulangan pencatatan administrasi (Purbo Briyadi, Amirul Mustofah and Ika Devy Pramudiana, 2025).

Namun, di RT 30 RW 10 Desa Jumputrejo Sukodono, pemanfaatan media sosial oleh perangkat RT masih sporadis, dengan pembaruan konten yang tidak terjadwal dan kurang terstruktur. Akibatnya, informasi kegiatan RT sering tidak tersampaikan secara merata, dan partisipasi warga menurun. Selain itu, data administrasi warga tersebar di berbagai dokumen manual dan dokumen digital yang tidak terpusat, mengakibatkan keterlambatan pelayanan dan sulitnya analisis data secara cepat.

Digitalisasi administrasi pada tingkat komunitas dapat mempercepat proses pelayanan, meningkatkan efisiensi, serta memberikan fleksibilitas akses bagi masyarakat (Putri *et al.*, 2024). Branding sosial yang dilakukan secara konsisten melalui media digital dapat diarahkan untuk memperkuat identitas komunitas dan membangun kepercayaan publik. Selain itu, penyediaan kanal komunikasi digital yang interaktif dapat memudahkan pengurus menyampaikan informasi sekaligus menampung aspirasi warga secara lebih responsif.

Pengabdian masyarakat di Sidoarjo berupa posyandu remaja (Arfiansyah *et al.*, 2026) dan kampung asri (Natasya Ainul *et al.*, 2026) telah dilaksanakan. Namun, kegiatan pengabdian tentang Implementasi Program "RT Digital Mandiri" dalam Peningkatan Branding Sosial dan Integrasi Data Perangkat RT masih relatif terbatas. Berdasarkan kondisi tersebut, Program "RT Digital Mandiri" dirancang untuk menjawab dua tantangan utama: (1) mengoptimalkan branding sosial RT melalui pengelolaan media sosial yang profesional, konsisten, dan berbasis strategi konten; dan (2) membangun sistem integrasi data warga yang terpusat, aman, serta mudah diakses perangkat RT guna mendukung pelayanan publik yang cepat, transparan, dan akurat. Program ini menggabungkan pelatihan keterampilan digital, penguatan kapasitas sumber daya manusia, dan penerapan sistem manajemen data berbasis teknologi informasi, sehingga RT dapat bertransformasi menjadi pusat informasi dan pelayanan publik yang modern, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan warga.

Metode

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode *Asset-Based Community Development* (ABCD), yaitu pendekatan yang berfokus pada identifikasi dan pemanfaatan aset, potensi, serta kekuatan lokal untuk mendorong pemberdayaan dan perubahan masyarakat secara berkelanjutan (Wajdi *et al.*, 2024). Tahap pertama adalah identifikasi aset, yaitu pemetaan potensi yang ada di Desa Jumputrejo RT 30 RW 10. Aset yang berhasil diidentifikasi meliputi aset manusia berupa kompetensi perangkat RT dan warga muda yang memiliki pengetahuan dasar teknologi, aset fisik berupa perangkat komputer, smartphone, dan akses internet, aset sosial berupa jejaring kerjasama serta dukungan tokoh masyarakat, serta aset informasi berupa data kependudukan yang dapat diolah menjadi *database digital*.

Tahap kedua adalah mobilisasi aset, di mana aset-aset yang telah teridentifikasi kemudian digerakkan untuk mendukung pelaksanaan program. Warga yang memiliki keterampilan dasar digital dilibatkan sebagai pendamping, sedangkan perangkat RT difasilitasi dalam memanfaatkan perangkat yang tersedia untuk pembuatan akun media sosial dan pengelolaan database warga. Selanjutnya, tahap ketiga adalah membangun hubungan. Pada tahap ini, kolaborasi dengan perangkat RT dan warga diperkuat melalui kegiatan sosialisasi serta pelatihan. Keterlibatan aktif seluruh pihak mendorong tumbuhnya rasa memiliki dan tanggung jawab bersama terhadap keberlanjutan program digitalisasi.

Tahap terakhir adalah pemberdayaan komunitas, yang bertujuan membekali perangkat RT dengan keterampilan praktis agar mampu mengelola media sosial dan *database* secara mandiri. Melalui pelatihan manajemen media sosial, branding, dan pengelolaan database, perangkat RT memperoleh pengalaman langsung yang dapat diterapkan secara berkelanjutan. Hasil dari proses ini adalah terbentuknya sistem komunikasi *digital* dan *database* terintegrasi yang lebih efisien, transparan, dan mendukung pelayanan administrasi kepada warga.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

A. Hasil Observasi

1. Aktivitas *Branding* Sosial: Setelah pelaksanaan program, akun media sosial RT mulai dikelola secara rutin dengan pembaruan minimal dua kali seminggu. Konten yang diunggah meliputi informasi kegiatan RT, himbauan warga, dan dokumentasi acara. Sebelum program berjalan, pembaruan akun bersifat sporadis dan tidak terjadwal.
2. Ketersediaan Infrastruktur *Digital*: Profil RT beserta identitas visual (logo, *header* media sosial, dan template konten) telah dibuat. Infrastruktur pendukung seperti laptop dan koneksi internet tersedia di kantor RT untuk menunjang pengelolaan konten dan *database*.
3. Pengelolaan Data Warga: *Database* terintegrasi telah disusun dan mencakup informasi dasar seperti nama, alamat, nomor KTP, status keluarga, dan kontak. Data ini sebelumnya tersebar di berbagai catatan manual dan file terpisah, kini disatukan dalam satu sistem berbasis.

B. Hasil Wawancara

Berdasarkan wawancara dengan 15 warga dan seorang pengurus RT, sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1, diperoleh sejumlah temuan berikut:



Gambar 1. Wawancara Kebutuhan RT Digital

1. Pemahaman *Branding* Sosial: Mayoritas perangkat RT (90%) menyatakan bahwa mereka kini memahami pentingnya citra positif RT melalui media sosial. Warga mengakui informasi dari akun media sosial RT lebih cepat dan mudah diakses dibandingkan sebelumnya.
2. Kebiasaan dalam Pemanfaatan Media Digital: Perangkat RT lebih aktif mempublikasikan informasi setelah diberikan pelatihan, sedangkan warga mulai menggunakan kanal digital RT untuk menanyakan informasi dan menyampaikan aspirasi.
3. Kendala: Tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan waktu perangkat RT untuk konsisten membuat konten, serta keterbatasan literasi digital sebagian warga lansia yang belum terbiasa mengakses informasi daring.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, terlihat bahwa program “RT Digital Mandiri” telah mendorong perubahan positif dalam pengelolaan informasi dan pelayanan administratif di Desa Jumputrejo RT 30 RW 10. Pengelolaan media sosial yang lebih profesional meningkatkan citra RT di mata warga, sementara database terintegrasi mempermudah pelayanan seperti pembuatan surat keterangan dan pendataan bantuan sosial.

Kombinasi antara pelatihan digital, penyediaan infrastruktur, dan pendampingan pascapelatihan terbukti efektif dalam membangun kapasitas perangkat RT. Hal ini sejalan dengan penelitian Rustini et al. (2021) yang menyatakan bahwa pelatihan digital marketing pada komunitas lokal meningkatkan kemampuan mengelola informasi dan memperluas jangkauan komunikasi. Selain itu, hasil ini juga mendukung temuan Nugroho et al. (2021) bahwa integrasi data penduduk di tingkat lokal mempercepat pengambilan keputusan dan meningkatkan transparansi pelayanan publik.

Pembahasan

Hasil Pengabdian Masyarakat ini menunjukkan adanya kebutuhan yang signifikan untuk meningkatkan kapasitas perangkat RT dalam pengelolaan media sosial secara profesional dan integrasi data warga secara terpusat di RT 30 RW 10 Desa Jumputrejo Kecamatan Sukodono. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, beberapa aspek penting telah diidentifikasi sebagai landasan dalam merancang dan mengimplementasikan program “RT Digital Mandiri” yang efektif dan berkelanjutan.

A. Aktivitas Branding Sosial

Observasi di lapangan menunjukkan bahwa perangkat RT mulai memanfaatkan akun media sosial resmi sebagai sarana utama dalam menyampaikan informasi kepada warga. Pembaruan konten dilakukan secara terjadwal minimal dua kali seminggu, mencakup pengumuman kegiatan, dokumentasi acara, serta himbauan publik. Identitas visual yang konsisten—meliputi logo, warna, dan tipografi—membantu membangun citra profesional RT. Namun, ditemukan bahwa aktivitas unggahan cenderung menurun pada periode sibuk perangkat RT, sehingga diperlukan strategi penjadwalan konten agar kesinambungan informasi tetap terjaga.

B. Ketersediaan dan Akses Infrastruktur Digital

Perangkat RT telah memiliki sarana pendukung seperti laptop, koneksi internet stabil, serta perangkat lunak pengelolaan konten dan basis data. Infrastruktur ini ditempatkan di sekretariat RT sehingga mudah diakses untuk operasional harian. Namun, ketersediaan sumber daya manusia yang menguasai pengoperasian perangkat dan aplikasi digital masih terbatas, sehingga diperlukan pelatihan lanjutan.

C. Pengelolaan dan Pemanfaatan Database

Database warga yang sebelumnya tersebar di berbagai dokumen manual dan file terpisah kini telah diintegrasikan ke dalam satu sistem berbasis spreadsheet. Data mencakup identitas, alamat, status kependudukan, dan kontak yang tersusun rapi dan dapat diakses untuk berbagai kebutuhan administratif. Meskipun sistem ini telah berjalan, ditemukan bahwa pembaruan data belum dilakukan secara real-time, sehingga integritas data perlu dijaga melalui mekanisme pembaruan berkala.

D. Pemahaman dan Kebiasaan Pemilahan

Sebagian besar responden perangkat RT (90%) menunjukkan pemahaman yang baik terhadap pentingnya branding sosial dan pengelolaan data digital. Warga menyatakan bahwa penyebaran informasi melalui media sosial RT kini

lebih cepat, lengkap, dan mudah diakses dibandingkan sebelumnya. Kanal digital RT juga dimanfaatkan untuk menyampaikan aspirasi, melaporkan kejadian, dan mengakses dokumen layanan publik.

E. Desain dan Konsistensi Identitas Visual

Responden mengapresiasi desain identitas visual yang digunakan pada media sosial RT, termasuk logo resmi dan template konten yang konsisten. Identitas visual ini dinilai membantu warga mengenali informasi resmi RT di antara banjir informasi digital. Beberapa warga mengusulkan penambahan konten berbentuk video singkat atau infografis untuk meningkatkan keterlibatan audiens.

F. Media dan Bahasa Penyampaian Informasi

Informasi yang disampaikan melalui media sosial RT dinilai mudah dipahami, menggunakan bahasa yang komunikatif namun tetap formal. Meski demikian, sejumlah warga mengusulkan agar informasi penting juga tetap disampaikan melalui media offline seperti papan pengumuman atau brosur, untuk menjangkau warga yang belum aktif menggunakan media digital, khususnya kelompok lanjut usia.

Program ini sejalan dengan teori *community branding* yang dikemukakan oleh (Kotler, Keller and Chernev, 2021), yang menekankan bahwa identitas visual yang konsisten dan pesan komunikasi yang terarah menjadi kunci dalam membangun citra positif komunitas. Melalui pengelolaan media sosial yang terstruktur dan visual yang seragam, RT mampu menciptakan persepsi profesional dan kredibel di mata warga.

Selain itu, integrasi data warga yang dilakukan dalam program ini mendukung konsep *e-government* skala mikro (Indrayani, 2020). E-government di tingkat RT memfasilitasi pelayanan publik yang lebih cepat, transparan, dan berbasis data akurat, sehingga dapat memperkuat akuntabilitas serta partisipasi warga.

Limitasi

Kajian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbatas pada tingkat RT 30 RW 10 Desa Jumputrejo, Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo.

Kesimpulan

Program “RT Digital Mandiri” di Desa Jumputrejo RT 30 RW 10 Sukodono berhasil meningkatkan kapasitas perangkat RT dalam dua aspek utama: pengelolaan branding sosial dan integrasi data warga. Melalui pelatihan digital, pembuatan identitas visual yang konsisten, pengelolaan media sosial secara terjadwal, serta penyusunan basis data terpusat, pelayanan informasi menjadi lebih cepat, akurat, dan mudah diakses oleh warga. Perubahan positif terlihat dari meningkatnya frekuensi unggahan media sosial, tersusunnya *database* yang mempermudah pelayanan administratif, dan bertambahnya partisipasi warga dalam kanal komunikasi digital.

Keberhasilan program ini mendukung penerapan konsep *community branding* dan *e-government* skala mikro, sekaligus memberikan model replikasi bagi wilayah lain yang ingin mengadopsi digitalisasi pelayanan publik di tingkat RT. Untuk keberlanjutan, diperlukan pembaruan data secara berkala, penguatan literasi digital bagi seluruh perangkat RT, serta diversifikasi media komunikasi agar informasi dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, termasuk warga yang belum aktif secara digital.

Konflik Kepentingan

Tidak ada potensi konflik kepentingan yang relevan dengan artikel ini.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Jumputrejo, perangkat RT 30 RW 10, dan seluruh warga Desa Jumputrejo RT 30 RW 10 Sukodono atas kerjasamanya dan dukungan sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

- Arfiansyah, I.P. *et al.* (2026) 'Posyandu Remaja dalam Membangun Generasi Muda yang Sehat dan Produktif melalui Edukasi Pencegahan Hipertensi', *Nusantara Community Empowerment Review*, 4(1), pp. 88–93. Available at: <https://doi.org/10.55732/9zp7j345>.
- Indrayani, E. (2020) *E-Government: Konsep, Implementasi dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., Keller, K.L. and Chernev, A. (2021) *Marketing Management*. New York: Pearson.
- Natasya Ainul *et al.* (2026) 'Menjaga Keindahan Lingkungan dengan Kampung Asri sebagai Model Pemberdayaan Lingkungan', *Nusantara Community Empowerment Review*, 4(1), pp. 94–100. Available at: <https://doi.org/10.55732/tbmf8b39>.
- Purbo Briyadi, Amirul Mustofah and Ika Devy Pramudiana (2025) 'Smart Desa, Layanan Cerdas: Inovasi Digitalisasi Pelayanan Administrasi di Desa Sabrang, Klaten', *Jurnal Hukum, Administrasi Publik dan Negara*, 2(4), pp. 143–163. Available at: <https://doi.org/10.62383/hukum.v2i4.410>.
- Putri, F.L.S. *et al.* (2024) 'Pelayanan Publik Berbasis Online di Desa (Studi Pada Desa Permisan Kecamatan Jabon)', *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), pp. 10467–10481. Available at: <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.11141>.
- Wajdi, M.B.N. *et al.* (2024) 'Asset-Based Community Development: Leveraging Local Strengths for Empowering Communities: A Bibliographic Analysis', *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1). Available at: <https://doi.org/10.29062/engagement.v8i1.1784>.