

**STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL ADMIN FACEBOOK DESA ADAT SELAT  
DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI INFORMASI PUBLIK**

**Putu Raditya Dharma Putra<sup>1</sup>, Ketut Yuniati<sup>2</sup>, I Kadek Abdhi Yasa<sup>3</sup>**

Program Studi Ilmu Komunikasi Hindu, Fakultas Dharma Duta,

Institut Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan<sup>1,2,3</sup>

e-mail: [radityadharm826@gmail.com](mailto:radityadharm826@gmail.com)<sup>1</sup>, [ketutyuni6@gmail.com](mailto:ketutyuni6@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[ikadekabdhiyasa@gmail.com](mailto:ikadekabdhiyasa@gmail.com)<sup>3</sup>

Diterima: 28/9/2026; Direvisi: 5/9/2026; Diterbitkan: 9/9/2026

**ABSTRAK**

Pemanfaatan media sosial dalam komunikasi publik membuka peluang bagi desa adat untuk menyampaikan informasi secara lebih luas, tetapi pengelolaannya dapat menghadapi keterbatasan sumber daya dan partisipasi masyarakat. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi digital melalui Facebook di Desa Adat Selat Pandan Banten, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng, dengan perhatian pada strategi pengelolaan, kendala, dan implikasinya terhadap penyampaian informasi publik. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus. Data diperoleh melalui observasi non-partisipan, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, pengelompokan tematik, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Perspektif Lasswell digunakan untuk membaca unsur strategi komunikasi, Difusi Inovasi Rogers untuk memahami penerimaan komunikasi digital, dan S-O-R untuk menafsirkan respons masyarakat. Temuan memperlihatkan bahwa pengelolaan komunikasi bertumpu pada penentuan audiens, penyusunan pesan, pemilihan Facebook, dan peran admin sebagai komunikator tunggal. Praktiknya terbantu oleh kemudahan jangkauan informasi, tetapi dibatasi keterbatasan sumber daya manusia, publikasi yang belum konsisten, perbedaan literasi digital, dan partisipasi masyarakat yang belum merata. Facebook berkontribusi dalam mempermudah akses informasi dan mendukung keterbukaan komunikasi desa adat. Penguatan kelembagaan dan pengelolaan media sosial yang lebih berkelanjutan diperlukan agar fungsi komunikasi publik dapat berkembang secara optimal.

**Kata Kunci:** *Komunikasi Digital, Desa Adat, Media Sosial, Facebook, Informasi Publik*

**ABSTRACT**

The use of social media in public communication provides customary villages with opportunities to disseminate information more broadly, although its management may be constrained by limited resources and community participation. This study focuses on the digital communication strategy implemented through Facebook in Selat Pandan Banten Customary Village, Sukasada District, Buleleng Regency, with particular attention to management strategies, constraints, and implications for public information dissemination. A descriptive qualitative approach with a case study design was employed. Data were obtained through non-participant observation, semi-structured interviews, and documentation, and were analyzed through data reduction, thematic categorization, data presentation, and conclusion drawing and verification. Lasswell's perspective was used to examine the elements of communication strategy, Rogers' Diffusion of Innovations to understand the adoption of digital communication, and the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) framework to interpret community responses.



The findings indicate that communication management relies on audience identification, message development, Facebook selection, and the role of the administrator as the sole communicator. Although this approach facilitates information reach, it remains constrained by limited human resources, inconsistent content publication, differences in digital literacy, and uneven community participation. Facebook contributes to easier access to information and supports greater openness in customary village communication. Strengthening institutional capacity and developing more sustainable social media management are therefore needed to enhance public communication functions.

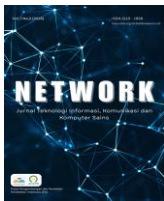
**Keywords:** *Digital Communication, Customary Village, Social Media, Facebook, Public Information*

## PENDAHULUAN

Media sosial telah mengubah cara pemerintah lokal hadir di hadapan masyarakat. Kehadiran institusi publik kini tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menyediakan informasi, tetapi juga oleh bagaimana pesan dikemas, kapan disampaikan, melalui saluran apa, dan sejauh mana masyarakat dapat meresponsnya. Dalam konteks tersebut, media sosial pemerintah berkembang dari kanal publikasi menjadi bagian dari ekosistem komunikasi yang memungkinkan organisasi publik membangun hubungan dengan warga secara lebih langsung. Yuan et al. (2023) menempatkan penggunaan media sosial pemerintah dalam kerangka transformasi digital yang lebih luas, sehingga pemanfaatannya tidak semata berkaitan dengan adopsi teknologi, tetapi juga dengan perubahan cara pemerintah berkomunikasi dan berinteraksi dengan publik. Pada tingkat lokal, perubahan ini menjadi semakin relevan karena kedekatan pemerintah dengan masyarakat membuat kualitas komunikasi digital berhubungan langsung dengan akses terhadap informasi, pembentukan pemahaman, dan peluang keterlibatan warga.

Persoalannya kemudian bukan lagi apakah media sosial telah digunakan oleh organisasi publik, melainkan bagaimana ruang digital tersebut dioperasikan sebagai praktik komunikasi. Penelitian tentang pemerintah lokal memperlihatkan bahwa pola pemanfaatan media sosial sangat beragam, baik dalam pilihan platform, intensitas penggunaan, maupun bentuk komunikasi yang dibangun dengan masyarakat (Mabillard et al., 2024). Pada Facebook, misalnya, keterlibatan warga tidak selalu muncul secara otomatis hanya karena sebuah institusi memiliki halaman resmi; karakter pesan dan cara pengelolaannya turut menentukan apakah pengguna sekadar menerima informasi atau terlibat dalam komunikasi yang lebih aktif (Alam et al., 2022). Kajian Li et al. (2021) juga memperlihatkan bahwa komunikasi pemerintah melalui media sosial perlu dilihat dari karakter informasi yang disampaikan dan pola hubungan yang terbentuk dengan masyarakat. Dengan demikian, efektivitas media sosial sebagai instrumen komunikasi publik lebih tepat dipahami sebagai persoalan pengelolaan komunikasi daripada sekadar persoalan keberadaan akun digital.

Dimensi interaksi menjadi semakin penting ketika masyarakat memiliki kesempatan untuk memberikan tanggapan secara langsung terhadap pesan pemerintah. Ruang komentar, reaksi, berbagi ulang, maupun bentuk respons lainnya memungkinkan komunikasi bergerak melampaui pola penyampaian pesan satu arah. Chen et al. (2023) menunjukkan bahwa komunikasi pemerintah di media sosial memiliki potensi dialogis, meskipun peluang tersebut tidak selalu dimanfaatkan secara optimal dalam praktiknya. Pola respons masyarakat juga dipengaruhi oleh karakter komunikasi yang digunakan pemerintah, sebagaimana terlihat dalam penelitian Perea et al. (2021) mengenai reaksi warga terhadap komunikasi pemerintah melalui media sosial. Wu et al. (2022) lebih lanjut memperlihatkan bahwa karakteristik komunikasi

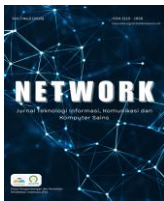


pemerintah dapat berkaitan dengan keterlibatan publik dan sentimen yang muncul dari pengguna. Perspektif ini menempatkan masyarakat bukan sebagai ujung akhir proses komunikasi, melainkan sebagai aktor yang ikut membentuk dinamika komunikasi digital melalui respons yang diberikan terhadap pesan institusi.

Konteks komunikasi lokal menjadi lebih menarik ketika media sosial digunakan oleh organisasi yang memiliki karakter kelembagaan dan budaya yang berbeda dari birokrasi pemerintahan formal. Pada lingkungan pemerintahan lokal, media sosial dapat membuka akses informasi sekaligus menyediakan ruang keterhubungan dengan warga, tetapi pengelolaannya tetap dipengaruhi oleh kapasitas organisasi dan kondisi sosial tempat teknologi tersebut diterapkan. Górska et al. (2022) menemukan bahwa komunikasi pemerintah lokal melalui media sosial dapat mengandung fungsi informatif sekaligus keterlibatan publik, sementara Love et al. (2023) memperlihatkan bahwa pilihan bahasa dan bentuk penyampaian pesan turut membentuk upaya pemerintah lokal dalam menjangkau serta melibatkan masyarakat. Dalam konteks Indonesia, Yudarwati et al. (2022) memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial pemerintah juga berhadapan dengan persoalan kredibilitas informasi, kesenjangan digital, dan kondisi komunikasi yang memengaruhi penerimaan pesan. Temuan tersebut memberikan dasar untuk melihat bahwa teknologi yang sama tidak selalu menghasilkan praktik komunikasi yang sama karena penggunaannya berkelindan dengan kapasitas organisasi, karakter masyarakat, dan lingkungan sosial setempat.

Karakter tersebut memperoleh bentuk yang lebih spesifik pada desa adat di Bali. Desa adat memiliki posisi yang tidak sepenuhnya dapat disamakan dengan organisasi pemerintahan desa karena aktivitas komunikasinya berhubungan dengan kehidupan sosial, budaya, tradisi, dan kebutuhan komunitas adat. Dalam situasi demikian, Facebook dapat menjadi ruang untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan adat, upacara, pengumuman, pelayanan komunitas, maupun aktivitas sosial, sekaligus membuka kemungkinan terbentuknya hubungan yang lebih interaktif antara pengelola desa adat dan masyarakat. Desa Adat Selat Pandan Banten di Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng, Bali, merupakan salah satu konteks yang memperlihatkan praktik tersebut melalui pemanfaatan akun Facebook *desa adat selat pandan banten* sebagai media komunikasi dengan masyarakat. Namun, praktik komunikasi digital tersebut dijalankan oleh seorang admin secara langsung tanpa dukungan tim humas khusus, sehingga kemampuan media sosial untuk menghadirkan komunikasi yang cepat, konsisten, dan interaktif berhadapan dengan kapasitas pengelolaan yang terbatas.

Kondisi tersebut menggeser perhatian penelitian dari persoalan teknologi menuju proses pengelolaan komunikasi di dalam organisasi komunitas. Keterbatasan jumlah pengelola tidak hanya dapat dipandang sebagai kendala teknis, tetapi juga sebagai kondisi yang berpotensi membentuk cara pesan direncanakan, diproduksi, dipublikasikan, serta direspons. Temuan mengenai praktik Facebook pemerintah lokal menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial berkaitan dengan persoalan profesionalisasi, sumber daya, keterampilan, konsistensi, dan kemampuan organisasi dalam mempertahankan komunikasi dengan publik (Bangero, 2025). Dalam konteks desa adat, persoalan tersebut belum cukup dijelaskan hanya dengan melihat tingkat penggunaan media sosial atau jumlah interaksi yang terbentuk. Diperlukan pembacaan yang mampu menghubungkan siapa yang mengelola komunikasi, pesan seperti apa yang dibangun, bagaimana Facebook digunakan sebagai inovasi komunikasi, bagaimana masyarakat menerima dan merespons pesan, serta apa konsekuensi praktik tersebut bagi kehidupan komunikasi desa adat. Ruang inilah yang menjadi celah penelitian, khususnya karena kajian media sosial pemerintahan lokal selama ini lebih banyak berfokus pada organisasi



pemerintahan formal dan fungsi perluasan informasi atau partisipasi, sementara praktik komunikasi digital pada desa adat dengan pengelolaan individual belum memperoleh perhatian yang memadai.

Atas dasar kerangka persoalan tersebut, penelitian ini menggunakan tiga perspektif secara komplementer untuk membaca praktik komunikasi digital Desa Adat Selat Pandan Banten. Model Lasswell digunakan untuk memetakan hubungan antara komunikator, pesan, media, khalayak, dan efek, sehingga strategi komunikasi admin Facebook dapat dipahami sebagai rangkaian keputusan komunikasi yang saling berkaitan. Difusi Inovasi Rogers digunakan untuk membaca Facebook sebagai inovasi yang tidak hanya diadopsi, tetapi harus disesuaikan dengan kapasitas pengelola, karakter pengguna, serta lingkungan sosial tempat inovasi tersebut berlangsung. Sementara itu, perspektif *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) Hovland digunakan untuk memahami kemungkinan hubungan antara pesan digital, proses penerimaan masyarakat, dan bentuk respons yang muncul. Ketiga perspektif tersebut ditempatkan bukan sebagai teori yang berdiri sendiri, melainkan sebagai perangkat analitis yang memungkinkan penelitian mengikuti alur dari pembentukan strategi, proses pemanfaatan inovasi, hingga konsekuensi komunikasi bagi masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis tiga aspek yang saling berhubungan, yaitu strategi admin Facebook dalam mengelola komunikasi publik, kendala yang muncul dalam pelaksanaannya, serta implikasi pemanfaatan media sosial bagi masyarakat dan Desa Adat Selat Pandan Banten. Kebaruan penelitian terletak pada penempatan keterbatasan pengelolaan oleh satu admin sebagai bagian dari kondisi organisasional yang ikut membentuk praktik komunikasi digital, bukan semata-mata sebagai kekurangan sumber daya. Dengan sudut pandang tersebut, Facebook dipahami bukan hanya sebagai perangkat penyebaran informasi, tetapi sebagai ruang tempat strategi komunikasi, adaptasi inovasi, kapasitas kelembagaan, dan respons sosial masyarakat saling berinteraksi dalam konteks desa adat Bali.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini berangkat dari aktivitas komunikasi digital yang berlangsung pada akun Facebook Desa Adat Selat Pandan Banten, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng, Bali. Fenomena tersebut dikaji menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus karena perhatian penelitian diarahkan secara khusus pada satu kasus, yakni pengelolaan akun *Facebook* resmi @desa adat selat pandan banten, untuk memahami strategi komunikasi, kendala pengelolaan, dan implikasinya terhadap penyebaran informasi publik. Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, dengan kegiatan pengumpulan data pada bulan pertama, analisis pada bulan kedua, dan penyusunan laporan pada bulan ketiga. Informasi utama diperoleh dari admin akun *Facebook*, Bendesa Adat, serta masyarakat yang mengikuti dan berinteraksi dengan akun tersebut. Informan dipilih secara *purposive* berdasarkan keterlibatan, pengetahuan, dan pengalaman mereka terhadap aktivitas komunikasi digital desa adat. Data primer dihimpun melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi non-partisipan, sedangkan data sekunder ditelusuri dari unggahan akun *Facebook*, berita daring, dan dokumen pendukung yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi Desa Adat Selat Pandan Banten.

Pengumpulan informasi dilakukan dengan memperhatikan tiga sumber bukti yang saling melengkapi. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman dan pandangan informan mengenai perencanaan pesan, pemilihan media, pengelolaan konten, kendala, serta respons masyarakat. Observasi non-partisipan diarahkan pada aktivitas komunikasi yang ditampilkan melalui akun tanpa keterlibatan peneliti dalam pengelolaannya, sedangkan



dokumentasi digunakan untuk menelaah unggahan dan bahan pendukung sebagai pembandingan terhadap keterangan informan. Data dari ketiga teknik tersebut diperiksa melalui perbandingan antarsumber dan antarteknik untuk menjaga kredibilitas informasi. Data kemudian diolah secara bertahap melalui reduksi, pengelompokan tema, penyajian, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan.

Pada proses pengelompokan, informasi diarahkan pada tiga fokus penelitian, yaitu strategi komunikasi digital, kendala yang muncul dalam pengelolaannya, dan implikasi komunikasi terhadap masyarakat serta Desa Adat Selat Pandan Banten. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi pola komunikasi yang muncul dari keterangan informan, hasil pengamatan terhadap aktivitas akun, serta dokumentasi unggahan. Hasil analisis selanjutnya dibaca menggunakan perspektif Lasswell, Difusi Inovasi, dan *S-O-R* untuk membantu menafsirkan hubungan antara pengelola pesan, isi dan kanal komunikasi, proses penerimaan inovasi digital, serta respons masyarakat. Ketiga perspektif tersebut digunakan sebagai kerangka interpretatif tanpa mengubah data empiris yang diperoleh selama penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Desa Adat Selat Pandan Banten di Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng, Bali, memanfaatkan Facebook sebagai salah satu ruang penyampaian informasi kepada masyarakat. Pengelolaan akun @desa adat selat pandan banten berlangsung sejak media tersebut diinisiasi oleh salah satu *prajuru* desa adat dan hingga penelitian dilakukan masih ditangani oleh satu orang admin. Posisi tersebut tidak terbatas pada pekerjaan publikasi, karena admin juga menangani proses yang mendahului sebuah unggahan, mulai dari mengumpulkan bahan, menentukan bentuk informasi, membuat desain visual, menyusun *caption*, sampai menayangkan konten. Rangkaian kerja yang terpusat pada satu orang menjadikan kapasitas individual admin sebagai bagian yang melekat dalam praktik komunikasi digital Desa Adat.

Karakter pengelolaan tersebut terlihat dalam cara informasi dirancang sebelum diterima oleh masyarakat. Admin tidak sekadar memindahkan informasi kegiatan ke halaman Facebook, tetapi melakukan penyesuaian terhadap bentuk pesan, sasaran penerima, dan media penyampaiannya. Materi yang berkaitan dengan aktivitas adat dan keagamaan menjadi bagian utama dari komunikasi, sedangkan Facebook digunakan sebagai ruang yang memungkinkan informasi menjangkau masyarakat yang berada di dalam maupun di luar wilayah Desa Adat. Gambaran mengenai hubungan antara komunikator, pesan, media, sasaran, dan efek yang dituju dalam praktik tersebut dirangkum pada Tabel 1.

**Tabel 1. Unsur Komunikasi Lasswell dalam Strategi Komunikasi Digital Admin  
Facebook Desa Adat Selat Pandan Banten**

| Unsur Lasswell                      | Temuan pada Strategi Komunikasi Digital                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Who<br/>(Komunikator)</b>        | Admin Facebook Desa Adat Selat Pandan Banten, berperan tunggal mulai dari perencanaan hingga publikasi konten.                                                                              |
| <b>Says What (Pesan)</b>            | Informasi kegiatan adat, upacara keagamaan ( <i>piodalan</i> , <i>pujawali</i> , <i>ngusaba desa</i> ), penyuluhan Bahasa Bali, ucapan hari besar keagamaan, dan dokumentasi kegiatan desa. |
| <b>In Which Channel<br/>(Media)</b> | Media sosial Facebook, dipilih karena jumlah penggunaanya besar dan dapat diakses lintas usia.                                                                                              |

|                                    |                                                                                                                                                     |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Unsur Lasswell</b>              | <b>Temuan pada Strategi Komunikasi Digital</b>                                                                                                      |
| <b>To Whom<br/>(Komunikan)</b>     | Masyarakat Desa Adat Selat Pandan Banten, termasuk <i>pengampel</i> (warga yang tinggal di luar daerah), serta masyarakat umum yang mengikuti akun. |
| <b>With What Effect<br/>(Efek)</b> | Meningkatnya pengetahuan dan partisipasi masyarakat, kemudahan akses informasi, serta citra positif Desa Adat.                                      |

Pemetaan pada Tabel 1 memperlihatkan bahwa praktik komunikasi berlangsung melalui rangkaian keputusan yang saling berkaitan. Titik awalnya berada pada admin yang menerima dan mengolah informasi sebelum menentukan bentuk penyampaian kepada pengikut akun. Materi yang dipilih terutama berasal dari aktivitas yang memang berlangsung dalam kehidupan Desa Adat, sehingga isi komunikasi memiliki keterkaitan langsung dengan kebutuhan informasi masyarakat. Sementara itu, Facebook menyediakan ruang distribusi yang memungkinkan pesan tidak berhenti pada warga yang berada di lokasi, tetapi juga dapat diikuti oleh masyarakat yang masih memiliki hubungan dengan Desa Adat meskipun tinggal di tempat lain.

Praktik komunikasi melalui Facebook terbentuk dari sejumlah keputusan yang dilakukan admin dalam mengelola informasi Desa Adat. Keputusan tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan berkaitan dengan karakter penerima informasi, kebutuhan penyampaian pesan, kondisi kegiatan desa, serta kemampuan pengelola akun. Pola tersebut memperlihatkan bahwa strategi komunikasi digital berkembang secara adaptif mengikuti situasi yang dihadapi dalam pengelolaan sehari-hari. Rangkaian temuan mengenai pola tersebut dirangkum dalam Tabel 2 untuk memperlihatkan keterkaitan antara aspek strategi dan praktik komunikasi yang diterapkan.

**Tabel 2. Temuan Strategi Komunikasi Digital Admin Facebook Desa Adat Selat Pandan Banten**

| <b>Aspek Strategi</b>          | <b>Temuan Penelitian</b>                                                                                                                                                       |
|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Sasaran komunikasi</b>      | Masyarakat Desa Adat Selat Pandan Banten, <i>pengampel</i> yang berdomisili di luar daerah, serta masyarakat umum yang mengikuti akun.                                         |
| <b>Bentuk pesan</b>            | Informasi <i>piodalan</i> , <i>pujawali</i> , <i>ngusaba desa</i> , penyuluhan Bahasa Bali, ucapan hari besar keagamaan, dan dokumentasi kegiatan desa.                        |
| <b>Pengemasan pesan</b>        | Informasi disusun menggunakan bahasa <i>caption</i> yang sederhana dan didukung poster digital agar dapat dipahami oleh pengikut dengan latar usia yang berbeda.               |
| <b>Perencanaan konten</b>      | Perencanaan bersifat fleksibel dan mengikuti kegiatan serta kebutuhan informasi yang muncul; belum terdapat kalender konten tetap.                                             |
| <b>Pemilihan media</b>         | Facebook digunakan sebagai kanal komunikasi karena dapat menjangkau masyarakat di dalam maupun di luar wilayah Desa Adat, termasuk <i>pengampel</i> yang tinggal di luar Bali. |
| <b>Pengelolaan komunikator</b> | Satu admin menangani pengumpulan bahan, penentuan materi, desain, penulisan <i>caption</i> , dan publikasi tanpa dukungan tim humas khusus.                                    |

Pola yang dirangkum pada Tabel 2 memperlihatkan adanya strategi komunikasi yang relatif lentur dan berorientasi pada kebutuhan informasi masyarakat. Pengelolaan tidak bertumpu pada mekanisme yang kompleks, tetapi berlangsung melalui penyesuaian langsung antara kebutuhan informasi, kondisi kegiatan Desa Adat, dan kemampuan pengelola. Situasi



tersebut memberikan ruang bagi admin untuk mengambil keputusan secara cepat ketika terdapat informasi yang perlu segera disampaikan. Di sisi lain, pola yang sangat terpusat membuat keberlangsungan komunikasi digital bergantung pada kapasitas individu, sehingga fleksibilitas pengelolaan sekaligus menjadi kondisi yang perlu diperhatikan dalam mempertahankan kesinambungan komunikasi.

Penerapan strategi tersebut berlangsung dalam kondisi yang tidak sepenuhnya ideal, baik dari sisi pengelolaan internal maupun karakter masyarakat sebagai penerima informasi. Keterbatasan sumber daya pengelola berhadapan dengan keragaman kemampuan dan kebiasaan masyarakat dalam menggunakan media sosial. Situasi ini memengaruhi bagaimana informasi diproduksi, didistribusikan, diterima, dan direspons melalui Facebook. Temuan mengenai kondisi yang membatasi proses tersebut beserta konsekuensinya dirangkum dalam Tabel 3.

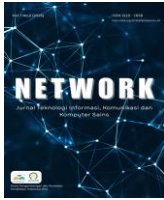
**Tabel 3. Temuan Kendala Strategi Komunikasi Digital Desa Adat Selat Pandan Banten**

| <b>Dimensi Kendala</b>  | <b>Temuan Penelitian</b>                                                            | <b>Konsekuensi dalam Pengelolaan</b>                                                   |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Internal</b>         | Pengelolaan akun dilakukan oleh satu admin tanpa staf humas.                        | Perencanaan dan produksi konten sangat bergantung pada waktu dan kapasitas individual. |
| <b>Beban kerja</b>      | Dokumentasi, desain, <i>caption</i> , dan publikasi ditangani oleh orang yang sama. | Konsistensi publikasi dan pengembangan variasi konten menjadi terbatas.                |
| <b>Perencanaan</b>      | Belum tersedia kalender konten atau pola perencanaan yang terstruktur.              | Materi publikasi lebih banyak mengikuti kegiatan yang sedang berlangsung.              |
| <b>Literasi digital</b> | Kemampuan dan kebiasaan masyarakat dalam menggunakan media sosial berbeda.          | Tingkat keterpaparan terhadap informasi Facebook tidak seragam.                        |
| <b>Interaksi</b>        | Komentar, tanggapan, dan berbagi terhadap unggahan masih terbatas.                  | Fungsi Facebook sebagai ruang interaksi dua arah belum berkembang secara luas.         |
| <b>Pilihan media</b>    | Facebook bukan satu-satunya sumber informasi masyarakat.                            | Satu kanal digital belum mampu menjangkau seluruh masyarakat secara merata.            |

Temuan pada Tabel 3 memperlihatkan bahwa kendala komunikasi digital tidak hanya berkaitan dengan keterbatasan jumlah pengelola, tetapi juga muncul dari kondisi lingkungan komunikasi yang lebih luas. Pengelolaan yang terpusat membuat proses publikasi dapat berlangsung secara sederhana, tetapi pada saat yang sama meningkatkan ketergantungan terhadap kesiapan satu orang admin. Pada sisi masyarakat, perbedaan kebiasaan bermedia dan pilihan sumber informasi menyebabkan penerimaan terhadap komunikasi Facebook tidak berlangsung dengan pola yang sama. Dengan demikian, keterbatasan tersebut perlu dipahami sebagai bagian dari kondisi yang membentuk praktik komunikasi digital Desa Adat, bukan semata-mata sebagai kelemahan teknis pengelolaan akun.

### **Pembahasan**

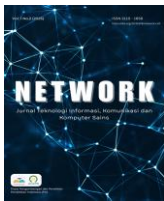
Komunikasi melalui Facebook di Desa Adat Selat Pandan Banten memperlihatkan bahwa keberhasilan media digital tidak terutama ditentukan oleh kecanggihan perangkat yang digunakan, melainkan oleh cara teknologi tersebut ditempatkan dalam hubungan sosial yang



sudah berjalan di masyarakat. Akun Facebook desa berfungsi sebagai ruang untuk memindahkan sebagian informasi yang sebelumnya beredar melalui komunikasi langsung ke lingkungan digital, tetapi pemindahan tersebut tidak berlangsung secara mekanis. Admin harus menentukan informasi yang layak dipublikasikan, menyesuaikan bentuk penyampaian dengan karakter penerima, serta mempertimbangkan momentum ketika suatu informasi dibutuhkan oleh masyarakat. Kondisi ini memperlihatkan bahwa komunikasi digital pada tingkat komunitas lebih menyerupai proses negosiasi antara kebutuhan informasi, kebiasaan warga, dan kapasitas pengelola daripada sekadar aktivitas mengunggah konten. Temuan tersebut sejalan dengan Guillaumie et al. (2024) yang menempatkan kualitas pengelolaan Facebook, karakter pesan, dan peluang keterlibatan warga sebagai bagian yang menentukan keberhasilan komunikasi publik melalui media sosial. Dengan demikian, penggunaan Facebook di desa adat dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi praktik komunikasi terhadap lingkungan baru, sementara logika sosial yang mendasarinya tetap berakar pada kebutuhan komunitas.

Dari sudut pandang tersebut, keputusan admin untuk menggunakan Facebook tanpa kalender konten yang formal justru menunjukkan bentuk pengelolaan yang adaptif terhadap dinamika kehidupan desa. Informasi mengenai *piodalan*, kegiatan adat, hari besar keagamaan, dan pengumuman tertentu tidak selalu muncul dalam pola waktu yang dapat diperlakukan seperti agenda komunikasi organisasi formal. Karena itu, penyusunan pesan berlangsung berdasarkan situasi, urgensi, dan kelompok masyarakat yang diperkirakan membutuhkan informasi tersebut. Bahasa, visual, serta *caption* kemudian disesuaikan dengan sifat informasi sehingga pesan tidak hanya tersedia, tetapi juga memiliki kemungkinan lebih besar untuk dikenali dan dipahami oleh penerimanya. Dalam konteks ini, strategi komunikasi tidak dapat dinilai semata-mata dari keberadaan perencanaan tertulis, sebab kemampuan membaca situasi sosial juga merupakan bagian dari kapasitas pengelolaan media. Atnan dan Imran (2024) memperlihatkan bahwa keterlibatan warga pada media sosial pemerintah berkaitan dengan karakter komunikasi yang mampu menghubungkan informasi dengan kebutuhan dan perhatian publik. Temuan Desa Adat Selat Pandan Banten memperluas pemahaman tersebut dengan menunjukkan bahwa adaptasi pesan juga dapat berlangsung melalui praktik individual yang sederhana ketika struktur pengelolaan belum terbentuk secara formal.

Persoalan yang lebih mendasar muncul ketika ketersediaan informasi dibedakan dari keterlibatan masyarakat dalam komunikasi digital. Facebook memang menyediakan saluran yang relatif terbuka, tetapi keberadaan saluran tersebut belum menjamin bahwa masyarakat akan memberikan komentar, reaksi, membagikan konten, atau menjadikannya sebagai sumber informasi utama. Schwartz et al. (2025) menunjukkan bahwa pemanfaatan Facebook dalam tata kelola lokal dapat kehilangan peluang komunikasi dua arah ketika media lebih banyak digunakan sebagai sarana penyampaian informasi daripada ruang interaksi. Situasi serupa terlihat pada penelitian ini, tetapi konteksnya memiliki karakter yang berbeda karena keterbatasan interaksi tidak hanya berkaitan dengan pola komunikasi admin, melainkan juga dengan kapasitas pengelolaan yang bertumpu pada satu orang. Dengan demikian, rendahnya interaksi tidak tepat dibaca secara sederhana sebagai kegagalan media sosial, tetapi sebagai hasil pertemuan antara desain komunikasi, kapasitas pengelola, dan kesiapan audiens. Guillaumie et al. (2024) juga menekankan bahwa partisipasi digital membutuhkan kondisi yang memungkinkan warga tidak hanya menerima informasi, tetapi ikut terlibat dalam komunikasi. Perspektif tersebut membantu menjelaskan bahwa persoalan utama Facebook Desa Adat Selat Pandan Banten bukan terletak pada ada atau tidaknya kanal digital, melainkan pada sejauh mana



kanal tersebut dapat berkembang dari media publikasi menjadi ruang komunikasi yang lebih dialogis.

Keterbatasan tersebut semakin terlihat jika Facebook ditempatkan dalam struktur kerja organisasi. Satu admin tidak hanya berperan sebagai pengunggah informasi, tetapi sekaligus menjalankan fungsi seleksi, penyusunan, publikasi, dan pemantauan komunikasi. Beban tersebut membuat kontinuitas dan variasi konten sangat bergantung pada waktu, kemampuan, serta inisiatif personal pengelola. Kalesaran et al. (2024) menemukan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai saluran komunikasi pemerintah desa berkaitan dengan persoalan kapasitas sumber daya manusia dan kondisi pendukung lainnya, sedangkan Windyaningrum (2023) menekankan pentingnya kompetensi literasi data dan informasi bagi aparatur desa dalam mengelola media sosial. Kedua temuan tersebut memberikan penjelasan bahwa persoalan pengelolaan media tidak berhenti pada kemampuan teknis menggunakan aplikasi, tetapi mencakup kemampuan memilih informasi, memahami konteks, dan mengelola komunikasi secara berkelanjutan. Dalam kasus Desa Adat Selat Pandan Banten, keterbatasan tersebut menjadi lebih spesifik karena fungsi komunikasi digital terkonsentrasi pada satu individu tanpa dukungan struktur humas khusus. Oleh sebab itu, fleksibilitas yang menjadi kekuatan pengelolaan sekaligus menyimpan kerentanan karena keberlanjutan komunikasi sangat bergantung pada kapasitas personal admin.

Namun, pengelolaan media di lingkungan desa adat tidak dapat dilepaskan dari karakter budaya tempat teknologi tersebut digunakan. Friskawati dan Rianto (2024) memperlihatkan bahwa hubungan masyarakat adat dengan teknologi tidak selalu berlangsung sebagai penerimaan teknologi secara linear, karena keberlanjutan nilai budaya dan sikap terhadap perubahan turut memengaruhi proses tersebut. Perspektif ini relevan untuk memahami bahwa penggunaan Facebook di Desa Adat Selat Pandan Banten bukan berarti komunikasi tradisional kehilangan fungsi, melainkan terjadi penambahan ruang komunikasi yang berdampingan dengan pola interaksi yang telah ada. Simanjuntak dan Sunarja (2023) menunjukkan bahwa komunikasi organisasi dalam masyarakat tradisional dapat bertumpu pada kearifan lokal dan hubungan komunitas, sehingga konteks sosial perlu diperhitungkan ketika membaca praktik komunikasi organisasi. Temuan Alfian et al. (2025) mengenai inisiatif desa digital juga memperlihatkan bahwa digitalisasi di wilayah rural tidak hanya berkaitan dengan akses informasi, tetapi dapat berhubungan dengan konstruksi identitas sosial masyarakat. Dalam konteks Bali, Astiti (2024) memperlihatkan bahwa strategi komunikasi pada Desa Adat Pecatu juga berhubungan dengan karakter objek, komunitas, dan lingkungan sosial desa adat. Sementara itu, Rettobjaan et al. (2023) menekankan perlunya pola pikir digital dalam memperkenalkan tradisi daerah melalui media sosial dengan tetap memperhatikan basis komunikasi dan konteks budaya. Rangkaian temuan tersebut memperkuat interpretasi bahwa Facebook pada Desa Adat Selat Pandan Banten sebaiknya dipahami sebagai teknologi yang dinegosiasikan dengan nilai, kebiasaan, dan identitas komunitas, bukan sebagai pengganti langsung komunikasi sosial yang telah berlangsung sebelumnya.

Dinamika tersebut dapat dibaca lebih lanjut melalui Difusi Inovasi Rogers, khususnya ketika perubahan media komunikasi tidak disamakan dengan keberhasilan adopsi oleh seluruh masyarakat. Peralihan dari komunikasi tatap muka dan penyampaian informasi dari mulut ke mulut menuju Facebook menunjukkan adanya bentuk inovasi dalam cara informasi desa didistribusikan, tetapi tingkat penerimaannya tetap berbeda antaranggota masyarakat. Sebagian warga mungkin telah terbiasa mencari atau menerima informasi melalui media sosial, sementara sebagian lainnya masih bergantung pada komunikasi langsung karena faktor



kebiasaan, usia, kemampuan digital, atau akses. Dengan demikian, rendahnya komentar, reaksi, dan *sharing* tidak cukup dijadikan dasar untuk menyatakan bahwa masyarakat telah melewati seluruh proses *knowledge*, *persuasion*, *decision*, dan *implementation*. Perbedaan kesiapan tersebut juga menjelaskan mengapa penyediaan kanal digital belum otomatis menghasilkan partisipasi yang merata. Sari (2025) menunjukkan bahwa Facebook dapat menjadi media komunikasi dalam organisasi masyarakat desa untuk menyampaikan aktivitas dan informasi, sedangkan temuan Rettobjaan et al. (2023) memperlihatkan bahwa kemampuan membangun pola pikir digital tetap diperlukan agar media sosial dapat mendukung komunikasi berbasis tradisi. Oleh karena itu, proses difusi di Desa Adat Selat Pandan Banten lebih tepat dipandang sebagai proses yang sedang berlangsung, dengan tingkat penerimaan dan keterlibatan yang belum sepenuhnya seragam.

Pada akhirnya, implikasi penggunaan Facebook di Desa Adat Selat Pandan Banten tidak hanya terletak pada bertambahnya pilihan kanal informasi, tetapi pada perubahan cara hubungan antara pengelola, pesan, dan masyarakat dapat dibangun. Kerangka *Stimulus-Organism-Response* (*S-O-R*) membantu menjelaskan proses tersebut dengan menempatkan konten mengenai kegiatan adat, keagamaan, dan pengumuman desa sebagai *stimulus*, sementara pemahaman dan penafsiran masyarakat menjadi bagian dari proses internal sebelum munculnya respons. Respons tersebut tidak harus selalu berupa komentar atau tanda keterlibatan yang terlihat di Facebook, tetapi dapat tercermin dalam kemudahan memperoleh informasi, meningkatnya perhatian terhadap kegiatan desa, atau keputusan masyarakat untuk mengikuti aktivitas yang diinformasikan. Karena penelitian ini bersifat interpretatif, hubungan tersebut tidak dapat diperlakukan sebagai bukti bahwa Facebook secara langsung menyebabkan peningkatan pengetahuan, partisipasi, atau kepercayaan masyarakat. Pemanfaatan media sosial juga perlu ditempatkan dalam kerangka keterbukaan informasi publik, karena kualitas komunikasi tidak hanya ditentukan oleh seberapa cepat informasi disampaikan, tetapi juga oleh relevansi, kejelasan, dan akuntabilitas informasi tersebut. Temuan Sari (2025), Astiti (2024), dan Rettobjaan et al. (2023) memperlihatkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai ruang komunikasi yang menghubungkan aktivitas organisasi, masyarakat, dan identitas lokal, tetapi efektivitasnya tetap bergantung pada pola pengelolaan dan konteks sosial yang menyertainya. Atas dasar itu, kontribusi penelitian ini terletak pada pemahaman bahwa komunikasi digital di desa adat dapat berjalan secara fleksibel meskipun hanya dikelola oleh satu admin, tetapi model tersebut sekaligus menciptakan ketergantungan kelembagaan yang berisiko terhadap konsistensi publikasi, keberagaman konten, dan keberlanjutan komunikasi. Penguatan pengelolaan melalui pembagian tugas, peningkatan kapasitas literasi digital, dan keterlibatan lebih banyak unsur masyarakat karena itu bukan sekadar persoalan administratif, melainkan langkah untuk mengubah Facebook dari kanal publikasi individual menjadi infrastruktur komunikasi komunitas yang lebih berkelanjutan.

## **KESIMPULAN**

Komunikasi digital di Desa Adat Selat Pandan Banten memperlihatkan bahwa Facebook dapat berfungsi sebagai ruang penyampaian informasi publik yang memperluas keterhubungan antara desa adat dan masyarakat, meskipun pengelolaannya masih bertumpu pada kapasitas satu orang admin. Inti strategi yang terbentuk terletak pada kemampuan memilih sasaran, menyesuaikan isi pesan, menggunakan kanal yang dekat dengan kebiasaan masyarakat, dan menjalankan fungsi komunikator secara terpadu. Pola tersebut membuat komunikasi digital tetap dapat berlangsung secara fleksibel di tengah belum adanya struktur humas khusus, tetapi

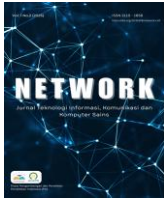


pada saat yang sama menimbulkan keterbatasan pada konsistensi publikasi, keragaman konten, dan jangkauan keterlibatan masyarakat. Dengan demikian, kontribusi utama penelitian ini terletak pada pemahaman bahwa pengelolaan media sosial desa adat tidak hanya merupakan persoalan pemilihan platform, melainkan juga berkaitan erat dengan kapasitas pengelola, karakteristik masyarakat, dan kemampuan kelembagaan dalam menjaga keberlanjutan komunikasi publik.

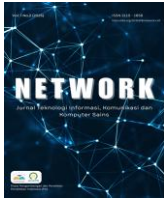
Temuan tersebut memberikan arah pengembangan bahwa komunikasi digital Desa Adat Selat Pandan Banten perlu diarahkan pada pengelolaan yang lebih terencana dan berkelanjutan tanpa menghilangkan fleksibilitas yang selama ini menjadi kekuatannya. Pembagian tugas atau pembentukan tim pengelola media sosial dapat menjadi langkah strategis untuk mengurangi ketergantungan pada satu admin sekaligus membuka peluang peningkatan variasi dan konsistensi konten. Pengembangan berikutnya juga dapat diarahkan pada peningkatan keterlibatan masyarakat melalui pemanfaatan format komunikasi yang lebih interaktif dan sesuai dengan tingkat literasi digital warga. Untuk memperluas pemahaman mengenai praktik tersebut, penelitian mendatang dapat membandingkan beberapa desa adat dengan karakteristik sosial dan tingkat kesiapan digital yang berbeda serta mengkaji penggunaan platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, sehingga dapat dirumuskan model komunikasi digital desa adat yang lebih adaptif, partisipatif, dan berkelanjutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alam, A., Meenar, M., Barraza, F., Khalil, M. B., & Knopp, K. (2022). Citizen engagement on local government Facebook pages: Experience from Aotearoa New Zealand. *Cities*, 123, 103584. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0264275122000233>
- Alfian, R. L., Warto, W., Fauziah, N. M., & Widyaningsih, R. (2025). The digital village initiative and construction of social identity in rural communities. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 27(1), 27–36. <https://doi.org/10.25077/jantro.v27.n1.p27-36.2025>
- Astiti, N. K. A. S. (2024). *Strategi komunikasi pemasaran dalam mengelola obyek wisata Uluwatu di Desa Adat Pecatu* [Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Bali]. <https://repository.pnb.ac.id/id/eprint/15016>
- Atnan, N., & Imran, A. I. (2024). Analysis of dominant factors driving civic engagement on of the Bandung City Government's social media. *Southern Communication Journal*, 89(3–4), 247–263. <https://doi.org/10.1080/1041794X.2024.2389809>
- Bangero, H. B. (2025). Best practices in e-government communication: Lessons from the local governments' use of official Facebook pages. *Government Information Quarterly*, 42(1), 102010. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740624X25000048>
- Chen, Q., Zhang, Y., Liu, H., Zhang, W., & Evans, R. (2023). Dialogic communication on local government social media during the first wave of COVID-19: Evidence from the health commissions of prefecture-level cities in China. *Computers in Human Behavior*, 143, 107715. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563223000663>
- Friskawati, G. E., & Rianto, P. (2024). Technological resistance and cultural continuity in Indigenous Kampung Adat Kuta. *Asian Journal of Media and Communication*, 8(1). <https://doi.org/10.20885/asjmc.vol8.iss1.art5>
- Górska, A., Dobija, D., Grossi, G., & Staniszevska, Z. (2022). Getting through COVID-19 together: Understanding local governments' social media communication. *Cities*, 121, 103453. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264275121003528>



- Guillaumie, L., Vezina-Im, L. A., Bourque, L., Boiral, O., Talbot, D., & Harb, E. (2024). Best practices for municipalities to promote online citizen participation and engagement on Facebook: A narrative review of the literature. *Social Sciences*, 13(3), 127. <https://doi.org/10.3390/socsci13030127>
- Kalesaran, E. R., Rondonuwu, S. A., & Rembang, M. M. (2024). Social media as a village government communication channel in improving public services to the community in Minahasa Regency. *Journal of Management and Administration Provision*, 4(3), 286–292. <https://doi.org/10.55885/jmap.v4i3.408>
- Li, R., Rahaman, M. M., Tang, Z., & Zhao, L. (2021). Assessing social media communications of local governments in fast-growing US cities. *The Professional Geographer*, 73(4), 702–712. <https://doi.org/10.1080/00330124.2021.1933547>
- Love, R., Darics, E., & Palmieri, R. (2023). Engaging the public: English local government organisations' social media communications during the COVID-19 pandemic. *Applied Corpus Linguistics*, 3(3), 100060. <https://doi.org/10.1016/j.acorp.2023.100060>
- Mabillard, V., Zumofen, R., & Pasquier, M. (2024). Local governments' communication on social media platforms: Refining and assessing patterns of adoption in Belgium. *International Review of Administrative Sciences*, 90(1), 65–81. <https://doi.org/10.1177/00208523221133229>
- Perea, D., Bonsón, E., & Bednárová, M. (2021). Citizen reactions to municipalities' Instagram communication. *Government Information Quarterly*, 38(3), 101579. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740624X21000150>
- Rettobjaan, V. F. C., Aristayudha, A. N. B., Aryanata, N. T., Jaya, P. P., & Widnyani, N. M. (2023). Digital mindset in promoting regional tradition and basis of communication with privacy in social media. *Abdi Dosen: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 7(1), 338–343. <https://pkm.uika-bogor.ac.id/index.php/ABDIDOS/article/view/1607>
- Sari, D. E. (2025). *Penggunaan Facebook dalam organisasi PKK sebagai media komunikasi di Desa Tanjung Tambak Baru Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir* [Doctoral dissertation, Universitas Bina Darma]. <http://repository.binadarma.ac.id/id/eprint/9587>
- Schwartz, H., Kozar, Y., Barnett-Itzhaki, Z., & Carasso Romano, G. H. (2025). Facebook in local governance: A missed opportunity for two-way communication, service customization, and democratic enhancement. *International Journal of Public Administration*, 48(10), 631–641. <https://doi.org/10.1080/01900692.2024.2395886>
- Simanjuntak, D., & Sunarja, D. (2023). Organizational communication based on local wisdom by the tourism awareness group in the management of Cireundeu Traditional Village. *Society*, 11(2), 814–834. <https://doi.org/10.33019/society.v11i2.575>
- Windyaningrum, R. (2023). Kompetensi literasi data dan informasi media sosial aparatur pemerintah desa Ciburial dan kelompok masyarakat informasi. *Jurnal Common*, 7(2), 98–111. <https://doi.org/10.34010/common.v7i2.5958>
- Wu, L., Li, J., Qi, J., Shi, N., & Zhu, H. (2022). How to promote public engagement and enhance sentiment through government social media during the COVID-19 crisis: A public value management perspective. *Journal of Organizational and End User Computing (JOEUC)*, 34(6), 1–24. <https://doi.org/10.4018/JOEUC.308819>
- Yudarwati, G. A., Putranto, I. A., & Delmo, K. M. (2022). Examining the Indonesian government's social media use for disaster risk communication. *Asian Journal of Communication*, 32(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/01292986.2021.2007274>



**NETWORK : Jurnal Teknologi Informasi, Komunikasi, dan  
Komputer Sains**

Vol. 2, No. 2, April-September 2026

e-ISSN : 3110-1658

Online Journal System : <https://jurnalp4i.com/index.php/network>



Yuan, Y.-P., Dwivedi, Y. K., Tan, G. W.-H., Cham, T.-H., Ooi, K.-B., Aw, E. C.-X., & Currie, W. (2023). Government digital transformation: Understanding the role of government social media. *Government Information Quarterly*, 40(1), 101775. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101775>