

## **Pendampingan Tim Humas BPS Kabupaten Probolinggo Dalam Penguatan Kompetensi Konten Digital Menuju Sensus Ekonomi 2026**

**Moh. Fakhri Siddiqi<sup>1</sup>, Novia Indriani<sup>2</sup>, Khotija<sup>3</sup>, Yuni Lailatul Fitriah<sup>4</sup>**  
*<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Nurul Jadid, Indonesia*

Received : 9 Oktober 2025, Revised : 16 Oktober 2025, Published : 25 Oktober 2025

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Novia Indriani

E-mail: [noviaindriani071103@gmail.com](mailto:noviaindriani071103@gmail.com)

### **Abstrak**

*Sensus Ekonomi (SE) yang dilaksanakan Badan Pusat Statistik (BPS) setiap sepuluh tahun sekali merupakan kegiatan strategis dalam menyediakan informasi menyeluruh mengenai kondisi dan struktur perekonomian nasional. Menyongsong SE 2026, diperlukan sosialisasi yang masif dan efektif kepada masyarakat, khususnya melalui pemanfaatan media digital oleh Tim Humas BPS Kabupaten Probolinggo. Namun, keterbatasan kompetensi teknis dalam produksi konten digital masih menjadi kendala. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan tujuan mendampingi tim Humas BPS Kabupaten Probolinggo dalam meningkatkan keterampilan pembuatan dan pengelolaan konten digital. Metode yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan berbasis Asset Based Community Development (ABCD) melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, serta monitoring dan evaluasi. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan teknis, mulai dari perancangan, pengambilan video, hingga pengeditan konten digital dengan memanfaatkan aplikasi CapCut dan optimalisasi media sosial Instagram. Kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat kapasitas tim Humas dalam menghasilkan konten yang kreatif, komunikatif, dan relevan sehingga mendukung keberhasilan sosialisasi Sensus Ekonomi 2026.*

**Kata kunci** – pendampingan, konten digital, literasi digital, humas, sensus ekonomi 2026

### **Abstract**

*The Economic Census (SE), conducted by Statistics Indonesia (BPS) every ten years, is a strategic activity that provides comprehensive information on the condition and structure of the national economy. Towards SE 2026, massive and effective public outreach is required, particularly through the use of digital media by the Public Relations (PR) Team of BPS Probolinggo Regency. However, limited technical competence in digital content production remains a challenge. Therefore, this community service activity was carried out with the aim of assisting the PR team of BPS Probolinggo Regency in improving their skills in creating and managing digital content. The method applied was training and mentoring based on the Asset Based Community Development (ABCD) approach through the stages of preparation, implementation, and monitoring–evaluation. The mentoring results showed an increase in technical skills, ranging from content planning, video recording, to editing digital content using CapCut and optimizing Instagram as a dissemination platform. This activity is expected to strengthen the capacity of the PR team in producing creative, communicative, and relevant content, thereby supporting the success of the 2026 Economic Census socialization.*

**Keywords** - mentoring, digital content, digital literacy, public relations, economic census 2026

**How To Cite** : Indriani, N., Siddiqi, M. F., Khotija, K., & Fitriah, Y. L. (2025). Pendampingan Tim Humas BPS Kabupaten Probolinggo Dalam Penguatan Kompetensi Konten Digital Menuju Sensus Ekonomi 2026. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(2), 1240 - 1247. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i2.609>

**Copyright** ©2025 Novia Indriani, Moh Fakhri Siddiqi, Khotija Khotija, Yuni Lailatul Fitriah

## PENDAHULUAN

Sensus Ekonomi (SE) merupakan kegiatan besar yang diselenggarakan Badan Pusat Statistik (BPS) setiap sepuluh tahun sekali, tepatnya pada tahun yang berakhir angka enam. Hingga saat ini, SE di Indonesia telah dilaksanakan sebanyak empat kali, yaitu pada tahun 1986, 1996, 2006, dan 2016 (Lani et al., 2023). Sensus Ekonomi (SE) merupakan kegiatan pendataan menyeluruh terhadap seluruh unit usaha atau perusahaan yang berada dalam wilayah Indonesia. Tujuan utama pelaksanaan Sensus Ekonomi (SE) adalah memperoleh informasi yang bermanfaat untuk menggambarkan kondisi, kinerja, dan struktur perekonomian nasional berdasarkan wilayah, lapangan usaha, serta skala usaha (Marlina, 2016). Mengingat pentingnya peran dan posisi strategis Sensus Ekonomi (SE), khususnya SE2016 sebagai sensus ekonomi terakhir, Badan Pusat Statistik (BPS) sebagai lembaga resmi penyelenggara statistik nasional perlu melakukan sosialisasi yang masif dan menyeluruh. Sosialisasi ini tidak hanya ditujukan kepada masyarakat umum, tetapi juga secara khusus kepada para pelaku ekonomi, mulai dari skala mikro, kecil, menengah, hingga besar.

Keberhasilan pelaksanaan sensus ekonomi sangat dipengaruhi oleh sejauh mana masyarakat memahami pentingnya kegiatan tersebut. Dalam hal ini, peran Humas BPS menjadi krusial karena bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi yang tepat, jelas, dan menarik kepada publik. Dengan dukungan strategi komunikasi yang efektif, khususnya melalui pemanfaatan media digital, diharapkan tingkat partisipasi masyarakat dapat meningkat sehingga Sensus Ekonomi (SE) dapat terlaksana secara maksimal. Selain itu, penguatan kapasitas humas, terutama dalam pembuatan dan pengelolaan konten digital, menjadi bagian penting untuk menghadapi tantangan komunikasi publik di era digital. Hal ini sekaligus menjadi modal utama dalam menyongsong Sensus Ekonomi 2026, agar proses sosialisasi lebih adaptif, interaktif, dan menjangkau seluruh lapisan masyarakat (Lani et al., 2023).

Menurut (Sutahlis & Novaria, 2024) dalam penelitian Literasi Digital dan Pelayanan Publik yang Baik, literasi digital menjadi aspek penting bagi aparatur pemerintah untuk mendukung pelayanan publik berbasis digital. ASN dituntut memahami empat pilar literasi digital, yakni digital *skills*, digital *ethics*, digital *safety*, dan digital *culture*, agar mampu menggunakan media digital secara efektif dan bertanggung jawab. Penguatan kompetensi digital di kalangan aparatur pemerintah seperti tim humas BPS akan berdampak langsung terhadap efektivitas komunikasi publik yang mereka lakukan.

Di era digital, konten yang menarik, informatif, dan mudah dipahami menjadi kunci dalam meningkatkan literasi statistik dan partisipasi masyarakat (Puspitasari, 2024). Namun, permasalahan yang sering dihadapi oleh tim humas instansi pemerintah, termasuk BPS daerah, adalah keterbatasan dalam hal kompetensi pembuatan dan pengeditan konten digital. Hal ini menyebabkan pesan yang ingin disampaikan kurang optimal dari segi tampilan maupun daya tarik visual.

BPS Kabupaten Probolinggo, sebagai salah satu penyelenggara kegiatan statistik di daerah, memiliki peran penting dalam mensosialisasikan Sensus Ekonomi 2026 kepada masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pendampingan bagi tim humas agar mereka mampu meningkatkan keterampilan dalam membuat dan mengedit konten digital. Pendampingan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kapasitas teknis, tetapi juga memperkuat strategi komunikasi publik BPS dalam mendukung keberhasilan Sensus Ekonomi 2026. Menurut (Hikmah et al., 2024), Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) yang digagas oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika telah berhasil meningkatkan kesadaran dan keterampilan digital masyarakat di berbagai wilayah, terutama di daerah perkotaan. Program tersebut menegaskan pentingnya empat pilar literasi digital dalam mewujudkan masyarakat yang cerdas digital dan berkontribusi pada pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) 2030. Upaya serupa dapat diadaptasi oleh BPS melalui kegiatan literasi digital berbasis konten statistik untuk mendukung partisipasi publik dalam Sensus Ekonomi 2026.

Dengan adanya kegiatan pendampingan ini, diharapkan tim humas BPS Kabupaten Probolinggo dapat menghasilkan konten digital yang lebih kreatif, komunikatif, dan sesuai dengan kebutuhan target audiens. Pada akhirnya, kegiatan ini akan memberikan kontribusi terhadap meningkatnya partisipasi masyarakat dalam mendukung program besar nasional, yaitu Sensus Ekonomi 2026. Dalam konteks ini, peran media sosial pemerintah sangat vital. Dalam penelitian (Hastrida, 2021) menjelaskan bahwa media sosial telah menjadi sarana utama pemerintah untuk mendorong transparansi, meningkatkan kolaborasi, serta membangun hubungan timbal balik antara lembaga publik dan masyarakat. Namun, ia juga menekankan perlunya kebijakan dan tata kelola yang baik agar penggunaan media digital tidak menimbulkan risiko disinformasi atau pelanggaran privasi publik. Literasi digital dalam pembuatan

konten media sosial dapat dipahami sebagai kemampuan untuk menggunakan berbagai platform dan perangkat digital secara efektif, kreatif, serta bertanggung jawab dalam menyampaikan pesan, informasi, maupun ide kepada audiens secara daring. Literasi ini tidak hanya menuntut pemahaman mengenai teknologi dan fitur media sosial, tetapi juga keterampilan komunikasi yang memungkinkan seseorang menghasilkan konten yang informatif, menarik, relevan, dan aman (Restianty, 2018).

Dalam konteks kelembagaan, literasi digital memiliki peran strategis, khususnya bagi tim humas instansi pemerintah seperti BPS. Hal ini dikarenakan media sosial kini menjadi saluran utama dalam menyebarkan informasi publik secara cepat dan luas (Zaxrie et al., 2024). Konten yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai media sosialisasi, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta memperkuat citra positif lembaga.

Pada penelitian (Widyaningtyas et al., 2025) menunjukkan bahwa penerapan *Digital Public Relations* (Digital PR) pada instansi pemerintah terbukti efektif dalam memperluas jangkauan publikasi dan memperkuat citra lembaga di mata masyarakat. Unsur-unsur utama seperti transparansi, kekayaan konten, dan kolaborasi dengan media digital menjadi kunci keberhasilan strategi komunikasi digital pemerintah daerah. Model ini dapat diadaptasi oleh BPS dalam menyusun strategi komunikasi publik yang lebih interaktif dan partisipatif untuk mendukung Sensus Ekonomi 2026.

Seiring dengan semakin dekatnya pelaksanaan Sensus Ekonomi 2026, penguasaan literasi digital oleh tim humas BPS menjadi semakin penting. Kemampuan dalam merancang dan mengedit konten digital yang komunikatif diharapkan mampu menjangkau berbagai kalangan masyarakat, mulai dari pelaku usaha mikro hingga makro. Dengan demikian, literasi digital tidak hanya sekedar keterampilan teknis, tetapi juga menjadi kunci keberhasilan komunikasi publik dalam mendukung suksesnya program nasional berskala besar (Rustandi & Kalaloi, 2024).

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan pelatihan dan pendampingan berbasis *Asset Based Community Development* (ABCD). Pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) menekankan pada pentingnya pemberdayaan komunitas dengan menggali serta memanfaatkan potensi dan aset yang telah dimiliki oleh komunitas sasaran maupun pelaksana kegiatan. Dalam konteks ini, aset yang dimaksud mencakup kompetensi mahasiswa, pengalaman kelembagaan, serta potensi internal dari Tim Humas BPS Kabupaten Probolinggo itu sendiri.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui kombinasi metode interaktif, antara lain: diskusi partisipatif, tutorial, praktik langsung, serta penggunaan teknologi pendukung dalam pembuatan dan penyebaran konten digital. Pendekatan ini dirancang agar peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkan secara langsung melalui pendampingan berbasis praktik (Ivantri, 2025).

Secara garis besar, kegiatan ini dilaksanakan dalam tiga tahapan utama sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan



**Gambar 1.** Wawancara, Observasi kondisi dan kebutuhan Tim Humas

Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan observasi dan wawancara awal terhadap kondisi dan kebutuhan Tim Humas BPS Kabupaten Probolinggo. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan adanya beberapa kendala dalam proses produksi konten digital, antara lain:

kurangnya pemahaman mengenai teknik pengambilan video, keterbatasan keterampilan dalam proses *editing*, serta minimnya optimalisasi dalam perencanaan dan penyusunan konten yang sesuai dengan identitas kelembagaan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tersebut, tim kemudian menyusun rancangan kegiatan pelatihan dan pendampingan yang mencakup penyusunan materi, perencanaan jenis konten, serta identifikasi alat dan aplikasi yang akan digunakan. Materi yang disiapkan disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi riil tim Humas, sehingga pelatihan menjadi lebih relevan dan aplikatif.

## 2. Tahap Pelaksanaan Pendampingan



**Gambar 2.** Pengambilan video konten dan pendampingan pengeditan video

Pada tahap ini, kegiatan pelatihan dan pendampingan dilaksanakan secara langsung bersama Tim Humas BPS. Kegiatan diawali dengan penyusunan konsep konten digital, mulai dari pemilihan jenis konten (infografis, video singkat, narasi edukatif, dan lain-lain), gaya penyampaian yang sesuai dengan karakteristik lembaga, hingga penyusunan naskah atau narasi agar pesan yang disampaikan lebih komunikatif dan mudah dipahami masyarakat.

Setelah tahap perencanaan, pendampingan dilanjutkan dengan praktik pengambilan video konten, termasuk pengarahan teknis terkait pengambilan gambar, pencahayaan, serta pemilihan latar visual yang sesuai. Proses selanjutnya adalah pendampingan pengeditan video menggunakan aplikasi CapCut. Dalam proses ini, peserta diajarkan tidak hanya menggunakan template yang tersedia, tetapi juga melakukan pengeditan secara manual untuk menghasilkan konten yang lebih orisinal dan sesuai dengan kebutuhan institusi.

## 3. Tahap Monitoring dan Evaluasi



**Gambar 3.** Monitoring dan Evaluasi

Tahap akhir dari kegiatan ini difokuskan pada proses monitoring dan evaluasi atas hasil pendampingan yang telah dilaksanakan. Monitoring dilakukan terhadap konten yang telah dipublikasikan melalui akun resmi media sosial BPS Kabupaten Probolinggo, khususnya platform Instagram sebagai media utama penyebaran informasi digital.

Evaluasi dilakukan secara berkala untuk mengukur efektivitas pendampingan berdasarkan beberapa indikator, antara lain: peningkatan keterampilan teknis tim Humas, kesesuaian konten dengan kebutuhan komunikasi kelembagaan, kualitas visual dan narasi konten yang dihasilkan, serta kesiapan tim dalam mengelola media digital secara mandiri ke depannya. Penilaian ini dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara singkat dengan tim Humas sebagai pihak penerima manfaat utama (Fauzan & Adnan, 2024).

Dengan pendekatan yang terstruktur dan partisipatif ini, kegiatan pengabdian diharapkan tidak hanya mampu meningkatkan kualitas konten digital yang diproduksi oleh BPS Kabupaten Probolinggo, tetapi juga memperkuat kapasitas internal tim Humas dalam menyusun strategi komunikasi digital yang berkelanjutan, adaptif, dan efektif dalam menyongsong Sensus Ekonomi 2026.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan yang dilaksanakan di BPS Kab. Probolinggo menunjukkan hasil yang signifikan, baik dari sisi peningkatan keterampilan teknis maupun perbaikan dalam strategi penyampaian konten digital. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan bersama Tim Humas BPS Kabupaten Probolinggo, ditemukan sejumlah kendala, kebutuhan, serta perubahan kondisi sebelum dan sesudah adanya dukungan dari mahasiswa magang.

Tim Humas BPS Kabupaten Probolinggo menghadapi sejumlah kendala, antara lain keterbatasan fasilitas, khususnya peralatan produksi konten yang berimplikasi pada kualitas video maupun foto yang dipublikasikan. Prioritas terhadap pekerjaan rutin juga menimbulkan keterbatasan dalam pengelolaan media sosial sehingga pelaksanaannya belum maksimal. Dari aspek keterampilan teknis, kemampuan pengeditan video belum merata; hanya sebagian kecil pegawai yang telah menguasai, sementara lainnya masih dalam tahap awal pembelajaran. Selain itu, keterbatasan jumlah sumber daya manusia, baik pegawai maupun mahasiswa magang, turut memengaruhi keseimbangan distribusi tugas. Dalam kaitannya dengan kebutuhan, Tim Humas menekankan pentingnya tambahan tenaga yang dapat mendukung proses produksi konten. Kehadiran mahasiswa magang dipandang strategis karena tidak hanya membantu aspek teknis, tetapi juga menghadirkan ide-ide segar sesuai tren media sosial yang berkembang. Harapan yang muncul adalah adanya mahasiswa magang dengan masa pendampingan yang lebih panjang agar kebermanfaatannya lebih terasa, baik dalam kontinuitas produksi konten maupun peningkatan keterampilan teknis tim internal.

Perubahan signifikan juga terlihat antara kondisi sebelum dan sesudah adanya mahasiswa magang. Sebelum adanya dukungan, mayoritas konten berupa grafis statis dengan variasi terbatas. Kehadiran mahasiswa magang menjadikan konten lebih beragam, termasuk video singkat yang komunikatif. Kualitas editing meningkat, ketersediaan konten baru lebih terjaga, serta tingkat keterlibatan masyarakat (*engagement*) juga mengalami peningkatan, khususnya pada konten bernuansa ringan dan humoris. Dengan demikian, hasil pendampingan menunjukkan bahwa kehadiran mahasiswa magang berperan penting dalam memperkuat kapasitas Tim Humas, baik dari sisi teknis maupun kreativitas. Kendala utama yang masih dihadapi meliputi keterbatasan fasilitas, keterampilan teknis yang belum merata, serta kurangnya tenaga. Namun, kebutuhan dan harapan tim memperlihatkan bahwa kolaborasi dengan mahasiswa magang merupakan strategi yang efektif untuk menjawab tantangan tersebut.

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial oleh Tim Humas BPS Kabupaten Probolinggo masih menghadapi sejumlah kendala yang cukup fundamental. Kendala utama terletak pada keterbatasan fasilitas produksi konten, khususnya perangkat yang digunakan dengan kualitas kamera yang kurang memadai. Dalam era digital saat ini, media sosial semakin menuntut kualitas visual yang tinggi, baik berupa foto maupun video, agar mampu menarik perhatian audiens (Ashari & Raharjo, 2025). Keterbatasan perangkat jelas berdampak pada hasil akhir konten yang dipublikasikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Raffaella Woro Tyas R. N. (N & Suryawardani, 2025) yang menyebutkan bahwa kualitas teknis, seperti resolusi video dan desain visual, merupakan faktor penentu dalam meningkatkan keterlibatan audiens di media sosial lembaga pemerintah. Selain

keterbatasan fasilitas, faktor beban kerja rutin juga menjadi penghambat. Pegawai Humas memiliki berbagai tugas yang harus diselesaikan, sehingga pengelolaan media sosial sering kali menjadi pekerjaan tambahan yang tidak mendapat prioritas utama. Kondisi ini berimplikasi pada tidak konsistennya frekuensi publikasi, padahal konsistensi merupakan salah satu kunci keberhasilan komunikasi digital (Bunga Indah Lestari, 2025). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa keterbatasan waktu dan pembagian tugas berkontribusi signifikan terhadap belum optimalnya strategi komunikasi publik BPS.

Aspek keterampilan teknis juga menjadi perhatian penting (Santoso, 2025). Hanya sebagian kecil anggota tim yang memiliki keahlian dalam pengeditan video, sedangkan pegawai lain masih dalam tahap belajar. Hal ini menyebabkan variasi konten yang dihasilkan relatif terbatas dan bergantung pada individu tertentu atau template yang sudah ada di aplikasi. Dalam perspektif literasi digital, kondisi tersebut menunjukkan adanya ketimpangan kompetensi internal (Bahri, 2025). Padahal, literasi digital yang merata di kalangan anggota tim sangat diperlukan agar proses produksi konten tidak bergantung pada satu atau dua orang saja.

Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) semakin memperkuat hambatan yang ada. Kekurangan tenaga, baik pegawai maupun mahasiswa magang, membuat Tim Humas kesulitan mengimbangi kebutuhan publikasi yang semakin meningkat. Wawancara mengungkapkan bahwa kehadiran mahasiswa magang tidak hanya membantu secara teknis, tetapi juga memberikan kontribusi dalam bentuk gagasan kreatif yang lebih segar. Hal ini sesuai dengan *konsep Asset-Based Community Development* (ABCD) yang menekankan pentingnya memanfaatkan aset lokal, dalam hal ini semangat dan kreativitas mahasiswa magang, sebagai penggerak utama peningkatan kapasitas (Mubarok & Nuraeni, 2024).

Perubahan signifikan terlihat setelah adanya kolaborasi dengan mahasiswa magang. Konten media sosial BPS Kabupaten Probolinggo mengalami peningkatan dalam hal variasi, kualitas editing, dan keterlibatan audiens. Jika sebelumnya konten lebih didominasi oleh grafis statis, setelah adanya dukungan magang, konten menjadi lebih bervariasi, termasuk video singkat dengan gaya komunikatif. Hal ini berdampak pada meningkatnya jumlah tayangan dan interaksi, terutama pada konten yang bersifat ringan atau humoris. Temuan ini mendukung hasil penelitian (Bunga Indah Lestari, 2025) yang menyatakan bahwa variasi konten dan penggunaan gaya komunikasi yang sesuai dengan tren media sosial mampu meningkatkan *engagement* secara signifikan. Lebih jauh, harapan yang disampaikan Tim Humas agar mahasiswa magang dapat mendampingi dalam jangka waktu yang lebih panjang menunjukkan adanya kebutuhan akan keberlanjutan. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi publik tidak cukup mengandalkan tenaga internal semata, tetapi perlu melibatkan kolaborasi eksternal yang terencana. Pendekatan kolaboratif semacam ini relevan dengan konsep *co-creation* dalam komunikasi publik, di mana produksi konten dilakukan secara partisipatif untuk menghasilkan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan audiens (Putri, 2024).

Dengan demikian, hasil pendampingan memperlihatkan bahwa kendala utama Tim Humas terletak pada keterbatasan fasilitas, keterampilan teknis yang belum merata, serta kekurangan tenaga. Namun, pada saat yang sama, keberadaan mahasiswa magang terbukti menjadi faktor penguat dalam mengatasi sebagian besar hambatan tersebut. Ke depan, agar strategi komunikasi publik dapat berjalan lebih efektif, diperlukan upaya sistematis berupa penyediaan fasilitas yang memadai, peningkatan literasi digital secara merata, serta kolaborasi berkelanjutan dengan pihak eksternal.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan Tim Humas BPS Kabupaten Probolinggo dalam penguatan kompetensi konten digital telah terlaksana dengan baik sesuai dengan tujuan yang direncanakan. Melalui pelatihan dan praktik langsung, Tim Humas mampu meningkatkan keterampilan teknis dalam pembuatan serta pengelolaan konten digital, khususnya dalam bentuk infografis dan video singkat. Selain itu, kegiatan ini juga memperkuat pemahaman mengenai strategi komunikasi publik di era digital, sehingga konten yang dihasilkan tidak hanya lebih menarik secara visual, tetapi juga komunikatif dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Peningkatan kapasitas ini menjadi modal penting bagi BPS Kabupaten Probolinggo dalam mendukung suksesnya Sensus Ekonomi 2026 melalui sosialisasi yang lebih efektif, adaptif, dan modern. Agar hasil pendampingan dapat terus berlanjut dan memberikan dampak yang berkesinambungan, disarankan agar BPS Kabupaten Probolinggo melanjutkan upaya penguatan literasi digital secara rutin. Hal ini dapat dilakukan melalui

pelatihan internal maupun dengan menjalin kerja sama eksternal. Selain itu, peningkatan fasilitas pendukung produksi konten digital juga perlu dilakukan agar kualitas konten yang dihasilkan semakin optimal. Di samping itu, kolaborasi berkelanjutan dengan pihak akademisi maupun mitra eksternal lainnya menjadi hal penting agar strategi komunikasi publik dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi positif terhadap pelaksanaan Sensus Ekonomi 2026.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Probolinggo atas kerja sama dan partisipasi aktifnya dalam kegiatan pendampingan yang menjadi dasar penulisan artikel ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Nurul Jadid melalui dukungan moral dan fasilitas akademik yang telah memungkinkan kegiatan ini berjalan dengan baik. Tanpa dukungan dan kolaborasi dari seluruh pihak, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak akan terlaksana dengan optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, M. D., & Raharjo, R. J. H. (2025). Pelatihan Videografi Untuk Mendukung Pemasaran Digital Di Pondok Pesantren Al-Muhajirin Iii Barul Ulum Jombang. *Journal of Science and ...*, 4307(1), 219–225.  
<https://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR/article/view/2699%0Ahttps://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR/article/viewFile/2699/1514>
- Bahri, S. (2025). *Pengembangan Kompetensi Guru Dalam Literasi Digital Dan Etika Siber: Studi Interdisipliner Antara Pendidikan dan Teknologi Informasi*. 01(03), 188–200.
- Bunga Indah Lestari, H. (2025). *Strategi Pengelolaan Konten Visual Berbasis Engagement Instagram Toko Thrift Risel Di Tanjung Morawa*. 8(2), 1240–1249.
- Fauzan, L. R., & Adnan, I. Z. (2024). Pendampingan Pembuatan Konten Digital bagi Para Pelaku UMKM untuk Meningkatkan Minat Konsumen. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 637–647. <https://doi.org/10.37478/abdika.v4i4.4480>
- Hastrida, A. (2021). Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat Dan Risiko. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(2), 149–165.  
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.33299/jpkop.25.2.3920>
- Hikmah, B., Muaz, R. A., & Rachman, I. F. (2024). Program Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD): Upaya Pemerintah Indonesia Dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals (SDGs) 2030. *Jurnal Nakula: Pusat Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Ilmu Sosial*, 2(3), 253–265.  
<https://doi.org/10.61132/nakula.v2i3.825>
- Ivantri, R. (2025). *Menyiapkan Guru Abad 21 : Pelatihan Desain Pembelajaran Bahasa Indonesia Berbasis Literasi Digital bagi Mahasiswa PGMI di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung*. 9(1).
- Lani, O. P., Hendra, T., & Khalid, I. (2023). Peran Humas Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Barat dalam Mensosialisasikan Kegiatan Kegiatan Sensus Ekonomi 2016. *At-Tadabbur: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 13(1), 30–46.
- Marlina, R. (2016). *Tinjauan Atas Prosedur Pembayaran Tunjangan Kerja Pegawai Di Kantor Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia)*. (Vol. 2, pp. 6–29).
- Mubarok, A. N., & Nuraeni, N. A. F. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Desa Kalipelus Melalui Ecoprint Dengan Metode ABCD (Asset Based Community Development). *Prosiding Kampelmas*, 3(2), 609–618.  
<https://proceedings.uinsaizu.ac.id/index.php/kampelmas/article/view/1266%0Ahttps://proceedings.uinsaizu.ac.id/index.php/kampelmas/article/download/1266/1105>
- N, R. W. T. R., & Suryawardani, B. (2025). *Peran Mediasi Involvement Pada Pengaruh Advertising Dan Konten Video Estetik Yang Berkualitas Terhadap Customer Engagement ( Studi Pada Produk Analooks . Stuff Tahun 2025 )*. 14(03), 1101–1113.
- Puspitasari, W. T. (2024). *Peran Konten Di Instagram Artistikupb Dalam Meningkatkan Literasi Statistik Mahasiswa Universitas Putra Bangsa* (pp. 1–2).
- Putri. (2024). *Pengembangan Framework Industri Konten Pengembangan Framework Industri Konten Digital Dalam Perspektif Society 5.0. Theses Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama*

*Islam Negeri Palopo.*

- Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. *AT-TUFULA: Islamic Education Early Childhood*, 1(1), 16. <https://doi.org/10.29300/tufula.v1i1.5603>
- Rustandi, D., & Kalaloi, A. F. (2024). Etika Digital dalam Pembuatan Konten Digital di Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Membangun Negeri*, 8(2), 217–225.
- Santoso, J. (2025). Pengaruh Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing terhadap Peningkatan Kompetensi Mahasiswa di Bidang Pemasaran Digital. *SELAYAR: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 69–76. <https://doi.org/10.71094/selayar.v1i3.71>
- Sutahlis, M., & Novaria, E. (2024). Literasi Digital dan Pelayanan Publik yang Baik. *Inovasi Riset Akademik*, 4(2).
- Widyaningtyas, M. D., Anggreyani, F., & Setyorini, D. (2025). Implementasi Digital Public Relations Dalam Publikasi Kegiatan Pimpinan Kota Tangerang. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.25124/ijdpr.v4i1.9125>
- Zaxrie, S. A., Rina, N., Thoibah, S., & Putri, K. (2024). Peran Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Dalam Kehumasan The Role Of Social Media As A Digital. *Indonesian Journal of Digital Public Relations*, 3(1), 26–39.
- Statistik, B. P. (2020). *Badan Pusat Statistik/BPS–StatisticsIndonesia*.