



Optimalisasi Media Informasi Digital dan *Company Profile* untuk Pelayanan Publik di LKBN ANTARA NTB

Maria Theresa Gusti Ayu Adventa Brilianti¹, Budiman²

^{1,2} Prodi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.

¹ayuadventa004@gmail.com

²budiman@staff.unram.ac.id

Article Info

Received: 05 Juni 2026

Revised: 18 Juni 2026

Accepted: 18 Juni 2026

Abstrak: Perkembangan media digital menuntut lembaga penyedia informasi publik untuk terus meningkatkan kualitas penyebaran informasi kepada masyarakat. LKBN ANTARA Biro Nusa Tenggara Barat memerlukan upaya optimalisasi media informasi digital guna memperluas jangkauan publikasi, meningkatkan pengenalan masyarakat terhadap lembaga, serta memperkuat komunikasi publik. Kegiatan ini dilaksanakan melalui optimalisasi media sosial dan penyusunan *company profile* sebagai media informasi dan branding institusi. Optimalisasi media sosial dilakukan melalui pembuatan konten informasi publik, termasuk konten "*Pop News*", yang dikemas secara ringkas dan komunikatif sesuai karakteristik audiens digital. Selain itu, disusun *company profile* yang memuat profil, layanan, dan identitas lembaga sebagai media komunikasi institusi kepada masyarakat dan mitra kerja. Kegiatan ini menghasilkan peningkatan jangkauan informasi publik dengan capaian lebih dari 3 juta tayangan, 9.101 kunjungan profil, 39 ribu tanda suka, dan 3.081 kali bagikan pada media sosial lembaga. *Company profile* yang dihasilkan juga mendukung penguatan branding dan penyebaran informasi kelembagaan secara lebih terstruktur. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi dalam mendukung pelayanan informasi publik, memperkuat citra lembaga, serta mendukung komunikasi dan promosi institusi melalui pemanfaatan media digital di era ekonomi digital.

Kata kunci: media informasi digital, pelayanan informasi publik, *branding* institusi, *company profile*, ekonomi digital

*Corresponding Author:

Maria Theresa Gusti Ayu
Adventa Brilianti,

Prodi Ilmu Ekonomi dan
Studi Pembangunan, Fakultas
Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Mataram, Kota
Mataram, Indonesia;

Email:

ayuadventa004@gmail.com

Abstract: The rapid advancement of digital media has encouraged public information institutions to enhance the quality and effectiveness of information dissemination. LKBN ANTARA West Nusa Tenggara Bureau required efforts to optimize its digital information media in order to broaden publication reach, improve public awareness of the institution's role and functions, and strengthen public communication. This community engagement activity was implemented through the optimization of social media platforms and the development of a company profile as instruments for institutional information dissemination and branding. Social media optimization was carried out through the creation of public information content, including "*Pop News*", which was designed in a concise, informative, and engaging format tailored to digital audiences. In addition, a company profile was developed to provide comprehensive information regarding the institution's profile, services, and organizational identity for the public and stakeholders. The activity contributed to expanding the dissemination of public information, generating more than 3 million post views, 9,101 profile visits, 39 thousand likes, and 3,081 shares on the institution's social media platform. Furthermore, the company profile served as a strategic communication tool that strengthened institutional branding and facilitated access to organizational information. Overall, this activity contributed to improving public information services, enhancing institutional visibility, and supporting organizational communication and promotion through the effective utilization of digital media in the digital economy era.

Keywords: digital information media, public information service, institutional branding, company profile, digital economy.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sistem pelayanan dan penyampaian informasi kepada masyarakat. Pemanfaatan media digital mendorong lembaga pemerintah maupun institusi publik untuk mampu menyediakan informasi secara cepat, akurat, dan mudah diakses guna memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan publik yang efektif dan transparan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya memengaruhi pola komunikasi, tetapi juga mendukung peningkatan efisiensi dan kualitas pelayanan lembaga kepada masyarakat (Hardianti. F., dkk, 2022)

Dalam pelaksanaannya, media informasi digital seperti *website*, media sosial, dan *platform* berita online kini menjadi sarana penting dalam mendukung komunikasi publik. Media informasi tidak lagi hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga menjadi bagian dari strategi komunikasi lembaga dalam membangun hubungan dengan masyarakat, meningkatkan keterbukaan informasi, serta memperkuat citra institusi (Cahyati, W., dkk, 2020). Pengelolaan media informasi yang baik dapat membantu lembaga menjangkau masyarakat secara lebih luas melalui penyampaian informasi yang cepat, relevan, dan mudah dipahami.

Berdasarkan hasil pengamatan selama kegiatan pengabdian di LKBN ANTARA Biro Nusa Tenggara Barat, pemanfaatan media digital telah menjadi salah satu sarana utama dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Namun demikian, kebutuhan akan pengembangan media informasi masih terus diperlukan untuk meningkatkan jangkauan publikasi serta memperkuat pengenalan lembaga kepada masyarakat. Masih diperlukan upaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap peran dan fungsi LKBN ANTARA sebagai lembaga penyedia informasi publik melalui strategi komunikasi yang lebih adaptif dan informatif. Selain pengelolaan konten berita melalui media sosial, keberadaan *company profile* yang informatif juga diperlukan sebagai media komunikasi institusi untuk memperkenalkan profil, layanan, dan identitas lembaga kepada masyarakat maupun mitra kerja. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penguatan media sosial serta penyusunan *company profile* menjadi langkah yang relevan untuk mendukung penyebaran informasi, meningkatkan branding lembaga, dan memperluas akses masyarakat terhadap informasi mengenai LKBN ANTARA Biro NTB.

Dalam konteks pelayanan publik, pemanfaatan media digital menjadi salah satu bentuk inovasi yang mendukung efektivitas kerja dan optimalisasi pelayanan kepada masyarakat (Nagy & Hajdú, 2021). Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi menyebabkan masyarakat semakin bergantung pada media digital sebagai sumber utama dalam memperoleh informasi. Oleh karena itu, pengembangan media informasi menjadi penting untuk mendukung kualitas pelayanan, memperluas akses informasi publik, serta meningkatkan interaksi antara lembaga dan masyarakat (Fakih & Lawati, 2019). Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini menjadi penting untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan media informasi lembaga melalui pengelolaan konten media sosial dan penyusunan *company profile*. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung efektivitas komunikasi publik, memperkuat *branding* dan *media marketing* lembaga, serta meningkatkan nilai institusi melalui pemanfaatan media digital yang lebih optimal.

Sebagai upaya mendukung pelayanan publik di era digital, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui optimalisasi media informasi digital dan penyusunan *company profile* di LKBN ANTARA Biro Nusa Tenggara Barat. Optimalisasi media informasi dilakukan melalui

pengelolaan media sosial untuk memperluas jangkauan informasi publik, meningkatkan interaksi dengan masyarakat, serta memperkuat penyampaian informasi secara cepat dan mudah diakses. Selain itu, penyusunan *company profile* dilakukan sebagai media komunikasi institusi yang dapat memperkenalkan profil, layanan, dan identitas lembaga kepada masyarakat maupun mitra kerja. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung efektivitas pelayanan publik, memperkuat *branding* lembaga, serta meningkatkan kualitas komunikasi publik melalui pemanfaatan media digital yang lebih optimal. Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan optimalisasi media informasi digital dan *company profile* dalam mendukung pelayanan publik di LKBN ANTARA Biro Nusa Tenggara Barat.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di LKBN ANTARA Biro Nusa Tenggara Barat. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan sekaligus terlibat secara langsung dalam aktivitas yang diamati (Rachman, A. dkk, 2024). Observasi dilakukan terhadap proses pengelolaan media informasi lembaga, khususnya pada kegiatan publikasi digital dan pengembangan media komunikasi perusahaan.

Tahapan pertama dalam metode observasi dilakukan melalui proses pengenalan lingkungan kerja dan identifikasi aktivitas yang berkaitan dengan pengelolaan media informasi lembaga. Pada tahap ini, penulis mengamati sistem kerja, bentuk komunikasi publik yang dilakukan lembaga, serta penggunaan media digital dalam penyebaran informasi kepada masyarakat.

Tahapan kedua dilakukan melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan pengelolaan media sosial lembaga. Dalam tahap ini, penulis berpartisipasi dalam pembuatan konten berita digital untuk media sosial, mulai dari penyusunan serta pemilihan informasi berita, hingga penyesuaian tampilan visual konten agar lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat. Kegiatan tersebut dilakukan sebagai bagian dari upaya meningkatkan penyebaran informasi publik melalui media digital. Penggunaan media sosial dinilai mampu membantu efektivitas komunikasi publik karena informasi dapat disampaikan secara lebih cepat dan interaktif kepada masyarakat (Sukarno & Winarsih, 2021).

Tahapan ketiga dilakukan melalui penyusunan *company profile* lembaga sebagai bagian dari pengembangan media informasi perusahaan. Pada tahap ini, penulis mengumpulkan data dan informasi terkait profil lembaga, layanan perusahaan, struktur organisasi, serta identitas institusi yang kemudian disusun menjadi *company profile*. Penyusunan *company profile* bertujuan membantu memperkuat *branding* dan memperkenalkan keberadaan LKBN ANTARA Biro NTB kepada masyarakat maupun pihak eksternal. *Company profile* juga berfungsi sebagai media komunikasi perusahaan dalam membangun citra institusi melalui penyampaian informasi yang sistematis dan informatif (Pourkabirian et al., 2017).

Secara keseluruhan, metode observasi dalam kegiatan ini dilakukan melalui pengamatan langsung dan keterlibatan penulis selama pelaksanaan pengabdian di LKBN ANTARA Biro Nusa Tenggara Barat. Observasi dilakukan terhadap aktivitas pengelolaan media informasi lembaga, mulai dari pengelolaan media sosial hingga penyusunan *company profile* sebagai media informasi dan *branding* institusi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan mengidentifikasi dan menjelaskan hasil observasi untuk

melihat bagaimana pengembangan media informasi digital dapat mendukung penyebaran informasi publik, memperkuat *branding* lembaga, serta meningkatkan efektivitas komunikasi dan pelayanan informasi kepada masyarakat. Analisis dilakukan dengan memperhatikan beberapa indikator, yaitu jangkauan informasi yang dilihat dari jumlah tayangan konten dan kunjungan profil, tingkat interaksi audiens yang ditunjukkan melalui jumlah suka, komentar, dan bagikan, serta penguatan *branding* lembaga melalui pengelolaan media sosial dan penyusunan company profile. Indikator-indikator tersebut digunakan untuk menggambarkan efektivitas media informasi digital dalam mendukung penyebaran informasi publik dan komunikasi lembaga kepada masyarakat. Pendekatan deskriptif digunakan untuk membantu memahami fenomena berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan secara sistematis (Creswell, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian di LKBN ANTARA Biro Nusa Tenggara Barat menunjukkan bahwa pengembangan media informasi digital memiliki peran penting dalam mendukung penyebaran informasi publik, meningkatkan komunikasi lembaga dengan masyarakat, serta mendukung penguatan *branding* institusi melalui media digital. Pemanfaatan media informasi digital dinilai mampu meningkatkan efektivitas penyampaian informasi karena informasi dapat diakses secara lebih cepat, luas, dan efisien oleh masyarakat (Aziz F. N dkk, 2021). Kegiatan yang dilakukan selama pengabdian terdiri atas observasi lingkungan kerja dan sistem media informasi lembaga, pengelolaan konten berita media sosial, serta penyusunan *company profile* lembaga sebagai media pendukung *branding* institusi.

a) Observasi Lingkungan Kerja dan Sistem Pengelolaan Media Informasi

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi terhadap lingkungan kerja dan sistem pengelolaan media informasi di LKBN ANTARA Biro NTB. Pada tahap ini, penulis mengamati proses penyebaran berita, pengelolaan media sosial, serta pola komunikasi publik yang dilakukan oleh lembaga dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Hasil observasi menunjukkan bahwa media digital menjadi salah satu sarana utama dalam penyebaran informasi publik karena mampu menjangkau masyarakat secara lebih cepat dan luas. Penggunaan *platform* digital seperti media sosial dan portal berita *online* membantu lembaga dalam menyampaikan informasi mengenai kegiatan daerah, isu sosial, dan informasi publik lainnya secara *real-time*. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Fadhil, 2019 yang menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dalam pelayanan publik dapat meningkatkan efisiensi penyampaian informasi dan mendukung modernisasi pelayanan publik.

Selain itu, pengelolaan media informasi yang aktif juga membantu meningkatkan keterbukaan informasi kepada masyarakat. Informasi yang dipublikasikan secara konsisten mempermudah masyarakat memperoleh berita yang akurat dan terpercaya sehingga mampu meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga. Keterjangkauan informasi menjadi salah satu indikator penting dalam kualitas pelayanan publik karena masyarakat membutuhkan akses informasi yang mudah dan cepat (Fakih & Lawati, 2019).



Gambar 1. Pelaksanaan *Meeting* Bersama Tim LKBN Antara Biro NTB.

b) Pengelolaan Konten Berita Media Sosial

Tahap berikutnya dilakukan melalui keterlibatan langsung dalam pembuatan dan pengelolaan konten berita untuk media sosial lembaga. Kegiatan yang dilakukan meliputi penyusunan berita, pemilihan informasi yang akan dipublikasikan, serta penyesuaian desain visual konten agar lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Salah satu kegiatan yang dilakukan dalam tahap ini adalah pembuatan konten berita "*Pop News*" untuk media sosial LKBN ANTARA Biro NTB. Konten "*Pop News*" disusun dengan format informasi singkat, aktual, dan dikemas menggunakan tampilan visual yang lebih komunikatif agar mudah dipahami oleh audiens media sosial. Pembuatan konten ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik informasi publik sehingga masyarakat dapat memperoleh berita secara lebih cepat dan praktis melalui *platform* digital.

Tabel 1. Hasil Analitik Media Informasi Digital Selama Periode Pengamatan

No	Indikator	Hasil
1	Tayangan Postingan	>3.000.000
2	Tampilan Profil	9.101
3	Tanda Suka (<i>Likes</i>)	39.000
4	Bagikan (<i>Shares</i>)	3.081

Sumber: Data Analitik Media Sosial (TikTok) LKBN ANTARA Biro NTB, 2026

Berdasarkan data analitik media informasi digital selama periode pengamatan, konten yang dipublikasikan oleh LKBN ANTARA Biro NTB memperoleh lebih dari 3 juta tayangan postingan, 9.101 tampilan profil, sekitar 39 ribu tanda suka, serta 3.081 kali dibagikan oleh pengguna. Data tersebut menunjukkan bahwa media digital yang digunakan lembaga mampu menjangkau audiens dalam jumlah yang besar sekaligus mendorong interaksi masyarakat terhadap informasi yang dipublikasikan. Tingginya jumlah tayangan mencerminkan luasnya jangkauan informasi yang diterima publik, sedangkan jumlah tanda suka dan bagikan menunjukkan adanya keterlibatan audiens terhadap konten yang disampaikan.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pemanfaatan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi informasi, tetapi juga mendukung efektivitas komunikasi publik melalui penyebaran informasi yang lebih luas dan interaktif. Dalam konteks pelayanan informasi, capaian tersebut menunjukkan bahwa media digital dapat menjadi instrumen yang efektif dalam meningkatkan akses masyarakat terhadap informasi publik sekaligus memperkuat visibilitas lembaga di ruang digital.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh penting dalam meningkatkan efektivitas penyebaran informasi publik. Konten berita yang dikemas secara singkat, informatif, dan menarik cenderung lebih mudah menjangkau masyarakat luas serta meningkatkan interaksi publik terhadap informasi yang dipublikasikan. Media digital mampu meningkatkan efektivitas komunikasi melalui penyampaian informasi yang lebih interaktif dan mudah diakses oleh masyarakat (Prajarto dkk., 2017)

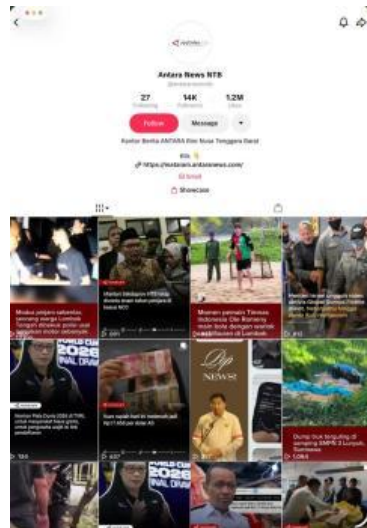
Selain mendukung penyebaran informasi, pemanfaatan media sosial juga menunjukkan adanya perubahan pola komunikasi lembaga menuju sistem yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat *modern*. Penggunaan media digital dalam penyebaran informasi dinilai mampu meningkatkan efisiensi komunikasi karena informasi dapat disampaikan dengan lebih cepat, hemat biaya, dan memiliki jangkauan yang lebih luas dibandingkan media konvensional. Kondisi tersebut secara tidak langsung mencerminkan penerapan transformasi digital dalam aktivitas lembaga, khususnya dalam pengelolaan informasi publik dan komunikasi institusi.

Pengelolaan konten media sosial juga memberikan pengalaman mengenai pentingnya strategi komunikasi digital dalam meningkatkan *engagement* masyarakat. Penyusunan serta penggunaan visual yang sesuai, serta konsistensi publikasi menjadi faktor penting dalam menarik perhatian audiens terhadap informasi yang disampaikan. Dalam konteks komunikasi pemasaran, pengelolaan konten digital menjadi bagian dari strategi branding lembaga melalui media digital (Dwivedi et al., 2021). Strategi tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana publikasi informasi, tetapi juga mendukung pengembangan identitas lembaga serta peningkatan hubungan antara institusi dan masyarakat.

Pembuatan konten "*Pop News*" juga memberikan pengalaman kepada penulis dalam memahami proses penyampaian informasi digital yang efektif, mulai dari pemilihan topik berita, pengolahan informasi menjadi konten singkat, hingga penyesuaian desain visual sesuai karakteristik audiens media sosial. Konten tersebut diharapkan dapat membantu masyarakat memperoleh informasi publik dengan lebih mudah sekaligus meningkatkan ketertarikan audiens terhadap media sosial lembaga. Dari sisi pengelolaan media, aktivitas ini menunjukkan bahwa informasi digital memiliki nilai strategis dalam mendukung efektivitas komunikasi serta memperluas jangkauan publikasi lembaga di era perkembangan teknologi informasi.

Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, seperti penyesuaian gaya penulisan berita untuk media sosial, keterbatasan waktu publikasi, serta kebutuhan untuk menyesuaikan konten dengan karakteristik audiens digital. Namun, kendala tersebut dapat diatasi melalui koordinasi dengan pihak pembimbing dan proses evaluasi terhadap konten yang dipublikasikan.

Pihak lembaga memberikan tanggapan positif terhadap kegiatan ini karena konten media sosial yang dibuat, termasuk konten "*Pop News*", dinilai membantu meningkatkan penyebaran informasi publik serta mendukung aktivitas komunikasi digital perusahaan.



Gambar 2. Publikasi Konten “Pop News” pada Platform TikTok ANTARA News

c) Penyusunan *Company Profile* Lembaga

Tahap selanjutnya dilakukan melalui penyusunan *company profile* LKBN ANTARA Biro NTB sebagai media informasi dan *branding* lembaga. Penyusunan *company profile* dilakukan dengan mengumpulkan informasi mengenai profil perusahaan, layanan, struktur organisasi, capaian lembaga, serta identitas institusi yang kemudian disusun menjadi media informasi perusahaan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa *company profile* memiliki peran penting sebagai media komunikasi dan pengenalan lembaga kepada masyarakat maupun pihak eksternal. *Company profile* membantu menyampaikan informasi mengenai fungsi dan peran LKBN ANTARA Biro NTB secara lebih terstruktur sehingga masyarakat dapat lebih memahami keberadaan lembaga sebagai penyedia informasi publik. *Company profile* merupakan salah satu media komunikasi perusahaan yang berfungsi membangun identitas serta meningkatkan citra institusi di mata publik (Prasetio, 2022)

Selain berfungsi sebagai media informasi, penyusunan *company profile* juga mendukung aspek *marketing communication* lembaga melalui penguatan *branding* perusahaan. Tampilan *company profile* yang sistematis dan informatif membantu meningkatkan profesionalitas lembaga sekaligus menjadi media pendukung promosi institusi kepada masyarakat maupun mitra kerja. Dalam konteks perkembangan ekonomi dan digitalisasi informasi, media *company profile* menjadi salah satu bentuk strategi pemasaran institusi yang dapat membantu meningkatkan daya tarik dan nilai lembaga di tengah persaingan media informasi yang semakin berkembang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan informasi dan *branding* perusahaan memiliki keterkaitan dengan pengembangan aktivitas ekonomi berbasis digital, khususnya dalam membangun hubungan antara institusi dan publik melalui media komunikasi digital (Dwivedi et al., 2021).

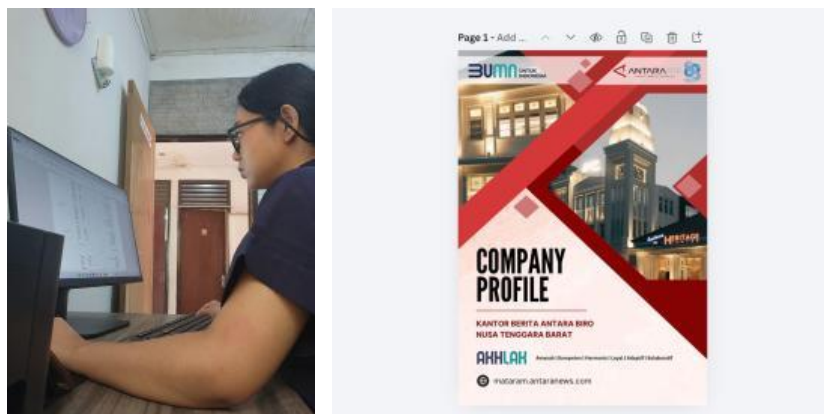
Penyusunan *company profile* juga menunjukkan bahwa pengelolaan informasi tidak hanya berkaitan dengan pelayanan publik, tetapi turut memiliki nilai ekonomi melalui penguatan identitas dan citra lembaga. Media informasi yang dikembangkan secara baik dapat membantu perusahaan memperluas jaringan kerja sama, meningkatkan kepercayaan publik, serta mendukung keberlanjutan institusi dalam jangka panjang. Pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi pemasaran dapat membantu

meningkatkan branding dan pengenalan institusi kepada masyarakat secara lebih luas (Kusuma & Sugandi, 2018).

Dalam proses penyusunannya, penulis terlibat dalam pengumpulan data perusahaan, penyusunan isi *company profile*, serta penyesuaian tampilan desain agar sesuai dengan identitas lembaga. Kegiatan ini memberikan pengalaman mengenai pentingnya pengemasan informasi perusahaan secara efektif dan komunikatif agar dapat memberikan kesan profesional kepada masyarakat maupun pihak eksternal. Dari sudut pandang ekonomi, penyusunan *company profile* juga mencerminkan upaya lembaga dalam meningkatkan *value* perusahaan melalui penguatan *branding* dan media promosi institusi. Pengelolaan media informasi yang baik dinilai mampu memberikan manfaat tidak hanya dalam aspek komunikasi publik, tetapi juga dalam mendukung pengembangan institusi di era digital (Aziz dkk., 2021).

Kendala yang dihadapi dalam proses penyusunan *company profile* berupa pengumpulan data perusahaan dan penyesuaian desain agar sesuai dengan identitas lembaga. Namun, melalui koordinasi dengan pihak perusahaan, proses penyusunan dapat berjalan dengan baik hingga menghasilkan media informasi yang dapat digunakan oleh lembaga.

Pihak lembaga memberikan respon positif terhadap hasil *company profile* yang disusun karena dinilai membantu memperkenalkan LKBN ANTARA Biro NTB kepada masyarakat serta mendukung kebutuhan perusahaan dalam aspek komunikasi, *branding*, dan pengembangan media informasi lembaga.



Gambar 3 dan 4. Dokumentasi Proses Penyusunan serta Hasil *Company Profile* LKBN ANTARA Biro NTB

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pengembangan media informasi digital melalui pengelolaan media sosial dan penyusunan *company profile* mampu mendukung penyebaran informasi publik, memperkuat *branding* lembaga, serta meningkatkan komunikasi dengan masyarakat. Pemanfaatan media digital juga membantu lembaga memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan efektivitas komunikasi publik di era perkembangan teknologi (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian di LKBN ANTARA Biro Nusa Tenggara Barat, dapat disimpulkan bahwa pengembangan media informasi digital melalui pengelolaan media sosial dan penyusunan *company profile* mampu mendukung efektivitas penyebaran informasi

publik, memperkuat *branding* dan media *marketing* lembaga, serta meningkatkan komunikasi dengan masyarakat. Pemanfaatan media digital membantu lembaga menyampaikan informasi secara lebih cepat, menarik, dan mudah diakses sehingga mendukung pengenalan identitas institusi kepada publik.

LKBN ANTARA Biro NTB diharapkan dapat terus mengembangkan media informasi digital dan pengelolaan konten kreatif secara konsisten agar penyebaran informasi publik, *branding*, serta media *marketing* lembaga dapat berjalan lebih optimal. Selain itu, *company profile* yang telah disusun diharapkan dapat terus diperbarui sesuai perkembangan lembaga sehingga dapat digunakan secara efektif sebagai media informasi, promosi institusi, dan pendukung pengembangan nilai serta daya saing lembaga di era digital.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan pengalaman dan pemahaman mengenai pentingnya pengelolaan media informasi digital tidak hanya dalam mendukung pelayanan publik dan komunikasi lembaga, tetapi juga dalam mendukung pengembangan *branding* dan aktivitas ekonomi lembaga melalui pemanfaatan media digital di era perkembangan teknologi informasi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan pengabdian sekaligus observasi pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada Bapak Budiman, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Lapangan, PLT. Kepala LKBN ANTARA Biro NTB Bapak Agus Setiawan, mantan Kepala LKBN ANTARA Biro NTB Bapak Abdul Hakim, Ibu Okky Dwi Pramita, serta seluruh tim LKBN ANTARA Biro NTB atas bimbingan, arahan, dan dukungan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. Sage Publication.
- Rachman, Arif., E. Yochanan., Samanlangi, Andi Ilham., Purnomo, H. (2024). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D* (M. S. Dr. Bambang Ismaya, S.Ag., M.Pd. (ed.); 1st ed.). CV Saba Jaya Publisher.

Laporan Penelitian:

- Aziz, F. N., Mubin, F., Hidayat, R. J., & Nurjaman, A. (2021). *How Information and Communication Technology Transform to Public Service Innovation?* 10(2), 616–626. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i2.4905>
- Cahyati, Witri; Rachman, Reza Saeful; Evert, Daniel Paulus; Nugraha, Ilham; Dianti, D. (2020). *PENGUNAAN MEDIA DALAM KOMUNIKASI PUBLIK JURU BICARA PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA KHUSUS COVID 19 DALAM PENYAMPAIAN PESAN KEPADA MASYARAKAT INDONESIA*. 1(2), 80–91.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., & Filieri, R. (2021). *Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions*.
- Fadhil, S. (2019). *Reformasi pelayanan publik dalam menghadapi revolusi industri 4.0*. 09(1), 2018–2019.
- Fakih, Firdaus., S. L. (2019). KETERJANGKAUAN INFORMASI DALAM PELAYANAN PUBLIK. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Studi Kebijakan (JIASK)*, 2(September), 1–7.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil* P-ISSN 2746-0150 I E-ISSN 3024-9694

- Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*. 1(2), 61–76.
- Hardianti Fitri; Fatmawati; Pratiwi, Y. R. (2022). *Optimalisasi Teknologi Digital sebagai Sarana Komunikasi Publik*. 24(2), 173–186.
<https://doi.org/https://doi.org/10.17933/iptekkom.24.2.2022.173-186>
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). *Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts Instagram Utilization Strategy As A Digital Marketing Communication Media By Dino Donuts*. 3(1).
- Nagy, Szabolcs, Hajdú, G. (2021). The relationship between content marketing and the traditional marketing communication tools. *ESZAK-MAGYARORSZAGI STRATEGIAI FUZETEK*, 1786–1594(Cm), 110–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.32976/stratfuz.2021.25>
- Pourkabirian, A., Habibian, M., & Pourkabirian, A. (2017). *Brand Attitude in Social Networks : The Role of eWoM*. 1–7.
- Prajarto, Y. A. N., Phitaloka, M., & Purwaningtyas, F. (2017). *Media Digital dalam Komunikasi Pemasaran Pariwisata : Efektivitas Sistem Informasi Kanal Pemesanan Daring*. 1–18.
- Prasetyo, M. D. (2022). PERANCANGAN VISUAL COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT . GLOBAL LANS AKASA. *JURNAL DESAIN – KAJIAN PENELITIAN BIDANG DESAIN*, 2(2), 215–233.
- Sukarno, M., & Winarsih, A. S. (2021). Analisis Pelayanan Publik Berbasis Media Sosial (Studi Kasus Provinsi Jawa Tengah). *Journal of Social Politics and Governance*, 3(1), 11.