Jurnal Abdimas ADPI Sains dan Teknologi
e-ISSN : 2775-7013
Volume 5 | Nomor 1 | Maret 2024; Hal 07-15
DOI : 10.47841/saintek.v5i1.347
Penerbit : Asosiasi Dosen PkM Indonesia

Pelatihan Manajemen Strategis Sosial Media untuk Pegawai Dinas Kominfo Kota Mojokerto

Atmaja Septa Miyosa[1)], Ardian Setio Utomo[2)]
[1]Animasi, Sekolah Tinggi Multi Media, Yogyakarta, Indonesia
[2]Manajemen Informasi dan Komunikasi, Sekolah Tinggi Multi Media, Yogyakarta, Indonesia
Email korespodensi: atmajasepta@mmtc.ac.id

Submit : 05/01/2024 | **Accept :** 03/02/2024 | **Publish :** 30/03/2024

Abstract

The Official office of Mojokerto through Communications and Information has a need to improve the ability of its employees to produce social media publications to be more structured, systematic and informative. The training aims to increase the capacity of Mojokerto City Communications and Information Service employees in the field of publication on social media. The training was carried out by lecturers from the Multi Media College with 16 participants from the Mojokerto City Communications and Information Service from 18 to 19 January 2024 at Yogya Executive School. The method used is interactive presentation, quizzes, questions and answers, demonstrations, work evaluation. The results of the training include infographics and event posters in the Mojokerto City area which are presented informatively and ready for publication on social media.

Keywords: *Training; Social Media; Publication, Design, E-Government*

Abstrak

Dinas Kominfo Kota Mojokerto memiliki kebutuhan untuk meningkatkan kemampuan pegawainya untuk memproduksi publikasi media sosial menjadi lebih terstruktur, sistematis dan informatif. Pelatihan bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pegawai Dinas Kominfo Kota Mojokerto dalam bidang publikasi di media sosial. Pelatihan dilakukan oleh dosen dari Sekolah Tinggi Multi Media dengan peserta sebanyak 16 pegawai Dinas Kominfo Kota Mojokerto pada tanggal 18 sampai dengan 19 Januari 2024 di Yogya Executive School. Metode yang dilakukan melalui ceramah, quiz, tanya jawab, demonstrasi, evaluasi karya. Hasil pelatihan diantaranya infografis dan poster event di wilayah Kota Mojokerto yang disajikan secara informatif dan siap publikasi di media sosial.

Kata Kunci: Pelatihan; Media Sosial; Publikasi; Desain; E-Government

PENDAHULUAN

Lembaga-lembaga pemerintah sedang gencar-gencarnya meningkatkan kompetensi para pegawainya dalam rangka menuju *good governance*. Mahmuda (2022). Kompetensi yang secara langsung berhubungan dengan dunia digital diantaranya transformasi layanan digital dan *digital marketing.* Publikasi mengenai transformasi digital pelayanan publik banyak dilakukan pada era pandemi. Sisilianingsih (2023) Sementara itu, banyak publikasi yang memaparkan *digital marketing* sebagai usaha meningkatkan kapasitas, diantaranya meningkatkan pendapatan usaha UMKM. Jasri (2022) serta pelayanan publik. Ramadhania (2023). Tidak mengherankan apabila hampir semua instansi sudah memiliki website sendiri, lalu sebagian instansi mulai menggunakan aplikasi (*apps*) untuk layanan mandiri. Dowa (2022). Pilihan utama bagi instansi untuk mempublikasikan informasi adalah media sosial. Hastrida (2021).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka lembaga pemerintah Dinas Kominfo Kota Mojokerto memiliki kebutuhan yang sama yaitu berupaya meningkatkan kompetensi pegawainya terutama di bidang Humas agar konten-konten yang dibuat lebih terstruktur dan artistik. Dinas Kominfo Kota Mojokerto bekerja sama dengan lembaga pendidikan Yogya Executive School (YES Jogja) kemudian menyelenggarakan suatu pelatihan dengan peserta dari Dinas Kominfo Kota Mojokerto.

Berdasarkan observasi pada karya-karya publikasi yang sudah pernah diunggah di media sosial yang digunakan oleh Dinas Kominfo Kota Mojokerto memperlihatkan bahwa kemampuan desain grafis sudah cukup baik terutama pada akun instagram Dinas Kominfo Kota Mojokerto. Agar konten yang ditampilkan menjadi lebih bervariatif dan memiliki semacam *engagement* bagi pemirsa media sosial maka diperlukan suatu strategi manajemen serta konsep *digital marketing*.

METODE KEGIATAN

Model Pelatihan dibagi menjadi tiga bagian yaitu sesi materi, sesi praktik dan sesi evaluasi. Sesi materi disampaikan secara pretest, ceramah, tanya jawab serta quiz. Sesi praktik disampaikan secara demonstrasi, pembuatan alternatif desain untuk konten media sosial. Sesi evaluasi dilakukan dengan presentasi karya dan diskusi. Pada saat sesi materi, mencakup penggalian ide, perencanaan strategi dan jadwal konten, alternatif ide kreatif, eksekusi desain, strategi media. Peserta pelatihan sejumlah 15 peserta staf Dinas Kominfo Kota Mojokerto. Rentang usia peserta antara 25 hingga 35 tahun. Prasarana berupa kelas dan laptop yang disiapkan oleh panitia. Tempat pelatihan dilaksanakan di gedung Yogya Executive School (YES) Jogja, Jalan Gondang Raya No 20 A Condongcatur, Seman, Yogyakarta. Waktu pelatihan dilaksanakan selama dua hari yaitu 18 dan 19 Januari 2024 dimulai dari pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 17.00 WIB.

Pelatihan dibagi menjadi dua sesi selama dua hari. Sesi pertama (hari pertama) diawali dengan *pretest* mengenai pengetahuan dasar manajemen strategis media sosial menggunakan program kuis berbasis situs yaitu *Kahoot*. Peserta sejumlah 15 orang antusias dalam menjawab pertanyaan dan berkompetisi untuk menjadi pemenang kuis. Pertanyaan yang diajukan dalam Kahoot berjumlah 10 soal, meliputi pemahaman peserta mengenai perkembangan media sosial, istilah umum yang sering digunakan oleh pengguna media sosial, pengetahuan mengenai krisis dan mengatasi permasalahan pada lingkup media sosial dan kesadaraan mengenai pentingnya pengelolaan media sosial sesuai kebutuhan lembaga.

Dalam berpartisipasi menjawab pertanyaan kuis *pretest* melalui Kahoot tersebut, peserta tidak hanya mengetahui jawaban yang menjadi pilihan, tetapi juga berdiskusi dengan

peserta lain mengenai alternatif pilhan jawaban lain yang dinilai rasional dan dialami langsung di instansi tempat mereka bekerja. Secara umum peserta pelatihan sudah memahami pengetahuan dasar terkait manajemen strategis media sosial, namun ada beberapa pertanyaan yang bersifat konseptual dan teoritis tidak diketahui jawabannya oleh peserta.

Berlanjut pada sesi penyampaian materi mengenai *Strategic Social Media Management: Deep Dive Into Emerging trends and Platforms* yang membahas *Advanced Planning and Scheduling* (APS) yaitu pentingnya melakukan perencanaan dan penjadwalan untuk mengunggah konten di media sosial. Mulai dari perencanaan yang sifatnya jangka pendek, jangka menengah hingga jangka Panjang. Di sesi penyampaian materi, peserta juga aktif dalam berinteraksi, sehingga dapat diketahui bahwa perencanaan dan penjadwalan dalam mengunggah konten di media sosial belum dilakukan oleh Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Mojokerto. Hal ini diketahui karena sifat pekerjaan Humas tersebut secara spontan mengikuti permintaan dan arahan pimpinan terutama dari Walikota Mojokerto. Perlu disadari bahwa walaupun bentuk pekerjaannya tidak terjadwal dengan sistematis, kedepannya tetap perlu melakukan perencanaan dan penjadwalan secara konsisten dan berkelanjutan untuk menunjukkan pengelolaan media sosial yang dilakukan secara serius, mengingat sumber daya yang dimiliki Humas Diskominfo Kota Mojokerto memiliki kompetensi yang sesuai bidangnya.

Pada sesi penyampaian materi dan diskusi mengenai APS ini juga disepakati bersama mengenai waktu yang tepat untuk mengunggah konten dengan karakteristik tertentu. Seperti misalnya, konten yang berisi informasi dan edukasi akan tepat jika diunggah pada pagi hari sekitar pukul 08.00 hingga pukul 11.00. Sedangkan untuk konten yang sifatnya sosialisasi program pemerintah dapat diunggah pada pukul 11.00 hingga pukul 13.00. Untuk konten yang bersifat hiburan seperti kuis, fakta unik, trivia dan tantangan dapat diunggah mulai pukul 13.00 hingga 15.00. Jadwal ini berlaku untuk hari kerja yaitu Senin hingga Jumat. Sedangkan untuk akhir pekan atau hari libur nasional, konten informasi yang diunggah tidak perlu terjadwal. Penentuan ini berdasarkan rujukan dari riset yang dilakukan oleh *Sprout Social* dalam laporannya yang berjudul *Best Time to Post on Social Media* tahun 2023.

Materi yang disampaikan berikutnya mengenai *Crisis Management and Handling Sensitive Topics*. Penyampaian materi bersifat studi kasus dengan mengambil beberapa peristiwa yang viral di media sosial seperti netralitas ASN, isu SARA, *body shaming, flexing*, integritas ASN dan kesalahan redaksional. Peserta diminta memberikan solusi dan tindak lanjut terkait peristiwa sensitif tersebut. Secara praktis peserta sudah memahami bagaimana mengatasi krisis terutama di media sosial dan bagaimana memberikan respon jika ada isu sensitif yang dialami akun media sosial milik Humas Diskominfo Kota Mojokerto. Pada dasarnya Tindakan yang biasa dilakukan peserta dalam manajemen krisis yaitu segera memberikan respon, kemudian memberikan informasi akurat dan solutif, menggunakan bahasa yang baik dan pada kondisi tertentu dapat menggunakan perangkat berbayar untuk membantu mengatasi krisis di media sosial tersebut.

Pada materi terakhir yang disampaikan berjudul *Harnessing User-Generated Content for Government Initiatives* mendiskusikan bagaimana pengguna media sosial sebagai pencipta konten alternatif dapat menjadi mitra dengan Humas Diskominfo Kota Mojokerto dalam melakukan diseminasi pesan, baik sosialisasi program pemerintah maupun penyampaian informasi iklan layanan masyarakat. Karena implikasi ketika berkolaborasi

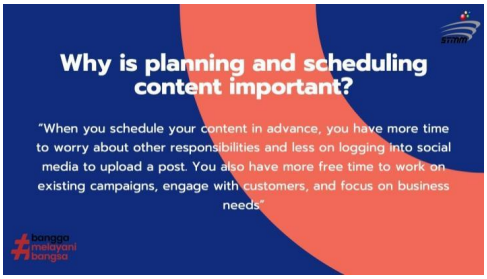
dengan pengguna, suatu pesan dapat mencapai target sesuai karakteristiknya, dapat membantu memberikan ulasan, membangun berbaga komunitas serta dapat menjadi alternatif hiburan di luar konten yang sudah di rencanakan dan terjadwal. Selain itu pada materi ini juga membahas mengenai *Key Opinion Leader* (KOL) yang memiliki peran penting dalam menyebarluaskan pesan. Sehingga Humas Diskominfo Kota Mojokerto perlu mengidentifikasi potensi KOL yang ada dengan konteks pesan atau informasi yang akan disampaikan.

Pada akhir sesi materi *Strategic Social Media Management: Deep Dive Into Emerging trends and Platforms*, peserta diminta membuat perencanaan dan penjadwalan secara sistematis terkait unggah konten di berbagai platform media sosial yang dimiliki dan dikelola oleh Humas Diskominfo Kota Mojokerto. Rancangan template sudah disiapkan, dan peserta dengan jumlah 15 orang dibagi menjadi 2 kelompok untuk berdiskusi dan menyampaikan hasil diskusinya dihadapan peserta dari kelompok lain. Dilihat dari hasil perencanaan dan penjadwalan, masing-masing kelompok sudah sesuai dengan konsep perencanaan dan penjadwalan yang sebelumnya telah didiskusikan, tinggal penerapannya secara nyata di lingkup pekerjaan dan diharapkan secara konsisten bisa terus dilakukan dan dikembangkan.

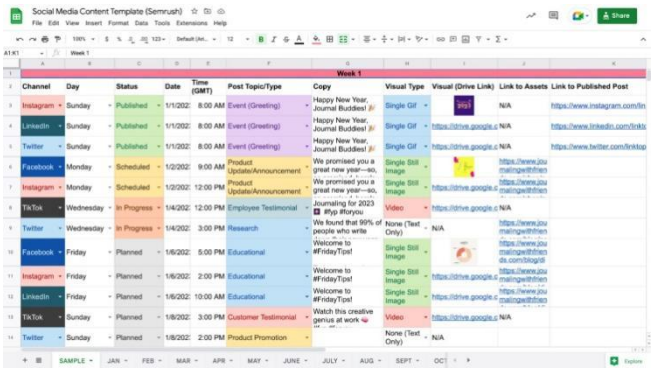
Sesi kedua (hari kedua) praktik pembuatan alternatif-alternatif strategi konten di media sosial, penciptaan desain publikasi berbasis prinsip-prinsip desain. Prinsip desain visual ini menjadi penting karena dapat menjadi pedoman dalam menghasilkan komposisi desain, Gregor (2020). Pembuatan desain menggunakan program grafis atau *software*, hal ini jamak dilakukan dalam pelatihan desain grafis profesional, seperti pelatihan Coreldraw di Desa Limo, Zaman (2020), di Kelurahan Rejomulyo, Pritandhari (2021) , di Desa Buluh APO Tambunan (2022) , di Madrasah Aliyah Al-Fajar, Lisnawita (2020), di Desa Mekar Sari , Nata (2022) , serta di ruang lingkup UPT, Habibi (2019).

Tabel 1 . Materi Pelatihan

Materi	Pemateri	Durasi
Strategic Social Media Management Deep Dive into Emerging Trends and Platforms 1. *Advanced Content Planning and Scheduling* 2. *Crisis Management and Handling Sensitive* 3. *Topics Harnessing User-Generated Content for Government Initiatives*	Ardian Setio Utomo	6 Jam
Advanced Graphic Design Principles 1. *Mastery of Design Software* 2. *Typography and Layout Design for Government Communication* 3. *Advanced Image Editing Techniques and Branding Consistency*	Atmaja Septa Miyosa	6 Jam



Gambar 1. Materi Pelatihan *Content Planning*



Gambar 2. Materi Pelatihan *Content Planning*

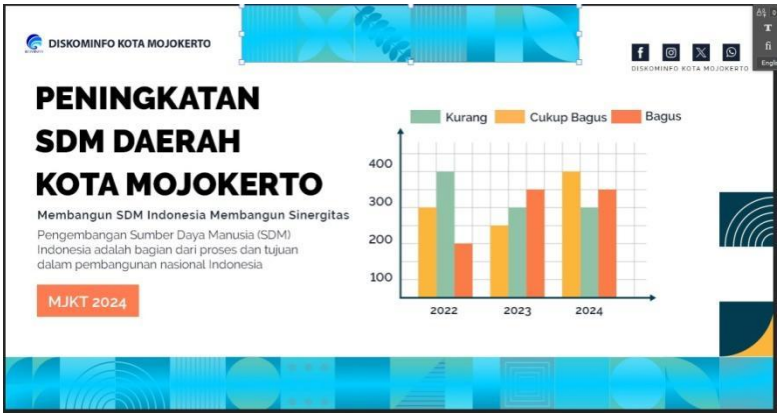
Gambar 3. Pemateri Menjelaskan *Content Planning and Scheduling*

Gambar 4. Pemateri Menjelaskan Strategi Desain

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan selama dua hari menghasilkan beberapa desain konten yang dikemas menjadi infografis dan poster. Desain dikerjakan secara berkelompok. Desain yang dihasilkan dapat dipaparkan dengan metode deskriptif. Hapsari (2020). Produk desain yang dihasilkan sebagai berikut ; 1) Infografis mengenai Peningkatan SDM Daerah Kota Mojokerto, dikerjakan oleh Sony, Tio, Edu, Tejo. 2) Infografis tentang pengenalan 5 jenis Surat Suara Pemilu 2024 dikerjakan oleh Fauzan, Rama, Avandi, Adit Sudrajat. 3) Infografis tentang pengenalan Maskot Pemilu dikerjakan oleh Fauzan, Rama, Avandi, Adit Sudrajat. 4) Poster tentang kegiatan Drag Race dikerjakan oleh Yogi, Yoga Wisang, Slamet, Mila.

Karya infografis mengenai Peningkatan SDM Daerah Kota Mojokerto dikerjakan oleh Sony, Tio, Edu, Tejo. Karya ini mengalami revisi dua kali, terutama pada pilihan warna dominan dan layout. Infografis ini menampilkan elemen-elemen desain sebagai berikut ; 1) logo instansi sebagai penanggung jawab konten yaitu Diskominfo Kota Mojokerto, 2) alamat beberapa media sosial yang dimiliki, 3) Headline berupa teks 'Peningkatan SDM Daerah Kota Mojokerto, 4) paragraf narasi, 5) diagram batang.



Gambar 5. Infografis SDM Daerah Kota Mojokerto

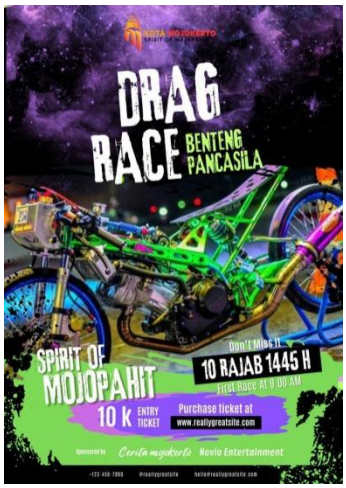
Karya infografis mengenai sosialisasi lima jenis surat suara Pemilu 2024 dikerjakan oleh Fauzan, Rama, Avandi, Adit. Karya ini mengalami revisi dua kali, terutama pada ilustrasi foto dan layout. Infografis ini menampilkan elemen-elemen desain sebagai berikut ; 1) logo instansi sebagai penanggung jawab konten yaitu Diskominfo Kota Mojokerto, 2) Maskot Pemilu, 3) ilustrasi foto, 4) Headline persuasif berupa "Ayo, Kenali 5 Jenis Surat Suara Pemilu 2024", 5) paragraf narasi, 6) Infografis dengan format *Allignment*, yaitu infografis yang menyajikan beberapa informasi secara teratur berdasarkan komposisi bidang.

Gambar 6. Infografis 5 Jenis Surat Suara

Karya infografis mengenai sosialisasi Maskot Pemilu 2024 "Sura dan Sulu" dikerjakan oleh Fauzan, Rama, Avandi, Adit. Infografis ini menampilkan elemen-elemen desain sebagai berikut ; 1) Maskot Pemilu 2024, 2) ilustrasi Maskot, 3) Headline berupa teks "Yuk, Kenali Maskot Pemilu 2024", 4) Nama Maskot, 5) Deskripsi Maskot.

Gambar 7. Infografis Maskot Pemilu 2024

Karya poster mengenai event Drag Race dikerjakan oleh Yogi, Yoga, Wisang, Slamet, Mila. Infografis ini menampilkan elemen-elemen desain sebagai berikut ; 1) Headline berupa teks “Drag Race Benteng Pancasila”, 2) logo Instansi penyelenggara, 3) informasi event, 4) media sosial penyelenggara.



Gambar 7. Infografis *Drag Race event*

Karya-karya tersebut secara komunikasi dan komposisi desain sudah menunjukkan prinsip-prinsip desain dan sudah mulai menerapkan teori-teori yang disampaikan pada saat pelatihan.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang terdapat pada kegiatan pelatihan diantaranya (1) secara kuantitatif, jumlah produk karya yang dihasilkan oleh peserta menunjukkan antusiasme peserta pelatihan. (2) secara kualitas, produk karya peserta terutama infografis dan poster menunjukkan peningkatan dan penerapan sesuai teori yang disampaikan. Oleh karena itu, saran yang bisa

dilakukan untuk pelatihan berikutnya, yaitu diperlukan suatu sistem kerja berbasis 3R yaitu *roadmap, reproduction, rangking.* Bahwa dalam bidang pengelolaan media sosial terutama di ruang lingkup pemerintah, diperlukan suatu peta jalan untuk jangka pendek, menengah dan jangka panjang, selain itu diperlukan strategi reproduksi karya yang intens, serta diperlukan semacam peringkat untuk mengetahui statistik prestasi atau capaian yang menunjukkan kapasitas produksi dan dampaknya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih disampaikan kepada Direktur Yogya Executive School "YES Jogja" yang telah memberikan fasilitas, prasarana dan sarana pelatihan juga kepada pimpinan Dinas Kominfo Kota Mojokerto yang telah memberikan kepercayaan sehingga pelatihan dapat dilaksanakan dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Mahmuda, Dana. Romi S., Agung N. (2022). Kompetensi Aparatur Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Di Dinas Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. Jurnal Pemerintahan dan Keamanan Publik (JP dan KP). 4(1). 18-36. https://doi.org/10.33701/jpkp.v4i1.2418

Sisilianingsih, Sari. Betty P., Imairi E., Mardiana P. (2023). Analisis Faktor Transformasi Digital Pelayanan Publik Pemerintah di Era Pandemi. Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIIK). 10(4). 883-892. DOI: 10.25126/jtiik2023107059

Jasri, Nadia A., Hasanudin, Hurriah A.H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Iltizam Journal of Shariah Economic Research. 6(2). 212-224.

Hastrida, Andhini. (2021). Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah:Manfaat dan Risiko. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik. 25(2). 149-165.

Dowa, P., & Nallien, E. (2022). Implementasi Penggunaan Aplikasi E-Nadi Yang Terintegrasi Dengan Tanda Tangan Elektronik Dalam Mewujudkan E-Government, Studi Kasus: Bidang Layanan e-Government Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Nusa Tenggara Timur. Jurnal Ilmiah Administrasi Pemerintahan Daerah, 14(2), 247-262. https://doi.org/10.33701/jiapd.v14i2.2742

Ramadhania, A., Muradi., Jajang S. (2023). Penerapan e-Government Pemerintah Provinsi DKI Jakarta melalui Aplikasi Jakarta Kini (Jaki) dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Tahun 2022. NeoRespublica : Jurnal Ilmu Pemerintahan. 5(1) 29-48.

Hapsari, N. E. (2020). Proses Kreatif Desain Grafis Halaman Muka Harian Republika. Jurnal Kajian Jurnalisme, 4(1), 32. https:// doi.org/ 10.24198/ jkj.v4i1.27288.

Gregor, Shirley; Chandra Kruse, Leona; and Seidel, Stefan (2020) "Research Perspectives: The Anatomy of a Design Principle," Journal of the Association for Information Systems, 21(6) DOI: 10.17705/1jais.00649.

Zaman, A. N., As'adi, M., Nur, I., Rizal, R., & Mahfud, H. (2020). Pemberdayaan Dan Pelatihan Desain Grafis Bisnis Kekinian Pada Desa Limo. Jurnal Widya Laksana, 9(1), 6–10. https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPKM/article/view/21116

Pritandhari, M., & Wibawa, F. A. (2021). Pelatihan Desain Grafis Coreldraw Meningkatkan Kreativitas Karang Taruna Pemuda Mandiri Kelurahan Rejomulyo. SINAR SANG SURYA: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(1), 33. https://doi.org/10.24127/sss.v5i1.1480

Tambunan, L., Iqbal, M., Radillah, T., & Satria, B. (2022). Pelatihan Desain Grafis Untuk Meningkatkan Kreativitas Dan Inovasi Digital Bagi Masyarakat Di Desa Buluh Apo Kecamatan Pinggir. RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(2), 514–521. https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1897

Lisnawita, L., Lucky Lhaura Van FC, & Musfawati. (2020). Pelatihan Desain Grafis Untuk Meningkatkan Kreatifitas Siswa. Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(2), 231–235. https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i2.3406

Nata, A., Helmiah, F., & Rohminatin, R. (2022). Pelatihan Desain Grafis Untuk Meningkatkan Kreatifitas Remaja Dalam Berwirausaha. Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(2), 747–750. https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.4703

Habibi, M., & Nugroho, R. (2019). Pelatihan Desain Grafis Untuk Memperoleh Kesempatan Kerja Di UPT Pelatihan Kerja Surabaya. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, *3*, 17–26.