

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA PROFESI**

#### **3.1 Bidang Kerja**

##### **3.1.1 Pengelolaan Media Sosial**

Pengelolaan sosial media merupakan suatu tugas baru yang menjadi tanggung jawab bagi praktikan PR. Dalam hal ini tidak hanya menjadi tantangan bagi praktikan pr tetapi secara tidak langsung menambah tugas dari praktikan tersebut. Terlebih dari sifat operasional dari sosial media yaitu 24 jam yang selalu *online* sehingga menambah pekerjaan serta tanggung jawab dari praktikan itu sendiri dalam melakukan suatu pekerjaan. Hal ini menimbulkan suatu kendala yang lain yang membutuhkan adanya suatu staf pendamping bagi praktikan yang membantu mengelola sosial media . Dalam hal ini praktikan dimudahkan dalam tugasnya Ketika merekrut staf khusus dalam mengelola sosial media. Dalam hal ini sosial media menjadi ruang yang memungkinkan dalam berinteraksi sesama pengguna. Perusahaan atau organisasi di era ini membutuhkan sosial media untuk menunjang perkembangan perusahaan. Dalam penggunaannya media sosial dalam perusahaan adapun social management serta pengelolaan sosial secara professional dengan penggunaan beberapa alat maupun *software* sebagai penunjang dalam menyebarkan suatu informasi berupa konten yang ada di media sosial (Ismail, 2021).

Pemanfaatan media sosial pada praktikan dalam hal ini dapat membantu organisasi ataupun branding dalam membawa keuntungan tersendiri bagi perusahaan dengan adanya branding di sosial media. Praktikan dalam hal ini dapat memberikan suatu informasi serta edukasi mengenai suatu identitas perusahaan kepada *audiens* dengan maksud untuk meningkatkan ketertarikan pada *audiens* terhadap perusahaan ataupun organisasi. Media sosial juga dapat membantu partisi dalam membantu citra perusahaan. Dalam kegiatan sosial media tidak hanya terus melakukan kegiatan untuk membagikan informasi saja tetapi juga dapat mengedukasi maupun mengevaluasi kegiatan yang ada di sosial media mengenai respon publik terhadap perusahaan maupun segmentasi pasar. Dalam melakukan branding di sosial media dapat membantu kegiatan pemasaran perusahaan atau organisasi untuk memperkenalkan jasa serta

produk yang ada diperusahaan. Media sosial juga merupakan menjadi pendukung yang dapat digunakan untuk menarik pembaca serta mengunjungi sosial media perusahaan atau organisasi.

Dalam hal ini praktikan mengelola sosial media satu akun yaitu akun Instagram Digital Leadership Academy yang dilakukan sejak awal praktikan melaksanakan kegiatan kerja profesi. Pada awal persiapan pengelolaan akun Instagram praktikan mendapatkan tugas untuk mengobservasi maupun menganalisis serta meriset *audiens* dan target dari akun sosial media Instagram. Hal ini bertujuan apakah sejalan dengan target pasar atau *audiens* dari pelatihan Digital Leadership Academy. Pengelolaan akun Instagram ini meliputi persiapan suatu konten, *caption*, tema, rubrik yang akan dibuat yang nantinya akan dimasukkan kedalam konten plan untuk di design serta diedit. Dalam hal ini praktikan juga membangun interaksi dengan pengikut Instagram Digital Leadership Academy yang berinteraksi didalam akun tersebut. Selanjutnya menentukan jadwal dalam mempublikasi suatu konten yang telah dibuat sebelumnya.

Pengelolaan sosial media yang dilakukan oleh praktikan yaitu dengan mengelola akun sosial media digileader kominfo dari mulai perencanaan yang dilakukan oleh praktikan sampai ke tahap produksi yang dilakukan oleh praktikan. Dalam hal ini proses pengelolaan yang dilakukan oleh praktikan sudah pernah dilakukan oleh praktikan pada kegiatan pembelajaran dikampus. Mata kuliah yang pernah melakukan suatu pengelolaan akun sosial media untuk perencanaan adalah mata kuliah penulisan hubungan masyarakat maupun strategi dan taktik pr yang dilakukan oleh praktikan yaitu dengan melakukan suatu perencanaan mulai dari penyusunan konsep, membuat *timeline* acara sampai perencanaan sosial media. Dalam hal ini yang pertama dilakukan adalah melakukan sebuah pencarian atau riset baik dari internal dan eksternal dari perusahaan itu sendiri. Hal ini bertujuan agar praktikan mengetahui apa saja yang harus dipersiapkan dari hasil riset tersebut. Pengelolaan sosial media dilakukan oleh praktikan dalam hal ini mulai dari pembuatan penjadwalan dari setiap konten yang akan dipublikasi sampai narasi dalam konten tersebut dibuat langsung oleh praktikan. Dalam hal ini praktikan melakukan penulisan yang sudah diajarkan pada mata kuliah penulisan pr mulai dari cara menulis agar

menarik dan baik seperti apa sampai tahap praktikan dapat memahami apa yang dapat diterapkan dipekerjaan terkait dengan menulis.

### 3.1.1.1 Perencanaan Sosial media

Prajudi Atmosudirjo berpendapat perencanaan merupakan suatu perhitungan serta penentuan terkait sesuatu yang akan berlangsung dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu, siapa yang melakukan, dimana, bilamana, dan bagaimana cara melakukannya (Usman, 2016).

#### 1. Riset

Hopkins WG berpendapat riset merupakan suatu pertanyaan atau isu serta menjawab suatu pertanyaan ataupun memecahkan suatu permasalahan. Dalam hal ini riset tidak hanya proses mengamati tetapi melakukan suatu pengolahan, pengumpulan data, penelitian, pengklasifikasian dan penyusunan data yang bertujuan untuk mempermudah dalam memecahkan suatu permasalahan (dKampus, 2017).

Riset yang dilakukan pada akun Digital Leadership Academy adalah melakukan suatu pencarian informasi terkait dengan sosial media Instagram apakah cocok untuk melakukan sebuah promosi ataupun suatu publikasi yang dilakukan di Instagram. Riset yang dilakukan selanjutnya yang dimana menganalisis atau melihat suatu kompetitor yang sejenis dengan pelatihan Digital Leadership Academy yang diamati melalui berbagi macam segmentasi *audiens* sampai konten yang dibuat didalamnya. Akun-akun Instagram kompetitor yang diriset tidak hanya dari individu atau swasta saja tetapi juga pelatihan yang dijalankan instansi pemerintahan apakah terjadi adanya perbedaan dalam segmentasi pasar sampai tahap memproduksi suatu konten. Riset untuk digileader kominfo juga berkaitan konten yang akan disajikan didalamnya karena informasi yang disajikan dalam sosial media Instagram harus menarik dan akurat. Dalam hal ini bertujuan agar pengikut Instagram digileader kominfo dapat tertarik, teredukasi, maupun informatif dalam menyajikan sebuah konten. Dalam melakukan suatu riset juga melihat dari sisi visualnya apakah cocok untuk disajikan dengan ketertarikan *audiens* selain itu riset visual dibutuhkan untuk dapat membentuk visual yang menarik serta menjadi identitas perusahaan dimata *audiens*. Semua

riset dilakukan agar dari penyajian konten maupun visual dapat diterima dengan baik oleh audiesns yang melihat konten tersebut diinstagram digileader kominfo. Akun Instagram digileader kominfo riset yang diterapkan pada akun tersebut yaitu mulai dari riset kompetitor, riset fitur-fitur yang ada diinstagram, maupun informasi yang berkaitan dengan pelatihan digital leadership academy yang nantinya akan publikasi pada sosial media digileader kominfo. Dalam hal ini informasi maupun edukasi yang disajikan terkait dengan pelatihan digital leadership academy sehingga *audiens* yang mengunjungi akun tersebut dapat melihat serta mendapatkan informasi terkait dengan pelatihan tersebut. Akun Instagram digileader kominfo riset yang diterapkan pada akun tersebut yaitu mulai dari riset kompetitor, riset fitur-fitur yang ada diinstagram, maupun informasi yang berkaitan dengan pelatihan digital leadership academy yang nantinya akan publikasi pada sosial media digileader kominfo. Dalam hal ini informasi maupun edukasi yang disajikan terkait dengan pelatihan digital leadership academy sehingga *audiens* yang mengunjungi akun tersebut dapat melihat serta mendapatkan informasi terkait dengan pelatihan tersebut.

Praktikan melakukan riset dengan dasar bahwa dapat melihat terkait dengan digital leadership academy maupun dari kompetitor diluar daari digital leadership academy. Dalam hal ini riset menjadi acuan dalam membuat suatu pengelolaan maupun perencanaan. Praktikan melihat adanya kebutuhan riset dari pengalaman praktikan yang pernah mendapat mata kuliah yang mengharuskan untuk melakukan riset terlebih dahulu dalam melakukan suatu perencanaan atau pengelolaan dalam sesuatu hal. Mata kuliah yang berkaitan dengan riset seperti strategi dan taktik pr yang dimana dalam membuat sesuatu seperti kampanye ataupun event harus dilandasi oleh data-data yang menjadi acuan praktikan dalam menjalankan sesuatu hal. Dari data-data yang didapat barulah praktikan dapat melihat apa yang perlu untuk dilakukan dan kebutuhan apa yang harus dilakukan dalam pengelolaan maupun perencanaan. Sehingga praktikan dapat memperkirakan atau membuat ramalan serta gambaran hal apa yang bisa diterapkan serta menjadi

kebutuhan dalam menjalankan suatu perencanaan maupun pengelolaan suatu media social yang dikerjakan oleh praktikan.

**a. Akun DLA**

Akun digileader Kominfo merupakan salah satu akun yang diriset dan dioperasikan oleh praktikan. Akun DLA merupakan akun yang menginformasikan suatu pelatihan maupun kegiatan yang ada pada digital leadership academy. Setelah mengetahui target pasar dari pelatihan digital leadership academy maupun visi-misi yang ada pada pelatihan tersebut.

**b. Akun sejenis (swasta)**

Akun sejenis yang dijadikan riset yaitu akun yang memiliki pelatihan sejenis yang menggunakan media Instagram sebagai salah satu media untuk membagikan informasi serta edukasi. Hal ini berguna untuk melihat serta menjadi referensi praktikan untuk membuat suatu konten pada Instagram DLA.

**c. Website Pemerintahan**

Website pemerintahan yang dijadikan riset yaitu pemerintahan yang memiliki pelatihan sejenis dengan DLA. Hal ini untuk melihat serta mengetahui dari target *audiens* pemerintahan tersebut serta pelatihan tersebut apakah untuk pihak internal apakah eksternal. Hal ini berguna untuk menjadi referensi pelatihan pelatihan yang sudah dijalankan oleh pemerintahan tersebut.

**2. Presentasi**

Presentasi adalah suatu laporan yang mengenai sebuah fakta yang ada kepada komunikan. Hal ini berarti presentasi adalah suatu komunikasi verbal yang merupakan suatu komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan kepada individu lain berbentuk tulisan maupun lisan. Dengan penyampaian tersebut individu diharapkan dapat memahami pesan dengan baik (Titiek Triwidodo, 2014).

Presentasi adalah suatu laporan yang mengenai sebuah fakta yang ada kepada komunikan. Hal ini berarti presentasi adalah suatu komunikasi

verbal yang merupakan suatu komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan kepada individu lain berbentuk tulisan maupun lisan. Dengan penyampaian tersebut individu diharapkan dapat memahami pesan dengan baik.

Presentasi yang dilakukan oleh praktikan yaitu presentasi setelah praktikan melakukan riset. Hal ini dilakukan dari hasil temuan temuan praktikan dari hasil riset tersebut. Dalam hal ini berguna untuk menjadi acuan atau sumber bagi akun DLA dalam menyebarkan informasi serta edukasi pelatihan yang berlangsung pada akun Instagram DLA.

### **3. Rapat**

Rapat adalah suatu proses yang dilakukan untuk membahas suatu pokok-pokok suatu permasalahan serta mencari suatu cara untuk memecahkan suatu permasalahan. Rapat dapat juga diartikan sebagai media pengambilan keputusan secara musyawarah yang bertujuan untuk mufakat. Juga dapat dikatakan rapat dijadikan komunikasi secara resmi. Rapat yaitu merupakan pertemuan antara para anggota di lingkungan kantor atau organisasi untuk membicarakan suatu bentuk masalah yang menyangkut kepentingan Bersama (Wursanto, 2013).

Rapat yang dilakukan praktikan yaitu rapat internal dari tim DLA yang membahas terkait dengan pelatihan maupun evaluasi yang akan dilakukan dalam rapat tersebut. Rapat ini membahas mulai dari perencanaan kesiapan sampai teknis yang akan dilakukan oleh tim dalam melaksanakan pelatihan DLA tersebut. Mulai persiapan peserta, mitra, maupun narasumber yang akan menjadi pembicara pada kegiatan tersebut.

#### **3.1.1.2 Produksi**

Produksi merupakan suatu kegiatan yang mentransformasikan semua konektivitas yang dapat menghasilkan kegiatan atau aktivitas sehingga *output* atau *input* adalah barang ataupun jasa, serta kegiatan yang dapat mendukung keberlangsungan manusia (Sofyan, 2013).

##### **1. Produksi Konten Digital Leadership Academy**

Dalam memproduksi konten digital leadership academy, praktikan tidak hanya ditugas untuk membuat suatu perencanaan konten saja. Tetapi

ditugaskan untuk membuat suatu *caption* atau narasi dari setiap konten yang dibuat setiap harinya dalam hal ini praktikan menyesuaikan narasi yang dibuat pada setiap rubriknya serta harus menyesuaikan sesuai dengan isi yang ada pada rubrik yang sedang dipublikasikan. Dalam hal ini praktikan menyesuaikan target *audiens* yang disasar oleh digital leadership academy. Penyesuaian kata-kata maupun dengan jumlah kata yang terdapat pada *caption* tersebut.

## 2. **Produksi Konten *website***

Produksi konten *website* yang dilakukan oleh praktikan yaitu sebuah pemberitaan terkait dengan pelatihan dari Digital Leadership Academy. Dalam hal ini membahas terkait dengan program pelatihan yang akan dijalankan mulai dari materi apa saja yang akan dilakukan dalam pelatihan sampai mitra yang nantinya dapat peserta ikuti dalam pelatihan Digital Leadership Academy. Pemberitaan ini dipublikasi pada *website* dari Digital Leadership Academy dan dapat dibaca serta dilihat oleh siapa saja yang mengunjungi pada halaman web tersebut.

Dalam hal ini praktikan melakukan produksi konten seperti pemberitaan yang berkaitan dengan digital leadership academy. Praktikan selama perkuliahan sudah mendapatkan gambaran mengenai pembuatan pemberitaan pada media *online* maupun cetak. Sehingga praktikan dapat memahami serta melihat format yang ada pada *website* digital leadership academy. Pembelajaran terkait dengan produksi pemberitaan seperti jurnalisme *online* yang mengharuskan praktikan dapat memproduksi suatu artikel maupun pemberitaan yang ada pada media online. Praktikan juga pada pelajaran tersebut dituntut untuk dapat membuat media sendiri yang nantinya praktikan juga yang memproduksi suatu pemberitaan tersebut didalam media yang sudah dibuat oleh praktikan. Tujuan dari pembelajaran mata kuliah tersebut agar mahasiswa dapat memproduksi media maupun bahan-bahan terkait dengan media tersebut dapat diproduksi oleh mahasiswa itu sendiri untuk pencapaian pada mata kuliah jurnalisme online.

### 3 . **Produksi Surat Laporan Tugas**

Produksi surat laporan tugas yang dilakukan oleh praktikan meliputi laporan yang diadakan setiap tim dan melakukan rapat serta pelatihan diluar kantor. Laporan ini berisikan rangkuman dari kegiatan yang telah dilakukan serta apa saja yang perlu dievaluasi sampai ketahap saran maupun solusi dari kegiatan atau evaluasi rapat yang sudah dibahas pada pertemuan tersebut. Laporan ini diperuntukan sebagai bentuk laporan yang nantinya menjadi bukti bahwa kegiatan yang dijalankan diluar kantor berjalan dengan baik dan Adapun hasil yang disepakati Bersama.

Praktikan mendapatkan tugas untuk membuat suatu tugas untuk membuat suatu laporan tugas yang sudah berjalan. Dalam hal ini kemampuan menulis sangat dibutuhkan oleh praktikan untuk menulis surat laporan tugas yang diberikan. Praktikan sudah mendapatkan pembelajaran untuk menulis sesuatu hal dari surat, news release maupun yang lainnya pada mata kuliah penulisan PR. Dalam mata kuliah ini penulisan sangat diperlukan untuk menunjang pekerjaan seseorang. Karena mahasiswa dituntut untuk dapat melatih menulis maupun membuat suatu tulisan tersebut sesuai dengan kaidah penulisan yang benar. Praktikan dalam mempelajari penulisan pr tidak hanya dilatih untuk dapat menulis tetapi harus dapat membuat tulisan tersebut terkandung suatu nilai yang membuat pembaca dapat memahami suatu pesan atau tulisan yang ditulis. Mulai dari judul yang menarik maupun dari kesesuaian isi dengan judul harus diperhatikan agar apa yang ditulis dapat dilihat dengan baik dan menarik minat *audiens*.

#### a. **Dokumentasi Rapat**

Dokumentasi rapat yang dilakukan oleh praktikan yaitu dokumentasi yang dilakukan pada saat rapat internal maupun eksternal. Hal ini dipergunakan untuk menjadi bukti pada laporan tugas serta bukti pada notulensi bahwa rapat tersebut benar-benar dilakukan oleh tim Digital Leadership Academy. Dokumentasi rapat meliputi foto maupun video yang dikerjakan oleh praktikan pada saat rapat berlangsung.

Dokumentasi rapat diperlukan sebagai laporan serta data yang didapatkan dapat menjadi bukti. Dalam hal ini praktikan mendapatkan



tugas dokumentasi dalam setiap rapat yang berlangsung. Praktikan dalam perkuliahan juga diajarkan dasar-dasar dalam mendokumentasikan gambar maupun video. Mata kuliah yang praktikan pelajari yaitu media audio visual yang dimana dalam mata kuliah tersebut praktikan diajarkan untuk memproduksi suatu gambar maupun video dengan teknik-teknik yang benar. Dalam hal ini dapat diterapkan tugas dokumentasi seperti teknik pencahayaan maupun head room pada mata kuliah media audio visual yang sudah didapatkan praktikan selama perkuliahan berlangsung.

**4. Produksi *Cover Policy brief* (Cornell, Cambridge, NUS, Tsing Hua)**

Produksi *cover policy brief* dalam hal ini praktikan memproduksi atau mendesain *cover* dari setiap mitra. Dimana mitra dari Digital Leadership Academy sendiri yaitu ada beberapa mitra yaitu Cornell, Cambridge, NUS, Tsing Hua. Praktikan membuat beberapa desain dari mitra tersebut yang nantinya menjadi *cover* serta template untuk para peserta dalam membuat *policy brief*. Desain tersebut menyesuaikan mitra dari kampus tersebut mulai dari warna maupun gambar dari kampus yang bermitra pada Digital Leadership Academy.

Produksi *cover policy brief* yang dilakukan oleh praktikan yaitu membuat desain terkait dengan *cover policy brief*. Dalam hal ini praktikan dituntut untuk memiliki kemampuan dalam mendesain suatu *cover*. Praktikan sudah mendapatkan dasar serta kemampuan untuk mendesain sesuatu seperti praktikan dalam perkuliahan mendapatkan mata kuliah perencanaan kampanye seperti strategi pr, MAV yang mengharuskan untuk memikirkan serta mendesain sesuatu dengan kreatif maupun menarik. Dalam mata kuliah ini tidak hanya perencanaan saja yang harus dibuat dengan menarik dan kreatif. Tetapi dalam hal ini untuk memproduksi suatu konten tersebut memerlukan kemampuan dalam mendesain serta memikirkan konsep apa yang tepat untuk diterapkan dalam desain tersebut. Dalam hal ini praktikan menyesuaikan dari pewarnaan maupun pembawaan dari konsep yang akan didesain untuk menarik *audiens* untuk melihat visual dari apa yang sudah dibuat.

### 3.1.2 Operator Zoom Dan Notulensi Rapat

Pertemuan virtual dalam *zoom* dilakukan untuk menjadi media penghubung dalam proses pertemuan tatap muka secara *online*. Hal ini dilakukan karena perbedaan wilayah serta tempat yang menjadi sebuah persoalan. Dalam *zoom* diperlukan operator yang menjadi pemantau serta menjalankan suatu tools yang ada pada aplikasi *zoom*. Dalam proses pertemuan *online* juga terdapat seorang notulen, yang bertugas sebagai pencatat suatu hal yang penting dalam rapat serta pelatihan, notulensi diperlukan sebagai laporan maupun melihat poin-poin penting pada rapat yang sudah dijalankan.

## 3.2 Pelaksanaan Kerja

### 3.2.1 Pengelolaan Media Sosial

Praktikan mengelola akun digital leadership academy atau digileader kominfo yang direncanakan serta diatur sedemikian rupa agar tampilan dari sosial media Instagram digileader kominfo semakin menarik *audiens* atau target pasar dari Digital Leadership Academy. Dalam hal ini tujuan dari pengelolaan akun instagram digileader kominfo yaitu untuk kegiatan arsip maupun dokumentasi dari pelatihan digital leadership academy maupun untuk membagikan skill pemangku kepentingan agar terpersuasi untuk mengikuti pelatihan. Praktikan mendapatkan izin untuk mengelola akun sosial media Instagram digileader untuk mengatur visualisasi maupun jadwal tayang dari setiap konten tersebut agar tertata dengan baik dan teratur. Praktikan mencari tahu terlebih dahulu terkait dengan digital leadership academy mulai dari visi misi sampai ke target *audiens* dari digital leadership academy. Hal ini berguna untuk praktikan mengetahui serta memproduksi konten apa saja yang dapat dipublikasikan kepada *audiens* di Instagram. Mulai dari pewarnaan maupun pembahasan yang akan ditampilkan pada Instagram digital leadership academy.

Dalam mengelola Instagram digileader kominfo, praktikan memikirkan untuk mempersiapkan konten yang nantinya akan dipublikasikan. Hal ini bertujuan agar apa yang nanti akan dipublikasikan informasinya dapat dituangkan dengan baik dan membuat *audiens* terinformasi maupun teredukasi akan konten yang dibuat. Praktikan juga melihat dari sisi visualisasi apa yang cocok untuk target *audiens* maupun dari informasi-informasi yang akan diberikan agar tidak terasa membosankan ataupun pembahasannya terlalu berat dan dapat diterima dengan

baik oleh pengguna Instagram. Interaksi yang terjadi di Instagram juga dikemas didalam konten seperti adanya rubrik yang permainan yaitu DLA Games yang tayang setiap minggu hal ini dipergunakan untuk mengetahui pengetahuan *audiens* terhadap digital leadership academy melalui *games* yang diberikan. Nantinya *audiens* dapat menjawab dikolom komentar terkait jawaban *games* tersebut sehingga membuat *audiens* tidak bosan atas konten yang disajikan oleh akun digileader kominfo.

Rubrik DLA *games* juga mendapatkan interaksi yang cukup banyak dari rubrik yang lainnya. Hal ini dikarenakan konten tersebut mengajak *audiens* untuk berfikir dan memecahkan suatu teka-teki yang nantinya akan dijawab oleh *audiens* dikolom komentar. Rubrik ini juga menjadi tolak ukur pengetahuan *audiens* terhadap digital leadership academy. Rubrik ini yaitu mengenai *games* yang dirancang untuk mengetahui seputar digital leadership academy dan untuk memberikan refreshing kepada *audiens* agar tidak bosan akan konten yang selalu memberikan informasi ataupun edukasi yang bersifat kaku.

Pada konten plan yang dibuat oleh praktikan dilakukan dibuat setiap minggunya untuk diproduksi oleh tim desain untuk dijadikan konten yang nantinya akan dipublish. Pada rubrik yang dibuat oleh praktikan ada empat rubrik didalamnya. Pada keempat rubrik tersebut dibagi-bagi sesuai dengan jam tayangnya serta hari yang akan dipublish. Dalam hal ini ada satu rubrik yang membahas khusus pelatihan saja yang membahas pelatihan Bersama mitra-mitra dari digital leadership academy.

Dari sisi narasi ataupun *caption* dalam hal ini praktikan membuat *caption* yang interaktif dengan membuat narasi yang mengawalinya dengan suatu pertanyaan. Hal tersebut bertujuan agar *audiens* merasa diajak untuk berdiskusi terkait informasi maupun konten yang dipublikasikan. Dari narasi tersebut tidak terlalu Panjang ataupun pendek menyesuaikan konten yang dibuat ataupun visualisasi yang dipublikasikan. Agar *audiens* tidak merasa bosan akan narasi yang dibuat atau kepanjangan sehingga *audiens* mengetahui serta membaca dari konten yang diberikan oleh akun Instagram digileader kominfo.

### **3.2.1.1 Perencanaan Sosial media**

Perencanaan konten selalu dilakukan Ketika praktikan ingin membuat suatu konten yang akan dipublikasi didalam sosial media digileader kominfo. Hal ini berguna agar sejalan dan *audiens* tetap mengetahui program digital

leadership academy dari konten maupun pembahasan yang disajikan dalam konten sosial media digileader kominfo.

### 1. Riset

Riset disini dilakukan oleh praktikan Ketika ingin membuat suatu konten yang akan dipublikasikan. Riset disesuaikan dengan kebutuhan apa yang akan diriset seperti visualisasi, pembahasan konten ataupun yang lainnya. Hal ini bertujuan agar konten yang dimuat sesuai dengan tujuan atau visi misi dari digital leadership academy maupun sesuai dengan fakta yang ada. Salam hal ini juga menyesuaikan visualisasi yang menjadi identitas dari digital leadership academy maupun menciptakan visual yang sesuai dengan napa yang akan disampaikan. Praktikan juga sering mencari atau melihat referensi dari kompetitor terkait dengan informasi atau konten yang menarik perhatian *audiens*. Riset juga digunakan untuk mencari solusi apa yang menjadi hambatan dalam membuat suatu konten dan bagaimana suatu pemecahan masalah terhadap persoalan tersebut.



**Gambar 3. 1 Riset Akun Kompetitor (dibimbing.id)**

Sumber: (Instagram dibimbing.id, 2022)

Dalam hal ini praktikan memriset akun yang sejenis dengan digital leadership academy. Hal ini bertujuan untuk menjadi referensi bagi praktikan yang akan membuat suatu perencanaan sosial media. Pada hal ini praktikan menjadikan akun sosial media dibimbing untuk dijadikan referensi terkait dengan visualisasi dari akun digital leadership academy. Dalam akun dibimbing mengkombinasikan antara gambar seseorang

dengan judul besar atau tema yang akan dibahas dalam hal ini antara judul dan gambar seseorang tersebut berkaitan dengan visualisasi yang dibuat. Serta pada *caption* maupun slide selanjutnya barulah dijelaskan apa yang ada pada judul besar atau tema yang akan dibawakan oleh visual tersebut. Pada gambar tersebut juga mengekspresikan terkait dengan judul serta tema yang dibawakan. Dengan tujuan *audiens* dapat tertarik serta langsung mengerti apa yang akan disampaikan oleh pembuat konten sebelum membaca serta melihat penjelasan dari konten tersebut.

Hal ini juga dapat dilihat dalam akun sosial media Instagram digital leadership academy yang memiliki dominasi warna biru. Dengan didukung visual seseorang maupun judul yang nantinya akan dijelaskan pada *caption* maupun slide selanjutnya. Dalam hal ini berkaitan dengan pembawaan dari akun sosial media digital leadership yang *simple* tetapi dapat menarik *audiens* dalam melihat serta membaca berita. Dalam gambar seseorang yang ada pada konten tersebut juga berkaitan dengan tema yang akan diangkat oleh praktikan. Sehingga tim desain menyesuaikan dengan kemauan ataupun konten yang sudah dibuat oleh praktikan. Praktikan juga menyesuaikan pewarnaan yang identik dengan digital leadership academy yaitu dengan warna biru tua yang dikombinasikan dengan warna biru muda. Dalam hal ini bertujuan untuk memberikan pandangan serta membangun ciri khas dari akun tersebut. Praktikan juga menambahkan hastag pada visualisasi tersebut maupun *website* digital leadership academy. Dalam hal ini penggunaan tersebut untuk memudahkan *audiens* dalam mencari informasi seputar digital leadership academy. Penggunaan *website* yang tercantum dalam visual juga memudahkan *audiens* yang ingin mendaftar pada pelatihan tersebut untuk mengunjungi tautan *website* yang tersedia pada visual maupun *caption*.

Riset pada akun digileader kominfo yaitu juga berkaitan apa yang akan disampaikan melalui konten tersebut karena praktikan menginginkan konten yang disajikan tidak hanya menarik tetapi *audiens* dapat teredukasi maupun terinformasi dengan konten yang disajikan. Hal ini bertujuan agar apa yang disampaikan melalui konten tersebut dapat

menarik minat *audiens* untuk melihat serta mengetahui dari pelatihan digital leadership academy. Dalam melakukan riset juga melihat dari sisi visual atau penggambaran dari konten tersebut hal ini yang menjadi utama Ketika *audiens* dalam melihat suatu konten yang disajikan. Riset visual meliputi pewarnaan maupun identitas dari perusahaan yang memiliki ciri khas tersendiri. Semua riset ini dilakukan dari perencanaan sampai tahap produksi agar konten yang dibuat dapat menjadi daya tarik bagi *audiens* dalam melihat konten dari digileader kominfo.

Rubrik DLA *games* juga mendapatkan interaksi yang cukup banyak dari rubrik yang lainnya. Hal ini dikarenakan konten tersebut mengajak *audiens* untuk berfikir dan memecahkan suatu teka-teki yang nantinya akan dijawab oleh *audiens* dikolom komentar. Rubrik ini juga menjadi tolak ukur pengetahuan *audiens* terhadap digital leadership academy.

Rubrik ini yaitu mengenai *games* yang dirancang untuk mengetahui seputar digital leadership academy dan untuk memberikan refreshing kepada *audiens* agar tidak bosan akan konten yang selalu memberikan informasi ataupun edukasi yang bersifat kaku.

Pada konten plan yang dibuat oleh praktikan dilakukan dibuat setiap minggunya untuk diproduksi oleh tim desain untuk dijadikan konten yang nantinya akan *publish*. Pada rubrik yang dibuat oleh praktikan ada empat rubrik didalamnya. Pada keempat rubrik tersebut dibagi-bagi sesuai dengan jam tayangnya serta hari yang akan *publish*. Dalam hal ini ada satu rubrik yang membahas khusus pelatihan saja yang membahas pelatihan Bersama mitra-mitra dari digital leadership academy.

Rubrik pertama yang dibuat oleh praktikan yaitu information yang membahas terkait informasi-informasi yang berkaitan dengan pelatihan digital leadership academy maupun mengenai digital leadership academy. Seperti membahas terkait dengan penjelasan smart city apa saja yang ada didalam smartcity. Pada rubrik tersebut juga merupakan konten yang selalu tayang setiap hari senin pada akun digileader kominfo. Pada konten ini diproduksi untuk *feed* dan *story* Instagram jika di *instastory* hanya merepost dari *feed* yang sudah di upload. Pada

kerangka dari konten plan yang dibuat praktikan berdasarkan pengalaman praktikan dari proses pembelajaran dikampus.

Pada rubrik yang kedua yaitu DLA education yang berkaitan untuk mengedukasi *audiens* terkait dengan pelatihan digital leadership academy. Dalam hal ini praktikan sering membuat tips-tips yang berkaitan dengan materi maupun pembelajaran yang ada pada digital leadership academy. Semisalnya tips menjadi pemimpin digital apa saja yang dapat diterapkan dan dilakukan untuk menjadi pemimpin digital. Rubrik ini berguna untuk menjadi sarana edukasi bagi *audiens* digital leadership academy mulai dari peserta resmi maupun *audiens* yang mengunjungi digileader kominfo itu sendiri. Rubrik DLA education rubrik yang selalu tayang setiap hari selasa yang akan dipublikasikan. Sebelum dipublikasikan praktikan memberikan materi-materi yang plan yang sudah dibuat diserahkan kepada pembuat desain agar dapat diolah visualisasinya agar dapat *publish* di Instagram digileader kominfo. Pada hal ini praktikan memberikan kebebasan tim digital leadership untuk merevisi kerangka yang sudah dibuat sebelumnya. Pada hal ini konten DLA education juga akan diposting di *feed* maupun dari *feed* tersebut direpost pada *instastory* dari digital leadership academy.

Pada rubrik ketiga yang dibuat oleh praktikan yaitu DLA Quotes yang dimana praktikan menginginkan ada tokoh-tokoh yang berkaitan serta membahas terkait dengan digital. Dalam hal ini dapat menambah pengetahuan terkait dengan kutipan tokoh. Praktikan mengutip terkait dengan kutipan-kutipan tokoh yang membahas terkait digital yang dibuat konten. Dalam hal ini ada gambar dari tokoh tersebut maupun kutipan didalamnya yang membahas yang berkaitan dengan digital leadership academy. Pada rubrik ini tayang setiap hari rabu yang *publish* pada Instagram digital leadership academy. Pada konten ini praktikan mencari tokoh-tokoh ternama yang berpendapan dan berpandangan dengan digital. Praktikan juga membebaskan pada revisi yang dilakukan oleh tim maupun mencari tokoh-tokoh yang mungkin lebih berkompeten dalam membahas digital.

Pada rubrik yang selanjutnya yang dibuat oleh praktikan yaitu DLA Games yang dimana praktikan menginginkan ada *games* didalamnya

agar *audiens* tidak bosan akan konten yang ada di digileader kominfo. Pada rubrik ini juga mendapat interaksi yang baik dari *audiens* dalam berinteraksi terhadap permainan yang dimuat dalam konten tersebut. Dari jumlah likes maupun komen juga relatif banyak dari konten *games* tersebut. Dalam rubrik *games* juga berkaitan dengan pembahasan pelatihan digital leadership academy. *Games* ini juga bervariasi dalam setiap *games* nya seperti teka-teki, acak kata, tebak jalan maupun yang lainnya. Konten ini tayang setiap hari kamis yang akan disesuaikan dengan materi-materi serta pembahasan pelatihan digital leadership academy. Praktikan juga sering meriset terkait dengan permainan apa saja yang menarik dan disukai oleh *audiens*.

Rubrik tambahan yang dikerjakan oleh praktikan yaitu rubrik yang menginfokan terkait dengan pelatihan digital leadership academy. Dalam konten ini tayang setiap hari jum'at yang dikarenakan pelatihan diadakan pada hari kamis dan menginformasikan terkait dengan pelatihan tersebut sehari sesudahnya. Jumlah konten yang dibuat oleh praktikan pada setiap rubriknya berjumlah 40 konten keseluruhan.

Dalam hal ini praktikan hanya membuat suatu *caption* yang menjelaskan terkait dengan pelatihan meliputi dari jam pelaksanaan mitra apa yang mengadakan pelatihan hingga narasumber sampai pengajar dari mitra kampus apa. Dalam konten ini berisi terkait proses jalannya pengajaran ataupun pelatihan yang dilakukan pada hari kamis. Tetapi Ketika pelatihan ini sudah selesai atau lagi tidak ada jam pelatihan pada rubrik atau konten ini praktikan harus siap mempersiapkan konten yang lain dan terbaru yang berkaitan dengan digital leadership academy. Hal ini bertujuan agar pada hari tersebut tidak ada potingan yang kosong ataupun tertinggal pada hari tersebut. Sehingga tim sosial media tetap ada konten serta informasi yang akan diposting pada akun digital leadership academy.

**a. Akun DLA**

Pada akun Instagram digileader kominfo praktikan mencari suatu informasi yang dibutuhkan untuk kebutuhan produksi konten serta melihat kebenaran terkait informasi yang sudah didapatkan. Contohnya Ketika program pelatihan digital leadership academy sedang berjalan pada saat



itu Mitra Cambridge terlebih dahulu yang melakukan suatu pelatihan. Dalam hal ini praktikan mencari tahu terkait dengan pelatihan tersebut terkadang juga ikut melihat pelatihan yang dilakukan secara daring melalui *zoom meeting*. Semua yang disajikan harus meliputi pelatihan yang sedang berjalan yang sesuai dengan fakta yang ada dilapangan seperti jam, tanggal maupun tempat berlangsungnya pelatihan tersebut agar *audiens* dapat melihat program pelatihan yang sedang berlangsung pada pelatihan digital leadership academy.

Setelah praktikan melakukan suatu riset terkait dengan pelatihan yang sedang berlangsung praktikan membuat konten terkait edukasi maupun informasi yang berkaitan dengan pembelajaran yang ada didalam program pelatihan tersebut. Seperti dari konten yang membahas smart city, digital trust, *policy brief* dan lain sebagainya. Hal ini berguna untuk mengedukasi dan memberikan informasi kepada *audiens* terkait pembelajaran yang ada pada digital leadership academy.

Riset yang dilakukan pada Instagram juga meliputi fitur-fitur yang tersedia pada sosial media Instagram. Seperti *feeds*, *carosell*, *story*, *reels*, hal ini bertujuan agar dapat menjangkau *audiens* dengan tepat dan kreatif. Dengan adanya riset yang dilakukan pada sosial media Instagram praktikan lebih mengetahui fitur mana sajakah yang dapat digunakan untuk menjangkau *audiens* serta fitur manakah yang tepat untuk target *audiens* dari digital leadership academy. Praktikan sering mamakai fitur *carosell* yaitu memperbanyak slide pada *feed* hal ini dilakukan agar *audiens* dapat memahami apa saja yang dibahas didalam konten tersebut dan lebih mengerti edukasi serta informasi yang disampaikan melalui konten yang disajikan. Terkadang Ketika praktikan mempublikasi melalui *feeds* praktikan juga membagikannya melalui *story* agar *audiens* dapat juga melihat postingan konten tersebut dan memperluas jangkauan *audiens* dari konten yang sudah dibuat oleh praktikan.

Praktikan melakukan suatu pencarian referensi pada akun digital leadership academy pada topik informasi maupun visualisasi yang akan digunakan pada kaun sosial media Instagram yang dikelola praktikan. Referensi dilakukan untuk memberikan gambaran terkait konten yang akan disajikan pada akun digileader kominfo. Dalam mencari referensi

prktikan tidak akan membuat sama persis dengan referensi yang sudah dicari serta didapatkan hal ini digunakan untuk mencari ide serta temuan baru pada referensi tersebut yang dapat diterapkan pada akun digileader kominfo. Pencarian referensi seperti mencari tone warna yang unik dan menarik agar pewarnaan dalam akun tersebut tertata dengan baik dan dapat dilihat menarik. Seperti digital leadership academy yang memiliki ciri khas warna biru hal ini membuat praktikan berfikir warna biru cocok atau dapat dipadupadankan dengan warna lain yang lebih menarik. Pada hari kemerdekaan praktikan mencoba memadukan warna biru tersebut dengan warna merah yang menjadi warna dasar dari negara Indonesia. Hal ini dilakukan untuk memperingati hari kemerdekaan Indonesia yang bertepatan pada tanggal 17 Agustus. Setelah itu praktikan Kembali ke warna visual dasar dari digital leadership academy yaitu warna biru yang dipadukan dengan pewarnaan yang lainnya.

**b. Akun sejenis (swasta)**

Riset yang dilakukan praktikan pada akun sejenis pelatihannya dengan digital leadership academy. Riset ini dilakukan pada akun-akun yang melakukan pelatihan nya melalui akun sosial media Instagram. Riset ini dilakukan pada 10 akun yang melakukan pelatihan di Instagram. Meliputi riset dari konten yang dibawakan, harga dari pelatihan tersebut, rubrik apa saja yang ada pada pelatihan tersebut, maupun dari jumlah likes maupun komen yang terbanyak ada pada rubrik apa maupun sampai pemilihan kata-kata yang menarik untuk dijadikan *caption*. Riset ini bertujuan agar praktikan mengetahui apa saja yang dapat dijadikan untuk konten maupun apa saja hal-hal yang meliputi visual, *caption* yang membuat menarik minat *audiens* untuk mengikuti pelatihan dari kompetitor jalani agar dapat mendapatkan peserta dengan mudah.

Riset pertama yang dilakukan pada akun-akun tersebut yaitu apa saja rubrik yang tersedia pada postingan akun tersebut. Kebanyakan dari akun-akun tersebut memiliki rubrik informasi, edukasi, maupun *games*. Dimana akun-akun tersebut meengatue dan membuat perencanaan dalam kontennya secara jelas dan terperinci sehingga dari setiap rubrik nya tertata dan teratur dalam jadwal tayang maupun dalam memposting

sebuah konten. Hal tersebut yang menjadi sebuah referensi bagi praktikan untuk membuat penjadwalan serta membuat rubrik yang unik maupun menarik agar *audiens* tertarik melihat serta mengunjungi akun digital leadership academy. Rubrik-rubrik ini juga memudahkan praktikan dalam mengklasifikasikan setiap topik konten yang akan dibuat maupun dibuat penjadwalannya. Sehingga antara konten satu dengan konten yang lainnya tidak saling berbentrok dalam hal jam tayang maupun dari isi kontennya sudah disesuaikan dihari apa dan dijam berapa.

Riset yang kedua yaitu melihat harga tiket atau biaya pendaftaran dari setiap kompetitor tersebut. Hal ini berguna untuk melihat ada atau tidak dari pelatihan tersebut yang menyediakan pelatihan secara Cuma-Cuma atau gratis. Dalam melakukan riset praktikan tidak menemukan pelatihan yang bersifat gratis semua pelatihan yang diadakan disosial media Instagram pada akun-akun tersebut berbayar. Praktikan meriset dari sosial media akun tersebut sampai membuka *website* untuk memastikan harga dan biaya pendaftaran pada setiap akun. Dalam hal ini ada yang bersifat gratis tetapi itu hanya sebatas webinar saja tidak bersifat pelatihan yang sangat spesifik mempelajari skill tertentu. Harga dari setiap pelatihan tersebut bervariasi tergantung konsumen ingin membeli paket yang mana dalam pelatihan. Seperti pelatihan yang diadakan oleh dibimbing harga pendaftarannya berkisar mulai dari Rp.600.000 – Rp. 7.000.000 menyesuaikan konsumen memilih paket yang seperti apa.

Riset yang selanjutnya yang dilakukan yaitu melihat konten serta rubrik yang mendapatkan perhatian dari *audiens* yang dilihat dari komentar terbanyak. Dari konten tersebut praktikan dapat melihat apa saja yang menjadi daya tarik sehingga konten tersebut mendapat komen yang banyak yaitu konten yang diadakan dihari besar maupun konten tersebut mengadakan promo maupun diskon yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen mereka. Dalam hal ini mereka membuat strategi marketing yang memadukan antara perayaan hari besar maupun promo yang mereka buat didalam konten tersebut. Sehingga dari konsumen merasa tertarik dengan adanya potongan harga maupun diskon-diskon yang lainnya yang diberikan akun tersebut. Dalam hal ini yang membuat

konten tersebut menarik dari isi konten tersebut yang mempersuasif maupun dari visual yang disajikan juga menarik pelanggan. Hal ini juga didukung pada saat memposting bertepatan dengan hari-hari besar yang membuat konten tersebut menjadi perhatian khalayak.

Riset berikutnya yaitu melihat dari *caption* atau narasi yang digunakan untuk menarik minat *audiens* untuk membaca serta melihat sebuah postingan. Dalam hal ini narasi apa yang tepat untuk target *audiens* akun-akun tersebut. Praktikan melihat dari akun-akun tersebut selalu mengajak *audiens* mereka untuk ikut berinteraksi didalam konten seperti membuat pertanyaan singkat atau mengajak berdiskusi bareng di kolom komentar. Hal ini yang membuat hal tersebut menarik minat *audiens* serta mereka seperti diajak untuk berdiskusi bersama. Sehingga membuat interaksi antara akun tersebut dan *audiens*. Dalam hal penggunaan kata akun-akun tersebut juga tidak terlalu Panjang dalam penggunaannya. Hal ini untuk lebih mudah untuk dipahami dan dibaca serta membuat pembaca tidak merasa bosan saat membaca *caption* dan melihat visual dari konten tersebut.

Riset selanjutnya yaitu bagaimana akun-akun tersebut menggunakan fitur-fitur Instagram untuk dijadikan strategi penjualan mereka. Praktikan melihat dari akun-akun tersebut menggunakan berbagai variatif untuk mempersuasi suatu *audiens* mereka. Ada yang menggunakan reels video maupun ada yang menggunakan kata-kata saja di *feed* atau menggunakan fitur carosell dengan slide banyak. Kebanyakan dari akun-akun tersebut banyak menggunakan fitur carosell ini yang dimana awal slide mereka membagikan edukasi ataupun informasi yang menarik bagi *audiens* untuk membacanya. Serta slide-slide akhir berupa strategi marketing serta penjualan untuk menawarkan serta mempromosikan pelatihan dan webinar yang akan berlangsung. Hal ini membuat *audiens* dapat menjadi bersikap konsumtif dan membeli paket yang tersedia karena adanya keingintahuan lebih dalam terkait hal tersebut.

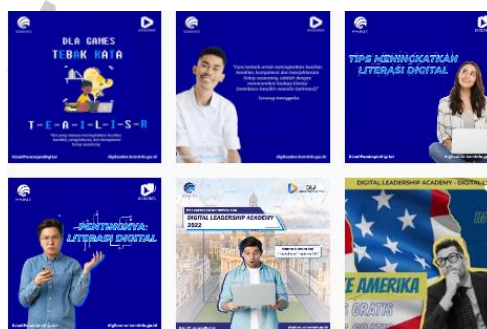
Praktikan menyimpulkan dari hasil riset yang ditemukan oleh praktikan mulai dari data maupun dari hasil riset yang dilakukan oleh praktikan disimpulkan bahwa instagram merupakan media sosial yang memiliki kemampuan dalam berinteraksi maupun komunikasi untuk menyebarkan

informasi dan edukasi. Dalam hal ini instagram memiliki fitur yang menarik maupun dari *audiens* instagram rata-rata berusia 18-24 tahun yaitu anak muda yang aktif dalam bermedia sosial. Instagram juga banyak digunakan media ataupun lembaga serta organisasi dalam menyampaikan pesan, salah satunya yaitu lembaga pelatihan swasta yang banyak menggunakan media sosial instagram sebagai alat untuk menyebarkan informasi maupun edukasi terkait program yang sedang dijalankan dengan target *audiens* anak muda yang aktif menggunakan sosial media instagram. Sedangkan lembaga pemerintahan aktif menyebarkan informasi dan edukasi terkait dengan pelatihan yang sedang dijalankan pada media *website* saja dengan target *audiens* para petinggi maupun pemangku kepentingan.

**c. Website Pemerintahan**

Pada hal ini praktikan juga meriset terkait dengan *website* pemerintahan yang menyediakan pelatihan sejenis dengan Digital Leadership Academy. Mulai dari meriset pelatihan tersebut dari *audiens* maupun target pasar pemerintahan yang mengadakan pelatihan sejenis. Kebanyakan dari pemerintahan mengadakan pelatihan untuk internal yang menguji kompetensi maupun pengetahuan dari karyawan internal mereka. Kebanyakan dari pelatihan pemerintahan belum ada yang melakukan pelatihannya di media sosial Instagram kebanyakan dari pemerintahan memberikan informasi tersebut melalui *website* resmi pemerintahan. Kebanyakan dari pelatihan dilakukan dengan gratis karena sudah ada anggaran dari pemerintah yang menanggung.

**2. Presentasi**



**Gambar 3. 2 Visual Feeds Instagram digileader.kominfo**

**Sumber:** (Instagram digileader.kominfo, 2022)

Dalam hal ini praktikan tidak hanya membuat suatu perencanaan konten saja tetapi praktikan juga bertugas mengatur visualisasi terhadap sosial media digital leadership academy. Dalam hal ini berkaitan dengan riset yang sudah dilakukan oleh praktikan sebelum mengelola sosial media Instagram digital leadership academy. Praktikan memakai warna biru, warna yang sudah diriset oleh praktikan yaitu warna yang identik dengan digital leadership academy serta Pusdiklat Kominfo dalam hal ini praktikan mengkombinasikan warna biru tua dengan warna biru muda dengan kombinasi gelap maupun terang. Praktikan membatasi jumlah *feeds* Ketika ingin mengubah pewarnaan. Hal ini bertujuan agar gradasi pewarnaan lebih enak untuk dipandang bagi *audiens*. Praktikan membatasi jumlah *feeds* bagi setiap pewarnaan setiap sembilan sampai enam *feeds*. Praktikan juga membuat kombinasi warna merah yang mengartikan sebuah keberanian. Praktikan memakai warna merah karena bertepatan dengan hari kemerdekaan Indonesia yang dimana konten yang dibuat yaitu merayakan hari kemerdekaan Indonesia maupun konten-konten selanjutnya juga mengikuti pewarnaan warna merah.

Presentasi yang dilakukan oleh praktikan adalah Ketika praktikan sudah dapat data-data ataupun temuan dari hasil riset yang dilakukan. Dalam hal ini praktikan juga meriset terkait dengan fitur-fitur yang ada di Instagram mulai dari postingan gambar sampai dengan video. Dengan hal ini presentasi yang dilakukan dari hasil temuan serta dibuatkan ppt dari hasil temuan tersebut. Dengan tujuan hal ini digunakan untuk mempresentasikan kepada pembimbing kerja agar mengetahui hasil temuan-temuan yang didapat pada riset praktikan. Praktikan melakukan presentasi mulai dari hasil temuan Instagram yang umum. Sampai dengan hasil-hasil temuan yang dianggap kompleks untuk dipresentasikan kepada pembimbing kerja. Seperti data-data terkait dengan riset Instagram sampai dengan kompetitor yang sejenis dengan digital leadership academy mulai dari swasta sampai dengan pemerintahan. Pemerintahan praktikan meriset *website* sehingga yang dijelaskan oleh praktikan terkait dengan temuan yang ada di *website* pemerintahan mulai segmentasi pasar dari pelatihan yang diadakan dipemerintahan sampai

dengan biaya yang dikeluarkan jika mengikuti pelatihan tersebut. Dalam pelatihan yang dilakukan di Instagram praktikan juga memberikan penjelasan terkait dengan segmentasi pasar dari digital leadership academy maupun dari kompetitor yang menjalankan pelatihan sejenis dengan digital leadership academy. Dalam presentasi praktikan juga memberikan suatu kesimpulan kepada pembimbing kerja untuk dijadikan acuan serta temuan-temuan yang didapatkan oleh praktikan.

Dapat disimpulkan dalam presentasi tersebut Instagram merupakan media sosial yang memiliki kemampuan dalam berinteraksi maupun komunikasi untuk menyebarkan informasi dan edukasi. Dalam hal ini Instagram memiliki fitur yang menarik maupun dari *audiens* Instagram rata-rata berusia 18-24 tahun yaitu anak muda yang aktif dalam bermedia sosial. Instagram juga banyak digunakan media ataupun lembaga serta organisasi dalam menyampaikan pesan, salah satunya yaitu lembaga pelatihan swasta yang banyak menggunakan media sosial Instagram sebagai alat untuk menyebarkan informasi maupun edukasi terkait program yang sedang dijalankan dengan target *audiens* anak muda yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Sedangkan lembaga pemerintahan aktif menyebarkan informasi dan edukasi terkait dengan pelatihan yang sedang dijalankan pada media *website* saja dengan target *audiens* para petinggi maupun pemangku kepentingan.

Praktikan setelah melakukan suatu riset terhadap media sosial Instagram kompetitor maupun melakukan presentasi terhadap fitur-fitur yang tersedia di Instagram. Praktikan membuat suatu penjadwalan konten setiap minggunya. Hal ini digunakan oleh praktikan agar konten yang dibuat sesuai dengan tanggal posting maupun dapat berjalan dengan konsisten pada setiap kontennya. Hal ini bertujuan agar konten yang tersedia dapat dilihat pada perminggunya dalam penjadwalan konten. Dalam perencanaan konten praktikan membuat sebuah konsep pada *google sheet* agar mudah untuk dilakukan revisi pada konten yang sudah dibuat. Dikarenakan praktikan berkoordinasi langsung dengan tim desain untuk merencanakan suatu konten yang nantinya akan dipublikasikan. Pada hal ini memudahkan suatu tim desain ketika memperbaiki konten yang sudah dibuat oleh praktisi. Dalam perencanaan tersebut terdapat

rubrik, *caption*, tema, pembahasan konten serta contoh gambar untuk referensi maupun sumber yang nantinya dapat dicantumkan kedalam konten tersebut. Dalam perencanaan tersebut tim desain dapat mengubah suatu perencanaan yang sudah dibuat yang nantinya dapat direvisi bersama praktikan. Dalam pembuatan perencanaan tersebut berguna untuk memudahkan dalam pembuatan serta konten yang akan dipublikasikan berjalan dengan konsisten dalam waktu tayang konten tersebut.

### 3. **Rapat**

Rapat yang dilakukan oleh praktikan yaitu internal maupun eksternal. Rapat internal yang dilakukan Ketika praktikan diikutsertakan kedalam rapat divisi digital leadership academy. Dalam hal ini rapat dilakukan setiap minggu ataupun setiap bulannya tergantung pembahasan yang akan dibahas didalam rapat tersebut. Rapat internal biasanya membahas terkait dengan evaluasi yang dilakukan oleh digital leadership academy. Semisal apa yang masih kurang dalam hal pelatihan ataupun inovasi-inovasi yang dapat dilakukan kedepannya. Hal ini dilakukan untuk melihat kekurangan serta adanya solusi yang dapat diperbaiki kedepannya. Rapat internal juga diperlukan untuk menemukan solusi, kritik dan saran dari setiap anggota yang ada didalam digital leadership academy. Rapat internal juga dihadiri baik dari pihak pusdiklatnya sampai tim digital leadership academy hal ini bertujuan untuk mendapatkan pandangan lebih dari berbagai pihak terkait digital leadership academy.

Rapat eksternal juga dilakukan oleh praktikan, dalam hal ini praktikan diikut sertakan pada rapat eksternal. Rapat eksternal biasa dilakukan bersamaan dengan pelatihan digital leadership academy dikarenakan mengundang dari pihak luar untuk diajak berdiskusi terkait dengan pelatihan berlangsung. Dalam rapat eksternal juga membahas keberlangsungan Pusdiklat hingga pelatihan digital leadership kedepannya. Pada rapat ini juga dibahas terkait dengan tantangan-tantangan yang akan dihadapi maupun menemukan inovasi-inovasi yang dapat diterapkan pada pusdiklat ataupun digital leadership academy.

Dalam hal ini praktikan mengikuti rapat eksternal maupun internal agar lebih mengetahui kegiatan yang ada didalam digital leadership academy.



Praktikan juga banyak mengetahui terkait dengan digital leadership academy yang nantinya dibuat bahan serta konsep dari konten yang akan dibuat. Praktikan juga menjadikan rapat ini menjadi sebuah riset serta observasi terkait dengan digital leadership academy. Mulai dari pelatihannya seperti apa sampai dengan target *audiens* maupun pelatihan ini menyasar kepada siapa. Hal ini yang menjadi sebuah pemikiran praktikan dalam membuat suatu konsep maupun konten yang dibuat oleh praktikan. Sehingga praktikan dalam menuangkannya kedalam perencanaan konten setiap minggunya apa yang akan dibahas terkait dengan pelatihan digital leadership academy pada publikasi sosial media.

### **3.2.1.2 Produksi**

Produksi yang dilakukan oleh praktikan tidak hanya meliputi produksi konten saja tetapi juga memproduksi pekerjaan yang berkaitan dengan digital leadership academy. Praktikan juga sebelum melakukan suatu produksi sudah melewati tahap riset terkait dengan apa yang ingin diproduksi oleh praktikan agar mendapat gambaran terkait dengan suatu hal yang akan diproduksi (Sofyan, 2013).

#### **1. Produksi Konten Digital Leadership Academy**

Produksi konten digital leadership academy dalam hal ini praktikan ditugaskan tidak hanya membuat suatu perencanaan tetapi juga membuat suatu naskah serta *caption* pada konten yang telah dibuat. Dalam hal ini praktikan menyesuaikan suatu konten serta visualisasi yang telah di desain oleh editor. Dalam pemilihan kata-kata juga disesuaikan dengan target *audiens* dari digital leadership academy. Keterkaitan antara *caption* dan visualisasi juga sangat diperhatikan kesesuaiannya serta dalam pemilihan katanya juga diperhatikan karena dalam hal ini berbeda dengan sosial media yang lain. Sosial media ini mengikuti latar belakang dari Pusdiklat Kominfo sehingga dalam pemilihan katanya harus yang persuasif serta menarik dalam pemilihan katanya karena menyangkut dengan program pelatihan digital leadership academy. Sehingga *audiens* merasa tertarik dengan napa yang dibuat oleh praktikan dalam hal *caption*.

*Caption* yang biasa digunakan oleh praktikan yaitu dengan penyampaian yang persuasif maupun menarik. Hal ini yang dilakukan oleh praktikan dengan menggunakan kalimat tanya sebagai bentuk terikatan dengan *audiens*. Dalam hal ini praktikan selalu menggunakan kalimat ajakan dan kalimat tanya. Dikarangkan agar praktikan maupun *audiens* dapat sama-sama berinteraksi dalam konten tersebut. Hal ini digunakan oleh praktikan karena untuk menghadirkan antusias *audiens* yang terlibat dalam konten tersebut. Terikatan tersebut yang mengundang *audiens* untuk tertarik serta penasaran dengan pelatihan digital leadership academy. Langkah ini dilakukan oleh praktikan agar *audiens* dapat terpersuasif dan tertarik mengikuti pelatihan yang diadakan oleh digital leadership academy. Praktikan juga selalu menempatkan *website* dari digital leadership academy hal ini berguna untuk *audiens* yang ingin serta mengikuti pelatihan tersebut.

Dalam hal ini dari setiap konten dan rubrik memiliki cara penyampaian serta narasinya yang berbeda-beda. Semisalnya dari konten edukasi dan informasi lebih banyak narasi maupun kalimat yang menjelaskan terkait dengan pelatihan digital leadership academy maupun dari narasinya berkaitan dengan pelatihan yang sedang berjalan maupun dari setiap tema pelatihan tersebut. Dalam hal ini memungkingkan untuk praktikan memberikan kalimat persuasi dan pertanyaan didalam narasi tersebut karena pada rubrik atau konten ini membahas terkait dengan pelatihan mulai dari informasi maupun dengan edukasi yang menyajikan tips maupun cara-cara di era digital saat ini. Sedangkan rubrik dari DLA *games* dan *quotes* lebih sedikit dalam narasinya. Karena berkaitan dengan *games* maupun kata-kata dari para tokoh. Dalam hal ini praktikan hanya menjabarkan terkait konten tersebut maupun dari penyampaiannya mengajak *audiens* dalam berinteraksi didalam konten *games* maupun dalam konten *quotes* juga menjabarkan penjelasan dari tokoh atau ahli yang berkaitan dengan digitalisasi.



**Gambar 3. 3 Caption Pada Setiap Rubrik Instagram digileader.kominfo**

Sumber: (Instagram digileader.kominfo, 2022)

Praktikan dalam menulis sebuah naskah ataupun teks dalam sebuah konten ataupun konten dalam hal ini memiliki perbedaan dari setiap rubriknya. Praktikan menyesuaikan konten apa yang dibahas serta dipublikasikan pada akun sosial media digileader.kominfo.setiap pembahasan serta jumlah kata yang digunakan memiliki perbedaan dalam penggunaannya setiap katanya. Dapat dilihat pada konten atau rubrik DLA Games praktikan hanya menggunakan sedikit kata-kata dalam hal ini praktikan tidak perlu menjelaskan pada rubrik tersebut karena hanya berkaitan dengan games saja. Praktikan dalam hal ini hanya menggunakan kalimat persuasif saja untuk menarik *audiens* untuk mengikuti games yang dipublikasikan oleh akun sosial media digileader.kominfo. praktikan juga hanya menggunakan kalimat tanya dan kalimat persuasi untuk menarik perhatian serta tidak perlu menjelaskan visualisasi dari games tersebut. Berbeda dengan rubrik informasi maupun edukasi yang dibuat oleh praktikan dalam hal ini praktikan menjelaskan Kembali terkait dengan visual yang sudah dipublikasikan.

Hal ini berguna untuk memberikan pemahaman Kembali terkait dengan konten yang dibuat. Pemilihan kalimat juga menyesuaikan visual yang telah dibuat dalam hal ini lebih banyak kata-kata yang disajikan karena praktikan menjabarkan Kembali. Kalimat yang digunakan juga menggunakan kalimat ajakan dan kalimat tanya seperti yang digunakan pada rubrik-rubrik yang lain tetapi lebih banyak dalam pemilihan kata. Praktikan juga mengarahkan *audiens* untuk mendaftar pada *website* dari kominfo untuk mengikuti pelatihan tersebut dalam hal ini berguna untuk

menambah peserta yang ditargetkan pada pelatihan digital leadership academy.

## 2. **Produksi Konten *website***

Produksi konten *website* dalam hal ini praktikan diminta untuk mengerjakan suatu pemberitaan terkait dengan pelatihan digital leadership academy. Produksi konten *website* yang dilakukan seperti pemberitaan pembukaan digital leadership academy sampai dengan pemberitaan pelatihan camat yang dilakukan oleh digital leadership academy. Dalam pemberitaan tersebut praktikan memberitakan terkait dengan pembukaan pelatihan pada tanggal 7 Juli 2022 yang dilakukan online. Dalam pemberitaan ini juga praktikan menjelaskan siapa saja mitra dari digital leadership academy seperti mitra dari Oxford, Cambridge, NUS, Tsing Hua. Praktikan juga menjelaskan pelatihan ini berfokus pada pemangku kepentingan yang berada pada semua sector swasta maupun BUMN. Pada pembukaan digital leadership academy juga memfokuskan pelatihan pada 300 pemangku kepentingan yang ada pada seluruh Indonesia. Digital leadership academy 2022 juga bertujuan untuk meningkatkan suatu kapasitas para pemimpin agar mampu mengubah pola pikir dalam hal ini untuk meningkatkan kompetensi pemangku kepentingan, perumusan kebijakan, peningkatan daya saing maupun sebagai pendorong perubahan yang terjadi pada sektor swasta maupun pemerintahan.

Pemberitaan selanjutnya yang dibuat oleh praktikan adalah pemberitaan terkait dengan rapat maupun pelatihan yang segmentasi *audiens* nya adalah para camat. Dalam hal ini pemberitaan yang dibawakan terkait dengan pertemuan yang akan dilangsungkan pelatihan kepada camat. Camat yang menghadiri pertemuan tersebut sekitar 30 camat dari berbagai daerah yang ada di Indonesia. Pelatihan camat bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan yang sedang dihadapi dalam masyarakat. Camat diberikan pelatihan untuk menjadi pemecah permasalahan, camat diajarkan untuk membuat suatu kebijakan atas suatu permasalahan yang terjadi dimasyarakat. Dalam pertemuan tersebut camat menjelaskan serta mengutarakan permasalahan yang

terjadi serta solusi apa yang tepat bagi desa yang sedang mereka kerjakan pembangunannya.

### 3. **Produksi Surat Laporan Tugas**

Produksi laporan tugas yang dilakukan oleh praktikan adalah bagaimana membuat suatu hasil laporan tugas yang dikemas kedalam surat. Surat yang dibuat untuk merekap ataupun melaporan dari hasil kegiatan yang sudah dijalankan pada kegiatan digital leadership academy. Dalam laporan tugas berisikan kegiatan yang dilaksanakan dan hasil yang dicapai serta kesimpulan dan saran dalam hal tersebut berisikan pencapaian-pencapaian yang didapat Ketika rapat atau kegiatan tersebut berlangsung. Pada kegiatan yang dilaksanakan berisikan dengan apa yang sedang dilakukan maupun rapat yang dilakukan oleh praktikan Bersama tim digital leadership academy. Semisalnya rapat monitoring kelas MTSL dan Evaluasi pendaftaran peserta DLA dari 4 Mitra. Dalam hal ini kegiatan kelas MTSL dengan topik Dasar Pola Kerja dan Tata Kelola Internet. Dalam hal ini menjelaskan tentang rapat monitoring dari kelas MTSL maupun mengevaluasi dari pendaftaran peserta DLA dari 4 mitra. Evaluasi yang terjadi yaitu pada jumlah pendaftar yang sudah mendaftar dari 4 mitra tersebut. Pendaftaran dievaluasi dari mitra yang masih kurang dari jumlah peserta sampai yang sudah terlampaui dari pendaftaran.

#### a. **Dokumentasi Rapat**

Dalam dokumentasi rapat yang dilakukan oleh praktikan yaitu dokumentasi foto maupun video. Dalam hal ini yang dilakukan oleh praktikan mendokumentasikan setiap rapat maupun pertemuan yang dilakukan oleh tim digital leadership academy. Dalam mendokumentasikan suatu gambar dan video praktikan menggunakan handphone sebagai media untuk mendokumentasikan nya. Dalam dokumentasi rapat praktikan juga mendokumentasikan rapat *online* sebagai bentuk bukti suatu kegiatan tersebut. Dokumentasi yang dilakukan *online* dilakukan Ketika adanya pelatihan maupun rapat yang bersifat daring dikarenakan mencangkup dari banyak daerah di Indonesia para pesertanya. Dokumentasi rapat dilakukan untuk dijadikan bahan

sebagai surat laporan tugas sebagai bukti bahwa kegiatan tersebut telah dijalankan maupun ada hasil pengabdian dari dokumentasi rapat tersebut.

#### 4. **Produksi *Cover Policy brief* (Cornell, Cambridge, NUS, Tsing Hua)**

Dalam produksi *cover policy brief* praktikan mendesain maupun membuat *cover* dari setiap kampus yang bermitra dengan digital leadership academy. Praktikan diminta untuk menyesuaikan kampus dari setiap desainnya. Praktikan juga melihat serta mencari gambar yang berkaitan dengan kampus tersebut seperti cornell, Cambridge, NUS, Tsing Hua. Praktikan mencari referensi dari setiap kampus tersebut dari *cover policy brief* yang sudah pernah dibuat pada tahun sebelumnya. Praktikan hanya memperbarui terkait dengan gambar maupun desain yang ada pada *cover* tersebut. Perktisi membuat desain tersebut melalui aplikasi canva. Ketika desain dari praktikan tersebut selesai praktikan menginputnya kedalam word untuk memasukan template dari penulisan judul anggota untuk digunakan peserta dari setiap mitranya. Dalam hal ini agar mudah digunakan oleh peserta kampus tersebut. Sehingga peserta tinggal memasukan format yang tersedia pada *cover* tersebut. Dokumen dari *policy brief* digunakan peserta untuk membuat suatu kebijakan yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang dihadapi oleh masyarakat ataupun pemimpin. Peserta merumuskan suatu solusi dari setiap permasalahan atau meneruskan kebijakan yang sudah pernah dibuat dan memberikan suatu inovasi baru bagi kebijakan tersebut. Berulah peserta Ketika sudah dapat merumuskan serta sudah berdiskusi pada setiap kelompok dapat menuliskan judul maupun nama anggota kelompok kedalam *cover policy brief* yang sudah dibuat oleh praktikan.

#### 3.2.2 **Operator Zoom Dan Notulensi Rapat**

Praktikan dalam hal ini membantu menyiapkan pelatihan digital leadership academy yang dilakukan secara daring. Praktikan membantu dalam mengoperasikan *zoom* mulai dari penjadwalan pelatihan sampai proses pelatihan tersebut dilaksanakan. Praktikan dalam hal ini mencari terlebih dahulu fitur-fitur yang digunakan dalam pelatihan hal ini dapat menunjang pelatihan tersebut. Pelatihan yang bersifat Internasional karena bermitra kampus dari luar

negeri. Hal ini tidak semua peserta pahan akan Bahasa yang digunakan oleh pengajar untuk mengatasi permasalahan ini digital *leadership academy* menyediakan interpreter sebagai alat bantu dalam menerjemahkan suatu Bahasa yang digunakan oleh pengajar. Praktikan melakukan kontak langsung dan membantu interpreter dalam mengaktifkan fitur interpreter yang tersedia karena praktikan dalam pelatihan *online* bertugas sebagai host dalam *zoom* tersebut. Tidak hanya interpreter tetapi praktikan juga membuat breakout *zoom* untuk dijadikan ruang diskusi bagi setiap peserta yang mengikuti pelatihan tersebut. praktikan juga bertugas untuk merecord maupun bertugas sebagai admin dari *zoom* tersebut. Praktikan juga bertugas untuk menyiapkan *zoom* untuk pembicara maupun peserta yang hadir dalam *zoom* tersebut. Absensi tersebut berguna sebagai data dari setiap pelatihan yang sudah berlangsung mulai dari pencatatan kehadiran setiap minggunya sampai dengan bukti bahwa kegiatan tersebut sudah dijalankan dengan waktu yang ditentukan.

Notulensi yang dilakukan oleh praktikan yaitu dengan membuat suatu rangkuman kegiatan yang dilakukan pada saat rapat berlangsung. Dalam hal ini untuk mencatat poin-poin yang ada pada saat rapat atau pelatihan yang berlangsung. Notulensi ini juga dijadikan sebuah rekapan maupun data pendukung bahwa adanya pelatihan atau rapat yang sudah berlangsung. Serta menjadi arsip bagi tim digital leadership academy untuk dapat dilihat Kembali yang nantinya dibutuhkan Ketika waktu diperlukan.

### **3.3 Kendala yang dihadapi**

Dalam melaksanakan Kerja Profesi di Divisi Pokja Digital Leadership Academy, praktikan mendapatkan kendala yang dapat menghambat pekerjaan praktikan. Kendala tersebut berasal dari berbagai faktor yaitu eksternal maupun internal dari perusahaan atau organisasi. Berikut adalah kendala-kendala yang dihadapi oleh praktikan selama menjalani kerja profesi:

#### **1. Perencanaan Sosial media**

Berikut adalah kendala yang dihadapi oleh praktikan dalam bidang sosial media yaitu:

- a. Keterbatasan mencari referensi serta pelatihan yang sejenis dengan pelatihan yang dijalankan oleh digital leadership academy yang sejenis dengan pemerintahan.
- b. Kesenjangan interaksi serta adaptasi dengan lingkungan baru.

- c. Pada rubrik dari sosial media digital leadership academy belum ada rubrik yang membahas terkait dengan konten maupun tema pada setiap harinya
- d. Pada penjadwalan konten pada sosial media belum ada dan masih random dalam memposting sebuah konten sosial media.
- e. Keterbatasan mencari tema maupun konten yang berkaitan dengan digital leadership academy.

**2. Produksi Konten *website***

Berikut adalah kendala yang dihadapi oleh praktikan dalam bidang content writer yaitu :

- a. Keterbatasan praktikan dalam membuat penulisan karena gangguan komunikasi virtual.
- b. Keterbatasan dalam pencarian sumber foto untuk dijadikan bahan dokumentasi dalam pemberitaan.
- c. Memaksimalkan penulisan notulen untuk dijadikan sebuah pemberitaan.
- d. Keterbatasan template yang digunakan dalam digital leadership academy.



### **3. Operator zoom**

Berikut adalah hambatan yang dihadapi oleh praktikan dalam bidang operator:

- a. Praktikan masih belum paham sepenuhnya terkait dengan item yang tersedia pada aplikasi *zoom*.
- b. Kesalahan terkait dengan spotlight terkait dengan peserta digital leadership academy.
- c. Peserta belum sepenuhnya memahami terkait dengan interpretasi yang ada di *zoom* karena pengajar pelatihan tersebut dari mitra luar negeri.

### **3.4 Cara mengatasi kendala**

Adapun cara mengatasi permasalahan serta hambatan yang ada pada bidang-bidang tersebut, diantaranya sebagai berikut:

#### **1. Perencanaan Sosial media**

Berikut adalah cara mengatasi kendala oleh praktikan dalam bidang sosial media yaitu:

- a. Dalam menangani permasalahan tersebut praktikan tidak hanya mencari kompetitor dari sosial media Instagram saja tetapi juga mencari pelatihan sejenis pada *website* pemerintah yang menjalankan pelatihan.
- b. Dalam mengatasi kendala tersebut praktikan mencoba memberanikan diri untuk berkomunikasi dengan anggota tim yang lain agar dapat dengan mudah beradaptasi dengan lingkungan.
- c. Dalam hal ini praktikan meriset pada akun kompetitor serta membuat perencanaan maupun rubrik pada setiap minggunya agar tersusun dengan rapih.
- d. Praktikan membuat penjadwalan pada konten yang akan dipublikasi hal ini bertujuan konten yang dipublikasi teratur dan tertata dengan baik.
- e. Praktikan mengatasi permasalahan tema dengan mencari referensi maupun mengikuti rapat maupun pelatihan sehingga dalam hal tersebut dapat menjadikan topik pembahasan dalam konten yang dipublikasikan

#### **2. Produksi Konten *website***

Berikut adalah kendala yang dihadapi oleh praktikan dalam bidang content writer yaitu:

- a. Praktikan mengatasi hal tersebut meminta video maupun notulensi yang berkaitan dengan kegiatan tersebut untuk menjadi acuan dalam membuat sebuah pemberitaan.
- b. Praktikan melakukan screen capture pada video hasil record dari kegiatan yang dijalankan digital leadership academy maupun terkadang praktikan langsung mendokumentasikan video atau foto tersebut secara langsung.
- c. Praktikan melakukan pencatatan juga terkait dengan kegiatan sebagai cadangan bila catatan yang diberikan kurang dipahami oleh praktikan.
- d. Praktikan mengikuti cara penulisan maupun melihat cara maupun gaya penulisan tersebut dari *website* pelatihan digital leadership academy.

### 3. **Operator zoom**

Berikut adalah hambatan yang dihadapi oleh praktikan sebagai operator *zoom*:

- a. Praktikan meriset sendiri maupun mencari tahu terkait dengan kegunaan pada setiap item yang tersedia pada aplikasi *zoom*.
- b. Praktikan mencoba untuk memperhatikan serta mengganti tampilan pada *zoom* untuk mengetahui siapa yang sedang berbicara serta di spotlight oleh praktikan.
- c. Dalam hal ini praktikan dan mentor memberikan arahan terkait dengan interpretasi yang berkaitan dengan bahasa asing sehingga pelatihan tersebut berjalan dengan kondusif tanpa dan meminimalisir suatu hambatan.