

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Social media specialist merupakan sebuah pekerjaan yang bertanggung jawab dalam mengontrol secara keseluruhan atau sebagian dari konten perusahaan atau instansi di media sosial. Pekerjaan, bukanlah hal yang mudah terlebih di era digital dituntut untuk dapat memperkenalkan *brand* perusahaan atau instansi dengan sesuai dan tepat. Selain membuat konten, fungsi dari yaitu sebagai admin untuk berkomunikasi dengan pengguna sekaligus pengikut. Semakin banyaknya para pengguna media sosial menjadi peluang untuk melakukan promosi melalui cara menyajikan konten menarik agar mendapatkan perhatian atau bahkan publikasi konten dapat mempersuaf.

Sebagai seorang *social media specialist* ketika ingin mengunggah konten tentu memiliki beberapa hal yang dilakukan agar publikasi konten sesuai dengan target pencapaian, seperti membuat sebuah content plan, menempatkan konten pada media komunikasi yang dipilih, bentuk visualisasi, penggunaan kata-kata dan hastag yang tepat untuk caption, dan waktu publikasi konten. Jika serangkaian proses tersebut dilakukan bukan tidak mungkin bahwa seorang dapat menjangkau target atau KPI yang sudah ditentukan, proses tersebut juga dapat dikatakan merupakan bentuk strategi pembuatan konten.

Umumnya strategi pembuatan konten seperti namun bagi beberapa perusahaan atau instansi memungkinkan jika mereka memiliki format tersendiri, sehingga seorang harus bisa menyesuaikan. Secara luas, memiliki beragam tugas dan tanggung jawab mulai dari perlu mencermati tren media sosial hingga membuat campaign, event dan kuis agar lebih diminati dan menarik, namun tergantung pada kebutuhan perusahaan atau instansi. Tugas meliputi analisa dan evaluasi media sosial, interaksi dengan audiens, membangun dan memperkuat identitas *brand*, merencanakan strategi, menjaga kredibilitas dan menjaga kepercayaan, membuat content plan media sosial sesuai tujuan, membuat laporan traffic media sosial, mengikuti perkembangan tren, dan desain konten visual atau berkomunikasi dengan tim desain terkait hal itu. (topkarir, 2021)

Tanggung jawab seorang tersebut perlu didukung dengan keterampilan yang mumpuni agar bisa maksimal dalam melakukan pekerjaannya, keterampilan yang dibutuhkan seperti mampu beradaptasi dan mengikuti setiap perkembangan informasi, memahami estetika visualisasi bukan hanya bisa menggambarkan pesan melalui gambar namun terkadang bidang pekerjaan ini perlu menguasai tools desain seperti Adobe Photoshop, Illustrator, atau Canva, selanjutnya kemampuan *copywriting* dan *storytelling* dimana seorang dalam bidang ini perlu membuat caption yang menarik sehingga audience dapat memberikan *feedback* tetapi harus menyesuaikan dengan gaya bahasa atau karakteristik dari media sosial, dan kemampuan memahami dasar SEO yang akan membantu dalam *planning* strategi media sosial agar sesuai harapan dari perusahaan atau instansi. (topkarir, 2021)

Selama melakukan Kerja Profesi, praktikan bertanggung jawab menjadi seorang *social media specialist* sebagai pekerjaan utama dengan menggunakan media komunikasinya yaitu Instagram bernama @Diklatkominfo. Dalam mengelola akun tersebut, praktikan membuat serangkaian strategi mulai dari tahap perencanaan konten hingga tahap evaluasi konten. Praktikan juga turut mengimplementasikan ilmu yang sudah didapatkan selama masa perkuliahan berlangsung, salah satunya berasal dari mata kuliah Hubungan Masyarakat *Online* yang mempelajari bagaimana memproduksi sebuah konten audio-visual berdasarkan kebutuhan dan kesukaan *public*. Materi itu relevan dengan apa yang praktikan kerjakan selama masa Kerja Profesi, bahkan praktikan dapat mengetahui step pertama yang perlu dilakukan sebagai seorang *social media specialist*.

Relevansi dalam membuat konten bukan hanya yang berkaitan dengan bidang kerja *social media specialist* saja tetapi itu juga menjadi hal penting bagi seorang *Content Writer*. *Content Writer* didefinisikan sebagaimana seorang penulis harus membuat konten menarik dan berkualitas baik untuk website atau jurnal. Adapun tugas bagi seorang *Content Writer* yaitu menulis konten sesuai, analisa dan riset, mencari kata kunci, edukasi para pembaca, mengetahui format penulisan yang baik dan benar. Apalagi memasuki jaman digital saat ini, para *Content Writer* harus menciptakan penulisan yang *relatable* dengan gaya bahasanya kepada *audience*.

Selain pekerjaan utama sebagai *social media specialist*, praktikan beberapa kali mendapatkan kesempatan untuk menulis artikel yang akan dipublikasikan ke website yang biasa disebut *Content Writer*. Praktikan selama bekerja di institusi ini hanya memproduksi sekitar 3 konten artikel yang berkaitan kegiatan atau aktivitas pelatihan, monitoring dan evaluasi.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Praktikan sebagai dalam mengelola media sosial dari melewati beberapa tahapan seperti perencanaan, produksi, implemementasi dan evaluasi. Dalam mengelola media sosial Pusdiklat Kominfo , praktikan dapat dikatakan sebagai pihak ketiga setelah pemimpin redaksi dan pembimbing kerja karena dalam peraturannya akun resmi instansi tidak diperbolehkan untuk diakses oleh pihak lain selain para jajarannya yang dikhususkan mengelola media sosial Pusdiklat Kominfo. Sehingga mengunggah konten yang dimaksud oleh praktikan adalah kedalam spreadsheet, namun praktikan keseluruhan mengelola media sosialnya mulai dari pembuatan caption, kategori konten, informasi setiap kontennya, dan membuat visualisasi konten.

Maka dari itu, langkah awal yang praktikan lakukan adalah melihat dan memastikan perencanaan konten yang sudah dibuat dari segi visualisasi, caption dan jenis konten agar tidak terjadi kesalahan karena praktikan harus melakukan konfirmasi setiap harinya kepada pembimbing kerja konten yang harus diunggah sehingga peran praktikan disini cukup penting. Dalam prosesnya ketika konten sudah terstruktur akan diberikan kepada pembimbing untuk proses revisi jika ada, selama praktikan bekerja sangat minim pembimbing kerja memberikan revisi, setelah itu dinaikkan kepada pemimpin redaksi. Konten yang diunggah setiap hari senin-jumat pada jam 11.00-16.00 wib, ketika konten melebihi batas waktu maka akan diunggah pada hari berikutnya.

3.2.1 Perencanaan Media Sosial

Pada proses perencanaan konten, praktikan membuat perencanaan konten harian dan bulanan yang sudah disetujui oleh mentor. Namun perencanaan konten yang tidak sesuai jadwal maka akan menyesuaikan situasi dan kondisi urgensi konten. Hal memungkinkan terjadi melihat adanya kebutuhan

konten yang perlu segera diunggah di Instagram Pusdiklat Kominfo. Perencanaan yang praktikan lakukan melewati beberapa hal yaitu:

1. Riset Konten

Riset konten yang praktikan lakukan itu mulai dari akun Instagram dan akun sejenis. Riset ini dilakukan sebelum praktikan mengelola media sosial Instagram Pusdiklat, hal ini ditujukan agar dapat mencari tahu kekurangan, kelebihan dan kendala dalam akun tersebut. Melalui riset ini praktikan memperhatikan konten yang diunggah mulai dari visual, caption, jenis konten dan informasinya. Diharapkan melalui riset ini saat praktikan mengelola Instagram Pusdiklat dapat memberikan kesan menarik, informatif, dan benar. Setelah melakukan riset konten, praktikan mulai merencanakan tema visual yang berbeda dengan sebelum praktikan melakukan Kerja Profesi agar menarik. Selain itu untuk mendapatkan informasi yang valid dan aktual praktikan akan mencarinya melalui internet serta menanyakan kepada mentor. Riset yang praktikan lakukan kepada dua akun Instagram yaitu:

A. Akun Instagram Pusdiklat Kominfo

Riset yang dilakukan pada akun Instagram Pusdiklat Kominfo mencakup target *audiens*, konten harian (visual, caption dan jenis konten) dan pencapaian media Instagram. Hal ini ditujukan agar data yang akan ditampilkan benar sesuai fakta dan akurat. Kemudian riset pada akun Instagram Pusdiklat Kominfo pun diselaraskan dengan program pelatihan yang sedang diadakan agar sesuai dan pengikut mendapatkan informasi umum maupun khusus secara berkala.

B. Akun Instagram Kementerian Komunikasi dan Informatika

Riset ini dilakukan sebelum akan mengelola akun Instagram Pusdiklat Kominfo. Riset secara mendalam dari segi informasi, penggunaan bahasa maupun segi desain visual karena jumlah pengikut yang sangat banyak maka dibutuhkan riset seperti ini. Pada saat menganalisa akun ini yang diutamakan adalah desain visual tentunya menjadi contoh bagi Pusdiklat Kominfo karena butuh masterdesain agar tampilan menarik dan selaras dari satu konten ke konten lain.

2. Presentasi Rencana Konten

Dalam mengelola aktif media sosial perlu membuat perencanaan konten yang matang secara detail dan benar agar publik menerima jelas informasi. Perencanaan konten yang dibuat melalui spreadsheet mempermudah dalam pembuatan desain visual namun dalam tahapan produksi dan publikasi perlu memberitahu skema dari perencanaan konten ini kepada pemimpin redaksi dan mentor. Maka diperlukan presentasi rencana konten kepada pihak-pihak yang terlibat dalam mengelola media sosial karena rencana pembuatan konten sudah dijadwalkan dimana terdiri dari tanggal publikasi konten, tema konten, caption konten, dan visual konten berupa gambar atau video. Terdapat kolom status konten untuk mengetahui apakah konten tersebut sudah dipublikasi atau masih dalam tahap proses. Presentasi hasil perencanaan sangat penting dilakukan agar mendapatkan satu pemahaman antara praktikan dengan mentor untuk mengimplementasikan perencanaan dengan sesuai dan benar.

Praktikan melakukan presentasi rencana konten dihadapan mentor untuk memberitahu konsep konten yang akan diunggah secara keseluruhan. Karena sudah melewati tahapan riset maka sudah ada perencanaan atau konsep yang akan diusung, presentasi yang dijelaskan meliputi kategori konten, tema visual dan informasi konten, dan target yang perlu didapatkan. Presentasi dilakukan selama dua kali secara langsung bersama mentor yang memberikan *feedback* dan arahan jika diperlukan. Presentasi dilakukan agar pihak internal mengetahui perencanaan konten secara detail.

3. Rapat

Rapat adalah alat komunikasi langsung yang dilakukan oleh pihak-pihak dalam organisasi maupun perusahaan untuk membahas segala perencanaan, permasalahan yang terjadi hingga organisasi atau perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah ditentukan (Priansa & Garnida, 2013). Selama praktikan Kerja Profesi di Pusdiklat Kominfo, ada dikatikan dalam jenis rapat internal. Proses rapat internal ini meliputi proses brainstorming, perencanaan, proses produksi dan evaluasi.

Selama melakukan Kerja Profesi dan sesudah melewati tahapan presentasi dihadapan mentor yakni Pak Aswin. Praktikan mengikuti rapat secara keseluruhan dengan para jajaran hingga kepala Plt. Pusdiklat Kominfo dimana dalam rapat tersebut merupakan rapat eksternal karena mengundang beberapa instansi dan terbagi menjadi dua sesi. Dalam sesi berikutnya, Praktikan berkesempatan langsung rapat dengan pemimpin redaksi dan mentor yang mendampingi terkait dengan perencanaan konsep Instagram Pusdiklat Kominfo, rapat ini dilakukan secara tatap muka. Namun bukan hanya rapat internal saja tetapi praktikan turut serta mengikuti rapat eksternal yang diadakan oleh mentor dan pihak CPNS. Berikut runtutan rapat yang praktikan ikuti:

A. Rapat Internal

Rapat internal ini dilakukan dengan pemimpin redaksi dan didampingi mentor, pembahasannya secara detail konsep mengenai informasi yang akan dipertunjukkan untuk konten secara berkala mulai dari waktu publikasi sampai rubrik konten serta berdiskusi mengenai evaluasi dari rencana konten yang sudah dibuat. Praktikan sudah melewati dua kali rapat internal secara langsung dengan mentor.

B. Rapat Eksternal

Rapat eksternal yang praktikan ikuti yaitu dengan pihak CPNS dengan tema “SOP Pengelolaan Media Sosial” diadakan pada tanggal 09 Juni 2022. Rapat ini ditujukan untuk riset pengetahuan CPNS mengenai pengelolaan media sosial dari Pusdiklat Kominfo baik itu rencana konten kedepan dan juga yang sudah diunggah melalui.

3.2.2 Produksi Konten Media Sosial

Pada tahapan produksi tersebut praktikan membuat *content planning* dari hasil riset yang sudah dilakukan, maka dari itu pada kegiatan produksi konten media sosial, praktikan memproduksi konten sesuai dengan perencanaan yang sudah dibuat dan disetujui oleh pembimbing kerja. Proses produksi konten ini meliputi 6 rubrik yang sesuai yaitu *For Your Information*, *The Facts*, *We Suggest You*, *Inspeople*, Hari Besar, POV dan Games. Namun pada saat proses produksi ada beberapa konten yang perlu diunggah secepatnya karena urgensi tinggi. Konten kepentingan yang bersifat urgensi akan diberikan oleh mentor yang

didapatkan dari pihak-pihak lainnya. Bahkan beberapa konten yang tidak sesuai perencanaan, tetapi mendapatkan rekomendasi dari mentor pun perlu diunggah. Seperti halnya pengumuman mengenai perubahan jadwal pelatihan pranata humas dan konten *game, point of view*.

Secara visualisasi 3 rubrik mempunyai keselarasan desain kecuali pemilihan ikon gambar tergantung pada konteks jenis informasinya dan 2 rubrik yaitu *Inspeople* dan *Hari Besar* secara visualisasi tidak mempunyai kesetaraan desain sehingga secara bebas praktikan memilih desain yang cocok dengan informasinya. Dalam proses produksi semua rubrik konten ini, praktikan juga memperhatikan secara visual dan penulisan. Walaupun sudah menyesuaikan dengan perencanaan namun dalam tahapan ini, beberapa rubrik mengalami perubahan secara visual ataupun tata letak baik sesuai permintaan dari pemimpin redaksi ataupun mentor. Rubrik *For Your Information, The Facts, We Suggest You* memiliki kesamaan desain atau template yang sesuai dengan perencanaan yaitu setiap kontennya berwarna biru, logo instansi, dan elemen. Sedangkan *Inspeople* dan *Hari Besar* tidak sesuai dengan desain yang sudah direncanakan, dua jenis rubrik ini menyesuaikan kecocokan dari ikon atau informasinya.

Beberapa kategori yang diproduksi oleh praktikan sesuai dengan perencanaan konten yaitu:

1. Konten For Your Information

Konten for your information ini merupakan konten yang membahas secara umum mengenai pendidikan, komunikasi dan informatika, atau informasi umum yang relevan dengan Pusdiklat Kominfo. Pada perencanaan konten *For Your Information*, praktikan membuat penjadwalan konten yang disesuaikan dengan perencanaan yang sudah dibuat oleh praktikan namun tetap dengan arahan mentor. Praktikan membuat format perencanaan sesuai dengan pengalaman praktikan dalam mengelola media sosial Instagram karena pihak dari belum memiliki format tetap sehingga praktikan yang membuat ide konten serta format. Konten *For Your Information* ini nantinya akan diunggah melalui *Feeds* atau *Instastory*. Praktikan mengawasi perencanaan konten pada rubrik ini dengan mencari informasi di internet yang sesuai baik itu tentang pelatihan, maupun kebutuhan yang dilakukan saat pelatihan.

Hasil yang akan dicari kemudian akan dimasukan pada perencanaan bulanan yang praktikan buat berdasarkan format yang sudah ditentukan. Dalam kategori *For Your Information* terdapat jenis konten-konten lain yang telah direncanakan oleh praktikan setiap bulannya. Tentunya dalam memproduksi setiap rubrik atau kategori ini menyesuaikan rencana yang akan diunggah pada setiap hari senin. Konten ini umumnya membahas mengenai pendidikan, komunikasi dan informatika. Praktikan membuat konten mulai dari visual dan caption konten. Konten yang disajikan di Instagram umumnya berbentuk foto dan video yang dibuat hanya untuk keperluan tertentu saja. Dalam proses produksi konten ini, praktikan membuat visualnya menggunakan bantuan dari software canva sesuai dengan format Instagram feeds yang sudah dibuatkan oleh praktikan. Rubrik *For Your Information* dikhususkan hanya untuk feeds Instagram saja dan dalam satu konten terdapat beberapa carousel didalamnya, dalam proses pembuatan kontennya praktikan mengacu pada informasinya sehingga bisa saja dalam 1 konten praktikan membuat 4 desain *carousel*.

Bentuk kalimat caption yang praktikan selalu sematkan diawal dan akhir kalimat dalam setiap konten yaitu penggunaan hashtag #Sobatkom sebagai bentuk sapaan kepada pengikut akun, dan akhir kalimat yaitu #Kitamakintahu. Penggunaan *hashtag* ditujukan agar membantu audiens untuk menemukan akun Pusdiklat Kominfo. Penulisan caption yang dilakukan dan konten yang telah diselesaikan oleh praktikan akan disimpan melalui spreadsheet. Sebelum memproduksi dan sesudah produksi konten tentunya semua dilakukan berdasarkan persetujuan dari Pembimbing kerja. Praktikan sudah memproduksi konten yakni diantaranya konten 5 kemampuan literasi digital yang perlu dimiliki berbentuk feeds, 6 aplikasi meeting yang biasa digunakan berbentuk feeds, *Soft skill* di era disrupsi bagi *Public Relations* berbentuk feeds.

Setelah masa produksi dan publikasi, rubrik *For Your Information* cukup menarik perhatian dengan jumlah likes paling banyak yaitu 39 dan 2 comments mengenai “ 5 kemampuan literasi digital yang perlu dimiliki”, dan paling rendah yaitu konten “*Soft skill* di era disrupsi bagi *Public Relations*” mencapai 10 likes dan 2 comments. Dari 6 rubrik dan berbagai

macam konten yang dipublikasikan, rubrik ini memiliki jumlah likes yang paling banyak. Menandakan bahwa rubrik ini cukup diminati bagi *audience* dan penting bagi mereka jika dilihat dari jumlah *likes*.

2. **Konten *The Facts***

Pada konten *The Facts*, praktikan membuat konten berdasarkan fakta-fakta mengenai pelatihan, pendidikan, pembinaan, dan komunikasi. Sesuai dengan namanya *facts* akan menyajikan konten berdasarkan fakta. Kategori ini dibuat agar dapat mencegah informasi-informasi yang tidak sesuai dengan fakta yang ada baik itu berkaitan dengan program pelatihan yang dibuat oleh Pudiklat Kominfo maupun bidang pelatihan secara umum atau memberitahukan kebenarannya melalui kategori ini. Dalam perencanaan konten yang sudah praktikan rancang, konten rubrik *The Facts* ini akan diunggah setiap hari Selasa. Informasi seputar fakta yang sudah dibuat rata-rata adalah mengenai pelatihan dan pembinaan sangat dominan, Secara visual konten ini pun mempunyai nuansa yang sama yaitu menggunakan template atau desain khusus yang sudah dibuatkan yang membedakan hanya informasi yang akan disampaikan dan gambar, foto atau ikon sesuai dengan konteks informasi.

Konten *The Facts* dikemas dalam bentuk *feeds* dan *instastory*, tetapi lebih banyak untuk *feeds* Instagram. Dalam konten rubrik ini, praktikan kerap kali mendapatkan masukan dari mentor untuk membuat konten lebih dari 1 carousel sehingga konten yang diproduksi juga bisa mencapai 3 atau 4 carousel tergantung pada kebutuhan informasi dan saran. Jenis font yang digunakan dalam produksi konten *The Facts* adalah *league spartan*, font ini sudah disediakan dalam software yang digunakan praktikan untuk mengedit. Caption yang praktikan selalu gunakan adalah penggunaan *hashtag* khusus #Sobatkomp #Kitamakintahu #Pusdiklat agar memudahkan para audiens untuk mengetahui informasinya. Jenis konten yang berfokus untuk *instastory* menggunakan desain yang berbeda dengan masterdesign dari *feeds*, dibuat secara khusus bagi jenis rubrik ini, segi warna yang digunakan masih sama yaitu biru.

Maka praktikan membuat konten yang sesuai perencanaan tersebut, konten tersebut diantaranya adalah “Fakta atau Mitos, pelatihan dan pembinaan adalah sama”, “4 Istilah dalam pelatihan berbasis kompetensi”, “5 Jenis Pelatihan SDM”, “Fakta perilaku generasi millennials di dunia kerja” Beberapa konten yang sudah tertera diatas berbentuk feeds dan instastory. Konten-konten yang akan diunggah tersebut diharapkan pengikut dapat menghindari informasi yang tidak valid dan menyebarkan kebenaran informasi ini sehingga akun Pusdiklat Kominfo dapat lebih diketahui oleh berbagai kalangan.

Setelah masa produksi dan publikasi, rubrik ini memiliki jumlah likes paling banyak yaitu 26 likes dengan konten yang berjudul “4 istilah dalam pelatihan berbasis millennials” dan konten yang paling rendah yaitu “Fakta perilaku generasi millennials di dunia kerja” dengan raihan 12 likes. Menandakan bahwa rubrik konten ini masih belum diminati oleh pengikut jika dibandingkan dengan konten pada rubrik lainnya.

3. Konten We Suggest You

Kategori dalam konten ini menyajikan informasi-informasi dari pihak internal baik itu tentang program-program Pusdiklat Kominfo atau yang kaitannya dengan informasi yang perlu disampaikan oleh pihak instansi sesuai dengan permintaan. Sebelum praktikan merencanakan kategori konten ini, praktikan diikutsertakan dalam rapat dan pelatihan salah satu pelatihan yaitu Pranata Hubungan Masyarakat dimana dalam rapat itu juga membahas mengenai pengelolaan media sosial dengan mentor yaitu Pak Aswin dan dengan tujuan praktikan dapat memahami keberlangsungan rapat dan pelatihan ini agar mudah dalam membuat konten.

Pentingnya membuat kategori konten *we suggest you* ini agar pengikut mendapatkan informasi khusus baik itu tentang kegiatan pelatihan, program kerja atau kebutuhan yang harus secara transparan publik mengetahui. Kebutuhan konten tersebut diantaranya Feeds, konten SOP pelatihan Pranata Humas, FAQ (*Frequently Asked Question*) yang diunggah dan disimpan untuk highlights Instagram berupa instastory, konten kategori pelatihan pusdiklat, perubahan jadwal pranata humas berupa feeds.

Pada proses produksi konten *we suggest you*, praktikan membuat konten ini untuk diunggah dalam bentuk *feeds* dan *instastory*. Konten ini berisikan tentang informasi, rekomendasi mengenai pelatihan, pendidikan, pembinaan, dan komunikasi bahkan program-program kerja dari yang perlu diberikan kepada publik. Konten ini akan diunggah sesuai dengan perencanaan yaitu setiap hari rabu. Sama halnya dengan konten-konten sebelumnya, praktikan pun membuat konten melalui Canva berlangganan agar mudah berkreasi untuk menghasilkan visual yang sesuai. Jika dilihat dari segi desain, font pada rubrik ini sebenarnya seperti dengan rubrik sebelumnya yang menggunakan template *master design* yaitu konsep elegan dan berwarna biru sesuai dengan warna logo pusdiklat, jenis fontnya yaitu *agrandir tight medium* untuk konten *feeds*. Tidak ada ketentuan khusus dalam membuat *instastory* secara visualisasi, namun elemen dan logo tetap diletakkan.



Gambar 3 1 Visual Rubrik We Suggest You

Sumber: (Instagram Diklatkominfo, 2022)

Selain itu praktikan juga membuat caption seperti yang dilakukan sebelumnya, namun menggunakan *hashtagnya* yaitu #PelatihanPranataHumas #Information dua hashtag ini yang selalu digunakan bagi konten *we suggest you*. Walaupun memiliki berbagai

macam program kerja, namun dominan sekali informasi mengenai salah satu program kerjanya yaitu pelatihan pranata humas ini menjadi paling sering diberikan informasinya melalui akun Instagram Pusdiklat Kominfo. Sesuai dengan perencanaan, praktikan memproduksi konten feeds Instagram yaitu "Perubahan Jadwal Pelatihan Fungsional", "Jenjang Fungsional Pranata Humas", "Tips Mengikuti Pelatihan Online", "Metode Pelatihan Online", "Kategori Pelatihan Pusdiklat", "Manfaat Mengikuti Pelatihan Diklat". Dan konten instastory seperti "Sejarah ", "Skill Humas Pemerintah digital". Ada berbagai konten yang praktikan produksi namun pada proses konfirmasi atau persetujuan konten kepada mentor beberapa ada yang diharuskan pending karena alasan tertentu sebelum diberikan kepada pemimpin redaksi.

Setelah masa produksi dan publikasi, rubrik ini memiliki paling banyak likes sebanyak 30 dan 1 comment pada konten "Wujud Pengembangan Kompetensi PNS", dan sedikitnya paling rendah yaitu 19 likes dan 2 comments pada konten "Perubahan Jadwal Pelatihan Fungsional". Dapat disimpulkan bahwa secara 6 rubrik, *we suggest you* masih dapat bersaing dengan for your information dan bisa menjadi pusat perhatian para audience dari jumlah likes tertingginya.

4. Konten Hari Besar

Sesuai dengan namanya kategori hari besar untuk memberikan informasi seputar perayaan hari besar yang pada umumnya dirayakan oleh setiap orang. Misalnya, konten agama dan kepercayaan yang sudah pasti memiliki sejumlah hari raya yang diperingati secara rutin setiap tahunnya, lalu ada konten hari nasional yang dimana setiap warga negara merayakan hari tersebut. Namun hari besar ini termasuk dalam konten yang tertentu direncanakan berdasarkan adanya perayaan di hari tersebut. Sehingga dalam perencanaan konten tidak selalu ada kategori hari besar ini.

Pada perencanaan konten bulanan, praktikan perlu mencari tahu dan memastikan dengan melihat jadwal kalender hari yang dimana biasa disebut dengan hari besar. Konten yang sudah direncanakan untuk feeds Instagram Pusdiklat Kominfo meliputi Hari Raya Idul Adha 1443, dan Hari Kemerdekaan. Konten hari besar bertujuan agar pengikut dapat

mengingat dan mengetahui adanya perayaan hari tersebut, serta konten tersebut untuk bukti bahwa saling menghargai.

Pada proses produksi konten hari besar, praktikan membuat konten sesuai dengan perencanaan yang dimana ingin memberikan informasi hari-hari penting yang sering dirayakan oleh seluruh masyarakat Indonesia atau biasa disebut hari besar. Sebelumnya konten mengenai hari-hari penting ini belum dilakukan oleh pihak Pusdiklat Kominfo yang mengelola media sosialnya, jadi praktikan memberikan ide untuk menjadi salah satu bagian dari rubrik yang sudah dibuatkan. Walaupun konten hari besar ini harus menyesuaikan tanggal yang memang biasa dirayakan oleh publik, tidak pasti diunggah setiap minggunya.



Gambar 3.2 Rubrik Hari Besar
(Instagram Diklatkominfo, 2022)

Praktikan membuat visualnya tidak menggunakan template yang sudah disediakan, karena ini merupakan hari besar jadi secara visualisasi keseluruhan harus menggambarkan dengan tema hari itu sehingga tidak bisa menggunakan template dengan jenis font berbeda pula yaitu *ArchTH Condensed* yang membuat visual gambar menjadi berkarakteristik. Secara khusus konten ini hanya untuk ditampilkan pada feeds Instagram, praktikan membuat caption dengan kalimat yang mewakili ucapan dari pihak instansi berbeda dari caption pada konten lainnya. Penggunaan

hashtag yang praktikan cantumkan pada konten hari besar ini yaitu #IdulAdha dan #HUTRI77, keduanya sesuai pada konteks konten yang praktikan produksi.

Praktikan sudah memproduksi konten hari besar ini seperti “Hari Raya Idul Adha”, “Tahun Baru Islam 1444 Hijriyah”, dan “17 Agustus 2022”, konten-konten tersebut sudah praktikan produksi melalui software Canva sesuai dengan tahapan perencanaan dan sudah disetujui oleh mentor untuk konten hari besar ini, namun pada bulan agustus hingga september sangat sedikit hari besar yang dirayakan.

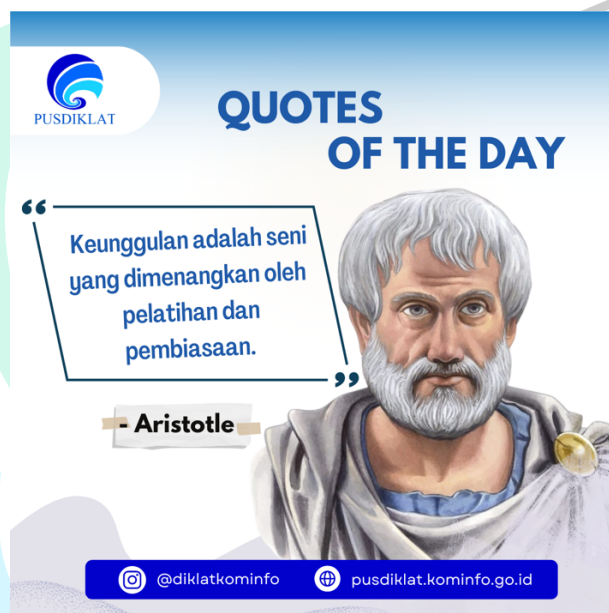
Setelah proses produksi dan publikasi, dalam rubrik ini yang menjadi konten paling diminati yaitu “Hari Raya Idul Adha 1443 H” dengan likes 13 dan 2 comments, serta yang paling rendah yaitu “17 Agustus 2022” mencapai 12 likes. Artinya konten ini tidak terlalu diminati oleh *audience* karena jumlah likesnya yang cukup sedikit daripada konten lainnya.

5. **Konten Inspeople**

Konten *Inspeople* atau *Inspiration People* merupakan konten yang mengangkat kalimat-kalimat yang sangat menginspirasi dan bijak dari tokoh atau sosok figure terkenal sebagai bentuk motivasi. Konten *Inspeople* ini memberikan motivasi dalam bentuk kalimat kepada pengikut mengenai pelatihan atau pembelajaran, agar para pengikut dapat meningkatkan kemauan dalam mengikuti pelatihan ataupun pembelajaran dengan adanya motivasi yang diberikan.

Proses produksi konten *inspeople* ini, praktikan diminta untuk membuat konten-konten kutipan dari para ahli berbagai bidang mengenai pelatihan agar dapat menginspirasi para pengikut Instagram Pusdiklat Kominfo. Pembimbing kerja membebaskan praktikan untuk membuat visualisasi secara kreatif dan menarik minat untuk dibaca, agar para pengikut terpacu dengan informasi yang diberikan sehingga praktikan memutuskan untuk tidak menggunakan template khusus konten-konten Pusdiklat Kominfo yang sudah direncanakan. Namun penggunaan logo dan elemennya tetap tercantum dalam desain, fokus unggahan konten ini hanya berbentuk feeds Instagram. Jenis font yang digunakan adalah Agrandir Tight Medium.

Konten Inspeople ini akan diunggah setiap hari Kamis menjelang hari libur, hal itu dilakukan sebagai rekomendasi dari pembimbing kerja yang menjelaskan agar para pengikut selalu mendapatkan motivasi pada hari terakhir dalam waktu seminggu masa kerja. Dalam membuat caption postingan secara penggunaan kalimat pada umumnya hampir sama dengan konten lainnya namun praktikan menyesuaikan informasi dan selalu membedakan penggunaan hashtagnya yaitu #Quotes dan #Sobatkom.



Gambar 3.3 Rubrik Quotes Inspeople

Sumber: (Instagram Diklatkominfo, 2022)

Praktikan sudah memproduksi konten *Inspiration People* dalam bentuk feeds Instagram yang diunggah setiap minggunya di hari menjelang libur aktivitas yaitu Kamis. Konten tersebut diberi judul “*Quotes Today* dari Aldous Hurley”. “*Quotes Of The Day* dari Aristotle”, “*Quotes Of The Day* dari Leonardo da Vinci”, dan kalimat dari Robert Kiyosaki.

Setelah proses produksi dan publikasi, dalam rubrik ini konten yang paling banyak mendapatkan perhatian dan minat yaitu “*Quotes Today* dari Aldous Hurley” yang memiliki 15 *likes* dan 4 *comments*, serta konten terendahnya 9 *likes* dari “*Quotes Of The Day* dari Leonardo da Vinci”.

Hasil dari pencapaian tersebut belum mencapai maksimal dan kurang diminati bagi *audience* jika dilihat dari jumlah likesnya.

6. **Konten Poin Of View dan Games**

Dalam kategori konten yang sudah direncanakan, terdapat beberapa konten yang tidak termasuk dalam *content planning* seperti kuis atau games, *Point Of View*. Konten tersebut diproduksi sesuai permintaan dari Mentor, dimana bentuknya adalah *feeds* dan *instastory*. Tujuan dengan mengunggah konten tersebut hanya untuk menghibur pengikut sesuai dengan realitas seperti konten *Point Of View* dan kuis atau games untuk melatih ingatan atau pengetahuan pengikut serta menilai keaktifan akun tersebut.

Praktik membuat konten tersebut dalam bentuk *feeds* dan *instastory*, seperti tebak kata pengetahuan, POV mengikuti pelatihan online yang dikemas untuk *feeds* Instagram dan Tahap pelatihan yang paling disukai yang diperuntukkan untuk *instastory*. Proses produksi konten *poin of view* dan *games* merupakan sebagian arahan dari pembimbing kerja agar tidak selalu menghadirkan informasi yang formal tetapi harus bisa related dengan apa yang dirasakan oleh kebanyakan orang sehingga menarik perhatian dari pengikut. Maka dari itu praktikan coba untuk membuat konten tersebut berdasarkan arahan.

Pada proses produksi konten *poin of view* praktikan selalu berkonsultasi dengan pembimbing kerja terkait kecocokan konten. Dua jenis konten ini baru praktikan lakukan beberapa kali dalam bentuk *feeds* dan *instastory* dan sudah direncanakan untuk diunggah setiap hari jumat, sebagai hiburan para pengikut setelah menjalani aktivitas. Visualisasi desain dari konten tidak mengikuti template tetap, namun praktikan membuat desain yang sesuai dengan kontennya sehingga bisa menarik secara gambar dan elemen.

Praktikan mengemas caption yang berbeda agar pengikut dapat berpartisipasi dalam konten games dengan penggunaan *hashtag* yaitu #PelatihanDiklat #Tebakkata dan bagi konten *poin of view* secara general sering digunakan dalam postingan lain yakni #Pelatihan dan #Sobatkom. Praktikan sudah memproduksi konten *poin of view* dan juga *games* yaitu seperti tebak kata pengetahuan, POV mengikuti pelatihan *online* yang

dikemas untuk feeds Instagram dan tahap pelatihan yang paling disukai berbentuk *polling games*, pelatihan yang pernah diikuti berbentuk games bingo yang diperuntukkan untuk instastory.



Gambar 3.4 Rubrik Games

Sumber: (Instagram Diklatkominfo, 2022)

Setelah proses produksi dan publikasi, dalam rubrik ini konten games “Tebak Kata” mendapatkan sebanyak 24 likes dan 20 comments dan konten POV memiliki jumlah likes yang sama. Rubrik hiburan ini berhasil membuat pengikut interaktif karena antusias dalam menjawab tebak kata tersebut, namun dalam konten *Poin Of View* setelah dipublikasi praktikan menyadari bahwa konten ini memiliki kesalahan dalam visualnya karena perbedaan warna nama media sosial yang tercantum dimana seharusnya putih namun konten itu berwarna hitam. Sehingga praktikan akan menjadikan konten ini sebuah pembelajaran lebih detail agar tidak kembali terulang.

3.2.3 Evaluasi Media Sosial

Laporan evaluasi media sosial Pusdiklat Kominfo dilakukan setiap bulannya dalam bentuk PPT yang telah dibuat oleh Praktikan yang akan

diserahkan kepada pembimbing kerja. Hal ini dilakukan agar dapat mengetahui kekurangan atau kecacatan dalam segi proses perencanaan, produksi hingga publikasi sehingga selanjutnya diperbaiki. Praktikan membuat laporan sesuai dengan konten-konten yang telah diunggah setiap bulannya. Misalnya, membuat perbandingan rubrik *for your information* menjadi konten yang paling diminati dan *the facts* konten yang paling sedikit diminati, pencapaian insight yang mencakup likes, comment, dan *engagement rate*. Jenis konten yang mengalami kesalahan secara visualisasi seperti typo kata, warna yang tidak sesuai. Seringkali masalah ini terjadi ketika sudah proses publikasi namun kontennya tidak boleh di *takedown*, permasalahan seperti itu juga menjadi bahan evaluasi. Serta unggahan konten tidak sesuai dengan rencana yang akibat dari beberapa faktor.

Praktikan membuat evaluasi berdasarkan kualifikasi dengan tingkat kesalahannya paling besar. Praktikan sudah memproduksi konten selama dua bulan periode Juli-September awal, secara keseluruhan visualisasi konten mencapai 73 konten dari berbagai jenis rubrik baik dalam bentuk feeds maupun instastory. Mulanya akun Pusdiklat hanya memiliki pengikut 708 karena hanya memposting konten sebanyak 18 dan tidak ada jadwal perencanaan konten. Praktikan meriset akun Pusdiklat Kominfo menggunakan *socialblade* untuk mengetahui pendapatan insight berupa likes, comment, dan *engagement rate*. Selama menjadi *social media specialist*, praktikan mengunggah konten sesuai dengan perencanaan secara berkala dan aktif agar dapat menaikkan insight dari akun ini. Hingga saat ini akun mampu diikuti oleh 1.003 akun dari berbagai kalangan dengan interaksi 18.13% likes, 1.81% comments dari 44 konten yang diunggah.

Jenis rubrik yang paling banyak disukai oleh para pengikut adalah *For Your Information* berjudul konten “5 kemampuan Literasi Digital yang perlu dimiliki” dengan raihan 39 *likes* dan 2 *comments*, serta yang paling interaktif adalah rubrik games tebak kata dengan perolehan 24 *likes* dan 20 *comments*. Kedua jenis konten tersebut yang berhasil diminati oleh para pengikut. Bahkan dikatakan dapat menaikkan *engagement rate* dan followers secara maksimal dalam kurun waktu dua bulan aktif dalam menyebarluaskan konten.

3.2.4 Content Writer

Praktikan berkontribusi dominan dalam salah satu program kerja Pusdiklat Kominfo yaitu fungsional pranata humas sebagai pekerjaan tambahan selama melakukan Kerja Profesi. Praktikan selalu diikuti sertakan ketika Pusdiklat Kominfo mengadakan pelatihan maupun rapat seperti produksi konten artikel.

Proses Produksi konten artikel ini merupakan pekerjaan tambahan yang praktikan dapatkan sesuai dengan arahan tugas yang diberikan oleh Pembimbing kerja. Praktikan diberikan beberapa tugas mengenai penulisan artikel berkaitan dengan pelaksanaan pelatihan pranata humas, sehingga untuk mendapatkan bahan informasinya praktikan memantau secara langsung ketika diadakannya pelatihan pranata humas yang diadakan oleh Pusdiklat Kominfo. Pembimbing Kerja praktikan sebagai penanggung jawab artikel sangat memperhatikan penggunaan kosa kata KBBI, serta memastikan setiap kalimat penulisan artikel dapat tersusun dengan baik dan jelas informasi yang ingin disampaikan sehingga pembaca dapat secara mudah memahami pesan didalamnya. Artikel yang praktikan produksi menggunakan bahasa Indonesia dan menyesuaikan gaya penulisannya seperti yang pernah pembimbing kerja lakukan dalam menulis artikel maka itu praktikan menjadikannya sebagai *referensi* atau acuan dalam menulis artikel.

Selama menjalani Kerja Profesi, praktikan sudah menulis artikel sebanyak dua kali sesuai dengan permintaan dari pembimbing kerja. Artikel tersebut berjudul “Pusdiklat Kominfo Gelar Seminar dan Pelatihan Fungsional Pranata Humas Angkatan VI Tahun 2022”, “Monitoring dan Evaluasi Terhadap Prosedur Pelatihan Pranata Humas”. Artikel yang sudah praktikan tulis kemudian akan diberikan kepada pembimbing kerja untuk dilakukan proses editorial, setelahnya dapat di publikasi melalui website. Namun, praktikan tidak dapat mencamtukan namanya sebagai penulis artikel karena dalam aturannya hanya diperbolehkan seorang pekerja tetap yang sudah ditentukan.

3.2.5 Dokumentasi

Proses produksi dokumentasi dapat praktikan lakukan saat diselenggarakannya pelatihan fungsional pranata humas, dokumentasi ini merupakan arahan dari pembimbing kerja diperuntukkan sebagai lampiran yang akan disimpan. Dokumentasi ini bisa digunakan untuk kebutuhan seperti menulis artikel, bahan konten Instagram baik dalam bentuk feeds atau story. Umumnya

dalam memproduksi dokumentasi tidak ada ketentuan khusus yang perlu praktikan ikuti, hanya saja menyesuaikan pengetahuan dan pengalaman dalam mengambil foto ataupun video sebagai dokumentasi.

Proses produksi dokumentasi yang sudah praktikan lakukan sejauh ini adalah pengambilan dokumentasi foto untuk kontribusi penulisan artikel, dan instastory kegiatan pelatihan pranata humas yang akan dimasukkan kedalam highlight. Tentunya, video yang berdurasi 15 detik dalam bentuk instastory ini memerlukan proses editing agar menarik dilihat. Setiap kegiatan program kerja Pusdiklat Kominfo, praktikan sudah membuat template khusus instastory sehingga apapun videonya dapat selaras dari segi visualisasi. Seluruh dokumentasi yang sudah praktikan produksi akan disimpan melalui file agar aman.

3.3. Kendala Yang Dihadapi

Dalam melaksanakan Kerja Profesi sebagai *social media specialist* yang mengelola media sosial Instagram Pusdiklat Kominfo praktikan mendapatkan beberapa hambatan atau kendala yang kemudian menghalangi dan mengganggu pekerjaan. Kendala yang dialami praktikan berasal dari berbagai faktor baik faktor internal maupun faktor eksternal. Berikut adalah kendala-kendala yang praktikan alami selama Kerja Profesi.

1. Mengelola Media Sosial

Berikut kendala yang praktikan alami dalam bidang kerja mengelola media sosial:

- a. Dalam memproduksi konten media sosial Pusdiklat Kominfo, praktikan perlu menyusun rubrik dari awal sehingga itu sedikit menyulitkan karena tidak ada format khusus ataupun penjelasan yang mendetail mengenai fokus audiens dari Pusdiklat Kominfo. Bahkan konsep sepenuhnya diserahkan kepada praktikan.
- b. Pada awal praktikan membuat konsep untuk mengelola media sosial Pusdiklat Kominfo sehingga harus ke tahapan selanjutnya yaitu rapat penjelasan konsep namun praktikan mengalami kendala dimana komunikasi antara praktikan dan pembimbing kerja tidak begitu lancar sehingga menghambat kejelasan dari konten-konten yang akan diunggah.
- c. Praktikan sudah membuat perencanaan konten yang sudah disetujui dengan pembimbing kerja sehingga dapat ke tahap produksi, namun

setelah menyelesaikan proses produksi praktikan harus report kepada pembimbing kerja dan konten dinaikkan ke pemimpin redaksi. Pada tahapan akhir sebelum unggahan ini pemimpin redaksi meminta untuk tidak menggunakan elemen pendukung visualisasi sosok seseorang tetapi diganti menjadi kartun. Sehingga sulit bagi praktikan untuk mencari elemen yang sesuai dengan konteks agar terlihat menarik bagi pengikut dan beberapa konten yang sudah diproduksi menggunakan elemen awal.

- d. Unggahan konten yang tidak sesuai dengan perencanaan, praktikan menyusun perencanaan konten yang sesuai dengan jadwal unggahan namun karena ada beberapa tahapan yang perlu dilalui sebelum mengunggah konten beberapa kali konten-konten yang harus diunggah tidak diunggah karena alasan tertentu sehingga sulit bagi praktikan karena diluar kendali beberapa kali praktikan harus mengubah jadwal yang tidak sesuai tersebut.
- e. Konten-konten yang praktikan sudah produksi dan sesuai dengan rubrik terkadang direvisi oleh pembimbing kerja yang menyulitkan adalah rekomendasi konten tersebut diluar rubrik yang sudah ditentukan sehingga praktikan harus memproduksi ulang, mencari informasinya, dan mengubah *content planning*.
- f. Praktikan mempunyai rubrik konten berjudul *we suggest you* yang mengharuskan praktikan menanyakan kebutuhan khusus dari Pusdiklat untuk dijadikan konten agar masyarakat tahu apa yang sedang diadakan oleh Pusdiklat Kominfo. Misalnya jadwal pelatihan disetiap minggunya, informasi itu didapatkan dari pihak internal namun sulit untuk praktikan ketahui karena butuh konfirmasi kepada setiap pihak-pihak tertentu.

3.4. Cara Mengatasi Kendala

Dalam menghadapi kendala yang dialami, praktikan sebagai *social media specialist* yang berperan dalam mengelola media sosial Instagram Pusdiklat mencoba mengatasi kendala tersebut, sebagai berikut cara mengatasi kendala.

1. Mengelola Media Sosial

- a. Praktikan mencoba untuk meriset akun Pusdiklat Kominfo dan sejenis, lalu melihat target audiens dari akun ini. Setelah mencari akun yang menjadi acuan kemudian praktikan membuat konsep untuk mengelola

Instagram dari Pusdiklat Kominfo sesuai dengan pengalaman praktikan dalam mengelola social media karena pihak dari Pusdiklat tidak mempunyai format khusus.

- b. Praktikan mencoba terus-menerus menghubungi pembimbing kerja bahkan hampir setiap hari untuk mengkonfirmasi kejelasan dari konsep yang praktikan rencanakan agar konten-konten tersebut bisa langsung praktikan produksi karena pekerjaan praktikan bukan hanya membuat *content planning* tetapi diharuskan *create content* tersebut sehingga butuh proses yang lebih lama untuk memproduksi konten. Setelah hampir dua minggu komunikasinya terhambat akhirnya praktikan dan pembimbing kerja bisa membicarakan hal tersebut.
- c. Praktikan memberikan penjelasan kepada pembimbing kerja karena apa yang praktikan gunakan untuk menjadi elemen pendukung visualisasi sudah pasti mendapatkan izin, penggunaan proses produksi praktikan menggunakan software canva dimana semua elemen tersebut tentunya sudah berlisensi dan aman digunakan. Namun praktikan perlu mengikuti prosedur dan saran dari pemimpin redaksi demi menghindari kejadian yang tidak diinginkan.
- d. Jika terkendala mengenai konten yang tidak diunggah maka praktikan berusaha untuk berkomunikasi dengan pembimbing kerja dengan mengingatkan masalah unggahan konten ini karena konten akan diunggah jika mendapatkan izin dari pemimpin redaksi, sehingga ada alasan tertentu yang menundah konten ini dan praktikan mempertanyakan sekaligus memberikan konten optional jika terjadi masalah dalam konten tersebut.
- e. Dalam mengatasi permasalahan ini praktikan membuat konten sesuai dengan rekomendasi dari pembimbing kerja walaupun tidak sesuai dengan perencanaan konten dan perlu mengubah jadwal unggahan *content planning*.
- f. Praktikan mengubah *content planning* dan memaksimalkan rubrik-rubrik selain *we suggest you* untuk lebih sering diunggah, untuk beberapa waktu ditangguhkan karena ketidakjelasan informasi dalam rubrik tersebut dan praktikan menambahkan konten seperti games agar dapat berinteraksi dengan pengikut.