

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penyelenggaraan Workshop

Pada tahap ini, penulis menjelaskan yang ditemukan selama pelaksanaan Workshop Pengelolaan Media Sosial, mulai dari tahap pra-kegiatan sampai dengan berlangsung pelaksanaan acara dan pasca. Ditujukan untuk mengilustrasikan secara fakta permasalahan lapangan dan menjadikan bahan evaluasi untuk kegiatan yang berkelanjutan.

Tahap persiapan Workshop Pengelolaan Media Sosial diwarnai dinamika, terutama dalam proses perizinan dari pihak yayasan sekolah. Meskipun penulis telah melampirkan surat resmi dari institusi perguruan tinggi, proses mendapatkan legalitas penyelenggaraan terhambat oleh padatnya agenda kegiatan dalam kalender kerja sekolah. Untuk memastikan keterlibatan metode teori *event* dan *event management* diimplementasikan untuk mampu membaca menyesuaikan keadaan, penulis berkomunikasi intensif dengan ketua yayasan dan kepala sekolah agar workshop ini dapat diintegrasikan sebagai bagian dari jam kerja dan program pendidikan profesi guru.

Memasuki tahap pelaksanaan, penulis merangkum teori *digital public relations* guna pentingnya untuk pegawai membangun hubungan dengan stakeholder pada digital dan teori media sosial guna penting memahami karakteristik platform untuk lembaga. Selanjutnya, tantangan terkait penganggaran kegiatan. Mengingat kebutuhan alat dan bahan acara cukup besar, bendahara sekolah melakukan penghitungan anggaran secara rinci untuk memastikan bahwa penggunaan dana kas sekolah sesuai dan transparan. Dalam praktiknya, penulis terlebih dahulu menanggung pembiayaan kebutuhan teknis kegiatan dan mengikuti sistem reimburse yang berlaku. Namun, tunjangan jam kerja untuk peserta tidak dapat dipenuhi secara langsung karena nominalnya cukup besar dan memerlukan persetujuan anggaran tersendiri.

Setelah workshop berlangsung, penulis menekankan pasca-kegiatan untuk pegawai menjaga kesadaran merek sesuai acuan teori *brand awareness*

karena tingkatan nama organisasi harus dijaga dengan baik pada digital ataupun secara masyarakat luas. Selanjutnya, evaluasi berbagai temuan selama proses kegiatan. Salah satu pelajaran penting adalah urgensi komunikasi birokratis yang efektif, terutama dalam hal surat-menyurat dan koordinasi dengan stakeholder utama. Penulis juga mencermati pentingnya kesiapan dana pendukung kegiatan agar pelaksanaan proyek acara berjalan lancar dan tidak membebani individu secara finansial. Evaluasi ini menjadi acuan untuk penyelenggaraan kegiatan serupa di masa mendatang dengan tata kelola yang lebih terstruktur.

Secara keseluruhan, pelaksanaan Workshop Pengelolaan Media Sosial memberikan pembelajaran penting tentang teknis organisasi acara, negosiasi lembaga, serta pengelolaan anggaran dan logistik. Meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan, penulis berhasil menyelesaikan kegiatan dengan pendekatan kolaboratif dan adaptif, membuka ruang perbaikan untuk keberlanjutan proyek berbasis penguatan kapasitas SDM pendidikan.

4.2. Pembahasan Hasil Tahap Pra-Kegiatan

Tahap pra-kegiatan, Teori *event* dan *event management* dijadikan acuan untuk diterapkan dalam penyelenggaraan kegiatan workshop pengelolaan media sosial untuk meningkatkan keterampilan sumber daya manusia SD IT Al-Ikhlas Cianjur, dengan diimplementasikan pemetaan kebutuhan yang terdiri riset, desain konsep, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi guna penyelenggaraan kegiatan sesuai karakteristik lembaga.

Workshop Pengelolaan Media Sosial diawali dengan rancangan perencanaan yang meliputi pelaksanaan proyek serta pemangku kepentingan terlibat organisasi yayasan Al-Ikhlas Martalogawa dan SD IT Al-Ikhlas Cianjur, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital kepada pegawai, guru dan tenaga kependidikan, terutama lingkungan lembaga pendidikan dasar, dengan harapan pegawai dapat mengembangkan keterampilan digital yang efektif dan efisien walaupun tidak memiliki latar pendidikan bidang khusus. Dalam persiapan proyek ini, penulis dengan tim

SD IT Al-Ikhlas melakukan berbagai proses yang meliputi koordinasi dengan yayasan untuk mendukung penyelenggaraan acara yang sesuai telah digagas.

selanjutnya, media seperti *backdrop* dan alat rekaman disiapkan untuk mendokumentasi proyek ini. sarana tersebut penting untuk meningkatkan kinerja bahwa keterampilan digital adalah kompetensi terbuka untuk siapapun serta mampu mencerdaskan literasi digital setiap tahunnya.

tahap pra-kegiatan ini, penulis melakukan identifikasi lokasi untuk memastikan bahwa tempat kegiatan tersebut memenuhi kebutuhan acara dan syarat ketentuan, dan penulis berdialog dengan pihak penyedia konsumsi makanan ringan untuk menyediakan pada kegiatan berlangsung dan lainnya terhadap logistik dibantu oleh yayasan.

secara keseluruhan penjelasan, pra-kegiatan ini disusun dengan detail agar pelaksanaan workshop media sosial dapat diselenggarakan yang mampu memberikan dampak positif bagi pegawai serta membangkitkan motivasi belajar digital.

4.2.1. Pembukaan

pembukaan Workshop Pengelolaan Media Sosial di SD IT Al-Ikhlas Cianjur merepresentasikan fase inisial dalam kerangka *capacity building* institusional. Prosesi ini berfungsi sebagai ritual simbolis yang menandai dimulainya transfer pengetahuan terstruktur sekaligus membangun komitmen kolektif antar pemangku kepentingan.



Gambar 4. 1 Seremoni Pembukaan Workshop SD IT Al-Ikhlas Cianjur

Workshop pengelolaan media sosial secara resmi diinaugurasi pada 13 Mei 2025 oleh Ibu Yeyet Mulyati, S.Pd., M.M.Pd., selaku Kepala Sekolah SD Islam Terpadu Al-Ikhlas Kabupaten Cianjur. Prosesi pembukaan ditandai dengan ritual dokumentasi simbolis bersama tutor workshop, diikuti penyampaian landasan motivasi oleh pimpinan lembaga. Secara substantif, ditegaskan bahwa peningkatan kompetensi media sosial merupakan investasi strategis untuk membangun kepercayaan publik terhadap institusi pendidikan. Lebih jauh, kegiatan ini diharapkan tidak hanya berdampak positif pada penguatan citra sekolah, melainkan juga berpotensi menjadi contoh bagi satuan pendidikan lain di bawah naungan Yayasan Al-Ikhlas Martalogawa.

Tabel 4. 1 Urutan Perencanaan Telah Diterima

NO	PERENCANAAN	KETERANGAN	HASIL
1	Nama Kegiatan	Workshop Pengelolaan Media Sosial	Diterima
2	Tagline	Klik Cerdas, Postingan Berkualitas	Diterima
3	Tema	Pencerdasan Kompetensi Sekolah dalam Tata Cara Media Sosial	Diterima
4	Bentuk Kegiatan	Workshop	Diterima
5	Syarat dan Ketentuan	Peserta hanya sumber daya manusia internal.	Diterima
6	Tempat dan waktu pelaksanaan	14 Mei 2025. 08.00 – 09.00 WIB Ruang Rapat 3A SD IT AL-Ikhlas	Diterima
7	Pengisi acara	Tutor : Muh Nur Fajar Shobirin	Diterima
8	Backdrop	Ukuran 1,5 X 1 Satu buah backdrop	Diterima
9	Susunan acara	Sesi Pemaparan dan Praktik	Diterima

Tahap Pembukaan Workshop Pengelolaan Media Sosial ini, ditandai dengan perencanaan yang telah digagas oleh penulis, disahkan secara legalitas dengan pemangku kepentingan SD IT AL-Ikhlas Cianjur dan selaku perwakilan Yayasan AL-Ikhlas Martalogawa yaitu Kepala Sekolah Yeyet Mulyati, S.Pd., M.M.Pd.

4.2.2. Pengarahan

Penulis melaksanakan koordinasi teknis satu hari sebelum penyelenggaraan workshop. Tahapan ini mencakup dua aspek krusial, dialog perizinan dengan seluruh pemangku kepentingan terkait, dan verifikasi kesiapan sarana-prasarana meliputi tata ruang, perangkat komputasi, perangkat gawai, serta stabilitas infrastruktur jaringan internet. Selanjutnya, dilakukan konfirmasi sistematis kepada unit logistik sekolah untuk melakukan inventarisasi barang pendukung guna mengimplementasikan

strategi mitigasi risiko potensial selama pelaksanaan acara. Prosedur komprehensif ini menjamin aspek legalitas, kesiapan operasional, dan antisipasi gangguan teknis.

Tabel 4. 2 Rincian pengarahannya pengadaan Alat dan Barang Pendukung Kegiatan

NO	ALAT DAN BAHAN	KUANTITAS	KETERANGAN	ANGGARAN
1	Latar Workshop	2	Membeli	Rp. 250.000
2	Tripod	2	Meminjam (Penulis)	Gratis
3	Clip On	2	Meminjam (Penulis)	Gratis
4	Stabilizer (Gimbal)	1	Menyewa	Rp.200.000
5	Iphone	1	Meminjam (Penulis)	Gratis
6	Laptop/Komputer	3	Inventaris	Gratis
7	Kuota Internet sekolah	10	Inventaris	Rp.300.000
8	HVS	10	Membeli	Rp.10.000
9	Aplikasi Edit Berbagi	1	Meminjam (Penulis)	Gratis
Total Barang dan Anggaran		31		Rp. 760.000

Rincian pengarahannya pengadaan alat dan barang pendukung kegiatan memegang peranan fundamental dalam menjamin efisiensi operasional dan keberhasilan implementasi kegiatan. Dokumen ini diberikan kepada SD IT Al-Ikhlas setelah fase pengecekan ketersediaan barang di inventaris, esensial ini karena menyediakan spesifikasi detail dan parameter yang jelas mengenai jenis, kuantitas, kualitas, serta standar teknis dari setiap item yang dibutuhkan.

4.3. Pembahasan Hasil Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan kegiatan, dilakukan pembelajaran materi workshop dengan pendalaman Teori *Digital Public Relations* tentang cara membangun hubungan dengan *stakeholder*, teknik merespon *feedback*, dan membuat program pada digital, serta memahami dasar teori *media sosial* guna mampu

memilih platform pilihan sesuai nilai – nilai sekolah untuk membangun kepercayaan yang baik.

Memasuki pengaplikasian rencana yang diselenggarakan di ruang rapat 3A SD IT Al-Ikhlas Cianjur, kabupaten Cianjur, Workshop ini dilaksanakan pada hari 14 Mei 2025, dan dihadiri oleh 15 peserta yang terdiri dari pegawai, guru dan tenaga kependidikan yang telah diinstruksikan oleh Ketua yayasan dan kepala sekolah, proyek acara ini adalah bentuk pemberdayaan pegawai melalui pelatihan keterampilan digital.

Dalam pelaksanaan acara, pegawai yang ikut serta mendapatkan pemahaman dasar mulai tata cara media sosial, perencanaan dan manajemen, proyek acara ini juga memberikan kompetensi digital dan membuka peluang untuk lembaga pendidikan dasar untuk keberlanjutan program media sosial di tengah meningkatnya tren organisasi mempublikasikan konten sebagai bentuk meningkatkan kesadaran merek.

4.3.1. Memulai Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan workshop pengelolaan media sosial di SD IT Al-Ikhlas Cianjur menandai fase implementasi dari serangkaian perencanaan yang telah matang. Workshop ini dirancang sebagai inisiatif pengembangan kapasitas profesional bagi para peserta, dengan fokus pada penguasaan keterampilan strategis dalam memanfaatkan media sosial secara efektif dan bertanggung jawab.



Gambar 4. 2 Dokumentasi Bersama Peserta dari Bagian Tata Usaha dan Karyawan Yayasan

Sebagai ilustrasi, Workshop media sosial di SD IT Al-Ikhlas Cianjur dimulai secara resmi pada 14 Mei 2025 oleh Kepala Sekolah, Yeyet Mulyati, S.Pd., M.M.Pd. Peresmian ini membuka jalan bagi rangkaian pelatihan yang dirancang untuk menjembatani pemahaman teori dengan praktik langsung di lapangan, sehingga peserta tidak hanya mengenal konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara nyata.

kegiatan ini menargetkan tenaga tata usaha dan karyawan yayasan sebagai peserta utama, dengan tetap memberikan kesempatan kepada guru yang berminat untuk ikut serta. Fokus utama pelatihan adalah membangun kreativitas peserta melalui pendekatan partisipasi, di mana setiap individu diajak untuk aktif mengikuti demonstrasi, melakukan praktik mandiri, serta berdiskusi mengenai tantangan produksi konten digital.



Gambar 4. 3 Dokumentasi Sesi Pemaparan Materi

Sebagai gambaran, Proses ini pemaparan materi teoretis, demonstrasi praktis, serta sesi diskusi interaktif, yang seluruhnya bertujuan untuk membekali peserta dengan kompetensi yang dibutuhkan dalam mengelola citra digital dan mengoptimalkan komunikasi melalui platform media sosial. Implementasi kegiatan ini tidak hanya diharapkan dapat meningkatkan kemampuan digital, tetapi juga mendorong pemanfaatan media sosial sebagai medium edukatif dan informatif di lingkungan sekolah.



Gambar 4. 4 Dokumentasi Pemaparan Materi Praktik

Penulis bertugas memfasilitasi proses pembelajaran dengan menjelaskan konsep dasar pengelolaan media sosial, teknik produksi konten, dan penggunaan perangkat lunak pendukung.



Gambar 4. 5 Foto sesi praktik materi pengambilan gambar dan foto

Setelah landasan teori tentang media sosial terbangun, kegiatan berlanjut ke sesi kedua yang berfokus pada praktik teknis. Selama sesi praktik, penulis memberikan bimbingan langsung untuk memastikan setiap langkah pembuatan konten dapat dipahami dan diimplementasikan oleh peserta dengan benar.



Gambar 4. 6 Praktik Tata Cara Pemasangan Clip On Pada Busana

Pada tahap ini, peserta dikenalkan pada berbagai alat perekaman praktis seperti mikrofon clip-on, pop filter, dan aplikasi pengolah suara. Penulis membimbing setiap peserta untuk memasang dan mengoperasikan perangkat tersebut, sehingga kualitas audio klip yang dihasilkan mampu menjernihkan suara pembicara dan meningkatkan profesionalitas konten.

Rangkaian materi disampaikan secara berurutan sesuai susunan acara yang telah dirancang, sehingga setiap peserta dapat mengikuti alur pembelajaran dengan mudah dan mengaitkan teori dengan praktik secara langsung. Keterkaitan antar sesi dari pengenalan konsep hingga keterampilan teknis membantu mereka memahami keseluruhan proses produksi konten digital secara holistik.

Secara keseluruhan, workshop berjalan lancar dengan durasi 90 menit. Evaluasi awal menunjukkan bahwa peserta mampu menguasai alur kerja konten digital, mulai dari perencanaan hingga publikasi.

4.3.2. Arsip Dokumentasi Kegiatan

Dokumentasi proyek kegiatan Workshop Pengelolaan Media Sosial ini akan diwujudkan dalam bentuk arsip rekaman pembelajaran dengan spesifikasi teknis rasio aspek 16:9 dan resolusi visual 1080p. Rekaman ini tidak hanya berfungsi sebagai bukti autentik pelaksanaan pelatihan media sosial, melainkan juga sebagai sumber daya edukatif yang berkelanjutan.



Gambar 4. 7 Tangkapan Layar Arsip Rekaman

Ketersediaan arsip video ini memiliki urgensi substansial karena memungkinkan pembelajaran mandiri (otodidak) bagi staf internal maupun publik yang lebih luas. Selain itu, rekaman ini juga akan memfasilitasi aksesibilitas informasi narasumber, sehingga memungkinkan komunikasi lebih lanjut untuk klarifikasi atau pendalaman materi. Dengan demikian, dokumentasi ini berkontribusi pada transfer pengetahuan yang efektif dan ekstensi dampak kegiatan melampaui durasi workshop.

4.4. Pembahasan Hasil Tahapan Pasca-Kegiatan

Tahap pasca-kegiatan, penulis menekankan tentang Teori *Brand Awareness* kepada pegawai dan lembaga untuk mampu menganalisis dan mempelajari tingkatan kesadaran nama SD IT Al-Ikhlas Cianjur secara berkelanjutan dengan standar telah ditetapkan menurut Humas Indonesia (2024) Model hierarki piramida dalam kesadaran merek dengan tingkatan *top of mind*, *brand recall*, *brand reconigniton*, dan *unaware of brand*.

Sebagai keseluruhan antusiasme guru, tata usaha, dan karyawan yayasan terbukti tinggi dalam mengikuti workshop ini, di mana mereka tidak

hanya menyerap materi sesuai tugas pokok, juga menjadikan kesempatan ini sebagai ajang pengembangan kompetensi baru. Dengan durasi latihan 90 menit yang terstruktur, kegiatan berjalan lancar dan memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapabilitas sekolah dalam mengelola media sosial secara profesional.

Dalam pasca-kegiatan *workshop* di SD IT Al-Ikhlas Cianjur sebagai upaya keberlanjutan perkembangan keterampilan digital dari Tata usaha, Guru, dan Karyawan yayasan yang terlibat pada kegiatan ini. Tahap Pasca-acara, penulis berperan sebagai ketua pelaksana melakukan penyusunan modul bahan ajar yang merupakan output dari proyek acara untuk disusun dan didaftar sebagai hak kekayaan intelektual. modul ini merupakan bentuk arsip sekaligus media pembelajaran secara terstruktur guna memberikan standar operasional prosedur yang komprehensif penyelenggaraan *workshop* dan rancangan materi pegawai, khusus untuk lembaga pendidikan dasar yang memiliki keinginan untuk peningkatan keterampilan digital pada media sosial.

Kegiatan ini di latar belakang oleh pemahaman pegawai yang masih rendah, serta urgensi untuk mengembangkan keterampilan digital yang inklusif, bidang media sosial di era digital dipilih sebagai kemampuan wajib untuk pegawai di sektor lembaga pendidikan dasar, hal ini menjadi tuntutan di tahun 2025 untuk mampu mengoperasionalkan sebagai peluang lebih dekat dengan masyarakat.

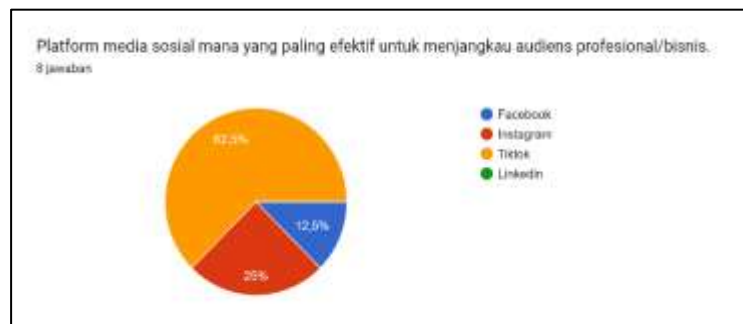
sebagai ketua pelaksana, penulis tanggung jawab pada keseluruhan isi modul dari awal pengantar sampai dengan dokumentasi teknis. Modul ini secara khusus memuat proses praktis dalam mengoperasionalkan media sosial, seluruh materi yang diajarkan oleh narasumber yang terdiri dari pemilihan media sosial yang potensial, jenis konten media sosial, serta strategi dan taktik dalam menyusun kampanye, dirangkum secara runtut mudah dipahami oleh pegawai.

Penulis juga bertanggung jawab sebagai desainer modul. Meliputi penataan tata letak visual, warna dan gambar yang memberikan contoh baik agar mudah dipelajari.

4.5. Pembahasan Hasil Pre-Test dan Post-Test Kegiatan

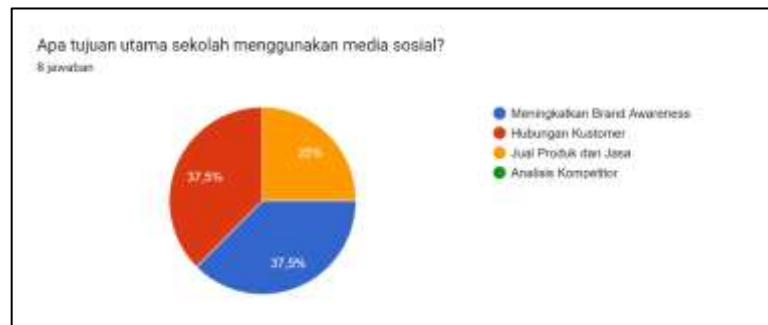
Bagian ini menyajikan analisis komparatif terhadap hasil pre-test dan post-test yang telah diberikan kepada peserta workshop pengelolaan media sosial di SD IT Al-Ikhlas Cianjur. Tujuan utama dari pembahasan ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas program workshop dalam meningkatkan pemahaman dan kompetensi peserta terkait pengelolaan media sosial. Data dari pre-test akan berfungsi sebagai basis pengukuran awal tingkat pengetahuan peserta sebelum intervensi, sementara hasil post-test akan merefleksikan perubahan atau peningkatan pemahaman setelah mengikuti seluruh sesi workshop. Melalui perbandingan statistik antara kedua set data ini, kita dapat mengidentifikasi signifikansi peningkatan pembelajaran serta mengukur dampak edukatif dari kegiatan workshop yang telah dilaksanakan. Analisis ini diharapkan dapat memberikan masukan berharga untuk pengembangan program pelatihan serupa di masa mendatang.

A. Pre-test



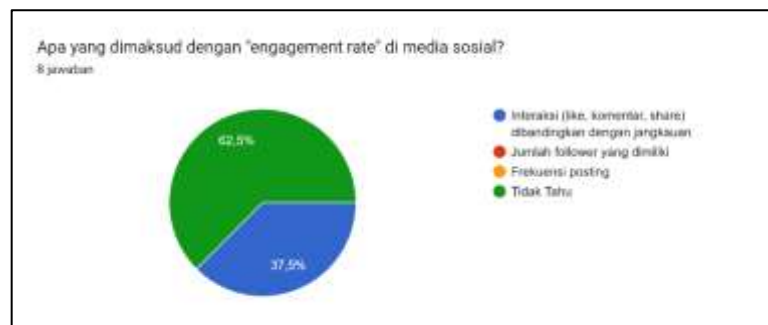
Gambar 4. 8 Diagram Pertanyaan Pre-Test No.1

Sebagai penjelasan, delapan peserta dari internal SD IT Al-Ikhlas dan Yayasan Al-Ikhlas Martalogawa yang mengikuti *workshop*, satu pengisi memilih *facebook*, serta dua pengisi memilih *Instagram* dan pengisi menjawab lima pengisi menjawab bahwasanya *TikTok* menjadi penanda *platform efektif* untuk profesional.



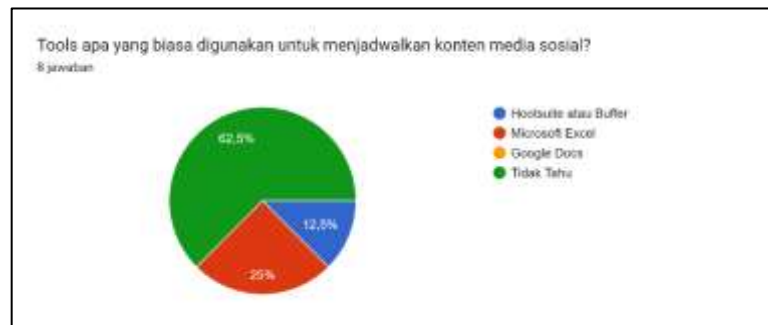
Gambar 4. 9 Diagram Pertanyaan Pre-Test No.2

Sebagai penjelasan, tiga pengisi memilih tujuan media sosial sebagai meningkatkan *brand awareness*, serta tiga selanjutnya memilih hubungan kustomer dan dua pengisi sebagai tujuan jual produk dan jasa. Menandakan bahwa pengikut workshop menganggap media sosial sebagai alat kesadaran merek dan hubungan kustomer.



Gambar 4. 10 Diagram Pertanyaan Pre-Test No.3

Sebagai penjelasan, lima pengisi menjawab tidak tahu apa yang dimaksud *engagement rate* dan tiga pengisi menjawab artian interaksi, menandakan bahwasanya peserta tidak mengetahui apa itu *engagement rate*.



Gambar 4. 11 Diagram Pertanyaan Pre-test No.4

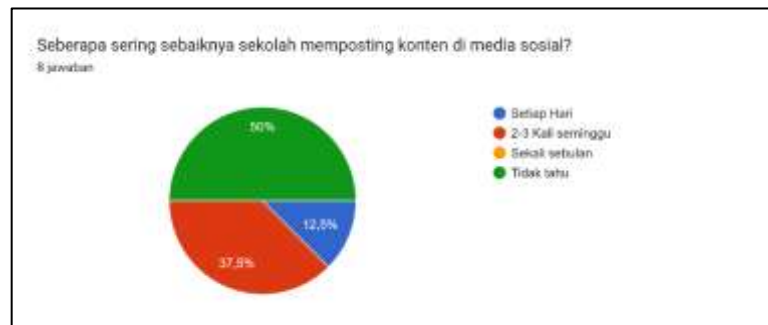
Sebagai penjelasan, lima pengisi memilih tidak tahu alat pembantu jadwal konten, serta dua pengisi mengisi *hootsuite atau buffer* sebagai alat jadwal, dan satu pengisi menggunakan *Excel* sebagai menjadwalkan konten. Menandakan sebagai peserta tidak tahu alat program jadwal konten.

Apa yang termasuk dalam "konten yang menarik" di media sosial sekolah?
8 jawaban

- Komunikasi 2 arah
- Konten Prestasi
- dibagikan yang banyak
- to the point
- berside
- Bermanfaat untuk masyarakat
- Berwarna
- Cuplikan aktivitas keseharian siswa

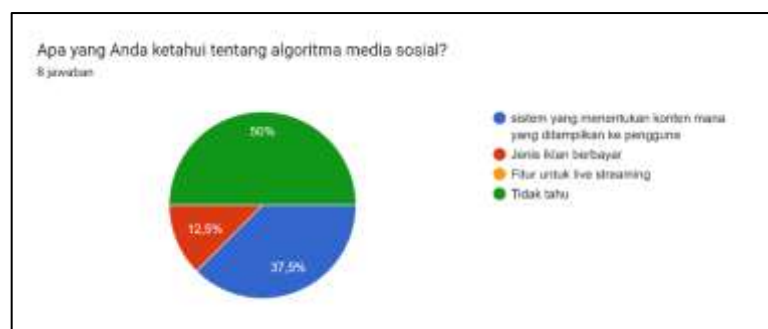
Gambar 4. 12 Rincian Jawaban Pre-Test No 5

Sebagai penjelasan, delapan peserta mengisi jawaban singkat tentang Konten menarik di media sosial sekolah harus interaktif, inspiratif, visual mencolok, dan relevan. Gabungkan prestasi, aktivitas keseharian siswa, informasi bermanfaat, serta desain singkat dan menarik untuk meningkatkan engagement. Fokus pada keterlibatan audiens dan konten yang mudah dibagikan.



Gambar 4. 13 Diagram Pertanyaan Pre-test No.6

Sebagai penjelasan, empat peserta memilih tidak tahu seberapa sering memposting konten, serta tiga peserta memilih rutinitas 2-3 kali seminggu dan satu orang memilih setiap hari. Menandakan peserta tidak mengetahui jadwal karakteristik kapan akan memposting.



Gambar 4. 14 Diagram Pertanyaan Pre-test No.7

Sebagai penjelasan, tentang algoritma media sosial, empat pengisi memilih tidak tahu maksud algoritma, serta tiga pengisi memilih sebagai sistem, dan satu pengisi memilih sebagai jenis iklan berbayar, menandakan bahwa lebih banyak peserta tidak mengetahui apa itu algoritma.

Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta dari SD IT Al-Ikhlas dan Yayasan Al-Ikhlas Martalogawa masih memiliki pemahaman terbatas terkait pemanfaatan media sosial secara profesional. Meskipun mayoritas menganggap TikTok sebagai platform yang efektif serta melihat media sosial sebagai alat untuk meningkatkan brand awareness dan hubungan dengan pelanggan,

masih banyak yang belum memahami konsep penting seperti *engagement rate*, algoritma media sosial, dan alat penjadwalan konten.

Selain itu, sebagian besar peserta juga belum mengetahui frekuensi optimal dalam memposting konten. Namun demikian, peserta mampu mengidentifikasi karakteristik konten menarik yang interaktif dan relevan, menunjukkan potensi untuk dikembangkan lebih lanjut melalui pelatihan.

B. Post Test



The image shows a screenshot of a post-test question and its answers. The question is: "Sebutkan 3 jenis konten yang efektif untuk meningkatkan engagement di media sosial". Below the question, it says "8 jawaban:". There are eight answers listed in a scrollable box:

- Konten audio, konten visual, konten foto
- informatif, jelas, narasumber kredibel
- Infografis, klip, live streaming
- memiliki hook, bendata, call to action
- Lucu, informasi, dan humor
- Konten video, Konten infografis, Konten animasi
- Konten audio, konten video, konten animasi
- Informatif, kreatif, dan interaktif

Gambar 4. 15 Rincian Jawaban Post-Test No 1

Sebagai penjelesan, dari delapan pengisi menyimpulkan bahwa meningkatkan *engagement* di media sosial, fokus tiga jenis konten utama. Pertama, konten visual menarik seperti video pendek, infografis, dan animasi yang mudah dicerna dan memikat perhatian. Kedua, konten interaktif seperti live streaming, polling, atau konten dengan CTA jelas yang mendorong partisipasi aktif audiens. Ketiga, konten informatif dan menghibur berisi tips praktis, data relevan, atau humor yang memberikan nilai tambah sekaligus menyenangkan.

Bagaimana cara mengukur keberhasilan kampanye media sosial?

8 jawaban:

- rata rata engagement rate
- seberapa banyak disukai
- Jumlah like dan komentar dan view
- menghitung jumlah like, komentar, dan share
- Jumlah penonton
- menghitung penonton, like dan share
- kalkulasi pengunjung ke akun
- Follower meningkat

Gambar 4. 16 Rincian Jawaban Post-Test No 2

Sebagai Penjelasan, inti dapat diambil delapan pengisi adalah keberhasilan kampanye media sosial dapat diukur melalui beberapa metrik kunci: Engagement Rate, Jangkauan, Pertumbuhan Followers, dan Trafik ke Akun/Aplikasi. Kombinasi metrik kuantitatif dan kualitatif ini memberikan gambaran utuh tentang performa konten.

Apa perbedaan antara "organic reach" dan "paid reach"?

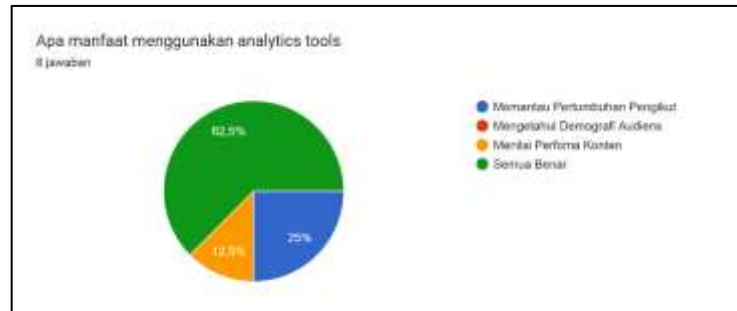
8 jawaban:

- organic reach adalah pendekatan konten berbasis non bayar dan sebaliknya paid reach berbasis bayar
- organik reach adalah konten yang murni, dan paid adalah konten premium dapat menjangkau publik
- Organic reach menggunakan strategi publikasi dan paid reach menggunakan bantuan premium
- organic reach adalah sistem publikasi konten berbasis strategi dan paid reach yaitu sistem narrowcasting terhadap audiens
- Organic reach konten tanpa berbayar dan paid reach konten berbayar
- Organic Reach adalah strategi terbit tanpa menggunakan biaya dan sebaliknya paid reach menggunakan biaya
- organic reach adalah sistem terbit gratis dan paid reach sistem terbit berbayar
- Organic Reach adalah konten dibuat organik tidak mengandalkan apapun dan paid reach konten premium

Gambar 4. 17 Rincian Jawaban Post-Test No 3

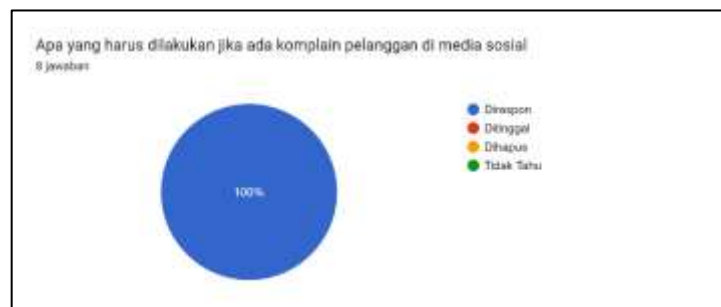
Sebagai penjelasan, intinya dari delapan pengisi memberikan jawaban *organic reach* sebagai jangkauan alami yang didapat secara gratis melalui strategi konten dan algoritma media sosial, tanpa iklan berbayar. Sementara *paid reach* sebagai jangkauan berbayar yang

diperluas melalui promosi atau iklan untuk menargetkan audiens tertentu.



Gambar 4. 18 Diagram Pertanyaan Post-Test No 4

Sebagai penjelasan, lima pengisi memilih semua benar sebagai jawaban manfaat *analytics tools*, dan dua pengisi memilih sebagai memantau pertumbuhan pengikut, serta satu pengisi sebagai menilai perfoma konten. Menandakan peserta sudah mampu memanfaatkan *tools*.



Gambar 4. 19 Diagram Pertanyaan Post-Test No 5

Intinya, delapan peserta 100% mengetahui tata cara dasar menghadapi pelanggan komplain dalam media sosial adalah meresponsnya secara tanggung jawab.

Sebutkan 1 strategi untuk meningkatkan brand awareness di media sosial

8 jawaban

- konten persuasif
- harus berdata dan fakta
- interaktif dengan pengikut
- Kerjasama media partnership
- Rajin posting
- rutin upload
- menerapkan virtual experience
- Kolaborasi

Gambar 4. 20 Rincian Jawaban Post-Test No 6

Sebagai penjelasan, delapan pengisi jawaban tentang satu strategi untuk meningkat *brand awareness* dapat disimpulkan bahwa intinya untuk media sosial, diperlukan strategi yang menyeluruh dan konsisten. Strategi tersebut mencakup pembuatan konten persuasif yang didukung oleh data dan fakta, menjaga interaksi aktif dengan pengikut, serta melakukan posting secara rutin. Selain itu, brand juga perlu menjalin kolaborasi dan media partnership untuk memperluas jangkauan, serta menghadirkan pengalaman virtual yang menarik guna menciptakan keterlibatan yang lebih mendalam dengan audiens.

setelah workshop ini, langkah apa yang akan Anda terapkan dalam mengelola media sosial

8 jawaban

- menggunakan paid reach
- membuat konten bermanfaat bagi masyarakat
- Membuat penyimpanan konten
- menggunakan hootsuite
- Rutin memposting
- sering membagikan lintas platform
- otomatis posting
- menjaln kerjasama dengan selebgram

Gambar 4. 21 Rincian Jawaban Post-Test No 7

Intinya dari jawaban delapan peserta adalah setelah workshop ini, langkah-langkah yang akan diterapkan dalam mengelola media sosial mencakup penggunaan tools seperti Hootsuite dan fitur otomatisasi untuk menjadwalkan posting secara rutin. Selain itu, fokus akan diberikan pada pembuatan konten yang bermanfaat bagi masyarakat, menyimpan konten secara terorganisir, serta memperluas jangkauan melalui paid reach, kolaborasi dengan selebgram, dan membagikan konten lintas platform.

Hasil post-test menunjukkan bahwa seluruh peserta memiliki pemahaman yang baik dalam strategi pengelolaan media sosial. Mereka menyadari pentingnya tiga jenis konten utama visual menarik, interaktif, dan informatif, menghibur untuk meningkatkan engagement. Peserta juga memahami bahwa keberhasilan kampanye dapat diukur melalui metrik seperti engagement rate, jangkauan, pertumbuhan followers, dan trafik. Mampu membedakan antara *organic* dan *paid* reach serta menunjukkan kemampuan dalam memanfaatkan tools analitik untuk memantau performa konten.

Selain itu, seluruh peserta memahami pentingnya merespons komplain pelanggan secara bertanggung jawab. Setelah workshop, peserta berkomitmen menerapkan langkah konkret seperti otomatisasi posting, kolaborasi dengan selebgram, serta pembuatan konten bernilai guna memperkuat strategi media sosial secara menyeluruh

4.6. Hambatan

Dalam proses *Workshop*, penulis menghadapi hambatan saat pelaksanaan acara pada tahap pra-kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan pasca-kegiatan dengan penjelasan sebagai berikut:

Pada tahap pra-kegiatan, implementasi riset, desain, perencanaan menghadapi kendala koordinasi antara unit Tata Usaha sekolah dan karyawan Yayasan Al-Ikhlas Martalogawa. Pola komunikasi tidak terstruktur mengakibatkan tumpang tindih tugas pengelolaan media sosial SD IT Al-Ikhlas Kabupaten Cianjur, sehingga solusinya dilakukan

redistribusi peran berbasis kompetensi: humas, konten, editan, dokumentasi visual.

Selanjutnya di fase pelaksanaan, muncul tiga gangguan teknis: internet tidak memadai saat sesi pemaparan, *overheating* perangkat utama, dan kendala akses konten premium akibat belum terdaftarnya institusi. Mitigasi dilakukan melalui pembelian paket internet cadangan, substitusi perangkat penulis, dan pemanfaatan akun pribadi tutor.

Terakhir di tahap pasca-kegiatan, teridentifikasi disfungsi komunikasi vertikal antara Yayasan dan Sekolah dimana aliran informasi satu arah Ketua Yayasan kepada Kepala Sekolah memarginalkan partisipasi staf teknis, sehingga aspirasi pengadaan alat konten terhambat. Solusinya diimplementasikan melalui desain protokol komunikasi lintas hierarki yang memfasilitasi konsultasi langsung tanpa perantara eksklusif.

4.7. Program Keberlanjutan Referensi Pedagogis

Program keberlanjutan ini merupakan inisiatif strategis yang dirancang untuk memperluas dampak edukatif dari workshop pengelolaan media sosial yang telah dilaksanakan. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan diseminasi pengetahuan yang berkelanjutan dan pemanfaatan materi ajar secara lebih luas di sektor pendidikan dasar. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, program ini akan berfokus pada transformasi materi workshop menjadi modul bahan ajar yang terstruktur dan komprehensif. Modul ini, yang akan disusun berdasarkan kurikulum kebutuhan, dirancang untuk menjadi referensi pedagogis yang dapat diintegrasikan ke dalam program pelatihan atau pengembangan profesional di lingkungan lembaga pendidikan dasar.



Gambar 4. 22 Dokumentasi Penyerahan Modul Bahan Ajar Media Sosial Kepada Dinas Pendidikan Dasar

Program keberlanjutan adalah membuat modul bahan ajar tentang Manajemen Media Sosial Untuk Lembaga Pendidikan Dasar dan di daftarkan sebagai hak kekayaan intelektual serta dibagikan kepada dinas pendidikan dasar dan menengah.

Selanjutnya, isi dalam modul bahan ajar tersebut mulai dari konsep dasar media sosial, pilihan platform, perencanaan strategi media sosial, tata cara foto dan video dalam media sosial, pengembangan sumber daya manusia, menjaga hubungan dengan masyarakat digital, cara membangun kerja sama, dan kode etik. materi-materi menjadikan bahan acuan yang kredibel bagi lembaga pendidikan dasar.

Tahap akhir, modul bertajuk "Manajemen Media Sosial Untuk Lembaga Pendidikan Dasar." diterima oleh dinas pendidikan dasar koordinator wilayah kabupaten Cianjur. Modul tersebut dijadikan pendukung bahan ajar pendidikan profesi guru sekolah dasar pada tahun 2025 dan dilakukan penyerahan pada 1 Juni 2025 di ruang kantor dinas pendidikan dasar dan menengah.