

## **PELATIHAN *TRAINING OF TRAINER (TOT) DIGITAL PUBLIC RELATION* DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS HUBUNGAN MASYARAKAT DI LEMBAGA**

<sup>1</sup>M Arief Rahman, <sup>2</sup>Alem Pameli, <sup>3</sup>Yulia Hapsari, <sup>4</sup>Leni Novianti, <sup>5</sup>Eka Yuda Gunawibawa

<sup>1234</sup>Jurusan Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Sriwijaya

<sup>5</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung

Email Korespondensi : m.arief.rahman@polsri.ac.id

### **ABSTRAK**

*Training of Trainers (TOT) untuk Digital Public Relations (DPR)* bertujuan meningkatkan mutu komunikasi publik di lingkungan institusi. Dalam era digital yang mengubah paradigma komunikasi dan interaksi, keberadaan *Public Relations Digital* menjadi sangat krusial. *Training of Trainers Digital Public Relations* memberikan wawasan dan keterampilan kepada praktisi PR agar dapat beradaptasi di ranah digital. Program ini juga menitikberatkan pada penguatan keterampilan instruksional. Pelaksanaan *Training of Trainers Digital Public Relations* ini dilaksanakan dan ditujukan kepada ASN yang mengelola hubungan masyarakat pada lembaganya. Dampak dari pelatihan ini mencakup pemberian kemampuan kepada peserta untuk mengelola hubungan masyarakat di era digital. Melalui pelatihan ini, diharapkan peserta mampu meningkatkan kualitas kehumasan di institusi dan memanfaatkan *Digital Public Relations* secara efektif untuk berkomunikasi. *Training of Trainers Digital Public Relations* menjadi katalis dalam mengoptimalkan sumber daya manusia yang lebih kompeten di tengah perkembangan terus-menerus dalam ranah digital sehingga dapat lebih baik lagi setelah mengikuti *Training of Trainers Digital Public Relations* yang sudah selesai dilaksanakan.

**Kata kunci:** TOT, DPR, Humas, Digitalisasi, Lembaga

### **1. PENDAHULUAN**

Kehidupan di era *digital* yang penuh dengan teknologi dan informasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia (Darmawan et al., 2022). Salah satu perubahan yang paling mencolok adalah bagaimana cara kita berkomunikasi dan berinteraksi dengan dunia di sekitar kita (Rohayati, 2017). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan realitas baru yang dikenal sebagai era digital (Wahyuli et al., 2022). Dalam era ini, hampir setiap aspek kehidupan masyarakat, termasuk bisnis, pemerintahan, dan lembaga non-profit, telah beralih ke platform digital untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan membangun hubungan dengan masyarakat.

Salah satu konsep yang muncul dan semakin mendapatkan perhatian adalah *Digital Public Relations (PR)*. Digital PR adalah bentuk evolusi dari praktik PR konvensional yang menggabungkan elemen-elemen tradisional PR dengan teknologi digital dan media sosial (Nurjanah & Nurnisya, 2016). Ini mencakup penggunaan internet, situs web, media sosial, dan berbagai alat digital lainnya untuk membangun dan memelihara hubungan yang kuat antara organisasi atau lembaga dengan masyarakatnya.

Lembaga-lembaga, baik itu organisasi bisnis, pemerintahan, atau lembaga non-profit, semakin menyadari pentingnya menjalin hubungan yang kuat dengan masyarakat dalam dunia digital. Hubungan yang baik dengan masyarakat dapat memberikan banyak manfaat, termasuk meningkatkan citra, membangun kepercayaan, meningkatkan loyalitas (Annisya, 2023), dan mendukung tujuan-tujuan organisasi. Oleh karena itu, kualitas hubungan masyarakat dalam era digital menjadi faktor kunci keberhasilan.

Namun, penggunaan strategi Digital PR yang efektif memerlukan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana teknologi digital dan media sosial dapat dimanfaatkan secara optimal.

Diperlukan pengetahuan tentang alat-alat digital, analisis data, pemahaman tentang perilaku *online*, dan kemampuan untuk merancang dan melaksanakan kampanye PR yang efektif di dunia digital.

Melihat kompleksitas dan dinamika hubungan masyarakat dalam era digital, lembaga-lembaga dan organisasi perlu berinvestasi dalam pelatihan yang tepat untuk para praktisi PR dan staf mereka. Oleh karena itu, pelatihan *Training of Trainer (TOT)* dalam *Digital PR* menjadi semakin penting. TOT DPR memberikan kesempatan bagi para praktisi PR dan komunikasi untuk memahami konsep, strategi, dan alat-alat yang diperlukan untuk berhasil beroperasi dalam lingkungan digital yang terus berkembang.

Selain menyediakan wawasan mendalam tentang Digital PR, TOT ini juga difokuskan pada pengembangan keterampilan instruksional dan keahlian dalam mentoring. Peserta TOT Digital PR akan diberikan pengetahuan dan keterampilan untuk menjadi pelatih yang handal dalam mendukung rekan-rekan mereka untuk menguasai praktik-praktik terbaik *Digital PR*. Lebih dari itu, program ini memiliki tujuan untuk menciptakan sejumlah pelatih berkualitas yang mampu membantu lembaga dan organisasi dalam meningkatkan kualitas hubungan masyarakat mereka di era digital. Seiring dengan itu, *TOT Digital PR* juga mengintegrasikan aspek teknologi *digital*, khususnya fokus pada penggunaan platform media sosial seperti Instagram. Para peserta akan diajarkan cara optimal menggunakan Instagram sebagai alat efektif dalam kampanye *Digital PR*, menggali potensi penuh dari platform tersebut untuk membangun citra dan keterlibatan yang positif. Dengan demikian, peserta tidak hanya akan memperoleh pemahaman mendalam tentang Digital PR secara umum, tetapi juga akan dilatih untuk mengaplikasikan pengetahuan tersebut secara praktis melalui perangkat digital terkini.

Dalam konteks hubungan masyarakat yang dituju kepada lembaga pemerintahan khususnya, maka penting untuk mengungkapkan kontribusi dari pelatihan TOT *Digital Public Relations* dalam meningkatkan pemahaman dan praktik hubungan masyarakat di lembaga. Dalam artikel ini, kami akan merinci proses pelatihan TOT, metode yang digunakan, dampaknya terhadap dosen dan praktisi hubungan masyarakat dimana pelatihan TOT yang diadakan terkhusus untuk ASN pada program *Government Transformation Academy*. Pelatihan ini dapat memperkaya pengetahuan dan khasanah keilmuan dalam bidang Digital Public Relations. Tujuan akhirnya adalah meningkatkan kualitas hubungan masyarakat di lembaga dan mengoptimalkan manfaat yang dapat diperoleh dari strategi DPR dalam era digital yang penuh tantangan.

## 2. METODE

Dalam pelatihan "*Training of Trainer (TOT) Digital Public Relations*" yang bertujuan meningkatkan kualitas hubungan masyarakat di lembaga, digunakan beberapa metode pembelajaran yang efektif. Pertama, metode ceramah digunakan untuk menguraikan kerangka materi secara jelas, mudah dipahami, dan aplikatif. Pendekatan ceramah ini berfokus pada penyajian materi dengan menghindari pembahasan teoretis yang berbelarut-larut, lebih menekankan pada contoh-contoh dan praktik. Selama ceramah, peserta diberikan kesempatan untuk berinteraksi melalui sesi tanya jawab dan diskusi.

Selain itu, pelatihan juga melibatkan tutorial kelompok atau individu. Peserta pelatihan dapat bertanya langsung kepada narasumber terkait program pelatihan dan pendampingan yang diselenggarakan. Pendekatan yang digunakan dalam metode ini adalah "*learning by doing*" dengan pendampingan langsung oleh *master trainer*.

Peserta pelatihan ini adalah para ASN yang berkriteria sebagai Widyaiswara, Peneliti, Dosen, Pranata Humas & JFT lainnya dengan keahlian bidang yang relevan, yang berlatar belakang ASN/TNI/POLRI/Karyawan BUMN. Mereka adalah calon pendamping yang akan menjadi *trainer* dalam program *Digital Public Relation*. Syarat menjadi peserta termasuk memiliki latar belakang pendidikan S1 dari berbagai jurusan diperlukan sebagai syarat minimum. Namun, lebih diutamakan jika kandidat memiliki latar belakang pendidikan dalam bidang Komunikasi. Penting juga bahwa calon pengajar atau pakar memiliki pengalaman selama minimal 2 tahun dalam mengajar, melakukan penelitian, atau mengelola tugas di unit atau satuan kerjanya dalam bidang pelayanan informasi dan

kehumasan, terutama bagi calon pengajar yang berasal dari ASN, TNI, POLRI, atau karyawan BUMN. Selain itu, bagi calon pengajar yang merupakan pakar, praktisi, akademisi, instruktur, relawan TIK, pegiat media digital/sosial, atau mitra lainnya, dibutuhkan pengalaman minimal 2 tahun dalam mengajar, menjadi narasumber, atau menjadi fasilitator di bidang *Digital Public Relations* atau pengelolaan media sosial.

Kegiatan pelatihan ini berlangsung selama empat hari, yaitu pada bulan Oktober 2023. Pelaksanaan TOT dilaksanakan secara tatap muka. Kelas Tatap Muka/*Offline* 39 Jam Pelajaran, 39 Jam Pelajaran (@JP = 45 menit). Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kualitas hubungan masyarakat di berbagai lembaga dan mengoptimalkan manfaat *Digital Public Relations* dalam konteks era digital yang terus berkembang berdasarkan silabus adalah Setelah mengikuti pelatihan ini, Peserta diharapkan memiliki keterampilan mengelola media Digital dalam pelaksanaan tugas dan fungsi *public relations*. Kegiatan ini diselenggarakan selama 4 Hari yaitu pada tanggal 23 sd 26 Oktober 2023. Seluruh kegiatan pelatihan dilaksanakan dengan tatap muka dengan total 40 JP dengan detail sebagai berikut.

**Tabel 1. Run Down Kegiatan**

Waktu	Materi	JP	Pengajar
<b>Senin, 23 Oktober 2023</b>			
08.00 - 08.45	Pembukaan dan Pengarahan Program		Kapusdiklat
08.45 - 09.30	BLC (Building Learning Commitment)	1	LAN
09.30 - 09.45	Coffee Break		
09.45 - 12.00	Metode dan Media Pembelajaran	3	
12.00 - 13.00	Ishoma		
13.00 - 15.15	Rencana Pembelajaran Mata Pelatihan	3	
15:15 - 15:30	Coffee Break		
15:30 - 17:45	Menerapkan Pengelolaan Caption dan Reaction di Media Digital	3	
<b>Selasa, 24 Oktober 2023</b>			
08.00 - 10.15	Menerapkan Pengelolaan Konten di Media Digital Berbasis Tools	2	<i>Master Trainer:</i> Eka Yuda Gunawibawa
10.15 - 10.30	Coffee Break		
10.30 - 12.00	Menerapkan Pengelolaan Konten di Media Digital Berbasis Tools	2	
12.00 - 13.00	Ishoma		
13.00 - 14.30	Menerapkan Pengelolaan Konten di Media Digital Berbasis Tools	2	
14.30 - 14.45	Coffee Break		
14.45 - 16.15	Menerapkan Pengelolaan Konten di Media Digital Berbasis Tools	2	

Sumber: Diolah, 2023

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan *Training of Trainer (TOT)* dalam konteks *Digital Public Relations (DPR)* telah sukses dilaksanakan selama tiga hari, yaitu pada tanggal 23 sampai dengan 25 Oktober 2023. Seluruh peserta pelatihan mengikuti program ini dengan semangat dan antusias yang tinggi.

Mereka telah berhasil memahami seluruh materi dan pelatihan yang disajikan oleh narasumber dengan baik. Dalam pelatihan ini, peserta dibagi menjadi lima kelompok yang bertujuan untuk menjalani praktik sebagai seorang narasumber. Hal ini memungkinkan peserta untuk menerapkan langsung keahlian dalam bidang masing-masing. Setiap peserta diberikan kesempatan untuk mempresentasikan hasil skenario, tugas, dan *workshop* yang telah diberikan, serta berkesempatan untuk mendiskusikan pandangan masing-masing tentang kehumasan mereka miliki. Selama diskusi, mereka juga mencoba untuk melakukan *sharing* berbagai pengalaman kehumasan dari lembaga antar satu sama lain terhadap kelebihan dan kekurangan kehumasan antar lembaga. Sebagai hasilnya, setiap peserta menjadi lebih mampu dalam mengidentifikasi secara mudah kelemahan dan kekuatan dalam penggunaan prinsip-prinsip *Digital Public Relation (DPR)* dalam upaya meningkatkan kualitas hubungan masyarakat di lembaga, baik dalam hal kesesuaian dengan tujuan pelatihan, relevansi dengan isu-isu yang sedang dibahas, maupun dalam hal evaluasi kualitas dan kuantitas penggunaan prinsip-prinsip Digital PR tersebut.

Kegiatan pelatihan ini juga didokumentasikan dengan baik, dan hasil penilaian kegiatan dari peserta yang mengikuti pelatihan memberikan gambaran positif tentang tingkat pemahaman dan penerapan materi yang diajarkan selama program pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan *TOT Digital Public Relations* memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kualitas hubungan masyarakat di lembaga serta kualitas publikasi ilmiah dalam era digital yang terus berkembang.



**Gambar 8. Microteaching Peserta Pelatihan TOT**





**Gambar 9. Peserta Pelatihan TOT bersama Tenaga Pengajar**



**Gambar 10. Peserta Pelatihan TOT bersama Master Trainer**



**Gambar 11. Peserta Pelatihan TOT bersama Evaluator**

**Tabel 6 Daftar Nama Peserta Kegiatan**

No.	Nama Peserta	Asal Instansi
1	Alem Pameli	Politeknik Negeri Sriwijaya
2	Ari Cahyo Nugroho	Badan Riset dan Inovasi Nasional
3	Bety Prastiwi	Badan Standardisasi Nasional
4	Dede Mahmudah	Kementerian Komunikasi dan Informatika
5	Dini Agustina, S. Ikom., M. I. Kom	BPMP Provinsi DKI Jakarta
6	Firmansyah	Badan Standardisasi Nasional
7	Fitria Nugrahani	Politeknik Negeri Jakarta
8	Fransisca Melinda Rosaria	Kementerian Komunikasi dan Informatika
9	Freddy Yakob	Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta
10	Isnaini Rahmawati	Kementerian Komunikasi dan Informatika
11	Leni Novianti	Politeknik Negeri Sriwijaya
12	M Arief Rahman	Politeknik Negeri Sriwijaya
13	Ratna	Kementerian Komunikasi dan Informatika
14	Sari Mubaroh	Politeknik Manufaktur Negeri Bangka Belitung
15	Sifa Sultanika	Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta
16	Syifa Kirana	Kementerian Komunikasi dan Informatika
17	Yulia Hapsari	Politeknik Negeri Sriwijaya

Sumber: Diolah, 2023

#### 4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari pelatihan *Training of Trainer* (TOT) dalam *Digital Public Relations* (DPR) adalah bahwa program ini telah berhasil memberikan peserta pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik dalam mengelola hubungan masyarakat di lembaga dengan memanfaatkan teknologi digital. Peserta telah mengembangkan kemampuan untuk menjadi narasumber dan dapat melakukan pengajar sebagaimana telah melewati tahapan *microteaching* yang di lihat oleh *evaluator*, dimana semua peserta sesuai dengan target silabus yakni dapat memiliki keterampilan mengelola media digital dalam pelaksanaan tugas dan fungsi public relations. Pelatihan ini mendorong peningkatan kualitas hubungan masyarakat di lembaga serta kemampuan dalam menggunakan *DPR* untuk mencapai tujuan komunikasi yang lebih efektif. Kesuksesan pelatihan *TOT DPR* juga tercermin dalam kemampuan peserta dalam memanfaatkan platform media sosial, khususnya Instagram, sebagai alat efektif dalam strategi *Digital PR*. Para peserta telah memperoleh pemahaman mendalam tentang bagaimana mengoptimalkan Instagram untuk membangun citra positif, meningkatkan keterlibatan, dan memperluas jangkauan pesan PR. Dengan penerapan keterampilan ini, lembaga tidak hanya mampu meningkatkan kualitas hubungan masyarakatnya, tetapi juga berhasil memanfaatkan kekuatan media digital, seperti Instagram, untuk mencapai tujuan komunikasi dengan lebih efektif di era yang terus berkembang ini.

#### REFERENSI

Aini Annisya. (2023). Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat (Humas) Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Bima Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Donor Darah. *Jurnal Komunikasi Dan Kebudayaan*, 9(1). <https://doi.org/10.59050/jkk.v9i1.90>

- Darmawan, I. P. A., Hidana, R., Hasibuan, A. K. H., Ma'arif, M., Irwanto, I., Kristanto, T., Kuswiyanti, T. S., Suharmanto, S., Pulungan, N. A., Surahmat, A., & Sallu, S. (2022). Pengajaran Berbasis Teknologi Digital (Perkembangan dan Praktik). In *Widina Bhakti Persada*.
- Nurjanah, A., & Nurnisya, F. Y. (2016). Pemanfaatan Digital Public Relations (Pr) Dalam Sosialisasi Tagline “jogja istimewa” Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. *ARISTO*, 4(1). <https://doi.org/10.24269/aristo.iv/1.2016.9>
- Rohayati, R. (2017). Budaya Komunikasi Masyarakat Maya (CYBER): SUATU Proses Interaksi Simbolik. *Sosial Budaya*, 14(2). <https://doi.org/10.24014/sb.v14i2.4432>
- Wahyuli, Y. H., Sari, D. N. F., & Haryani, D. (2022). Pelatihan Training Of Trainer (TOT) Penulisan Artikel Ilmiah Bereputasi Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Artikel Ilmiah Dosen. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3). <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i3.8447>