



PELATIHAN DIGITAL SOSIAL MEDIA PADA DESA PULAU PANGGUNG KABUPATEN LAHAT DENGAN MODEL EMPAT LEVEL

¹⁾Yogi Isro Mukti, ²⁾Dedi Setiadi, ³⁾Lily Endah Diansari

^{1,2)}Program Studi Teknik Informatika, Ilmu Komputer

³⁾Program Studi Teknik Sipil, Teknik Sipil

Institut Teknologi Pagar Alam

Jl. Masik Siagim No. 75 Simpang Mbacang Kel. Karang Dalo Kec. Dempo Tengah Kota Pagar Alam

*Email: yogie.isro.mukti@gmail.com, dedisetiadi1212@gmail.com, diansarilily@gmail.com

Abstrak

Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan berkaitan dengan digitalisasi media sosial sebagai sarana publik untuk berkomunikasi. Permasalahan yang terjadi yaitu belum diptimalkan media sosial sebagai sarana penunjang produktifitas. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu metode empat level KirkPatric yang terdiri dari rekasi, pembelajaran, perilaku dan hasil, yang digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan dalam pelatihan. Hasil yang didapatkand dari kegiatan ini menunjukkan bahwa Tingkat Reaksi (3,6), Belajar (3,8), Perilaku (4,24) dan Tingkat Hasil (3,2), semua mereka hampir dapat diterima dan perlu perhatian serius terhadap efektivitas Pelatihan di desa Pulau Panggung. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang disajikan, telah terpengaruh, tetapi efek ini tidak terlalu dramatis dalam empat tingkat Model Kirkpatrick.

Kata Kunci : *Digitalisasi_Sosial_Media, Pulau_Panggung, Metode_Empat_Level.*

1. PENDAHULUAN.

Media Sosial telah berevolusi [1] memberikan dampak langsung terhadap individu seseorang. Ben Lutkevic [2] mengartikan Media sosial adalah istilah kolektif untuk situs web dan aplikasi yang berfokus pada komunikasi, masukan berbasis komunitas, interaksi, berbagi konten, dan kolaborasi. Orang menggunakan media sosial untuk tetap berhubungan dan berinteraksi dengan teman, keluarga, dan berbagai komunitas. Bisnis menggunakan aplikasi sosial untuk memasarkan dan mempromosikan produk mereka dan melacak kekhawatiran pelanggan. Situs web bisnis-ke-konsumen menyertakan komponen sosial, seperti kolom komentar untuk pengguna. Berbagai alat membantu bisnis melacak, mengukur, dan menganalisis perhatian yang diperoleh perusahaan dari media sosial, termasuk persepsi merek dan wawasan pelanggan. Media sosial juga telah banyak digunakan termasuk untuk membantu dalam proses pembelajaran [3].

Media sosial memiliki daya tarik yang sangat besar secara global. Aplikasi seluler membuat platform ini mudah diakses. Beberapa contoh media sosial umum dan populer seperti *Twitter*, *Facebook* dan *LinkedIn*. Dalam bisnis, media sosial digunakan untuk memasarkan produk, mempromosikan merek, terhubung dengan pelanggan, dan menumbuhkan bisnis baru. Sebagai *platform* komunikasi, media sosial mempromosikan umpan balik pelanggan dan memudahkan pelanggan untuk berbagi pengalaman mereka dengan perusahaan. Bisnis dapat merespons umpan balik positif dan negatif dengan cepat, mengatasi masalah pelanggan, dan mempertahankan atau membangun kembali kepercayaan pelanggan. Media sosial juga digunakan untuk *crowdsourcing*. Begitulah praktek menggunakan jejaring sosial untuk mengumpulkan pengetahuan, barang atau jasa. Perusahaan menggunakan *crowdsourcing* untuk mendapatkan ide dari karyawan, pelanggan, dan masyarakat umum untuk meningkatkan produk atau mengembangkan produk atau layanan di masa depan.

Media sosial memberikan beberapa manfaat, antara lain sebagai berikut:

- a. **User Visibility.** Platform sosial memungkinkan orang berkomunikasi dan bertukar ide atau konten dengan mudah.
- b. **Business and Product Marketing.** Platform ini memungkinkan bisnis untuk dengan cepat mempublikasikan produk dan layanan mereka ke khalayak luas. Bisnis juga dapat menggunakan media sosial untuk mempertahankan pengikut dan menguji pasar baru. Dalam beberapa kasus, konten yang dibuat di media sosial adalah produk.
- c. **Audience Building.** Media sosial membantu pengusaha dan seniman membangun audiens untuk karya mereka. Dalam beberapa kasus, media sosial telah menghilangkan kebutuhan akan distributor, karena siapa pun dapat mengunggah konten mereka dan bertransaksi bisnis secara online. Misalnya, seorang musisi amatir dapat memposting lagu di Facebook, mendapatkan visibilitas instan di antara jaringan teman-teman mereka, yang pada gilirannya membagikannya di jaringan mereka.

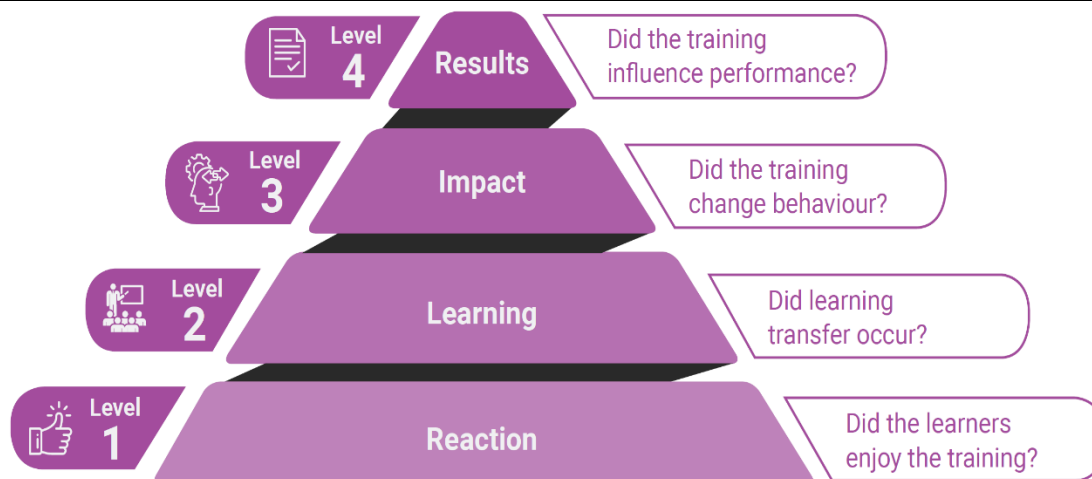
Begitu banyak manfaat yang media sosial, hal ini juga yang digalakan oleh pemerintah dengan berbagai program seperti digitalisasi UMKM [4] yang memberikan edukasi di masyarakat untuk dapat menggunakan media sosial dengan bijak. Apalagi beberapa tahun terakhir masyarakat dihatam bencana covid-19 menyebabkan profit usaha di masyarakat menurun secara signifikan akibat biaya produksi tetap atau bahkan meningkat sementara penjualan menurun. Biaya usaha yang mengalami peningkatan selama pandemi yaitu bahan baku, transportasi, tenaga kerja, dan biaya lain-lain [5]. [6]. Oleh karena itu penting sekali melakukan kegiatan pelatihan digitalisasi media sosial sebagai pembelajaran, peningkatan dan pemberdayaan masyarakat sesuai dengan program pemerintah pusat.

2. METODE

Untuk mengukur ketercapaian pelatihan yang dilakukan perlu dilakukan penilaian melalui Evaluasi pelatihan yang merupakan suatu proses untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dalam program pelatihan. Model penilaian untuk evaluasi pelatihan dengan menggunakan [7] Model Empat Level. [8] dengan menggunakan empat level dalam mengkategorikan hasil-hasil pelatihan. Untuk pertama kalinya, Donald Kirkpatrick menerbitkan modelnya pada tahun 1959, selama dia menjadi profesor di *University of Wisconsin*. Pembaruan pertama yang datang pada tahun 1975 dan kemudian pada tahun 1993 yang mencakup kontribusinya yang paling terkenal, "Mengevaluasi Program Pelatihan". Hal yang menarik dari Model Kirkpatrick adalah setiap level menawarkan ukuran efektivitas pelatihan yang lebih akurat. Awalnya, Donald bersama putranya James menyiapkan model. Kemudian, dikembangkan oleh Donald dan Wendy Kirkpatrick, istrinya.

Baru pada tahun 2016 James dan ibunya Wendy meninjau dan memperbarui teori yang sebenarnya dengan memperkenalkan "Model Kirkpatrick Dunia Baru" sebagai pembaruan. Buku itu berjudul Empat Tingkat Evaluasi Pelatihan. Satu perubahan penting adalah fokus pada pentingnya menjadikan pelatihan ini dapat diterapkan pada pekerjaan harian semua orang saat ini.

Mari kita lihat secara mendetail keempat level tersebut yaitu: **Reaction, Learning, Behavior and Results.**



Gambar 1. Model Empat Level [9]

Empat level tersebut adalah level reaksi, pembelajaran, perilaku dan hasil. Keempat level dapat dirinci sebagai berikut:

- a. Level 1: Reaksi
- b. Level 2: Pembelajaran
- c. Level 3: Perilaku
- d. Level 4: Hasil

Evaluasi pelatihan lebih difokuskan pada [10] peninjauan kembali proses pelatihan dan menilai hasil pelatihan serta dampak pelatihan. Evaluasi pelatihan memiliki fungsi sebagai pengendali proses dari hasil program pelatihan sehingga akan dapat dijamin suatu program pelatihan yang sistematis, efektif dan efisien. Evaluasi pelatihan mencoba mendapatkan informasi mengenai hasil-hasil program pelatihan, juga memasukkan umpan balik dari peserta pelatihan yang sangat membantu dalam memperbaiki pelatihan tersebut.

Evaluasi pelatihan dilakukan dengan tujuan :

1. Menemukan bagian-bagian pelatihan mana yang berhasil mencapai tujuan, serta bagian-bagian pelatihan mana yang kurang berhasil, sehingga dapat dibuat langkah-langkah perbaikan.
2. Memberi kesempatan kepada peserta untuk menyumbangkan saran-saran dan penilaian terhadap program yang dijalankan.
3. Memberikan masukan untuk perencanaan program.
4. Memberikan masukan untuk kelanjutan, perluasan, dan penghentian program.
5. Memberi masukan untuk memodifikasi program.
6. Memperoleh informasi tentang faktor pendukung dan penghambat program.

3. PEMBAHASAN DAN HASIL

3.1. Pembahasan.

Kegiatan pelatihan ini dilakukan di Desa Pulau Pangung, dengan memberikan materi pelatihan digitalisasi media sosial dan dilakukan evaluasi dengan model empat level. Pelatihan pertama berkaitan dengan digitalisasi yaitu teknik foto produk dengan menggunakan smartphone dengan luaran pelatihan adalah menghasilkan foto produk yang disesuaikan dengan kebutuhan. Selanjutnya materi kedua berkaitan dengan aktivitas media sosial, mulai dari membuat akun, posting hingga memanfaatkan media sosial sesuai dengan kebutuhan. Materi keempat lanjutan dari materi sebelumnya yaitu berkaitan dengan iklan di media sosial, menajdikan peran media sosial sebagai sarana pemasaran bagi produk-produk yang ada di desa Pulau Pangung. Dan materi terakhir yaitu membuat *design thinking* [11] terkait model yang akan dilakukan digitalisasi hingga membuat *business plan* [12], detailnya bisa di lihat di tabel 1.

Tabel 1. Rincian Kegiatan

Waktu	Materi
27 Desember 2021	Teknik Foto Produk Menggunakan Smart Phone
	Aktivasi Sosial Media
28 Desember 2021	Materi Strategi Marketing [13] di <i>E-commerce</i>
	<i>Marketing</i> [14] Chanel (<i>Facebook Ads, Instagram Ads, SEO,</i>

	Google Ads)
29 Desember 2021	Design Thinking, BMC, dan Business Plan



Gambar 2. Pertemuan dengan Kades



Gambar 2. Pemetaan Wilayah

3.2 Hasil

Hasil dari pelatihan selanjutnya diukur menggunakan model empat level dengan jumlah 6 indikator dan subjek peserta pelatihan, untuk mengetahui efektifitas atau kinerja dari pelatihan yang diberikan dengan hasil pada tabel 2.

Tabel 2. Tingkat Model dan penilaian

	Level	Indikator	Subject	Nilai	Tingkat Penilaian
1	Reaksi	1	Peserta	3,6	Baik
2	Belajar	2	Peserta	3,8	Baik
3	Prilaku	2	Peserta	4,24	Sangat Baik
4	Hasil	1	Peserta	3,2	Baik
Kirkpatrick Model		6	Peserta	2,97	Cukup

4. KESIMPULAN

Hasil menunjukkan bahwa Tingkat Reaksi (3,6), Belajar (3,8), Perilaku (4,24) dan Tingkat Hasil (3,2), semua mereka hampir dapat diterima dan perlu perhatian serius terhadap efektifitas Pelatihan di desa Pulau Panggung. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang disajikan, telah terpengaruh, tetapi efek ini tidak terlalu dramatis dalam empat tingkat Model Kirkpatrick. Mendefinisikan faktor-faktor seperti pekerjaan berbasis pelatihan, definisi pelatihan berdasarkan kinerja yang buruk, pelatihan yang ditentukan berdasarkan tujuan organisasi, mempertimbangkan kebutuhan individu peserta didik, Kesadaran staf tentang tujuan kursus pelatihan, Kesinambungan pelatihan, Penerapan pelatihan di tempat kerja dan pelaksanaan pelatihan yang tepat dapat secara langsung mengarah pada peningkatan efektifitas Pelatihan. Menurut hasil penelitian, kursus pelatihan harus dirancang untuk setiap pekerjaan yang berkaitan dengan individu, kebutuhan kejuruan dan organisasi. Program pelatihan yang dikembangkan oleh organi harus dijalankan untuk setiap orang. Pelatihan harus dilakukan secara teratur dan benar akan menghasilkan efektifitas yang lebih besar. Akhirnya, efektifitas pelatihan tergantung pada perancangan dan pelaksanaan Pelatihan yang baik, Keterlibatan Pembelajar, Perubahan Sikap Pembelajar, memberikan kesempatan untuk Menerapkan Keterampilan dan Pengetahuan Baru di Tempat Kerja, Komitmen Kerja, Manajer Puncak pandangan untuk Pelatihan, pelatihan koneksi ke Visi dan Strategi Organisasi dan sebagainya.

5. SARAN

Kegiatan pelatihan ini merupakan bagian dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sehingga diperlukan kegiatan yang benar-benar memberikan kontribusi sesuai dengan aturan pemerintah. Untuk model pengukuran untuk indikator pelatihan untuk diperbanyak sehingga memiliki beragam variabel yang bisa dijadikan dasar untuk mengevaluasi dari berbagai aspek.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada bumdes.id yang bersedia meendampingi kegiatan dan meberikan arahan dilapangan. Kepada masyarakat desa Pulau Panggung atas kerjasamanya selama kegiatan berlangsung. Dan juga kepada LPPM Sekolah Tinggi Teknologi Pagaralam yang telah memfasilitasi kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Li, R. Sampson, S. H. H. Ding, and L. Song, "TASR : Adversarial learning of topic-agnostic stylometric representations for informed crisis response through social media," *Inf. Process. Manag.*, vol. 59, no. 2, p. 102857, 2022.
- [2] B. Lutkevich, "Social Media," *Tech Target*, 2021. [Online]. Available: <https://whatis.techtarget.com/definition/social-media#:~:text=Social media is a collective,%2C content-sharing and collaboration.&text=Mobile applications make these platforms,include Twitter%2C Facebook and LinkedIn>.
- [3] L. Abdillah, "Collaborating Digital and Social Media For Teaching Science And Arabic in Higher Education Learning Process During COVID-19 Pandemic," *Ijaz Arab. J. Arab. Learn.*, vol. 4, no. 1, pp. 12–25, 2020.
- [4] H. Wijoyo *et al.*, "Digitalisasi Umkm," 2020. .
- [5] A. E. Nugroho, "Survei Kinerja UMKM di Masa Pandemi COVID19," 2020. [Online]. Available: <http://lipi.go.id/berita/survei-kinerja-umkm-di-masa-pandemi-covid19/22071>.
- [6] R. I. Kementerian Perdagangan, "Analisis Outlook pangan 2015-2016," pp. 1–72, 2014.
- [7] D. McFarlane, *Evaluating Training Programs: The Four Levels*, vol. 11, no. 4. 2006.
- [8] S. C. Awe, "American Society for Training and Development (ASTD)," *J. Bus. Financ. Librariansh.*, vol. 5, no. 1, pp. 61–65, 1999.
- [9] F. Bretz, "No TitleHow to Master Kirkpatrick model of training evaluation," *kodo survey*, 2018. [Online]. Available: <https://kodosurvey.com/blog/how-master-kirkpatrick-model-training-evaluation>.
- [10] S. Farjad, "The Evaluation Effectiveness of Training Courses in University by Kirkpatrick Model (Case Study: Islamshahr University)," *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 46, pp. 2837–2841, 2012.
- [11] K. Jong-Sung, "Design Thinking," *Asia-Pacific J. Bus. Ventur. Entrep.*, vol. 14, no. 3, pp. 129–140, 2019.
- [12] K. Uchino, "Business Plan," *Entrep. Eng.*, pp. 59–83, 2009.
- [13] L. Purnama, "Strategi Marketing Plan," pp. 129–134, 2002.
- [14] A. P. U. Siahaan and M. Ginting, "Marketing Model," 2019.