

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

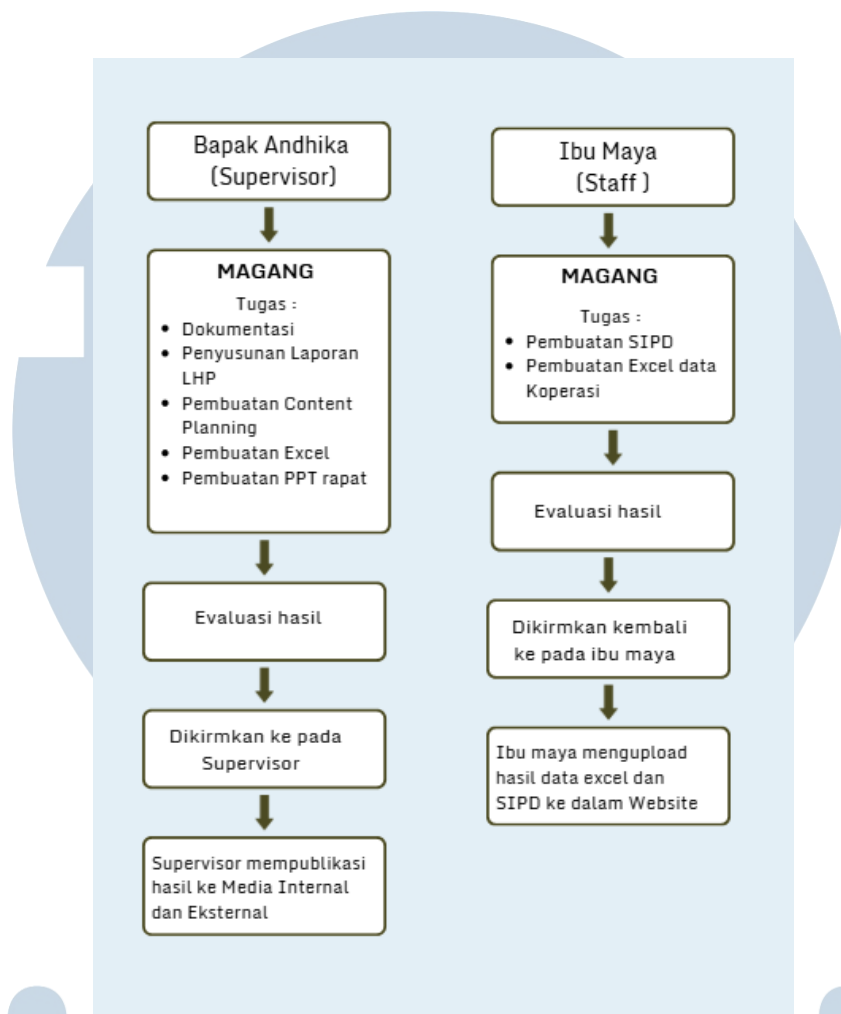
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama melaksanakan kegiatan magang di Pemerintahan Daerah Inspektorat Kota Balikpapan, penulis ditempatkan pada bagian hubungan masyarakat (humas). Posisi ini memiliki peran penting dalam menjaga citra institusi serta membangun dan mempertahankan komunikasi antara lembaga dengan publik, baik melalui media internal maupun eksternal. Dalam pelaksanaan tugas, penulis berada di bawah arahan langsung Kasubag Umum Bapak M. Andhika Pratama, S.IP.

Sebagai mahasiswa magang, penulis diberikan tanggung jawab untuk membantu proses dokumentasi berbagai kegiatan internal di lingkungan Inspektorat. Dokumentasi yang penulis lakukan mencakup kegiatan rapat dan pertemuan resmi, pembagian konsumsi dalam kegiatan tertentu, Pembuatan dan penginputan data pada aplikasi SIPD, Membantu proses penyusunan LHP, serta pendokumentasian berkas-berkas penting seperti Laporan Hasil Pemeriksaan (LHP) yang nantinya akan diserahkan kepada Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait, selain bertugas pada kegiatan internal, penulis juga dipercaya untuk menangani tugas-tugas yang bersifat eksternal. Salah satu tugas yang penulis jalankan adalah perencanaan dan pembuatan konten media sosial bertemakan bulan Ramadan, yang dipublikasikan melalui akun Instagram resmi milik Inspektorat Kota Balikpapan.

Berikut bagan alur kerja magang :

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 1 Alur Kerja Magang

Melalui kedudukan dan pengalaman selama magang ini, penulis memperoleh wawasan dan pemahaman baru mengenai peran serta fungsi humas di lingkungan kerja pemerintahan. Pengalaman ini memperkaya perspektif penulis dalam memahami dinamika komunikasi institusional, khususnya di sektor publik.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Saat berlangsungnya proses kerja magang selama 81 Hari 647,5 jam penulis diberikan berbagai macam tugas yang berkaitan dengan kegiatan kehumasan dan komunikasi internal.

Tugas utama penulis seperti :

- dokumentasi

- perencanaan konten.

Adapun tugas Tambahan yang di berikan oleh supervisor saya seperti :

- Penginputan Data pada Aplikasi SIPD dan RENJA
- Pembuatan dan Pengelolaan Excel
- Pembuatan dan Persiapan Presentasi (PPT)

Secara umum, tugas yang diberikan dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama, yaitu dokumentasi kegiatan dan perencanaan konten media sosial.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas yang penulis lakukan selama melakukan magang humas di Inspektorat Balikpapan sebagai berikut:

Tugas Utama Intern	Aktivitas
Dokumentasi	- Mendokumentasikan kegiatan pertemuan & rapat - Mendokumentasikan pembagian makan dan minum - Mendokumentasi berkas LHP yang siap diserahkan ke OPD - Mendokumentasi Barang datang
Content Planning	- Perencanaan konten Program Khazanah Ramadan Mingguan di Instagram
Tugas Tambahan Intern	Aktivitas
Penyiapan PPT	- Membantu mempersiapkan PPT untuk di presentasikan di rapat mingguan

Pembuatan Excel	- Membantu membuat Excel data koperasi Inspektorat
Penginputan SIPD dan RENJA	- Membantu mengelola data keuangan dan membuat NPD di akun PA, PPTK, BP, dan Membuat PBB di akun BP pada aplikasi SIPD RI - Membantu menginput data untuk RENJA perubahan di tahun 2025

Tabel 3.2. 1 Tugas Humas Magang

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas yang penulis lakukan selama masa Magang Hubungan Masyarakat di Inspektorat Kota Balikpapan adalah sebagai berikut :

A. Dokumentasi

Salah satu kegiatan magang penulis sebagai Humas di Pemerintahan Daerah Inspektorat Kota Balikpapan adalah melakukan dokumentasi, penulis melakukan beberapa kegiatan dokumentasi seperti pengambilan dokumentasi kegiatan rapat, dokumentasi LHP, dokumentasi pertemuan tamu, dan mendokumentasi kegiatan acara di inspektorat. Melalui kegiatan ini, penulis kemudian memahami bahwa mendokumentasi tidak hanya sebatas kegiatan pengambilan gambar untuk keperluan arsip internal saja.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh (Broom & Sha, n.d.), dokumentasi dalam kegiatan kehumasan memiliki peranan penting dalam menciptakan transparansi publik serta membangun kredibilitas lembaga. Dalam konteks ini, setiap foto yang penulis ambil dari berbagai kegiatan seperti rapat internal, kunjungan tamu, kajian Ramadan, hingga penyerahan Laporan Hasil Pemeriksaan (LHP) ke Organisasi Perangkat Daerah (OPD), tidak hanya sekadar menjadi catatan visual, tetapi juga menjadi materi strategis yang dapat dikembangkan lebih lanjut untuk kebutuhan komunikasi eksternal lembaga.

Penulis menyadari bahwa kegiatan dokumentasi tidak sekadar berfungsi sebagai visualisasi atas aktivitas lembaga, tetapi juga memiliki fungsi strategis

dalam mendukung aktivitas komunikasi publik. Dalam praktik kehumasan, dokumentasi merupakan bagian dari proses konsep publikasi, yaitu kegiatan menyebarluaskan informasi kepada khalayak melalui berbagai media sebagai bentuk pertanggungjawaban, pencitraan, hingga peningkatan kepercayaan publik.

Secara konseptual, publikasi dalam kehumasan dipahami sebagai salah satu bentuk komunikasi satu arah dari lembaga kepada publik dengan tujuan memberikan informasi yang jelas, membentuk persepsi positif, dan meningkatkan pemahaman publik terhadap peran serta program lembaga. Menurut (Rosady Ruslan, 2010), publikasi adalah bagian dari strategi *public relations* yang dilakukan untuk menyampaikan pesan kepada publik melalui media massa, media internal, maupun media sosial. Dalam konteks lembaga pemerintahan seperti Inspektorat Daerah, publikasi bukan sekadar rutinitas administratif, melainkan bagian integral dari upaya membangun transparansi, akuntabilitas, dan kedekatan dengan masyarakat sebagai prinsip dasar dari *good governance*.

Dokumentasi seperti foto sangat berperan dalam konten utama untuk mendukung pesan lembaga agar dapat disampaikan dengan baik, menarik, kredibel, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Visualisasi seperti kegiatan dokumentasi ini memungkinkan untuk mendapatkan informasi yang bersifat administratif dikemas menjadi lebih komunikatif dan humanis. Dengan pendekatan yang tepat, publik tidak hanya menerima informasi, tetapi juga mengalami dan merasakan kehadiran serta nilai dari setiap kegiatan yang dilakukan oleh inspektorat. Oleh karena itu, dokumentasi yang dilakukan oleh Humas Inspektorat Kota Balikpapan tidak hanya menjadi arsip institusional, melainkan juga menjadi bahan dalam berbagai bentuk publikasi, mulai dari unggahan media sosial, siaran pers, hingga laporan kegiatan yang bersifat informatif dan persuasif.

Selama masa magang, penulis mengamati langsung bagaimana dokumentasi kegiatan seperti rapat internal, penyerahan Laporan Hasil Pemeriksaan (LHP), hingga kegiatan keagamaan seperti Kajian Ramadhan dikumpulkan, dikurasi, dan dipublikasikan melalui kanal media sosial resmi Inspektorat. Salah satu unggahan dokumentasi Kajian Ramadhan bahkan

menunjukkan performa interaktif. Hal ini membuktikan bahwa publikasi berbasis dokumentasi visual memiliki potensi tinggi dalam membangun *engagement* yang positif serta memperkuat visibilitas dan citra lembaga di ruang digital publik.

Berikut beberapa hasil dokumentasi yang saya lakukan :



Gambar 3. 2 Dokumentasi LHP RKA

- Tanggal 12 Februari 2025 penulis melakukan dokumentasi Laporan Hasil Pemeriksaan (LHP) sebanyak 18 File yang akan di kirimkan kepada OPD yang telah di tuju



Gambar 3. 3Dokumentasi Pengambilan Barang

- Pada Tanggal 14 Februari 2025 penulis melakukan dokumentasi Pengambilan Barang berupa Amplop Inspektorat, untuk di masukan ke dalam laporan bulanan.



Gambar 3. 4 Dokumentasi Rapat Internal

- Pada Tanggal 5 Maret 2025 penulis melakukan dokumentasi Rapat Rutin Internal Inspektorat



Gambar 3. 5 Dokumentasi Pengajian Ramadhan

- Pada Tanggal 27 Maret 2025 penulis mendokumentasi kegiatan Pengajian dan Halal Bihalal di bulan Ramadhan



Gambar 3. 6 Dokumentasi Pertemuan Tamu Eksternal

- Tanggal 28 Mei 2025 penulis melakukan dokumentasi pertemuan tamu eksternal dengan ibu inspektur.

B. Content Planning

Kegiatan kedua yang penulis lakukan selama menjalankan masa magang di bagian humas Inspektorat Kota Balikpapan adalah *Content Planning* yang bertema “Khazanah Ramadhan” Program ini di buat khusus dalam rangkaian memeriahkan bulan Suci Ramadhan, dengan memuat konten-konten edukatif, reflektif, dan juga spiritual. Tujuan utama dari pengembangan konten “*Khazanah Ramadhan*” adalah untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat (*engagement*) terhadap akun media sosial resmi Inspektorat, sekaligus menjadi medium penyampaian nilai-nilai moral, spiritualitas, serta etika pelayanan publik yang dikemas secara lebih humanis dan inspiratif.

Dalam kerangka komunikasi pemerintahan, inisiatif seperti ini sangat penting karena berperan dalam membangun hubungan yang lebih dekat antara lembaga dengan masyarakat. Hal ini sejalan dengan tujuan komunikasi publik sektor pemerintah untuk menciptakan transparansi, membentuk citra positif, serta meningkatkan kepercayaan publik melalui pendekatan yang relevan secara kultural dan emosional. Seperti dijelaskan oleh (Tracy L. Tuten & Michael R. Solomon, 2021) salah satu tujuan utama dari kampanye media sosial adalah membangun reputasi dan kedekatan dengan audiens melalui interaksi yang bersifat dialogis dan bermakna.

Dalam pelaksanaannya, penulis diberikan tanggung jawab menyusun ide-ide konten harian serta merancang struktur konten mingguan yang berkelanjutan selama satu bulan penuh. Proses ini diawali dengan melakukan riset referensi dari berbagai akun media sosial pemerintah maupun non-pemerintah yang memiliki karakter serupa. Selain itu, penulis juga membaca beberapa ayat Al-Qur'an dan hadis yang mengandung nilai moral dan kebajikan universal sebagai dasar narasi.

Nilai-nilai tersebut kemudian dihubungkan dengan tren komunikasi digital yang sedang berkembang, seperti gaya bahasa yang ringan, inklusif, dan emotif agar sesuai dengan karakteristik media sosial sebagai ruang interaktif.

Perencanaan ini tidak hanya menekankan pada *apa* yang disampaikan, tetapi juga *bagaimana* menyampaikannya di sinilah peran *copywriting* menjadi sangat penting. Menurut konsep dasar copywriting, pesan yang baik harus mampu menggugah emosi, relevan dengan kebutuhan audiens, serta mendorong tindakan atau respon tertentu (Susan Gunelius, 2011) Oleh karena itu, penulis berupaya menyesuaikan gaya bahasa dengan prinsip-prinsip copywriting, seperti menggunakan headline yang menarik, diksi yang menyentuh hati, serta narasi yang membangun kedekatan emosional dan spiritual dengan pembaca. Misalnya seperti “Sedekah di bulan ramadhan” yang diiringi dengan kutipan ayat dan juga kutipan hadist yang menginterpretasikan sesuatu yang ringan namun tetap bermakna, sehingga ini menjadi strategi penulis untuk menyampaikan pesan yang persuasive namun tetap sopan.



Gambar 3. 7 Model SOSTAC

Untuk penyusunan perencanaan konten, penulis menggunakan salah satu teori dari mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy* yaitu SOSTAC (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control). Penerapan yang penulis lakukan :

Model	Penerapan
<i>Situation</i> (Situasi)	Pada tahap ini penulis melakukan analisis awal pada akun sosial media inspektorat dan menemukan bahwa akun kurang mendapatkan sisi emosional dan belum ada program khusus bulan Ramadhan yang di kembangkan.
<i>Objectives</i> (Tujuan)	• Meningkatkan persepsi positif terhadap Inspektorat sebagai lembaga yang terbuka, humanis, dan religius • Meningkatkan interaksi dan <i>engagement</i> masyarakat terhadap akun media sosial Inspektorat Kota Balikpapan selama bulan Ramadhan, melalui konten yang bernuansa religius, reflektif, dan inspiratif.
<i>Strategy</i> (Strategi)	Pendekatan strategi komunikasi yang digunakan adalah <i>emotional storytelling</i> dengan memberikan pesan yang reflektif dan religius, dikombinasikan dengan pesan moral pelayanan publik.
<i>Tactics</i> (Taktik)	Konten penulis bagi menjadi 4 tema utama mingguan seperti : • Minggu 1 : Menyambut Ramadhan • Minggu 2 : Keistimewaan Ramadhan • Minggu 3 : Hikmah Puasa dan Akhlak Mulia • Minggu 4 : Menjelang Idul Fitri Setiap harinya pun memiliki sub tema yang berbeda seperti : Minggu 1 • Hari 1 : Keutamaan Ramadhan

Model	Penerapan
	• Hari 2 : Niat Puasa • Hari 3: Keutamaan sahur • Setiap postingan akan di sertai dengan <i>Caption</i> yang membangun kesadaran, kehangatan, akan ajakan ibadah.
Action (Pelaksanaan)	Skema Pelaksanaan • Penulis bertugas menyusun <i>Draf</i> konten secara lengkap (tema, judul, dan <i>caption</i>) • Kemudian <i>Draf</i> ini di <i>review</i> oleh <i>supervisor</i> penulis • selanjutnya dilakukan <i>editing</i> konten oleh atasan penulis yang disesuaikan dengan pedoman kehumasan pemerintahan.
Control (Evaluasi)	Evaluasi yang dilakukan memantau <i>reach</i> , <i>like</i> , <i>comment</i> , dan <i>share</i> . Selain itu, interaksi warga seperti tanggapan melalui komentar.

Tabel 3.2. 2 Penerapan SOSTAC

Tabel 3.2.2 Penerapan SOSTAC

Tujuan utama dari program ini adalah untuk membangun citra positif inspektorat dan juga meningkatkan *engagement*. Hal ini sejalan dengan strategi media sosial menurut (Tracy L. Tuten & Michael R. Solomon, 2021) yang menyatakan bahwa kampanye harus mendukung *awareness*, reputasi, dan hubungan dengan masyarakat. Berikut beberapa Manfaat dari program Khazanah Ramadhan :

- Membantu membangun citra lembaga yang humanis dan *religius*, sejalan dengan nilai-nilai moral dan budaya masyarakat.
- Menunjukkan bahwa inspektorat tidak hanya fokus pada pengawasan administratif, tetapi juga memiliki kesadaran sosial dan spiritual yang tinggi.
- Meningkatkan *Awariness* dan kepercayaan masyarakat akan kehadiran inspektorat.

Dalam peran magang ini memberikan penulis beberapa pemahaman dan pengalaman nyata tentang penerapan strategi komunikasi digital. Seperti yang dijelaskan oleh (Kotler & Keller, 2016), komunikasi strategis harus mampu membentuk citra kelembagaan yang kuat dan konsisten melalui saluran yang tepat sasaran.

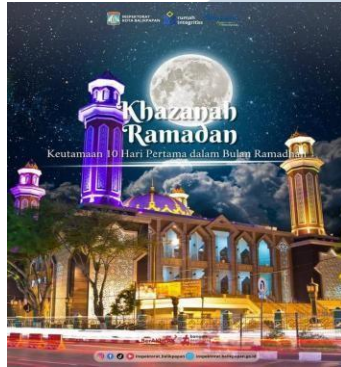
Content Planning yang penulis buat :

Konten Khazanah Ramadhan		
Minggu 1: Menyambut Ramadhan		
Day	Tema	Caption
1	Kontaman Ramadhan	"Barang siapa yang berpuasa Ramadhan karena iman dan mengharap pahala dari Allah, maka akan diampuni dosa-dosanya yang telah lalu." (HR. Bukhari & Muslim)
2	Niat Puasa	"Seorangmu seperti amal itu tergantung pada niatnya." (HR. Bukhari & Muslim)
3	Kontaman Sahur	"Berseharlah kalian, karena di dalam sahur terdapat keberkahan." (HR. Bukhari & Muslim)
4	Samah dalam Beribadah Puasa	"Rasulullah beribadah dengan sahur (dalam bekal) sebelum sahur. Jika tidak ada, maka dengan air (karena kering). Jika tidak ada, sebelum meminum air." (HR. Abu Dawud)
5	Doa Beribadah Puasa	"Tidur siang pada hari, saat itu tidak baik, dan puasa telah terputus." (HR. Abu Dawud)
Minggu 2: Keistimewaan Ramadhan		
Day	Tema	Caption
6	Malam Lailatul Qadar	"Lailatul Qadar adalah malam turunnya kitab, malam penuh keberkahan datang di sepuluh malam terakhir. Jangan sampai terlewat, yak tinggalkan ibadah!" (HR. Bukhari & Muslim)
7	Kontaman Sholat Tarawih	"Barang siapa sholat malam di bulan Ramadhan karena iman dan mengharap pahala, akan diampuni dosa-dosanya yang telah lalu." (HR. Bukhari & Muslim)
8	Sedekah di Bulan Ramadhan	"Sedekah yang paling utama adalah sedekah di bulan Ramadhan." (HR. Tirmidzi)
9	Meminta Al-Qur'an di Bulan Ramadhan	"Bulan Ramadhan adalah bulan yang di dalamnya diturunkan Al-Qur'an." (QS. Al-Baqarah: 185)
10	Kontaman I'kaf	"I'kaf adalah cara terbaik untuk mendekatkan diri kepada Allah di sepuluh hari terakhir Ramadhan." (HR. Bukhari & Muslim)
Minggu 3: Hikmah Puasa dan Akhlak Mulia		
Day	Tema	Caption
11	Sehar dalam Berpuasa	"Orang yang sahur akan mendapat pahala tanpa batas." (QS. Al-Zumar: 9)
12	Menjaga Lisan dan Hati	"Barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah berkata yang baik atau diam." (HR. Bukhari & Muslim)
13	Puasa sebagai Perisa	"Puasa adalah perisa. Jika tidak sanggup di antara bulan puasa, jangan berpuasa." (HR. Bukhari & Muslim)
14	Hikmah Menahan Diri	"Orang-orang yang menahan diri dari nafsu, mereka akan mendapat pahala yang banyak." (QS. Al-Baqarah: 183)
15	Integritas di Bulan Ramadhan	"Seorang-orang yang jujur dan amanah akan mendapat pahala yang banyak." (HR. Bukhari & Muslim)
Minggu 4: Menjelang Idul Fitri		
Day	Tema	Caption
16	Zakat Fithr	"Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan menyucikan mereka." (QS. Al-Baqarah: 217)
17	Doa Malam Takbiran	"Terdengar kami mengucapkan takbir, maka mengucapkan takbir dengan penuh kepatuhan, agar kami berpuasa." (QS. Al-Baqarah: 185)
18	Kontaman Silaturahmi	"Beribadilah pada Allah SWT dengan sempurna, jangan pernah ditinggalkan sholat, puasa, zakat, dan sedekah." (HR. Bukhari & Muslim)
19	Samah Hari Raya Idul Fitri	"Puasa hari Idul Fitri dan Idul Adha Rasulullah SAW memerintahkan kami untuk menggunakan pakaian terbaik yang kami miliki dan memukul sekuat tenaga." (HR. Muslim)
20	Doa Setelah Ramadhan	"Ya Allah, terimalah puasa kami, sholat kami, dan amal-amal kami. Sesungguhnya Engkau Maha Mendengar." (HR. Bukhari & Muslim)

Gambar 3. 8 Draft Content Planning

Berikut *content planning* yang telah direalisasikan sebagai bentuk visual:

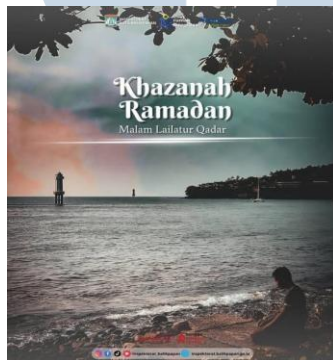
- Hasil konten yang telah direalisasikan



Gambar 3. 10 Hasil Content



Gambar 3. 9 Hasil Content



Gambar 3. 12 Hasil Content



Gambar 3. 11 Hasil Content

Hasil *insight* yang penulis dapatkan dari realisasi konten Khazanah Ramadhan adalah meningkatnya keterlibatan *audiens* terhadap konten yang bersifat solutif dan praktis. Hal ini terlihat dari perbandingan dua konten yang telah diunggah, konten pertama bertema “Keutamaan 10 Hari Pertama dalam Bulan Ramadhan” memperoleh 12 like dan 1 *share*. Sementara konten kedua berjudul “Solusi Bagi yang Lupa Berniat Puasa Ramadhan di Waktu Malam” mendapatkan 14 like dan 2 *share*. Kenaikan *insight* ini menunjukkan bahwa konten dengan pendekatan *problem solving* lebih efektif dalam menarik perhatian dan interaksi *audiens*. Selain karena topiknya relevan dengan keseharian, gaya penyampaian yang lebih komunikatif dan disertai ajakan eksplisit seperti “simak selengkapnya” dapat mendorong *audiens* untuk lebih aktif merespons. Jika dianalisis menggunakan teori SOSTAC, strategi

konten kedua lebih berhasil karena terjadi unsur kombinasi antara tujuan edukatif dengan taktik visual yang cerah dan CTA (*Call to Action*) yang jelas. Sementara konten pertama cenderung bersifat reflektif dan informatif, namun kurang mengarahkan *audiens* untuk terlibat lebih lanjut.

3.2.3 Kendala Utama

Selama melakukan kegiatan tugas magang penulis mendapat dan menghadapi beberapa kendala akademis yang berupa :

1. Selama menjalankan tugas Dokumentasi, penulis tidak mendapatkan panduan mengenai teknik pengambilan sudut gambar (*angle*), komposisi visual yang sesuai, maupun teknik posisi ideal untuk mendokumentasikan kegiatan formal seperti rapat, penyerahan dokumen resmi, ataupun kunjungan tamu penting. Hal ini menyulitkan penulis dalam menentukan momen serta perspektif visual yang tepat untuk menggambarkan suatu kegiatan.
2. Kendala lain yang penulis hadapi dalam pelaksanaan tugas *Content Planning*, adalah tidak tersedianya data analitik awal maupun arahan berbasis riset *audiens* dari pihak instansi. Informasi penting seperti demografi pengikut akun media sosial, tingkat keterlibatan (*engagement rate*) tidak disediakan sebagai dasar dalam proses perencanaan strategi komunikasi digital. Selanjutnya keterbatasan dalam penulisan *Copy Writing* dalam hal pengambilan sumber dan juga referensi.

3.2.4 Solusi

Selama masa magang berjalan penulis mengalami beberapa kendala namun penulis mencoba untuk mengambil solusi yang solutif untuk memastikan pekerjaan tetap berjalan dengan efektif meskipun di tengah keterbatasan.

1. Dalam menghadapi keterbatasan arahan teknis mengenai sudut pengambilan gambar, komposisi visual, dan posisi ideal dalam proses dokumentasi kegiatan, penulis berinisiatif melakukan pengeditan mandiri dan juga mempelajari tentang cara pengambilan dokumentasi. Referensi yang penulis

gunakan sebagai contoh mencakup pedoman dari institusi pemerintahan serta standar visual yang berlaku dalam dokumentasi kegiatan formal. Selain itu, penulis juga melakukan observasi terhadap dokumentasi visual milik instansi pemerintah lain sebagai bentuk *benchmarking*. Langkah ini dilakukan guna meningkatkan kualitas hasil dokumentasi dan memastikan pesan visual yang dihasilkan dapat menggambarkan esensi kegiatan.

2. Untuk mengatasi ketiadaan data analitik awal serta riset *audiens* dari pihak instansi, penulis berupaya melakukan analisis sederhana secara mandiri terhadap akun media sosial resmi milik inspektorat, seperti meninjau tren postingan dengan keterlibatan tinggi, serta jenis konten yang mendapatkan respons positif. Selain itu, penulis juga melakukan riset dan diskusi pada supervisor dan pada konten-konten yang berhubungan dengan bulan ramadhan pada media sosial instansi lainnya. Strategi ini dimaksudkan untuk memperoleh insight dasar dalam menyusun perencanaan konten yang lebih relevan dan efektif, meskipun tanpa dukungan data kuantitatif yang komprehensif dari instansi.

