

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media sosial memiliki jangkauan yang sangat luas dalam membangun kemajuan untuk menyebar luaskan suatu informasi dan menerima sebuah informasi, yang sangat mudah di akses bagi semua kalangan dan tidak terbatas oleh waktu. Keterikatan era saat ini dengan perangkat seluler dan internet mengubah perilaku khalayak dalam mendapatkan sebuah informasi. Bentuk konsumsi berita khalayak sudah berbeda dari sebelumnya yang hanya mendapatkan berita dari koran atau televisi. Di era digital ini, masyarakat mengakses internet untuk mendapatkan berita dan informasi (Aljandro, 2010).

Berdasarkan laporan DataIndonesia.id, pada bulan Januari 2022, pengguna aktif media sosial di Indonesia jumlahnya sudah mencapai 191 juta orang. Angka tersebut naik sekitar 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya dan jumlah ini terus meningkat seiring perkembangan zaman (Mahdi, 2022). Melihat data tersebut, peran media sosial di Indonesia sangat besar untuk membangun komunikasi dengan publik. Begitu juga dengan lembaga pemerintah, seperti Disnaker Kota Bandung yang menganggap perkembangan zaman dapat menjadi peluang dalam rangka menciptakan komunikasi publik yang baik, dengan memanfaatkan media sosial dengan menampilkan konten-konten yang komunikatif dan informatif yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat khususnya di Kota Bandung.

Dalam upaya untuk mengkomunikasikan nilai dan prinsip diperlukan komunikasi intensif yang dapat dimengerti oleh seluruh kalangan masyarakat. Bagaimanapun organisasi pemerintahan tidak akan dapat melaksanakan fungsinya, dan tidak akan dapat mengefisienkan dan mengefektifkan penggunaan sumber-sumbernya, dan pada akhirnya tidak akan dapat mencapai tujuannya tanpa komunikasi. Pemahaman tentang peristiwa-peristiwa komunikasi yang terjadi dalam organisasi pemerintah, seperti apakah pesan diterima dan dilaksanakan dengan benar, memungkinkan organisasi pemerintah mencapai tujuannya sesuai

dengan harapan. Oleh karena itu komunikasi pemerintahan merupakan salah satu fungsi penting dalam organisasi pemerintahan baik dalam mengatur masyarakat.

Komunikasi pemerintahan untuk mengatur masyarakat merupakan komunikasi eksternal untuk memberikan informasi tentang berbagai kebijakan-kebijakan dan peraturan-peraturan pemerintah kepada masyarakat, organisasi-organisasi non pemerintah, termasuk komunitas atau institusi bisnis, sekaligus mendapatkan informasi dari mereka untuk membuat kebijakan dan peraturan dan juga informasi tentang dampak dari kebijakan yang dibuat oleh pemerintah untuk menentukan apakah kebijakan atau peraturan tersebut dilanjutkan atau dihentikan, direvisi atau dimodifikasi (Silalahi, 2012).

Melalui komunikasi pemerintahan, *Social Media Specialist* bertanggung jawab dalam proses penyebaran dan pertukaran informasi di dalam dan dengan luar organisasi. Melalui komunikasi pemerintahan, maka pemerintahan bertukar dan membagi informasi dengan yang lain, yaitu dengan legislatif, dengan staf, dengan pelaku bisnis, dan dengan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, *Social Media Specialist* pada Disnaker Kota Bandung bertanggung jawab dalam pertukaran informasi dalam konteks lowongan pekerjaan.

*Social Media Specialist* memiliki tugas untuk melakukan riset dalam pembuatan konten informasi, *brainstorming*, melakukan penjadwalan pada konten, pembuatan konten hingga laporan evaluasi setiap bulan untuk menganalisis *engagement* konten. Perencanaan konten ini dapat dibuat dalam jangka waktu tertentu. Misalnya, dalam beberapa kali dalam sebulan. Jangka waktu tersebut disesuaikan dengan kebutuhan dan hasil riset yang dilakukan oleh *content strategist* sebelumnya. Pada dasarnya setiap rencana yang akan dibuat perlu disesuaikan dengan kebutuhan konsumen di mana harus memikirkan informasi apa yang ingin diterima konsumen dan bagaimana informasi itu akan disampaikan.

Dalam hal ini seorang *Social Media Specialist* perlu mempertimbangkan moment mana yang akan digunakan dalam kampanye. Hal terakhir yang perlu dilakukan adalah menemukan ide cerdas untuk melakukan penjadwalan pada kalender editorial yang memberikan gambaran umum tentang tugas dan tanggung

jawab setiap posisi. Misalnya, mengenai desain postingan, ide tentang konten di media sosial, hingga kapan konten tersebut harus tayang.

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Aliran komunikasi organisasi yang termasuk adalah komunikasi internal, hubungan interpersonal, hubungan persatuan pengelola, komunikasi dari atasan ke bawahan, komunikasi dari bawahan ke atasan, komunikasi horizontal dari orang-orang yang sama level/tingkatnya, mendengarkan, menulis, dan komunikasi evaluasi program (Masmuh, 2013, p. 5).

Proses komunikasi organisasi yang efektif diperlukannya pola komunikasi organisasi agar syarat terbinanya kerja sama yang baik untuk mencapai tujuan organisasi. Ruliana (2016, p. 88) menjelaskan pola komunikasi didalam satu organisasi adalah bagaimana pesan termasuk aliran informasi dan instruksi yang disampaikan secara detil atau rinci. Komunikasi dalam sebuah organisasi merupakan unsur pokok selain tujuan organisasi dan motivasi, begitu pula di dalam Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung.

Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung merupakan organisasi pemerintahan yang menangani masalah ketenagakerjaan berulang kali mengalami perubahan, baik berupa pembentukan baru, penyesuaian maupun penggabungan. Perubahan organisasi tersebut disebabkan oleh berkembangnya beban kerja yang harus ditangani. Keberhasilan Dinas Ketenagakerjaan Pemerintah kota Bandung tentunya tidak dapat dilepaskan dari strategi komunikasi organisasi yang dilakukan.

Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung mendengarkan kebutuhan pemerintah daerah, khususnya pengelola perizinan, untuk membantu organisasi mengambil keputusan organisasi guna memberikan layanan terbaik kepada mereka. Untuk mendukung hal tersebut, Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung telah mengembangkan aplikasi Bimma baru yang bertujuan untuk mempermudah akses masyarakat terhadap layanan akses tentang ketenagakerjaan Kota Bandung melalui website BIMMA yang merupakan singkatan dari *Bandung Integrated Manpower Management Application*. Selain memediasi layanan pasar tenaga kerja, Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung juga memiliki beberapa platform media sosial

untuk berbagai informasi serta berkomunikasi dengan masyarakat umum. Pelayanan publik itu sendiri berimplikasi sebagai pelaksanaan segala kegiatan pelayanan dan ketentuan hukum yang dilakukan oleh penyelenggara pelayanan publik untuk memenuhi kebutuhan penerima pelayanan (Ratminto & Winarsih, 2008, p. 18).

Upaya yang dilakukan oleh Dinas Ketenagakerjaan sendiri untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik tentunya tidak terlepas dari proses koordinasi yang melibatkan komunikasi organisasi. Komunikasi merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari organisasi, bukan hanya Dinas Kepegawaian Kota Bandung. Manajemen komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi tentu saja mempengaruhi efektifitas proses komunikasi yang dilakukan oleh organisasi tersebut, yang pada akhirnya mempengaruhi proses pencapaian tujuan organisasi tersebut.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang**

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan S1, jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, program kerja merupakan sarana penting bagi mahasiswa untuk mengenali dunia kerja khususnya di bidang komunikasi. Dengan mengikuti kerja magang, penulis dapat mengetahui sebuah tulisan yang baik serta bagaimana cara penyampaian yang terdapat dalam komunikasi organisasi di dinas ketenagakerjaan kota Bandung untuk pelayanan public dalam dunia digital yang sedang berkembang pesat di kalangan masyarakat. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Untuk mempraktikkan teori yang telah didapatkan selama kuliah
2. Mengembangkan wawasan baru dan relasi baru dalam dunia kerja.
3. Memahami proses pola komunikasi organisasi dalam pekerjaan terkait dengan penulisan konten perencanaan membuat kalender *editorial* dan produksi konten Disnaker Kota Bandung.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **3.2.11 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Aktivitas pelaksanaan kegiatan kerja magang di mulai dari tanggal 24 januari – 24 april 2022, selama 100 hari kerja . Penulis wajib mengikuti aturan kerja magang harus disiplin waktu di Disnaker Kota Bandung. Waktu operasional yang di tetapkan Pemerintahan Kota Bandung yaitu pukul 08:00 WIB dan selesai pada pukul 15:00 WIB, dari hari Senin sampai dengan hari Jumat. Waktu libur yang di tetapkan Disnaker yaitu hari Sabtu dan Minggu.

#### **3.2.12 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

##### **A. Proses Administrasi Kampus (UMN)**

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di [www.gapura.umn.ac.id](http://www.gapura.umn.ac.id).
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

##### **B. Proses Administrasi Kampus (UMN)**

Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengisi form data diri pada Google Form pada tanggal 21 Januari 2022 yang diberikan oleh pihak Dinas Tenaga Kerja

Kota Bandung serta mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) kedalam form tersebut.

### C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Mengajukan CV magang Disnaker Kota Bandung pada tanggal 24 Januari 2022 terhitung sejak pengajuan CV sebelum dibolehkan magang oleh pihak Disnaker Kota Bandung pekerja magang inisiatif melakukan kegiatan magang secara sukarela untuk pelayanan masyarakat dalam perencanaan konten media sosial Disnaker Kota Bandung.
2. Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai perencanaan konten dan editorial kalender media sosial Disnaker Kota Bandung.
3. Penugasan dan kebutuhan informasi dan pelayanan masyarakat, didampingi langsung oleh *SuperVisor* pelayanan masyarakat Septian Nugraha selaku Pembimbing Lapangan.
4. Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA