

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet tidak hanya tempat informasi melainkan telah menjadi tempat untuk hiburan dan berjejaring sosial dengan akses situs Instagram, Twitter, Facebook, dan Youtube. Situs ini merupakan budaya populer yang mempengaruhi audiens secara sosial maupun budaya dengan menawarkan audiens untuk mem-*posting* profil, foto, video, dan audio, bergabung dalam grup obrolan, mengirim pesan, menonton video, mendengarkan musik. Kecintaan audiens pada situs-situs ini dapat meningkatkan pendapatan di berbagai situs sosial ini, Blakeman (2018). Situs sosial dapat diartikan sebagai media sosial atau platform berbasis Internet yang bebas diakses oleh pengguna Internet secara luas.

Semua orang ada di media sosial ketika mereka perlu mengetahui lebih banyak informasi tentang topik apa pun, Schaffner (2019). Media sosial dapat digunakan untuk mendapatkan atau memberikan bahkan menyebarkan informasi yang dapat dikelola sebagai jembatan penghubung terhadap antar pengguna media sosial.

Media sosial juga membuat pemasaran tradisional, periklanan, dan upaya hubungan masyarakat menjadi lebih efektif. Integrasi adalah kuncinya dan menjalankan rencana pemasaran, periklanan, atau hubungan masyarakat dengan media sosial terbayar dalam hasil bisnis yang nyata, Quesenberry (2018).

Media sosial yang dapat digunakan adalah Instagram. Instagram memiliki jangkauan target audiens yang lebih muda dan dapat digunakan untuk mem-*posting* foto produk, karyawan, lingkungan, ataupun acara. Instagram berfungsi saluran media yang bagus untuk melibatkan konten foto dan video untuk mendapatkan *User-Generated Content*. Penggunaan tagar di Instagram sangat penting untuk pencarian tren yang relevan dengan strategi media sosial dapat ditemukan dan

digunakan untuk berpartisipasi dalam diskusi guna mendapatkan pengikut dan kesadaran sebuah merek.

Lahirnya Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik dan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang mewujudkan upaya untuk menjamin pelayanan publik yang baik. Pelayanan publik merupakan hal terpenting dalam pengelolaan administrasi publik saat ini. Tatanan pemerintahan yang baik pada dasarnya membutuhkan partisipasi semua pemangku kepentingan, baik di birokrasi maupun masyarakat yang harus berpedoman pada kebutuhan masyarakat dalam memberikan pelayanannya yang terbaik, (Harahab, 2016).

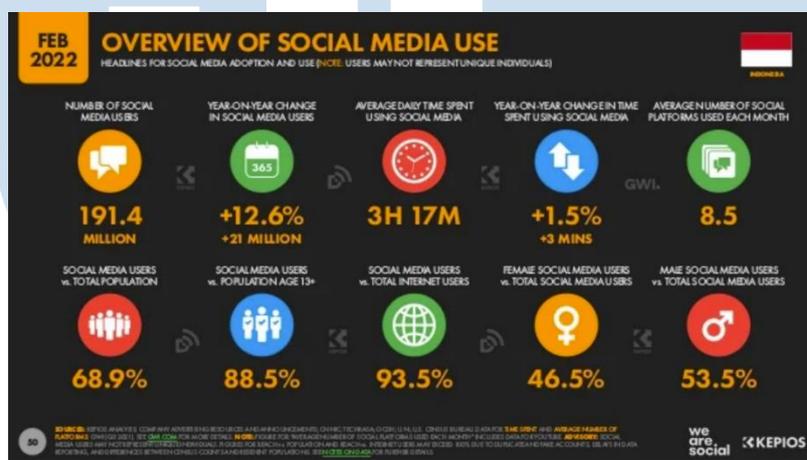
Pelayanan pemerintah kepada masyarakat yang marak pada zaman sekarang adalah Teknologi Informasi (TI) yang berkembang sangat pesat terutama teknologi komputer dan jaringan Internet serta penyebaran Internet melalui nasional dan telekomunikasi yang sudah merambah hingga ke pelosok desa. Kemajuan teknologi ini memberikan dampak yang besar terhadap manajemen pemerintahan, berkembangnya sistem pelayanan publik melalui Internet yang dikenal dengan *e-government* (Supriyanto, 2016).

E-Government memungkinkan interaksi dan komunikasi baru antara pemerintah daerah dan pemerintah pusat, antara pemerintah dan masyarakat, dan antara pemerintah dan bisnis. Tujuan *e-government* yaitu memberikan pelayanan publik secara transparansi, penggunaan teknologi informasi yang efektif dan efisien. Penerapan *e-government* di sektor pemerintahan memegang peranan yang penting dalam merealisasikan tujuan pemerintah dalam meningkatkan kualitas pelayanan pemerintah kepada publik. Teknologi informasi ini menggunakan platform atau jembatan penghubung antara pemerintah dengan publik yang disebut dengan media sosial. Pertumbuhan media sosial ini memiliki dampak yang baik bagi perkembangan teknologi informasi di segala bidang.

Namun, sistem informasi dalam *e-government* lebih berpusat pada konteks dan pengelolaannya. Pengelolaan media sosial yang baik, masyarakat tidak perlu pergi ke kantor pemerintah ketika membutuhkan informasi, masyarakat bisa

mendapatkan semua informasi yang dibutuhkan atau dapat menghubungi media sosial pemerintah hanya dengan menggunakan teknologi Internet.

Pemerintah membutuhkan media sosial sendiri selain menyebarkan informasi secara transparan, media sosial merupakan platform yang banyak digunakan karena selain mudah diakses, mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan, dan menghemat waktu serta tenaga yang dikeluarkan. Berikut merupakan jumlah pengguna media sosial pada bulan Februari 2022 di Indonesia.



Gambar 1. 1 Pengguna Sosial Media di Indonesia

Sumber: Website Data Reportal (2022)

Berdasarkan data dari Data Reportal bulan Februari 2022 dapat dijabarkan bahwa penggunaan sosial media mencapai 191,4 juta dengan total populasi mencapai 68,9 persen di Indonesia. Tidak hanya memperoleh informasi, media sosial juga dapat digunakan sebagai ajang perlombaan di sektor pemerintahan antar wilayah. Pemanfaatan teknologi di bidang media sosial ini menjadikan pemerintah pusat, kota, kabupaten, serta kecamatan melakukan pelayanan sebagai strategi komunikasi penyebaran pesan dan informasi terkait pelayanan terbaik di setiap wilayah.

Pemerintah di berbagai sektor terutama sektor perikanan tentunya memerlukan strategi untuk menampilkan pesan atau informasi dengan efektif dan efisien di media sosial, maka pemerintah memerlukan *social media specialist*. Sektor perikanan yang memerlukan seseorang tersebut berada di wilayah

Palabuhanratu atau biasa dikenal sebagai Pelabuhan Perikanan Nusantara Palabuhanratu (PPN Palabuhanratu).

PPN Palabuhanratu bergerak di bidang perikanan yang memiliki pelayanan atas dasar Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 85 tahun 2021 mengenai Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang berlaku pada Kementerian Kelautan dan Perikanan. Melihat hal tersebut PPN Palabuhanratu menggunakan media sosial untuk menginformasikan terkait aktivitas di pelabuhan dengan didasari oleh *social media specialist* sebagai sarana agar informasi atau pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik dan tersusun sesuai dengan strategi.

Proses kerja magang ini berdasarkan pertimbangan terhadap penerapan pembelajaran yang telah dipelajari, memahami strategi di bidang media sosial dengan peran *social media specialist*, keingintahuan lingkungan kerja, dan mencari pengalaman, relasi, dan ilmu di dalam sektor pemerintahan terutama di PPN Palabuhanratu.

Aktifitas media sosial PPN Palabuhanratu dilihat dari Instagram dan Twitter yang cukup terbilang pasif karena tidak memiliki kegiatan yang aktif dalam setiap harinya. Terutama *posting*-an Instagram yang kurang menarik, *Instastory* yang tidak setiap hari (cenderung tidak menggunakannya), tidak ada interaksi dengan publik menjadi alasan dalam memilih magang di PPN Palabuhanratu sebagai *Social Media Specialist* untuk membenahi, mengelola, menggunakan media sosial yang sesuai dengan standar Ilmu Komunikasi dengan baik.

Terdapat instansi lain selain PPN Palabuhanratu di sektor perikanan sebagai acuan dari perbandingan dengan melihat tinjauan atau referensi luar. Beberapa instansi tersebut adalah PPN Brondong dan PPN Kerjawanan. Dilihat dari Instagram @ppnkejawan memiliki *posting*-an yang terlihat berantakan, tidak setiap hari mem-*posting*, tidak memiliki template agar terlihat lebih rapih dan menarik. Namun, intensitas keaktifannya dapat dilihat dari *Instastory* yang selalu *update* setiap hari maka publik akan melihat bahwa PPN Kerjawanan sangat aktif dalam mengelola sosial media dan memiliki *followers* lebih tinggi daripada PPN Palabuhanratu dan PPN Brondong. Sedangkan Instagram @ppnbrondong memiliki

posting-an yang tidak terlalu berantakan karena memiliki *template* atau *cover posting-an* dengan dominan warna biru tua, tidak setiap hari mem-*posting*, dan intensitas keaktifannya sangat kurang karena tidak ada aktivitas apapun dalam *Instastory* ataupun *posting-an*.

Sedangkan dari Twitter, @ppnkejawan terlihat aktif dengan mem-*posting* setiap hari mengenai topik yang sedang dibahas tidak halnya dengan @PPN_Brondong yang terlihat tidak setiap hari mem-*posting* sama halnya dengan @ppn_ratu. Oleh karena itu, PPN Kejawan terlihat lebih banyak memiliki pengikut media sosial daripada PPN Palabuhanratu dan Brondong karena keaktifannya dalam memberikan informasi setiap harinya. Sebagai perbandingan dari *insight* yang dilakukan akan mempermudah untuk mengenali minat pengikut Instagram dalam membuat konten yang menarik.

PPN Palabuhanratu memerlukan pengelola media sosial agar lebih unggul dibandingkan dengan instansi lainnya karena akan memberikan pelayanan yang lebih optimal yang disalurkan melalui Internet dengan menggunakan media sosial sebagai pelayanan publik yang baik. Media sosial yang akan dikelola akan terlihat lebih terurus dalam mem-*posting*, terlihat aktif dan interaktif, dan menarik dilihat bagi publik yang akan menimbulkan persepsi baik terhadap PPN Palabuhanratu sebagai umpan balik terhadap pelayanan yang diberikan.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas media sosial di PPN Palabuhanratu. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

- 1) Mengetahui proses kerja pada bagian Pranata Hubungan Masyarakat di PPN Palabuhanratu.
- 2) Mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan tentang *Social Media Specialist* pada bagian Pranata Hubungan Masyarakat dalam Subbagian Tata Usaha di PPN Palabuhanratu.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada Oktober sampai Desember 2022 dengan durasi enam puluh hari kerja atau tiga bulan sesuai dengan Panduan Magang Angkatan 2017 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi Ilmu Komunikasi. Praktik kerja magang dilaksanakan secara *Work From Home* yang dilaksanakan dari hari Senin–Sabtu dengan durasi 7 jam terhitung dari 09.00-16.00 WIB.

1.3.2 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.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di surel 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 Google Form yang sudah disediakan oleh Prodi 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 Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang menghubungi Kepala Subbagian Umum Dwi Retno Utari serta mengirimkan email ke ppn.palabuhanratu@kkp.go.id pada tanggal 28 September 2022 yang diberikan oleh pihak PPN Palabuhanratu dengan mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang).

- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di PPN Palabuhanratu dengan menerima pesan surat persetujuan KKL (Kuliah Kerja Lapangan) melalui akun email resmi lembaga pada tanggal 10 Oktober yang ditandatangani oleh Pelaksana Harian Kepala Pelabuhan Perikanan Nusantara Palabuhanratu, Amirullah Sjahir.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *social media specialist* bagian Pranata Hubungan Masyarakat dalam Subbagian Tata Usaha.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Subbagian Tata Usaha dengan jabatan Arsiparis Terampil Bagoes Cahjadi selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) 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.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Inco Hary Perdana selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Microsoft Teams.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

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