

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

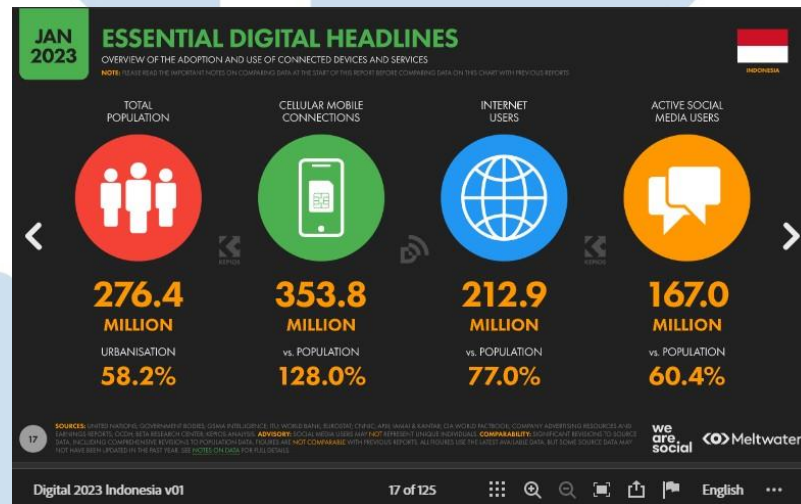
Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) merupakan komunitas yang saat ini berfokus dalam urusan kebencanaan. Tujuan dari didirikannya komunitas ini adalah untuk membangun masyarakat Lebak Selatan agar lebih siap siaga dalam menghadapi bencana-bencana yang sering terjadi disana. Sehingga, dimulai dengan adanya inisiatif dari warga yang tinggal di Panggarangan, Gugus Mitigasi Lebak Selatan pun terbentuk dan masih mengusahakan tujuan tersebut hingga saat ini. Sebagai komunitas yang ingin mengkomunikasikan beragam edukasi kebencanaan kepada masyarakat, media sosial merupakan salah satu platform yang dapat digunakan oleh komunitas ini.

Hingga awal tahun 2023, Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) telah berhasil membangun kehadiran online melalui media sosial Instagram, dengan akun resmi @gugusmitigasibaksel yang telah berhasil menarik perhatian dan mendapatkan pengikut yang signifikan. Meskipun Instagram telah memberikan platform yang efektif untuk berbagi informasi dan berkomunikasi dengan masyarakat, GMLS menyadari bahwa tren perilaku pengguna media sosial terus berkembang. Oleh karena itu, organisasi ini merasa penting untuk memperluas cakupan dan meraih target audiens yang lebih luas dengan memanfaatkan platform TikTok.

Mengenalkan diri melalui TikTok dianggap sebagai keputusan yang baik karena platform ini menawarkan format video pendek yang dinamis dan menarik. TikTok sangat populer di kalangan pengguna yang lebih muda dan aktif, yang seringkali merupakan segmen masyarakat yang sulit dijangkau

melalui media konvensional. Dengan memanfaatkan tren kreativitas dan konten singkat yang mendominasi TikTok, GMLS dapat menyampaikan pesan-pesan penting mengenai mitigasi bencana dengan cara yang lebih menarik dan mudah dicerna oleh audiens yang lebih muda.

Teknologi informasi dan komunikasi merupakan salah satu dari banyaknya jenis teknologi yang lahir dari gerakan revolusi industri 4.0. Gerakan ini sendiri sudah bermunculan sejak tahun (Laksana, 2019). Teknologi informasi dan komunikasi sendiri telah menciptakan suatu hal yang bernama internet. Hingga saat ini, penggunaan internet telah digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia sebagai bagian dari kehidupannya sehari-hari. Beberapa kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat dengan internet adalah dengan menyebarkan informasi, mengedukasi, melakukan promosi, dan lain-lain.



Gambar 1.1 1Daftar Pengguna Internet per januari 2023
Sumber: Kem (2023)

Berdasarkan informasi yang tercantum di atas, jumlah penduduk Indonesia yang menggunakan Internet mencapai 212.9 juta, dengan 167 juta di antaranya aktif menggunakan platform media sosial. Pada tahun sebelumnya,

data dari *We Are Social* menunjukkan bahwa pengguna Internet mencapai 204.7 juta orang. Dengan demikian, terdapat peningkatan sebesar 8.2% dalam pengguna Internet dari tahun 2022 ke 2023. Analisis ini mengindikasikan bahwa penggunaan Internet semakin meningkat setiap tahunnya.

Salah satu kegunaan utama Internet bagi masyarakat adalah dalam bidang pemasaran, khususnya melalui media sosial. (Tuten & Solomon, 2017) dalam bukunya berjudul *Social Media Marketing*, menjelaskan bahwa pemasaran melalui media sosial melibatkan pemanfaatan teknologi seperti media sosial dan perangkat lunak lainnya untuk berkomunikasi serta menawarkan produk kepada pemangku kepentingan.

No.	Nama Data	Nilai / Pengguna
1	Amerika Serikat	143.408.000
2	Indonesia	106.518.000
3	Brasil	94.960.500
4	Meksiko	68.898.500
5	Vietnam	62.616.000
6	Rusia	59.121.000
7	Pakistan	48.122.000
8	Filipina	39.848.500
9	Thailand	38.088.000
10	Turki	35.746.000

Gambar 1.1 2 Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak
Sumber: Annur (2023)

Data di atas merupakan tabel dari negara yang memiliki pengguna TikTok terbanyak di dunia dilansir oleh We Are Social per Oktober tahun 2023. Gambar di atas menyatakan bahwa Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai negara yang memiliki akun TikTok terbanyak setelah Amerika TikTok menduduki peringkat tinggi dalam kategori ini karena fitur-fitur seperti

story, *live*, dan *fyp*, yang menyajikan video yang kreatif dan menghibur. Kehadiran konten-konten menarik ini membuat TikTok menjadi platform yang digemari oleh masyarakat untuk berbagi informasi, seperti lokasi *hidden gem*, ulasan tempat yang sedang tren, hiburan, dan edukasi. Oleh karena itu, tak heran jika perusahaan sering menggunakan TikTok sebagai saluran untuk memasarkan produk mereka.

TikTok, sebuah platform media sosial yang tengah mengalami pertumbuhan pesat dan menjadi fenomena viral baru-baru ini, diperkenalkan pada tahun 2016 oleh perusahaan asal Tiongkok, *ByteDance*. TikTok memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video pendek yang kreatif dengan durasi singkat, biasanya berkisar antara 15 hingga 60 detik. Keunikan aplikasi ini terletak pada fokusnya pada musik, tarian, dan format konten yang mudah diakses, menarik bagi berbagai kalangan pengguna.

Daya tarik utama TikTok terletak pada kemampuannya untuk menyajikan konten yang ringan, menghibur, dan mudah dihasilkan. Fasilitas seperti algoritma pemetaan waktu yang efektif dan dukungan musik yang beragam memungkinkan pengguna dengan cepat menemukan konten yang sesuai dengan minat mereka. Selain itu, kolaborasi antar pengguna, tantangan, dan tren tertentu mampu membuat video-videonya menyebar dengan cepat.

Tidak hanya sebagai wadah hiburan, TikTok juga mulai berperan sebagai media edukasi. Berkat format video yang singkat dan mudah dimengerti, beragam konten edukatif tersebar di TikTok. Pengguna dapat berbagi pengetahuan, keterampilan, dan informasi di berbagai bidang, termasuk sains, seni, bahasa, sejarah, dan lainnya. Ini menciptakan peluang untuk memperluas pengetahuan pengguna dengan cara yang menyenangkan dan interaktif.

Kemudian, mengingat konteks Indonesia yang sering mengalami bencana alam seperti gempa bumi, banjir, dan tsunami, edukasi mengenai mitigasi bencana menjadi sangat penting. TikTok dapat berperan sebagai alat efektif untuk menyebarkan informasi dan pengetahuan terkait mitigasi bencana kepada masyarakat. Melalui video pendek yang menarik, platform ini dapat menyampaikan pesan-pesan edukatif dengan cara yang lebih mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat.

Contoh konten TikTok edukatif terkait mitigasi bencana mencakup tips keamanan, persiapan darurat, dan langkah-langkah cepat yang perlu diambil dalam situasi bencana. Kolaborasi dengan para ahli bencana, badan penanggulangan bencana, atau lembaga kemanusiaan dapat memperkuat kredibilitas informasi yang disampaikan melalui platform ini.

Dari gambaran media sosial di atas, dapat disimpulkan bahwa platform media sosial, salah satunya TikTok, menjadi kunci penting bagi perusahaan saat ini. Sebagai hasilnya, posisi di divisi media sosial, terutama yang terfokus pada TikTok, menjadi pekerjaan yang vital bagi kemajuan perusahaan. Hingga tahun 2023, Gugus Mitigasi Lebak Selatan sudah memiliki 28 kolaborator. Oleh karena itu, penggunaan media sosial juga dibutuhkan agar komunitas ini dapat semakin dikenal oleh kalangan masyarakat luas.



Gambar 1.1 3 Daftar Kolaborator GMLS
 Sumber: Dokumen Perusahaan

Saat ini, untuk terhubung dengan masyarakat, media sosial adalah salah satu cara yang paling efektif. Sebab, hampir seluruh masyarakat menggunakan media sosial. Hal ini tidak mengecualikan Gugus Mitigasi Lebak Selatan yang ingin memperluas jangkauannya dengan menggunakan komunikasi melalui media sosial yang lebih banyak lagi, yaitu dengan memperluas komunikasinya di platform TikTok yang saat ini masih terhitung baru. Sehingga, akhirnya diputuskan untuk menjadi TikTok Specialist di Gugus Mitigasi Lebak Selatan

Saat ini, Tiktok adalah sebuah platform yang saat ini sangat populer dan banyak sekali hal-hal menarik dari aplikasi tersebut yang menjadi viral dikalangan anak-anak muda. Bahkan topik-topik pembicaraan dikalangan anak muda sekarang banyak yang berasal dari aplikasi TikTok. Sehingga, sebagai kaum generasi Z, mahasiswa meyakini bahwa dengan seringnya update trend Tiktok, akun Gugus Mitigasi Lebak Selatan dapat menjangkau lebih banyak anak-anak muda melalui konten-konten yang akan diunggah di akunnya.

Gugus Mitigasi Lebak Selatan memilih untuk memiliki akun di Instagram dan TikTok karena keduanya menawarkan pendekatan komunikasi

yang berbeda dan dapat menjangkau kelompok sasaran yang lebih luas. Pertama, Instagram adalah platform visual yang memungkinkan komunitas tersebut untuk berbagi informasi, foto, dan cerita terkait upaya mitigasi dengan lebih rinci. Instagram memberikan platform yang solid untuk membangun kesadaran dan keterlibatan melalui gambar dan deskripsi yang mendalam.

Kedua, TikTok memberikan dimensi kreatif dan cepat dengan format video pendek yang sangat populer di kalangan generasi muda. Dengan hadir di TikTok, Gugus Mitigasi Lebak Selatan dapat menyampaikan pesan-pesan penting secara lebih dinamis dan menarik bagi pemirsa yang mungkin tidak terlalu aktif di Instagram. TikTok juga memungkinkan keterlibatan interaktif melalui tantangan atau tren yang dapat memberikan dampak positif dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap upaya mitigasi.

Hanya menggunakan Instagram saja mungkin tidak mencukupi karena platform ini lebih bersifat statis dibandingkan TikTok. Dengan menghadirkan diri di kedua platform, Gugus Mitigasi Lebak Selatan dapat memanfaatkan kekuatan masing-masing media sosial untuk mencapai audiens yang lebih luas, menciptakan kesadaran yang lebih mendalam, dan memperkuat keterlibatan komunitas dalam upaya mitigasi di wilayah Lebak Selatan.

Keputusan untuk memilih melaksanakan magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan bukan tanpa didasari oleh alasan. Beberapa hal yang menjadi kelebihan yang dimiliki oleh komunitas ini adalah, Gugus Mitigasi Lebak Selatan dapat menjadi masyarakat yang *Tsunami Ready* hingga diakui oleh UNESCO-IOC seperti saat ini tanpa mendapat bantuan dari lembaga pemerintahan. Lalu dari 5700 desa yang rawan tsunami di Indonesia, pengakuan tersebut hanya diberikan kepada empat desa dan salah satunya adalah Desa Panggarangan yang menjadi tempat komunitas ini tinggal.

Prestasi-prestasi tersebut membuktikan adanya komitmen yang dimiliki oleh Gugus Mitigasi Lebak Selatan untuk terus bertumbuh agar dapat menyampaikan lebih banyak edukasi mengenai kebencanaan kepada masyarakat sekitar. Sehingga, untuk ikut terlibat dalamnya, menjadi TikTok Specialist adalah salah satu cara untuk mendukung GMLS untuk mencapai tujuannya. UMN yang telah menjadi kolaborator dalam beberapa tahun ini juga meyakinkan mahasiswa untuk menaruh kepercayaan kepada GMLS untuk ikut terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang dapat menuju masyarakat “Siaga tsunami” disana.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas pada komunitas yang bergerak di bidang kebencanaan. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Melatih kemampuan untuk membuat *content* sesuai dengan *content pillar* (edukasi, hiburan, dan informasi) dan *editing content* yang dapat meningkatkan ketertarikan penonton.
2. Mengasah kemampuan untuk meningkatkan *time management*, *team coordination*, dan *critical and creative thinking* dengan bekerja secara langsung di dunia pekerjaan.
3. Mengaplikasikan materi yang sudah dipelajari dari mata kuliah *social media and mobile marketing strategy*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu kerja magang disesuaikan dengan ketentuan yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara, dimana mahasiswa diwajibkan untuk melaksanakan program magang dengan jangka waktu minimal 847 jam kerja. Dengan

catatan tersebut, peserta magang melaksanakan program kerja magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan mulai dari 1 September 2023 hingga 31 Januari 2023.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN secara luring di UMN.
- 2) Mengisi KRS Humanity Project di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh minimal 100 sks dan tidak ada nilai D dan E. Serta melakukan *request* transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Mengikuti proses seleksi yang dilakukan oleh kampus mulai dari membuat proposal singkat tugas akhir, video reels dengan tema “Pentingnya Literasi Bencana untuk Menghadapi Potensi Bahaya Gempa dan Tsunami di Banten.”
- 4) Melakukan registrasi perusahaan yang sudah ditentukan di merdeka.umn.ac.id. Lalu, mengerjakan form MBKM 03 berupa *daily task* di website yang sama.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses sebelum peserta magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan dimulai dengan mendaftarkan diri di link yang sudah tersedia bagi mahasiswa yang berminat untuk mengikuti Humanity Project.
- 2) Proses penerimaan di Gugus Mitigasi Lebak Selatan adalah dengan berhasilnya mengikuti rangkaian seleksi yang dilakukan oleh dosen pada mahasiswa Humanity Project, dilanjutkan dengan beberapa pembekalan terlebih dahulu sebelum akhirnya turun ke lapangan.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai TikTok *specialist* pada divisi *social media*
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Anis Faisal Reza selaku *director* dan supervisor lapangan.

- 3) Pengisian dan persetujuan dari supervisi terkait *daily task* yang tertera di merdeka.umn.ac.id dikerjakan selama magang berlangsung.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Tarrence Karmelia Kontessa S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing melalui pertemuan daring di Google Meet maupun luring di UMN.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA