

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia, sebagai negara yang terletak di zona cincin api Pasifik, rentan terhadap berbagai bencana alam. Bencana-bencana seperti gempa bumi, letusan gunung berapi, banjir, tanah longsor, dan tsunami seringkali melanda berbagai wilayah di Indonesia. Kondisi geografis yang kompleks dan faktor lingkungan seperti deforestasi serta perubahan iklim turut memperparah dampak dari bencana-bencana tersebut. Dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan yang diakibatkan oleh bencana alam seringkali mengakibatkan kerugian besar bagi penduduk, infrastruktur, dan lingkungan, mendorong perlunya upaya mitigasi, penanggulangan, dan adaptasi yang berkelanjutan untuk mengurangi risiko serta melindungi masyarakat dari dampak yang lebih parah di masa mendatang.

Bayah dan Desa Panggarangan merupakan dua wilayah yang terletak di Kabupaten Lebak, Banten, Indonesia. Bayah dikenal dengan keindahan alamnya yang memikat, terutama pantai-pantai eksotisnya seperti Pantai Ciantir dan Pantai Sawarna yang menarik bagi para wisatawan. Sementara itu, Desa Panggarangan terkenal dengan kearifan lokal masyarakatnya dalam melestarikan tradisi dan budaya Sunda yang kental, ditandai dengan adat istiadat serta seni musik dan tarian tradisional yang masih dijaga dengan baik. Kedua wilayah ini memperlihatkan potensi pariwisata dan kekayaan budaya yang perlu terus didukung dan dilestarikan untuk mempromosikan warisan Indonesia kepada dunia serta meningkatkan kesejahteraan lokal melalui pengembangan sektor pariwisata yang berkelanjutan. Tetapi dengan keindahan yang dimiliki tentu ada bencana alam yang dapat terjadi secara besar-besaran yaitu Gempa Bumi, Tsunami, dan longsor.

Mitigasi bencana menjadi penting karena upaya ini bertujuan untuk mengurangi dampak buruk yang dapat ditimbulkan oleh bencana alam atau kejadian bencana lainnya. Melalui mitigasi, berbagai langkah persiapan dan

tindakan preventif dilakukan sebelum bencana terjadi atau pada saat risiko bencana masih dapat diperkirakan. Hal ini membantu dalam mengurangi kerugian manusia, kerusakan infrastruktur, dan dampak lingkungan yang dapat terjadi ketika bencana terjadi. Upaya mitigasi meliputi pemahaman risiko bencana, perencanaan penanggulangan, pembangunan infrastruktur yang tahan bencana, pengembangan sistem peringatan dini, serta peningkatan kapasitas masyarakat dalam menghadapi dan merespons bencana. Dengan demikian, mitigasi bencana berperan penting dalam melindungi nyawa, harta benda, serta sumber daya alam, serta membantu masyarakat untuk pulih lebih cepat setelah bencana terjadi.

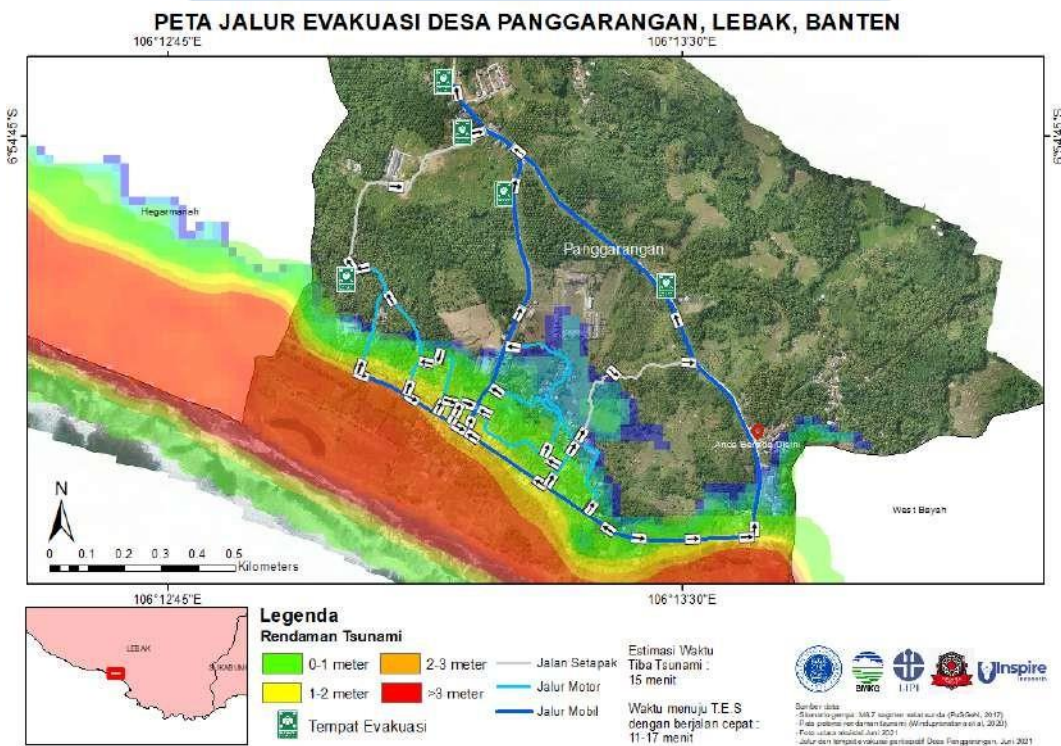
Universitas UMN telah menjalin kerja sama yang erat dengan Gugus Mitigasi Lebak Selatan dalam upaya bersama untuk meningkatkan mitigasi bencana di daerah tersebut. Melalui kolaborasi ini, mahasiswa UMN terlibat langsung dalam kegiatan mitigasi bencana, memberikan bantuan serta sumber daya yang dibutuhkan. Proyek ini tidak hanya memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat, tetapi juga memberikan pengalaman berharga kepada mahasiswa, memperkaya wawasan mereka tentang tanggung jawab sosial dan kemanusiaan. Dengan demikian, kerja sama ini bukan hanya tentang memberikan bantuan fisik, tetapi juga menjadi pelajaran berharga bagi mahasiswa UMN untuk memahami peran mereka dalam membangun masyarakat yang berkelanjutan.

Kampanye door to door adalah strategi pemasaran yang melibatkan kunjungan dari satu rumah ke rumah lainnya untuk mempromosikan produk, layanan, atau ide. Strategi ini dilakukan dengan cara mengunjungi rumah-rumah warga dan bertemu langsung dengan masyarakat. Namun, kampanye door to door juga memiliki tantangan, seperti beberapa orang mungkin tidak tertarik dengan produk atau layanan yang dipromosikan, atau mereka mungkin skeptis terhadap klaim yang dibuat. Oleh karena itu, strategi yang tepat perlu dilakukan untuk mengatasi tantangan dan mencapai tujuan kampanye. Menurut Leadsquared, promosi door to door atau pintu ke pintu adalah proses penjualan langsung. Agen penjualan mengunjungi beberapa rumah di wilayah geografis tertentu dan mencoba meyakinkan target pasar untuk membeli produk atau layanan mereka

dan menurut Revenue Grid, promosi D2D adalah metode penjualan langsung di mana sales akan mengunjungi calon pelanggan potensial di rumahnya dan menjanjikan calon pelanggan untuk membeli produk, dilansir dari store.sirclo.com.

Tujuan dari kampanye door to door yang penulis lakukan sedikit berbeda dengan apa yang para ahli sebutkan karena kampanye ini tidak ingin menjual sebuah produk atau membuat orang lain ingin memilih seseorang tetapi kampanye yang dilakukan penulis bertujuan untuk memberikan pengetahuan lebih terhadap apa yang perlu dilakukan masyarakat pada saat terjadinya gempa bumi dan juga tsunami, karena potensi yang dimiliki desa panggarangan dan desa sekitar cukup tinggi seperti data yang BMKG sudah berikan.

- memberikan data peta yang sudah dibuat

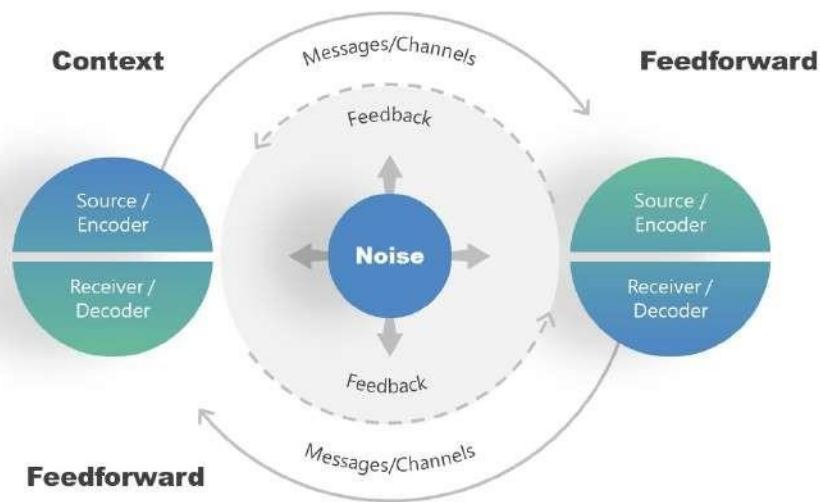


Gambar 1.1 Peta Jalur Evakuasi Desa Panggarangan, Lebak, Banten

Sumber: Dokumen Organisasi (2020)



Peta yang ada di atas adalah peta yang telah dibuat oleh BMKG, ITB, LIPI, GMLS, dan Uinspire. Melalui data tersebut kita bisa melihat bahwa daerah lebak ini akan terdampak tsunami yang cukup besar sampai bisa menghancurkan banyak desa secara bersamaan. Daerah yang berwarna merah adalah daerah yang akan terdampak sangat besar dan paling berbahaya karena wilayah rendaman yang dimiliki paling dalam yaitu lebih dari 3 Meter. Melalui berbagai kolaborasi lembaga maka dibuatlah jalur evakuasi yang memang aman untuk dilalui oleh masyarakat jika memang terjadi tsunami disana. Salah satu masalah yang harus dihadapi adalah masyarakat tidak tahu akan peta tersebut dan memang sudah menjadi program dari GMLS untuk mengedukasi masyarakat yang berada di wilayah pesisir pantai untuk dapat melakukan evakuasi dan tahu dimana jalur evakuasi yang telah dibuat. Dengan adanya *Door to door campaign* maka masyarakat yang berada di pelosok desa pun dapat teredukasi dengan potensi bahaya tsunami ini, tetapi harus dengan bahasa yang sederhana dan juga tidak boleh terkesan menakut-nakuti. Tantangan selanjutnya selain cara penyampaianya, ada kendala dari bahasa yang digunakan dari masyarakat tersebut. Daerah Lebak ini kebanyakan orang memakai bahasa sunda kasar dan ada beberapa masyarakat yang malah tidak mengerti bahasa indonesia. Kendala tersebut menjadi kendala paling sulit untuk dilewati karena memang tim dari kampanye ini ada yang tidak bisa menggunakan bahasa sunda. Kendala berikutnya adalah ras dari tim kampanye ini. Memang rata-rata dari masyarakat Lebak adalah pribumi dan tim dari kampanye ini rata-rata adalah ras Chinese atau Tionghoa. Melalui perbedaan ras, tim terkadang mendapatkan sebuah omongan yang memang rasis karena masyarakat disana jarang bertemu dengan ras lainnya sehingga tim pun harus bisa menerima keadaan tersebut dan terus sabar dalam mengedukasi, memang tidak semua masyarakat tetapi masih ada saja anak-anak yang kurang teredukasi masih melakukan hal tersebut.



Gambar 1.2 Model Komunikasi Interpersonal

Sumber: Dokumen Organisasi (2020)

Penulis menggunakan strategi dari teori *Interpersonal Communication* dari buku Joseph a. Devito 13th edition dan 14th edition. Komunikasi interpersonal adalah pertukaran informasi, ide, dan perasaan antara dua orang atau lebih. Ini melibatkan interaksi langsung antara individu-individu dalam situasi tatap muka, baik secara verbal maupun non-verbal. Teori *Interpersonal Communication* memiliki konsep dasar yaitu Kedua belah pihak terlibat aktif, Komunikasi interpersonal melibatkan partisipasi aktif dari semua pihak yang terlibat. Ini tidak hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga tentang mendengarkan dengan seksama dan merespons secara efektif. Konteks tatap muka, Komunikasi interpersonal terjadi dalam konteks tatap muka di mana individu-individu berinteraksi secara langsung, baik itu secara langsung berhadapan atau melalui media seperti video call. Verbal dan non-verbal, Selain kata-kata yang digunakan, komunikasi interpersonal juga melibatkan bahasa tubuh, ekspresi wajah, intonasi suara, dan gestur tubuh lainnya. Komponen non-verbal ini seringkali memberikan banyak informasi tambahan selain dari apa yang dikomunikasikan secara verbal. Keterlibatan emosional, Komunikasi interpersonal seringkali melibatkan aspek emosional. Ini mencakup pengungkapan perasaan, pemahaman terhadap emosi

orang lain, serta membangun hubungan yang berdasarkan kepercayaan dan keterbukaan. Pertukaran dua arah, Komunikasi interpersonal tidak hanya tentang satu pihak yang berbicara dan pihak lain yang mendengarkan. Ini melibatkan pertukaran pesan dua arah di mana kedua belah pihak berperan sebagai pengirim dan penerima pesan. Oleh karena itu tujuan dari interpersonal komunikasi, ini dapat memiliki tujuan-tujuan tertentu seperti membangun hubungan, menyelesaikan konflik, menyampaikan informasi, atau mendukung satu sama lain. Penulis juga menggunakan teori James W. Neuliep, seorang akademisi yang ahli dalam studi komunikasi antarbudaya, memandang intercultural communication sebagai proses komunikasi antara individu atau kelompok yang memiliki perbedaan budaya yang signifikan. Menurut Neuliep, intercultural communication mencakup pertukaran informasi, ide, dan persepsi antara individu atau kelompok dari latar belakang budaya yang berbeda. Neuliep juga menekankan bahwa dalam intercultural communication, penting untuk memahami dan menghargai perbedaan budaya untuk mengurangi hambatan komunikasi serta untuk membangun pemahaman yang lebih baik di antara individu atau kelompok yang terlibat dalam interaksi lintas budaya. Pendekatan yang ditekankan oleh Neuliep mengarah pada pentingnya kesadaran, keterampilan, dan penghormatan terhadap keberagaman budaya dalam proses komunikasi antarbudaya. Dari situ penulis belajar untuk menggunakan bahasa mereka sehari-hari walaupun sangat berbeda dengan bahasa sunda bandung yang terkesan lebih lembut. Perbedaan ras juga menjadi salah satu yang harus ditekankan karena dengan penulis yang memiliki ras tionghoa jadi penulis harus lebih berhati-hati dalam menggunakan kata-kata agar tidak menyinggung masyarakat. Penulis juga menekankan pada Komunikasi risiko, dimana proses yang memerlukan pertukaran informasi di antara para pemangku kepentingan untuk membantu kesiapsiagaan, respons, dan upaya pemulihan sebelum, selama, dan setelah peristiwa ekstrim tersebut mulai. Menurut Bandana Kar dan David M. Cochran, Jr. Komunikasi risiko tradisional mengikuti pendekatan perintah dan kendali di mana informasi disebarluaskan dari lembaga manajemen darurat ke komunitas berisiko yang lebih luas. Pendekatan ini memastikan bahwa pesan peringatan yang akurat disebarluaskan dari sumber

yang dapat diandalkan. Tetapi kelemahan dari pendekatan ini adalah masyarakat tidak bisa berpartisipasi sehingga mencegah pesan untuk sampai ke lembaga untuk memenuhi kebutuhan informasi. Jadi keseluruhan informasi tetap harus berasal dari lembaga yang berwenang dan tidak asal.

Penulis mengambil magang tersebut karena penulis ingin belajar untuk mengimplementasikan secara langsung apa yang sudah dipelajari dari interpersonal komunikasi. Penulis juga memang senang untuk bertemu orang yang baru dan senang untuk mendengarkan cerita dari masyarakat lokal di daerah tersebut. Penulis menggunakan kesempatan yang sudah diberikan untuk bisa belajar dalam menggunakan emosi seseorang karena untuk menyampaikan bahwa daerah masyarakat akan hancur itu cukup berat dan perlu pendekatan yang lambat sehingga masyarakat tidak merasa tersinggung dan marah saat penulis memberikan materi mitigasi bencana. Jadi penulis ingin menantang diri sendiri dengan terjun langsung ke masyarakat untuk memberikan materi mitigasi bencana secara informal.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas industri komunikasi pada Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana mengkomunikasikan mitigasi bencana kepada masyarakat desa
2. Mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan tentang *Interpersonal Communication* dan *Intercultural Communication* pada departemen *Marketing Communication* di Gugus Mitigasi Lebak Selatan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada September sampai November 2023 dengan durasi tiga puluh hari kerja atau enam ratus empat puluh

jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 2 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN.
- 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 Merdeka 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 merdeka.umn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-02 (MBKM *Humanity Project Card*), KM-03 (*Daily Task*), KM-04 (Form verifikasi laporan magang), Form bimbingan dengan dosen untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktek kerja magang dengan membuat video, ppt, dan membuat sebagian dari laporan tugas akhir untuk proses seleksi mengikuti *Humanity project batch 3*.
- 2) Proses penerimaan praktek kerja magang di GMLS berupa surat penerimaan pada bulan agustus dan sudah langsung dimasukkan pada group *Humanity project batch 3*

C. Proses Pelaksanaan Praktek Kerja Magang

- 1) Praktek kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Door to Door Campaign* pada Departemen Kreatif.

- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Direktur GMLS yaitu Bapak Anies selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pembiasaan dengan kondisi di desa dilakukan dengan adanya diksar yang dilakukan oleh Bapak Dadang dan Bapak Aan.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktek Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktek kerja magang dibimbing oleh Bapak Eko selaku Dosen Pembimbing.
- 2) Laporan praktek kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

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

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA