

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam pandangan Kottler & Ketler (2016), media sosial merupakan *platform* yang dimanfaatkan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video, dan informasi dengan komunikasi lainnya. Menurut Erwin (2021), media sosial dapat diartikan sebagai interaksi antara individu melalui menciptakan, membagikan, menukarkan, dan memodifikasi ide atau gagasan dalam bentuk komunikasi virtual atau jaringan. Media sosial yang berkembang dengan cepat pada masa kini memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi dan mengakses informasi di mana saja dan kapan saja (Wang & Tang, 2020).

Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial saat ini telah menjadi sarana komunikasi yang terkenal dan umum digunakan oleh masyarakat di berbagai belahan dunia. Dengan media sosial, kita diberi kemudahan dalam melakukan berbagai interaksi komunikasi pada umumnya, seperti pertukaran gagasan, berkolaborasi, dan berkenalan. Interaksi ini dilakukan secara maya melalui pengiriman tulisan *visual* ataupun *audiovisual*.

Mulawarman mengutip dalam Kosakasih (2020), bahwa istilah media sosial dapat diuraikan menjadi dua kata, yakni “media” dan “sosial”. Kata “media” diartikan sebagai suatu alat atau sarana yang dipakai untuk berkomunikasi, sedangkan “sosial” merujuk pada tindakan atau interaksi seseorang dengan masyarakat di sekitarnya, selayaknya interaksi sosial luring pada umumnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan alat komunikasi yang digunakan seseorang untuk berinteraksi dengan orang lain.

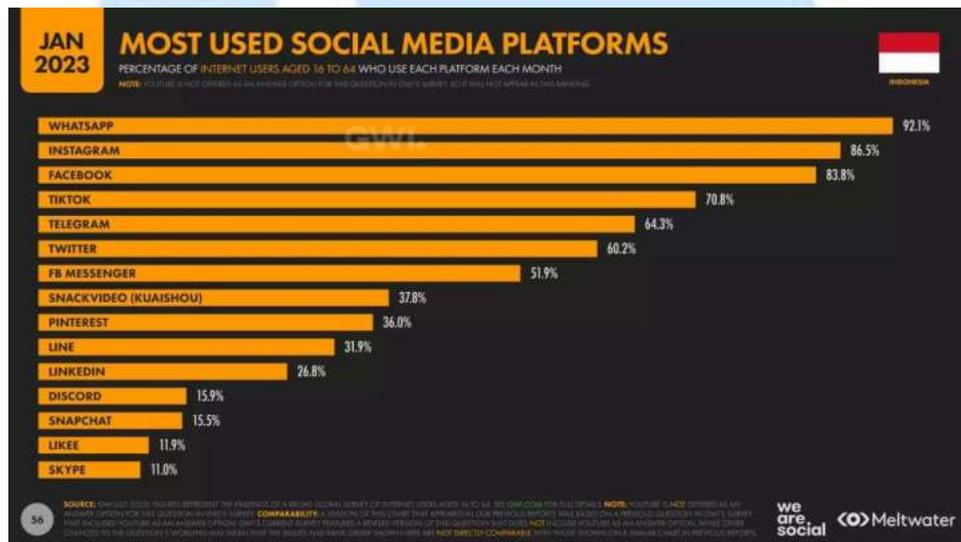


Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia (2023)
Sumber: Datareportal

Berdasarkan hasil riset Datareportal (2023) dalam laporan Digital 2023: Indonesia, terdapat sebanyak 212.9 juta pengguna internet dan 167.0 juta pengguna media sosial di Indonesia pada awal tahun 2023. Total jumlah penduduk di Indonesia pada 2023 sebanyak 276,4 juta jiwa. Dengan itu sebanyak 77% dari total populasi Indonesia memiliki akses kepada Internet dan 60,4% dari total populasi Indonesia memiliki akun dan merupakan pengguna aktif media sosial. Terdapat alasan dan faktor dibalik perkembangan jumlah pengguna internet yang semakin banyak setiap tahunnya.

Menurut Nurdin & Rusli (2023), salah satu faktor yang menjadi pemicu utama dari fenomena peningkatan jumlah pengguna internet diantaranya adalah dikarenakan perangkat internet *mobile* semakin terjangkau harganya bagi masyarakat. Oleh karena itu, semakin banyak orang yang dapat memiliki akses kepada internet dengan mudah dan terjangkau. Hal ini memungkinkan bagi pengguna internet dan media sosial untuk menjadi lebih meluas.

Terdapat berbagai macam *platform* media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat, diantaranya terdapat Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, dan X (atau yang dikenal sebagai Twitter). Setiap media sosial memiliki keunggulan, kegunaan, dan kekurangan masing-masing. Selain itu, setiap media sosial juga memiliki karakter pengguna yang berbeda-beda.



Gambar 1. 2 Platform Media Sosial yang Paling Banyak digunakan di Indonesia (2023)
Sumber: Datareportal

Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang marak digunakan di kalangan masyarakat Indonesia. Berdasarkan hasil laporan ini, terdapat sebanyak 89.15 juta penduduk Indonesia merupakan pengguna media sosial Instagram, yaitu 86,5% dari keseluruhan populasi penduduk Indonesia. Selain itu, perkembangan pengguna Instagram pada tahun 2023 dapat diketahui telah meningkat dari tahun sebelumnya, dimana jumlah pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 84,8%.

Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee, pola penggunaan media sosial oleh seorang individu dapat dilihat melalui tiga aspek utama. Pertama adalah jumlah waktu yang dihabiskan. Hal ini mencakup frekuensi, intensitas, dan durasi akses penggunaan ke situs tersebut. Kedua adalah isi atau konten media. Hal ini melibatkan pemilihan media dan metode yang sesuai untuk menyampaikan pesan secara efektif dan baik. Lalu, ketiga adalah hubungan individu dengan media yang merujuk pada keterkaitan pengguna dengan media sosial.

Media sosial memiliki peran signifikan dalam komunikasi bencana alam dengan kemampuannya dalam menyebarluaskan suatu informasi secara cepat dan luas. Dengan menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi mengenai bencana alam, masyarakat dapat mengakses informasi terkait bencana dengan mudah. Hal ini mempermudah penyebaran edukasi mengenai mitigasi bencana, membangun kesiapsiagaan masyarakat dalam menghadapi potensi bencana, penyebaran peringatan dini, petunjuk jalur evakuasi, dan informasi keselamatan pascabencana.

Kabupaten/kota	Kelas Bahaya	Kelas Kerentanan	Kelas Kapasitas	Kelas Risiko
A. Kabupaten				
1 PANDEGLANG	TINGGI	TINGGI	SEDANG	TINGGI
2 LEBAK	SEDANG	SEDANG	SEDANG	SEDANG
3 TANGERANG	SEDANG	SEDANG	SEDANG	SEDANG
4 SERANG	TINGGI	TINGGI	SEDANG	TINGGI
B. Kota				
1 KOTA TANGERANG	SEDANG	SEDANG	SEDANG	SEDANG
2 KOTA CILEGON	SEDANG	SEDANG	SEDANG	SEDANG
3 KOTA SERANG	SEDANG	SEDANG	SEDANG	SEDANG
4 KOTA TANGERANG SELATAN	SEDANG	SEDANG	SEDANG	SEDANG
Provinsi Banten	TINGGI	TINGGI	SEDANG	TINGGI

Gambar 1. 3 Tingkat Risiko Gempa di Banten
 Sumber: inarisk.bnpp.go.id

Indonesia merupakan negara yang rentan terhadap bencana alam, khususnya gempa bumi dan tsunami. Menurut BNPB (2021), sebagian besar gempa bumi disebabkan oleh tegangan pada lempengan yang bergerak dan kemudian melepaskan energi. Indonesia secara geologis terletak pada tiga lempeng utama, yaitu lempeng Eurasia, Indo-Australia, dan Pasifik, yang memiliki dinamika geologis yang sangat dinamis dan berpotensi menyebabkan gempa. Provinsi Banten merupakan wilayah yang memiliki potensi bencana gempa bumi yang tergolong kurang aman dengan adanya tingkat risiko yang tergolong tinggi dan sedang di sebagian wilayah. Di Lebak sendiri terkategori sebagai wilayah yang sedang dari risiko gempa bumi.

Dengan adanya potensi bencana yang cukup mengkhawatirkan di Lebak ini, maka penting untuk membangun komunikasi mengenai langkah-langkah pencegahan, pengurangan risiko, penanganan, hingga membangun resiliensi masyarakat pascabencana. Dampak dari bencana alam dapat mengancam keberlangsungan hidup, merusak struktur bangunan dan fasilitas, serta menyebabkan kerugian material. Membangun komunikasi melalui sarana media sosial sangat dibutuhkan untuk menyiapkan kesiapsiagaan masyarakat.

Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) adalah sebuah komunitas yang berkomitmen untuk meningkatkan pemahaman tentang kebencanaan, khususnya dengan memberikan penekanan pada upaya membangun kesiapsiagaan dan resiliensi masyarakat di Lebak Selatan dalam menghadapi potensi bencana. Gugus Mitigasi Lebak Selatan aktif bekerjasama dengan berbagai mitra yang memiliki visi dan misi sejalan untuk mencapai tujuan yang sama melalui berbagai kegiatan dan program yang diselenggarakan. Salah satu sarana dalam meningkatkan pemahaman tentang bencana alam ke masyarakat adalah dengan menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi. Media sosial yang digunakan oleh Gugus Mitigasi Lebak Selatan diantaranya adalah Instagram dengan nama akun @gugusmitigasibaksel. Selain Instagram, Gugus Mitigasi Lebak Selatan juga aktif dalam menjalani komunikasi bencana melalui TikTok dan WhatsApp.

Gugus Mitigasi Lebak Selatan menggunakan Instagram sebagai sarana komunikasi bencana karena *platform* media sosial ini menyediakan fitur dan konten *audiovisual* yang efisien untuk menyampaikan segala hal terkait mitigasi bencana. Dengan menggunakan konten foto dan video, Instagram memfasilitasi suatu informasi yang mudah untuk dipahami oleh masyarakat. Fitur Instagram *Story* juga memungkinkan penyampaian informasi yang singkat dan ringkas mengenai bencana alam, sementara penggunaan *hashtag* dapat membantu mengumpulkan dan mencari informasi terkait bencana dengan cepat. Melalui keterlibatan aktif pengguna, Instagram juga menjadi sarana komunikasi yang efektif untuk menyebarkan edukasi bencana alam, berita bencana alam, pesan keselamatan, langkah-langkah evakuasi, dan menggalang dukungan serta bantuan kepada korban bencana alam.

Oleh karena itu, untuk memberi ilmu mengenai kebencanaan dan membangun kesiapsiagaan masyarakat dalam menghadapi potensi bencana alam, Gugus Mitigasi Lebak Selatan mengelola media sosial dengan tujuan untuk mengkomunikasikan mitigasi bencana yang disampaikan melalui konten-konten informatif dan edukatif.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Selain sebagai syarat kelulusan mahasiswa-mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara, praktek kerja magang dilakukan dengan maksud tujuan sebagai berikut:

1. Menerapkan pengetahuan dan keterampilan pembelajaran kampus melalui praktek kerja magang di divisi *Social Media* di Gugus Mitigasi Lebak Selatan.
2. Menambah pengalaman dan mengasah *soft skill* dan *hard skill* dalam

dunia kerja nyata di Gugus Mitigasi Lebak Selatan. *Soft skill* yang diasah diantaranya adalah kemampuan dalam bekerja sama secara tim, berfikir secara kreatif, dan pengaturan waktu. Sedangkan *hard skill* yang dapat diasah mencakup kemampuan dalam perancangan dan pembuatan konten serta penggunaan aplikasi pembuatan konten, yaitu Capcut.

3. Mempelajari prosedur dan tahap yang dilalui dalam memproduksi konten dan mengelola media sosial sebagai sarana komunikasi.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang berlangsung selama 4 bulan, yaitu pada September hingga 31 Desember 2023. Waktu pelaksanaan kerja magang sesuai dengan panduan MBKM *Humanity Project Internship*, yaitu seratus hari kerja atau delapan ratus jam kerja dan sesuai dengan arahan dari Program Studi Ilmu Komunikasi

Tabel 1. 1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Tanggal	Jumlah Hari	Durasi
12 September - 31 Desember 2023	110 hari	802.5 jam

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

- A. Proses Administrasi Kampus Universitas Multimedia Nusantara
 1. Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi di *Function Hall*.
 2. Mengikuti seleksi MBKM *Humanity Project* Batch 3
 3. Mengisi KRS MBKM *Humanity Project* di Myumn.ac.id.
 4. Mendapatkan surat keterangan diterima magang pada 7 Agustus 2023.
 5. Mengikuti pertemuan pertama yang membahas mengenai keadaan Desa Panggarangan, keluarga besar Gugus Mitigasi Lebak Selatan, pembekalan magang, dan tugas akhir.
 6. Mengikuti pertemuan pertama dengan keluarga besar Gugus Mitigasi Lebak Selatan secara daring
- B. Proses Pelaksanaan Praktek Kerja Magang
 1. Praktek kerja magang dijalankan di divisi *Social Media*
 2. Penugasan dan sumber informasi didampingi secara langsung oleh Anis Faisal Reza selaku pendiri Gugus Mitigasi Lebak Selatan.

3. Media sosial yang digunakan dalam praktek kerja magang adalah Instagram

C. Proses Pembuatan Laporan Praktek Kerja Magang

1. Praktek laporan praktek kerja magang dibimbing langsung, baik secara *offline* maupun *online*, oleh Bu Cendera Rizki selaku dosen pembimbing.
2. Laporan praktek kerja magang diserahkan dan diajukan persetujuan dari kepala program studi ilmu komunikasi
3. Laporan praktek kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk memasuki proses sidang.

