

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

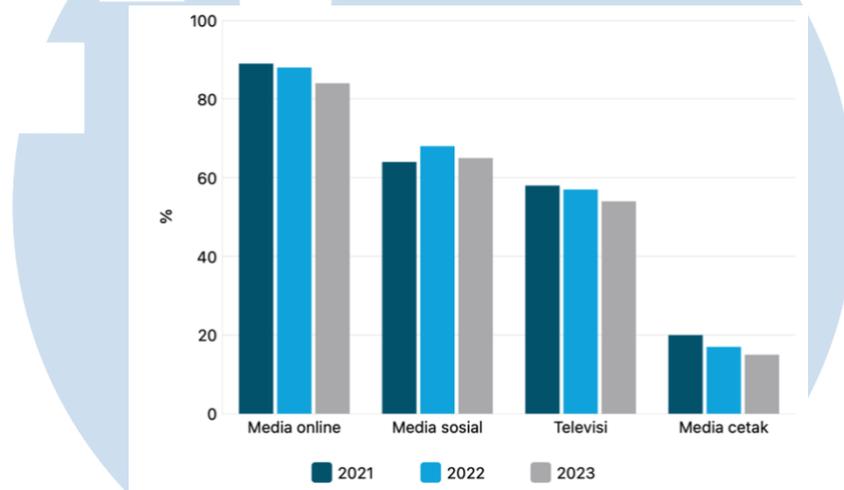
Kehadiran teknologi yang terus berkembang, informasi yang semakin mudah diakses, dan kemajuan dalam ilmu pengetahuan menjadi fenomena yang terjadi pada saat ini. Hampir seluruh bidang usaha baik industri swasta maupun instansi pemerintahan harus responsif dan mengikuti perkembangan tersebut. Pemerintah secara konsisten dihadapkan pada tuntutan untuk terus meningkatkan pelayanan publik, salah satunya adalah pelayanan informasi. Pelayanan informasi publik dianggap sebagai aspek yang sangat penting yang harus diprioritaskan oleh pemerintah, terutama setelah Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (UUKIP) diresmikan. Oleh sebab itu, penting bagi pemerintah untuk mengembangkan komunikasi yang efektif guna memajukan kinerja pemerintahan (Lee et al., 2017).

Dalam konteks pelayanan informasi publik, pemerintah membutuhkan peran dari humas pemerintahan. Humas memiliki peranan yang sangat penting sebagai penghubung yang dapat menghubungkan antara instansi pemerintah dengan berbagai pihak, baik yang ada di dalam maupun di luar lingkungan pemerintahan, terutama masyarakat yang menjadi fokus utama (Aris Arlinda & Prasetya Widodo, 2019)

Sebagai bagian yang tak terpisahkan dari struktur pemerintahan, tugas utama humas adalah memastikan bahwa komunikasi antara instansi pemerintah dan masyarakat berjalan lancar dan efektif. Ini berarti tidak hanya menyampaikan informasi tentang kebijakan, program, dan layanan pemerintah, tetapi juga membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat untuk memahami kebutuhan mereka dengan lebih baik. Dengan demikian, peran humas tidak hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga tentang memastikan bahwa pemerintah benar-benar memenuhi harapan dan kebutuhan masyarakat secara menyeluruh (Sani et al., 2020).

Penyampaian komunikasi dan informasi yang dilakukan oleh seorang humas

pemerintahan erat hubungannya dengan berkembangnya media saat ini. Dengan semakin berkembangnya teknologi, informasi banyak disalurkan melalui media online. Namun, tidak menutup kemungkinan penggunaan media lainnya oleh pemerintah agar penyampaian informasi lebih maksimal dan mampu menjangkau seluruh masyarakat.



Gambar 1. 1 Sumber Berita Utama Masyarakat Indonesia (2021-2023)
Sumber : databoks, 2023

Pernyataan ini diperkuat dengan survei yang dilakukan oleh Reuters Institute bertajuk Digital News Report 2023 terhadap 2.012 responden di Indonesia. Media online tetap menjadi pilihan utama responden meskipun terjadi penurunan dalam penggunaannya dari 89% pada 2021 menjadi 84% pada 2023. Sementara itu, media sosial menduduki peringkat kedua sebagai sumber berita utama di kalangan masyarakat Indonesia, dengan proporsi responden yang memilihnya mengalami variasi dalam dua tahun terakhir.

Tren penggunaan televisi sebagai sumber berita juga menunjukkan variasi seiring waktu, serupa dengan yang terjadi pada media sosial. Meskipun demikian, tren penggunaan media cetak terus menurun selama dua tahun berturut-turut. Menurut Reuters Institute dalam Kompas, meskipun media online dan sosial tetap menjadi pilihan utama untuk mendapatkan berita, terutama di wilayah perkotaan, TV dan media cetak masih memiliki relevansi yang signifikan bagi jutaan orang yang tidak memiliki akses internet.

Salah satu instansi pemerintahan yang menggunakan beragam media sebagai

sarana dalam penyebaran informasi yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat yaitu Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang. Salah satu cara yang mereka gunakan adalah melalui media sosial yaitu Instagram yang memungkinkan mereka untuk terhubung langsung dengan masyarakat secara online dan memperluas jangkauan informasi. Selain itu, mereka juga mengirimkan *pers release* atau artikel kepada situs-situs berita online untuk disebarluaskan kepada pembaca yang mengikuti perkembangan berita. Situs web resmi Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang juga merupakan sumber informasi penting, di mana mereka mempublikasikan berita terbaru, kebijakan, dan layanan yang disediakan.



Gambar 1. 2 Website Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang
Sumber: Website perusahaan, 2024

Penggunaan media cetak, seperti brosur dan pamflet, tetap menjadi metode efektif dalam menjangkau masyarakat yang tidak memiliki akses ke media online. Penggunaan *videowall* atau layar besar untuk menampilkan informasi secara visual juga menjadi metode yang efektif dalam menarik perhatian masyarakat. Selain itu, mereka aktif dalam menyelenggarakan sosialisasi pajak untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat seperti adanya sosialisasi menggunakan mobil keliling ke berbagai kecamatan di Kabupaten Tangerang. Dengan memanfaatkan berbagai jenis media tersebut, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang dapat memastikan bahwa informasi yang mereka sampaikan dapat diakses oleh sebanyak mungkin masyarakat, baik secara online maupun offline.



Gambar 1. 3 Sosialisasi Pajak Keliling
Sumber: Dokumen Perusahaan, 2023

Penulis memilih untuk melakukan kegiatan magang di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang sebagai seorang Humas *Intern*. Posisi ini memiliki tanggung jawab untuk mendukung upaya penyampaian informasi kepada masyarakat melalui berbagai media yang digunakan. Penggunaan berbagai media serta interaksi dengan masyarakat yang terus terjadi di BAPENDA sejalan dengan ketertarikan penulis untuk memperdalam dan merasakan langsung terlibat dalam komunikasi publik dan hubungan masyarakat.

Selain itu, penulis juga tertarik untuk memberikan kontribusi positif bagi Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang melalui ide-ide segar yang dimiliki sebagai seorang mahasiswa. Penulis berharap dapat membantu meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam penyampaian informasi kepada masyarakat, serta mendukung upaya-upaya untuk meningkatkan partisipasi publik dalam proses pembangunan daerah.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang aktivitas industri komunikasi di sektor pemerintahan. Lebih spesifik lagi, tujuan dari pelaksanaan magang ini yaitu:

1. Memahami dan dapat berkontribusi aktivitas sebagai Humas pada pemerintahan dalam pembuatan dan penyebaran informasi melalui berbagai media kepada masyarakat.
2. Menerapkan dan memperluas ilmu yang telah dipelajari dalam perkuliahan, khususnya *Creative Media Production* dan *Effective Persuasive Communication*.
3. Mengembangkan kemampuan management waktu, kreativitas, dan koordinasi dengan sesama tim.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Peserta magang melaksanakan praktik kerja magang di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang yang berada di Jl. Haji Somawinata No.1, Kadu Agung, Kec. Tigaraksa Kab. Tangerang, Banten 15119. Kerja magang dilaksanakan dari 29 Januari 2024 - 31 Mei 2024 untuk memenuhi minimal 640 jam kerja. Aktivitas kerja dilaksanakan secara offline dengan waktu kerja magang yang dimulai pada 07.00-18.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Proses Administrasi Kampus (UMN)
 - a) Menghadiri sesi pembekalan magang di Universitas Multimedia Nusantara yang diselenggarakan oleh Program Studi Strategic Communication.
 - b) Mendaftarkan diri untuk mengambil mata kuliah dengan pilihan Internship Track 1 melalui situs web my.umn.ac.id.
 - c) Menyampaikan formulir KM-01 melalui platform Google Form yang tersedia oleh program studi.
 - d) Setelah KM-01 disetujui dan mendapat umpan balik, penulis mengirimkan formulir KM-02 ke perusahaan sebagai surat pengantar dari Universitas.
 - e) Mengunggah surat konfirmasi penerimaan magang dari perusahaan ke situs web Kampus Merdeka.
 - f) Menjalani kegiatan magang mulai 29 Mei 2024 dan memulai proses penyusunan laporan.
2. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang yang dijalankan oleh penulis menempati posisi sebagai staf humas intern di bawah departemen Humas & IT.
 - 2) Peserta magang didampingi dan diawasi secara langsung oleh Bapak Edy Kusuma Ario Purbo selaku kepala *department* humas & IT.
 - 3) Selama program magang, peserta diminta untuk melengkapi dan menandatangani formulir KM-03 hingga KM-07. Selain itu, pada akhir periode magang, mereka diharapkan mengajukan formulir penilaian kinerja magang.
3. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang
- 1) Pengembangan laporan praktik kerja magang dipandu oleh Vega Karina, yang bertugas sebagai Dosen Pembimbing, melalui sesi pertemuan menggunakan platform Google Meet.
 - 2) Setelah selesai, laporan tersebut diajukan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Laporan praktik kerja magang yang telah mendapat persetujuan diajukan untuk langkah berikutnya melalui proses sidang.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA