

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Di era saat ini, perkembangan teknologi telah memberikan dampak yang mendalam terhadap cara kita berkomunikasi. Internet, media sosial, dan beragam teknologi komunikasi lainnya telah menjadi tulang punggung bagi transformasi komunikasi manusia. Kehadiran *platform-platform* digital ini telah merubah paradigma komunikasi menjadi lebih dinamis dan terhubung secara global. Menurut Parker, Van Alstyne, dan Choudary (2016) dalam buku mereka "Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy - and How to Make Them Work for You", *platform* digital seperti Uber, Airbnb, dan Amazon telah mengubah cara bisnis dan interaksi sosial kita. Mereka menjelaskan bagaimana platform-platform ini memanfaatkan jaringan pasar untuk menciptakan nilai baru dan menghubungkan pengguna secara lebih efektif (Parker, 2016).

Selain itu, Siebel (2019) dalam bukunya "Digital Transformation: Survive and Thrive in an Era of Mass Extinction" menyoroti bagaimana teknologi digital seperti *cloud computing*, *big data*, dan *Internet of Things (IoT)* telah mempengaruhi transformasi bisnis dan komunikasi. Siebel menegaskan bahwa untuk bertahan dan berkembang di era digital, organisasi harus dapat beradaptasi dengan cepat dan memanfaatkan teknologi ini secara efektif (Siebel, 2019).

Komunikasi tidak lagi terbatas oleh batasan waktu dan ruang, melainkan telah mencapai jangkauan yang lebih luas dan terbuka bagi semua orang. Fenomena ini tidak hanya mempercepat arus informasi, tetapi juga mengubah cara individu dan organisasi berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain.

Komunikasi tidak hanya menjadi alat untuk mencapai kesepakatan bersama, tetapi juga menjadi sarana untuk menyampaikan berita dan informasi kepada

masyarakat (Effendy, 2013). Sejak zaman dahulu, komunikasi telah menjadi penghubung antara individu dan kelompok, serta sebagai sarana untuk menyebarkan berita dan informasi kepada khalayak. Hal ini membantu masyarakat menjadi lebih peka terhadap lingkungan sekitar, baik dalam hal perkembangan sosial, politik, maupun lingkungan hidup (Afdjani, 2014).

Hubungan model ini dengan *Public Relations* (PR) sangat erat karena PR bertanggung jawab untuk merancang, mengelola, dan mempengaruhi komunikasi antara organisasi dan publiknya. Dengan memahami elemen-elemen dalam model 5W, praktisi PR dapat merancang pesan yang lebih efektif, mengidentifikasi audiens yang tepat, memilih saluran komunikasi yang sesuai, dan mengukur dampak dari komunikasi tersebut (Abidin, 2015).

Dalam menjalankan perannya komunikasi diiringi dengan terciptanya relasi, relasi yang kuat dan baik menimbulkan keharmonisan serta kepercayaan dengan seseorang yang baik. *Public Relations* ialah teknik yang berkelanjutan dari upaya pengelolaan agar mendapatkan tanggapan positif dan definisi dari pelanggan, pegawai, dan *public* yang lebih luas, program yang membantu suatu organisasi untuk saling memahami lingkungan (Muharram, 2023).

Dalam konteks *Government Public Relations* (GPR), peran PR semakin krusial. GPR bertujuan untuk membangun hubungan yang baik antara pemerintah dan masyarakat, memastikan bahwa informasi yang disampaikan jelas, transparan, dan mudah diakses oleh publik. Menurut Macnamara (2016) dalam buku "Organizational Listening: The Missing Essential in Public Communication," GPR memainkan peran penting dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintah, mengelola komunikasi krisis, serta mempromosikan kebijakan dan program pemerintah (Macnamara, 2016). Teknologi digital telah memungkinkan GPR untuk mencapai audiens yang lebih luas dan berinteraksi dengan masyarakat secara lebih efektif, meningkatkan partisipasi dan keterlibatan publik.

Salah satu contoh BPBD di Indonesia yang menurut penulis sudah menerapkan dan berhasil dalam pengimplementasian GPR adalah BPBD DKI Jakarta. Dalam konten yang di unggah BPBD DKI Jakarta memiliki interaksi yang cukup intensif dalam menggaet masyarakat dengan konten yang *fun* dan sangat kekinian sesuai dengan *trend* di masa ini.

Latar belakang ini menyoroti pentingnya *Public Relations* (PR) dalam mengelola komunikasi dan membangun hubungan yang baik dengan berbagai pihak terkait. PR bukan hanya sekedar teknik komunikasi, tetapi juga merupakan upaya berkelanjutan untuk memperoleh respon positif dari berbagai *stakeholders*, termasuk pelanggan, karyawan, dan masyarakat umum. Dalam konteks ini, peran Public Relations (PR) sangat penting untuk membantu organisasi memahami lingkungan sekitarnya, memperkuat hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan, dan membangun kepercayaan yang esensial untuk mencapai tujuan organisasi. Fokus dari latar belakang ini adalah peran humas pemerintahan (*Government Public Relations*) dalam membentuk reputasi pemerintahan yang positif di mata masyarakat, serta tujuan dan fungsi humas pemerintahan dalam menciptakan reputasi tersebut. Hal ini perlu dianalisis karena, seperti yang telah dibahas oleh peneliti dalam fenomena dan latar belakang penelitian ini, humas adalah ujung tombak atau corong yang harus mampu menghubungkan pihak internal dan eksternal dalam pemerintahan itu sendiri (Sani et al., 2020; Londa, 2014).

Oleh karena itu penulis tertarik untuk lebih mendapatkan pengalaman atau melaksanakan praktik kerja magang di BPBD Kota Tangerang, karena menurut penulis jika melaksanakan program magang di instansi pemerintahan pengalaman relasi, komunikasi, dan hubungan masyarakatnya lebih luas. Tidak hanya itu permasalahan yang ada di masyarakat juga bisa terpantau melalui media yang ada dan bagaimana cara mengatasi hal tersebut.

## 1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan akademis yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, khususnya untuk mata kuliah seperti Etika Bisnis Profesional, Pengalaman Industri, Validasi Model Industri, dan Evaluasi serta Pelaporan yang memiliki total 20 SKS. Persyaratan ini juga menjadi bagian dari syarat kelulusan program Sarjana (S1) Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, melalui praktik kerja magang ini, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman langsung di bidang yang relevan dengan prospek karier mereka. Diharapkan pengalaman ini akan memperdalam pemahaman mahasiswa tentang dunia kerja dan memungkinkan mereka untuk menerapkan pengetahuan serta teori yang telah dipelajari selama perkuliahan dalam konteks praktis.

Praktik kerja magang di instansi pemerintah yang saya lakukan memiliki tujuan sebagai berikut:

- 1. Mengimplementasikan dan mengembangkan keterampilan dalam Hubungan Masyarakat Digital:** Menerapkan kemampuan komunikasi PR, baik secara lisan maupun tulisan, dalam konteks digital untuk mengelola hubungan antara instansi pemerintah dan publiknya melalui platform digital dengan menggunakan alat dan platform digital yang ada di BPBD Kota Tangerang untuk memastikan informasi sampai ke publik dengan cepat dan tepat.
- 2. Mengenal industri dan memperluas jaringan kontak dalam ruang lingkup pemerintah:** Mengalami langsung dinamika industri pemerintahan, menangani permasalahan masyarakat melalui kanal digital, dan memantau serta mengelola media dalam menyebarkan berita dan informasi yang transparan serta akurat.

Dengan fokus pada Digital PR, magang ini bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan komunikasi di era digital, khususnya dalam konteks pemerintahan, dan memastikan mereka memiliki keterampilan yang relevan dan *up-to-date* untuk berkontribusi secara efektif di bidang ini.

### **1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan waktu praktik kerja magang di BPBD Kota Tangerang akan berjalan sesuai dengan kebutuhan yang diwajibkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, namun karena keterlambatan dalam memenuhi jam kerja dan ingin mendapatkan sidang *batch* akhir, praktik magang akan berlangsung kurang lebih selama 3 bulan dan 657 jam kerja sejak 23 Februari – 31 Mei 2024, yakni setiap Senin – Jumat pukul 07.30 – 21.00 WIB dengan catatan pukul 16.00 – 21.00 WIB *Work From Home*.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Prosedur yang akan dilakukan dalam melaksanakan praktik kerja lapangan adalah:

1. Mengajukan persetujuan pihak Universitas Multimedia Nusantara terhadap BPBD Kota Tangerang sebagai praktik magang dengan mengajukan Formulir Kerja Magang 01 (KM 01).
2. Menerima surat KM 02 dari Universitas Multimedia Nusantara sebagai bukti persetujuan untuk pengantar kerja magang ke BPBD Kota Tangerang.
3. BPBD Kota Tangerang mengeluarkan surat terima mahasiswa magang untuk Universitas Multimedia Nusantara sebagai bukti bahwa mahasiswa tersebut melakukan praktik di BPBD Kota Tangerang.
4. Melakukan pemenuhan *Daily Task* untuk melaporkan tugas harian di merdeka.umn.ac.id.
5. Melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing yang sudah ditentukan oleh pihak kampus di hari yang telah ditentukan.
6. Menyusun laporan magang.
7. Melaksanakan sidang akhir sebagai syarat telah melakukan praktik kerja magang wajib.