

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kehadiran media komunikasi digital membuka kemudahan bagi semua orang dalam menyebarkan informasi dan berinteraksi melalui platform online. Media ini dianggap lebih efektif dan populer seiring dengan perkembangan zaman, yang secara perlahan menggeser penggunaan media analog (Derivanti, 2022). Penggunaan media komunikasi digital sebagai alat komunikasi dan perubahan sosial semakin diminati, termasuk oleh pemerintah Kota Tangerang yang menggunakan media ini sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dan menjalin komunikasi di era modern saat ini.

Pemerintah Kota Tangerang melalui Diskominfo dalam bidang DIKP membuat suatu media komunikasi digital dengan nama Tangerang TV yang dimana merupakan suatu media resmi informasi pemerintah Kota Tangerang yang terkesan lebih fleksibel santai, dan tidak baku. Oleh karena itu pesan yang disampaikan oleh pemerintah dapat lebih efektif penyampaiannya dan diterima oleh masyarakat

Saat ini, penulis sedang menjalani program magang di Pusat Pemerintahan Kota Tangerang, tepatnya di divisi *Marketing Communication* Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo). Divisi ini bertanggung jawab atas pengelolaan informasi dan komunikasi publik pemerintah daerah, pengelolaan *e-Government* di lingkungan Pemerintah Kota Tangerang, penyelenggaraan statistik sektoral, serta pemberdayaan TIK dan diseminasi informasi publik.

Revolusi industri 4.0 telah membawa kemajuan pesat dalam teknologi digital yang mempengaruhi seluruh aspek kehidupan masyarakat global, termasuk Indonesia yang sedang melakukan transformasi digital besar-besaran (Rosita,

2020). Pemerintah Indonesia telah memanfaatkan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sejak diterbitkannya Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan *E-Government*. Saat ini, TIK juga digunakan sebagai solusi untuk mengatasi berbagai masalah perkotaan di seluruh dunia. Hal ini mendorong beberapa negara, termasuk Indonesia, untuk mulai mengintegrasikan TIK ke dalam berbagai elemen kota yang dikenal sebagai kota pintar (*smart city*).

Menurut Hasibuan (2019), *Smart City* bertujuan untuk menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih aman, sederhana, sehat, dan sejahtera dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi serta partisipasi aktif masyarakat. Citiasia.inc mengidentifikasi enam elemen kunci dari *smart city*, yaitu (*smart governance*), (*smart branding*), (*smart economy*), (*smart living*), (*smart society*), dan (*smart environment*).

Kota Tangerang mulai menerapkan konsep *smart city* sejak tahun 2016. Pada tahun itu, kota ini termasuk dalam 24 kota dan kabupaten yang terpilih pada tahap pertama Gerakan Menuju 100 *Smart City* di Kota Makassar. Selain itu, pemerintah kota mulai mengembangkan aplikasi berbasis smartphone seperti Tangerang *Liveable, Investable, Visitable, dan E-City* (LIVE). Pada tahun 2017, Kota Tangerang menerima penghargaan *Smart City* di Hotel Santika Premiere Hayam Wuruk, Jakarta.

Organisasi adalah entitas sosial yang terdiri dari sekelompok individu yang berinteraksi menurut pola tertentu. Setiap anggota memiliki peran dan fungsi yang ditetapkan untuk mencapai tujuan bersama, membedakan organisasi dari lingkungannya. Organisasi adalah tempat di mana orang bekerja sama, dengan tugas dan wewenang yang jelas untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Seiring perubahan dalam lingkungan sosial, organisasi juga tumbuh dan berkembang (Mustiqowati, 2021).

Ketidakmampuan untuk berkomunikasi dapat menimbulkan kesalahpahaman antara rekan kerja atau atasan, yang dapat berdampak signifikan pada individu maupun organisasi secara keseluruhan.

1. Membangun Kepercayaan Publik

Komunikasi publik yang efektif sangat penting dalam membangun kepercayaan terhadap pemerintah. Dengan memberikan informasi secara terbuka mengenai kebijakan, program, dan keputusan yang dibuat, pemerintah dapat meningkatkan dukungan dari masyarakat. Dukungan ini akan membantu menciptakan pemerintahan yang lebih stabil dan efektif, serta mendorong transparansi dan partisipasi yang lebih besar dari publik dalam proses pengambilan keputusan.

2. Meningkatkan Keterlibatan Masyarakat

Komunikasi publik juga memiliki peran krusial dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Dengan memfasilitasi jalur komunikasi yang terbuka, pemerintah dapat secara proaktif mendengarkan aspirasi, masukan, saran, kritik, dan kebutuhan yang disampaikan oleh masyarakat. Hal ini memungkinkan pemerintah untuk merancang kebijakan yang lebih responsif terhadap kebutuhan nyata masyarakat, yang pada akhirnya menciptakan dampak positif yang lebih besar dan mendorong keterlibatan yang lebih luas dari publik.

Diskominfo dan Persandian adalah lembaga yang beroperasi dalam sektor komunikasi, teknologi informasi, dan sandi-sandi yang meliputi berbagai aspek seperti telekomunikasi, layanan komunikasi, penyebaran informasi, teknologi informasi, dan pengelolaan data elektronik. Lembaga ini juga bertanggung jawab

atas koordinasi dan pembinaan unit-unit pemerintah setempat serta pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh pejabat sementara walikota, sesuai dengan perannya dalam struktur pemerintahan daerah. Dipimpin oleh seorang Kepala Dinas, Diskominfo bertugas melaksanakan berbagai urusan pemerintahan setempat di bidang komunikasi dan teknologi informasi sesuai dengan prinsip desentralisasi dan pemberian bantuan tugas.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sudah membawa dampak yang signifikan dalam dunia kerja, termasuk juga di instansi pemerintahan. Di era digital seperti sekarang ini, mahasiswa yang akan memasuki dunia kerja dituntut untuk memiliki pemahaman yang baik mengenai pemanfaatan teknologi informasi serta kemampuan komunikasi yang efektif. Melalui program magang yang penulis ikuti di Dinas Kominfo Pusat Pemerintahan Kota Tangerang, Penulis selaku mahasiswa magang memiliki kesempatan untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mereka di bidang komunikasi dan informatika.

Penulis menjalani program magang di Diskominfo Kota Tangerang sebagai anggota tim *marketing communication* dengan fokus pada kegiatan *media monitoring* terhadap pemberitaan yang berasal dari website resmi pemerintah Kota Tangerang. Penulis memilih mata kuliah *Media Relation & Publicity Effectiveness* untuk mengaplikasikan konsep-konsep yang dipelajari dalam kegiatan magang, khususnya dalam melakukan *media monitoring*. Berhubung dengan tugas penjabaran kerja yang melakukan *media monitoring*, bagian dari pekerjaan utama penulis yang melakukan kegiatan *media monitoring* sesuai dengan konsep yang dipelajari dalam mata kuliah *media relation & publicity effectiveness* yaitu *Media monitoring Introduction* yang membahas konsep jenis *Media Coverage Analysis* yang dimana pekerjaan utama penulis melibatkan pengamatan terhadap media massa untuk menganalisis bagaimana pemberitaan terhadap instansi Pemerintah

Kota Tangerang, termasuk artikel yang dipublikasikan di website resmi pemerintah kota tersebut.

Penulis ingin mengetahui bagaimana berjalannya seluruh proses pengelolaan media komunikasi pemerintah Kota Tangerang seperti pengelolaan konten media sosial, proses pembuatan artikel *website* pemerintah, kegiatan liputan terkait pemerintahan, dan kegiatan *media monitoring* pemberitaan *website* pemerintah Kota Tangerang. Tim Strategi Komunikasi sangat diperlukan bagi Diskominfo untuk mengelola informasi secara efektif dan transparan, dengan memanfaatkan berbagai saluran media komunikasi seperti media massa, media sosial, dan pertemuan publik untuk menyebarkan informasi dengan cara yang mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat.

1.2.Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari praktik kerja magang di Dinas Komunikasi dan Informatika Pusat Pemerintahan Kota Tangerang sebagai *Internship*, sebagai berikut:

1. Dapat mengimplementasi konsep dan teori yang telah di pelajari dalam mata kuliah *Media Relations & Publicity Effectiveness*.
2. Memahami konsep dan aktivitas operasional dari cara kerja *media monitoring* dan media digital *website* resmi pemerintahan Kota Tangerang yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Tangerang
3. Ingin mendalami dan mengasah *soft skill* yang diperlukan di dunia kerja seperti halnya kemampuan analisis, dan juga keterampilan komunikasi bersama tim.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan Kerja Magang di Pusat Pemerintahan Kota Tangerang berlangsung selama 640 jam, terhitung dari tanggal 5 Februari 2024 hingga 31 Mei 2024. Praktek kerja magang ini dilaksanakan secara offline/luring dan dilaksanakan setiap hari Senin hingga Jumat dari pukul 08.00 hingga 17.00 WIB. Terdapat jam istirahat pada pukul 12.00 hingga 13.00 WIB. Penambahan jam kerja juga dapat terjadi jika terdapat kerjaan yang harus diselesaikan pada hari itu juga atau dihitung sebagai jam lembur (pekerjaan yang berada di luar jam ketentuan). Waktu pelaksanaan tersebut sesuai dengan panduan MBKM Track 1 yang diarahkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Mengikuti *briefing* magang yang diselenggarakan oleh program studi Ilmu Komunikasi yang diselenggarakan secara *offline* di UMN.
2. Melakukan pengisian KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah memenuhi 90 sks, tidak mengulangi matkul wajib dan tidak ada nilai D & E.
3. Mengajukan KM-01 melalui pengisian Google *Form* mengenai tempat magang untuk mendapat persetujuan Surat Pengantar Magang dalam bentuk KM-02 dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi jika sudah memenuhi persyaratan.
4. Mendapatkan persetujuan dari Kepala Program Studi untuk menjalankan magang Track 1 di Bagian Dinas Komunikasi dan Informatika, Pusat Pemerintahan Kota Tangerang.
5. Mengunggah surat Penerimaan Magang dari tempat kerja di merdeka.com untuk melakukan *Complete Registration*.

6. Mengisi daily task selama kerja magang dan waktu bimbingan.

B. Proses Administrasi Tempat Magang (Dinas Komunikasi dan Informatika)

1. Proses pengajuan kerja magang dengan memberikan *Curriculum Vitae* dan Surat Pengantar Magang dari UMN kepada tim HRD Dinas Komunikasi & Informasi secara *Offline* di tempat.
2. Selanjutnya diberikan surat penerimaan magang setelah melakukan wawancara secara langsung dengan Kepala Bidang Dinas Komunikasi & Informasi.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Menjalankan praktik kerja magang sebagai Marketing Communication, khususnya bagian komunikasi strategis dan media monitoring/media share.
2. Pemberian tugas dan bimbingan dilakukan secara langsung oleh Mas Agus Herwida, S.Kom, selaku Pembimbing Lapangan.

D. Proses Penyusunan Laporan Praktek Kerja Magang

1. Penyusunan laporan praktek magang dibimbing oleh Pak Fachri Dinansyah, S.I.Kom, M.M., selaku Dosen Pembimbing penulis.
2. Laporan praktek kerja magang akan dikirim kepada program studi dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Penulis akan diarahkan untuk mengikuti proses sidang setelah laporan praktek kerja magang telah disetujui.