

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Sebagai negara kepulauan yang kaya akan keragaman budaya dan geografis, Indonesia memiliki banyak komunikasi local yang memainkan peran penting dalam menjaga keberlanjutan dan keberlangsungan wilayahnya. Berdasarkan data dari *Social Meda Line* Kominfo, tercatat bahwa antara tahun 2008 hingga 2021, terdapat sekitar 395 ribu komunitas local yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia (Setyaningsih, 2022). Komunitas lokal ini di definisikan sebagai sekelompok individu yang saling berinteraksi secara social, memiliki kesamaan nilai, tujuan, atau lokasi geografis, serta mampu mengatur diri mereka sendiri (Madara, 2019). Kemunculan komunitas local ini sering kali menjadi wujud tanggapan Masyarakat terhadap kebutuhan mereka dalam mencari Solusi atas berbagai permasalahan yang dihadapi di lingkungannya. Keberadaan dari adanya komunitas ini tidak hanya menunjukkan adaptasi social, tetapi juga semangat kolektivitas dalam mendukung keberlanjutan di tengah beragam tantangan.

Seiring berjalannya waktu, kemajuan teknologi terus berkembang pesat untuk memperluas akses komunikasi dan informasi. Perkembangan teknologi internet, terutama dalam kaitannya dengan media sosial, telah menunjukkan pertumbuhan yang luar biasa. Van Dijk mendefinisikan bahwa media sosial sebagai platform yang berpusat pada keberadaan penggunanya, yang dirancang untuk memfasilitasi aktivitas dan kolaborasi antarindividu (Nasrullah, 2015). Menurut laporan *We Are Social*, pada Januari 2023, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia telah mencapai angka 167 juta orang. Data ini juga mengungkap bahwa Masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan 195 menit per hari untuk mengakses media sosial. Kelompok usia 16-24 tahun menjadi demografi yang paling banyak menghabiskan waktu di platform ini (Duarte, 2019). Dengan peran yang semakin signifikan dalam kehidupan sehari-hari,

media sosial kini dimanfaatkan oleh berbagai sektor, seperti pemerintahan, bisnis, pariwisata, hingga komunitas relawan. Platform ini digunakan untuk menyampaikan informasi penting secara luas dan efektif, termasuk dalam upaya menyebarkan pesan mitigasi bencana. Kemampuan media sosial untuk menjangkau audiens secara cepat masif menjadikannya alat strategis dalam berbagai inisiatif komunikasi publik.

Seiring dengan perkembangan pesat dari media sosial, cara Masyarakat dapat memanfaatkan hal tersebutpun mengalami perubahan yang signifikan. Percepatan arus teknologi informasi, terutama dalam ranah media sosial, telah menyediakan platform yang sangat luas bagi masyarakat untuk dapat mengekspresikan sikap dan pandangan mereka. Media sosial kini menjadi sarana bagi lahirnya berbagai Gerakan sosial baru dan sekaligus berfungsi sebagai alat pengawasan terhadap perilaku pejabat atau politisi (Manuel Castell, 2010). Anthony Giddens mengungkapkan bahwa gerakan sosial merupakan upaya kolektif yang dilaksanakan untuk dapat mencapai kepentingan bersama. Gerakan ini melibatkan Tindakan bersama yang dilakukan di luar batas-batas Lembaga formal yang mapan (Putra, 2006). Untuk mewujudkan tujuan dari gerakan sosial tersebut, media sosial digunakan secara efektif oleh komunitas relawan untuk meningkatkan kesadaran (awareness) masyarakat tentang urgensi masalah yang dihadapi, sekaligus memperkuat kredibilitas dan kepercayaan terhadap organisasi atau brand yang diwakili.

Peningkatan awareness atau kesadaran ini berperan penting dalam menumbuhkan kewaspadaan terhadap isu-isu yang relevan, seperti mitigasi bencana. Kesadaran yang tinggi dapat memperbaiki persiapan masyarakat dalam menghadapi risiko, meningkatkan pemahaman akan pentingnya keselamatan, mengedukasi tentang protokol yang harus diikuti, dan memperkuat resiliensi atau ketahanan komunitas. Disisi lain peningkatan keribilitas organisasi melalui media sosial yang bertujuan untuk membangun kepercayaan antara audiens dengan komunitas atau organisasi tersebut. Kepercayaan ini tidak hanya mempererat hubungan, tetapi juga menjadi

pendorong utama terbentuknya gerak sosial yang lebih besar, yang pada gilirannya dapat mengerjakan perubahan positif pada masyarakat.

Media sosial menawarkan kemudahan dengan menyediakan konten yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Hal ini membuka peluang bagi siapa saja, baik sebagai penerima informasi maupun pengguna aktif, untuk berpartisipasi secara interaktif dan kreatif. Melalui interaksi tersebut, pengguna tidak hanya menerima pesan, tetapi juga dengan kontribusi terhadap pembentukan dan pengembangan komunitas atau masyarakat baru yang terbentuk melalui konten yang ada di media sosial. Dengan adanya ruang untuk berbagi dan berkolaorasi, media sosial memungkinkan terciptanya bentuk komunitas yang dinamis, yang dapat mengubah cara individu berinteraksi dan berpartisipasi dalam ruang public (Liliweri, 2015).

Komunitas lokal yang ada di masyarakat memiliki focus yang beragam, seperti pada aspek lingkungan, pendidikan, kesehatan, hingga kebencanaan. Khususnya komunitas yang bergerak dibidang kebencanaan atau mitigasi bencana, memegang peranan penting dalam membangun ketahanan serta respon yang cepat saat terjadi bencana. Pembentukan komunitas lokal berbasis mitigasi bencana ini erat kaitannya dengan kebutuhan individu-individu untuk merasakan rasa aman, terutama Ketika menghadapi situasi yang berpotensi membahayakan (Hariadi, 2019). Salah satu contoh komunitas lokal tersebut adalah Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS), yang berfokus pada upaya mitigasi bencana di wilayah tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh pada tahun 2022, Provinsi Banten, khususnya wilayah Lebak, tercatat memiliki indeks risiko bencana yang tinggi, dengan posisi kedua dalam kategori wilayah berisiko tinggi terhadap gempa bumi dan tsunami, dengan indeks mencapai 199,57 (Badan Nasional Penanggulangan Bencana, 2022). Mengingat hal ini, GMLS hadir untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan adanya sebuah edukasi dan informasi yang berkaitan dengan mitigasi bencana. Salah satu upaya yang dilakukan oleh GMLS adalah melalui komunikasi bencana, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai

langkah-langkah yang dapat diambil untuk mengurangi risiko bencana. Untuk mencapai tujuan tersebut, GMLS memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dalam menyebarkan informasi dan melakukan komunikasi bencana, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai langkah-langkah yang dapat diambil untuk mengurangi risiko bencana. Untuk mencapai tujuan tersebut, GMLS memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dalam menyebarkan informasi dan melakukan komunikasi bencana secara efektif kepada masyarakat luas. Dengan menggunakan media sosial, GMLS dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan menyampaikan pesan-pesan penting mengenai kesiapsiagaan dan mitigasi bencana dengan cara yang lebih interaktif dan mudah diakses.

Melihat pesatnya perkembangan media sosial yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir, tak bisa dipungkiri bahwa penggunaannya memberikan dampak yang cukup sangat besar bagi kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Media sosial kini telah menjadi platform yang multifungsi, dimana ia tidak hanya berfungsi sebagai medium untuk berinteraksi dan bersosialisasi, tetapi juga sebagai sarana untuk bekerja sama, mengakses informasi, hingga menyediakan hiburan bagi penggunanya (Nasrullah, 2015). Dengan berbagai fitur yang ada, media sosial memungkinkan individu untuk tetap terhubung dengan orang lain, berbagai pengetahuan, atau bahkan menciptakan komunitas yang saling mendukung, selain itu, platform ini juga memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi secara *real-time* dan mengakses berbagai bentuk konten hiburan yang dapat mengisi waktu luang pengguna. Sebagai alat yang sangat fleksibel, media sosial berperan penting dalam membentuk dinamika kehidupan masyarakat modern saat ini.



Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial Indonesia

Sumber: We Are Social (2024)

Berdasarkan laporan yang dirilis oleh We Are Social, pada Januari 2024, jumlah penggunaan media sosial di Indonesia tercatat mencapai 139 juta oran. Angka tersebut setara dengan 49,9% dari total populasi Indonesia. Diantra berbagai platform media sosial yang ada TikTok menempatai posisi teratas sebagai media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia (We Are Social, 2024). Dari hal ini menunjukkan betapa pesatnya pertumbuhan pengguna media sosial di Indonesia, dengan TikTok sebagai salah satu platform yang paling dominan, mengingat daya tariknya yang luas di kalangan berbagai kelompok usia dan kalangan masyarakat.

Aplikasi TikTok sendiri menawarkan beragam fitur yang dirancang untuk menarik perhatian penggunanya, seperti music, filter, efek, stike, dan berbagai elemen kreatif lainnya (Bahri et al., 2022). Selain fitur-fiturnya, TikTok juga menyediakan berbagai jenis konten yang dimanati oleh khalayak, mulai dari konten hiburan, edukasi, informasi, tutorial, hingga konten lainnya yang relevan dengan kebutuhan dan minat pengguna. Suswinda (2019) menyebutkan bahwa TikTok saat ini menjadi salah satu sarana penyebaran informasi yang cepat dan menarik. Menurut jurnal ‘TikTok Sebagai Wadah Penyimpanan Memori Kolektif dan Penyebaran Informasi dalm Edukasi Parenting’ (Jalinur, 2022), TikTok telah berkembang menjadi media penyimpanan memori kolektif bagi audiensnya. Hal

uni terjadi karena video yang ditonton dan dilihat dalam video tersebut dikemas dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi satu arah, tetapi juga telah menjadi alat bagi masyarakat untuk dapat aktif dalam mencari informasi.

Berdasarkan data tahun 2022, Tiktok menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z untuk menemukan informasi, dengan persentase pengguna sebesar 24% (Widi, 2023). Fakta ini menunjukkan bahwa TikTok kini telah melampaui perannya sebagai platform hiburan semata dan menjadi bagian penting dari ekosistem informasi digital, khususnya bagi generasi muda. TikTok membuktikan bahwa dengan kemas konten yang menarik, media sosial dapat menjadi alata yang efektif untuk dapat menyampaikan pesan dan meningkatkan pengetahuan masyarakat.

Daya tarik utama TikTok terletak pada kemampuannya menyajikan konten yang ringan, menghibur, dan mudah dihasilkan oleh penggunanya. Dengan dukungan teknologi seperti algoritma pemetaan waktu yang sangat efektif dan pilihan music yang beragam, TikTok mempermudah pengguna untuk menemukan konten yang sesuai dengan minat dan preferensi mereka dalam waktu singkat. Fitur-fitur ini, juga ditambah dengan adanya kolaborasi antar pengguna melalui tantangan dan tren populer, menjadikan video-video di platform ini menyebar dengan cepat dan luas, menciptakan gelombang viral yang konsisten. Namun TikTok bukan sekedar platform untuk hiburan semata. Seiring waktu, TikTok juga mulai menunjukkan potensinya sebagai media edukasi yang efektif. Format videonya yang singkat dan lugas membuat berbagai jenis informasi edukatif dapat disampaikan dengan mudah dan menarik. Pengguna memanfaatkan platform ini untuk berbagi pengetahuan dan keterampilan di berbagai bidang, seperti sains, seni, bahasa, sejarah, dan lainnya. Dengan pendekatan yang menyenangkan dan interaktif, TikTok berhasil menciptakan ruang di mana edukasi menjadi bagian dari hiburan. TikTok juga membuka peluang besar bagi pengguna untuk dapat memperluas wawasan mereka sambil tetap menikmati pengalaman yang ringan dan menghibur.

Dalam konteks Indonesia yang rentan terhadap berbagai bencana alam, seperti gempa bumi, banjir, dan tsunami, edukasi mengenai mitigasi bencana memiliki urgensi yang sangat tinggi. TikTok, dengan format video pendek yang menarik dan mudah diakses, dapat berperan sebagai alat yang efektif untuk menyebarkan informasi dan pengetahuan tentang mitigasi bencana kepada masyarakat luas. Melalui konten yang dirancang secara kreatif, TikTok memungkinkan pesan-pesan edukatif disampaikan dengan cara yang sederhana, menarik, dan mudah dipahami, bahkan oleh kelompok masyarakat yang sebelumnya kurang terjangkau oleh media tradisional. Dengan penyampaian informasi yang interaktif dan berbasis visual, platform ini dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai Langkah-langkah yang perlu diambil sebelum, saat, dan setelah bencana terjadi. TikTok dapat menjadi jembatan antara edukasi formal dan kebutuhan informasi masyarakat, menjadikan edukasi bencana tidak hanya relevan tetapi juga lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Dalam upaya menyampaikan informasi dan edukasi terkait mitigasi bencana, Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) memanfaatkan platform media sosial TikTok sebagai salah satu sarana utama untuk menjangkau masyarakat. Melalui akun resmi mereka, @gugusmitigasibaksel, GMLS menggunakan pendekatan yang kreatif untuk menyampaikan pesan-pesan edukatif yang relevan dengan kebutuhan masyarakat di wilayahnya. Pendekatan ini menunjukkan bahwa TikTok, yang biasanya diasosiasikan dengan konten hiburan, juga memiliki potensi besar sebagai alat komunikasi yang efektif dalam ranah non-komersial, terutama dalam menyebarkan informasi yang berkaitan dengan kepentingan publik. Perbedaan signifikan terlihat antara penggunaan TikTok oleh organisasi non-komersial seperti GMLS dan penggunaannya oleh entitas komersial. Dalam konteks komunikasi komersial, TikTok biasanya dimanfaatkan untuk membangun citra merek, menarik perhatian konsumen, dan pada akhirnya meningkatkan angka penjualan. Sebaliknya, organisasi seperti GMLS, yang berorientasi pada misi sosial, menggunakan TikTok sebagai alat untuk menyebarkan edukasi kepada masyarakat, meningkatkan kesadaran akan pentingnya mitigasi bencana, serta memberikan manfaat langsung yang bersifat informatif dan edukatif.

Selain tujuan yang berbeda, jenis konten yang diunggah juga mencerminkan perbedaan tersebut. Konten yang dihasilkan oleh pengguna komersial biasanya berfokus pada hiburan, gaya hidup, atau pemenuhan kebutuhan konsumen, seiring kali dengan pendekatan yang menarik perhatian demi meningkatkan keterlibatan audiens (Erwin et. al., 2024). Namun, GMLS lebih menitikberatkan pada pembuatan konten yang informatif dan mendidik.

Pandangan mengenai perbedaan tujuan dan jenis konten antara pengguna komersial dan organisasi non-komersial seperti GMLS dapat diperkuat dengan argumen dari para ahli dalam bidang konten marketing dan komunikasi. Salah satu pandangan yang relevan adalah teori yang menyatakan bahwa konten yang berhasil adalah konten yang memberikan nilai kepada audiens, baik melalui hiburan, edukasi, maupun informasi yang relevan (Pulizzi, 2014). Dalam bukunya *Epic Content Marketing*, Pulizzi menekankan bahwa edukasi adalah salah satu pilar utama dalam konten marketing, terutama untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas dengan audiens.

Selain itu, pandangan ini juga sejalan dengan prinsip "*Content Value Framework*" yang menjelaskan bahwa konten edukatif memiliki kemampuan untuk tidak hanya menarik perhatian tetapi juga membangun hubungan yang lebih dalam dan bermakna dengan audiens (Handley, 2012). Dalam konteks GMLS, fokus pada konten edukasi membantu mereka memberikan nilai langsung kepada masyarakat lokal, memperkuat hubungan komunitas, dan mendorong keterlibatan yang lebih besar pada isu-isu mitigasi bencana.

Konten ini dirancang untuk membangun pemahaman masyarakat lokal mengenai langkah-langkah mitigasi bencana dan meningkatkan interaksi yang bermakna dengan audiens. Dengan pendekatan yang menekankan pada hubungan personal, GMLS tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga memperkuat hubungan komunitas, menciptakan rasa keterlibatan yang lebih besar, dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam upaya mitigasi bencana. Melalui strategi ini, GMLS menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi alat yang efektif untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat dengan cara yang kreatif dan berguna.

Untuk menjalankan komunikasi bencana secara efektif, akun TikTok @gugusmitigasibaksel dikelola oleh divisi khusus yang disebut TikTok *content creator*. Divisi ini bertanggung jawab atas perencanaan, pembuatan, dan publikasi konten yang bertujuan untuk menyampaikan informasi dan edukasi kepada masyarakat. Secara umum, seorang *content creator* memiliki tugas untuk menghasilkan berbagai jenis konten, baik dalam bentuk tulisan ini dengan baik, seorang *content creator* perlu memiliki sejumlah keterampilan penting, seperti kemampuan erancang strategi konten (*planning*), pemahaman yang mendalam tentang industry atau tema konten yang digarap, gaya komunikasi yang mengikuti perkembangan zaman, kemampuan untuk melihat dari sudut pandang audiens, serta memiliki jaringan kerja yang luas.

Divisi TikTok *content creator* di GMLS memiliki misi untuk menyebarkan informasi dan edukasi terkait mitigasi bencana melalui konten yang mereka hasilkan. Agar pesan-pesan edukasi ini dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, konten tersebut dirancang dengan cara yang menarik dan relevan. Salah satunya adalah dengan mengikuti tren terkini di platform TikTok. Pendekatan ini bertujuan untuk menarik perhatian audiens secara maksimal sekaligus memastikan bahwa inti pesan yang ingin disampaikan diterima dengan jelas. Selain menyampaikan informasi dan edukasi, GMLS juga menciptakan konten hiburan sebagai selingan. Meskipun berorientasi pada hiburan, konten tetap dirancang agar tetap relevan dengan konsep mitigasi bencana. Setiap minggunya, akun TikTok GMLS mengunggah beberapa konten baru yang telah melalui proses perencanaan dan produksi yang matang. Proses pembuatan konten ini, yang dikenal sebagai *content creator*, melibatkan perencanaan yang strategis dan pembuatan materi yang dirancang agar mampu menarik perhatian audiens sekaligus menyampaikan pesan edukasi dengan cara yang mudah dipahami. Melalui konten-konten ini, GMLS berharap dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai mitigasi bencana. Selain itu, mereka juga bertujuan untuk membangun kesadaran kolektif akan pentingnya kesiapsiagaan dalam menghadapi risiko bencana. Dengan memanfaatkan platform TikTok, yang memiliki jangkauan luas dan format yang ramah untuk berbagai kalangan, GMLS berupaya menjadikan edukasi mitigasi bencana sebagai bagian kalangan. Strategi ini memungkinkan pesan-pesan penting

tersebut disampaikan dengan cara yang kreatif, interaktif, dan berdampak luas.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Kegiatan magang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis dan mendalam dalam bidang kebencanaan melalui peran sebagai TikTok content creator di komunitas Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Secara khusus, tujuan program ini meliputi:

1. Memahami secara langsung bagaimana komunitas kebencanaan merancang dan menjalankan kampanye edukasi mitigasi bencana melalui media sosial.
2. Mengasah kemampuan teknis dalam pembuatan konten kreatif, seperti *brainstorming*, perencanaan konten, produksi, dan *editing* video
3. Memanfaatkan tren dan algoritma TikTok untuk menciptakan konten kolaborasi dengan tim dalam proses produksi dan evaluasi konten yang relevan dan menarik guna meningkatkan interaksi audiens.
4. Mengaplikasikan konsep dan teori dari mata kuliah *Social Media and Mobile Marketing Strategy* dalam merancang strategi konten edukasi mitigasi bencana yang efektif.

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

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

Durasi kerja magang disesuaikan dengan aturan yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, yang mewajibkan mahasiswa menyelesaikan program magang dengan total minimal 640 jam kerja. Berdasarkan ketentuan tersebut, peserta magang menjalankan program di Gugus Mitigasi Lebak Selatan mulai 2 September 2024 hingga 24 Desember 2024.

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

#### **A. Proses Administrasi Kampus (UMN)**

1. Mengikuti kegiatan pembekalan yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN
2. Mengisi KRS Humanity Project pada [myumn.ac.id](http://myumn.ac.id) dengan syarat telah menempuh minimal 90 sks dan tidak terdapat nilai D & E. Serta melakukan *request* transkrip nilai dari semester awal hingga akhir sebelum magang di

gapura.umn.ac.id

3. Mengikuti proses seleksi yang dilakukan oleh pihak kampus mulai dari membuat proposal singkat tugas akhir dan video reels dengan tema “Pentingnya Literasi Bencana untuk Menghadapi Potensi Bahaya Gempa dan Tsunami di Banten”
4. Melakukan registrasi Perusahaan yang sudah ditentukan di [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id) dan mengerjakan form berupa *daily task* pada *website*.

#### B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

1. Peserta mendaftarkan diri pada link yang sudah tersedia untuk mahasiswa yang berminat untuk mengikuti Humanity Project.
2. Proses penerimaan di Gugus Mitigasi Lebak Selatan adalah dengan berhasilnya mengikuti rangkaian seleksi yang dilakukan oleh dosen pada mahasiswa Humanity Project, kemudian dilanjutkan dengan beberapa pembekalan terlebih sebelum akhirnya turun ke lapangan.

#### C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Praktik kerja magang dilakukan dengan posisi sebagai TikTok *Specialist* pada divisi *social media* Gugus Mitigasi Lebak Selatan.
2. Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Ketua Gugus Mitigasi Lebak Selatan, bapak Anis Faisal Reza selaku pembimbing lapangan atau *supervisor*.
3. Pengisian dan persetujuan dari *supervisor* terkait *daily task* yang tertera di [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id) dikerjakan selama magang berlangsung.

#### D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Bapak Khairul Syafuddin, S.I.Kom., M.A., selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan *offline* di UMN dan *online* melalui Zoom.
2. Penulis menyusun kerangka laporan yang mencakup pembagian bab dan sub-bab sesuai dengan pedoman yang telah diberikan. Kerangka dari laporan meliputi informasi mengenai latar belakang, pelaksanaan kegiatan magang, hingga simpulan dan saran.

3. Selama kegiatan magang berlangsung, mahasiswa melakukan observasi, dokumentasi, dan pencatatan data secara langsung di Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Proses ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang relevan dan detail mengenai pelaksanaan tugas.
4. Mahasiswa mengumpulkan seluruh data yang berkaitan dengan aktivitas magang, seperti catatan harian, *feedback* dari supervisor, serta hasil konten yang telah diunggah ke platform TikTok.
5. Laporan yang telah disusun diajukan kepada dosen pembimbing untuk mendapatkan evaluasi. Mahasiswa menerima masukan terkait penyempurnaan isi laporan.
6. Laporan praktik kerja magang yang disusun melakukan proses persetujuan oleh dosen pembimbing dan Kaprodi untuk validasi akhir. Laporan juga diperiksa menggunakan perangkat lunak seperti Turnitin untuk memastikan orisinalitas karya.