

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berkembang, perusahaan atau organisasi dituntut untuk mengikuti tren teknologi terbaru guna menjaga relevansi dan efektivitas komunikasi dengan publik. Sebuah perusahaan atau organisasi tentunya harus bisa mengikuti perkembangan zaman seperti menggunakan platform baru seperti Instagram sebagai alat untuk penyebaran informasi. Agar tetap bertahan dan berkembang di era digital, organisasi perlu mampu beradaptasi dengan cepat serta menggunakan teknologi secara optimal (Siebel, 2019). Penggunaan beberapa di tersebut juga dapat memudahkan sebuah organisasi atau perusahaan untuk bisa membangun interaksi dengan masyarakat secara luas.

Salah satu divisi yang sering menggunakan platform media sosial pada sebuah organisasi atau perusahaan adalah divisi humas. Dengan munculnya platform baru seperti Instagram tentunya dapat mempermudah kinerja divisi humas dalam menjalankan tugasnya. Media sosial dapat menjadi alat yang dapat membangun komunikasi dua arah yang efektif. Selain itu, media sosial juga memungkinkan divisi humas untuk menjangkau audiens yang lebih luas, dan dapat menyampaikan informasi secara *real-time*.

Dalam menjalankan tugasnya, humas berperan dalam aktivitas *Public Relations* yang dirancang secara strategis oleh sebuah organisasi untuk membangun hubungan positif dan bermanfaat untuk publik. Dalam konteks pemerintah, peran humas sangat penting untuk memastikan informasi yang tepat, akurat, dan cepat sampai kepada masyarakat, terutama dalam situasi darurat. Hal ini dikenal dengan istilah *government public relations*, yang mencakup kegiatan komunikasi pemerintah dengan publik untuk membangun kepercayaan terhadap publik (Lee et al., 2022).

Government Public Relations (GPR) memainkan peran krusial dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah, terutama dalam situasi yang menuntut transparansi dan kecepatan informasi. Di saat krisis, seperti bencana alam atau keadaan darurat lainnya, GPR berperan penting dalam mengelola aliran informasi sehingga masyarakat dapat menerima pesan yang jelas, akurat, dan tepat waktu yang dapat membantu mengurangi kepanikan serta memastikan bahwa masyarakat dapat mengambil tindakan yang sesuai berdasarkan informasi resmi dari pemerintah.

Peran *public relations* dalam lembaga pemerintah non-departemen seperti Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) juga menjadi bagian yang penting dalam membangun citra institusi yang responsif dan proaktif. Komunikasi yang disampaikan oleh BPBD melalui berbagai saluran, baik itu media massa, media sosial, maupun komunikasi langsung dengan masyarakat, berfungsi untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang langkah-langkah mitigasi, persiapan menghadapi bencana, serta tindakan yang harus diambil oleh masyarakat saat terjadi bencana. Selain itu, *public relations* bertugas meredakan kepanikan dan menyampaikan informasi yang berorientasi pada solusi, sehingga publik dapat merespons bencana dengan lebih tenang dan terarah.

Melalui praktik kerja magang di BPBD, penulis berharap dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai dinamika komunikasi dalam situasi darurat serta bagaimana *public relations* berkontribusi dalam membangun ketahanan masyarakat terhadap bencana. Pengalaman ini diharapkan dapat memperluas wawasan tentang cara-cara efektif dalam mengelola hubungan masyarakat di instansi pemerintah dan memberikan kesempatan untuk terlibat langsung dalam menghadapi tantangan yang dihadapi oleh masyarakat. Dengan demikian, penulis percaya bahwa kesempatan magang ini akan memberikan pengalaman yang berharga dalam pengembangan keterampilan dan pengetahuan di bidang *public relations*, serta meningkatkan kesiapan penulis untuk berkontribusi secara aktif dalam lingkungan profesional di masa depan.

1.2.Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan akademis yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, khususnya terkait dengan mata kuliah seperti Etika Bisnis Profesional, Pengalaman Industri, Validasi Model Industri, dan Evaluasi serta Pelaporan, yang memiliki total 20 SKS. Persyaratan ini juga merupakan bagian dari syarat kelulusan program Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

Melalui praktik kerja magang ini, mahasiswa diharapkan dapat memperoleh pengalaman langsung di bidang yang relevan dengan prospek karier mereka. Pengalaman tersebut bertujuan untuk memperdalam pemahaman mahasiswa tentang dunia kerja, khususnya dalam bidang humas dan penanggulangan bencana. Selain itu, magang ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan dan teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan dalam situasi yang praktis dan nyata. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai pembuatan konten serta teknik penulisan siaran pers dan artikel berita untuk publikasi di *website* BPBD Kota Tangerang.
2. Memahami hambatan yang dihadapi oleh divisi humas di BPBD Kota Tangerang serta menemukan solusi yang efektif untuk mengatasinya.
3. Mengembangkan *soft skills* dan *hard skills* yang dimiliki oleh pekerja magang serta mempelajari keterampilan baru.

1.3.Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan aktivitas kerja magang dilaksanakan dari tanggal 17 September 2024 sampai dengan 17 Desember 2024 dengan jam kerja pada hari Senin – Jum'at mulai pukul 09.00 - 17.00. Aktivitas kerja magang dilaksanakan sesuai dengan standar peraturan kampus yaitu selama 640 jam

kerja atau setara dengan 80 hari kerja. Berikut ini merupakan data pelaksanaan praktik kerja magang oleh penulis:

Nama Perusahaan	: Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kota Tangerang
Bidang Usaha	: Lembaga Pemerintah non-departemen
Hari Kerja	: Senin – Jum’at
Jam Kerja	: 09.00 – 17.00 WIB
Sistem Kerja	: <i>Hybrid</i> (WFO dan WFH)
Posisi Magang	: Humas (Hubungan Masyarakat)
Alamat Perusahaan	: Jalan Raya Daan Mogot No. 67 , RT.001/RW.001, Sukarasa, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15112

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Proses Administrasi Kampus

- a. Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh program studi Ilmu Komunikasi.
- b. Mengisi kartu rencana studi yaitu mengambil SKS atau mata kuliah magang dengan syarat sudah memenuhi minimal 90 SKS atau tidak ada mata kuliah yang mendapatkan D, E, atau bahkan F.
- c. Mengisi *form* KM-01 yang akan diajukan sebagai syarat utama pengajuan aktivitas magang dengan mengisi profil perusahaan serta job deskripsi yang akan diambil.
- d. Setelah mengajukan *form* KM-01, mahasiswa akan mendapatkan *e-mail* apabila pengajuan tempat magang diterima atau ditolak.

- e. Setelah mendapat pemberitahuan KM-01 diterima, mahasiswa mendaftarkan perusahaan tersebut pada *website* merdeka umn agar perusahaan bisa disetujui oleh pihak prodi.
- f. Setelah pihak prodi menyetujui perusahaan, mahasiswa diminta untuk melengkapi data seperti menginput surat pernyataan penerimaan magang dari perusahaan agar mahasiswa dapat mengisi laporan kegiatan harian pada *website* merdeka UMN.

2. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- a. Menitipkan CV (*Curriculum Vitae*) pada divisi umum dan kepegawaian BPBD Kota Tangerang
- b. Mendapat panggilan dari divisi umum dan kepegawaian untuk sesi *interview*.
- c. Menerima surat penerimaan praktik kerja magang dari perusahaan.
- d. Mendapatkan penjelasan dari supervisor tentang bagaimana divisi humas akan menjalankan tugasnya.
- e. Mengerjakan job desk sesuai yang telah dijelaskan oleh supervisor.
- f. Mengisi laporan kegiatan harian pada *website* merdeka UMN.
- g. Mendapatkan bimbingan dari dosen pembimbing magang untuk menyusun laporan magang.

3. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- a. Mendapatkan penjelasan dari supervisor tentang bagaimana divisi humas akan menjalankan tugasnya.

b. Mengerjakan job desk sesuai yang telah dijelaskan oleh supervisor.

4. Tahap Pembuatan Laporan Magang

a. Mendapatkan bimbingan magang oleh dosen pembimbing magang yaitu Ibu Intan Primadini.