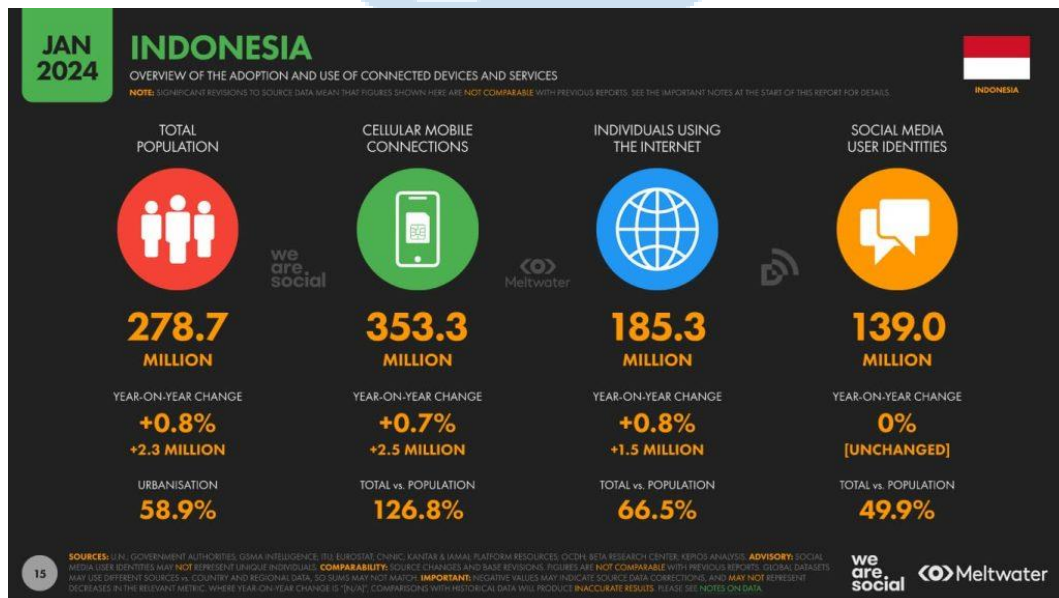


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penggunaan internet di Indonesia telah mengalami perkembangan yang sangat pesat di era globalisasi dan digitalisasi yang semakin maju. Seorang individu dengan mudahnya dapat mengakses internet dimana saja dan kapan saja. Dengan adanya perkembangan dalam menggunakan internet, saat ini seorang individu dapat lebih mudah dalam meningkatkan komunikasi dan pertukaran informasi di kalangan masyarakat. Jumlah pengguna internet di Indonesia di tahun 2024 telah mencapai angka 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk menurut Indonesia Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII (2024), sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia di tahun 2024 telah mencapai 79,5%.



Gambar 1.1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2024

Sumber: We Are Social (2024)

Berdasarkan data yang dilansir dari We Are Social (2024) tentang penggunaan internet dan media sosial di Indonesia pada tahun 2024 dapat disimpulkan bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212,9 juta jiwa atau sebesar 77% dari total populasi 278,7 juta penduduk di Indonesia.

Dengan adanya perkembangan pada internet, media sosial merupakan salah satu aspek yang paling terpengaruh. Saat teknologi internet mengalami perkembangan, maka media sosial pun ikut berkembang dengan pesat. Akses yang lebih mudah dan cepat terhadap internet memungkinkan masyarakat untuk terhubung dengan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, X, YouTube, TikTok, dan lain sebagainya. Media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai alat untuk berbagi informasi, opini dan kreativitas. Komunikasi dengan menggunakan media sosial menjadi salah satu alat utama baik untuk keperluan pribadi, perusahaan, maupun institusi pemerintahan, termasuk lembaga pemerintah, untuk menjangkau audiens dan menyampaikan informasi.

Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang semakin maju, komunikasi menggunakan media sosial sudah menjadi salah satu alat utama bagi organisasi, termasuk lembaga pemerintah, untuk menjangkau audiens dan menyampaikan informasi. Bapenda DKI Jakarta, sebagai lembaga yang bertugas dalam pengelolaan dan administrasi pendapatan daerah, memiliki peran strategis dalam memastikan bahwa informasi terkait kebijakan, program, dan layanan publik dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Dilansir dari DJKN DKI Jakarta (N.d) Penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk opini publik, meningkatkan transparansi, serta mempercepat proses komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Selain itu, peran media sosial juga dapat menjangkau masyarakat dengan lebih luas dan cepat.

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai kanal penyampaian informasi, tetapi juga sebagai wadah untuk interaksi dua arah yang memungkinkan masyarakat untuk memberikan umpan balik. Dalam hal ini, penting bagi Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) DKI Jakarta untuk dapat menyediakan atau memberikan konten

media sosial yang secara strategis dan profesional agar informasi yang disampaikan dapat mencapai audiens dengan tepat dan efektif.

Salah satu peran strategis yang muncul dalam perkembangan ini adalah profesi *Content creator*, yang bertugas menghasilkan konten, membuat narasi untuk pembuatan konten, dan mengumpulkan ide, data dan riset untuk membuat konsep yang kreatif dengan desain grafis, konten yang dibuat tidak hanya bersifat informatif tetapi juga menarik bagi pembaca atau *audience* di media sosial.

Bapenda DKI Jakarta yang merupakan salah satu lembaga pemerintah yang memiliki tanggung jawab dalam mengelola pendapatan daerah, khususnya pajak daerah. Melalui media digital, Bapenda dapat memberikan informasi terkait pajak, regulasi terbaru, dan berbagai kebijakan daerah lainnya. Oleh karena itu, peran *Content creator* sangat penting bagi lembaga pemerintah, termasuk Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta. Di era digital saat ini, media sosial dan platform online menjadi saluran utama untuk berkomunikasi dengan publik.

Melalui konten yang menarik dan mudah dipahami, seorang *content creator* dapat membantu Bapenda dalam mengedukasi masyarakat tentang kewajiban perpajakan, prosedur administrasi, serta program-program yang ada. *Content creator* di Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta dapat membuat konten yang dikemas dalam bentuk yang kreatif dan informatif agar mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar pajak, memperbaiki pemahaman masyarakat terkait peraturan perpajakan, dan meningkatkan transparansi serta akuntabilitas lembaga pemerintah. Dengan demikian, keberadaan *content creator* dapat memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat serta mempercepat pencapaian tujuan pelayanan publik yang lebih baik.

Salah satu alasan utama melakukan Kerja Magang di Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta ialah kesempatan untuk memperoleh pengalaman langsung dalam penulisan konten ataupun mengerjakan content brief media sosial di lingkungan pemerintahan. Bapenda DKI Jakarta, sebagai lembaga yang memiliki tanggung jawab atas administrasi pendapatan daerah, memainkan peran penting dalam

komunikasi publik dan transparansi, sehingga penulis dapat memahami bagaimana strategi komunikasi dikembangkan dan diterapkan, serta bagaimana media sosial digunakan untuk berinteraksi dengan publik dan menyampaikan informasi secara efektif.

Magang ini juga memungkinkan penulis untuk belajar dari para praktisi berpengalaman di bidang komunikasi dan media sosial. *Content creator* bekerja di bawah Tim Humas Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta yang terdiri dari profesional yang ahli, dan kesempatan untuk bekerja di bawah bimbingan mereka dapat memberikan wawasan mendalam tentang praktik terbaik serta cara menghadapi tantangan dalam penulisan konten media sosial. Selain itu, kerja magang menawarkan kesempatan untuk menggunakan teori dan pengetahuan yang diperoleh selama pendidikan ke dalam konteks nyata, seperti penulisan konten dan analisis kinerja media sosial, yang akan sangat berguna dalam membangun keterampilan praktis.

Lebih dari itu, magang di Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta memungkinkan penulis untuk memberikan kontribusi nyata terhadap tujuan institusi, seperti meningkatkan pelayanan publik dan transparansi. Ini tidak hanya memberikan rasa pencapaian tetapi juga memberikan kesempatan untuk memperluas jaringan profesional melalui interaksi dengan berbagai pemangku kepentingan. Selain itu, penulis dapat memperoleh pemahaman mendalam tentang dinamika komunikasi publik di sektor pemerintah, termasuk bagaimana kebijakan dikomunikasikan dan bagaimana media sosial dapat mempengaruhi opini publik.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Dalam suatu proses pendidikan terdapat suatu kegiatan dimana para pelajar maupun mahasiswa harus mengikuti suatu program pengajaran praktik secara langsung kedalam pekerjaan yang telah ditetapkan dan mengikuti pendidikan yang diambilnya guna mempersiapkan diri setelah pendidikan yang diambil telah selesai. Ditingkat mahasiswa, Kerja magang merupakan penggabungan antara program pendidikan sekolah dengan program penguasaan keahlian yang diperoleh melalui

kegiatan kerja secara langsung di dunia kerja untuk mencapai tingkat keahlian tertentu. Program pelaksanaan kerja magang ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

Kerja lapangan ini bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis dalam menjalankan tugas sebagai *Content Creator* di Bapenda DKI Jakarta, dengan fokus utama pada pengembangan konten yang relevan dan informatif pada media sosial. Dalam pelaksanaan kerja lapang, peserta diharapkan mampu mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di lingkungan kerja pemerintahan. Melalui kegiatan ini, peserta juga diharapkan untuk memahami secara lebih mendalam proses komunikasi pemerintah, khususnya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui media digital.

Berikut merupakan tujuan spesifik dari pelaksanaan kerja magang:

1. Meningkatkan kemampuan dalam menyusun konten yang sesuai dengan kebutuhan komunikasi pemerintah.
2. Mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari dalam kegiatan kerja magang di Bapenda DKI Jakarta dan meningkatkan keterampilan komunikasi.
3. Memahami cara kerja dan aktivitas yang dilakukan pada tiap *platform* di media sosial.
4. Meningkatkan kreativitas dalam melakukan pengerjaan dan pemecahan masalah pada tiap proses pengerjaan kebutuhan media sosial yang dilakukan.

Dengan demikian, kerja lapang ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis kepada peserta, tetapi juga untuk memberikan kontribusi nyata dalam upaya meningkatkan kualitas komunikasi pemerintah dengan masyarakat, terutama dalam hal perpajakan daerah. Dengan memahami peran dan tanggung

jawab *content creator* diharapkan dapat ditemukan cara - cara untuk meningkatkan kualitas konten yang dihasilkan serta efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh Bapenda. Hal ini penting mengingat bahwa keberhasilan implementasi kebijakan pajak sangat bergantung pada seberapa baik informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat.

1.2. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Program Kerja Magang

Selama masa praktik kerja magang, mahasiswa diwajibkan untuk menyelesaikan 640 jam magang dan 207 jam bimbingan dengan dosen pembimbing. Ketentuan tersebut berdasarkan aturan dan instruksi dari Universitas Multimedia Nusantara dalam pelaksanaan MBKM Track 1. Dengan demikian, praktik kerja magang yang dilakukan oleh mahasiswa sesuai dengan kontrak yang telah disepakati dengan Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta. Berikut informasi waktu pelaksanaan magang :

- Hari kerja : Senin s/d Jum'at
- Jam kerja : 08.00 s/d 16.00
- Sistem Kerja : *Work From Office (WFO)*

Jam kerja magang dapat berubah-ubah ketika mendapatkan pekerjaan atau tugas tambahan. Sistem kerja magang yaitu *Work From Office (WFO)* dapat berubah menjadi *Work From Home (WFH)* jika peserta magang berhalangan hadir ke tempat pelaksanaan magang untuk melaksanakan bimbingan secara *offline*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Melakukan pengisian Krs untuk “Internship Track 1” melalui website myumn.ac.id.
2. Melakukan pencarian instansi atau perusahaan sesuai dengan kriteria yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara
3. Melakukan pengisian form KM-01 melalui google form.

4. Mendapatkan KM-02 atau Surat Pengantar Kerja Magang dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
5. Menyerahkan Surat KM-02 ke Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta.
6. Menerima Surat Izin Magang dari Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta.
7. Melakukan magang atau praktek kerja terhitung mulai tanggal 5 Februari 2024 s/d 26 Juni 2024.
8. Mengunduh *form* KM-03 (Kartu Kerja Magang).
9. Melakukan Pengisian aktivitas dan absensi magang KM-04 (*Daily Task*).
10. Mendapatkan KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang).

