

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan zaman, media di Indonesia telah mengalami transformasi yang pesat dan signifikan setiap harinya. Perubahan ini tidak hanya terlihat pada peningkatan jumlah saluran informasi, tetapi juga pada cara masyarakat berinteraksi dan berkomunikasi. Perkembangan media komunikasi mengalami transformasi yang cepat sejak teknologi digital menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Media tradisional seperti radio, surat kabar, televisi, majalah, dan film telah beradaptasi dengan meluncurkan versi online, sementara juga menghadapi tantangan akibat pergeseran minat pasar dari media konvensional ke platform digital dan online (Abdullah et al., 2017).

Di era masyarakat informasi, praktisi media arus utama perlu beradaptasi dengan bertransformasi menjadi media yang memberi kesempatan bagi audiensnya untuk berpartisipasi secara aktif dalam menghasilkan informasi (Hafizullah & Krisnadi, 2021). Salah satu contoh yang paling mencolok adalah perkembangan media komunikasi, yang kini mencakup berbagai platform seperti media sosial, media digital, dan aplikasi pesan instan. Dengan adanya media sosial, individu dapat dengan mudah berbagi informasi, berinteraksi dengan orang lain, dan mengakses berita dari berbagai sumber secara *real-time*. Selain itu, media digital juga telah membuka peluang baru bagi bisnis dan konten kreator yang berupaya meraih audien dari berbagai kalangan. Hal ini menunjukkan bahwa kemajuan media di Indonesia tidak hanya mempengaruhi cara kita berkomunikasi, namun berdampak pada berbagai aspek kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat.

Transformasi media di Indonesia dapat ditelusuri sejak era reformasi 1998, yang menandai dimulainya kebebasan pers dan demokratisasi informasi. Sejak saat itu, lanskap media terus berkembang dengan hadirnya teknologi digital yang semakin canggih (Kulsum, 2024). Penetrasi internet yang mencapai lebih dari 73% dari total populasi Indonesia pada tahun 2023 telah menciptakan ekosistem media

yang dinamis dan kompleks. Masyarakat tidak lagi sekadar menjadi konsumen pasif informasi, melainkan turut berperan aktif sebagai produsen konten melalui berbagai platform digital.

Fenomena ini telah menghadirkan berbagai dampak positif bagi masyarakat Indonesia. Di bidang ekonomi, muncul berbagai model bisnis baru berbasis digital yang menciptakan lapangan kerja dan peluang usaha. Para pengusaha kecil dan menengah kini dapat memanfaatkan platform media sosial untuk memasarkan produk mereka dengan biaya yang relatif terjangkau. Di bidang pendidikan, akses terhadap sumber pembelajaran menjadi lebih mudah melalui platform pembelajaran daring dan berbagi pengetahuan. Sementara di bidang sosial, media digital telah memfasilitasi terbentuknya komunitas-komunitas virtual yang memungkinkan individu dengan minat serupa untuk saling terhubung tanpa batasan geografis.

Namun, di balik berbagai kemajuan tersebut, terdapat tantangan-tantangan yang perlu diatasi. Merebaknya fenomena berita palsu (*hoax*), polarisasi sosial akibat gelembung informasi (*information bubble*), serta kesenjangan digital antara masyarakat perkotaan dan pedesaan menjadi isu-isu krusial yang membutuhkan perhatian serius. Selain itu, ketergantungan yang berlebihan terhadap media digital juga dapat menimbulkan dampak negatif pada kesehatan mental dan pola interaksi sosial masyarakat.

Selain itu, kurangnya literasi digital di kalangan beberapa segmen masyarakat menyebabkan ketidakmampuan untuk mengevaluasi informasi secara kritis, sehingga mereka rentan terhadap informasi yang tidak tepat. Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, pelatihan mengenai penggunaan teknologi digital harus diperkuat, terutama di daerah-daerah yang kurang terlayani. Membangun kemitraan antara pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan komunitas lokal juga menjadi penting untuk menciptakan saluran komunikasi yang lebih efektif dan inklusif, memastikan bahwa semua anggota masyarakat, terlepas dari latar belakang sosial dan ekonomi mereka, dapat mengakses informasi yang akurat dan dapat dipercaya dalam situasi darurat. Dengan pendekatan yang holistik dan kolaboratif, diharapkan komunikasi risiko dapat semakin efektif dalam membantu masyarakat beradaptasi

dengan ancaman bencana yang selalu berubah di era digital ini (Kar & Cochran, 2019).

Oleh karena itu, perkembangan media di Indonesia perlu diiringi dengan peningkatan literasi digital masyarakat serta regulasi yang tepat dari pemerintah. Kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pelaku industri media, akademisi, dan masyarakat sipil, menjadi kunci dalam memastikan bahwa transformasi media dapat memberikan manfaat maksimal bagi pembangunan bangsa sambil meminimalkan dampak negatifnya.

Media sosial merupakan sarana komunikasi melalui internet yang membantu penggunaannya berbagi informasi, gagasan, dan konten kreatif, sekaligus membangun relasi sosial dalam lingkungan online (Quesenberry, 2019). Menurut Tracy dan Michael, Platform media sosial kini telah berevolusi melampaui fungsi dasarnya sebagai alat komunikasi. Dengan beragam fiturnya, pengguna dapat melakukan berbagai aktivitas dalam jaringan, mulai dari bersosialisasi, membuat konten, membangun komunitas, bekerja sama, berbisnis, berbagi pengetahuan, belajar, bermain *game*, hingga melakukan transaksi dalam sebuah jaringan yang terkoneksi.

Perubahan ini telah menghadirkan perubahan besar dalam kebiasaan manusia berkomunikasi dan menjalankan aktivitas kesehariannya. Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, dan TikTok telah berkembang melampaui fungsi menghibur, menjadi sarana yang ampuh untuk pemasaran digital, membangun citra diri, dan mengembangkan bisnis. Banyak perusahaan, baik besar maupun kecil, serta organisasi, memanfaatkan media sosial untuk menjangkau target pasar mereka secara lebih efisien. *Influencer* dan *content creator* juga menjadikan platform ini sebagai sumber pendapatan utama melalui kolaborasi dan monetisasi. Selain itu, media sosial telah mengubah lanskap aktivisme dan gerakan sosial, dengan tagar dan kampanye viral yang mampu dengan cepat memobilisasi massa dan meningkatkan kesadaran global terhadap isu-isu sosial, politik, dan lingkungan, menciptakan bentuk baru partisipasi publik yang dikenal sebagai "aktivisme digital" atau "*slacktivism*."

Perkembangan pesat media sosial juga telah mengubah cara individu membangun dan mempertahankan identitas digital mereka. Dalam era digital ini, seseorang tidak hanya memiliki identitas di dunia nyata, tetapi juga memiliki "persona digital" yang dikelola secara aktif melalui berbagai platform media sosial. Fenomena ini telah menciptakan budaya baru dalam bermasyarakat, di mana nilai seseorang tidak hanya diukur dari prestasi dan kontribusi nyatanya, tetapi juga dari kehadiran dan pengaruhnya di dunia maya.

Dampak media sosial terhadap perilaku konsumen juga sangat signifikan. Platform ini telah mengubah cara orang mencari informasi, membuat keputusan pembelian, dan berinteraksi dengan merek. Munculnya fitur *social commerce* yang mengintegrasikan fungsi belanja langsung ke dalam platform media sosial telah menciptakan ekosistem baru dalam dunia perdagangan elektronik. Konsumen kini dapat menemukan produk, membaca ulasan, berkonsultasi dengan komunitas, dan melakukan pembelian tanpa harus meninggalkan platform media sosial yang mereka gunakan. Di sisi lain, pesatnya perkembangan media sosial juga membawa tantangan dan risiko yang perlu diwaspadai. Masalah privasi data, kecanduan media sosial, *cyberbullying*, penyebaran informasi palsu, dan manipulasi opini publik menjadi isu-isu kritis yang membutuhkan perhatian serius. Fenomena *echo chamber* dan *filter bubble* juga dapat memperkuat polarisasi sosial dengan membatasi paparan pengguna hanya pada informasi dan pandangan yang sesuai dengan preferensi mereka.

Dalam konteks profesional, media sosial telah mengubah lanskap dunia kerja dan pengembangan karier. Platform seperti LinkedIn tidak hanya berfungsi sebagai jejaring profesional, tetapi juga menjadi sarana rekrutmen, *personal branding*, dan pembelajaran berkelanjutan. Banyak perusahaan kini menilai "kehadiran digital" calon karyawan mereka sebagai bagian dari proses seleksi, menunjukkan bagaimana media sosial telah menjadi perpanjangan dari identitas profesional seseorang. Kemajuan teknologi seperti kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) dan *big data analysis* juga terus mendorong evolusi platform media sosial. Algoritma yang semakin canggih mampu memberikan pengalaman yang lebih personal kepada pengguna, sekaligus membuka peluang baru dalam hal monetisasi

dan *engagement*. Namun, hal ini juga menimbulkan pertanyaan etis tentang transparansi algoritma dan potensi manipulasinya terhadap perilaku pengguna.

Maka dari itu, Organisasi atau Lembaga juga sangat membutuhkan media sosial untuk memberikan informasi secara akurat dan tepat kepada audiens-Nya, terutama organisasi yang bergerak di bidang lingkungan atau kebencanaan. Organisasi yang bergerak dibidang tersebut harus memberikan informasi akurat secara *real-time* dan cepat, karena berhubungan dengan keselamatan dan keberlangsungan hidup banyak jiwa. Hal ini menjadi semakin krusial mengingat Indonesia merupakan negara yang terletak di wilayah *Ring of Fire*, yang memiliki risiko tinggi terhadap berbagai bencana alam, termasuk tsunami.

Tsunami, sebagai salah satu bencana alam yang paling destruktif, memerlukan sistem peringatan dini dan komunikasi yang efektif untuk meminimalisir dampak kerugian. Pengalaman dari berbagai bencana tsunami besar di Indonesia, seperti Tsunami Aceh 2004 dan Tsunami Selat Sunda 2018, telah menunjukkan betapa pentingnya distribusi informasi yang cepat dan akurat kepada masyarakat. Media sosial telah terbukti menjadi saluran komunikasi yang efektif dalam situasi darurat, memungkinkan penyebaran informasi secara instan dan memfasilitasi koordinasi bantuan.

Salah satu organisasi atau lembaga yang memanfaatkan media sosial dalam konteks kebencanaan adalah Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS). GMLS adalah organisasi berbasis komunitas yang fokus pada manajemen bencana di wilayah Lebak Selatan. Didirikan pada 13 Oktober 2020 oleh Abah Lala (Anis Faisal Reza), GMLS menerapkan pendekatan menyeluruh dalam penanganan bencana, mulai dari mitigasi, kesiapsiagaan, penanganan darurat, hingga rehabilitasi pasca bencana. organisasi ini memiliki peran vital dalam membangun ketahanan masyarakat terhadap bencana di wilayah Lebak Selatan melalui berbagai program seperti pemetaan wilayah rawan bencana, pelatihan kesiapsiagaan, pengembangan sistem peringatan dini berbasis komunitas, koordinasi dengan instansi terkait, dan edukasi publik melalui media sosial.

Dalam konteks mitigasi tsunami khususnya, organisasi tersebut telah mengembangkan beberapa inisiatif penting yang meliputi pemasangan rambu-

rambu evakuasi tsunami di wilayah pesisir, pelaksanaan simulasi evakuasi secara berkala, pembuatan peta risiko tsunami, pembentukan tim siaga bencana, dan program edukasi tentang tanda-tanda tsunami serta prosedur evakuasi. Melalui berbagai program ini, GMLS berupaya memastikan bahwa masyarakat Lebak Selatan memiliki pengetahuan dan kesiapan yang memadai dalam menghadapi potensi bencana tsunami.

Dalam menjalani program magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan, pekerja magang berada di posisi *Social Media Intern* yang bertugas untuk mengelola konten *Feeds* dan *Story* pada *Official Account Instagram* "@gugusmitigasibaksel." Alasan pekerja magang memilih organisasi dan posisi tersebut sebagai tempat magang karena menawarkan kesempatan unik untuk berkontribusi langsung dalam upaya mitigasi bencana sembari mengembangkan keahlian profesional dalam pengelolaan media sosial untuk isu-isu kritis. Posisi ini tidak hanya memberikan pengalaman berharga dalam mengomunikasikan informasi penting kepada masyarakat, tetapi juga membuka peluang *networking* dengan berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah, LSM, dan komunitas lokal.

Sebagai organisasi berbasis komunitas, GMLS telah membuktikan bahwa penggunaan media sosial yang efektif dapat menjembatani kesenjangan informasi antara lembaga kebencanaan dan masyarakat. Melalui platform media sosialnya, organisasi ini tidak hanya menyebarkan informasi kebencanaan, tetapi juga membangun kesadaran dan kesiapsiagaan masyarakat terhadap potensi bencana. Pengalaman ini juga akan memperkaya portofolio pekerja magang dengan contoh nyata penanganan komunikasi krisis dan manajemen media sosial dalam konteks yang memiliki dampak sosial signifikan, sekaligus memberikan kontribusi nyata dalam upaya pengurangan risiko bencana di tingkat lokal.

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

Pelaksanaan kerja magang ini memiliki tujuan untuk menambah wawasan dan pengalaman dalam mengelola *postingan* kegiatan yang dilakukan oleh Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) pada akun media sosial Instagram. Secara spesifiknya, kegiatan kerja magang ini memiliki tujuan untuk:



- 1) Mengetahui aktivitas pekerjaan divisi *Social Media* di Gugus Mitigasi Lebak Selatan.
- 2) Mengetahui hambatan yang terjadi di dunia kerja dan solusi untuk mengatasinya.
- 3) Meningkatkan kemampuan kerjasama dalam tim untuk mendukung pengelolaan konten media sosial Gugus Mitigasi Lebak Selatan.

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

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

Program kerja magang dimulai pada pertengahan bulan September hingga pertengahan bulan Desember dengan durasi sekitar 640 jam kerja. Pelaksanaan kerja magang dilaksanakan secara *online* dan ketika mengikuti kegiatan *MBKM Humanity Project Batch 5*. Sehubungan dengan hal tersebut, praktik kerja magang yang dilaksanakan sudah sesuai kontrak dan selaras dengan arahan yang diberikan oleh Kampus dengan rincian sebagai berikut:

- Hari Kerja Aktif : Senin s/d Jumat
- Jam Kerja : 08.00 – 17.00 WIB
- Sistem Kerja : *Onsite & Online*

Praktik kerja magang dilaksanakan dengan sistem waktu yang sangat fleksibel, berbeda dari jadwal formal yang tercantum yaitu Senin-Jumat pukul 08.00-17.00. Dalam pelaksanaannya, pekerja magang memiliki keleluasaan untuk mengatur waktu kerja sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan tugas, termasuk bekerja di hari Sabtu dan Minggu. Fleksibilitas ini juga mencakup kemungkinan untuk mengajukan jam lembur kepada organisasi, yang dapat dihitung sebagai bagian dari akumulasi jam kerja yang disyaratkan oleh kampus. Dengan penerapan sistem kerja yang adaptif ini, pekerja magang telah berhasil mengakumulasikan jam kerja melebihi ketentuan minimal 640 jam atau setara dengan 80 hari kerja yang diwajibkan oleh kampus, jauh sebelum jadwal sidang magang yang direncanakan pada Januari 2025.

### 1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut merupakan ketentuan yang harus dipatuhi oleh pekerja magang dalam menyelesaikan Program *MBKM Humanity Project*:

#### A. Administrasi Kampus (Universitas Multimedia Nusantara)

- 1) Menghadiri sosialisasi *MBKM Humanity Project Batch 5* yang diselenggarakan secara tatap muka oleh Program Studi Ilmu Komunikasi pada tanggal 26 Juni 2024.
- 2) Mengisi KRS dengan mata kuliah *Humanity Project* melalui *website myumn.ac.id* dengan memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan.
- 3) Mengumpulkan transkrip nilai, *curriculum vitae*, *motivational letter*, *creative proposal*, serta postingan video mengenai kebencanaan untuk mengikuti seleksi *MBKM Humanity Project Batch 5*.
- 4) Memperoleh surat penerimaan resmi untuk program *MBKM Humanity Project Batch 5*.
- 5) Menghadiri sesi orientasi *MBKM Humanity Project Batch 5* yang diselenggarakan secara tatap muka oleh Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.
- 6) Menyelesaikan proses registrasi data melalui *platform merdeka.umn.ac.id*.

#### B. Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Kegiatan magang dilaksanakan dengan peran sebagai *Social Media Intern*, dengan fokus pada pengelolaan akun Instagram di bagian media sosial.
- 2) Bimbingan selama pelaksanaan kerja magang dan penyediaan informasi dilakukan secara langsung oleh Bapak Anis Faisal Reza. Beliau berperan ganda sebagai pembimbing lapangan dan juga memimpin Gugus Mitigasi Lebak Selatan.



- 3) Proses pengisian dan penandatanganan dokumen KM-03 berlangsung selama periode magang. Adapun formulir KM-04 akan diserahkan pada penghujung masa magang.

C. Penyusunan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Penyusunan laporan praktik kerja magang *MBKM Humanity Project* di bimbing oleh Ibu Helga Liliana Cakra Dewi sebagai Dosen Pembimbing melalui pertemuan *online* dan *offline (onsite)*.
- 2) Laporan kerja magang diajukan dan menunggu persetujuan dari Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

- D. Setelah mendapat persetujuan, Laporan Praktik Kerja Magang akan diajukan untuk memasuki tahap Ujian Sidang Magang Universitas Multimedia Nusantara.

