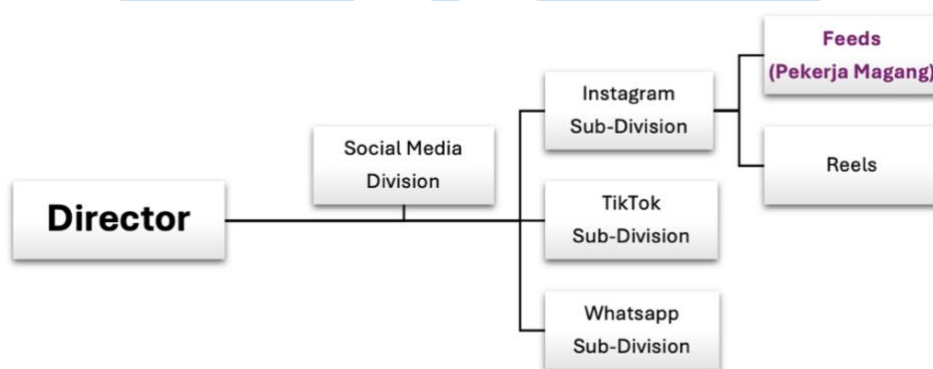


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

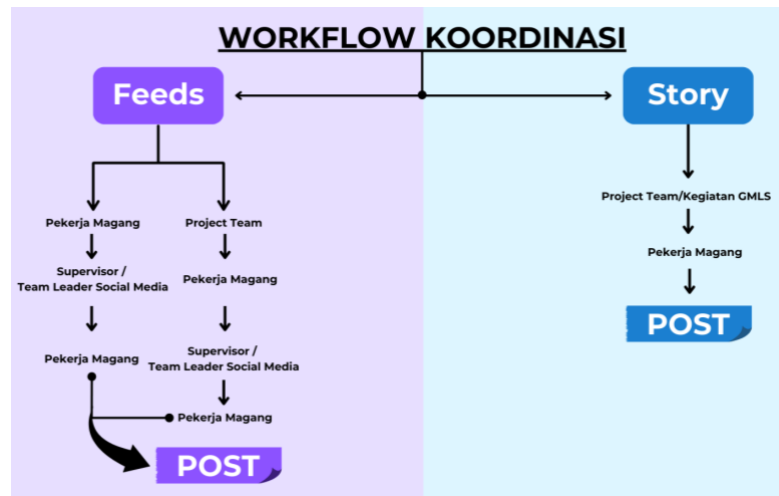
Pada masa pelaksanaan magang, pekerja magang menempati posisi *Social Media Intern* di Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Divisi ini berada di bawah naungan divisi *Social Media* dan diawasi oleh *Director* secara langsung. Berikut merupakan ruang lingkup divisi *Social Media*:



Gambar 3. 1 Ruang lingkup Divisi Social Media

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2024)

Director Gugus Mitigasi Lebak Selatan diduduki oleh Bapak Anis Faisal Reza. Dalam perannya, beliau bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengatur semua aktivitas GMLS. Selain itu, beliau juga memberikan panduan terperinci terkait tugas-tugas publikasi, serta melakukan evaluasi dan pengawasan terhadap kinerja divisi. Divisi *Social Media* memiliki total enam orang yang terdiri dari satu karyawan tetap dan lima pekerja magang. Para pekerja magang dibimbing secara langsung oleh Adeline yang merupakan *Team Leader Social Media*, serta Bapak Anis yang menjabat sebagai Direktur. Selama periode magang berlangsung, setiap penugasan untuk peserta magang wajib dikoordinasikan dengan tim *Social Media* dan Direktur yang bertindak sebagai supervisor pekerja magang selama program pemagangan berlangsung.



Gambar 3. 2 Workflow Koordinasi Kerja Magang

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2025)

Dalam pelaksanaan program magang di bawah arahan Direktur organisasi, Bapak Anis Faisal Reza, pekerja magang menjalankan tanggung jawab utama dalam pembuatan konten media sosial melalui koordinasi terstruktur yang terdiri dari format Feeds dan Story di Instagram @gugusmitigasibaksel, dimana proses pembuatan Feeds mengikuti dua jalur koordinasi, baik melalui penugasan langsung pada pekerja magang atau melalui *Project Team* yang kemudian berkoordinasi dengan *Supervisor* atau *Team Leader Social Media* sebelum publikasi, sementara untuk Story memiliki alur yang lebih efisien dari *Project Team* atau Kegiatan GMLS pada pekerja magang untuk dipublikasikan secara langsung, dengan cakupan konten meliputi dokumentasi dan publikasi berbagai kegiatan seperti Safari Kampung, Marimba, kunjungan pada atau dari GMLS, serta seluruh rangkaian aktivitas *MBKM Humanity Project Batch 5 Tim Satu*, termasuk trip pertama hingga ketiga dan program Mahasiswa FIKOM *Batch 5 Tim 1*.

Koordinasi atau rapat dapat dilakukan secara *online* melalui platform seperti Zoom dan WhatsApp, atau secara langsung di pendopo Villa Hejo Kiara Payung, Pangarangan, Lebak Selatan. Selain ikut serta dalam kegiatan koordinasi, pekerja magang juga dipercaya untuk mendukung tim Media Sosial dan tim lainnya dalam pembuatan konten. Tak hanya itu, pekerja magang juga diberi kesempatan untuk menjadi representatif, komunikatif, dan kreatif dalam berbagai situasi.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama 640 jam atau setara dengan 80 hari kerja, pekerja magang menjalankan berbagai tugas yang terkait Media Sosial. Tugas-tugas ini mencakup *Social Media Management* yang terbagi menjadi dua konsep yakni, *Desain Communication Visual*, dan *Public Relations Writing*.

3.2.1. Tugas Kerja Magang

Semasa pelaksanaan program magang, pekerja magang diberi tanggung jawab oleh Pembimbing Lapangan untuk menyelesaikan berbagai tugas utama, yaitu *social media management*, *visual communication design*, dan *public relations writing*. Setiap tugas ini memiliki jadwal pelaksanaannya sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Uraian Tugas Magang

Uraian Pekerjaan		Bulan			
		Sept	Okt	Nov	Des
<i>Social Media Management</i>	<i>Visual Communication Design</i>				
	<i>Public Relations Writing</i>				

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2024)

Dalam ketiga tugas utama tersebut, pekerja magang melaksanakan aktivitas komunikasi eksternal organisasi seperti mengelola media sosial organisasi, memproduksi konten visual atau audio-visual, membuat *copywriting* dan *public relations writing* untuk keperluan publikasi media sosial resmi organisasi.

3.2.2. Uraian Kerja Magang

Sebagai *Social Media Intern*, pekerja magang diberikan tanggung jawab untuk mengelola media sosial organisasi dengan membuat konten visual dan audio-visual, serta menulis *copywriting* dan *public relations writing* untuk keperluan publikasi. Media sosial merupakan wadah dan perangkat yang berjalan melalui internet dan peralatan seluler, yang memberi kesempatan bagi penggunaannya untuk berkomunikasi dan membagikan opini atau konten mereka (Charlesworth, 2018).

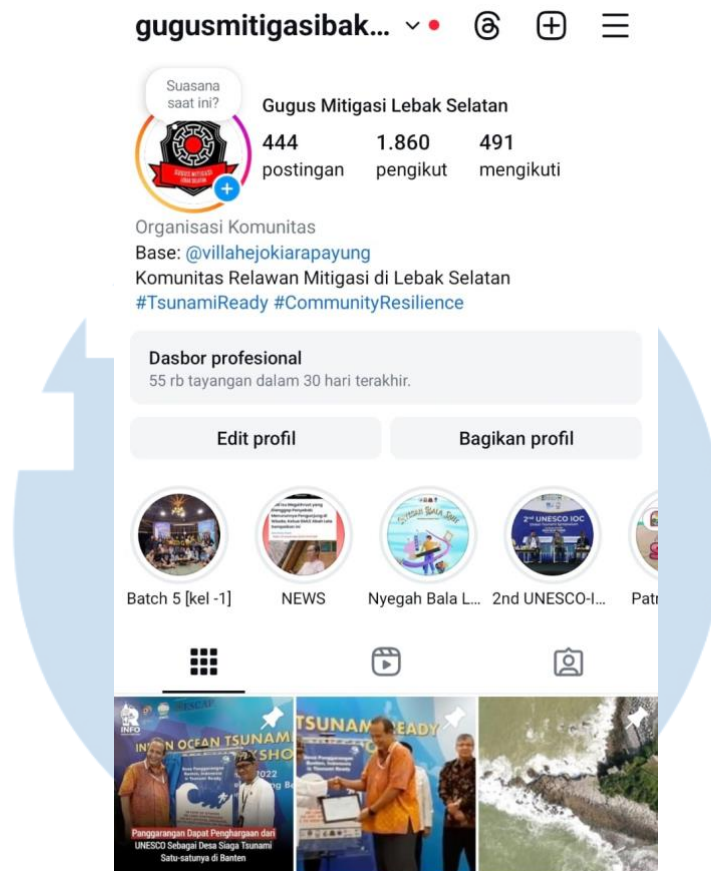
Platform media sosial berperan sebagai sarana untuk menciptakan koneksi, membangun kedekatan, meningkatkan keterlibatan, dan membentuk komunitas. Platform ini memiliki beberapa sifat khas, antara lain bersifat digital, maya, dapat

menstimulasikan, mendukung interaksi, berbasis hiperteks, dan saling terhubung dalam sebuah jaringan (Thompson, 2018). Sebagai alat komunikasi yang menggunakan internet, media sosial memungkinkan penggunaanya untuk saling bertukar informasi, gagasan, dan konten kreatif, serta menjalin hubungan sosial di dalam komunitas daring (Quesenberry, 2019).

Pada era teknologi, media sosial bertransformasi menjadi lebih dari sekadar alat komunikasi. Teknologi tersebut hadir dengan beragam fungsi yang mendukung keterlibatan aktif penggunaanya dalam berbagai aktivitas, mulai dari komunikasi, menciptakan konten, membentuk komunitas, kerja sama, aktivitas pekerjaan, berbagi informasi, interaksi sosial, hiburan, perdagangan, hingga pembelajaran yang terhubung dalam sebuah jaringan yang interaktif. Hal tersebut dikarenakan fleksibilitasnya, banyak individu, bisnis, maupun organisasi kini memanfaatkan media sosial untuk mengeksplorasi kesempatan dan memperluas jaringan mereka (Tracy & Michael, 2018).

Menurut Looy (2019), *Social Media Management* merupakan proses yang mencakup beragam aspek dan memerlukan perencanaan strategis yang matang untuk memberikan keuntungan bagi sebuah bisnis. Maka dari itu, melibatkan semua departemen dalam suatu organisasi menjadi hal yang sangat krusial dalam proses perumusan strategi ini.

Menurut Yamori (2020), penyampaian informasi kebencanaan di masyarakat modern menghadapi beberapa tantangan struktural, seperti ketergantungan berlebihan pada ahli bencana, ketergantungan pada manajemen bencana yang berpusat pada pemerintah, serta keterlambatan evakuasi akibat menunggu informasi. Permasalahan ini menjadi dasar pentingnya peran media sosial dalam penyampaian informasi kebencanaan yang lebih efektif dan tepat waktu.



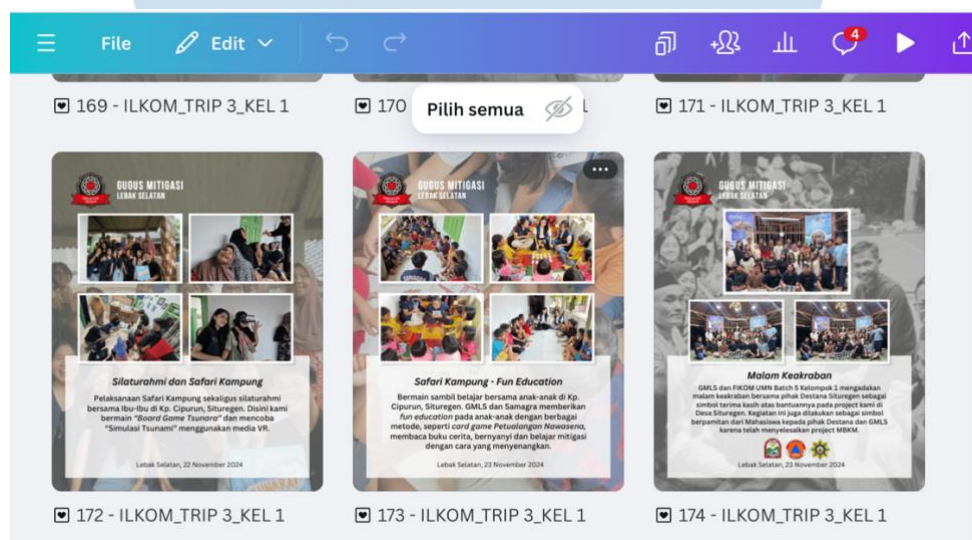
Gambar 3. 3 Profil Instagram @gugusmitigasibaksel
 Sumber: (Data Olahan Laporan, 2024)

Semasa mengelola media sosial GMLS, pekerja magang berkontribusi dalam berbagai aspek pengelolaan konten media sosial. Sebagai *Social Media Intern* yang mengelola Instagram resmi Gugus Mitigasi Lebak Selatan (@gugusmitigasibaksel), tugas utama meliputi pemberian ide konten, pembuatan konten menarik, penulisan *caption*, dan melakukan unggah konten. Pekerja magang juga aktif melakukan liputan berbagai kegiatan GMLS untuk dijadikan feeds dan story, serta terlibat dalam program-program seperti Safari Kampung bersama Ibu-Ibu dan Anak-anak.

Kegiatan pengelolaan media sosial ini bertujuan untuk memperkuat branding dan identitas lembaga organisasi. Identitas sebuah organisasi tidak hanya tercermin dari logo dan nama, tetapi juga mencakup seluruh elemen visual, komunikasi, dan perilaku yang menggambarkan jati diri organisasi. Sebagai

lembaga yang fokus pada isu kebencanaan dan tsunami, organisasi menyelaraskan konten media sosialnya dengan identitas tersebut melalui publikasi informasi yang komprehensif tentang berbagai tahapan penanganan bencana.

Strategi penyampaian informasi melalui media sosial organisasi dirancang untuk mengatasi kesenjangan komunikasi dalam penyebaran informasi kebencanaan. Konten yang dipublikasikan mencakup informasi tahap persiapan pra-bencana, penanganan saat bencana, hingga pemulihan pasca-bencana. Pendekatan ini bertujuan untuk mengurangi ketergantungan berlebihan pada satu sumber informasi dan memungkinkan masyarakat mendapatkan informasi kebencanaan yang lebih cepat dan akurat, sehingga dapat mengambil tindakan yang tepat dan cepat saat diperlukan.



Gambar 3. 4 Konten Feeds Instagram GMLS
Sumber: (Data Olahan Laporan, 2024)

Pada Gambar 3.4, pekerja magang diberikan tugas untuk memproduksi konten visual yang akan di unggah pada feeds Instagram, dengan fokus pada pembuatan foto dan video yang menggunakan format standar rasio 4:5 dengan dimensi 1080 x 1350 piksel. Format ini dipilih secara khusus karena memberikan area tampilan vertikal yang optimal dan memungkinkan konten terlihat lebih menonjol ketika ditampilkan di platform Instagram, sekaligus memastikan audiens dapat melihat detail konten dengan lebih jelas saat menjelajahi feeds melalui perangkat *mobile* mereka. Dalam menjalankan tugas ini, pekerja magang tidak hanya

memperhatikan aspek teknis seperti dimensi dan rasio, tetapi juga mempertimbangkan nilai estetika dan kesesuaian dengan identitas organisasi untuk menghasilkan konten yang profesional dan menarik perhatian target audiens.

Aktivitas pemagangan yang pekerja magang lakukan sudah sesuai dengan konsep yang dirumuskan oleh Birkigt dan Stadler dalam Cornelissen (2020), yang menekankan pentingnya identitas sebuah perusahaan. Berdasarkan sumber tersebut, identitas perusahaan terdiri dari tiga komponen utama, yaitu simbolisme, komunikasi, dan perilaku. Simbolisme meliputi elemen seperti logo, gaya visual, dan aspek lainnya yang secara langsung mencerminkan perusahaan. Komunikasi melibatkan semua bentuk interaksi yang dirancang, termasuk publisitas, konten media sosial, situs web, dan kegiatan sponsorship. Sementara itu, perilaku mencakup tindakan karyawan yang mencerminkan nilai-nilai dan budaya perusahaan. Dari ketiga elemen utama tersebut, pekerja magang sudah menerapkan elemen simbolisme dan komunikasi dalam mengelola media sosial perusahaan Gugus Mitigasi Lebak Selatan.

Informasi tentang bencana yang dihadapi oleh masyarakat modern sangat krusial, mengingat meningkatnya frekuensi dan intensitas bencana alam akibat perubahan iklim dan urbanisasi. Tantangan utama yang muncul adalah penyampaian informasi yang akurat, tepat waktu, dan mudah dipahami oleh masyarakat yang beragam (Yamori, 2020). Masyarakat sering kali mengalami kebingungan akibat berbagai sumber informasi yang saling bertentangan, yang disebabkan oleh ketergantungan yang berlebihan pada ahli bencana dan komunikasi yang terfokus pada pemerintah. Hal ini menciptakan situasi di mana masyarakat menunggu informasi resmi sebelum mengambil tindakan, seperti evakuasi, yang bisa berakibat fatal.

Dalam pelaksanaan pemagangan, pekerja magang di organisasi ini berperan penting dalam membangun komunikasi yang efektif antara pemerintah, ahli bencana, dan media massa. Melalui pengelolaan media sosial yang baik, organisasi dapat menyebarkan informasi yang valid dan mengurangi kepanikan di masyarakat. Koordinasi yang baik dalam komunikasi ini dapat mempengaruhi

pengambilan keputusan masyarakat saat terjadi bencana, memastikan bahwa mereka memperoleh informasi penting dan tindakan yang tepat untuk melindungi diri mereka. Dengan melibatkan diri dalam aktivitas ini, pekerja magang tidak hanya belajar tentang manajemen komunikasi, tetapi juga berkontribusi pada kesiapsiagaan bencana di komunitas mereka.



Gambar 3. 5 Highlight Story Instagram GMLS
Sumber: (Data Olahan Laporan, 2024)

Pada Gambar 3.5, Terdapat *highlight story* Instagram dari Program *MBKM Humanity Project Batch 5* yang menunjukkan beragam aktivitas yang dilakukan oleh Kelompok 1 bersama GMLS. Kegiatan tersebut mencakup pengayaan, pelatihan, pemagangan seperti Safari Kampung dan Marimba, kunjungan, liputan dan program Mahasiswa Kelompok 1 yang dilaksanakan pada periode ini. Berdasarkan gambar tersebut, pekerja magang ditugaskan untuk menangani dokumentasi dan publikasi pada setiap kegiatan yang dilakukan oleh GMLS atau Mahasiswa.

Dalam aktivitas tersebut, pekerja magang berperan penting dalam mendokumentasikan setiap tahapan, mulai dari persiapan hingga pelaksanaan. Selain itu, pekerja magang juga memiliki tanggung jawab untuk mengambil

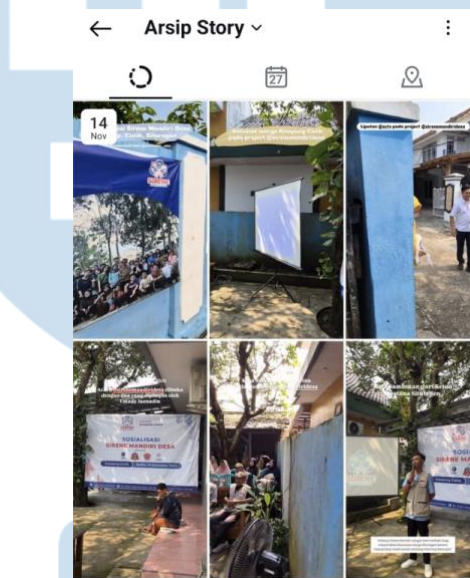
gambar, merekam video, dan mengolah konten yang relevan untuk dipublikasikan di akun media sosial Instagram organisasi. Menurut Armstrong (2021), dengan melakukan dokumentasi dan publikasi kegiatan ini, pekerja magang tidak hanya mampu meningkatkan keterampilan komunikasi dan pemasaran digital organisasi, tetapi juga memberikan sumbangsih pada promosi program serta memfasilitasi partisipasi masyarakat. Keterlibatan mereka dalam setiap aktivitas diharapkan dapat meningkatkan kesadaran tentang pentingnya program-program yang dijalankan oleh GMLS, serta mempromosikan nilai-nilai positif yang ingin disampaikan melalui kegiatan yang dilakukan.



Gambar 3. 6 Story Instagram Kunjungan Liputan SCTV
Sumber: (Data Olahan Laporan, 2024)

Berdasarkan Gambar 3.6, pekerja magang berhasil mendokumentasikan Instagram *story* yang merekam momen ketika tim SCTV mengunjungi Situregen di kawasan Lebak Selatan untuk menggarap sebuah liputan dokumenter Bersama Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Kunjungan jurnalis Liputan6 SCTV ke GMLS bertepatan dengan pelaksanaan *Onsite Act 3* proyek tugas akhir Kelompok 1. Kebetulan yang menguntungkan ini membuka peluang bagi beberapa karya mahasiswa UMN untuk turut terdokumentasikan dan menjadi bagian dari liputan dokumenter yang sedang dibuat.

Keterbukaan informasi dan dokumentasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program yang dilaksanakan (Armstrong, 2021). Dengan menghadirkan kesempatan bagi karya mahasiswa untuk mendapatkan sorotan media, pekerja magang berkontribusi pada promosi program GMLS dan meningkatkan kesadaran publik tentang pentingnya proyek-proyek yang mereka jalankan. Hal ini sejalan dengan Armstrong, bahwa partisipasi masyarakat dan pengenalan program melalui media dapat membantu membangun dukungan sosial yang lebih kuat, menciptakan dampak positif bagi komunitas atau organisasi di sekitar mereka.



Gambar 3. 7 Arsip Story Instagram GMLS
Sumber: (Data Olahan Laporan, 2024)

Pada Gambar 3.7, terdapat dokumentasi kegiatan proyek tugas akhir yang dilaksanakan oleh para mahasiswa. Dalam aktivitas tersebut, pekerja magang berperan aktif dalam mempublikasikan berbagai proyek tugas akhir yang memiliki fokus pada kebencanaan dan mitigasi bencana. Beberapa proyek yang dipublikasikan antara lain Sobat Siaga Tsunami yang bertujuan meningkatkan kesiapsiagaan masyarakat terhadap bencana tsunami, Sirene Mandiri Desa yang dirancang untuk memberikan sistem peringatan dini di tingkat desa, dan Nyegah Bala Laut yang fokus pada kampanye bencana laut dengan media kreatif.

Publikasi proyek-proyek ini memiliki relevansi yang tinggi dengan pembahasan mengenai perilaku dalam menciptakan dan menyebarkan informasi terkait krisis dalam situasi bencana yang dijelaskan oleh (Rak & Hutchison, 2020). Dedikasi mahasiswa dalam mengembangkan solusi praktis mencerminkan pemahaman akan pentingnya transparansi dan akurasi informasi dalam mengatasi masalah kebencanaan, yang pada gilirannya dapat memperkuat kepercayaan masyarakat. Dengan memaksimalkan hasil program dan pengembangan, mahasiswa juga berperan dalam meningkatkan daya tahan masyarakat dalam menghadapi potensi bencana, khususnya di Lebak Selatan, Banten.

Keterlibatan pekerja magang dalam publikasi proyek memberikan peluang untuk menerapkan dan menyebarkan informasi yang jelas, spesifik, dan akurat kepada publik, yang merupakan kunci untuk pengambilan keputusan yang efektif dalam situasi darurat. Proses ini juga mencerminkan pentingnya dukungan sosial dan peran komunitas dalam memahami ancaman bencana, serta pengaruhnya terhadap tindakan evakuasi, mengingat bahwa komunikasi yang baik dan relevan dari mahasiswa dapat mendukung masyarakat untuk mengambil langkah-langkah pengurangan risiko dengan lebih baik. Sehingga, publikasi ini tidak hanya mendemonstrasikan pembelajaran mahasiswa, tetapi juga berperan penting dalam membangun kapasitas komunikasi dan kesadaran di masyarakat, yang sangat diperlukan dalam menghadapi bencana.

Kemudian, di dalam mengelola media sosial organisasi, pekerja magang juga menggunakan model *Visual Communication Design* (VCD) untuk membuat konten feeds dan story Instagram @gugusmitigasibaksel. Dalam konteks komunikasi, desain komunikasi visual memainkan peran penting dengan memanfaatkan berbagai komponen visual untuk mengomunikasikan pesan secara efektif. Kombinasi dari berbagai elemen seperti *shape*, *color*, *layout*, serta *font type* digunakan secara harmonis untuk menciptakan sebuah tampilan yang membantu audiens menangkap pesan dengan lebih mudah. Davis & Hunt (2017) menekankan bahwa pendekatan desain komunikasi visual memiliki dampak signifikan dalam membentuk cara pandang dan respons audiens melalui pengalaman visual yang mereka terima.



Gambar 3. 8 Konten Story Rilis Dokumenter

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2024)

Berdasarkan Gambar 3.8, terdapat poster Instagram story untuk promosi rilis dokumenter Nyegah Bala Laut yang merupakan proyek tugas akhir mahasiswa. Poster ini merupakan salah satu konten yang mencakup semua aspek desain komunikasi visual yang terdiri dari bentuk, warna, tata letak, hingga tipografi. Desain poster ini telah sesuai dengan konsep VCD, di mana desain dan pesan saling berintegrasi, menyampaikan informasi bahwa dokumenter Nyegah Bala Laut kini telah hadir di media sosial Gugus Mitigasi Lebak Selatan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 9 Konten Feeds Summary Pelaksanaan Onsite Act 3 Kelompok 1

Sumber: (Data Olahan Laporan, 2024)

Selain desain poster rilis dokumenter, pekerja magang juga memiliki tanggung jawab untuk membuat konten feeds mengenai berbagai kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa FIKOM UMN Kelompok 1. Salah satu konten yang pekerja magang buat adalah konten *summary* pelaksanaan *Onsite Act 3* Kelompok 1 yang dapat dilihat pada Gambar 3.9. Konten ini sudah sesuai dengan konsep VCD, karena memiliki sudah mencakup keseluruhan aspek komunikasi dan desain, seperti bentuk, tata letak, warna, tipografi. Selain itu, konsep ini sejalan dengan pandangan Birkigt & Stadler dalam Cornelissen (2020), yang menekankan pentingnya identitas perusahaan. Desain ini sudah mencakup simbol perusahaan dan komunikasi yang efektif dalam pengelolaan media sosial yang dilakukan.

Selanjutnya, sebagai bagian dari tugas *Social Media Intern*, pekerja magang diwajibkan menguasai keterampilan *Public Relations Writing (PR Writing)*. Kemampuan ini menjadi dasar yang sangat penting untuk praktisi PR, karena digunakan dalam berbagai tugas seperti menulis *press release*, naskah pidato, konten brosur, materi iklan, teks caption media sosial, dan berbagai dokumen *PR* lainnya. Hal ini sejalan dengan fungsi utama public relations yaitu

mengkomunikasikan suara dan pesan organisasi kepada masyarakat melalui media cetak, seperti yang dikemukakan oleh Seitel (2017).

Menurut Wilcox et al. (2016), terdapat tiga aspek penting yang perlu diperhatikan oleh praktisi *public relations* sebelum membuat publikasi, diantaranya:

- a) Seorang *PR Writer* harus memiliki objektif atau tujuan yang jelas dalam menyampaikan pesan, baik itu bertujuan untuk menginformasikan, mempersuasi, atau memotivasi audiens, dengan tetap berpegang pada fakta yang ada.
- b) Pemahaman mendalam tentang target audiens sangat diperlukan, mengingat tulisan *PR* dapat ditujukan untuk berbagai kelompok seperti karyawan internal, komunitas, para pemimpin, hingga pemangku kepentingan lainnya. Penting untuk mengidentifikasi karakteristik audiens terlebih dahulu agar dapat menghasilkan konten yang efektif dan relevan.
- c) Pemilihan saluran atau platform media yang tepat juga memegang peranan penting. Praktisi *PR* perlu memahami bahwa setiap platform media memiliki karakteristik unik dan pendekatan yang berbeda dalam menjangkau audiensnya. Oleh karena itu, perlu ada perencanaan matang dalam memilih platform yang paling sesuai untuk mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan.

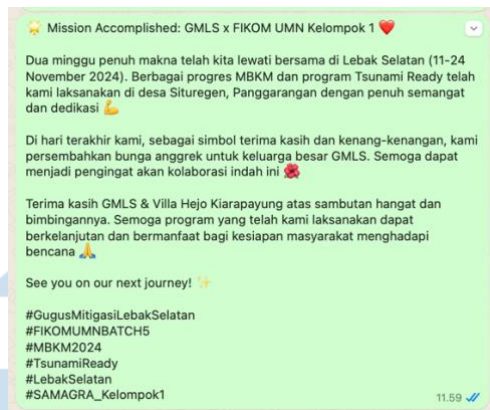
U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 10 Konten Feeds Media DW

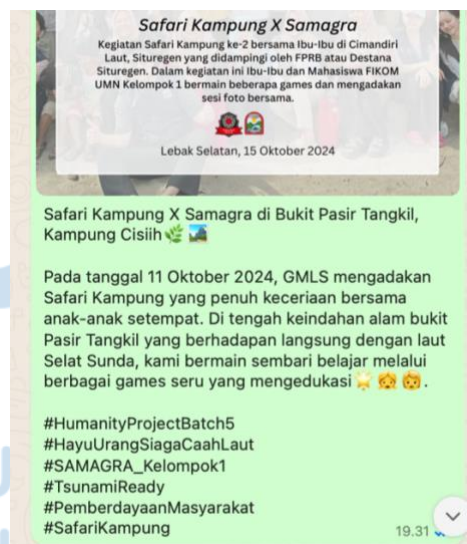
Sumber: (Data Olahan Laporan, 2024)

Selanjutnya, pada Gambar 3.10, pekerja magang ditugaskan untuk membuat unggahan konten feeds beserta *public relations writing*-nya mengenai media Deutsche Welle (DW) dari Jerman yang datang mengunjungi GMLS dan meliput kegiatan GMLS bersama dengan kelompok 1. Konten ini telah sesuai dengan konsep *PR Writing* yang diterapkan, karena menyampaikan pesan tentang peliputan media DW terkait upaya mitigasi bencana alam yang Gugus Mitigasi Lebak Selatan lakukan. Selain itu, media yang digunakan adalah akun Instagram GMLS, dengan target audiens berupa para pengikut Instagram @gugusmitigasibaksel.



Gambar 3. 11 Caption Feed Instagram Summary Pelaksanaan Onsite Act 3
 Sumber: (Data Olahan Laporan, 2024)

Berdasarkan Gambar 3.11, terdapat *PR Writing caption* pada sebuah konten feed Instagram GMLS yang menyampaikan pesan mengenai pelaksanaan *onsite Act 3*. *Caption* ini menjelaskan bahwa kegiatan mahasiswa dalam *onsite Act 3* berlangsung selama 3 minggu dengan berbagai program yang dilaksanakan, serta mencakup penyerahan bunga anggrek sebagai simbol terima kasih dan kenang-kenangan dari Kelompok 1 kepada GMLS. Dalam tugas ini, pekerja magang telah menerapkan konsep *PR Writing* dengan baik, mencakup tujuan penyampaian pesan, target audiens, dan media yang digunakan.



Gambar 3. 12 Caption Konten Feeds Safari Kampung
 Sumber: (Data Olahan Laporan, 2024)

Pada gambar 3.12, terdapat *caption* unggahan konten feeds Instagram terkait pelaksanaan pemagangan Safari Kampung. Pada *caption* ini, pekerja magang

menyampaikan bahwa telah terlaksana kegiatan bermain dan belajar mitigasi bencana bersama anak-anak di Bukit Pasir Tangkil, Cisih yang diselenggarakan oleh GMLS melalui pemagangan Safari Kampung. Caption ini sudah selaras dengan konsep yang ditetapkan, karena mencakup pesan yang ingin disampaikan, serta menggunakan media sosial @gugusmitigasibaksel dengan audiens yang terdiri dari pengikut akun tersebut. Selain pesan, setiap unggahan di feeds yang dibuat oleh pekerja magang juga telah menyertakan hashtag yang sesuai dengan kontennya.

Pengalaman magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan memberikan dampak positif bagi pekerja magang dalam *Social Media Management*. Selama magang, pekerja magang berhasil menghasilkan 18 unggahan di feeds Instagram yang mengumpulkan 45 *likes* dan 5 *shares*, serta lebih dari 150 story yang menghasilkan tayangan mencapai 86 ribu dan total interaksi sebanyak 950-1000. Namun, tugas yang dilakukan tidak hanya terbatas pada pengelolaan media sosial. Pekerja magang juga terlibat dalam meliput seluruh kegiatan pemagangan dan program tugas akhir yang berlangsung selama trip satu, dua, dan tiga. Dengan aktifnya organisasi dalam mengadakan kegiatan dan membagikan konten terkait berbagai aktivitas yang dilakukan, saya berpendapat bahwa pengelolaan media sosial organisasi telah berjalan dengan baik. Oleh karena itu, magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan menjadi pengalaman berharga untuk mempelajari pengelolaan media sosial dalam konteks organisasi yang memiliki program beragam di bidang mitigasi bencana alam, sekaligus menambah *skill set* pekerja magang dalam beradaptasi di lingkungan baru.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani berbagai aktivitas sebagai *Social Media Intern* di Gugus Mitigasi Lebak Selatan, pekerja magang menghadapi sejumlah tantangan yang beragam, kendala tersebut diantaranya:

- 1) Ketidaksesuaian dan adanya komunikasi yang kurang efektif antara pekerja magang dan *social media intern* di kelompok 2 saat melaksanakan beberapa tugas atau aktivitas, yang berdampak pada kurang optimalnya pelaksanaan magang.

- 2) Pelaksanaan tugas yang tidak sesuai antara pekerja magang di kelompok 1, seperti unggahan story Instagram yang seharusnya dibagi dengan rekan *intern* kelompok 1, tetapi seringkali hanya dilakukan oleh pekerja magang.
- 3) Keterlambatan dalam pengiriman dokumentasi media RAW dari beberapa kelompok proyek tugas akhir mengakibatkan konten mengalami penundaan dalam proses edit dan posting, sehingga beritanya menjadi kurang baru untuk diunggah.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi berbagai tantangan yang muncul selama pelaksanaan program magang, pekerja magang menemukan solusi untuk mengatasi setiap kendala yang dihadapi saat menjalankan tugas sebagai *Social Media Intern* di Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Beberapa solusi yang berhasil ditemukan antara lain:

- 1) Pekerja magang melakukan koordinasi dengan rekan-rekan magang di kelompok 2 mengenai jadwal posting, serta berkomunikasi dengan supervisor agar semuanya berjalan dengan waktu yang telah ditentukan sehingga agenda yang direncanakan tidak kacau.
- 2) Mengkoordinasikan kembali tanggung jawab untuk penugasan unggah konten dengan rekan magang di kelompok 1 dan saling mendukung dalam jadwal posting untuk kegiatan berikutnya.
- 3) Untuk mengatasi keterlambatan dalam pengiriman dokumentasi media RAW dari beberapa kelompok proyek tugas akhir, pekerja magang menetapkan tenggat waktu yang jelas untuk pengiriman materi dan melakukan pengecekan berkala guna memastikan semua kelompok mematuhi waktu yang ditentukan. Selain itu, meningkatkan komunikasi antara tim dan kelompok proyek dapat membantu mengidentifikasi kendala lebih awal, sehingga pekerja magang dapat menanggapi dengan cepat dan mempercepat proses editing dan posting konten, menjaga agar berita tetap relevan dan terbaru.