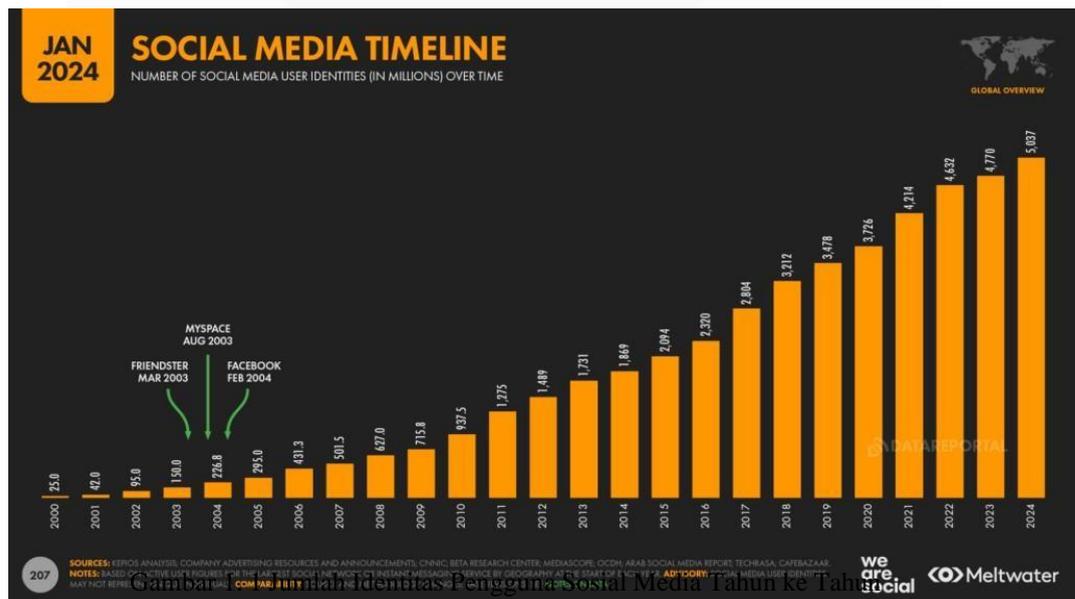


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sosial media telah menjadi salah satu platform yang paling berpengaruh di era modern ini, di mana hampir setiap aspek kehidupan kita terhubung dengan teknologi digital. Perkembangan teknologi yang begitu pesat, terutama dalam hal digitalisasi, telah membuka peluang baru yang tak terhitung jumlahnya untuk komunikasi, informasi, dan kolaborasi. Sosial media tidak hanya digunakan sebagai alat untuk bersosialisasi, tetapi juga sebagai sarana untuk menyebarkan informasi, mempromosikan bisnis, menggalang dukungan sosial, hingga membangun komunitas yang saling terhubung secara global. Media sosial saat ini juga tidak hanya digunakan sekedar untuk alat berkomunikasi dan menjalin hubungan dengan orang-orang baru tetapi juga sebagai sarana penyebaran informasi (Fitriani, 2017).

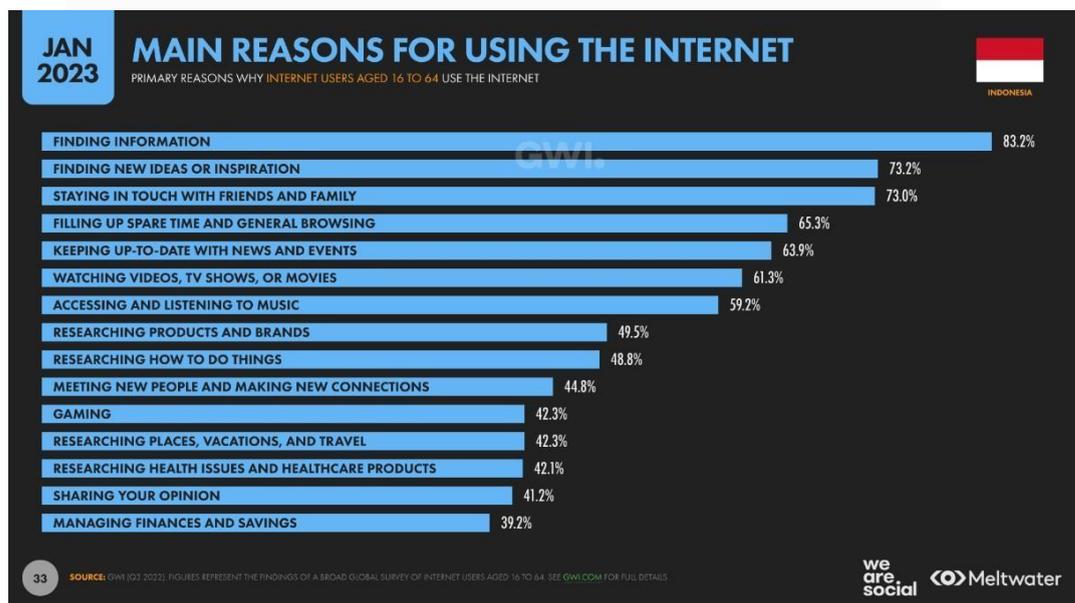


Sumber : www.wearesocial.com

Digitalisasi era sangat memungkinkan informasi berkembang dan meluas secara cepat melalui sosial media, digitalisasi pada era modern ini menciptakan

ekosistem sendiri yang memungkinkan segala informasi berkembang dan menyebar dengan sangat cepat melalui berbagai jenis *platform* sosial media. Dengan adanya teknologi yang semakin canggih, penyampaian informasi kini tidak lagi terbatas oleh jarak dan waktu. Dalam hitungan detik, sebuah pesan, berita, atau konten dapat menjangkau jutaan orang di berbagai penjuru dunia. Era Digital merupakan periode akses informasi menjadi lebih mudah, cepat, dan penyebarannya dilakukan dengan menggunakan teknologi digital dalam waktu yang terbatas (Diana & Sari, 2024).

Sosial media memainkan peran penting dalam mempercepat proses ini. Platform-platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok, misalnya, memungkinkan penggunanya untuk membagikan informasi secara instan melalui teks, gambar, video, atau kombinasi dari semuanya. Hal ini tidak hanya mempermudah individu, organisasi, atau perusahaan untuk menyampaikan pesan mereka, tetapi juga memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai isu global, mulai dari kesadaran lingkungan hingga kampanye sosial dan politik (Hafizd et al., 2023)

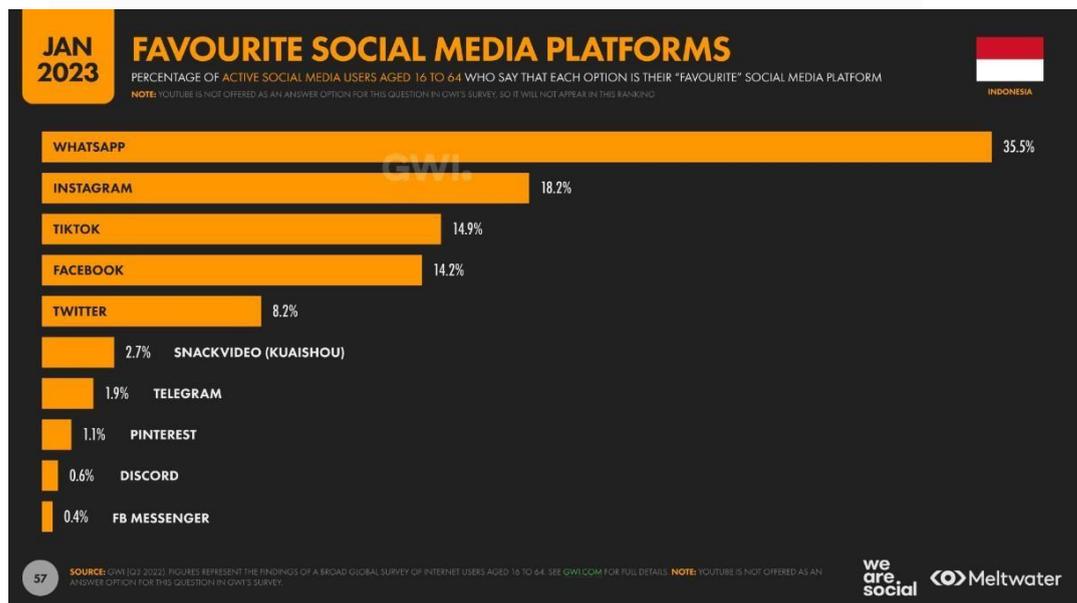


Gambar 1. 2 Tujuan Penggunaan Internet di Indonesia pada Tahun 2023

Sumber : wearesocial.com

Data pada gambar 1.2 dengan jelas menggambarkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki ketergantungan yang sangat tinggi terhadap internet untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan modern, di mana hampir semua aspek aktivitas manusia, mulai dari bekerja, belajar, berbelanja, hingga mencari hiburan, terhubung dengan teknologi digital. Salah satu kebutuhan utama yang didukung oleh internet adalah akses terhadap berita dan informasi.

Pada Gambar 1.2 dapat dilihat Masyarakat Indonesia pada tahun 2023, sebagai pengguna aktif internet, menunjukkan kecenderungan yang kuat untuk mencari berita dan informasi melalui media digital dibandingkan dengan sumber-sumber tradisional seperti koran, majalah, atau televisi. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kemudahan akses, kecepatan memperoleh informasi, dan variasi sumber yang tersedia secara online. Dalam hitungan detik, seseorang dapat menemukan berita terkini, artikel mendalam, atau panduan praktis hanya dengan mengetikkan kata kunci di mesin pencari atau menjelajahi platform media sosial.



Gambar 1. 3 Sosial media Favorit Masyarakat Indonesia 2023

Sumber : wearesocial.com

Media digital, termasuk situs berita, blog, dan aplikasi berbasis internet, telah menjadi andalan utama bagi masyarakat untuk tetap terinformasi tentang

berbagai isu, baik lokal maupun global. Selain itu, berdasarkan data yang didapat dari *website we are social* pada gambar 1.3 platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok dan YouTube menjadi aplikasi favorit Masyarakat Indonesia dan menjadi medium pertama yang diakses oleh masyarakat untuk mendapatkan kabar terbaru, membaca opini, atau menonton video informatif. Keberadaan fitur-fitur interaktif di media digital juga memungkinkan masyarakat untuk berdiskusi, berbagi pandangan, dan menyampaikan pendapat secara langsung, sehingga menciptakan lingkungan informasi yang dinamis dan partisipatif.

Menurut hasil data pada gambar 1.3, Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna media sosial yang sangat aktif, dan masyarakatnya memiliki beberapa platform favorit yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Setiap platform sosial media ini memiliki fungsi dan tujuan yang berbeda, sesuai dengan kebutuhan penggunanya. **WhatsApp** menjadi pilihan utama untuk bertukar pesan instan, sedangkan **Instagram** digunakan untuk berbagi foto, video, dan cerita sehari-hari. **TikTok** populer sebagai platform video pendek yang kreatif dan menghibur, sementara **Facebook** tetap diminati untuk berbagi informasi dan membangun jaringan sosial. **Twitter** menjadi andalan untuk mencari informasi terkini, mengikuti tren, dan berdiskusi berbagai isu. Keberagaman fungsi ini menjadikan media sosial bagian penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia.

Dengan latar belakang kemajuan teknologi, perkembangan digitalisasi, dan efisiensi dalam penyebaran informasi yang telah disebutkan sebelumnya, sosial media kini telah menjadi alat yang sangat penting dalam hampir seluruh bidang pekerjaan. Baik di sektor pemerintahan maupun non-pemerintahan, sosial media digunakan secara luas untuk mendukung berbagai kebutuhan, mulai dari publikasi hingga komunikasi strategis.

Di sektor pemerintahan, sosial media sering dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi resmi, mempublikasikan program-program kerja, memberikan edukasi kepada masyarakat, hingga menggalang

partisipasi publik dalam berbagai inisiatif. Kecepatan dan jangkauan sosial media memungkinkan pemerintah menjangkau masyarakat di seluruh pelosok, memberikan pembaruan secara real-time, serta mendengarkan aspirasi atau tanggapan dari warga.

Sementara itu, di sektor non-pemerintahan, termasuk dunia usaha, pendidikan, dan organisasi masyarakat, sosial media telah menjadi platform yang efektif untuk promosi, branding, hingga membangun komunitas. Perusahaan memanfaatkan media sosial untuk menjangkau konsumen, meningkatkan interaksi, dan memperluas pasar. Organisasi non-profit menggunakannya untuk menyebarkan kampanye sosial, meningkatkan kesadaran publik, serta menggalang dukungan atau dana.

Selain menjadi alat publikasi, sosial media juga berfungsi sebagai platform interaktif untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Kemudahan dalam berbagi konten berupa teks, gambar, video, dan siaran langsung memungkinkan pesan-pesan dapat disampaikan secara lebih menarik dan mudah dipahami. Dengan fitur ini media sosial memungkinkan berbagai aktivitas dua arah dalam bentuk pertukaran, kolaborasi, dan interaksi melalui tulisan, visual, maupun audiovisual (Setiadi, 2016).

Dengan integrasi teknologi yang semakin canggih, sosial media tidak hanya sekadar alat komunikasi, tetapi juga menjadi bagian tak terpisahkan dari strategi komunikasi modern dalam berbagai sektor. media sosial menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan modern dan memiliki potensi besar dalam membantu perusahaan dan merek dalam strategi pemasaran mereka

Sebagai salah satu contoh nyata, **Gugus Mitigasi Lebak Selatan**, sebuah organisasi non-pemerintah (NGO) yang bergerak di bidang mitigasi kebencanaan di wilayah Lebak Selatan, memanfaatkan sosial media secara aktif sebagai alat publikasi dan penyebaran informasi terkait kebencanaan. Gugus Mitigasi Lebak Selatan menyadari bahwa sosial media merupakan platform

yang sangat efektif untuk menjangkau masyarakat luas dengan cepat dan efisien, terutama dalam situasi darurat atau bencana.

Melalui sosial media, Gugus Mitigasi Lebak Selatan membagikan berbagai jenis informasi penting, seperti peringatan dini tentang potensi bencana, panduan evakuasi, cara penanganan bencana, hingga edukasi tentang mitigasi yang dapat dilakukan oleh masyarakat. Selain itu, mereka juga menggunakan sosial media untuk menginformasikan kegiatan-kegiatan yang mereka selenggarakan, seperti pelatihan tanggap darurat, simulasi bencana, serta program pemberdayaan masyarakat dalam menghadapi ancaman bencana.

Dengan tampilan konten yang informatif, menarik, dan mudah dipahami, organisasi ini berhasil menarik perhatian masyarakat dari berbagai kalangan, termasuk anak-anak, orang dewasa, dan komunitas lokal. Tidak hanya itu, fitur-fitur interaktif di sosial media, seperti komentar, pesan langsung, dan polling, juga dimanfaatkan oleh Gugus Mitigasi Lebak Selatan untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat. Hal ini memungkinkan mereka untuk mendengarkan masukan, menjawab pertanyaan, serta membangun kesadaran kolektif akan pentingnya kesiapsiagaan terhadap bencana.

Melalui pendekatan ini, Gugus Mitigasi Lebak Selatan tidak hanya menjalankan fungsi publikasi, tetapi juga membangun komunikasi dua arah yang efektif dengan masyarakat. Dengan demikian, mereka mampu menciptakan hubungan yang lebih erat dengan komunitas lokal sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mitigasi bencana, menjadikan sosial media sebagai salah satu alat utama dalam strategi mereka untuk mengurangi risiko bencana di wilayah tersebut.

Pendekatan yang dilakukan oleh **Gugus Mitigasi Lebak Selatan** dalam memanfaatkan media sosial berfokus pada penggunaan platform **Instagram** dan **TikTok** sebagai sarana utama untuk publikasi dan komunikasi. Pemilihan kedua platform ini didasarkan pada berbagai alasan strategis, terutama

kemampuan keduanya dalam menjangkau audiens secara luas dan kemudahan penggunaannya. Selain itu, Instagram dan TikTok memungkinkan penyesuaian target audiens sesuai dengan kebutuhan publikasi informasi yang spesifik, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima oleh kelompok masyarakat yang tepat.

Instagram dipilih karena menawarkan beragam fitur yang mendukung penyebaran informasi secara visual dan menarik. Dengan fitur seperti unggahan foto dan video, Stories, Reels, serta kemampuan untuk menambahkan infografis, Instagram menjadi platform yang ideal untuk menyampaikan pesan edukasi tentang mitigasi bencana dengan cara yang kreatif dan mudah dipahami. Selain itu, interaktivitas yang ditawarkan melalui komentar, Direct Messages (DM), dan polling memungkinkan Gugus Mitigasi Lebak Selatan untuk menjalin komunikasi langsung dengan pengikutnya, memperkuat hubungan personal, dan mendapatkan masukan dari masyarakat.

Sementara itu, **TikTok** menjadi platform unggulan untuk menjangkau audiens yang lebih muda, terutama generasi Z dan milenial, yang dikenal sangat aktif di media sosial ini. TikTok memungkinkan pembuatan konten video pendek yang informatif, menghibur, dan berpotensi viral, sehingga pesan-pesan penting tentang mitigasi bencana dapat tersebar lebih cepat dan lebih luas. Dengan memanfaatkan tren, tantangan (challenges), musik, dan efek visual yang menarik, Gugus Mitigasi Lebak Selatan mampu menghadirkan konten edukatif yang relevan dan mudah diterima oleh khalayak luas.

Lebih dari sekadar alat untuk publikasi, Instagram dan TikTok juga berperan sebagai *owned media* bagi Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Kedua platform ini digunakan untuk membangun branding organisasi yang kuat, memperkuat citra Gugus Mitigasi Lebak Selatan sebagai lembaga yang inovatif, responsif, dan berdedikasi dalam mengedukasi masyarakat tentang pentingnya mitigasi bencana. Konten yang konsisten dan berkesinambungan membantu organisasi ini menciptakan kesan profesional dan terpercaya di mata audiensnya.

Selain itu, Instagram dan TikTok juga menjadi jembatan komunikasi yang penting antara Gugus Mitigasi Lebak Selatan dengan para kolaborator, mitra, serta komunitas yang terlibat dalam berbagai program mitigasi bencana. Melalui kedua platform ini, mereka dapat menyampaikan pembaruan tentang kegiatan, menggalang dukungan, serta memperkuat jaringan kerja sama dengan berbagai pihak.

Pendekatan strategis ini menunjukkan bagaimana Gugus Mitigasi Lebak Selatan memanfaatkan potensi media sosial secara optimal untuk mendukung misi kemanusiaan mereka. Dengan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam upaya mitigasi bencana, organisasi ini tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat tetapi juga memperluas dampak positif dari inisiatif yang mereka jalankan.

Sebagai salah satu contohnya, Gugus Mitigasi Lebak Selatan secara aktif memanfaatkan media sosial untuk mempublikasikan berbagai kegiatan dan program terkait mitigasi kebencanaan. Organisasi ini memiliki banyak program inovatif yang berfokus pada peningkatan kesadaran dan kapasitas masyarakat dalam menghadapi risiko bencana. Salah satu program unggulannya adalah Safari Kampung.

Safari Kampung merupakan program inisiatif yang dirancang secara khusus untuk mengedukasi masyarakat, dengan fokus utama pada anak-anak dan ibu-ibu. Program ini bertujuan agar mereka dapat memahami apa itu bencana, mengenali potensi bahaya, serta mengetahui langkah-langkah mitigasi dan antisipasi yang perlu dilakukan jika sewaktu-waktu bencana terjadi.

Program ini menggunakan pendekatan yang kreatif dan menyenangkan, sehingga pesan-pesan edukasi dapat disampaikan dengan cara yang mudah diterima oleh berbagai kelompok usia. Contohnya, kegiatan ini sering kali melibatkan permainan interaktif yang diintegrasikan dengan informasi penting mengenai mitigasi kebencanaan. Melalui metode ini, anak-anak dan ibu-ibu tidak hanya mendapatkan pemahaman teoretis, tetapi juga pengalaman praktis

yang relevan, menjadikan edukasi kebencanaan lebih menarik dan efektif. Dengan adanya program seperti ini, Gugus Mitigasi Lebak Selatan berhasil menunjukkan bahwa mitigasi bencana dapat diajarkan secara inklusif, memberdayakan, dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat lokal. Program ini memiliki beberapa divisi yang ada didalamnya yaitu *event planner*, *public relation*, *publication*, dan, *event coordinator*.

Beberapa hal tersebut menjadi pertimbangan penulis untuk memilih Gugus Mitigasi Lebak Selatan sebagai salah satu tempat magang. Penulis ingin mengeksplorasi secara mendalam bagaimana sebuah organisasi dan Divisi Publikasi menjalankan strategi publikasi di bidang media digital. Pada Divisi Publikasi di Safari Kampung Gugus Mitigasi Lebak Selatan, berperan sebagai pembuat konten untuk di publikasikan di sosial media Gugus Mitigasi Lebak Selatan atau Safari Kampung. Publikasi yang dilakukan sangat penting karena dengan adanya publikasi terkait kegiatan yang di jalan oleh Safari Kampung, publik dapat melihat bahwa adanya program ini dan menyebarkan lebih luas tentang edukasi mitigasi kebencanaan.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud serta tujuan penulis melakukan kerja magang sebagai publikasi program safari kampung Gugus Mitigasi Lebak Selatan adalah sebagai berikut:

1. Memahami proses kerja *Content Creation* pada Organisasi Gugus Mitigasi Lebak Selatan.
2. Meningkatkan *hardskill Content Creation* yaitu, *brainstorming*, *research content*, *content planning*, *take content*, *editing*, *caption writing*.
3. Meningkatkan *softskill* terkait *Content Creation* yaitu, berpikir kreatif, inovatif, dan kolaboratif.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang pada divisi Publikasi Safari Kampung berlangsung dari bulan September hingga Desember 2024 dan dilakukan secara *hybrid* yaitu dalam jaringan dan luar jaringan. Pelaksanaan kerja magang ini dilakukan selama kurang lebih 100 (seratus) hari kerja dan total 640 jam kerja sesuai dengan syarat yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang telah mengikuti linimasa yang ditentukan oleh pihak kampus. Adapun langkah-langkah yang telah dilakukan selama proses pelaksanaan kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Mengajukan Formulir Pengajuan Kerja Magang (KM-01) kepada Universitas Multimedia.
2. Mendapatkan persetujuan resmi dari pihak kampus serta dokumen KM-02.
3. Melaksanakan kegiatan kerja magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan mulai tanggal 7 September 2024.
4. Meminta penilaian kerja magang dari supervisor yang bertindak sebagai pembimbing lapangan.
5. Menyusun laporan kerja magang di bawah bimbingan dosen pembimbing.