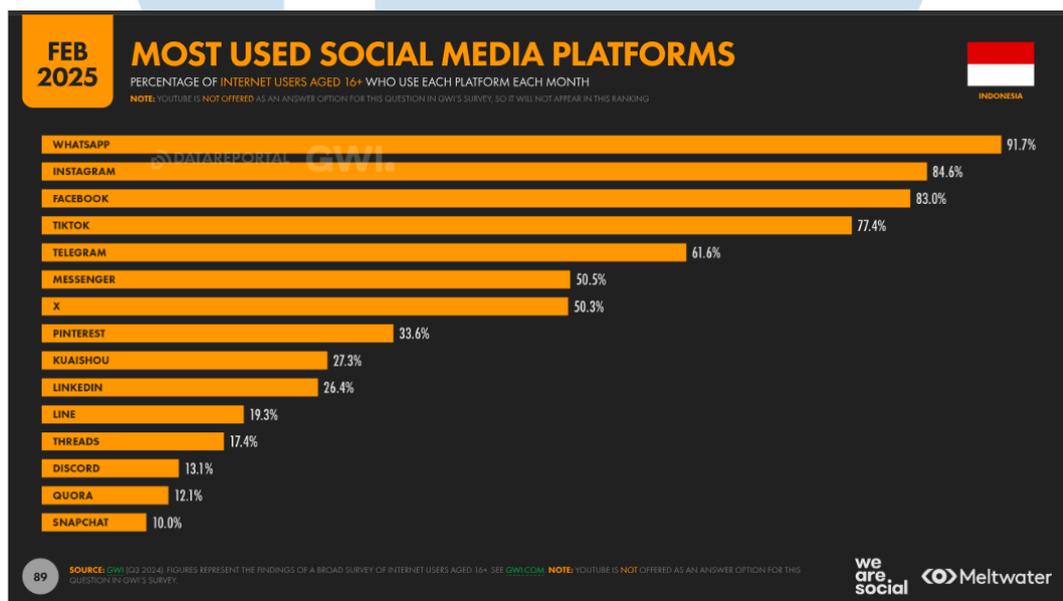


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

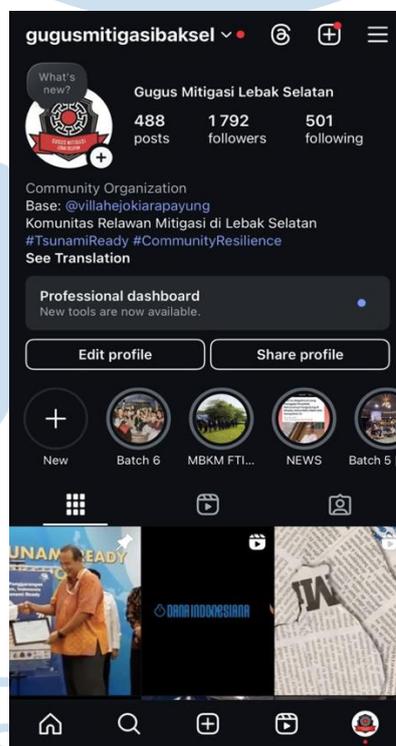
Perkembangan era digital menjadikan peran media sosial sangat penting dalam menyampaikan informasi dan membangun kesadaran publik. Instagram adalah salah satu media sosial yang sangat populer dan digunakan secara luas untuk membagikan cerita, foto, dan video secara efektif (Subekti et al., 2020). Penggunaan media sosial Instagram dapat menjadi sarana yang efektif untuk memperluas jangkauan audiens dan mendorong partisipasi publik di berbagai sektor, misalnya dalam upaya mitigasi bencana.



Gambar 1.1 Data Media Sosial yang Paling Sering Digunakan  
Sumber: We Are Social (2025)

Menurut data pada Gambar 1.1, sebanyak 84,6% penduduk Indonesia menggunakan Instagram, angka ini menjadikan Instagram berada diperingkat kedua dalam kategori media sosial yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia. Media sosial seperti Instagram memungkinkan komunikasi dengan masyarakat secara cepat, efisien, serta dapat memainkan peran yang signifikan dalam penyampaian informasi secara *real-time*. Kemampuan Instagram untuk

merealisasikan strategi komunikasi digital, semakin populer dan dimanfaatkan oleh berbagai sektor, termasuk organisasi yang bergerak di bidang mitigasi bencana, sebagai upaya untuk menyampaikan informasi, edukasi, dan layanan mereka secara lebih efektif kepada kelompok audiens yang relevan. Salah satu organisasi yang telah memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi adalah Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS). GMLS merupakan organisasi yang bergerak dalam bidang mitigasi bencana dan pengurangan risiko bencana di wilayah Lebak Selatan. Organisasi ini memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi terkait kebencanaan, edukasi mitigasi bencana, serta kegiatan sosial lainnya yang bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat mengenai urgensi kesiapsiagaan dalam menghadapi bencana. Dalam upaya menjangkau audiens yang lebih luas, GMLS telah menggunakan Instagram sebagai salah satu platform komunikasi digital utama mereka. Melalui Instagram, GMLS dapat membagikan informasi terkini mengenai kondisi kebencanaan, tips mitigasi bencana, serta berbagai aktivitas yang dilakukan oleh organisasi ini untuk mendukung upaya pengurangan risiko bencana.



Gambar 1.2 Profil Instagram Gugur Mitigasi Lebak Selatan  
Sumber: Instagram @gugusmitigasibaksel (2025)

Langkah GMLS dalam menggunakan media sosial Instagram untuk menjalankan aktivitas strategi komunikasi digitalnya merupakan langkah yang tepat, karena Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat kerawanan bencana yang tinggi, khususnya gempa bumi, tsunami, dan erupsi gunung berapi. Menurut Rais (2021), Hal ini dikarenakan, Indonesia berada di pertemuan empat lempeng tektonik aktif, yaitu Lempeng Eurasia, Lempeng Indo-Australia, Lempeng Filipina, dan Lempeng Pasifik, dimana semuanya merupakan bagian dari jalur Cincin Api Pasifik. Kabupaten Lebak, yang berada di Provinsi Banten di bagian barat Pulau Jawa, merupakan salah satu wilayah di Indonesia yang tergolong rawan bencana. Wilayah ini berada cukup dekat dengan zona *megathrust* yang terbentuk akibat subduksi lempeng samudera yang menekan dan bergerak ke bawah lempeng benua (Setyaningrum, 2024). Menurut Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG), zona *megathrust* memiliki potensi memicu gempa bumi dengan kekuatan mencapai 8,7 Skala Richter serta tsunami yang dapat menjulang hingga 20 meter (Patrick, 2020). Wilayah Bayah yang terlatak di Kabupaten Lebak, sempat diguncang gempa bumi bermagnitudo 5,7 SR beberapa waktu lalu. Peristiwa ini terjadi pada tanggal 25 Februari 2024 dan disusul oleh 14 gempa susulan dengan kekuatan berkisar antara 2,3 hingga 5,1 SR. Kabar baiknya, tidak ada korban jiwa akibat kejadian ini, meskipun sejumlah atap rumah dilaporkan mengalami kerusakan ringan, seperti jatuhnya genteng (Prastiwi, 2024).



Gambar 1.3 Negara dengan Gempa Bumi Terbanyak di Tahun 2023  
 Sumber: Databoks (2024)

Bencana merupakan ancaman yang senantiasa mengintai berbagai wilayah di dunia, khususnya di negara-negara yang terletak di zona rawan bencana seperti Indonesia. Berdasarkan Gambar 1.3, Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara dengan jumlah kejadian gempa bumi terbanyak sepanjang tahun 2023, dengan total 2.205 gempa bumi yang tercatat dalam dua tahun terakhir.

Mengingat tingginya potensi gempa bumi dan tsunami di Indonesia khususnya kawasan Lebak Selatan, penting bagi GMLS untuk membagikan konten yang informatif dan relevan agar pesan terkait mitigasi bencana dapat tersampaikan dengan efektif kepada masyarakat. Dengan demikian, peran *content creator* menjadi elemen penting dalam pelaksanaan komunikasi digital di Instagram.

*Content creator* adalah individu yang memiliki tanggung jawab untuk menciptakan konten yang menarik dan bermanfaat untuk mendukung tujuan komunikasi. Mereka memiliki kemampuan dalam memproduksi berbagai jenis konten, seperti tulisan, gambar, video, hingga animasi. Fokus utama *content creator* adalah menciptakan konten yang relevan dengan identitas perusahaan atau organisasi, serta menyesuaikan karakteristik dan minat audiens yang dituju. Selain itu, menurut Yulianti (2023), *content creator* juga bertugas untuk memastikan konten yang dibuat sejalan dengan strategi komunikasi yang telah dirancang, dengan tetap mengikuti perkembangan tren dan standar terbaik.

Selain bertugas dalam pembuatan konten, *content creator* juga memiliki peran penting dalam mengelola serta mengembangkan komunitas online yang terhubung dengan suatu merek atau produk. Mereka harus aktif menjalin komunikasi dengan pengikut maupun calon audiens melalui berbagai kanal digital, seperti kolom komentar, pesan langsung, maupun forum diskusi. Putri (2023), menjelaskan bahwa interaksi ini berperan dalam membangun hubungan yang kuat dengan audiens, memperkuat loyalitas terhadap merek, serta mendorong tingkat keterlibatan yang lebih tinggi terhadap konten yang disajikan.

Peran *content creator* kini menjadi elemen krusial dalam strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh banyak perusahaan ataupun organisasi. Dengan kemampuan kreatif, keahlian teknis, serta pemahaman mendalam terhadap target audiens, *content creator* mampu membantu organisasi untuk membedakan dirinya

di tengah persaingan, menarik perhatian publik, dan membangun hubungan yang kuat dengan audiens. Menurut Sari (2024), kehadiran *content creator* yang kompeten, didukung oleh strategi konten yang terencana dengan baik, dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap keberhasilan kampanye komunikasi digital dan secara keseluruhan meningkatkan efektivitas pemasaran perusahaan atau organisasi.

Aktivitas komunikasi Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) di Instagram @gugumitigasibaksel saat ini masih belum berjalan secara terstruktur. Platform ini masih lebih banyak dimanfaatkan sebagai arsip digital yang menampilkan dokumentasi kegiatan-kegiatan GMLS tanpa adanya perencanaan konten yang strategis atau kesinambungan narasi. Akibatnya, potensi Instagram sebagai media komunikasi publik belum dimaksimalkan secara optimal. Padahal, jika dilihat di laman Instagram dan web GMLS, organisasi ini telah mendapatkan sejumlah penghargaan dan apresiasi dari beberapa lembaga seperti National Tsunami Ready Board (NTRB) Indonesia, yang menyatakan bahwa salah satu Desa yang dibina oleh GMLS, yaitu Desa Panggarangan, berhasil meraih status *Tsunami Ready* dari International Oceanographic Commission UNESCO (IOC-UNESCO), di antara 5744 desa yang berada di lokasi rawan bencana yang cukup besar.

Dalam hal ini, adanya *content creator* sangat penting bagi Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) dalam mengoptimalkan media sosial Instagram, sehingga GMLS tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat Lebak Selatan, namun juga bisa dikenal oleh seluruh masyarakat Indonesia. Kehadiran *content creator* mempunyai peran yang sangat signifikan dalam membantu suatu organisasi dalam menghasilkan konten yang berkualitas, khususnya dalam bentuk foto, video, dan tulisan. Menurut Maeskina (2021), ketiga elemen ini memegang peranan besar dalam menarik perhatian audiens, sehingga perlu dikemas secara menarik dan profesional guna mendukung pencapaian tujuan komunikasi digital secara optimal.

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

Aktivitas pelaksanaan kerja magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) memiliki tujuan dan maksud sebagai berikut:

1. Mempelajari pengelolaan media sosial Instagram di Gugus Mitigasi Lebak Selatan.
2. Menerapkan kemampuan dan pengetahuan yang sudah didapatkan selama masa perkuliahan terutama pada mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy* mengenai *content creation*.
3. Mendapatkan *skill set hardskill & softskill* yang berkaitan dengan pengelolaan media sosial.

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

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

Pelaksanaan kerja magang dimulai dari bulan Februari hingga Mei dengan durasi kerja sebanyak 640 jam. Pelaksanaan kerja magang dilaksanakan ketika mengikuti kegiatan MBKM *Humanity Project* Batch 6 dan sebagian besar pekerjaan berlangsung dimulai dari pukul 08:00 sampai 22:00.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

##### **A. Proses Administrasi Kampus (UMN)**

- 1) Mengikuti sosialisasi MBKM *Humanity Project* Batch 6 yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi melalui Zoom Meeting pada tanggal 10 Januari 2025.
- 2) Mengikuti seleksi penerimaan *Humanity Project* Batch 6, yang melibatkan penyusunan proposal, CV, *Motivational Letter*, dan *Interview*.
- 3) Melakukan pengisian KRS untuk mata kuliah *Humanity Project* melalui laman [myumn.ac.id](http://myumn.ac.id) sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan.
- 4) Melengkapi data-data yang dibutuhkan pada *website* [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id).

##### **B. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang**

- 1) Pelaksanaan praktik magang dijalankan dengan posisi Instagram *Content Creator* pada divisi *Social Media*.

- 2) Seluruh kegiatan praktik kerja magang dan pemenuhan informasi dibimbing langsung oleh Anis Faisal Reza yang menjadi pembimbing lapangan sekaligus ketua Gugus Mitigasi Lebak Selatan.
- 3) Formulir KM-03 diisi dan ditandatangani selama masa pelaksanaan praktik kerja magang, sedangkan formulir KM-04 diserahkan setelah seluruh periode magang berakhir.

C. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Laporan praktik kerja magang ini disusun dengan bimbingan Bapak Asep Sutresna, M.A., sebagai Dosen Pembimbing.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan kepada Dosen Pembimbing dan menunggu persetujuan oleh Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi sebelum diajukan untuk proses sidang.
- 3) Setelah laporan praktik kerja magang disetujui, kemudian diajukan pada tahap berikutnya yakni sidang.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA