

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara maritim terbesar di dunia yang memiliki posisi geografis sangat strategis, yaitu terletak di antara dua samudra besar, yaitu Samudra Hindia dan Samudra Pasifik. Kawasan Samudra Hindia dan Samudra Pasifik merupakan dua wilayah laut yang paling rentan terhadap terjadinya bencana tsunami dimana hal ini berhubungan dengan adanya aktivitas gempa bumi bawah laut dan letusan gunung berapi yang dapat memicu gelombang besar (Nugroho et al., 2020). Kondisi geografis ini juga menjadikan Indonesia sangat rentan terhadap dinamika meteorologi (cuaca dan iklim), klimatologi (pola iklim jangka panjang), dan geofisika (fenomena bumi seperti gempa dan tsunami) yang kompleks.

Berdasarkan data dari GoodStats World Risk Report 2024 dibawah ini menunjukkan bahwa Negara Indonesia termasuk dalam 10 Negara dengan Risiko Bencana Alam Tertinggi.



Gambar 1.1 Data Negara dengan Risiko Bencana Alam Tertinggi Tahun 2024

Sumber: Good Stats (2025)

Dalam data tersebut menunjukkan bahwa Negara Indonesia berada di posisi ke-2 paling tinggi setelah Negara Filipina. Kemudian diikuti oleh India, Kolombia hingga di posisi terakhir yaitu ke-10 adalah Negara Pakistan.

Selain itu, berdasarkan data dari BMKG di bawah ini, sejak tahun 2008 terjadi peningkatan aktivitas kegempaan di Indonesia baik dalam jumlah maupun kekuatan. Dalam grafik di bawah ini, peningkatan yang signifikan terjadi mulai dari tahun 2013 dengan total jumlah gempa sebanyak 4.234 kali, kemudian meningkat lagi di tahun 2014 menjadi 4.434 kali dan melonjak di tahun 2018 dengan jumlah sebanyak 11.920 kali.



Gambar 1.2 Data Peningkatan Aktivitas Kegempaan di Indonesia

Sumber: Data Perusahaan (2022)

Sehubungan dengan adanya kerentanan bencana yang tinggi ini, komunikasi dalam lembaga pemerintahan seperti contohnya BMKG memiliki peran yang sangat penting dalam menjalankan fungsi pelayanan publik dan penyampaian informasi kepada masyarakat. Komunikasi pemerintahan yang efektif harus memiliki karakteristik transparansi dan juga mudah untuk dipahami (Brajawidagda et al., 2015). Komunikasi lembaga pemerintahan juga harus mempertimbangkan aspek legal dan etika komunikasi, terutama dalam situasi krisis dan darurat bencana. Informasi yang disampaikan harus akurat, tepat waktu, dan proporsional dengan tujuan untuk menghindari kepanikan massa yang dapat memperburuk situasi (Narayanan, 2023).

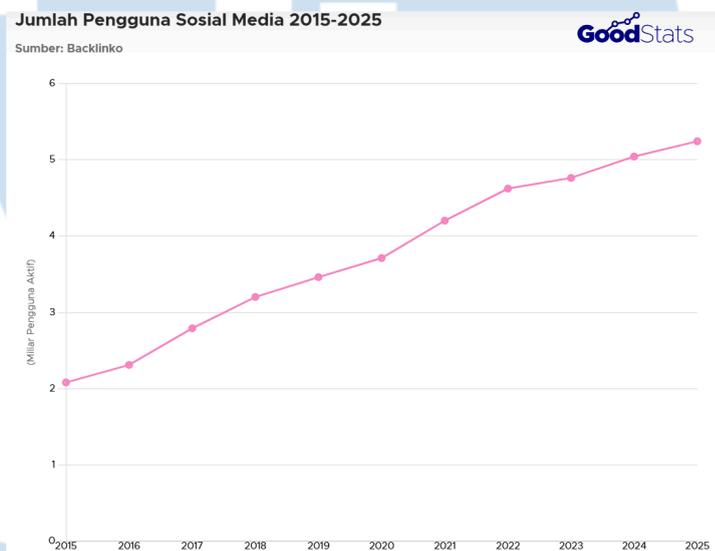
BMKG yang merupakan lembaga pemerintah non-kementerian memiliki mandat strategis untuk menyediakan informasi terkait meteorologi, klimatologi, dan geofisika, termasuk dalam hal mitigasi tsunami di kawasan Samudra Hindia dan Pasifik. Dalam konteks lembaga teknis seperti BMKG ini, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi saja, tetapi juga sebagai jembatan antara data ilmiah yang kompleks dengan pemahaman masyarakat awam (Mulyasari & Mariw, 2022).

Komunikasi yang jelas dan terstruktur dapat membangun kesadaran kolektif masyarakat mengenai pentingnya kesiapsiagaan menghadapi bencana, termasuk seperti pengenalan jalur evakuasi, perilaku aman saat terjadi gempa atau tsunami, serta pemahaman tentang tanda-tanda alam yang menjadi indikasi awal bencana (Hargono et al., 2023). Informasi yang mudah dipahami dan disebarluaskan secara cepat melalui media massa, media sosial, maupun sistem peringatan dini juga akan meningkatkan respons dan pengambilan keputusan yang sigap di tingkat komunitas masyarakat (Jin & Austin, 2022).

Jadi, tanpa komunikasi yang tepat, informasi yang krusial dapat terhambat, disalahpahami, atau bahkan tidak sampai kepada pihak-pihak yang membutuhkan. Hal inilah yang dapat menimbulkan kepanikan dan memperbesar dampak dari bencana itu sendiri (Glazier, 2020). Oleh karena itu, dalam menghadapi kompleksitas dinamika meteorologi, klimatologi, dan geofisika di Indonesia, komunikasi yang terstruktur, strategis, dan responsif bukan hanya menjadi pelengkap saja, tetapi juga harus menjadi komponen utama dalam membangun masyarakat yang tangguh terhadap bencana.

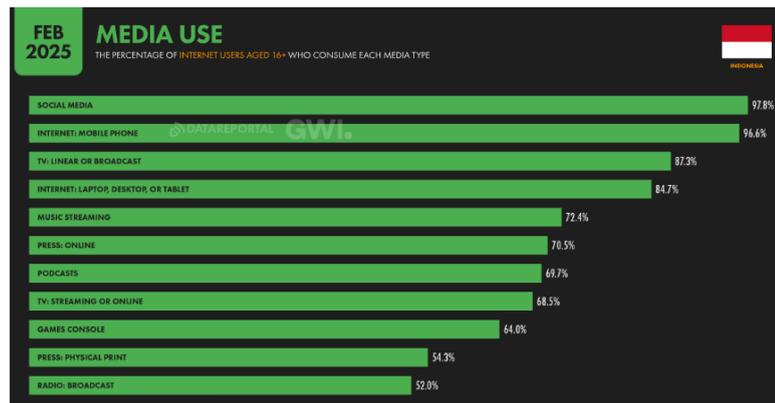
Pada era digital saat ini, inovasi dalam bidang teknologi komunikasi telah mengakselerasi perubahan cara manusia berkomunikasi dan menyebarkan informasi secara global. Di Indonesia, transformasi ini menciptakan perubahan mendasar dalam perilaku komunikasi masyarakat, terutama dalam mengakses dan menyebarkan informasi strategis, seperti informasi kebencanaan (Syafitiani et al., 2024). Internet dan media sosial tidak hanya menjadi saluran distribusi informasi, tetapi juga membentuk ekosistem komunikasi yang dinamis, dimana masyarakat memiliki peran aktif dalam menyuarakan opini, mengikuti edukasi berbasis digital, serta turut mengambil bagian dalam gerakan sosial yang bersifat preventif terhadap bencana (Tanaka, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan internet dan media sosial di zaman sekarang ini sudah semakin mengalami perkembangan yang signifikan dari waktu ke waktu.

Menurut data GoodStats tentang Jumlah Pengguna Media Sosial dari tahun 2015 - 2025 dibawah ini menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial di dunia selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2015, data ini menunjukkan ada sekitar 2,08 miliar pengguna aktif media sosial di dunia. Kemudian, pada 2017 peningkatan yang sangat pesat terjadi yaitu ketika jumlah pengguna aktif naik menjadi 2,79 miliar dengan persentase lonjakan sebesar 21% dibanding tahun sebelumnya. Selanjutnya hingga pada tahun 2025, jumlah pengguna media sosial tercatat telah mencapai 5,24 miliar pengguna aktif.



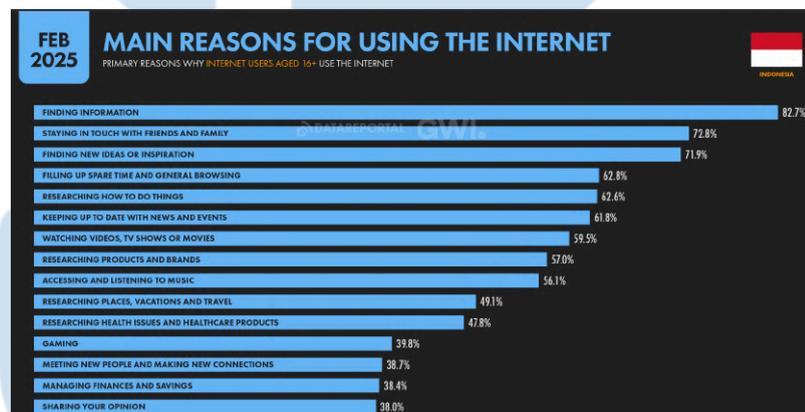
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Sosial Media di dunia dari tahun 2015 - 2025
Sumber: GoodStats (2025)

Selain itu, berdasarkan data laporan Digital 2025: Indonesia yang dirilis oleh Data Reportal (We Are Social & Meltwater), persentase penggunaan media di Indonesia yang paling tinggi adalah media sosial dengan persentase sebesar 97,8%. Kemudian, di peringkat ke-2 diikuti oleh penggunaan media internet dengan persentase sebesar 96,6%, dan hingga di posisi terakhir adalah media radio dengan persentase sebesar 52%.



Gambar 1.4 Data Penggunaan Media di Indonesia
Sumber: Data We Are Social & Meltwater (2025)

Kemudian, mengenai alasan penggunaan media internet tersebut dilansir dari data laporan Digital 2025: Indonesia yang dirilis oleh Data Reportal (We Are Social & Meltwater) di bawah ini menunjukkan bahwa yang menjadi alasan utamanya adalah ingin menemukan informasi (*Finding Information*) yang berada di posisi pertama dengan persentase sebesar 82,7%.



Gambar 1.5 Alasan Penggunaan Internet
Sumber: Data We Are Social & Meltwater (2025)

Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan internet dan media sosial bukan lagi sekadar sarana hiburan saja, tetapi telah menjadi saluran yang dapat dimanfaatkan untuk mencari dan memperoleh informasi, berinteraksi sosial, dan bahkan juga sebagai alat untuk belajar dan memahami isu-isu penting, seperti perubahan iklim, kebencanaan, dan juga mitigasi risiko bencana alam seperti tsunami. Oleh karena itu, optimalisasi media digital bagi institusi untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang

kebencanaan menjadi suatu kebutuhan penting di zaman sekarang ini (De Silva et al., 2015).

Kesadaran akan pentingnya penggunaan internet dan media sosial sebagai alat komunikasi publik ini telah direspon dengan baik oleh Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG). Menurut Mucharam (2022), Komunikasi publik merupakan proses linear dalam penyampaian informasi dari pengirim kepada penerima dengan mempertimbangkan potensi gangguan (*noise*) yang dapat menghambat proses komunikasi. Adapun salah satu ciri dari komunikasi publik adalah sifatnya impersonal (tidak bersifat pribadi) dan pesan yang disampaikan tidak berlangsung secara spontan, melainkan secara terencana dan juga telah dipersiapkan lebih awal (Cangara, 2016).

Menurut *United Nations Office for Disaster Risk Reduction* (UNDRR) melalui dokumen panduan komunikasi publik untuk pengurangan risiko bencana menekankan bahwa komunikasi publik dalam konteks bencana bertujuan untuk memungkinkan masyarakat yang berisiko membuat keputusan yang tepat. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Abualenain (2024), terdapat beberapa aspek penting dalam penyampaian informasi risiko kepada publik yaitu *clarity*, *accuracy*, dan *actionability*. Hal ini intinya menegaskan bahwa pentingnya strategi komunikasi yang tidak hanya menyampaikan informasi tentang "apa" dan "mengapa", tetapi juga secara jelas dapat menjelaskan "bagaimana" dan "kapan" masyarakat harus bertindak. Komunikasi yang efektif juga harus mampu membangun kepercayaan masyarakat terhadap sistem peringatan dini dan mendorong mereka untuk mengambil tindakan yang tepat saat menerima peringatan.

Sehubungan dengan hal tersebut, sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam penyampaian informasi terkait cuaca, gempa bumi, tsunami, dan iklim, BMKG secara aktif telah memanfaatkan berbagai platform media digital untuk menjangkau masyarakat luas. Melalui pendekatan visual, interaktif, dan adaptif terhadap tren digital, BMKG berhasil membangun hubungan yang erat dengan publik, khususnya generasi muda. Konsistensi

dan kualitas komunikasi publik BMKG telah mendapatkan pengakuan luas, baik di tingkat nasional maupun internasional.

Dilansir dari website resmi BMKG, dalam ajang *Government Social Media (GSM) Award 2025*, BMKG telah berhasil meraih dua penghargaan bergengsi, yaitu *Most Active Lembaga* dan *Best Account Lembaga*. Penghargaan ini merupakan penghargaan yang diberikan kepada institusi pemerintah yang dinilai aktif, inovatif, dan efektif dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik. Hal inilah yang menunjukkan bahwa BMKG telah memiliki keunggulan dan kekuatan komunikasi dalam menyebarkan informasi kepada publik.



Gambar 1.6 Dokumentasi Penerimaan Penghargaan GSM 2025
Sumber: Website BMKG (2025)

Penghargaan ini bukan hanya kali pertama saja diterima oleh BMKG. Pada GSM Award 2022, BMKG juga telah berhasil memborong lima penghargaan sekaligus dari tujuh kategori yang dipertandingkan, yaitu *Most Engaging*, *Best Use of Image*, *Best Use of Video*, *Best Campaign*, dan penghargaan tertinggi yaitu *Best Account*. Prestasi yang diperoleh ini menunjukkan kapasitas BMKG dalam menghasilkan konten visual dan kampanye digital yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan berdampak luas. Bahkan pada GSM Award 2021, BMKG juga pernah mendapatkan penghargaan dengan memenangkan dua kategori lagi, yakni *Most Active* dan *Best Use of Video*, khususnya atas konten edukatif mengenai dampak siklon tropis.

Selain unggul dalam pengelolaan media sosial, BMKG juga menunjukkan inovasi dalam pengembangan teknologi digital yaitu melalui

Aplikasi Info BMKG yang menyajikan prakiraan cuaca harian, informasi gempa terkini, dan peringatan dini tsunami. Aplikasi ini telah meraih penghargaan dari *World Meteorological Organization* (WMO) dalam ajang *International Weather Apps Award 2020* untuk kategori *weather information for sectoral/specialised users*. Aplikasi ini tidak hanya dirancang untuk keperluan domestik, tetapi juga telah dikembangkan dengan fitur dua bahasa (Bahasa Indonesia dan Inggris) sehingga berpotensi digunakan di skala global.

Prestasi-prestasi tersebut membuktikan bahwa BMKG bukan hanya sebagai otoritas ilmiah di bidang meteorologi dan geofisika, tetapi juga sebagai lembaga yang adaptif dalam menjawab tantangan komunikasi publik di era digital saat ini. Melalui pemanfaatan media sosial dan teknologi digital yang optimal, BMKG berpotensi untuk dapat menjangkau jutaan masyarakat Indonesia secara *real time* dengan informasi yang akurat, mudah dipahami, dan juga berguna untuk menyelamatkan jiwa.

Sebagai mahasiswa yang memiliki latar belakang dalam bidang ilmu komunikasi, posisi magang sebagai *Media Specialist* relevan untuk mengembangkan kemampuan dalam hal menyampaikan pesan edukasi yang informatif dan juga menarik. Dengan melaksanakan praktik kerja magang di instansi BMKG yang juga sudah mendapatkan berbagai penghargaan tersebut, mahasiswa menjadi dapat memperoleh pengalaman belajar mengenai praktik komunikasi di lembaga ini karena BMKG menyediakan ruang belajar bagi mahasiswa dalam mengintegrasikan aspek teknis ilmiah dan komunikasi publik yang responsif dimana mahasiswa dapat berkesempatan mempelajari bagaimana menyederhanakan informasi ilmiah yang rumit menjadi pesan yang sederhana dan dimengerti oleh masyarakat. Selain itu, mahasiswa juga dapat melihat secara langsung bagaimana komunikasi publik dapat menjadi instrumen penting dalam penyelamatan jiwa dan pengurangan risiko bencana di tingkat regional dan global, terutama di kawasan yang rawan akan aktivitas geofisika seperti di Kawasan Samudra Hindia dan Pasifik.

Dengan demikian, melalui kegiatan praktik kerja magang ini, pekerja magang tidak hanya mendapatkan pengalaman dalam konteks bekerja secara profesional saja, tetapi juga dapat memberikan kontribusi nyata dalam mempublikasikan pengetahuan mitigasi bencana kepada masyarakat. Dengan menciptakan konten yang komunikatif, informatif, dan menarik secara visual diharapkan dapat semakin banyak individu dan komunitas yang siap siaga menghadapi potensi bencana. Ini juga dapat menjadi pengalaman berharga dalam membentuk mahasiswa yang tidak hanya melek digital, tetapi juga memiliki kepedulian terhadap isu kemanusiaan dan lingkungan.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Secara umum, maksud dan tujuan pelaksanaan kerja magang ini adalah untuk memenuhi kewajiban akademik yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, sekaligus memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengalaman kerja secara nyata di dunia profesional. Adapun tujuan khusus mahasiswa dalam melaksanakan praktik kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan dan mengimplementasikan pembelajaran serta keterampilan yang telah didapatkan selama kuliah dalam hal merancang dan membuat konten, baik dalam bentuk video, artikel, maupun infografis sebagai media komunikasi publik dalam upaya mitigasi tsunami yang efektif dan informatif.
2. Mengetahui dan memahami proses kerja pada bidang Mitigasi Tsunami Samudra Hindia dan Pasifik di BMKG serta sekaligus mendapatkan wawasan baru yang bermanfaat untuk diterapkan terkait dengan langkah-langkah mitigasi.
3. Mengasah *soft skill* seperti *creative thinking*, *problem solving*, *teamwork*, dan *public communication* dalam proses kolaborasi dan pelaksanaan kegiatan atau tugas yang dikerjakan selama melakukan praktik kerja magang.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung mulai dari bulan Maret sampai Juli 2025 dengan durasi 80 hari kerja atau minimal 640 jam kerja sebagai syarat kelulusan yang sesuai dengan Panduan MBKM *Internship Track 1* dan juga sesuai dengan arahan dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Pemenuhan durasi magang tersebut dilakukan dengan melaksanakan jadwal kerja di BMKG dengan minimal waktu kerja 8 jam per hari. Berikut adalah jadwal kerja tersebut:

Hari Kerja : Senin - Jumat

Jam Kerja : 08.00 - 17.00

Sistem Kerja : *Work From Office* (WFO) & *Work From Home* (WFH)

Kegiatan kerja magang ini dilaksanakan secara langsung di Gedung A, Kantor Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG), Kemayoran, Jakarta Pusat dengan mengikuti ketentuan hari kerja untuk hari Senin sampai Rabu dilakukan secara *Work From Office* (WFO) dan hari Kamis sampai Jumat dilakukan secara *Work From Home* (WFH). Jadwal kerja magang ini juga dapat mengalami perubahan dengan tugas yang dikerjakan oleh pekerja magang dan juga adanya kemungkinan bekerja pada hari libur ataupun pada akhir pekan yaitu hari Sabtu dan Minggu.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang wajib yaitu "*Briefing Magang Internship Track 1*" yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN secara *on site* pada tanggal 26 Juni 2024 di *Lecture Hall* Lantai 3 Gedung C.
- 2) Mengisi Kartu Rencana Studi (KRS) *internship* di website myumn.ac.id dan memilih paket mata kuliah *Internship Track 1* yang memiliki jumlah total SKS sebanyak 20 SKS dengan syarat

telah menempuh 110 Satuan Kredit Semester (SKS) selama 5 semester, serta tidak terdapat nilai D dan E dalam riwayat studi.

- 3) Mengajukan Kartu Magang (KM-01) dengan mengisi formulir *Microsoft Form* yang disediakan pada *Linktree* akun Instagram resmi milik Program Studi Ilmu Komunikasi UMN untuk memverifikasi tempat dan bidang kerja magang yang sesuai dengan syarat yang telah ditentukan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN.
- 4) Setelah pengajuan KM-01 disetujui, Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02) dikirimkan oleh admin Fakultas Ilmu Komunikasi melalui *email student*.
- 5) Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02) dikirimkan ke perusahaan yang dituju sebagai salah satu syarat melamar kerja magang, dan setelah dinyatakan telah diterima oleh pihak perusahaan untuk melakukan praktik kerja magang, mahasiswa melakukan registrasi di situs website MBKM UMN (Merdeka.umn.ac.id) dengan mengisi informasi tentang perusahaan dan supervisor dan juga sekaligus mengunggah Surat Penerimaan Magang yang diberikan oleh perusahaan.
- 6) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Mahasiswa mengirimkan CV, Portfolio dan Surat Pengantar Magang ke BMKG pada 18 Maret 2025.
- 2) Setelah dokumen diterima, mahasiswa diundang untuk mengikuti *interview* secara langsung di kantor BMKG.
- 3) Mahasiswa diberi kabar bahwa telah disetujui dan diterima untuk melakukan praktik kerja magang.

- 4) Mahasiswa memulai pelaksanaan praktik kerja magang hari pertama pada 24 Maret 2025.
- 5) Mahasiswa melaksanakan praktik kerja magang selama 4 bulan, mulai dari Maret - Juli 2025.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Media Specialist* pada Unit Bidang Mitigasi Tsunami Samudra Hindia dan Pasifik di BMKG.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Admiral Musa Julius dan Abdul Rosid selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan secara online via Zoom ataupun Google Meet.
- 2) Mahasiswa melakukan bimbingan magang sebanyak 8 kali dengan dosen pembimbing dalam mengerjakan hingga menyelesaikan laporan praktik kerja magang.
- 3) Setelah laporan praktik kerja magang diselesaikan, selanjutnya laporan tersebut diserahkan dan menunggu persetujuan dari Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 4) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui oleh Dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi kemudian diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang magang.