

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media membantu khalayak umum mengetahui tentang bisnis. Media harus dilihat sebagai mitra strategis yang bekerja sama. Hubungan masyarakat, juga dikenal sebagai humas, biasanya merupakan proses komunikasi yang dilakukan dengan tujuan menciptakan pemahaman bersama antara suatu lembaga dan publiknya. Setiap program komunikasi menggunakan prinsip kesetaraan untuk membangun hubungan masyarakat untuk mencapai tujuan (Putri et al., 2023). Dengan perkembangan teknologi informasi, departemen humas harus lebih fleksibel dalam menyebarkan informasi melewati beragam platform, seperti media sosial, website, dan media konvensional.

Ketika mereka menjalankan tugasnya di sistem kehumasan, hal ini sangat penting karena tugas humas adalah mendengarkan opini publik dan menyampaikan informasi. Media sosial mudah diakses, interaktif, dan berlangsung langsung. Humas berpartisipasi dalam aktivitas Hubungan Masyarakat yang direncanakan dengan strategis oleh suatu instansi dengan tujuan menciptakan hubungan yang positif serta bermanfaat dengan masyarakat umum. Humas memiliki peran krusial bagi pemerintah dalam memberikan informasi yang cepat, akurat, dan tepat kepada masyarakat, khususnya dalam keadaan yang memiliki urgensi tinggi.

Humas lembaga pemerintah harus dapat menciptakan reputasi pemerintahan yang baik di mata masyarakat (Lani & Handayani, 2021). Sesuai dengan kode etik mereka, humas pemerintah berfungsi sebagai pisau bermata dua untuk menjaga reputasi organisasi dan sekaligus berbicara jujur. Humas pemerintah harus lebih dari sekedar komunikator; mereka juga harus dapat berfungsi sebagai mediator yang menghubungkan agenda pemerintah dengan publik dan menerima keinginan dari berbagai pihak. Menurut Frank Jefkins (Anggraini & Setyanto, 2019), hubungan masyarakat adalah jenis komunikasi yang direncanakan ke dalam

maupun ke pihak eksternal, antara suatu instansi dengan semua khalayaknya dalam rangka meraih tujuan-tujuan tertentu yang didasarkan pada prinsip saling pengertian.

Pada situasi darurat, termasuk bencana alam, GPR memastikan penyampaian informasi yang jelas, akurat, dan tepat waktu kepada masyarakat. Langkah ini membantu mengurangi kepanikan sekaligus memastikan masyarakat mampu mengambil tindakan yang tepat. Divisi Humas memiliki peran krusial dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah, terutama dalam situasi yang membutuhkan transparansi dan penyampaian informasi secara cepat.

Penanggung jawab utama dalam penanggulangan bencana di tingkat daerah adalah lembaga pemerintah non-departemen, seperti Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD). BPBD bertanggung jawab atas perencanaan, koordinasi, dan pelaksanaan tindakan penanggulangan bencana sebelum, saat, dan setelah bencana. BPBD menyampaikan informasi melalui berbagai metode, termasuk komunikasi langsung dengan masyarakat serta penggunaan media sosial, guna memberikan pemahaman yang komprehensif tentang tindakan mitigasi, persiapan menghadapi bencana, dan langkah-langkah saat bencana terjadi. Selain itu, humas berfungsi untuk mengurangi kepanikan dan menyampaikan informasi yang berorientasi pada solusi, sehingga masyarakat dapat menghadapi bencana dengan sikap yang lebih tenang dan terorganisir.

Dalam dekade terakhir, frekuensi dan intensitas bencana alam di Indonesia meningkat signifikan, dipicu oleh faktor geografis, perubahan iklim, dan urbanisasi. Data Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) mendata bahwa rata-rata 1.478 kejadian bencana di tahun 2024, dengan banjir, kebakaran, dan gempa bumi sebagai ancaman dominan. Kota Tangerang, sebagai kawasan padat penduduk dan industri, rentan terhadap risiko bencana seperti banjir akibat aliran sungai Cisadane dan kebakaran permukiman. Kondisi ini menuntut lembaga seperti BPBD Kota Tangerang tidak hanya fokus pada respons darurat, tetapi juga

pada pembangunan kesadaran masyarakat melalui komunikasi strategis (BNPB, 2024).

Revolusi digital telah menggeser pola konsumsi informasi masyarakat. Studi We Are Social (2024) menunjukkan 68% warga Indonesia mengakses berita melalui platform seperti TikTok dan WhatsApp, yang rawan misinformasi. Humas BPBD harus bersaing dengan hoaks yang seringkali lebih cepat menyebar. Contohnya, kasus salah informasi tentang "tsunami kecil" di Teluk Naga tahun 2023 sempat memicu kepanikan. Di sinilah Divisi Humas dituntut menguasai tools digital seperti Google Crisis Map atau sistem broadcast otomatis untuk memutus rantai disinformasi.

Dengan demikian, pelaksanaan magang di BPBD ini tidak hanya menjadi wahana pertanggungjawaban akademis, tetapi juga menjadi fondasi untuk memahami kompleksitas komunikasi krisis dan peran strategi Hubungan masyarakat dalam membangun ketahanan masyarakat. Pengalaman langsung di instansi pemerintah ini memberikan insight mendalam tentang dinamika pengelolaan informasi di tengah situasi darurat, sekaligus mengasah kemampuan adaptasi dalam menghadapi tantangan nyata di lapangan. Melalui proses ini, penulis berharap dapat mengkristalisasikan pembelajaran teoritis ke dalam praktik, memperkaya kompetensi di bidang Humas, serta meneguhkan kesiapan untuk berkontribusi secara profesional—khususnya dalam konteks komunikasi kebencanaan yang krusial bagi masyarakat.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini menjadi salah satu persyaratan akademik bagi mahasiswa program Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Mata kuliah yang dibahas meliputi 20 SKS, termasuk Etika Bisnis Profesional, Pengalaman Industri, Validasi Model Industri, dan Evaluasi dan Pelaporan.

Mahasiswa diharapkan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik seputar dunia kerja, terutama dalam bidang humas dan juga penanggulangan bencana, melalui praktik kerja magang ini. Magang juga memberi mereka

kesempatan untuk menerapkan pengetahuan dan teori yang mereka pelajari selama perkuliahan dalam dunia kerja nyata. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan wawasan mahasiswa tentang pembuatan konten serta keterampilan menulis siaran pers dan artikel berita yang akan dipublikasikan di website BPBD Kota Tangerang.
2. Memahami tantangan yang dialami oleh divisi humas BPBD Kota Tangerang dan mencari solusi yang tepat untuk mengatasinya.
3. Mengimplementasi kemampuan serta pengetahuan mengenai *Public Relations* di departemen hubungan masyarakat BPBD Kota Tangerang.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang akan berlangsung mulai tanggal 10 Februari 2025 hingga 10 Juni 2025, dengan jadwal kerja dari Senin hingga Jumat, pukul 08.00 hingga 17.00. Pelaksanaan magang ini mengikuti standar kampus, yaitu selama 640 jam kerja atau setara dengan 80 hari kerja. Berikut adalah data pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis:

Nama Perusahaan : Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kota Tangerang

Bidang Usaha : Lembaga Pemerintah non-departemen

Hari Kerja : Senin – Jum'at Jam Kerja : 08.00 – 17.00 WIB

Sistem Kerja : Hybrid (WFO dan WFH)

Posisi Magang : Humas (Hubungan Masyarakat)

Alamat Perusahaan : Jalan Raya Daan Mogot No. 67 , RT.001/RW.001, Sukarasa, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15112

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Melakukan magang dengan program studi Ilmu Komunikasi.
- 2) Mengisi kartu rencana studi berarti memilih mata kuliah atau mata kuliah magang dengan minimal 90 SKS, serta memastikan tidak ada mata kuliah yang mendapatkan nilai D, E, atau F.
- 3) Mengisi profil perusahaan serta deskripsi pekerjaan yang akan dijalani pada formulir KM-01, yang menjadi persyaratan utama untuk pengajuan aktivitas magang.
- 4) Setelah mengisi formulir KM-01, mahasiswa akan menerima email sebagai pemberitahuan apakah pengajuan tempat magang disetujui atau ditolak.
- 5) Setelah menerima konfirmasi bahwa formulir KM-01 disetujui, mahasiswa mendaftarkan perusahaan tersebut di situs Merdeka UMN agar dapat memperoleh persetujuan dari pihak program studi.
- 6) Setelah program studi menyetujui perusahaan, mahasiswa diminta untuk mengisi beberapa data, termasuk surat pernyataan yang menyatakan bahwa mereka diterima magang di perusahaan tersebut. Setelah proses ini selesai, mahasiswa dapat mulai mengisi laporan kegiatan harian mereka melalui situs UMN Free.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Menyerahkan CV (Curriculum Vitae) ke Divisi Umum dan Kepegawaian BPBD Kota Tangerang.
- 2) Mendapatkan panggilan wawancara dari Divisi Umum dan Kepegawaian.
- 3) Menerima surat resmi dari perusahaan yang menyatakan diterimanya saya untuk praktik kerja magang.
- 4) Menerima penjelasan dari supervisor mengenai tugas dan fungsi Divisi Humas.
- 5) Melaksanakan tugas sesuai dengan arahan supervisor.

- 6) Mengisi laporan kegiatan harian melalui situs web Merdeka UMN.
- 7) Mendapatkan bimbingan dari dosen pembimbing magang untuk menyusun laporan magang.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Menerima penjelasan dari supervisor mengenai pelaksanaan tugas di divisi humas.
- 2) Mengerjakan job desk sesuai dengan petunjuk supervisor
- 3) Selama praktik kerja magang berlangsung, formulir KM-03 hingga KM-07 diisi dan ditandatangani. Pada akhir masa magang, lembar penilaian kerja magang (KM-06) diserahkan kepada Pembimbing Lapangan untuk ditinjau.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Menerima bimbingan magang dari Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A., sebagai dosen pembimbing magang.
- 2) Laporan praktik kerja magang telah diserahkan dan saat ini menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

E. Laporan Praktik Kerja Magang yang telah disetujui untuk melanjutkan ke tahap proses sidang.

