

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Wilayah pesisir selatan Kabupaten Lebak, Provinsi Banten, merupakan salah satu kawasan yang memiliki tingkat kerentanan tinggi terhadap bencana alam seperti gempa bumi dan tsunami. Kondisi geografis yang berada di kawasan rawan gempa menjadikan masyarakat di daerah ini perlu memiliki kesiapsiagaan dan kesadaran tinggi terhadap potensi bencana.



Gambar 1.1 Pesisir Lebak Selatan  
Sumber: BantenGate (2025)

Menyadari hal tersebut, Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) hadir sebagai komunitas berbasis masyarakat yang berfokus pada edukasi, mitigasi, dan peningkatan kesiapsiagaan masyarakat terhadap bencana. GMLS berdiri sejak 13 Oktober 2020 dengan visi membangun masyarakat Lebak Selatan yang siaga dan tangguh dalam menghadapi potensi bencana alam. Melalui berbagai program edukatif seperti “*Tsunami Ready*” yang berstandar UNESCO, GMLS berupaya menumbuhkan budaya tanggap bencana di tingkat komunitas agar masyarakat mampu melakukan tindakan cepat dan tepat ketika terjadi bencana. Dalam

menjalankan kegiatannya, GMLS tidak hanya melakukan sosialisasi langsung di lapangan, tetapi juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama penyebaran informasi.

Di era internet saat ini, media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi alat komunikasi yang berguna untuk menjangkau masyarakat luas dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami. Dengan konten visual seperti video, infografis, dan reel edukatif, pesan tentang kesiapsiagaan dan mitigasi bencana dapat disampaikan dengan efektif. Akibatnya, pembuat konten Instagram menjadi sangat penting dalam mendukung upaya GMLS untuk menyebarkan informasi yang relevan, inspiratif, dan edukatif kepada masyarakat, terutama generasi muda yang aktif menggunakan media sosial. Di lapangan, edukasi kebencanaan tidak hanya dilakukan melalui interaksi langsung dengan masyarakat, tetapi juga melalui pemanfaatan media sosial sebagai alat utama penyebaran informasi. Penggunaan media sosial menjadi semakin penting karena pola konsumsi informasi masyarakat yang lebih cepat, visual, dan berbasis layar. Dengan bantuan media sosial, individu dan organisasi dapat membuat, berbagi, dan berbagi data melalui komunitas online. Instagram, salah satu situs web paling populer di Indonesia, memiliki fitur visual yang kuat yang dapat menarik perhatian dan menyampaikan pesan dengan cara yang mudah tetapi berpengaruh. sKonten visual dapat membantu suatu organisasi menyampaikan pesan yang lebih baik kepada audiensnya dan meningkatkan pemahaman mereka.

Dalam konteks edukasi kebencanaan, kehadiran konten seperti video pendek, infografis, *story* dokumentasi lapangan, hingga *reels* edukatif sangat membantu melakukan penyebaran informasi yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami. Visual yang kuat memungkinkan pesan terkait kesiapsiagaan dan mitigasi bencana tersampaikan kepada masyarakat tanpa harus bergantung pada pertemuan langsung, memperluas jangkauan hingga kalangan muda yang lebih aktif mengonsumsi informasi secara digital. Seperti disebutkan oleh Kotler dan Keller (2016), komunikasi pemasaran modern kini bergerak ke arah *content-driven communication*, di mana pesan harus disampaikan dengan cara yang relevan

terhadap perilaku konsumsi media audiens. Dengan demikian, pemanfaatan *Instagram* menjadi strategi penting bagi organisasi seperti GMLS untuk memastikan informasi kebencanaan dapat tersampaikan secara cepat, konsisten, dan sesuai gaya komunikasi generasi muda.

Dalam konteks komunikasi kebencanaan, pemanfaatan media digital menjadi bagian penting dari strategi pengurangan risiko bencana (*Disaster Risk Reduction*). United Nations Office for Disaster Risk Reduction (UNDRR, 2017) menekankan bahwa peningkatan kesiapsiagaan masyarakat tidak hanya bergantung pada infrastruktur fisik, tetapi juga pada efektivitas penyebaran informasi dan peningkatan kesadaran publik secara berkelanjutan. Media sosial berperan sebagai saluran komunikasi dua arah yang mampu menyampaikan informasi kebencanaan secara cepat, luas, dan mudah diakses oleh masyarakat. Selain itu, dianggap bahwa teknik komunikasi visual lebih efektif dalam menyampaikan pesan edukasi yang kompleks, seperti masalah kebencanaan. Melalui *Cognitive Theory of Multimedia Learning*, Mayer (2020) menyatakan bahwa informasi yang disampaikan melalui kombinasi visual dan teks lebih mudah dipahami dan diingat dibandingkan dengan informasi yang disampaikan hanya dengan teks. Hal ini sejalan dengan fitur *Instagram* sebagai *platform* pertama yang berfokus pada visual, yang memungkinkan pesan bencana dikemas dalam video pendek, infografis, dan *reel* pembelajaran yang lebih menarik bagi audiens. Metode ini menjadi strategi yang relevan dan fleksibel untuk mengubah perilaku audiens di generasi muda yang sangat mengonsumsi media digital.

Oleh karena itu, kreator konten *Instagram* tidak hanya bertanggung jawab untuk membuat konten visual tetapi juga membantu memenuhi kebutuhan audiens digital dengan konten bencana. Mereka yang membuat konten bertanggung jawab untuk mengubah data teknis yang berkaitan dengan kebencanaan menjadi pesan yang menarik, relevan, dan mudah dipahami oleh masyarakat umum. Ini sejalan dengan gagasan komunikasi berbasis konten, yang menekankan bahwa pesan harus disampaikan dengan cara yang sesuai dengan cara audiens mengonsumsi media agar memiliki dampak yang lebih besar (Kotler & Keller, 2016). Akibatnya,

pengelolaan konten Instagram di GMLS merupakan komponen strategis dalam mendukung inisiatif pendidikan dan kesiapsiagaan masyarakat pesisir Lebak Selatan.

Penulis yang memiliki minat dan keahlian di bidang media digital dan pembuatan konten, penulis tertarik untuk bergabung dan berkontribusi dalam kegiatan magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan pada posisi *Instagram Content Creator*. Melalui posisi ini, penulis ingin mengasah kemampuan dalam menciptakan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki nilai sosial yang tinggi. Pembuatan konten di akun *Instagram* GMLS menuntut kemampuan *storytelling*, pemahaman terhadap audiens, serta kepekaan terhadap isu kemanusiaan dan lingkungan, yang semuanya sangat relevan dengan bidang yang penulis tekuni. Selain itu, kegiatan magang ini juga menjadi kesempatan untuk belajar bagaimana strategi komunikasi digital diterapkan dalam konteks sosial dan kebencanaan. Penulis dapat mempelajari proses perencanaan dan produksi konten, mulai dari riset ide, pembuatan konsep visual story, hingga tahapan posting. Melalui pengalaman tersebut, penulis berharap dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan *engagement* akun *Instagram* GMLS serta membantu memperkuat citra organisasi sebagai komunitas yang aktif, kreatif, dan berdampak positif bagi masyarakat.

Magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan bukan hanya menjadi wadah untuk mengembangkan kemampuan profesional penulis sebagai *content creator*, tetapi juga sebagai sarana untuk berperan dalam upaya sosial dan kemanusiaan. Penulis berharap melalui karya-karya digital yang penulis buat, pesan tentang pentingnya kesiapsiagaan dan mitigasi bencana dapat tersampaikan dengan lebih luas dan menginspirasi masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungan serta tanggap dalam menghadapi potensi bencana. Pemilihan Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) sebagai tempat pelaksanaan magang didasarkan pada keinginan penulis untuk memperoleh pengalaman kerja yang berbeda dari lingkungan korporat. Sebelum ini, penulis telah memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang sistem kerja perusahaan yang terstruktur dan administratif. Penulis ingin mendapatkan

pemahaman langsung tentang proses kerja di lapangan melalui GMLS ini, khususnya dalam program mitigasi bencana dan pendidikan yang berhubungan dengan masyarakat. Pengalaman turun ke lapangan memberi penulis perspektif baru tentang masalah, kebutuhan, dan cara berkomunikasi yang lebih kontekstual dan humanis, yang tidak selalu ada dalam lingkungan kerja perusahaan.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja**

Pelaksanaan program kerja magang ini memiliki maksud sebagai berikut

- Mengimplementasikan konsep-konsep atau teori yang telah dipelajari di perkuliahan di lingkungan kerja.
- Meningkatkan keterampilan *soft skill* dan juga *hard skill*.
- Meningkatkan *skill* seperti kemampuan komunikasi, kerjasama tim, dan pencarian solusi yang diperlukan dalam dunia kerja.

Selain itu, pelaksanaan program kerja ini bertujuan untuk mengembangkan strategi konten yang sudah pernah dibuat dan mencari ide-ide baru agar konten bisa lebih variatif dan inovatif.

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

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja**

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada 15 September 2025 sampai 28 November 2025 dengan durasi 640 jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Humanity Project Track 2 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja**

A. Proses Administrasi Humanity Project Batch VII FIKOM UMN x GMLS

1) Mengikuti sosialisasi Humanity Project Batch VII FIKOM UMN yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN

di Function Hall pada tanggal 25 Juni 2025, dan mengetahui bahwa salah satu syarat untuk mengikuti Humanity Project adalah terdaftar sebagai mahasiswa aktif di UMN, telah menempuh 90 SKS, telah lulus mata kuliah penjaminan mutu prodi dengan nilai minimal B, tidak ada nilai D & E, dan nilai IPK tidak kurang dari 2,50.

2) Mengikuti seleksi berkas Humanity Project Batch VII FIKOM UMN dengan mengumpulkan Curriculum Vitae, Motivation Letter, Proposal, Transkrip Nilai dari [gapura.umn.ac.id](http://gapura.umn.ac.id), serta Link Konten Feeds/Reels “Mitigasi Bencana” yang diunggah ke media sosial *Instagram* pribadi dengan tag @stratcomm\_umn dan @gugusmitigasibaksel pada *Instagram* lalu submit ke Google Form dengan batas akhir pada tanggal 18 Juli 2025.

3) Mengikuti wawancara Humanity Project Batch VII FIKOM UMN secara onsite pada tanggal 1 Agustus 2025.

4) Mendapatkan pengumuman hasil seleksi Humanity Project Batch VII FIKOM UMN melalui email student serta pesan untuk memasuki grup WhatsApp dari Pak Khairul Syafuddin selaku Koordinator Humanity Project Batch VII FIKOM UMN pada tanggal 7 Agustus 2025.

5) Mengisi KRS Social Impact Initiative di [myumn.ac.id](http://myumn.ac.id) senilai 18 SKS pada tanggal 14-15 Agustus 2025.

6) Mengisi data yang dibutuhkan di [prostep.umn.ac.id](http://prostep.umn.ac.id) mulai dari MBKM-01 Cover Letter (Surat Pengantar Magang) untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan.

#### B. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1) Pada On-Site 1, mengikuti Pendidikan dan Latihan Dasar (DikLatSar) Humanity Project Batch VII FIKOM bersama Batch IV FTI UMN.

2) Pada On-Site 1, juga mengikuti pembagian posisi kerja magang bersama Anis Faisal Reza serta teman-teman mahasiswa Humanity



Project Batch VII FIKOM UMN. Dan mendapatkan posisi sebagai *Instagram Content Creator* pada divisi *Social Media*.

3) Serta, mendapat Letter of Acceptance (LoA)/Surat Penerimaan praktik kerja magang, dan mengisi MBKM-02 Proyek Kemanusiaan Card (Kartu Kerja Magang) sebagai bentuk persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang ditandatangani oleh Anis Faisal Reza.

4) Pada On-Site 2 dan 3, mengerjakan tugas kerja magang, didampingi langsung oleh Anis Faisal Reza selaku supervisi/Pembimbing Lapangan.

5) Serta, mengisi MBKM-03 Daily Task (Lembar Kehadiran Kerja Magang) di [prostep.umn.ac.id](http://prostep.umn.ac.id) secara berkala.

C. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1) Pembuatan laporan magang dibimbing oleh Pak Charlie Tjokrodinata selaku Dosen Pembimbing.

2) Serta, melakukan “Input Title” dan “Input Counselling Meeting” pada [prostep.umn.ac.id](http://prostep.umn.ac.id).

3) Mengunduh MBKM-03 dan MBKM-04 (Lembar Verifikasi Laporan Magang) untuk ditandatangani oleh Anis Faisal Reza selaku supervisi, untuk dilampirkan pada laporan magang.

4) Laporan magang diserahkan/kumpulkan dan menunggu persetujuan dari Dosen Pembimbing dan Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi untuk selanjutnya diajukan untuk mengikuti sidang magang.

D. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.