

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

3.1.1 Kedudukan

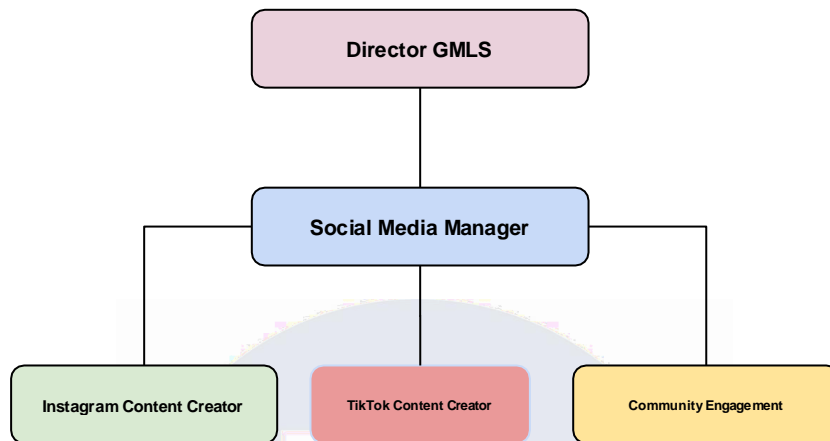
Kedudukan kerja magang berada sebagai Community Engagement Specialist Intern di Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Dalam peran ini, intern bertugas mendukung pengelolaan komunikasi dan keterlibatan audiens melalui media sosial, khususnya dalam penyebaran informasi dan edukasi terkait mitigasi bencana. Seluruh pelaksanaan tugas berada di bawah koordinasi Director Gugus Mitigasi Lebak Selatan, yaitu Bapak Anis Faisal Reza.

Community engagement merupakan pendekatan komunikasi yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam memahami, merespons, dan berpartisipasi terhadap isu yang berkaitan dengan lingkungan dan risiko yang mereka hadapi. *Community engagement* berfokus pada proses mendengarkan, berinteraksi, serta menyesuaikan komunikasi berdasarkan kebutuhan dan umpan balik komunitas (IFRC,2022). Hal ini bertujuan untuk membangun kepercayaan serta menghasilkan komunikasi yang lebih efektif dan relevan bagi masyarakat.

Dalam praktiknya, peran *Community Engagement* di Gugus Mitigasi Lebak Selatan difokuskan pada kegiatan *social media listening*, pengelolaan interaksi audiens, serta penyusunan strategi komunikasi berbasis temuan lapangan dan respons masyarakat di media digital.

3.1.2 Koordinasi

Bagian ini berisi penjelasan mengenai informasi alur koordinasi pekerjaan yang penulis lakukan di perusahaan magang. Alur koordinasi ini dapat pula dilengkapi dengan bagan alur kerja seperti contoh di bawah ini:



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi

Sumber: Olahan Penulis (2025)

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan Community Engagement Specialist

No	Aktivitas	Remarks	September				Oktober				November			
			W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4
1	Social Media & Mobile Marketing	Melakukan analisis target audiens dan jenis konten, berdiskusi dengan tim sosial media, serta melakukan laporan evaluasi berkala.												
	Pemetaan Audiens													
	Brainstorming													
	Evaluasi													
2	Community Relations	Menjalankan <i>comment strategy</i> di Instagram dan TikTok untuk meningkatkan visibilitas akun.												
	Community Strategy													

Sumber: Olahan Penulis (2025)

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Dalam penyusunan perencanaan komunikasi digital selama masa magang, pendekatan analitis yang digunakan mengacu pada kerangka SOSTAC yang dikembangkan oleh P.R. Smith (2017). Kerangka ini menekankan pentingnya pemahaman menyeluruh terhadap kondisi awal organisasi sebagai dasar perumusan strategi komunikasi digital yang tepat sasaran. Melalui konsep ini, proses perencanaan tidak hanya berfokus pada pelaksanaan konten, tetapi juga pada analisis situasi, penentuan arah

komunikasi, serta upaya memastikan bahwa strategi yang disusun selaras dengan kebutuhan audiens dan tujuan organisasi.

3.3.1.1 Pemetaan Audiens & *Brainstorming Ideas*

Peran sebagai *Community Engagement* diawali dengan pelaksanaan pemetaan audiens dilakukan melalui *Situation Analysis* terhadap aktivitas media sosial Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Langkah ini bertujuan untuk memahami bagaimana kanal digital yang sudah ada berfungsi, pola interaksi yang terbentuk antara akun dan audiens, serta jenis konten yang menunjukkan performa unggul. Prinsip SOSTAC menekankan bahwa strategi yang efektif harus berangkat dari pemahaman yang objektif sehingga analisis awal ini menjadi tahap yang sangat penting (Smith, 2017).

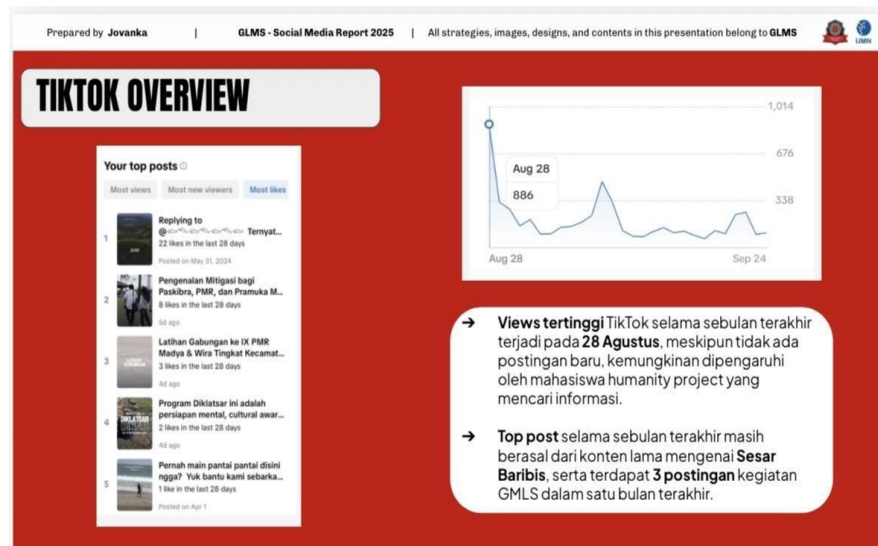


Gambar 3.2 Riset Insight Instagram

Sumber: Dokumen Organisasi (2025)

Proses pemetaan dilakukan dengan meninjau performa Instagram menggunakan Meta Instagram sebagai alat utama. Melalui platform tersebut, berbagai indikator dianalisis, seperti engagement rate, jangkauan, impresi, serta identifikasi konten yang mengalami spike atau peningkatan interaksi signifikan. Data ini membantu menggambarkan karakteristik konten yang paling relevan bagi

audiens, baik dari sisi tema, bentuk visual, maupun waktu publikasi. Tahap ini sejalan dengan konsep SOSTAC yang menggarisbawahi perlunya memahami apa yang sudah efektif sebelum menetapkan tujuan dan strategi berikutnya.



Gambar 3.3 Riset Insight TikTok
Sumber: Dokumen Organisasi (2025)

Selain Instagram, analisis juga dilakukan pada platform TikTok menggunakan TikTok Studio. Melalui alat ini, performa berbagai konten diamati berdasarkan metrik seperti views, retention rate, komentar, serta pola interaksi pengguna. Analisis TikTok penting karena platform ini memiliki karakteristik distribusi konten yang berbeda, sehingga memberikan sudut pandang tambahan mengenai preferensi audiens, terutama untuk konten yang bersifat edukatif dan visual.



Gambar 3.4 Hasil Riset Audiens
Sumber: Dokumen Organisasi (2025)

Selain pemetaan performa konten, pemetaan audiens juga menjadi bagian penting dalam tahap situation analysis. Melalui Meta Instagram Insight dan TikTok Studio, dilakukan analisis terhadap karakteristik audiens yang mencakup demografi dasar seperti rentang usia, jenis kelamin, serta lokasi geografis, sekaligus pola aktivitas audiens berdasarkan waktu dan hari paling aktif. Data ini memberikan gambaran mengenai siapa audiens utama Gugus Mitigasi Lebak Selatan dan bagaimana mereka berinteraksi dengan konten yang dipublikasikan.

Pemahaman terhadap audiens tersebut digunakan sebagai dasar dalam menyesuaikan gaya komunikasi, pemilihan format konten, serta penentuan waktu publikasi agar pesan yang disampaikan lebih relevan dan tepat sasaran.

Tahap penetapan Objectives dalam kerangka SOSTAC (Smith, 2017) berfungsi untuk merumuskan tujuan yang terukur, realistis, dan selaras dengan hasil Situation Analysis. Pada tahap ini, tujuan disusun menggunakan pendekatan yang terfokus pada indikator kinerja utama sehingga arah pelaksanaan strategi komunikasi digital dapat dipantau secara sistematis selama periode magang berlangsung.

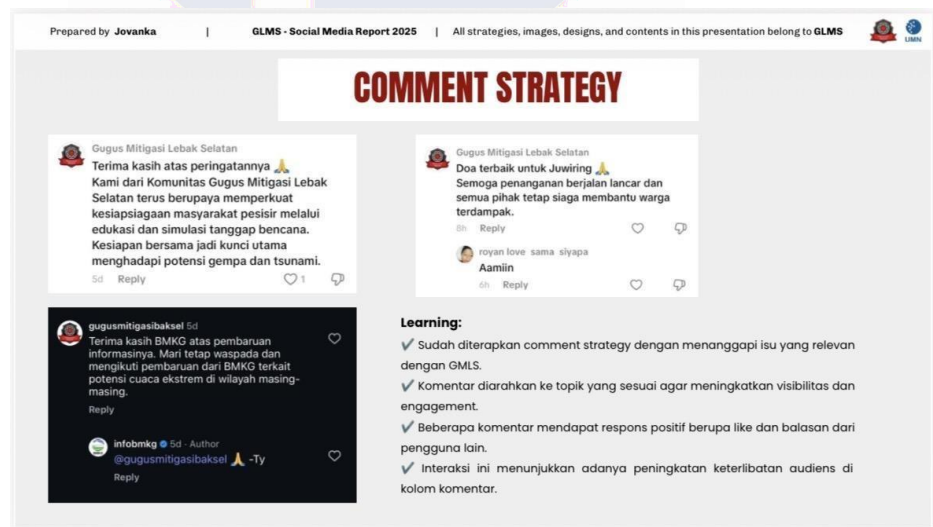
Berdasarkan kebutuhan pengembangan kanal digital Gugus Mitigasi Lebak Selatan, tujuan utama difokuskan pada peningkatan jangkauan komunitas melalui pertumbuhan pengikut di dua platform utama, yaitu Instagram dan TikTok. Selama periode magang tiga bulan, ditetapkan target pertumbuhan pengikut sebesar 500 followers di Instagram dan 1.000 followers di TikTok. Penetapan target tersebut didasarkan pada analisis performa sebelumnya serta mempertimbangkan kapasitas produksi konten, ritme publikasi, dan pola interaksi audiens yang telah teridentifikasi.

Tujuan berbasis KPI ini sejalan dengan prinsip SOSTAC yang menekankan pentingnya sasaran yang spesifik, terukur, dan dapat dicapai. Dengan adanya indikator yang jelas, proses evaluasi dapat dilakukan secara berkala untuk melihat efektivitas strategi community engagement yang diterapkan, sekaligus menjadi dasar pengambilan keputusan pada tahap pengembangan strategi dan eksekusi konten berikutnya.

3.3.1.2 Community Strategy

Strategi disusun berdasarkan hasil analisis awal yang menunjukkan bahwa audiens paling responsif terhadap konten yang berkaitan dengan isu kebencanaan, terutama konten edukatif mengenai mitigasi, peringatan dini, dan informasi respons darurat. Berdasarkan temuan tersebut, strategi utama yang digunakan adalah penguatan comment strategy pada konten-konten yang relevan dengan topik kebencanaan.

Pemilihan strategi ini bertujuan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap informasi yang disampaikan oleh akun. Tahap Strategy dalam kerangka SOSTAC menjadi titik penentu arah besar yang diambil untuk mencapai tujuan peningkatan komunitas digital Gugus Mitigasi Lebak Selatan.



Gambar 3.5 Penerapan Comment Strategy

Sumber: Dokumen Organisasi (2025)

Selain penggunaan strategi pada interaksi komentar, strategi lainnya adalah pemanfaatan konten terbaru yang mengikuti perkembangan tren dan kebutuhan masyarakat lokal. Tren di Instagram dan TikTok digunakan sebagai pintu masuk untuk menyampaikan pesan edukasi dengan cara yang lebih mudah diterima. Hal ini dilakukan karena karakteristik audiens digital cenderung lebih responsif terhadap format dan gaya penyampaian yang *up to date* sehingga strategi ini tidak sekadar mengandalkan penyampaian pesan informatif, tetapi juga memastikan bahwa pesan tersebut dibungkus dalam format yang relevan, menarik, dan sesuai kebiasaan konsumsi konten pengguna saat ini.

Strategi yang disusun bersifat menyeluruh dan berorientasi pada peningkatan kualitas hubungan dengan komunitas digital. Dengan memadukan *comment strategy* yang berfokus pada isu kebencanaan dan pemanfaatan tren visual, arah besar ini diharapkan dapat memperkuat kehadiran digital Gugus Mitigasi Lebak Selatan sekaligus mendukung pencapaian KPI pertumbuhan pengikut dan engagement selama periode magang berlangsung.

Untuk mendukung *comment strategy* pada konten kebencanaan, sejumlah taktik disusun agar interaksi yang terbentuk tetap responsif, informatif, dan selaras dengan pesan edukasi lembaga. Taktik pertama adalah melakukan respons cepat pada komentar yang muncul di konten-konten berkaitan dengan mitigasi, informasi cuaca, atau pembaruan kejadian bencana.

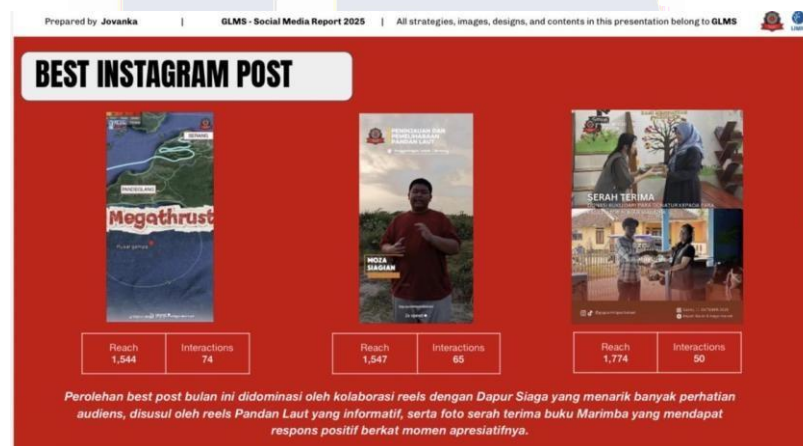
Selanjutnya, taktik lain yang diterapkan adalah memberikan jawaban yang jelas, edukatif, dan menggunakan gaya bahasa yang konsisten agar informasi tetap mudah dipahami oleh audiens. Untuk komentar yang berpotensi memancing diskusi seperti pertanyaan terkait tanda-tanda bencana atau langkah evakuasi, taktik yang digunakan adalah mengajukan prompt lanjutan atau mengarahkan audiens pada sumber informasi resmi. Semua interaksi ini dilakukan secara berkala dengan penjadwalan pengecekan komentar beberapa kali dalam sehari sehingga respons dapat diberikan dalam jangka waktu yang optimal.

Taktik distribusi konten dilakukan dengan mengacu pada data Insight Meta (Instagram) serta TikTok Analytics. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa audiens memiliki tingkat aktivitas tertinggi pada pukul 18.00 WIB. Oleh karena itu, proses unggah konten secara konsisten dijadwalkan pada jam tersebut guna meningkatkan potensi reach, engagement, dan performa konten secara keseluruhan. Pemilihan jam unggah ini diharapkan dapat membantu konten menjangkau audiens yang lebih luas ketika pengguna sedang aktif mengakses media sosial setelah jam kerja dan aktivitas harian.

Untuk strategi pemanfaatan konten terbaru, taktik yang disiapkan mencakup pemantauan tren mingguan melalui fitur eksplor di Instagram, audio tren di TikTok hingga pola konten yang sedang banyak dibagikan oleh publik. Tren yang relevan diadaptasi dengan memanfaatkan *sound* yang sedang populer di TikTok sebagai daya tarik awal konten, kemudian dikembangkan ke dalam format edukasi kebencanaan.

Selain itu, tim juga merancang tren konten tersendiri dengan format estafet dimana beberapa orang bergantian menjawab pertanyaan yang sama dalam satu video. Kedua taktik ini dipadukan dengan visual yang sedang digemari untuk menyampaikan informasi mitigasi yang penting serta mendorong keterlibatan audiens secara aktif.

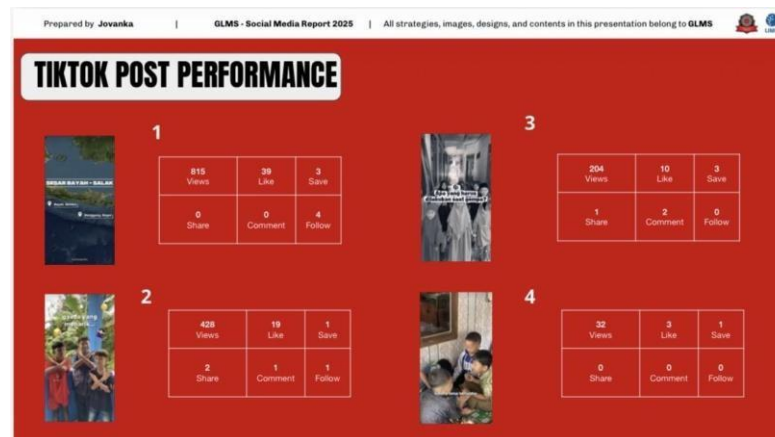
Tahap *Action* merupakan implementasi nyata dari strategi dan taktik yang telah dirumuskan. *Community Engagement* melakukan tindakan operasional dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan bahwa setiap langkah yang direncanakan bisa dijalankan secara konsisten. Salah satu tindakan utama adalah pengumpulan data performa melalui Meta Instagram dan TikTok Studio. Data yang dikumpulkan mencakup jangkauan, impresi, *engagement*, pertumbuhan pengikut, hingga identifikasi konten yang memperoleh respons tertinggi dalam satu periode.



Gambar 3.6 *Engagement* Konten Instagram

Sumber: Dokumen Organisasi (2025)

Selain pengumpulan data, kegiatan *Action* juga meliputi pengelolaan interaksi dengan audiens. Dalam praktiknya, tindakan ini mencakup pengecekan komentar di konten kebencanaan secara rutin, memberikan respons yang sesuai, serta mengelompokkan pertanyaan yang membutuhkan tindak lanjut. Aktivitas ini tidak hanya menjaga hubungan baik dengan audiens, tetapi juga menghasilkan insight berharga yang kelak dimasukkan ke dalam laporan bulanan.



Gambar 3.7 Engagement Konten TikTok

Sumber: Dokumen Organisasi (2025)

Pada tahap *Action*, kegiatan penting lainnya adalah penyusunan monthly report yang memuat analisis data, grafik perkembangan performa, temuan tren, dan rekomendasi strategi berikutnya. Penyusunan laporan ini dilakukan secara sistematis, mulai dari pengolahan data mentah hingga penyusunan narasi analitis yang menggambarkan progres serta evaluasi kegiatan selama periode pelaporan. Tahap ini menjadi bukti implementasi dari strategi *community engagement* yang telah dirancang sebelumnya.

3.3.1.3 Evaluasi

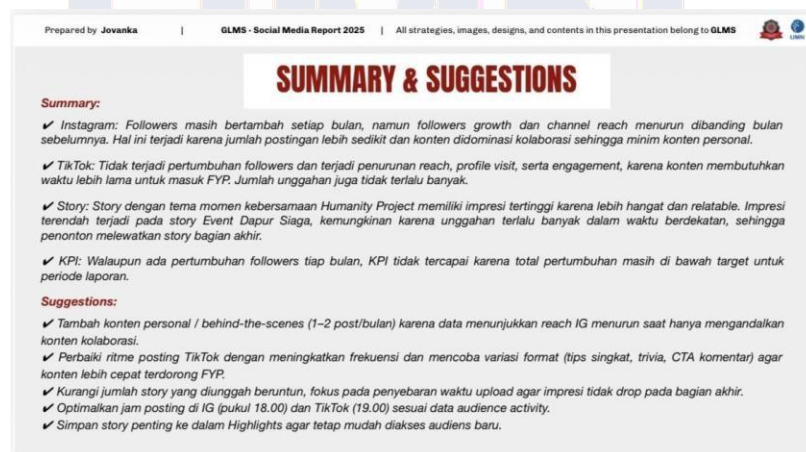
Evaluasi dilakukan dengan meninjau indikator kinerja utama seperti pertumbuhan pengikut yang ditargetkan mencapai 500 followers di Instagram dan 1.000 followers di TikTok selama tiga bulan serta metrik performa lainnya, termasuk engagement rate, jangkauan, jumlah komentar, dan performa konten edukasi kebencanaan. Tahap Control berfungsi sebagai proses evaluasi yang memastikan bahwa strategi dan tindakan yang dilaksanakan berjalan sesuai tujuan.



Gambar 3.8 Report Akhir Engagement Social Media

Sumber: Dokumen Organisasi (2025)

Selain melihat perkembangan angka, tahap evaluasi ini juga memperhatikan kualitas interaksi yang terjadi pada konten-konten kebencanaan. Analisis dilakukan untuk menilai apakah comment strategy berhasil meningkatkan diskusi yang konstruktif atau apakah tren konten yang digunakan mampu menarik perhatian audiens. Data evaluasi kemudian dibandingkan dengan periode sebelumnya untuk melihat pola kenaikan, penurunan, maupun faktor penyebab perubahan tersebut.



Gambar 3.9 Hasil kesimpulan & Saran

Sumber: Dokumen Organisasi (2025)

Hasil dari tahap *Control* dituangkan dalam *monthly report* sebagai dokumentasi resmi perkembangan *community engagement*. Evaluasi ini menjadi dasar dalam merumuskan penyesuaian strategi pada bulan berikutnya, terutama jika ditemukan area yang perlu diperbaiki, seperti kebutuhan peningkatan frekuensi konten atau perbaikan gaya komunikasi. Melalui proses evaluasi yang terstruktur ini, seluruh kegiatan *community engagement* dapat terus ditingkatkan dan tetap berada dalam jalur pencapaian KPI yang telah ditetapkan.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama proses magang, terdapat beberapa kendala yang muncul dan memengaruhi alur pembelajaran sebagai berikut:

1. Perbedaan cara kerja antara organisasi non-profit dan industri.

Sebelumnya, pengalaman magang di perusahaan industri menunjukkan alur kerja yang umumnya lebih cepat, terstruktur, dan berorientasi pada target yang terukur. Lingkungan industri menekankan pencapaian angka, tenggat waktu yang ketat, serta penggunaan standar kerja yang sudah baku. Ketika mulai bekerja di lingkungan NGO, pola kerja yang ditemui cukup berbeda karena proses kerja cenderung lebih fleksibel, berfokus pada kebutuhan masyarakat, dan mengutamakan pendekatan kolaboratif.

Setiap kegiatan tidak hanya dinilai dari hasil angka, tetapi juga dari dampak sosial serta keterlibatan komunitas. Perbedaan ritme dan karakteristik kerja ini menuntut proses penyesuaian yang tidak langsung, karena diperlukan waktu untuk memahami dinamika internal organisasi, pola komunikasi tim, serta cara menentukan prioritas kegiatan. Proses adaptasi tersebut menjadi tantangan awal, terutama dalam menyesuaikan ekspektasi dan membangun pemahaman baru mengenai alur kerja yang berbeda dari pengalaman sebelumnya.

2. Keterbatasan waktu magang yang relatif singkat.

Durasi magang yang terbatas menyebabkan ruang untuk mengeksplorasi kegiatan secara lebih mendalam belum sepenuhnya optimal. Sebagian besar waktu magang digunakan untuk pekerjaan utama seperti pemantauan performa media sosial, penyusunan laporan bulanan, dan analisis data. Rutinitas ini memberikan pengalaman yang relevan, namun sekaligus membatasi kesempatan untuk mempelajari aspek lain dari community engagement maupun manajemen program secara lebih luas.

Dengan waktu yang terbatas, pendalaman terhadap beberapa tools atau strategi digital belum dapat dilakukan secara maksimal. Selain itu, beberapa kegiatan lapangan maupun koordinasi lintas tim tidak dapat diikuti sepenuhnya karena keterbatasan waktu dan kesesuaian jadwal, sehingga proses memahami keseluruhan alur kerja organisasi berjalan secara bertahap dan belum sekomprehensif yang diharapkan.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi berbagai kendala yang dihadapi selama proses magang, dilakukan beberapa upaya penyesuaian dan strategi sebagai berikut:

1. Adaptasi terhadap perbedaan cara kerja antara industri dan NGO dilakukan dengan memperbanyak observasi dan komunikasi bersama tim. Dengan mengamati bagaimana alur kerja berjalan setiap hari, termasuk proses pengambilan keputusan dan pembagian tugas, proses adaptasi menjadi lebih mudah. Komunikasi dengan supervisor dan rekan kerja juga membantu memahami perbedaan dari pengalaman sebelumnya, seperti ritme kerja yang lebih fleksibel dan fokus yang lebih besar pada kebutuhan masyarakat. Pendekatan ini membantu

menyesuaikan pola kerja secara bertahap dan membuat proses kolaborasi berjalan lebih lancar.

2. Penyesuaian ekspektasi terhadap target dan kecepatan kerja dilakukan dengan memahami bahwa lingkungan NGO tidak selalu menekankan pencapaian berbasis angka. Oleh karena itu, fokus diarahkan pada pemahaman tujuan sosial dari setiap kegiatan. Dengan memahami perbedaan orientasi tersebut, proses kerja menjadi lebih realistis, tidak terburu-buru, dan tetap selaras dengan kebutuhan serta nilai organisasi.
3. Pengelolaan waktu magang yang terbatas diatasi dengan mengatur prioritas kerja secara mingguan. Penentuan tugas yang perlu diselesaikan lebih dahulu, seperti penyusunan laporan bulanan dan analisis performa, membantu pekerjaan dapat dikelola dengan lebih efektif. Pendekatan ini memastikan tanggung jawab utama tetap terpenuhi meskipun durasi magang relatif singkat.
4. Pembelajaran mandiri sebagai pelengkap keterbatasan waktu dilakukan dengan memanfaatkan waktu yang tersedia untuk membaca materi tambahan, mempelajari fitur insight tools, serta mengamati contoh strategi yang diterapkan oleh organisasi lain. Upaya ini membantu menambah pengetahuan meskipun tidak semua kegiatan dapat diikuti secara langsung, sehingga proses pembelajaran tetap berjalan dan pemahaman mengenai kerja NGO terus berkembang.