

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah secara fundamental mengubah cara informasi diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh masyarakat. Penggunaan platform digital dan media sosial yang meluas telah menciptakan lingkungan informasi dimana komunikasi terjadi secara terus-menerus dan hampir seketika, memungkinkan individu, organisasi, dan pemerintah untuk berinteraksi dengan publik secara lebih langsung daripada sebelumnya (Andzani, 2023). Karena media sosial menjadi salah satu sumber informasi utama bagi banyak orang, kecepatan, aksesibilitas, dan interaktivitas komunikasi digital telah secara signifikan memengaruhi bagaimana opini publik dibentuk, bagaimana isu-isu berkembang, dan bagaimana lembaga-lembaga membangun hubungan dengan para pemangku kepentingan mereka.

Meningkatnya ketergantungan pada platform digital juga menghadirkan tantangan komunikasi yang signifikan. Kelimpahan informasi yang beredar di berbagai platform media sosial telah membuat semakin sulit untuk memastikan bahwa informasi yang akurat sampai ke publik, sementara misinformasi, disinformasi, dan isu-isu publik yang berkembang pesat terus bermunculan (Rohmah & Irawan, 2026). Oleh karena itu, organisasi dituntut tidak hanya untuk menyebarkan informasi secara efisien tetapi juga untuk terus memantau percakapan publik, menanggapi isu-isu yang muncul, dan menjaga komunikasi yang konsisten di berbagai saluran digital. Menurut Maulvi dkk. (2023), secara khusus, pengelolaan media sosial yang efektif telah menjadi fungsi organisasi yang penting, bukan hanya sekadar aktivitas komunikasi tambahan.

Pengelolaan media sosial mencakup berbagai aktivitas yang saling terkait yang melampaui penerbitan konten di platform digital. Hal ini termasuk perencanaan konten strategis, produksi konten, penjadwalan dan publikasi, keterlibatan audiens, evaluasi kinerja, monitoring isu, analisis sentimen, dan pengembangan strategi

komunikasi berdasarkan tanggapan publik (Sari & Chandra, 2025). Aktivitas-aktivitas ini membutuhkan kompetensi teknis dan analitis, karena praktisi komunikasi harus terus-menerus mengevaluasi perilaku audiens, karakteristik platform, dan tren digital yang muncul untuk memastikan bahwa pesan organisasi tetap relevan, kredibel, dan selaras dengan tujuan komunikasi.

Dari perspektif *Public relations*, pengelolaan media sosial merupakan salah satu saluran terpenting yang digunakan organisasi untuk membangun dan memelihara hubungan dengan para pemangku kepentingannya (Low, 2022). Alih-alih hanya berfungsi sebagai media promosi, media sosial berfungsi sebagai platform untuk komunikasi dua arah, memungkinkan organisasi untuk mendengarkan kekhawatiran publik, menanggapi umpan balik, dan membangun kepercayaan melalui komunikasi yang transparan dan responsif. Oleh karena itu, meningkatnya kompleksitas interaksi digital menempatkan praktisi *Public relations* pada posisi strategis di mana perencanaan komunikasi, manajemen isu, manajemen reputasi, dan keterlibatan pemangku kepentingan menjadi tanggung jawab terintegrasi dalam strategi komunikasi keseluruhan organisasi.

Public relations sendiri berfungsi sebagai unit komunikasi organisasi yang bertanggung jawab untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Menurut *excellence theory* oleh James E. Grunig dan Todd Hunt (dalam Low, 2022), *Public relations* yang efektif dicapai melalui komunikasi simetris dua arah, di mana organisasi tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga secara aktif memahami harapan pemangku kepentingan dan menyesuaikan strategi komunikasi berdasarkan umpan balik publik. Dalam konteks ini, *Public relations* tidak lagi terbatas pada menjaga citra organisasi, tetapi juga berkontribusi pada pengambilan keputusan strategis dengan mengelola proses komunikasi yang mendukung tujuan organisasi sekaligus mendorong transparansi, kredibilitas, dan kepercayaan publik.

Implementasi kegiatan *Public relations* di dalam organisasi juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa dalam program studi ilmu komunikasi untuk menerapkan pengetahuan dan kompetensi yang diperoleh selama studi akademis

mereka. Berbagai kompetensi komunikasi, termasuk perencanaan komunikasi strategis, hubungan media, komunikasi digital, pengembangan konten, analisis isu, berbicara di depan umum, etika komunikasi, dan keterlibatan pemangku kepentingan, dapat diterapkan langsung dalam praktik *Public relations* profesional (Di Pietro, 2022). Akibatnya, berpartisipasi dalam kegiatan magang pada divisi *Public relations* memungkinkan mahasiswa untuk menjembatani pemahaman teoritis dengan pengalaman praktis sambil mengembangkan kompetensi teknis dan analitis yang dibutuhkan dalam lingkungan komunikasi profesional.

Diantara berbagai organisasi yang menawarkan kesempatan magang, Kementerian Komunikasi dan Digital, khususnya Biro Hubungan Masyarakatnya, menyediakan lingkungan yang mencerminkan sifat dinamis komunikasi publik kontemporer. Biro ini bertanggung jawab untuk mengelola komunikasi institusional melalui pemantauan media, manajemen isu, liputan acara resmi, persiapan siaran pers, dan pengelolaan platform media sosial resmi Kementerian (Komdigi, 2026). Tanggung jawab ini mengekspos peserta magang pada berbagai aspek komunikasi strategis yang sesuai dengan kompetensi yang dikembangkan dalam kurikulum Studi ilmu komunikasi.

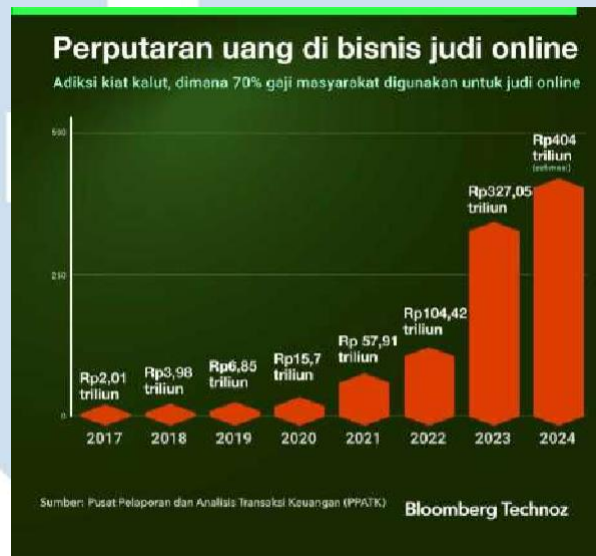
Komunikasi pada sebuah lembaga pemerintah memiliki karakteristik yang membedakannya dari praktik komunikasi di organisasi sektor swasta. Menurut Karso dkk. (2025), perusahaan swasta umumnya memprioritaskan aktivitas komunikasi yang mendukung keunggulan kompetitif, posisi merek, akuisisi pelanggan, dan profitabilitas bisnis, komunikasi pemerintah terutama menekankan akuntabilitas publik, transparansi, pelayanan publik, penyebaran kebijakan, dan partisipasi warga negara. Sementara itu, Karso dkk. (2025) menjelaskan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh instansi pemerintahan lebih berakar pada aspek pelayanan publik dan pengawasan ruang publik itu sendiri. Karakteristik ini menegaskan bahwa komunikasi pemerintah beroperasi di bawah pengawasan publik yang lebih besar dan membawa tanggung jawab sosial yang lebih luas, karena setiap aktivitas komunikasi berpotensi memengaruhi pemahaman publik

tentang kebijakan pemerintah dan tingkat kepercayaan publik terhadap lembaga negara.

Karakteristik ini dapat dipahami melalui teori *Public relations* Pemerintah yang diusulkan oleh Mordecai Lee (2025), yang berpendapat bahwa komunikasi pemerintah terutama melayani tata kelola demokrasi dengan memastikan bahwa warga negara menerima informasi publik yang akurat, mudah diakses, dan akuntabel. Tidak seperti *Public relations* komersial, *Public relations* Pemerintah berfokus pada memfasilitasi pemahaman publik, mendorong partisipasi warga negara, menjaga transparansi, dan memperkuat hubungan antara lembaga pemerintah dan masyarakat. Perspektif teoretis ini berfungsi sebagai kerangka analitis utama laporan ini karena secara komprehensif menjelaskan fungsi komunikasi yang dilakukan oleh praktisi *Public relations* di dalam lembaga pemerintah, khususnya dalam kaitannya dengan komunikasi digital, monitoring isu, hubungan media, dan pengelolaan media sosial.

Peran strategis Komdigi menjadi semakin signifikan seiring dengan meningkatnya jumlah dan kompleksitas isu yang berkembang di berbagai platform digital (Kofdigi, 2025). Sebagai lembaga yang bertanggung jawab untuk mengawasi ekosistem komunikasi digital nasional, Komdigi dituntut untuk menanggapi berbagai isu publik, termasuk penyebaran informasi yang salah dan disinformasi yang cepat, penipuan daring, kejahatan siber, masalah privasi data, tantangan literasi digital, ujaran kebencian, dan peredaran konten daring ilegal (Amilya dkk., 2025). Salah satu isu yang paling menonjol dalam beberapa tahun terakhir adalah meluasnya judi online atau judol, yang telah menimbulkan kekhawatiran sosial, ekonomi, dan keamanan yang besar karena aksesibilitasnya melalui platform digital dan media sosial. Upaya pemerintah untuk menekan perjudian daring telah melibatkan pemblokiran jutaan konten dan situs web digital, sekaligus mengkomunikasikan langkah-langkah pencegahan dan pendidikan publik melalui saluran komunikasi resmi (Kofdigi, 2025). Berbagai isu yang berkembang pesat ini menunjukkan bahwa komunikasi pemerintah saat ini melampaui penyebaran informasi kebijakan; komunikasi pemerintah juga membutuhkan

monitoring isu secara terus menerus, analisis media, manajemen konten strategis, dan komunikasi digital yang responsif. Urgensi dari isu ini dapat diilustrasikan pada meningkatnya dampak judol itu sendiri yang dapat dilihat pada Gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1.1 Data Perputaran Uang di Bisnis Judi Online
Sumber: (Bloomberg Technoz, 2024)

Berdasarkan pertimbangan tersebut, Komdigi dipilih oleh penulis sebagai lembaga magang karena Biro Hubungan Masyarakatnya dikira dapat menyediakan kesempatan untuk mengamati dan berpartisipasi langsung dalam implementasi strategi komunikasi pemerintah dalam lanskap komunikasi digital yang berkembang pesat. Kombinasi monitoring isu, liputan media, produksi konten, dan pengelolaan media sosial resmi memungkinkan peserta magang untuk mengalami implementasi praktis teori komunikasi sambil memahami bagaimana lembaga pemerintah mengelola informasi publik sebagai respons terhadap isu-isu sosial yang dinamis.

Peran komunikasi digital yang semakin penting, kompleksitas manajemen informasi yang semakin meningkat di berbagai platform media sosial, dan fungsi strategis *Public relations* di lembaga pemerintah secara kolektif membentuk konteks untuk laporan magang ini. Melalui keterlibatan langsung dalam berbagai

kegiatan *Public relations* di Komdigi, penulis dapat meneliti bagaimana strategi komunikasi pemerintah diimplementasikan dalam praktik sambil menganalisis kegiatan ini menggunakan konsep dan teori yang diperoleh selama program Studi ilmu komunikasi. Integrasi pengetahuan akademis dan pengalaman profesional ini menjadi fokus utama laporan ini.

Secara keseluruhan, kegiatan magang ini memberikan pengalaman praktis yang berharga dalam memahami implementasi *Public relations* di dalam lembaga pemerintah, khususnya di bidang monitoring isu, liputan media, dan pengelolaan media sosial. Selain itu, program magang ini memperkuat pemahaman penulis tentang *Public relations* Pemerintah sebagai fungsi komunikasi strategis yang tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga berkontribusi pada transparansi, akuntabilitas, keterlibatan pemangku kepentingan, dan pengembangan kepercayaan publik dalam lingkungan komunikasi digital Indonesia yang semakin berkembang.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas industri komunikasi pada Biro Hubungan Masyarakat. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan kegiatan magang ini bertujuan untuk:

1. Memahami proses kerja dan fungsi Divisi Hubungan Masyarakat di Komdigi, khususnya dalam mengelola kegiatan komunikasi institusional, termasuk monitoring isu, liputan media, dan pengelolaan media sosial.
2. Memahami implementasi strategi komunikasi publik di dalam lembaga pemerintah dan menganalisis bagaimana kegiatan komunikasi dilakukan untuk mendukung transparansi, penyebaran informasi publik, dan pengembangan kepercayaan publik.
3. Mengembangkan kompetensi komunikasi profesional dengan menerapkan pengetahuan teoritis yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya dari mata kuliah Hubungan Media & Efektivitas Publisitas, sambil meningkatkan keterampilan teknis yang berkaitan dengan analisis isu, *media monitoring*, manajemen konten, dan pengolahan informasi.

4. Mengembangkan keterampilan pribadi dan profesional melalui pengalaman langsung di lingkungan kerja, termasuk beradaptasi dengan budaya organisasi, berkoordinasi dengan atasan dan kolega, menjaga etika kerja profesional, dan meningkatkan kemampuan untuk berkolaborasi secara efektif dalam suatu organisasi.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Sistem kerja *Work from Office* (WFO), yang beroperasi setiap hari senin hingga jumat, pelaksanaan kerja magang di mulai pada 5 Januari 2026 hingga 31 mei 2026, dengan jam kerja pukul 08.00–15.00 WIB. Dengan durasi kerja selama 7 jam per hari dan jumlah hari kerja efektif selama periode tersebut, total waktu pelaksanaan magang mencapai sekitar $\pm$ 600 jam kerja. Dengan demikian, durasi kegiatan magang ini telah memenuhi ketentuan minimum jam kerja yang ditetapkan dalam Panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Ketua Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.

- 5) 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 Administrasi Kampus (UMN)

- 1) 1. Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengisi form data diri pada Google Form pada tanggal 15 Desember 2022 yang diberikan oleh pihak Lembaga Sensor Film RI serta mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) kedalam form tersebut.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai Monitoring isu, Media social, Peliputan
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Ibu Raden Rhina Anita Ertina Martono selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan 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 Henilia Yulita selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Zoom Meeting.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

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

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A