



KOMUNIKASI EFEKTIF TANGGAP BENCANA



Dr. Irta Sulastri, M.Si

KOMUNIKASI EFEKTIF TANGGAP BENCANA

Dr. Irta Sulastri, M.Si

Pustaka Artaz
Tahun 2023

KOMUNIKASI EFEKTIF TANGGAL BENCANA

Dr. Irta Sulastri, M.Si

Desain Cover :
Muhammad Ferdinand Setiawan

Editor :
Luzian Pratama

Tata Letak :
Luzian Pratama

ISBN : 978-979-8833-68-7

Cetakan Pertama :
Februari 2023

Penerbit :
Pustaka Artaz
Depan Perumahan Griya Palembang Nagari Sintuk
Kecamatan Sintuak Toboh Gadang Kabupaten Padang
Pariaman Provinsi Sumatera Barat HP: 085263749170

Hak Cipta 2023, pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2023 by Penulis
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis
dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'alamin, dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah memberikan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ini. Tak lupa pula salawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW. Karena berkat beliau kita berada di tengah peradaban yang terang benderang saat ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang mendukung proses penulisan hingga penerbitan buku ini, terutama orang tua kami, suami, anak-anak dan rekan sejawat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu pada pengantar yang singkat ini.

Adapun buku ini penulis beri judul KOMUNIKASI EFEKTIF TANGGAP BENCANA yang alhamdulillah telah penulis tuntaskan dengan usaha maksimal.

Dengan harapan, buku ini sekiranya dapat memberikan manfaat, menambah khazanah keilmuan, terkhusus bagi pembaca yang memiliki konsentrasi dalam bidang ilmu komunikasi.

Dalam buku ini dijabarkan tentang bagaimana komunikasi bencana; mulai dari retorika, public relations, jurnalisme bencana, sinergitas menanggulangi bencana hingga hoaks dalam peristiwa bencana.

Penulis sepenuhnya menyadari tulisan di buku ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu jika pembaca memiliki saran dan kritik, penulis akan menyambutnya dengan tangan terbuka demi perbaikan buku ini ke depannya.

Penulis

Irta Sulastri



SAMBUTAN GUBERNUR SUMATERA BARAT



Kami atas nama Pemerintah Provinsi Sumatera Barat, mengucapkan selamat dan apresiasi yang sangat besar kepada Dr. Irta Sulastri, M.Si, seorang pakar Ilmu Komunikasi dari Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang, atas karya tulisnya yang berjudul “Komunikasi Efektif Tanggap Bencana.”

Kondisi geografis wilayah Indonesia sangat dekat dengan berbagai peristiwa bencana, terutama Provinsi Sumatera Barat. Kondisi ini mendatangkan sejumlah tantangan bagi semua pihak untuk menanggulangi bencana yang datang silih berganti tersebut. Berbagai tantangan itu berkenaan dengan kejadian sebelum bencana, ketika bencana, dan sesudah terjadinya bencana. Bencana tidak hanya menjadi kewajiban pemerintah, bencana adalah masalah kemanusiaan yang menjadi tanggung jawab bersama melalui tindakan gotong royong. Mulai dari kesadaran bersama untuk menjaga lingkungan agar bencana tidak terjadi, peduli ketika peristiwa bencana yang terjadi, dan membangun kembali peradaban masyarakat di lokasi bencana.

Kehadiran buku ini merupakan sebuah petunjuk baru, “ilham” untuk menuntun semua pihak bersinergi menanggulangi bencana. Ke depannya, kiranya buku ini dapat menjadi acuan bagi pemerintah, swasta dan masyarakat Indonesia, khususnya di Sumatera Barat dalam menanggulangi bencana. Buku ini ditulis dengan pembahasan yang

begitu lengkap, mencakup semua aspek komunikasi secara praktis dalam peristiwa bencana.

Dengan buku ini, setidaknya akan mengurangi kegegabahan dan rasa percaya diri yang membabi buta dalam menghadapi bencana yang pada akhirnya dibuat tak berdaya karena yang terjadi di luar perkiraan logika. Kesalahan memberikan informasi, koordinasi yang kaku, media yang tak bersikap humans mengabarkan bencana dan kebijakan yang tidak tepat, akan memunculkan sebuah masalah baru di tengah bencana. Bagi korban bencana, kondisi tersebut sesuai dengan kata pepatah yang menyebut “sudah jatuh, tertimpa tangga”.

Komunikasi adalah salah satu elemen penting yang mewarnai peristiwa bencana. Komunikasi dan peristiwa bencana memiliki hubungan yang tidak bisa dipisahkan. Segala hal yang terjadi pada peristiwa bencana perlu dikomunikasikan supaya peristiwa bencana dapat diantisipasi, ditanggulangi dan dituntaskan dengan baik. Tanpa komunikasi yang tepat, sangat memungkinkan proses-proses penanggulangan bencana justru menimbulkan sejumlah polemik baru. Maka komunikasi merupakan ujung tombak sebelum, ketika dan sesudah bencana terjadi.

Kata kunci dari komunikasi yaitu bagaimana pesan tersampaikan kepada masyarakat atau audiens. Komunikasi harus bermuara kepada apakah orang lain yang menjadi pendengar atau penerima pesan paham dengan apa yang dikomunikasikan oleh pembicara. Oleh karena itu orang yang mengkomunikasikan sesuatu dituntut cerdas, cermat dan tepat dalam menyampaikan sesuatu, terutama dalam peristiwa bencana.

Akhir kata, sekali lagi Pemerintah Provinsi Sumatera Barat mengucapkan selamat serta terima kasih dan penghargaan yang setinggi tingginya kepada Sdri. Dr. Irta Sulastri, M.Si yang telah berhasil menyusun sebuah buku yang sangat bermanfaat dan menjadi acuan bagi pemerintah, swasta dan masyarakat Indonesia, khususnya di Sumatera Barat. Kami mendoakan dan mengharapkan Sdri. Dr. Irta Sulastri, M.Si ke depannya dapat melahirkan karya-karya yang lebih banyak lagi. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk dan ridho-Nya atas segala upaya yang dilakukan, *Aamiin Yaa Rabbal ‘Alamiin.....*

Selamat membaca, semoga bermanfaat...



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	3
SAMBUTAN GUBERNUR SUMATERA BARAT	5
DAFTAR ISI	9

BAB I : Komunikasi Sebagai Ilmu	1
1. Komunikasi Sebagai Ilmu	1
2. Homo Simbolikum	5
3. Model-Model Komunikasi	9
4. Bentuk-Bentuk Komunikasi	21

BAB II: Seluk Beluk Bencana	29
1. Seluk Beluk Bencana	29
2. Manajemen Bencana	32
3. Komunikasi Bencana	37

BAB III: Eksistensi Komunikasi Dalam Peristiwa Bencana	43
1. Eksistensi Komunikasi Dalam Peristiwa Bencana	43
2. Model SMCR Dalam Komunikasi Bencana	47
3. Retorika Dalam Komunikasi Bencana	53
4. Public Relations Perspektif Bencana	60
5. Kebijakan Publik dan Bencana	64

BAB IV: Sinergi Dalam Bencana	71
1. Sinergi Dalam Bencana	71
2. Menyusun Pesan Dalam Komunikasi Bencana	75
3. Komunikasi Bencana Pendekatan Budaya	79

BAB V: Media Bencana dan Bencana Media	83
1. Media Bencana dan Bencana Media	83
2. Jurnalisme Bencana	86

3. Hoaks di Tengah Bencana 92

BAB VI: Sebuah Penelitian Komunikasi Bencana 97

DAFTAR PUSTAKA 121
TENTANG PENULIS 133

.

BAB I

MEMAHAMI KOMUNIKASI SEBAGAI ILMU

1. Komunikasi Sebagai Ilmu

Manusia makhluk sosial yang hidup berkelompok dan saling membutuhkan. Sebagai makhluk sosial dan hidup berkelompok dalam kesehariannya, tentu tidak terlepas untuk bersosialisasi atau berinteraksi. Interaksi manusia itu disebut dengan komunikasi, manusia berinteraksi dengan simbol dan lambang yang untuk menumbuhkan kesamaan pemahaman. Komunikasi memfasilitasi manusia dengan manusia lainnya sehingga tujuan dan sasaran yang dikomunikasikan dapat terwujud. Dalam hal ini, manusia memiliki kepentingan, yaitu kepentingan pribadi dan kepentingan bersama (masyarakat).¹

Kata komunikasi berasal dari kata latin “communis” yang berarti untuk menciptakan persekutuan atau untuk membangun persekutuan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari kata dasar “communico” yang berarti berbagi.² Proses komunikasi dapat diartikan sebagai “transfer pesan” dari pengirim pesan sebagai komunikator kepada komunikan (penerima pesan).³ Maka ilmu komunikasi sebagai ilmu pada dasarnya berbicara pengetahuan tentang sesuatu, baik yang berkaitan dengan alam (tentunya) atau sosial (kehidupan masyarakat) dilestarikan melalui proses berpikir.

Berger mendefinisikan ilmu komunikasi sebagai pengamatan produksi, proses dan efek dari tanda dan sistem simbol. Artinya

¹ Muhammad Mufid, *Etika Dan Filsafat Komunikasi*, Prenadamedia, 1st edn (Jakarta: KENCANA, 2009).

² Richard West and Lynn H Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Dan Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2007).

³ Zaenal Mukarom, *Teori-Teori Komunikasi*, 1st edn (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2020).

komunikasi suatu pengembangan teori yang dapat diuji dan digeneralisasikan dengan tujuan untuk menjelaskan proses dan fenomena terkait proses tanda dan simbol itu berlangsung.⁴ Dalam artian bahwa kajian ilmu komunikasi meliputi antara individu atau individu dengan kelompok atau antar kelompok yang berinteraksi melalui pertukaran lambang untuk memahami makna. Ilmu komunikasi merupakan sebuah cabang ilmu yang multidisipliner karena begitu banyak pendekatan yang dilakukan dalam ilmu komunikasi seperti linguistik, psikologi, antropologi, sosiologi dan cabang-cabang ilmu yang lain. Sifat multidisipliner ilmu komunikasi memang tidak akan dapat dihindari sebab lingkup komunikasi yang terjadi dalam berbagai iklim kehidupan manusia, mulai dari ekonomi, sosial budaya hingga politik.

Sejarah komunikasi pada mulanya hanyalah sebuah usaha atau cara manusia untuk mengkomunikasikan ide, gagasan, keinginan, hasrat dan sebagainya. Upaya tersebut hanyalah untuk memungkinkan manusia berkomunikasi satu sama lain. Saat itu, komunikasi belum dianggap sebagai sesuatu yang layak untuk diperhatikan, dipelajari atau ditata. Namun, di Yunani pada abad ke-5 SM, dikembangkan ilmu tentang proses membuat klaim antara orang-orang yang disebut retorika, yang berarti keterampilan berbicara dan argumentasi yang menggugah, atau kemampuan menggunakan bahasa dengan lancar untuk mempengaruhi dan menarik.⁵

Dalam perkembangan selanjutnya, gagasan tersebut berkembang lebih jauh dan melahirkan dua bentuk komunikasi yang masing-masing berkembang di benua yang berbeda. Pertama ilmu pulistik menjadi yang pertama diterbitkan di Jerman dan yang kedua berkenaan dengan komunikasi massa di Amerika.⁶ Penelitian dan kajian komunikasi berdasarkan perspektif yang berbeda antara Amerika Serikat dan di Eropa. Amerika memulai dengan menekankan nilai kuantitatif guna mendapatkan hasil yang objektif.

⁴ Charles R. Berger, 'Chautauqua: Why Are There so Few Communication Theories?: Communication Theories and Other Curios', *Communication Monographs*, 58.1 (1991), 101–13 <<https://doi.org/10.1080/03637759109376216>>.

⁵ Mufid.

⁶ Ahmad Sultra Rustan and Nurhakki Hakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 1st edn (Yogyakarta: Deepublish, 2017).

Kemudian di Eropa cenderung menggunakan teori-teori kritis di bawah pengaruh ajaran Marxis.⁷

Selain perbedaan perspektif ilmu komunikasi di Amerika dan Eropa, perspektif berbeda tentang ilmu komunikasi juga muncul antara perspektif Barat dan Timur. Perspektif Barat (dalam hal ini meliputi Eropa dan Amerika) cenderung individualistis dan menikmati mencari bagian proses daripada melihatnya secara keseluruhan. Ukuran dan pandangan hubungan terbatas pada hubungan secara individu.⁸

Dalam perspektif Timur (kawasan Asia), kecenderungan untuk mengutamakan nilai-nilai spiritual dan memasukkan emosi. Melihat proses komunikasi sebagai satu kesatuan yang utuh mengartikan hubungan tersebut sebagai hubungan posisi dan peran dalam masyarakat.⁹ Kehadiran pemikir Timur dalam ilmu komunikasi dapat dikatakan sebuah antitesa terhadap ide komunikasi yang muncul di Barat. Ide dasar Ilmu Komunikasi di Timur memiliki karakteristik sebagai berikut:¹⁰

1. Fokus pada objek keseluruhan komunikasi.
2. Melihat hasil komunikasi adalah kejadian-kejadian itu tidak direncanakan dan alami.
3. Menekankan fungsi emosional dan mental sebagai akibat dari hasil komunikasi.
4. Mempertimbangkan sisi intuisi yang dalam dan tepat diperoleh dari pengalaman langsung.
5. Menafsirkan hubungan lebih kompleks, perlahan dibentuk oleh perbedaan posisi sosial, peran dan kekuasaan.

Ilmu komunikasi dapat diterima sebagai ilmu pengetahuan karena ilmu komunikasi dapat memenuhi kriteria ilmu pengetahuan secara keseluruhan. Salah satu prasyarat untuk pengetahuan adalah memiliki objek pembelajaran.¹¹ Komunikasi dapat membuktikan bahwa komunikasi adalah ilmu karena komunikasi memiliki dua jenis

⁷ Mukarom.

⁸ Mukarom.

⁹ Morissan, *Teori Komunikasi Dari Individu Hingga Massa*, 1st edn (Jakarta: KENCANA, 2013).

¹⁰ Morissan.

¹¹ Suaedi, *Filsafat Ilmu: Filsafat Ilmu Hukum*, 1st edn (Bogor: IPB Press, 2016).

objek materil dan objek formil. Dalam kasus objek materil, studi komunikasi mengkaji transmisi pesan antar manusia melalui simbol. Dengan kata lain, komunikasi mengkaji aktivitas manusia dalam konteks sosial. Pada saat yang sama, komunikasi mengkaji transmisi pesan antar individu dalam konteks formal. Karena sejak awal sudah ditekankan bahwa kegiatan ekstra manusia dalam konteks sosial tidak termasuk objek penelitian ilmu komunikasi. Sehingga dengan demikian ilmu komunikasi sebagai ilmu dapat menentukan batasan dalam ruang lingkup kajiannya.¹²

Selain itu, ilmu harus memiliki sistem untuk dapat menjelaskan fenomena yang terjadi secara kausal.¹³ Bahwa objek kajian suatu ilmu diatur sebagai urutan sistematis sebab dan akibat. Melalui filsafat, ilmu komunikasi mencoba menemukan alasan terdalem perihal transfer pesan antar manusia. Craigh membagi penelitian ilmu komunikasi menjadi 7 tradisi. Ketujuh tradisi itu meliputi semiotika, fenomenologi, sibernetika, psikologi sosial, sosial budaya, mazhab kritis, dan retorika.¹⁴

Selanjutnya ilmu komunikasi sebagai ilmu harus mempertanggungjawabkan sifat universalitasnya. Kebenaran dapat ditunjukkan ilmu komunikasi melalui pemahaman manusia sebagai makhluk sosial yang selalu berkomunikasi. Dimanapun dan sampai kapanpun, ilmu komunikasi tetap mempelajari bagaimana usaha manusia untuk menyampaikan pesan. Definisi ilmu komunikasi tidak berubah secara signifikan, karena pada umumnya semua orang selalu berkomunikasi satu sama lain, dan ilmu komunikasi adalah ilmu yang mempelajari transmisi pesan antar manusia.¹⁵

Terakhir, ilmu komunikasi sebagai ilmu harus dapat diverifikasi oleh siapa saja, di mana saja, dan kapan saja. Kebenaran yang dapat diuji tidak terbatas pada satu konteks. Ilmu komunikasi membuktikan persyaratan tersebut dan memposisikannya sebagai ilmu. komunikasi merupakan inti dari kehidupan manusia dengan orang lain. Interaksi

¹² Mufid.

¹³ Stewart L Tubbs and Robert M Carter, *Shared Experiences in Human Communication*, *Shared Experiences in Human Communication*, 1st edn (New Jersey: HAYDEN BOOK COMPANY, 1962) <<https://doi.org/10.4324/9781351306560>>.

¹⁴ Mufid.

¹⁵ Aang Ridwan, *Filsafat Komunikasi, Pustaka Setia Bandung*, 1st edn (Bnadung: Pustaka Setia, 2013), I.

ini dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari karena masyarakat selalu menggunakan ilmu komunikasi untuk menerima informasi.¹⁶

Berdasarkan kenyataan terakhir itu pula, komunikasi dapat diterima sebagai kebenaran umum bagi siapa saja (selanjutnya disebut aksioma). Pernyataan-pernyataan umum itu tidak mesti dibuktikan dengan ilmiah, namun diakui oleh siapa saja dan dimana saja.

Beberapa di antaranya manusia pasti berkomunikasi, komunikasi manusia menciptakan hubungan, rangsangan dan respon terjalannya komunikasi, interaksi manusia bersifat dinamis, komunikasi manusia sebagai proses pertukaran makna untuk saling memahami.¹⁷

2. Homo Simbolikum

Kontak dan interaksi manusia terjadi ketika manusia berkomunikasi. Manusia tidak lepas dari kodratnya sebagai makhluk individu dan sosial. Sebagai makhluk individual, manusia cenderung lebih memperhatikan dirinya sendiri untuk memenuhi kebutuhannya. Namun kecenderungan ini hampir selalu terwujud hanya dengan bantuan orang lain. Di sisi lain, manusia sebagai makhluk sosial berusaha untuk menyambung dan memperkuat keberadaannya, agar tidak berada di luar lingkungan sosialnya. Inilah sebagai dasar hakikat individu dan makhluk sosial yang mengarah pada kesadaran masyarakat akan hak asasi manusia dan nilai-nilai universal.

Individu harus memposisikan dirinya sebagai makhluk sosial. Dalam hubungan sosial, individu hadir utuh yang harus mempertimbangkan individu lain di sekitarnya. Secara umum, besar kecilnya irisan eksistensi manusia yang terwujud sebagai makhluk individu dan makhluk sosial mencerminkan berlangsungnya proses dan perilaku interaksi manusia serta proses dan perilaku komunikasi pada manusia.¹⁸

¹⁶ Aang Ridwan, I.

¹⁷ Sthepen W Littlejhon and Karen A Foss, *Teori Komunikasi*, 9th edn (Jakarta: Salemba Humanika, 2009).

¹⁸ Riyono Pratikto, *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi*, 1st edn (Bandung: Remadja Karya, 1987).

Interaksi yang dilakukan manusia tersebut berupa penyampaian simbol dan tanda yang di pahami bersama dan menghasilkan kesamaan makna antara satu dengan yang lain. Simbol itu dapat berupa simbol verbal (bahasa) dan nonverbal seperti gerakan tubuh, ekspresi wajah atau penggunaan objek fisik lainnya. Simbol itu sendiri merupakan bagian dari tanda. Tanda adalah segala sesuatu yang digunakan untuk menunjukkan atau mewakili sesuatu selain dirinya sendiri. Sehingga manusia disebut juga dengan homo simbolikum (makhluk yang bersimbol). Yakni makhluk yang menyukai lambang atau simbol yang mengandung makna tertentu.¹⁹

Sebab antara manusia dan komunikasi adalah suatu yang inheren. Tidak dapat terpisah sama sekali. Disadari atau tidak, setiap manusia memiliki potensi untuk menghasilkan simbol-simbol yang membawa makna tertentu bagi orang lain. Simbol adalah produk pemikiran.²⁰ Berpikir di sini dapat diartikan sebagai proses menyusun dan menafsirkan pesan. Artinya saat kita menulis pesan dan saat menafsirkan pesan, memilih dan menempatkan simbol tertentu dengan cara ini.

Tindakan berpikir ini memisahkan manusia dari binatang. Oleh karena itu, sering dikatakan bahwa manusia adalah animal simbolikum.²¹ Peralpnya komunikasilah salah satu yang membedakan manusia dengan hewan. Manusia menggunakan simbol untuk memenuhi kebutuhannya, berkomunikasi dan mengatur perilakunya. Manusia menggunakan simbol untuk mengendalikan sifat hewani mereka. Misalnya, simbol budaya, norma sosial, hukum, dan lain-lain.

Manusia dan komunikasi merupakan proses berlangsungnya kehidupan bagi manusia itu sendiri. Kedudukan manusia dalam komunikasi dapat dilihat dalam rumusan komunikasi Harold Lasswell dan Aristoteles sang punggawa retorika. Menurut Lasswell, model komunikasi adalah "Siapa mengatakan apa, kepada siapa, dengan

¹⁹ W Barnett Parce, *Communication and the Human Condition*, 1st edn (United State Of America: Shothern Illionis University, 1989).

²⁰ Novia Ruth Silaen and Dkk, *Sosiologi Komunikasi*, 1st edn (Bandung: Penerbit Widina, 2019).

²¹ Michael Brian Schiffer and Andrea Miller, *The Material Life of Human Beings, The Material Life of Human Beings*, 1st edn (London: Routledge Taylor and Francis Group, 1999) <<https://doi.org/10.4324/9780203030547>>.

saluran apa dan efek apa yang ditimbulkan”.²² Sedangkan menurut Aristoteles kedudukan manusia dalam komunikasi meliputi pembicara dan pendengar. Dengan demikian, kedudukan manusia adalah “dari siapa (menyampaikan) dan kepada siapa (disampaikan)” dan “pembicara dan pendengar”.²³

Dengan kedudukan tersebut, manusia merupakan pelaku dari terjadinya proses komunikasi yang berlangsung. Manusia dalam komunikasi bisa saja berposisi sebagai komunikator dan juga sebagai komunikan. Manusia sebagai homo atau animal simbolikum pertama kali disebutkan oleh Filsuf Ernst Cassirer dalam sebuah essay berjudul *on man, new heaven: Introduction to a Philosophy of Human Culture* Yale University Press 1994.²⁴

Menurut Cassirer, manusia sebagai simbol binatang memiliki cakupan yang lebih luas daripada homo sapiens atau manusia sebagai makhluk berpikir. Homo sapiens lebih rendah nilainya dibandingkan homo simbolikum. Semua itu karena keunikan manusia sebenarnya tidak terletak pada kemampuannya berpikir, tetapi pada kenyataan bahwa manusia melalui kemampuan berpikir rasionalnya dapat menggunakan simbol sebagai ekspresi.²⁵

Oleh karenanya, tanpa bahasa tertulis tidak mungkin manusia untuk mempraktikkan aktivitas kemanusiaannya secara sistematis. Tanpa bahasa tertulis, manusia kehilangan kemampuan untuk mewariskan nilai-nilai budaya dari generasi ke generasi.

Senada dengan itu, apa yang ditulis oleh Yuval Noah Harari dalam bukunya berjudul *Sapiens* menyatakan manusia tanpa komunikasi tidak ada bedanya manusia dengan hewan lain. Bahasa tertulis memungkinkan manusia untuk berpikir secara kompleks dan mengkomunikasikan pengetahuan mereka kepada orang lain. Itulah

²² Peng Wenxiu, ‘Analysis of New Media Communication Based on Lasswell’s “5W” Model’, *Journal of Educational and Social Research*, 5.3 (2015), 245–50 <<https://doi.org/10.5901/jesr.2015.v5n3p245>>.

²³ Kustadi Suhandang, *Retorika: Strategi, Teknik Dan Pidato*, 1st edn (Bandung: Penerbit NUANSA, 2009).

²⁴ Ernst Cassirer, translated by Steve G Lofts, *The Philosophy of Symbolic Forms, The Philosophy of Symbolic Forms, Volume 1: Language*, 1st edn (New York, USA: Routledge, 2020), 1 <<https://doi.org/10.4324/9780429282461>>.

²⁵ Cassirer, I.

yang menyebabkan manusia mampu menguasai dan mendominasi di dunia ini dibandingkan dari makhluk lain.²⁶

Kemampuan berbahasa dan bekerja kolektif adalah upaya terus menerus yang dilakukan manusia untuk membuat perubahan. "Semut bisa bekerja secara kolektif, akan tetapi cara bekerja semut sangat kaku. Sementara manusia mampu menampung itu dalam ruang yang tak terbatas dan fleksibel, sehingga semut hanya memakan sisa-sisa dari manusia".²⁷

Bahasa memungkinkan orang untuk berpikir secara abstrak dan realistis. Musik dapat disebut sebagai bentuk bahasa manusia di mana emosi tanpa informasi. Fungsi simbolik bahasa menekankan komunikasi ilmiah, sedangkan fungsi emosional menekankan komunikasi estetika. Manusia makhluk yang menekankan simbol, dimana simbol menyembunyikan makna yang hanya dapat dipahami melalui pembelajaran.

Misalnya rambu lalu lintas berupa lampu hijau berarti boleh melanjutkan, lampu kuning berarti boleh berjalan tetapi harus hati-hati, dan lambang lampu merah berarti harus berhenti total. Begitu juga lambang bendera merah putih yang merupakan lambang negara Indonesia, dimana putih berarti suci dan merah berarti gagah berani.

Manusia selalu mengartikan simbol-simbol yang mereka ciptakan tersebut. Bahkan dalam praktek iman manusia kepada Tuhan, manusia menjadikan simbol sebagai jalan utama. Dan begitu pun Tuhan memberikan perintah untuk taat dengan menggunakan simbol kepada manusia.

Alquran adalah kitab suci umat Islam yang di dalamnya terdapat ayat-ayat yang mengandung perintah, larangan, hukum dan lain-lain. Ini dapat kita sebutkan sebagai komunikasi yang dilakukan Allah agar manusia mengerti dengan syariat. Agar manusia tidak keluar dari aturan dan ketentuan yang telah dibuat Allah.

²⁶ Noah Yuval diterjemahkan oleh Yanto Mustafa Harari, *Sapiens*, 1st edn (Jakarta: Alvabet, 2017), I.

²⁷ Noah Yuval Harari, diterjemahkan oleh Yanto Mustafa, *Sapiens*, 1st edn (Jakarta: Alvabet, 2017).

Contoh ini pun dapat kita ambil dari perintah salat yang diwajibkan Allah kepada umat Islam. Dalam iman umat Islam, perintah salat di dalamnya mengkombinasikan antara simbol verbal dan non verbal. Bacaan dan gerakan tubuh yang dilakukan umat Islam ketika melaksanakan perintah salat merupakan komunikasi transendental untuk mencapai derajat iman.

3. Model-Model Komunikasi

Komunikasi merupakan proses yang sangat kompleks, oleh karena itu sangat perlu untuk mengetahui siapa yang memulai komunikasi, kepada siapa komunikasi itu ditujukan, dan dari mana komunikasi itu dimulai dan diakhiri. Untuk memahami proses komunikasi yang sedemikian kompleks, diperlukan suatu alat untuk membantu menjelaskan proses komunikasi tersebut. Perangkat itu disebut dengan model komunikasi.

Model komunikasi adalah seperangkat konsep untuk menjelaskan proses komunikasi merepresentasikan proses komunikasi tersebut dengan menggunakan berbagai simbol.²⁸ Model komunikasi membentuk perspektif komunikasi dengan memecah komunikasi yang kompleks menjadi sederhana tanpa menghilangkan komponen-komponennya.

Para ahli komunikasi telah membuat klasifikasi model-model komunikasi tersebut dalam tiga bentuk; model komunikasi linear, model komunikasi transaksional dan model komunikasi interaksional. Dalam tiga pengelompokan itu kemudian di dalamnya dimuat beberapa model yang telah dirumuskan para ahli komunikasi.

1. Model Komunikasi Linear

Model komunikasi linear merupakan model komunikasi yang sangat sederhana dan menggambarkan komunikasi satu arah. Alur pesan digambarkan langsung dari pengirim pesan ke penerima pesan.²⁹ Dalam model komunikasi linear, tidak ada konsep umpan balik dan penerima pesan bersifat pasif saat

²⁸ Brent D Ruben and Lea P Stewart dalam terjemahan Ibnu Hamad, *Komunikasi Dan Perilaku Manusia*, 1st edn (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).

²⁹ Rustan and Hakki.

menerima pesan. Claude Shannon dan Warren Weaver menggambarkan komunikasi sebagai proses linier karena mereka tertarik pada teknologi radio dan telepon dan ingin mengembangkan model untuk menjelaskan bagaimana informasi bergerak melalui saluran (saluran) yang berbeda.³⁰

Lebih lanjut dia menjelaskan bahwa model linier mengasumsikan bahwa seseorang hanyalah pengirim atau penerima. Ini tentu saja pandangan yang sangat sempit dari para peserta dalam proses komunikasi. Konsep penting dalam model ini adalah noise, yaitu setiap stimulus eksternal dan tidak diinginkan sesuatu yang dapat mengganggu keakuratan pesan yang dikirimkan. Noise, posisinya selalu ada dalam saluran dengan pesan yang dikirim oleh komunikator ke penerima.³¹

Di dalam komunikasi Linear terdapat beberapa teori yang sejalan dengannya di antaranya komunikasi model Aristoteles, model Laswell, model SMCR Berlo dan model Shannon & Weaver.

a. Model Aristoteles

Menurut Aristoteles, seorang pembicara yang baik adalah mereka yang sadar siapa *audience* mereka dan mengedepankan bukti-bukti yang relevan dan dapat dipercaya dalam presentasi mereka. Dengan bukti-bukti yang meyakinkan seorang pembicara menjadi kredibel. Retorika Aristoteles memiliki lima nilai dasar, yaitu *ethos*, *pathos*, *logos*, *aim* dan *mode*. Kepercayaan atau kredibilitas adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki seseorang komunikator, sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak.³²

Kredibilitas menurut Aristoteles (filsuf Yunani), bisa diperoleh jika seorang komunikator memiliki *ethos* (karakter/pembawaan), *pathos* (ikatan emosional), dan *logos* (logis/masuk akal). *Ethos* adalah kekuatan yang dimiliki

³⁰ Bonaraja Purba, Astri Rumondang Banjarnahor, and Dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 1st edn (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2017).

³¹ Purba, Banjarnahor, and Dkk.

³² Richard West and Lynn H Turner, 'Pengantar Teori Komunikasi : Analisis Dan Aplikasi', in *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*, ed. by Maria Natalia Damayanti Maer, edisi 3 (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2008).

komunikator (pembicara) dari karakter pribadinya, sehingga ucapan-ucapannya dapat dipercaya. *Pathos* adalah kekuatan yang dimiliki seorang komunikator dalam mengendalikan emosi pendengarnya (penerima pesan), sedangkan *logos* adalah kekuatan yang dimiliki komunikator melalui argumentasinya.³³

Menurut Aristoteles, yang paling besar dan kuat pengaruhnya adalah *ethos* yang dilatarbelakangi *track record*, catatan perilaku, dan suri teladan. Ada pula yang mengatakan bahwa *ethos* terdiri atas pikiran baik, akhlak yang baik, dan maksud yang baik. Aristoteles sejak awal fokus dengan kajian Retorika. Yang mana hal itu menjadikannya disebut sebagai bapak retorika.

Retorika merupakan berbagai upaya yang dilakukan oleh seorang penutur (bahasa lisan) dan penulis (bahasa tulisan) dalam memilih ungkapan yang paling efektif dan efisien digunakan untuk menarik perhatian pendengar dan pembaca.³⁴ Dilihat dari asal katanya, retorika adalah sebuah padanan kata dari Bahasa Yunani yaitu *rhetor* dan Bahasa Inggris *orator* yang berarti keahlian dan kemahiran dalam berbicara di depan khalayak. Menurut W.S. Robbert, yakni seorang ahli retorika sekaligus penerjemah buku *Retorika* Aristoteles telah merumuskan dari defenisi retorika yaitu :

- 1) Retorika yaitu seni menarik minat (afeksi) terhadap pihak lain dengan menggunakan tuturan kata atau Bahasa. Untuk menggalang respon dari pendengar, maka perlu adanya pengaturan unsur-unsur dalam tutur.
- 2) Retorika yaitu sebuah ilmu yang mengajarkan kaidah dasar dan seni penggunaan Bahasa yang efektif.
- 3) Retorika yaitu sebuah kemampuan seni berbicara yang dimiliki seseorang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi rasional serta persuasi afeksi terhadap lawan bicara.
- 4) Retorika merupakan sebuah kemampuan dalam mengungkapkan pesan dengan efektif, melalui pilihan

³³ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009).

³⁴ I Nengah Marta, *Retorika*, Edisi 2 (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014).

bentuk tuturan, sehingga pesan disampaikan dengan gaya yang memukau lawan bicara.

- 5) Retorika merupakan kemampuan mengembangkan sebuah idea dan gagasan, dalam rangka mempersuasi orang lain.³⁵

Oleh karena itu, berdasarkan rumusan dari beberapa pengertian yang telah dikemukakan oleh W.S. Robert tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa esensi retorika adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh seorang pembicara menerapkan keahliannya dalam memilih ungkapan yang paling efektif agar pendengar merasa tertarik dengan pesan yang disampaikan. Pada hakikatnya, retorika yaitu kemampuan komunikasi yang dimiliki seseorang dalam menggunakan Bahasa yang paling efektif.³⁶

Tujuan utama dalam peristiwa komunikasi adalah agar komunikator mampu menyampaikan pesan secara efektif dan efisien, yang diharapkan dapat diketahui, dipahami dan diterima oleh komunikan. Pesan disampaikan secara persuasif atau dapat dilakukan dengan cara yang paling efektif agar menunjang isi pesan yang dikomunikasikan. Hal tersebut juga terjadi pada pihak komunikan, apabila pesan yang disampaikan dengan cara persuasif maka terdapat kemungkinan komunikan akan aktif menerima pesan komunikasi.³⁷

Dalam tulisan Ernes G Bormann dan Nancy C Bormann, bahwa ungkapan yang baik secara retorik adalah ungkapan yang didukung oleh unsur-unsur seperti unsur bahasa, etika dan nilai moral, nalar yang baik, serta pengetahuan yang memadai. Oleh karena itu, unsur-unsur tersebut merupakan factor pendukung yang utama dalam retorika. Apabila unsur-unsur pendukung retorika tersebut

³⁵ Nengah Marta.

³⁶ Nengah Marta.

³⁷ Nengah Marta.

diabaikan, maka mengakibatkan terjadinya pelencengan pada hakikat retorika.³⁸

1) Bahasa

Retorika didukung oleh berbagai unsur, dan bahasa merupakan unsur pendukung yang utama dalam retorika. Bahasa adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyajian pesan dalam komunikasi. Penggunaan bahasa dalam retorika komunikator, dilakukan setelah proses pemilihan-pemilihan kemungkinan unsur bahasa yang paling persuasif layak digunakan dalam proses komunikasi. Semakin baik pemilihan unsur-unsur Bahasa, maka peran retorika akan semakin baik juga. Pemilihan unsur Bahasa tersebut dapat dilihat dari bentuk istilah, kata, ungkapan, gaya Bahasa, kalimat, dan lain sebagainya.

Hal yang juga tidak kalah pentingnya dalam Bahasa adalah penyajian (*delivery*) yaitu bagaimana seorang komunikator mengatur susunan Bahasa, mengatur susunan cara penyajian, serta memilih gaya pengungkapan. Semua usaha yang dilakukan komunikator tersebut adalah agar komunikasi mampu menarik minat perhatian, mempengaruhi, dan mengubah sikap lawan bicaranya.

2) Etika dan Nilai Moral

Meskipun retorika adalah seni persuasif yang terdapat kebebasan dalam pemilihan unsur Bahasa, bukan berarti komunikator tidak bertanggung jawab pada isi yang disampaikan. Komunikator tetap bertanggung jawab atas isi pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, retorika didukung oleh unsur etika dan nilai moral.

Etika dan nilai mora adalah unsur pendukung yang penting dalam retorika. Dengan etika dan nilai moral, aktivitas komunikasi yang dilakukan menjadi terkontrol dan bertanggung jawab. Komunikator tidak hanya sekedar memperlihatkan kelihaihan berbicara dengan Bahasa yang memukau, kemampuan komunikasi tersebut juga dibarengi dengan kualitas isi pesan yang disampaikan,

³⁸ Nancy C Bormann and Ernest G Bormann, *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu* (Jakarta: Erlangga, 1989).

dimana komunikator bertumpu pada etika dan nilai moral sehingga bertanggung jawab terhadap aktivitas komunikasinya.

3) Penalaran yang Benar

Unsur pendukung retorika lainnya yaitu penalaran yang benar dalam penyampaian pesan. Komunikasi yang disertai dengan penalaran yang benar akan menjadi lebih kuat karena pesan mengandung landasan dan argumen yang logis. Penalaran yang benar dalam retorika dapat ditinjau dari cara penyampaian pesan secara induksi, deduksi, silogisme, entimem atau dengan menggunakan contoh-contoh. Dalam retorika terdapat dua hal yaitu alasan-alasan dan karakter dari komunikator. Alasan tersebut adalah segala bukti-bukti argumentatif dalam rangka persuasi komunikasi. Sedangkan karakter adalah kebenaran, kejujuran isi pesan yang disampaikan terlihat dari sisi psikologi komunikator.

4) Pengetahuan yang Memadai

Sebelum menyampaikan pesan, seorang komunikator terlebih dahulu memahami tentang apa yang akan ia sampaikan. Jika tidak memiliki pengetahuan dan wawasan yang memadai tentang isi pesan yang disampaikan, maka komunikator hanya berbicara sebagai tukang bual, yang kosong dan tidak dapat dipercayai. Oleh karena itu, seorang komunikator harus memiliki pengetahuan yang luas dengan fakta-fakta yang relevan, memiliki ide dan gagasan yang jelas. Selain itu, sangat penting sekali bagi seorang komunikator agar menguasai isi materi dan mengetahui strategi penyampainnya.

b. Model Laswell

Seperti telah disebutkan, dalam *The Structure and Function of Communication in Society* (1948), Harold D. Lasswell mencoba menjelaskan kompleksitas proses komunikasi.³⁹ Menurut Harold D. Lasswell, kompleksitas proses komunikasi paling baik dijelaskan dengan menjawab

³⁹ İletişim kuram ve araştırma Dergisi, 'The Structure and Function of Communication in Society Harold D. Laswell', *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 24 (2007), 215–28.

beberapa pertanyaan, yaitu: Siapa mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dan efek apa yang ditimbulkan?⁴⁰ Model komunikasi Lasswell sedikit berbeda dari apa yang diusulkan Aristoteles jauh sebelumnya.

Menurut Lasswell, komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media kepada komunikan yang menghasilkan efek tertentu. Model komunikasi Lasswell secara ilmiah menggambarkan kajian tentang proses komunikasi yang menitikberatkan pada berbagai turunan dari setiap elemen komunikasi yang menjadi jawaban atas pertanyaan yang diajukannya. Pertanyaan itu yakni siapa yang menyampaikan?, kepada siapa disampaikan?, apa yang disampaikan?, melalui saluran apa? Dan efek apa yang ditimbulkan?⁴¹

1. Siapa (Sumber)

Dapat diartikan sebagai sumber, aktor atau pihak kunci yang komunikasi atau yang memprakarsai komunikasi tersebut, dapat berupa individu, kelompok, organisasi atau negara.

2. mengatakan apa (pesan)

Kata menjelaskan apa yang dikomunikasikan atau ditransmisikan kepada media dan penerima. Pesan merupakan isi informasi yang disampaikan komunikator. Apa yang ditransmisikan/dikomunikasikan kepada penerima, melalui apa yaitu (media). Isi informasi dipahami sebagai seperangkat simbol verbal/nonverbal mewakili perasaan, nilai, gagasan/maksud dari sumber. Sebuah pesan terdiri dari 3 komponen yaitu makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan format/organisme pesan.

3. Melalui saluran apa (media)

Saluran/media adalah alat penyampaian pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima), baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik atau digital).

4. Kepada siapa (penerima)

⁴⁰ Muhammad Fahrudin Yusuf, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 1st edn (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2021).

⁴¹ Athur Asa Berger, *Essentials of Mass Communication Theory* (United States OF America: Sage Publication, 1995).

Penerima dapat berupa kelompok, individu, organisasi atau negara, yang menerima pesan dari sumber (komunikator). Ini bisa disebut target, pendengar (listener), penonton (audience), komunikator, interpreter, decoder.

5. Akibat apa (efek)

Dampak yang terjadi pada medium (penerima) setelah menerima pesan dari sumber proses komunikasi yaitu komunikator. Seperti perubahan sikap dan pertumbuhan pengetahuan.

c. Model Berlo

Model komunikasi Berlo memperhitungkan aspek emosional dari pesan. Pada model komunikasi Berlo, terdapat unsur *encoder* atau *decoder* yang dianggap penting. Encodes artinya menyandi atau memformulasikan pesan, dan hal ini dilakukan oleh sang pengirim pesan.⁴² Sedangkan decodes merupakan proses membaca sandi atau menerjemahkan pesan. Model Berlo ini memusatkan perhatian pada proses komunikasi. Model komunikasi SMCR Berlo memiliki 4 (empat) komponen atau elemen utama yang mendukung terjadinya proses komunikasi. Elemen tersebut adalah sender/source atau pengirim, message atau pesan, channel atau saluran komunikasi, dan receiver atau penerima pesan.⁴³

Dalam komunikasi model Berlo, pengirim pesan adalah sumber berasalnya pesan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi elemen sumber yaitu keterampilan komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial, dan budaya.⁴⁴ Yang kedua, pesan dalam model komunikasi Berlo adalah substansi yang dikirimkan oleh *sender/source* atau sumber kepada penerima pesan. Pesan yang dikirimkan dapat berupa suara, teks, video atau lainnya. Factor yang mempengaruhi elemen pesan adalah sebagai berikut; isi, elemen, perlakuan, struktur dan kode.⁴⁵

⁴² Yusuf.

⁴³ David K. Berlo, 'Communication as Process: Review and Commentary', *Annals of the International Communication Association*, 1.1 (1977), 11–27 <<https://doi.org/10.1080/23808985.1977.11923667>>.

⁴⁴ Morissan.

⁴⁵ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa...*

Yang ketiga, Saluran; saluran komunikasi untuk membawa atau mengirimkan pesan yang dimiliki. Saluran adalah media yang digunakan untuk mengirim pesan ke penerima.⁴⁶ Misalnya media massa sebagai channel atau saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan. Sementara itu, dalam bidang komunikasi lainnya seperti misalnya komunikasi pemasaran atau komunikasi bisnis atau komunikasi organisasi. Faktor yang mempengaruhi adalah melihat, mendengar, melihat, mencium, menyentuh dan merasakan. Di mesin teknis komunikasi dapat digunakan untuk mengirim pesan seperti televisi, telepon, radio dan internet. Dan terakhir adalah penerima pesan, merujuk pada individu yang menerima pesan yang dikirimkan oleh pengirim pesan. Beberapa hal yang mempengaruhinya adalah keterampilan berkomunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial dan budaya.⁴⁷

d. Model Shannon & Weaver

Salah satu model komunikasi awal adalah yang dikemukakan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver dalam buku mereka *Mathematical Theory of Communication*. Model ini sering disebut sebagai model matematika/informasi-teori karena memiliki dampak paling kuat pada model komunikasi lainnya. Model Shannon dan Weaver menekankan penyampaian pesan berdasarkan tingkat akurasi pesan.⁴⁸ Komunikasi sebagai proses iteraksi berawal dari seorang pengirim (transmitter) yang mengubah pesan menjadi sinyal, kemudian sinyal tersebut disalurkan atau diteruskan kepada penerima (receiver) dalam bentuk percakapan. yaitu, memenuhi fungsi yang dilakukan oleh pengirim yang merekonstruksi pesan dari sinyal. Sasaran (target) adalah otak sari penerima yang dimaksudkan untuk diengaruhi oleh pesan tersebut.⁴⁹

Konsep penting dalam model Shannon dan Weaver adalah keakuratan pesan yang disampaikan, dimana semua rangsangan eksternal dan yang tidak diinginkan dapat

⁴⁶ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa...*

⁴⁷ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa...*

⁴⁸ West and Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Dan Aplikasi*.

⁴⁹ Ruben and Stewart diterjemahkan Ibnu Hamad.

mempengaruhi keakuratan pesan yang dikirimkan. Keakuratan pesan dapat dipengaruhi oleh noise yang terjadi secara internal maupun eksternal dalam proses komunikasi.⁵⁰

Model komunikasi yang dikemukakan oleh Shannon dan Weaver mencakup tujuh komponen komunikasi. Tujuh komponen komunikasi adalah sumber informasi, pesan, transmisi, sinyal, penerima, tujuan, sumber gangguan pesan. Shannon dan Weaver menjelaskan bahwa proses komunikasi dimulai dengan adanya sumber informasi. Sumber komunikasi kemudian membuat pesan atau rangkaian pesan yang disampaikan melalui alat/saluran perpesanan tertentu.⁵¹

Pesan yang ditransmisikan berupa sinyal atau tanda (kata-kata lisan atau tertulis, gambar, dll.). Pada langkah selanjutnya, sinyal diterima oleh perangkat penerima tertentu dan menjadi pesan yang akan diterima oleh penerima target. Dalam prakteknya, proses pengiriman pesan ini juga tidak terlepas dari adanya interferensi atau noise dan sumber dari interferensi tersebut. Gangguan tersebut meliputi gangguan fisik (kebisingan, gaduh, dan lain-lain). Apabila interferensi tidak dapat diatasi, maka arti atau makna pesan yang ditangkap oleh penerima dapat berbeda dengan maksud atau makna pesan yang dimaksud oleh pengirim.

2. Model Komunikasi Transaksional

Model komunikasi transaksional menitikberatkan peran pengirim dan penerima pesan dalam proses komunikasi dua arah. Model komunikasi transaksional menghubungkan komunikasi dengan konteks sosial, konteks relasional dan konteks budaya. Model ini menunjukkan bahwa manusia berkomunikasi tidak hanya untuk bertukar pesan, tetapi juga untuk membangun hubungan.⁵² Model komunikasi yang terkait dengan model komunikasi transaksional adalah model komunikasi transaksional Barnlund.

⁵⁰ Daniel Chandler, 'The Transmission Model of Communication', *Aber.UC.UK*, 1994, p.1 <<http://visual-memory.co.uk/daniel//Documents/short/trans.html>> [accessed 7 January 2023].

⁵¹ Chandler.

⁵² Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 1st edn (Yogyakarta: Ar Ruzz Media Publishing, 2010).

Komunikasi transaksional adalah proses kolaboratif dan kooperatif; pengirim dan penerima sama-sama bertanggung jawab atas efek yang ditimbulkan dalam komunikasi dan efektivitas komunikasi. Model transaksional mengasumsikan bahwa saat terus-menerus mengirim dan menerima pesan, manusia mau tidak mau berurusan dengan elemen verbal dan nonverbal.⁵³

Proses berkelanjutan ini berarti terus menerus baik dalam mengirim maupun menerima pesan. Proses ini menjadi bagian dari siklus komunikasi. Tentunya hal ini berkaitan erat dengan bagaimana proses komunikasi berjalan. Kunci dari model komunikasi ini adalah pengiriman dan penerimaan pesan secara terus menerus atau berkesinambungan antara penyampai pesan dengan komunikan.

Salah satu model yang diajukan pada model ini adalah gagasan Dean C. Barnlund pada tahun 1970. Barnlund memperkenalkan model komunikasi transaksional, berdasarkan komunikasi antarpribadi atau interpersonal communication.⁵⁴ Komunikasi ini menggambarkan proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi secara bersamaan antara pihak-pihak komunikasi. Model komunikasi Barnlund dikenal sebagai model komunikasi transaksional Barnlund. Model ini merupakan jawaban dari model komunikasi linear statis, model komunikasi dinamis dan model komunikasi dua arah.⁵⁵

Model komunikasi transaksional Barnlund menggambarkan proses komunikasi yang berkelanjutan di mana pengirim dan penerima mengubah peran dan posisi secara seimbang.⁵⁶ Pesan dalam model Barnlund dibuat dengan umpan balik terus menerus dari peserta komunikasi. Umpan balik yang diberikan oleh pihak lain merupakan pesan bagi pihak lain.

3. Model komunikasi interaksional

Komunikasi dalam model ini diajukan oleh Wilbur Schramm. Interaksional merupakan model komunikasi interaktif

⁵³ Littlejohn and Foss.

⁵⁴ David Mortensen, *Communication Theory*, Taylor & Francis Group, 2nd edn (New York, USA: Routledge Taylor and Francis Group, 2008).

⁵⁵ Mortensen.

⁵⁶ Mortensen.

yang menggambarkan komunikasi dua arah.⁵⁷ Pada umumnya model komunikasi interaksional digunakan dan terjadi dalam media modern seperti internet atau sarana komunikasi modern. Wilbur Schramm adalah seorang ahli komunikasi yang memiliki pengaruh besar dalam perkembangan komunikasi linear pada tahun 1950-an. Kemudian Wilbur Schramm mengembangkan model komunikasi interaksional pada tahun 1973.⁵⁸

Menurut pandangan lain tentang model Schramm, proses komunikasi sejalan dengan komunikasi yang terjadi antarpersonal. Dijelaskan bahwa proses komunikasi bersifat sirkuler, dengan masing-masing aktor bertindak secara bergantian sebagai komunikator dan penerima. Menurut model ini, setiap komunikator terlibat dalam penyandian pesan, menafsirkan pesan, menerima serta pengkodean pesan.⁵⁹

Latar belakang manusia yang terlibat dalam proses komunikasi, memegang peranan yang sangat penting. Setiap orang memiliki latar belakang pengetahuan, pengalaman dan budaya yang berbeda. Perbedaan latar belakang ini mempengaruhi interpretasi masing-masing pesan yang diterima secara individual.

Menurut model komunikasi Wilbur Schramm, proses komunikasi terdiri dari sembilan komponen.⁶⁰

- a. Sender: orang yang mengirim pesan.
- b. Encoder: orang yang mengubah pesan menjadi bentuk terenkripsi.
- c. Decoder: seseorang yang menerima pesan terenkripsi yang dikirim oleh pembuat encode dan mengubahnya menjadi bahasa yang dapat dipahami orang lain.
- d. Interpreter: seseorang yang mencoba memahami dan menganalisis pesan. Pesan diterima setelah interpretasi. Penerjemah dan penerima adalah orang yang sama.
- e. Receiver: orang yang menerima pesan, yang melakukan proses decoding dan menafsirkan pesan yang sebenarnya.

⁵⁷ Emile G McAnany, 'Wilbur Schramm: Beginnings of the "Communication" Field', *Communication Research Trends*, 33.4 (2014), 3–53.

⁵⁸ Everett M. Rogers, 'Wilbur Schramm and the Founding of Communication Study', 1994, 155–202 <<https://doi.org/10.4324/9781410601124-10>>.

⁵⁹ McAnany.

⁶⁰ Ruben and Stewart diterjemahkan Ibnu Hamad.

- f. Message: informasi yang dikirim oleh pengirim pesan dan informasi yang diterima oleh penerima pesan.
- g. Feedback: proses menanggapi pesan yang diterima oleh penerima pesan.
- h. Medium: media atau saluran yang digunakan oleh pengirim untuk mengirim pesan.
- i. Noise: gangguan yang terjadi selama proses komunikasi. Gangguan tersebut juga dapat berupa gangguan semantik, dimana terdapat perbedaan makna pesan yang dikirimkan oleh pengirim pesan dan pesan yang ditafsirkan oleh penerima pesan.

4. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Manusia menciptakan dan menafsirkan pesan dalam lingkup pribadi, kelompok, budaya bahkan sampai dalam jumlah banyak yang tidak terorganisir. Proses tersebut berjalan untuk mengaitkan dirinya dengan lingkungan tempat manusia berada. Dalam hal lain, bahwa kenyataannya manusia terkadang harus menyesuaikan dirinya dengan tempat dimana manusia berada. Lebih sering lagi manusia secara personal dituntut menciptakan titik temu pemahaman dengan lawan berinteraksi. Hal yang sama juga akan terjadi dalam tatanan kelompok dan lingkup skala yang lebih besar lagi.

Para ahli telah mengklasifikasikan bentuk komunikasi manusia. Terdapat lima bentuk komunikasi dilihat dari segi keberlangsungannya yakni intrapersonal, interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi dan komunikasi massa.⁶¹ Dalam ulasan ini kesemua itu akan diurai untuk memberi kejelasan tentang masing-masing pembagian tersebut.

1. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal merupakan komunikasi yang terjalin di dalam diri sendiri ataupun komunikasi satu orang saja, semacam berdialog kepada diri sendiri, membagikan arti (intelektual serta emosional), memikirkan sesuatu permasalahan

⁶¹ Rustan and Hakki.

hingga mengambil keputusan, serta lain-lain. Pada tataran komunikasi intrapersonal batasannya ialah setiap komunikasi yang senantiasa jadi objek untuk memberi pengertian kepada diri sendiri.⁶²

Yang menjadi pusat perhatian dalam komunikasi intrapersonal ialah keterlibatan internal pribadi secara aktif dalam pemrosesan tanda-tanda simbolik dari pesan- pesan.⁶³ Seseorang secara sekaligus menjadi pengirim dan penerima pesan, membagikan umpan balik untuk dirinya sendiri dalam proses internal yang berkepanjangan. Dalam Proses Komunikasi intrapersonal, seseorang komunikator melaksanakan pengolahan makna pesan yang dia peroleh, sampai jadi pesan yang dia pahami serta diberikan arti secara personal.

Effendi berpendapat, komunikasi intrapersonal merupakan proses di mana orang memberikan dan menghasilkan penafsiran komunikasi yang berlangsung dalam diri, meliputi aktivitas berdialog kepada diri sendiri serta kegiatan- kegiatan mengamati serta membagikan arti (intelektual serta emosional).⁶⁴ Berangkat dari pengertian itu, dapat dipahami bahwa komunikasi intrapersonal tidak melibatkan pihak luar sebagai komunikan. Melainkan diri sendiri yang menjadi komunikator dan komunikan demi menghasilkan *feedback* bagi diri sendiri. Merujuk kepada pendapat Jalaludin Rakhmat, komunikasi intrapersonal melewati empat tahapan proses yakni sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Sebagai contoh dari komunikasi intrapersonal ini adalah bersyukur, berdoa, berfikir, muhasabah, berimajinasi dan lain sebagainya.⁶⁵

2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal dapat terjadi dimana dan kapan saja, seperti menonton film, belajar, bekerja dan dalam aktifitas lain yang melibatkan orang lain. Komunikasi interpersonal juga bisa disebut komunikasi antarpribadi. Efektivitas komunikasi interpersonal ditentukan seberapa jelas suatu pesan dikomunikasikan oleh komunikan kepada komunikator.

⁶² Mukarom.

⁶³ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 1st edn (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011).

⁶⁴ Ali Nurdin, *Komunikasi Intrapersonal*, 1st edn (Jakarta: KENCANA, 2020).

⁶⁵ Rakhmat.

Komunikasi interpersonal dapat diartikan sebagai interaksi atau proses antara dua orang atau lebih di mana informasi, ide, pendapat, dan perasaan dipertukarkan dan biasanya dalam fenomena komunikasi interpersonal tidak diatur secara formal.⁶⁶

Joseph A. Devito memberi penjelasan bahwa komunikasi interpersonal adalah transmisi pesan secara verbal dan non verbal antara dua orang atau lebih yang berinteraksi. Penjelasan yang hampir sama mirip, menurut Deddy Mulyana, komunikasi interpersonal terjadi secara tatap muka sebagai memungkinkan peserta untuk menangkap langsung reaksi orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal.⁶⁷

Proses komunikasi interpersonal merujuk kepada pendapat Devito, dapat digambarkan dengan empat proses.⁶⁸

- a. Dalam komunikasi interpersonal, komunikasi terjadi antara dua orang atau lebih yang saling berinteraksi secara verbal atau non verbal. Satu orang mengirim pesan sementara yang lain menerima dan menafsirkan pesan tersebut. Pada proses itu terjadi decoding dan encoding. Yakni kegiatan memberi makna pada pesan yang dikirimkan.
- b. Pesan (message) adalah isyarat yang bertindak sebagai rangsangan bagi komunikator (penerima). Pesan dapat berupa suara, bau, rasa, bentuk visual, dan kombinasinya. Pesan dapat direncanakan, disengaja ataupun tidak disengaja. Dalam komunikasi interpersonal, mengirim dan menerima pesan yang dapat diungkapkan secara verbal dan non-verbal. Pesan non verbal dapat berupa gerakan tangan, gerakan mulut dan mata.
- c. Umpan balik adalah respon yang diberikan komunikan kepada komunikator setelah komunikator menyampaikan pesan. Umpan balik juga dapat dimaknai dengan reaksi yang terjadi ketika seseorang mengirimkan pesan.

⁶⁶ Ernest G Bormann and Nancy C Bormann, *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu*, 4th edn (Jakarta: Erlangga, 1989).

⁶⁷ Elva Sarmiati and Ronaning Roem, *Komunikasi Interpersonal*, 1st edn (Purwokerto: IRDH, 2019).

⁶⁸ Joseph A Devito, *The Interpersonal Communication*, 15th edn (New York, USA: Pearson, 2017).

- d. Dalam komunikasi interpersonal, komunikator sarat dengan pesan pembuka. Kalimat pembuka ini berisi kumpulan informasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan sebelum masuk kepada komunikasi inti.
 - e. Saluran atau media proses komunikasi membutuhkan media yang menyalurkan pesan kepada penerima. Media komunikasi antar manusia dapat berupa telepon, email atau pertemuan tatap muka.
 - f. Kebisingan (hambatan) Komunikasi interpersonal memiliki hambatan yang dapat mengganggu. Hambatan ini dapat mencegah penerima pesan memproses informasi. Penerima pesan mungkin salah paham. Contoh hambatan komunikasi antar manusia adalah mati listrik yang berujung pada tertutupnya saluran komunikasi.
3. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah kumpulan orang yang memiliki tujuan bersama yang di dalamnya orang-orang saling mengenal satu sama lain, berinteraksi dan memperlihatkan diri mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Interaksi dalam kelompok menunjukkan terjadinya proses komunikasi. Dalam hal ini, komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antarpribadi orang-orang yang terdapat dalam kelompok.

Menurut Effendy, komunikasi kelompok adalah komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan yang ada di dalam kelompok. Suatu yang baru bisa disebut sebagai kelompok ketika orang di dalamnya lebih dari dua orang.⁶⁹ Karena ketika satu atau dua orang berkomunikasi satu sama lain, maka disebut sebagai komunikasi interpersonal. Sementara menurut Burhan Bungin, berkomunikasi dalam kelompok merupakan bagian dari aktivitas sehari-hari. Sejak manusia mulai menyelaraskan diri dengan kelompok primer terdekatnya: keluarga. Dengan bertambahnya usia dan perkembangan intelektual, kelompok bertambah dengan bergabung dan berpartisipasi dalam kelompok sekunder seperti sekolah, lembaga keagamaan, tempat kerja, dan kelompok

⁶⁹ Purba, Banjarnahor, and Dkk.

sekunder lainnya, tergantung minat dan minat kita.⁷⁰ Singkatnya, kelompok adalah bagian integral dari kehidupan manusia. Karena melalui kelompok bisa berbagi informasi, pengalaman dan pengetahuan dengan anggota grup lainnya.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa komunikasi kelompok ketika interaksi pertukaran simbol dan tanda yang terjadi antara tiga orang atau lebih untuk berbagi informasi, mengembangkan ide atau memecahkan masalah, baik formal maupun informal. Charles Horton Cooley dalam Jalaluddin Rakhmat mengkalsifikasikan kelompok menjadi 2 bagian yakni kelompok primer dan kelompok sekunder.⁷¹

Pada kelompok primer, komunikasi bersifat mendalam dan luas. Komunikasi yang dilakukan menembus kepribadian, membuka yang tersembunyi dari masing-masing pribadi anggota kelompok.⁷² Komunikasi pada kelompok primer dilakukan dengan verbal dan non verbal. Model komunikasi pada kelompok ini biasanya dilakukan dalam sebuah kelompok kecil yang sangat dekat seperti keluarga yang mana di dalamnya komunikasi berlangsung secara informal.

Sedangkan pada kelompok sekunder, komunikasi didominasi oleh komunikasi secara verbal. Sifatnya dangkal dan terbatas pada ruang-ruang substansi saja. Tidak menembus sisi-sisi kepribadian lawan berkomunikasi.⁷³

Kelompok sekunder memiliki kelompok anggota yang terorganisir secara sistematis. Keadaan tersebut menjadikan komunikasi dibatasi tujuan tertentu, sehingga membuatnya berjarak dibandingkan dari komunikasi kelompok primer.

4. Komunikasi Organisasi

Demi berlangsungnya kinerja dan efisiensi organisasi, dalam beroorganisasi membutuhkan komunikasi yang baik untuk membangun organisasi yang sehat dan maju. Maka dari itu, komunikasi dalam organisasi memiliki kekuatan sendiri dan akan mempengaruhi tumbuh kembang organisasi ke depannya. Sebuah fakta bahwa, tidak jarang sebuah organisasi menjadi gagal

⁷⁰ Redi Panuju, *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi Sebagai Kegiatan Komunikasi Sebagai Ilmu*, 1st edn (PRENADAMEDIA ROUP, 2018).

⁷¹ Rakhmat.

⁷² Rakhmat.

⁷³ Rakhmat.

disebabkan kegagalan berkomunikasi orang-orang yang berada di organisasi.

Sebelum beranjak kepada teoritis, kiranya melihat dari namanya, komunikasi organisasi dapat diutarakan secara sederhana sebagai pertukaran pesan antar unit organisasi. Organisasi itu sendiri terdiri dari unit-unit komunikatif yang berada dalam hubungan hirarki satu sama lain dan bertindak dalam lingkungan organisasi untuk mencapai tujuan bersama.

Barry Cushway dan Deerek Lodge mendeskripsikan fungsi komunikasi organisasi sebagai bentuk budaya organisasi. Artinya, iklim organisasi yang menggambarkan lingkungan kerja suatu organisasi atau sekumpulan suasana hati dan sikap orang-orang yang terlibat dalam organisasi. Budaya organisasi didasarkan pada keyakinan dan nilai yang tertanam kuat tentang bagaimana sebuah organisasi harus dikelola atau dioperasikan. Budaya adalah sistem nilai yang memengaruhi cara orang bekerja dan berperilaku. Selain itu, menurutnya budaya organisasi mempengaruhi efisiensi dan produktivitas.⁷⁴

Ruben dan Stewart menjelaskan bahwa komunikasi organisasi adalah sebuah proses menetapkan tujuan organisasi. Pesan dalam komunikasi organisasi disebarkan di interna dan eksternal sesuai dengan kebutuhan organisasi. Jika di dalam lingkup organisasi, bisa dimaknai dengan komunikasi untuk menghasilkan koordinasi dan pesan yang dibangun keluar merupakan pesan komunikasi untuk mewujudkan kolaborasi. Komunikasi organisasi menurut dia mempengaruhi budaya organisasi dan komitmen organisasi.⁷⁵

Proses komunikasi organisasi yang dijelaskan Ruben dan Stewart menggambarkan bagaimana komunikasi organisasi terjadi dalam organisasi dan kadang kala juga keluar organisasi sesuai target pesan yang dikehendaki oleh organisasi. Pemahaman semacam ini kiranya sejalan dengan penapat Max Weber yang menyatakan organisasi adalah organisme-organisme yang berkumpul dan berjalan dalam aturan yang sama demi tercapainya tujuan bersama.

⁷⁴ Devito.

⁷⁵ Ruben and Stewart.

5. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada khalayak luas yang komunikasinya bersifat heterogen. Komunikasi massa dilakukan menggunakan berbagai media sebagai sarana untuk mendukung keberlangsungan komunikasi.⁷⁶ Media yang digunakan dalam komunikasi massa dapat berupa media audio, audiovisual, cetak, atau media dalam jaringan.⁷⁷

Gerbner berpendapat, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada masyarakat umum, massa atau khalayak ramai berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang dilakukan secara berkelanjutan. Komunikasi massa dinilai sebagai sarana komunikasi paling luas dalam masyarakat industri. komunikasi massa dapat dilakukan oleh berbagai lembaga melalui media seperti televisi, radio, surat kabar, film, buku dan majalah. Pendapat yang sama dikemukakan oleh Jalaludin Rakhmat, bahwa komunikasi massa ialah salah satu jenis komunikasi yang ditujukan untuk banyak khalayak dan didistribusikan melalui media cetak dan elektronik. Karena pesan ditransmisikan melalui media yang berbeda, maka pesan dapat diterima secara bersamaan dan seketika.⁷⁸

Berdasarkan dua pendapat tersebut, dapat dimengerti bahwa komunikasi massa merupakan sebuah proses menyampaikan pesan oleh komunikator kepada komunikan yakni khalayak ramai melalui media massa yang beragam seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan ditambah dengan hadirnya internet sebagai media baru. Tujuannya yakni tersampainya pesan komunikator kepada komunikan secara menyeluruh.

Teori komunikasi massa ini dipengaruhi oleh sejumlah teori yang mengikutinya dengan berbagai perfektif. Perfektif komunikator, perfektif media dan perfektif komunikan sebagai orang yang menerima pesan dari saluran media. Beberapa teori yang penulis maksud adalah teori ilmu sosial, teori normatif, teori praktis, teori akal sehat, teori masyarakat massa, teori ekonomi politik, teori hegemoni, teori masyarakat informasi, teori kultivasi, teori spiral of silence dan beberapa teori lainnya.

⁷⁶ Panuju.

⁷⁷ Ponso Dewi Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*, 1st edn (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2009).

⁷⁸ Purba, Banjarnahor, and Dkk.

BAB II

SELUK BELUK BENCANA

1. Seluk Beluk Bencana

Pakar ilmu kebumihan menyebutkan Indonesia merupakan wilayah yang sangat menarik. Selain memiliki wilayah paparan benua yang luas (Paparan Sunda dan Paparan Sahul), juga memiliki pegunungan lipatan tertinggi di daerah tropika dan bersalju abadi (Pegunungan Tengah Papua). Selain itu satu-satunya di dunia terdapat laut antar pulau yang sangat dalam yaitu Laut Banda (lebih dari 5.000 meter), dan laut sangat dalam antara dua busur kepulauan yaitu palung Weber (lebih dari 7.000 meter).⁷⁹

Dua jalur gunung api besar dunia juga bertemu di Nusantara dan beberapa jalur pegunungan lipatan dunia pun saling bertemu di Indonesia. Kondisi tersebut merupakan bagian dari hasil dari proses pertemuan 3 lempeng tektonik besar, yaitu lempeng Indo-Australia, Eurasia dan lempeng Pasifik. Zona pertemuan antara lempeng Indo Australia dengan lempeng Eurasia di lepas pantai barat Sumatera, selatan Jawa dan Nusa Tenggara, sedangkan dengan lempeng Pasifik di bagian utara pulau Papua dan Halmahera. Zona ini umumnya juga ditandai dengan keberadaan palung yang cukup dalam.⁸⁰

Kondisi wilayah Indonesia yang sedemikian itu membuat Indonesia semakin rawan dihantam berbagai bencana. Menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang penanggulangan bencana, bencana adalah peristiwa atau rangkaian peristiwa mengancam dan mengganggu yang disebabkan oleh faktor alam, non alam maupun karena manusia sehingga menimbulkan korban jiwa, kerusakan lingkungan, kehilangan harta benda dan dampak

⁷⁹ Mohd Robi Amri and others, *Disasters Risk of Indonesia*, 1st edn (Jakarta: BNPB, 2016).

⁸⁰ Amri and others.

emosional.⁸¹ Berdasarkan penjelasan itu, bencana diklasifikasikan kepada tiga kelompok yakni bencana alam, bencana non alam dan bencana yang disebabkan ulah manusia.

Bencana alam dijelaskan sebagai peristiwa bencana yang disebabkan oleh alam seperti gempa bumi, gunung meletus, banjir, longsor dan topan. Sedangkan bencana non alam, dalam undang-undang yang sama, didefinisikan dengan serangkaian peristiwa bencana yang disebabkan faktor selain alam seperti gagal teknologi, epidemi, wabah penyakit. Sedangkan bencana yang disebabkan tindakan manusia dapat dikatakan sebagai bencana sosial yang meliputi kejadian seperti konflik antar kelompok masyarakat dan teror.⁸²

Jika dilihat dari sudut pandang horizontal, bencana diklasifikasikan menjadi dua yaitu bencana aktual dan bencana potensial. Bencana aktual merupakan bencana yang terjadi secara tiba-tiba dan dalam lingkup yang sempit dan korban yang sedikit dibandingkan bencana pada umumnya. Meskipun demikian, bencana aktual memberikan dampak psikologis yang besar bagi korbannya. Gempa bumi, tsunami, banjir bandang, kebakaran misalnya, merupakan bentuk bencana aktual.⁸³

Sedangkan bencana potensial merupakan bencana yang terjadi secara perlahan, waktu yang lama, wilayah yang luas dan memiliki bahaya kematian yang tinggi serta berdampak bagi kehidupan umat manusia secara global. Bencana potensial sering jarang disadari sebagai sebuah bencana sebab dampak yang berlangsung bisa saja kepada generasi selanjutnya.⁸⁴ Sebagai contoh punahnya keaneka ragaman hayati yang memiliki dampak pada penurunan ekosistem yang memberi dampak secara signifikan bagi kehidupan manusia.

Kesadaran akan bahaya bencana membuat semua manusia harus siap siaga menghadapi bencana. Namun yang lebih penting daripada itu adalah penanggulangan bencana. Kajian tentang bencana

⁸¹ Presiden Republik Indonesia, 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007' (Jakarta: Republik Indonesia, 2007).

⁸² Lira Mufti Azzahri Isnaeni, *Manajemen Bencana*, 1st edn (UP Press, 2019).

⁸³ Dedi Hermon, *Geografi Bencana Alam*, 1st edn (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2015).

⁸⁴ Hermon.

dan penanggulangannya sudah banyak dikaji oleh para ahli terdahulu. Terkhusus tentang penanggulangan bencana, sampai sekarang ini telah mengalami sejumlah pergeseran paradigma.

1. Dari paradigma tanggap darurat ke paradigma kesiapsiagaan
Paradigma tanggap darurat sampai saat sekarang ini memang masih dilakukan sebab kebutuhan masyarakat yang membutuhkan proses pertolongan. Akan tetapi tentu tidak cukup sampai di sana saja, adalah bagaimana masyarakat menjadi cerdas menghadapi bencana sehingga memperkecil resiko, menimbulkan kesadaran kolektif yang tahan dan tangguh ketika menghadapi bencana.⁸⁵
2. Dari paradigma sentralistik ke paradigma otonomi daerah
Peristiwa bencana perlu direspon dengan cepat dan tepat. Menggunakan paradigma sentralistik berarti menyerahkan semua urusan bencana kepada pemerintah pusat. Jika terus dilakukan seperti ini, respon pemerintah terhadap bencana akan sering terlambat. Dengan kesadaran tersebut beralihlah paradigma sentralistik ke otonomi daerah; pemerintah daerah menjadi yang terdepan untuk mengurus bencana di daerahnya. Hal ini untuk mempercepat dan ketepatan penanganan di lokasi bencana.⁸⁶
3. Dari paradigma pemerintah sentris ke paradigma partisipatoris
Wilayah Indonesia sangatlah luas, dan bencana datang silih berganti. Oleh karena itu memusatkan penanganan bencana kepada satu titik yakni pemerintah dirasa kurang tepat sebab keterbatasan yang dimiliki pemerintah. Paradigma berubah menjadi partisipatoris, yakni penanganan bencana dengan usaha bersama dari tingkat lokal, nasional hingga internasional.⁸⁷
4. Dari paradigma kemurahan ke paradigma hak dasar
Paradigma kemurahan yakni menjadikan penanganan bencana didasarkan pada kemurahan hati. Sehingga kemudian berubah menjadi penanganan bencana sebagai

⁸⁵ Usiono and others, 'Disaster Management: Perspektif Kesehatan Dan Kemanusiaan' (Medan: Perdana Publishing, 2018), pp. 1–157.

⁸⁶ Usiono and others.

⁸⁷ Usiono and others.

hak dasar bagi setiap warga negara. Maka tidak salah jika dikatakan bahwa perlindungan merupakan satu hak dasar pengurangan resiko yang harus diterima semua masyarakat.⁸⁸

Berangkat dari empat paradigma tersebut, dua poin penting dari peralihan tersebut yakni mengedepankan prinsip pencegahan bencana atau yang disebut dengan mitigasi. Mitigasi merupakan serangkaian usaha-usaha persiapan yang dilakukan secara fisik dan non fisik.⁸⁹ Usaha fisik yakni penataan ruang dan kawasan bencana serta kode bangunan. Sedangkan non fisik yaitu persiapan yang dilakukan melalui pendidikan dan edukasi bencana yang sejalan dengan amanat Undang-Undang tentang bencana. Sedangkan dua poin yang lain yaitu tentang manajemen bencana.

2. Manajemen Bencana

Manajemen bisa diartikan secara luas sesuai dengan lingkup objeknya. Manajemen secara umum dapat dimaknai dengan proses yang dilakukan untuk mengatur sesuatu. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dijelaskan bahwa kata manajemen berarti penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai tujuan. Kemudian juga memiliki arti seorang manajer yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan dan organisasi.⁹⁰

Mary Parker Follet mendefinisikan manajemen dengan seni mengelola suatu tindakan melalui orang lain. Definisi Follet ini dapat diartikan bahwa dalam manajemen terdapat seorang pemimpin bertanggung jawab untuk memimpin dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi.⁹¹ Sedangkan menurut Luther M Gullick mendefinisikan manajemen sebagai disiplin ilmu yang secara sistematis berusaha memahami mengapa dan bagaimana orang

⁸⁸ Usiono and others.

⁸⁹ Isnaeni.

⁹⁰ KBBI, 'Makna Kata Manajemen', *KBBI.Web.Id*, p. 1 <<https://kbbi.web.id/manajemen>> [accessed 19 January 2023].

⁹¹ Lilis Sulastri, *Manajemen Sebuah Pengantar*, 3rd edn (Bandung: La Goods Publishing, 2014) <<https://doi.org/10.32678/alqalam.v34i1.1838>>.

bekerja sama untuk mencapai tujuan, dan membuat sistem kolaboratif ini lebih berguna bagi umat manusia.⁹²

Lalu apa kaitannya dengan bencana sebagai suatu peristiwa yang membuat kerugian bagi manusia?. Manajemen bencana bisa dipahami dengan suatu proses yang dinamis, berkesinambungan dan terintegrasi untuk meningkatkan kualitas langkah-langkah yang berkaitan dengan deteksi dan analisis bencana, pencegahan bencana, mitigasi, kesiapsiagaan, peringatan dini, tanggap darurat, rehabilitasi dan pemulihan korban dan lokasi bencana.⁹³

Dengan demikian manajemen bencana adalah pengelolaan tindakan untuk mengurangi potensi kerugian, resiko serta mempercepat proses pemulihan setelah bencana. Maka manajemen bencana meliputi pengelolaan tindakan sebelum, ketika dan setelah bencana terjadi. berdasarkan pengertian manajemen sebelumnya, bahwa sebagai usaha yang terencana dan sistematis, maka begitu pun kondisi dalam manajemen bencana yang tidak bisa dilakukan secara spontan tanpa pertimbangan.

Karena tidak dapat dilaksanakan dalam semalam dan tanpa perhitungan, maka diperlukan perencanaan yang matang untuk mengurangi dampak yang disebabkan oleh bencana. Terkait tahapan penanggulangan bencana, secara umum terdiri dari tiga tahapan penting.⁹⁴

1. Tahap pra bencana

Fase pra bencana sendiri diawali dengan persiapan. Bersiap adalah serangkaian tindakan yang dilakukan sebelumnya melalui organisasi bencana dan juga langkah-langkah yang sesuai. Contoh persiapan menghadapi bencana banjir: ketika musim hujan dimulai, para pihak yang terlibat bertemu dan melakukan koordinasi dengan pihak lain di lingkungan terdekat. Kemudian mengambil langkah konkrit kepada masyarakat, terutama bagi masyarakat yang rumahnya yang dapat dipastikan terkena banjir. Kemudian dibantu dengan penghitung sistem peringatan dini untuk memberi tahu orang-orang tentang bencana. Disamping itu

⁹² Priyono, *Pengantar Manajemen*, 1st edn (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2007).

⁹³ Isnaeni.

⁹⁴ Usiono and others.

diperlukan sosialisasi mekanisme jika terjadi bencana, berguna untuk mencegah dampak terburuk yang ditimbulkan bencana.⁹⁵

2. Tahap tanggap darurat

Fase tanggap darurat merupakan fase yang paling penting karena serangkaian operasi yang harus segera dilakukan untuk mencegah akibat terburuk. Misalnya dalam kejadian bencana banjir, hal utama yang perlu dilakukan adalah memetikan aliran listrik untuk mengurangi kemungkinan terkena sengatan listrik. Kemudian membuat posko darurat bencana sebagai tempat pengungsian korban bencana. Kemudian juga diperlukan memastikan ketersediaan kebutuhan dasar (makanan dan obat-obatan) agar para pengungsi dapat bertahan hidup.⁹⁶

3. Tahap pasca bencana

Fase pasca bencana terjadi adalah kondisi setelah berakhirnya periode peristiwa bencana atau dicabutnya status darurat bencana. Fase ini menyisakan pekerjaan untuk melakukan rehabilitasi dan rekonstruksi daerah bencana. Rehabilitasi adalah pemulihan semua bidang kehidupan kepada kondisi semula atau mengembalikan kehidupan di daerah bencana kembali kepada situasi normal kembali. Sedangkan rekonstruksi lebih kepada aktivitas membangun kembali sarana dan prasarana di lokasi bencana.⁹⁷

Kesemua tahapan tersebut harus terintegrasi dalam satu komando penanganan bencana sebagai berikut:

1. Informasi awal bencana

Berkenaan dengan pemberitahuan sebelumnya tentang informasi peristiwa bencana melalui berbagai sumber, antara lain laporan dari instansi/lembaga terkait, media, masyarakat dan internet. Keakuratan informasi di atas sangat penting untuk mengonfirmasi mempertanyakan apa, kapan, di mana, bagaimana, berapa banyak, sebab, akibat dan usaha dilaksanakan, serta kebutuhan yang mendesak.⁹⁸

2. Penugasan reaksi cepat

⁹⁵ Usiono and others.

⁹⁶ Usiono and others.

⁹⁷ Usiono and others.

⁹⁸ Dwi Kurniati and others, *Lintas Keilmuan Memandang Kebencanaan*, 1st edn (Solok: Penerbit PACE, 2020).

Setelah informasi bencana akurat didapatkan, pemerintah memberikan wewenang kepada lembaga yang secara khusus menangani bencana yaitu BNPB atau BPBD di daerah.⁹⁹ Tim reaksi cepat kemudian melakukan pengkajian secara cepat dan tepat tentang bencana yang terjadi tersebut:

- a. Tim reaksi cepat mengusulkan kepada gubernur/walikota untuk menjelaskan keadaan/tingkat bencana di tingkat kabupaten/kota.
- b. Kepala BPBD kota/provinsi mengusulkan kepada wali kota/gubernur dalam rangka menetapkan status/tingkat bencana skala kota/provinsi.
- c. Tim reaksi cepat menyampaikan kepada presiden tentang status bencana yang terjadi secara nasional.

3. Menentukan status bencana

Berdasarkan penjelasan butir dua pada penugasan tim reaksi cepat, maka:

- a. Bupati/wali kota menetapkan status/tingkat bencana skala kabupaten/kota.
- b. Gubernur menetapkan untuk peristiwa bencana pada skala provinsi.
- c. Presiden menetapkan status bencana yang berskala nasional.

4. Pembentukan pos komando bencana

Pada tahapan pembentukan posko komando bencana, presiden, gubernur, wali kota dan bupati menetapkan dan membentuk posko komando bencana berdasarkan rekomendasi yang diberikan BNPB atau BPBD sesuai dengan skala bencana yang terjadi.¹⁰⁰

- a. Mengeluarkan keputusan pembentukan posko bencana.
- b. Melakukan mobilisasi sumber daya manusia, dana, logistik untuk penanganan bencana.
- c. Meresmikan posko komando tanggap bencana.
- d. Apabila sebuah daerah tidak memiliki BPBD, maka wewenang tersebut diambil oleh SKPD yang menangani bencana.

⁹⁹ Kurniati and others.

¹⁰⁰ Kurniati and others.

Berdasarkan 3 tahapan manajemen bencana yakni pra bencana, ketika bencana dan sesudah bencana, maka bentuk-bentuk kegiatan manajemen bencana dapat dibagi kepada beberapa poin:¹⁰¹

1. Tindakan pencegahan

Tindakan yang dilakukan untuk mencegah terjadinya bencana dengan cara meniadakan bahaya. Misalnya melarang pembakaran hutan untuk mencegah terjadinya kebakaran hutan. Melarang melakukan penambangan ilegal di sungai-sungai agar tidak terjadi longsor.

2. Mitigasi

Adalah usaha untuk meminimalkan dampak yang disebabkan bencana dengan pembangunan fisik bangunan dan penyadaran bagi masyarakat di daerah rawan bencana.

3. Kesiapsiagaan

Kegiatan yang dilakukan untuk mengantisipasi bahaya bencana melalui pengorganisasian melalui langkah yang tepat dan berdaya guna.

4. Peringatan dini

Yakni menginformasikan sesegera mungkin kepada masyarakat tentang kemungkinan bahaya bencana yang akan terjadi. atau bisa dikatakan dengan memberikan tanda peringatan bahwa bencana akan terjadi..

5. Tanggap darurat

Upaya yang dilakukan dengan segera ketika bencana terjadi guna mengurangi dampak yang ditimbulkan. Terutama untuk melakukan penyelamatan bagi masyarakat sehingga tidak membuat korban jiwa berjatuhan.

6. Bantuan darurat

Upaya memberikan dan mencukupi kebutuhan dasar para korban bencana, seperti kebutuhan pokok, tempat tinggal sementara dan kesehatan.

7. Pemulihan

Pemulihan adalah proses memulihkan ulang lokasi bencana seperti memperbaiki prasarana yang rusak demi tercukupinya kebutuhan korban bencana. Seperti memperbaiki aliran listrik yang tidak berfungsi sebelumnya.

¹⁰¹ Hardi Warsono and Achmad Buchari, *Kolaborasi Penanganan Bencana*, 1st edn (Bandung: Komunikata, 2019).

8. Rehabilitasi

Adalah proses yang dilakukan setelah bencana untuk memperbaiki kondisi fisik lokasi bencana dan kondisi psikologis korban bencana.

9. Rekonstruksi

Yakni sebuah program jangka menengah dan jangka panjang yang dilakukan sesudah terjadinya bencana. Aktivitas ini juga berkaitan dengan membangun dan menata kembali secara keseluruhan di lokasi kejadian bencana. Baik itu prasarana korban, prasarana publik, aspek sosial, aspek ekonomi, pendidikan dan lain sebagainya.

3. Komunikasi Bencana

Bencana datang silih berganti melanda negeri ini, sekejap saja bisa meluluh lantakkan harta benda. Maka dari itu, selain penanganan faktual terhadap korban bencana, perlu adanya komunikasi intensif untuk mengetahui perkembangan bencana yang terjadi. Baik itu di dalam lingkup organisasi atau lembaga yang khusus bergerak dalam bidang penanganan bencana dari pemerintah atau swasta, maupun komunikasi dilakukan kepada publik untuk menjelaskan perkembangan situasi bencana yang terjadi.

Komunikasi bencana sesungguhnya dapat dikaji dengan berbagai perspektif komunikasi. Kajian komunikasi bencana dapat dilihat dari perspektif komunikasi organisasi, komunikasi massa, dan retorika. Namun sebelum beranjak terlalu jauh, alangkah baiknya terlebih dahulu untuk memahami apa dan bagaimana sesungguhnya komunikasi bencana tersebut?.

Komunikasi, sebagaimana dijelaskan pada pembahasan sebelumnya, yaitu merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan yang disampaikan melalui saluran atau media komunikasi.¹⁰² Sedangkan pengertian bencana dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai sesuatu yang

¹⁰² Aang Ridwan, I.

menyebabkan kesusahan, kerugian, penderitaan atau bahaya.¹⁰³ Jika merujuk pengertian yang dimuat dalam undang-undang nomor 24 tahun 2007, bencana adalah serangkaian peristiwa yang mengancam kehidupan masyarakat baik yang disebabkan oleh faktor alam, non alam atau manusia itu sendiri yang mengakibatkan timbulnya korban jiwa, kerusakan, kerugian dan dampak psikologis.¹⁰⁴

Lalu apa yang bisa kita pahami jika kata tersebut digabungkan menjadi komunikasi bencana?. Sepanjang pembacaan penulis terhadap literatur tentang komunikasi bencana, penulis belum menemukan sebuah definisi yang paling pas untuk memaknai komunikasi bencana. Dalam tulisan Puji Lestari sekali pun, yang memfokuskan kajiannya tentang komunikasi bencana, namun tidak ditemukan makna secara gamblang apa yang dimaksud dengan komunikasi bencana itu sendiri. Termasuk dalam buku komunikasi bencana yang ditulis oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB).

Oleh karena itu penulis bermaksud mengemukakan pengertian komunikasi bencana berdasarkan pemaknaan terhadap komunikasi dan bencana. Komunikasi bencana dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan dari lembaga, instansi, media dan korban berkaitan dengan kejadian bencana dari tahap prabencana, ketika bencana dan pascabencana yang berlangsung di dala instansi yang menangani kebencanaan dan kepada publik untuk mengetahui kondisi nyata dari bencana yang akan, sedang atau telah terjadi.

Berangkat dari pengertian tersebut, komunikasi bencana dimaksud sebagai komunikasi untuk menjelaskan masalah-masalah hingga situasi pra kejadian bencana, sedang terjadi atau telah terjadi. Hal ini berguna untuk mengambil langkah strategis jika bencana akan terjadi, sedang terjadi atau menentukan tindakan penanganan cepat setelah bencana itu terjadi. Artinya bagaimana suatu kebencanaan yang diprdiksi akan terjadi, sedang, sudah terjadi dapat ditangani secara efektif dan efesien. Efektif diartikan dengan tujuan dapat dicapai sesuai dengan tujuan. Sedangkan efesien adalah tugas yang dilaksanakan secara benar, tepat dan terorganisir.

¹⁰³ KBBI, 'Pengertian Bencana', *KBBI.Web.Id*, p. 1 <<https://kbbi.web.id/bencana>> [accessed 7 January 2023].

¹⁰⁴ Indonesia.

Adapun yang paling dekat dengan pemaknaan komunikasi bencana adalah komunikasi krisis sebab bencana merupakan salah satu situasi krisis yang dialami manusia. Komunikasi krisis jelas berbeda dari krisis komunikasi. Komunikasi krisis suatu kegiatan proses penyampain pesan dari komunikator kepada komunikan berkenaan situasi krisis yang dialami manusia.¹⁰⁵

Cooms dan Holladay menjelaskan bawa komunikasi krisis adalah pengumpulan informasi, pemrosesan informasi dan penyebarluasan informasi untuk mengatasi krisis.¹⁰⁶ Muhammad Saiful Aziz dan Moddie Alfianto Wicaksono menegaskan komunikasi krisis sebagai dialog pemerintah dengan publik berkenaan dengan situasi sebelum kejadian, sedang, dan setelah krisis itu terjadi.¹⁰⁷ Sebagaimana krisis dalam penjelasan Martin Gasser, yakni keadaan darurat yang kompleks yang mempunyai penyebab beragam sehingga memerlukan penyelesaian dengan kewenangan besar dan tanggapan dari berbagai elemen.

Gasser membatasi pengertian itu dengan karakteristik krisis yang mengganggu kelangsungan kehidupan keseharian masyarakat. Maka bencana merupakan salah satu bentuk krisis yang terjadi di tengah manusia yang dapat mengganggu kehidupan keseharian yang disebabkan alam dan non alam. Kajian komunikasi krisis ini lebih banyak dilakukan dalam kajian komunikasi perusahaan berkaitan dengan tugas dan fungsi Humas dalam sebuah perusahaan dan CSR perusahaan.¹⁰⁸

Namun kiranya kita perlu memperluas komunikasi krisis ini ke dalam kajian kebencanaan. Sebab bencana merupakan satu krisis yang dialami manusia secara mengglobal. Bencana yang menyebabkan kerugian materil dan immateril bagi manusia perlu dikomunikasikan agar masyarakat yang dilanda bencana mendapatkan perhatian dari publik dan kebijakan yang tepat dari lembaga yang berkepentingan.

¹⁰⁵ Undang-Undang Republik Indonesia.

¹⁰⁶ W. Timothy Coombs and others, 'Why a Concern For Apologia and Crisis Communication?', *Corporate Communications: An International Journal*, 15.4 (2010), 337–49 <<https://doi.org/10.1108/13563281011085466>>.

¹⁰⁷ Hamdani M, Azman, and Deni Yanuar, *Komunikasi Krisis* (Aceh: Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Provinsi Aceh, 2017).

¹⁰⁸ Alexander G and Hafied Cangara, *Komunikasi Lingkungan*, Prenadamedia, 1st edn (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2018).

Devlin mendefinisikan krisis sebagai satu situasi bergejolak dengan berbagai kemungkinan hasil efek yang tidak diinginkan. Devlin membagi krisis menjadi dua bagian yaitu krisis fisik dan non fisik. Dalam krisis fisik kerusakan yang disebabkan seperti gempa bumi, puting beliung, banjir, badai, kerusakan akibat kebakaran dan kebocoran. Sedangkan krisis non-fisik termasuk masalah terkait produk, keandalan produk, cacat produk, keamanan produk dan cacat produk.¹⁰⁹

Selanjutnya, krisis non-fisik adalah konsep negatif untuk organisasi sosial, perubahan pasar, pendanaan atau arus kas, hubungan pasar tenaga kerja, acara internasional, bahaya dan kekerasan di Tempat Kerja. Devlin mengemukakan, saat krisis sedang berlangsung prosedur normal tidak dapat bekerja dengan baik, yang menyebabkan ketidakstabilan. Organisasi mengalami guncangan dan jika situasi ini berlanjut lama, dan akan menimbulkan kerugian.¹¹⁰

Kajian komunikasi bencana sebagaimana yang penulis terangkan sebelumnya, dapat dikaji melalui perspektif komunikasi organisasi, komunikasi massa dan retorika. Bagaimana organisasi yang bergerak dalam bidang kebencanaan seharusnya dalam menjalankan organisasi, membuat program berupa langkah-langkah penanganan bencana yang akan, sedang dan sudah terjadi. Hal ini sebagai upaya untuk mengurangi dampak kerugian materil dan immateril bagi korban.

Kemudian dikaji dengan perspektif komunikasi massa, yakni bagaimana idealnya media massa menyampaikan informasi peristiwa bencana. Dalam hal itu kita akan membicarakan perihal etika penyebaran informasi melalui jurnalisme bencana hingga hoaks di tengah peristiwa bencana. Sedangkan tentang retorika penyampaian pesan kebencanaan adalah tentang bagaimana teknik pesan-pesan kebencanaan itu idealnya untuk disampaikan. Sebab dalam kenyataan realitas tragedi bencana yang dialami oleh masyarakat, seringkali menjadi bencana komunikasi.

¹⁰⁹ Hayoung Sally Lim and Natalie Brown-Devlin, 'The Value of Brand Fans during a Crisis: Exploring the Roles of Response Strategy, Source, and Brand Identification', *International Journal of Business Communication*, 2021 <<https://doi.org/10.1177/2329488421999699>>.

¹¹⁰ Lim and Brown-Devlin.

Media yang mengabarkan bencana justru menjadi bencana media. Pun demikian dengan orang yang ditugaskan dalam menyampaikan pesan kebencanaan, tidak memahami kondisi publik yang menderita. Kondisi itu kian pelik seiring seringnya respon dan kebijakan dari lembaga pemerintah yang datang terlambat. Ditambah lagi dengan status bantuan kemanusiaan yang tidak tepat dan jelas. Oleh karena itu, penulis juga memberikan porsi membahas tentang kebijakan publik dalam menghadapi situasi krisis yang disebabkan bencana. Namun lebih besar dalam hal komunikasi, sebab dalam kebijakan pun diperlukan komunikasi yang tepat. Jangan sampai komunikasi sebagai salah satu aspek penting dalam kebencanaan justru menjadi bencana baru bagi korban bencana.

BAB III

EKSISTENSI KOMUNIKASI MENGHADAPI BENCANA

1. Eksistensi Komunikasi Menghadapi Bencana

Guna mengintegrasikan masyarakat daerah rawan bencana dengan aturan pemerintah yang berlaku, maka di dalamnya diperlukan komunikasi. Perlindungan dari pemerintah kepada masyarakat daerah rawan bencana dapat dicapai dengan menjalin komunikasi secara berkesinambungan yang mengarah kepada konsensus mitigasi bencana hingga penanganan kejadian atau peristiwa bencana.

Pemerintah memiliki kewajiban untuk memastikan keselamatan rakyatnya. Kewajiban itu menyangkut dengan kejadian sebelum bencana terjadi, saat terjadi dan setelah terjadi. Oleh karena itu, secara lazimnya pun pemerintah punya kewajiban untuk menetapkan pedoman pencegahan hingga penanganan bencana. Untuk menjalankan kewajiban tersebut, unsur yang terlibat dalam penanggulangan dan penanganan bencana perlu mengintegrasikan informasi dan keadaan nyata di lapangan.

Intinya kelembagaan pemerintah dan swasta yang bergerak dalam penanganan bencana harus diisi oleh orang-orang yang memiliki *sense of crisis* atau rasa kepekaan terhadap masalah kebencanaan yang mesti diikuti dengan pemahaman dan kebijakan penanganan bencana yang saling berhubungan satu sama lain.¹¹¹ Sebagai contoh, ketika wabah Covid-19 menyebar di Wuhan China dan di sejumlah negara tetangga, Gubernur Jakarta Anies Baswedan pada saat itu terlebih dahulu membuat kebijakan pembatasan aktivitas masyarakat dibandingkan pemerintah pusat. Namun apa yang dilakukan oleh Anies Baswedan, oleh kebanyakan orang yang ada dalam

¹¹¹ Eko Harry Susanto and others, 'Komunikasi Bencana', 2017.

pemerintahan serta publik, menilai tindakan yang gegabah dan asal-asalan. Namun kemudian, pemerintah pusat pun melakukan hal yang sama agar Covid-19 tidak menyebar di Indonesia.¹¹²

Kenyataan yang penulis utarakan itu, menunjukkan kepekaan seorang pemerintah akan terjadinya bencana. Secara tidak langsung, dapat dikatakan bahwa Anies Baswedan dengan pemangku kepentingan di Jakarta memiliki *sense of crisis* terhadap yang bagus terhadap wabah Covid-19 lalu. Namun bukan berarti pula pemerintah pusat tidak memilikinya, buktinya pemerintah pusat juga membuat bidang dan struktural khusus untuk menangani wabah Covid-19. Ini menunjukkan betapa besarnya peran pemerintah ketika bencana terjadi.

Disamping itu, media sebagai alat penyalur komunikasi juga memiliki peran yang tak kalah besarnya dibandingkan pemerintah yang memegangkendali kebijakan. Media memiliki peluang untuk mengurangi dampak bencana baik sebelum terjadi, ketika terjadi, maupun setelah terjadi bencana. Peranan penting itu dipegang media untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat berkenaan dengan peringatan bencana sampai kepada tahap penanganan bencana yang dilakukan oleh pihak berwenang.¹¹³ Dengan pemahaman, bahwa media berfungsi merubah fenomena bencana menjadi informasi untuk memperingatkan masyarakat, hingga menyampaikan perkembangan bencana yang terjadi.

Sebagai contoh, ketika erupsi Gunung Semeru menjadi-jadi, media mengabarkan fenomena tersebut kepada masyarakat melalui saluran media. Media melakukan tindak lanjut informasi yang diberikan pihak berwenang untuk memberikan informasi tentang status Gunung Semeru.¹¹⁴ Sehingga informasi tersebut menjadi bahan

¹¹² Chandra Gian Asmara, 'Maaf Pak Anies, Permintaan Lockdown DKI Ditolak Jokowi', *Cnbcindonesia.Com*, 2020, p. 1 <Maaf Pak Anies, Permintaan Lockdown DKI Ditolak Jokowi> [accessed 10 January 2023].

¹¹³ Atwar Bajari and others, *Peran Komunikasi Pembangunan Media Massa Dalam Proses Mitigasi Bencana Di Indonesia*, 1st edn (Yogyakarta: Litera, 2019).

¹¹⁴ TimDetikJatim, 'Letusan Erupsi Gunung Semeru 800 Meter, PVMBG Imbau Waspada Batu Pijar', *Detik.Com*, 2023, p. 2 <<https://www.detik.com/jateng/berita/d-6529523/letusan-erupsi-gunung-semeru-800-meter-pvmbg-imbau-waspada-batu-pijar>> [accessed 12 January 2023].

bagi masyarakat untuk mengetahui status Gunung Semeru dan mengambil tindakan pencegahan dampak dari bencana yang akan terjadi.

Selain itu dengan adanya komunikasi yang dilakukan pihak berwenang dan informas media, korban jiwa dan kerugian dampak akibat bencana dapat diminimalisir. Dengan demikian bagi khalayak, informasi yang disampaikan melalui media tidak hanya sebatas informasi yang memberikan kabar status saja. Lebih daripada itu, informasi berfungsi untuk penyusunan agenda tindakan ke depannya.

Namun yang tidak kalah penting adalah bagaimana informasi yang disampaikan melalui media mempengaruhi perbaikan psikologi korban bencana.¹¹⁵ Media yang mengabarkan secara tepat perihal status dan perkembangan bencana akan memperbaiki psikologi korban bencana. Oleh karenanya media tidak elok sekiranya hanya mengabarkan perihal kebencanaan secara sepotong-sepotong. Media harus memiliki *sense of crisis*, agar media yang mengabarkan bencana tidak menimbulkan bencana baru akibat kabar yang disebar.

Sebagai contohnya, kejadian gempa mengguncang Maluku Tenggara Barat beberapa waktu lalu.¹¹⁶ Pihak BMKG berdasarkan fenomena yang terjadi sesudah gempa, mengeluarkan status peringatan akan terjadinya tsunami. Seandainya media tidak mengabarkan bagaimana status yang dikeluarkan oleh BMKG tersebut, tentu akan menimbulkan banyak korban jiwa jika sewaktu-waktu terjadi tsunami. Syukurnya, selang beberapa lama tsunami yang diperkirakan tidak terjadi. Kemudian BMKG mencabut peringatan tsunami itu. Jika kondisi ini pun tidak diinformasikan media kepada masyarakat, juga akan memberikan dampak lain bagi masyarakat. Seperti masyarakat berbondong-bondong untuk mengungsi dengan penuh kecemasan. Maka dalam kondisi itu media justru menjadi bencana bagi masyarakat.

Sejalan dengan pendapat Susanna Hornig Priest, bahwa “pesan yang dibawa media massa dapat mempengaruhi opini publik tentang

¹¹⁵ Sutopo Purwo Nugroho and Dyah Sulistyorini, *Komunikasi Bencana : Membedah Relasi Bnpb Dengan Media, Pusat Data, Informasi Dan Hubungan Masyarakat, Badan Nasional Penanggulangan Bencana*, 2018.

¹¹⁶ Eva Safitri, ‘Gempa M 7,9 Guncang Maluku Tenggara Barat’, *Detik.Com*, 2023.

isu-isu tertentu yang disampaikan media”.¹¹⁷ Pesan media turut mempengaruhi penilaian evaluasi isu-isu tersebut. Jadi pada dasarnya media memiliki kekuatan mempengaruhi masyarakat. Jika memakai perspektif teori jarum hipodermik, maka orang yang menerima informasi melalui media seakan-akan ditundukkan oleh pesan yang disampaikan media.¹¹⁸ Maka dalam kajian bencana, bisa saja efek seperti ini terjadi. Ketika masyarakat tunduk dengan sepenuhnya atas informasi yang disajikan media perihal bencana, akan menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat sekitar daerah bencana. Seperti kecemasan dan mempengaruhi masyarakat dalam mengambil keputusan dan tindakan ketika terjadi bencana.

Terakhir, komunikasi menjadi sangat penting di tengah publik yang akan, sedang dan setelah terjadi bencana yakni demi mereduksi ketidakpastian yang dialami masyarakat ketika bencana itu sendiri. Teori ketidakpastian ini dikemukakan Charles Berger dan William Gudykunst.¹¹⁹ Teori ini biasanya disebutkan sebagai teori interaksi awal. Karena teori ini difokuskan dalam kajian komunikasi antarpribadi. Dalam pengantar komunikasi oleh West dan Turner, diutarakan sejumlah asumsi tentang teori ketidakpastian.¹²⁰ Salah satu di antaranya, ketidakpastian adalah keadaan yang tidak mengenakan dan menimbulkan rasa stres. Yang kedua yaitu kuantitas dan sifat informasi yang dibagikan orang lain kepada yang lainnya akan berubah seiringnya waktu.

Dalam masalah kebencanaan, masyarakat bisa dikatakan sedang berada dalam kondisi ketidakpastian itu. Karena masyarakat tidak mengetahui seperti apa bencana yang akan terjadi jika tidak ada informasi yang jelas tentang bencana tersebut. Oleh karena itu, posisi komunikasi kebencanaan adalah untuk mengurangi ketidakpastian yang dialami masyarakat dan korban bencana. Sehingga masyarakat

¹¹⁷ Susanna Hornig Priest, 'Information Equity, Public Understanding of Science, and the Biotechnology Debate', *Journal of Communication*, 45.1 (1995), 39–54 <<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1995.tb00713.x>>.

¹¹⁸ Porismita Borah, 'Media Effects Theory', *The International Encyclopedia of Political Communication*, January 2016, 1–12 <<https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc156>>.

¹¹⁹ Littlejohn and Foss.

¹²⁰ Richard West and Lynn H Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*, 2nd edn (Jakarta: Salemba Humanika, 2008).

mengetahui secara rinci tentang bencana yang akan terjadi dan berujung pada tindakan dan keputusan masyarakat. Sehingga dengan komunikasi bencana, ketidakpastian yang dialami masyarakat dapat diminimalisir dan masyarakat tidak dalam kecemasan menghadapi bencana.

Ketidakpastian di tengah masyarakat Indonesia dalam menghadapi bencana sudah pernah terjadi ketika wabah Covid-19 menyebar dan dilakukan pembatasan sosial berskala besar. Namun masyarakat dihadapkan dengan simpang siur informasi di jagat maya yang kebanyakan informasi satu dengan yang lainnya saling bertentangan. Sehingga masyarakat berada dalam kondisi ketidakpastian untuk bertindak seperti apa. Ditambah lagi persoalan semakin meruncing ketika media menjadikan wabah Covid-19 tersebut sebagai ladang *adsense*. Kalimat yang digunakan pun terkesan membesar-besarkan kasus demi kasus pasien yang terpapar.

Rasanya ketidakpastian di tengah masyarakat sata itu semakin tinggi, sebab pesan yang disebarkan di media dengan bahasa pesan yang tidak dipahami dengan baik oleh masyarakat secara keseluruhan. Istilah-istilah yang dibuat dalam Bahasa Inggris justru membingungkan masyarakat. Sehingga akibat yang ditimbulkan adalah gagalnya aturan yang dibuat pemerintah untuk dijalankan dengan baik. Hal ini dapat kita katakan sebagai gagalnya komunikasi pemerintah pada waktu itu. Kondisi itu berujung kepada masyarakat tidak patuh dan akhirnya kasus Covid—19 di Indonesia pernah mencapai jumlah tertinggi.¹²¹

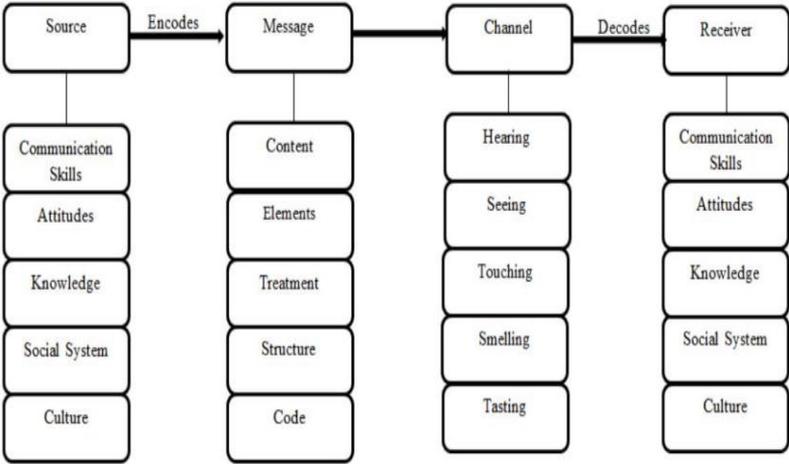
2. Model SMCR Dalam Komunikasi Bencana

Model komunikasi berfungsi menjadi alat untuk mempermudah penjelasan komunikasi. Model komunikasi Berlo memperhitungkan aspek emosional dari pesan. Pada model komunikasi Berlo, terdapat unsur *encoder* atau *decoder* yang dianggap

¹²¹ Dwi Hadya Jayani, 'Capai 4,17 Juta, Kasus Covid-19 Indonesia Tertinggi Keempat Di Asia', *Katadata.Co.Id*, 2021, p. 1 <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/15/capai-417-juta-kasus-covid-19-indonesia-tertinggi-keempat-di-asia>> [accessed 12 January 2023].

penting. Encodes artinya menyandi atau memformulasikan pesan, dan hal ini dilakukan oleh sang pengirim pesan.¹²²

Sedangkan decodes merupakan proses membaca sandi atau menerjemahkan pesan. Model Berlo ini memusatkan perhatian pada proses komunikasi. Model komunikasi SMCR Berlo memiliki 4 (empat) komponen atau elemen utama yang mendukung terjadinya proses komunikasi. Elemen tersebut adalah sender/source atau pengirim, message atau pesan, channel atau saluran komunikasi, dan receiver atau penerima pesan.¹²³ Masing-masing elemen model komunikasi Berlo dipengaruhi oleh beberapa faktor.



Gambar 2.1 Model Komunikasi Berlo¹²⁴

1. Pengirim pesan adalah sumber berasalnya pesan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi elemen sumber yaitu keterampilan komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial, dan budaya.¹²⁵

¹²² Yusuf.

¹²³ Berlo.

¹²⁴ Dick Lee, 'Developing Effective Communication', *Promoting Health*, 1997, 116–32 <https://doi.org/10.1007/978-1-349-25430-9_8>.

¹²⁵ Morissan.

- a. Keterampilan komunikasi; yaitu kemampuan individu untuk berkomunikasi seperti kemampuan untuk membaca, menulis, berbicara, mendengarkan, dan lain sebagainya.
 - b. Sikap adalah sikap yang diberikan oleh sumber kepada diri sendiri, khalayak, dan lingkungan dapat memberikan perubahan makna dan efek pesan. Sikap dalam menyampaikan informasi dapat berdampak pada pesannya.
 - c. Pengetahuan adalah pengetahuan yang dimiliki oleh sumber tentang subyek pesan yang membuat pesan dikomunikasikan memiliki efek yang lebih terhadap khalayak.
 - d. Sistem sosial Meliputi nilai-nilai, kepercayaan, budaya, agama, dan pemahaman umum terkait masyarakat. Aspek-aspek ini mempengaruhi cara sender/source atau sumber dalam mengkomunikasikan pesan.
 - e. Budaya Merupakan bagian dari masyarakat yang juga berada dalam sistem sosial. Latar belakang budaya yang dimiliki oleh individu dapat mempengaruhi dalam pembentukan serta penerimaan pesan. Dengan kata lain, perbedaan budaya mempengaruhi dalam penerimaan pesan.
2. Pesan dalam model komunikasi Berlo adalah substansi yang dikirimkan oleh *sender/source* atau sumber kepada penerima pesan. Pesan yang dikirimkan dapat berupa suara, teks, video atau lainnya. Faktor yang mempengaruhi elemen pesan adalah sebagai berikut; isi, elemen, perlakuan, struktur dan kode.¹²⁶
- a. Isi: Inilah yang ada dalam pesan. Ini adalah tulang punggung komunikasi karena memiliki kata-kata aktual yang perlu dikomunikasikan.
 - b. Elemen: Ini adalah isyarat non-verbal. Apa yang tidak dikatakan tetapi tersirat melalui tindakan. Terkadang ketika seseorang hanya berbicara tanpa isyarat verbal orang mungkin kehilangan minat atau sulit untuk memahami. Penggunaan isyarat non-verbal dapat menarik pendengar dan mendorong mereka untuk mendengarkan sumber.
 - c. Perlakuan: Cara pesan dikemas atau disampaikan. Satu harus memahami pentingnya pesan dan bagaimana menangani pesan sebagaimana adanya sedang disampaikan. Penerima

¹²⁶ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa...*

- mungkin salah memahami pesan sebagai bukan karena cara penanganannya dan penyampaiannya.
- d. Struktur: Ini adalah bagaimana pesan diatur. Jika pesannya tidak benar diatur maka orang tersebut tidak akan dapat menerima pesan yang dimaksud.
 - e. Kode: Ini adalah bagaimana pesan dikirim dan dalam bentuk apa. Misalnya, pesan dapat berupa tulisan, verbal maupun non verbal. Pengkodean pesan yang tidak tepat dapat menyebabkan salah tafsir.
3. Saluran; saluran komunikasi untuk membawa atau mengirimkan pesan yang dimiliki. Saluran adalah media yang digunakan untuk mengirim pesan ke penerima.¹²⁷ Misalnya media massa sebagai channel atau saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan. Sementara itu, dalam bidang komunikasi lainnya seperti misalnya komunikasi pemasaran atau komunikasi bisnis atau komunikasi organisasi. Faktor yang mempengaruhi adalah melihat, mendengar, melihat, mencium, menyentuh dan merasakan. Di mesin teknis komunikasi dapat digunakan untuk mengirim pesan seperti televisi, telepon, radio dan internet.

Channel juga merinci panca indera. Unsur-unsur dari saluran adalah sebagai berikut;

- a. Pendengaran: Penggunaan telinga untuk menerima pesan lisan. Jika penguat suara tidak cukup keras penerima mungkin tidak mendengar pesan.
 - b. Melihat: Sumber dapat mengirim pesan melalui email. Yang diterima kemudian menjadi mampu melihatnya. Pesan non-verbal juga dapat dilihat oleh penerima.
 - c. Menyentuh: Dalam kebanyakan kasus, menyentuh adalah komunikasi non-verbal. Caramu berjabat tangan seseorang dapat mengirim pesan ke penerima.
 - d. Penciuman: Informasi dapat dikumpulkan melalui penciuman. Misalnya jika sesua terbakar seseorang dapat mencium bau asap.
 - e. Tasting: Ini juga memberikan informasi kepada penerima.
4. Penerima pesan merujuk pada individu yang menerima pesan yang dikirimkan oleh pengirim pesan. Beberapa hal yang

¹²⁷ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa...*

mempengaruhinya adalah keterampilan berkomunikasi, sikap, pengetahuan, system sosial dan budaya.¹²⁸

Meskipun komunikasi model Berlo dinilai memiliki beberapa kekurangan oleh ahli, namun di sisi lain juga memiliki kelebihan tersendiri. Penulis bermaksud memandang komunikasi bencana dengan komunikasi yang diajukan Berlo. Hal pertama yang perlu diperhitungkan dalam komunikasi model Berlo ini adalah aspek emosional pesan yang disampaikan. Sebab demikian, Berlo menjadikan penerima pesan sebagai pihak yang paling penting dalam proses komunikasi. Sehingga komunikator dituntut untuk berkomunikasi dengan cara yang paling tepat agar makna pesan dapat diterima receiver dengan baik.

Selain itu Berlo menuntut sender/source sebagai sumber komunikasi memiliki sejumlah kompetensi yang matang agar tidak terjadi salah penafsiran terhadap pesan yang disampaikan. Tuntutan yang harus dipenuhi tersebut di antaranya adalah kemampuan berkomunikasi, etika berkomunikasi, pengetahuan, sistem sosial dan budaya.

Memahami komunikasi model Berlo atau SMCR ini sebagai aspek penting dalam komunikasi bencana, setidaknya telah mensyaratkan bahwa kegagalan komunikasi tidak boleh terjadi. Dalam perihal komunikasi bencana, kesalahan dalam berkomunikasi akan memberikan dampak yang serius terhadap masyarakat dan terkhusus bagi korban bencana. Selain itu komunikasi yang efektif dan efisien lingkup struktural lembaga yang mengurus masalah bencana pun begitu sangat penting. Sehingga orang yang menjadi sumber utama dalam penyampaian pesan tidak boleh gagal dalam memberikan informasi bencana. Keterampilan komunikasi komunikator kebencanaan sangat dipertaruhkan dalam menyampaikan informasi bencana.

Kedua, masalah sikap seorang komunikator bencana. Komunikator bencana lazimnya memiliki sikap yang baik dalam menyampaikan informasi bencana. Persoalannya adalah, ketika komunikator bencana mengenyampingkan sikap berkomunikasi, sangat memungkinkan terjadinya masalah baru di tengah bencana.

¹²⁸ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa...*

Sikap dan *attitude* meliputi tata bahasa yang keluar dari mulut sumber atau komunikator bencana. Terlebih di Indonesia yang menganut budaya ketimuran, sikap dianggap sebagai sebuah sistem nilai bagi masyarakat. seperti dalam kejadian pemberitaan kasus Covid-19 di media massa, penggunaan kata “tewas dan mati” bagi korban Covid-19 tidaklah elok.

Seharusnya, media selektif memilih diksi yang tepat untuk korban. Seperti memilih diksi “meninggal dunia” bagi korban Covid-19 yang tidak bisa lagi diselamatkan. Tanpa menafikan media butuh pembaca yang banyak dengan pesan yang dikemas sedikit propokatif, namun bukan berarti pula menjadikan segala sesuatu sebagai pencarian *rating* media.

Yang ketiga tidak kalah pentingnya adalah pengetahuan komunikator atau sumber pesan. Minimnya pengetahuan *sender* terhadap obyek pesan yang akan dikomunikasikan akan mempengaruhi pesan yang disampaikan. Minimnya pengetahuan tentang obyek pesan yang akan dikomunikasikan dapat digolongkan ke dalam kegagalan komunikasi *sender*. Sebagai contoh, ketika pandemi Covid-19 di Indonesia sedang parah, beberapa kali terjadi kesalahan informasi tentang kasus Covid-19. Mulai dari perbedaan data yang dimiliki media dengan pemerintah sampai kepada beda pendapat tentang aturan soal pembatasan sosial berskala besar (PSBB).

Bentuk kegagalan lain yang terjadi semasa pandemi adalah penggunaan istilah-istilah dalam penanganan Covid-19. Masyarakat di desa kebanyakan kebingungan memaknai istilah-istilah yang disampaikan. Seperti istilah *social distancing*, *Local Transmission*, *lock down* dan lain sebagainya. Dengan istilah-istilah tersebut masyarakat tidak terlalu paham sehingga apa yang dimaksudkan sumber sebagai komunikator tidak tersampaikan dengan baik. Namun syukunya media menangkap ketidakpahaman itu dengan membuat tulisan penjelasan dengan istilah-istilah terkait.¹²⁹ Seharusnya pemerintah

¹²⁹ Tim Kompas, ‘7 Istilah Covid-19 Yang Perlu Diketahui, Jangan Salah’, *Kompas.Com*, 2021, pp. 1–2 <<https://health.kompas.com/read/2021/02/06/101000168/7-istilah-covid-19-yang-perlu-diketahui-jangan-salah-kaprah?page=all>> [accessed 13 January 2023].

dengan tim gugus tugas Covid-19 cukup menggunakan istilah-istilah dalam Bahasa Indonesia yang muah untuk dipahami masyarakat secara keseluruhan.

Ini merupakan bukti bahwa pemerintah dengan komunikator di gugus tugas Covid-19, tidak mengkaji terlebih dahulu tentang masyarakat Indonesia. Itu juga menunjukkan komunikasi yang dilakukan tidak memprioritaskan komunikasi dalam proses komunikasi. Lazimnya, komunikator membangun pesan tidak hanya berdasarkan pengetahuannya saja, tapi pengetahuan komunikasi. Selain itu juga perlu diperhatikan adalah soal etika, budaya, bahkan psikologi komunikasi.

Dengan adanya model komunikasi Berlo, diharapkan bisa untuk membantu para komunikator kebencanaan mencapai komunikasi yang efektif dalam peristiwa bencana. Dimana komunikator harus mempertimbangkan pesan dan memposisikan komunikasi atau receiver sebagai subjek penting dalam penyebaran informasi.

3. Retorika Dalam Komunikasi Bencana

Retorika merupakan upaya yang dilakukan oleh seorang penutur (bahasa lisan) dan penulis (bahasa tulisan) dalam memilih ungkapan yang paling efektif dan efisien digunakan untuk menarik perhatian pendengar dan pembaca.¹³⁰ Dilihat dari asal katanya, retorika adalah sebuah padanan kata dari Bahasa Yunani yaitu *rhetor* dan Bahasa Inggris *orator* yang berarti keahlian dan kemahiran dalam berbicara di depan khalayak.¹³¹

Secara filosofis, retorika dapat ditelusuri pada nilai-nilai yang dikandungnya. Filsuf Aristoteles menekankan bahwa manusia memiliki emosi berbeda-beda. Kondisi tersebut dapat digunakan oleh seorang pembicara untuk mempengaruhi audiens. Aristoteles juga memberikan gagasan bahwa retorika adalah seni dengan nilai-nilai

¹³⁰ Nengah Marta.

¹³¹ Rakhmat.

tertentu. Nilai-nilai tersebut adalah kebenaran dan keadilan, yang memiliki kekuatan dan kekuatan dalam masyarakat.¹³²

Menurut Aristoteles, seorang pembicara yang baik adalah mereka yang sadar siapa *audience* mereka dan mengedepankan bukti-bukti yang relevan dan dapat dipercaya dalam presentasi mereka. Dengan bukti-bukti yang meyakinkan seorang pembicara menjadi kredibel. Retorika Aristoteles memiliki lima nilai dasar, yaitu *ethos*, *pathos*, *logos*, *aim* dan *mode*. Kepercayaan atau kredibilitas adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki seseorang komunikator, sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak.¹³³

Kredibilitas menurut Aristoteles (filsuf Yunani), bisa diperoleh jika seorang komunikator memiliki *ethos* (karakter/pembawaan), *pathos* (ikatan emosional), dan *logos* (logis/masuk akal). *Ethos* adalah kekuatan yang dimiliki komunikator (pembicara) dari karakter pribadinya, sehingga ucapan-ucapannya dapat dipercaya. *Pathos* adalah kekuatan yang dimiliki seorang komunikator dalam mengendalikan emosi pendengarnya (penerima pesan), sedangkan *logos* adalah kekuatan yang dimiliki komunikator melalui argumentasinya.¹³⁴

Aristoteles berpandangan, yang paling besar dan kuat pengaruhnya adalah *ethos* yang dilatarbelakangi *track record*, catatan perilaku, dan suri teladan. Ada pula yang mengatakan bahwa *ethos* terdiri atas pikiran baik, akhlak yang baik, dan maksud yang baik.

Selain *ethos*, *pathos*, *logos*, *aim* dan *mode*, Aristoteles juga memiliki cara lain untuk membangun sebuah retorika yang dahsyat. Ada lima cara yang dikembangkan Aristoteles dalam menganalisis sebuah pidato, antara satu komponen dengan komponen lainnya saling terkait. Lima cara retorika tersebut disebut *five canons of rhetoric*.¹³⁵ Kelima hal tersebut adalah berikut:

¹³² Bormann and Nancy C Bormann.

¹³³ West and H Turner.

¹³⁴ Cangara.

¹³⁵ Suhandang.

Canon	Definition	Description
<i>Invention</i>	<i>Integration of reasoning and arguments in speech</i>	<i>Using logic and evidence in speech more powerful and more persuasive</i>
<i>Arrangements</i>	<i>Organization in speech</i>	<i>Maintaining a speech structure (introduction, body, conclusion) bolster speaker credibility, enhances persuasiveness, and reduces listener frustration</i>
<i>Style</i>	<i>Use of language in speech</i>	<i>Incorporating style ensures that a speech is memorable and that a speaker's ideas are clarified</i>
<i>Delivery</i>	<i>Presentation in speech</i>	<i>Effective delivery complements a speaker's words and helps to reduce speaker's anxiety</i>
<i>Memory</i>	<i>Storing information in speaker's mind</i>	<i>Knowing what to say and when to say it eases speaker's anxiety and allows a speaker to respond to unanticipated events.</i>

Sumber : ¹³⁶

Invention adalah konstruksi sebuah pidato yang membangun argumentasi sebuah pidato. Hampir sama dengan logos, invention dapat terdiri dari *enthymeme-enthymeme* untuk membangun keyakinan *audience*. Salah satu yang menjadi bagian dari invention adalah topik. *Arrangements* adalah organisasi dari sebuah pidato. Pidato terdiri dari pembukaan, batang tubuh dan penutup.

Pembukaan merupakan hal yang paling krusial, sebab ia bisa memikat pendengar seketika atau malah membosankan. *Arrangements* memudahkan *audience* untuk memahami sebuah pembicaraan. *Style* merupakan penggunaan bahasa untuk mengekspresikan ide pembicara. Yang termasuk dalam style adalah pilihan kata dan termasuk ketepatan penggunaan istilah. Menggunakan istilah-istilah yang umum sudah pasti akan

¹³⁶ West and H Turner.

membosankan audience, begitu juga dengan penggunaan istilah-istilah yang langka untuk digunakan, audience juga sulit mengerti. Untuk menjembatani kesenjangan ini, Aristoteles menggunakan *metaphor*. Metafora atau pengandaian digunakan untuk menjelaskan sesuatu yang sulit. *Delivery* adalah ekspresi non verbal dari pembicara. Yang termasuk dalam non verbal pembicara adalah perilaku, kontak mata, *pronunciation*, dialek, gerakan tubuh.

Dalam tulisan Ernes G Bormann dan Nancy C Bormann, bahwa ungkapan yang baik secara retorik adalah ungkapan yang didukung oleh unsur-unsur seperti unsur bahasa, etika dan nilai moral, nalar yang baik, serta pengetahuan yang memadai. Oleh karena itu, unsur-unsur tersebut merupakan faktor pendukung yang utama dalam retorika. Apabila unsur-unsur retorika diabaikan, maka mengakibatkan terjadinya pelencengan pada hakikat retorika.¹³⁷

1. Bahasa

Retorika didukung oleh berbagai unsur, dan bahasa merupakan unsur pendukung yang utama dalam retorika. Bahasa adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyajian pesan dalam komunikasi. Penggunaan bahasa dalam retorika komunikator, dilakukan setelah proses pemilihan-pemilihan kemungkinan unsur bahasa yang paling persuasif layak digunakan dalam proses komunikasi. Semakin baik pemilihan unsur-unsur Bahasa, maka peran retorika akan semakin baik juga. Pemilihan unsur Bahasa tersebut dapat dilihat dari bentuk istilah, kata, ungkapan, gaya Bahasa, kalimat, dan lain sebagainya.

Hal yang juga tidak kalah pentingnya dalam Bahasa adalah penyajian (*delivery*) yaitu bagaimana seorang komunikator mengatur susunan Bahasa, mengatur susunan cara penyajian, serta memilih gaya pengungkapan. Semua usaha yang dilakukan komunikator tersebut adalah agar komunikasi mampu menarik minat perhatian, mempengaruhi, dan mengubah sikap lawan bicaranya.

2. Etika dan Nilai Moral

Meskipun retorika adalah seni persuasif yang terdapat kebebasan dalam pemilihan unsur Bahasa, bukan berarti

¹³⁷ Nancy C Bormann and Ernest G Bormann terjemahan Indonesia, *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu* (Jakarta: Erlangga, 1989).

komunikator tidak bertanggung jawab pada isi yang disampaikan. Komunikator tetap bertanggung jawab atas isi pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, retorika didukung oleh unsur etika dan nilai moral.

Etika dan nilai mora adalah unsur pendukung yang penting dalam retorika. Dengan etika dan nilai moral, aktivitas komunikasi yang dilakukan menjadi terkontrol dan bertanggung jawab. Komunikator tidak hanya sekedar memperlihatkan kelihaihan berbicara dengan Bahasa yang memukau, kemampuan komunikasi tersebut juga dibarengi dengan kualitas isi pesan yang disampaikan, dimana komunikator bertumpu pada etika dan nilai moral sehingga bertanggung jawab terhadap aktivitas komunikasinya.

Dikutip dari buku Retorika, I Nengah Marta, ada 3 syarat di dalam etika komunikasi yang harus diperhatikan oleh seorang komunikator yang harus diperhatikan dalam menyampaikan pesannya:

- a. Bertanggung jawab terhadap pemilihan unsur-unsur persuasif yang digunakan serta menyadari kemungkinan-kemungkinan terjadinya berbuat salah.
 - b. Berusaha mengetahui dan menyadari secara jujur terhadap segala kerugian yang diakibatkan apabila melakukan kecurangan.
 - c. Mengedepankan sikap toleransi terhadap pendengar yang berbeda pandangan atau menolak terhadap pesan yang disampaikan.
3. Penalaran yang Benar

Unsur pendukung retorika lainnya yaitu penalaran yang benar dalam menyampaikan pesan. Komunikasi yang disertai dengan penalaran yang benar akan menjadi lebih kuat karena pesan mengandung landasan dan argumen yang logis. Penalaran yang benar dalam retorika dapat ditinjau dari cara penyampaian pesan secara induksi, deduksi, silogisme, entimem atau dengan menggunakan contoh-contoh. Dalam retorika terdapat dua hal yaitu alasan-alasan dan karakter dari komunikator. Alasan tersebut adalah segala bukti-bukti argumentatif dalam rangka persuasi komunikasi. Sedangkan karakter adalah kebenaran, kejujuran isi pesan yang disampaikan terlihat dari sisi psikologi komunikator.

4. Pengetahuan yang Memadai

Sebelum menyampaikan pesan, seorang komunikator terlebih dahulu memahami tentang apa yang akan ia sampaikan. Jika tidak memiliki pengetahuan memadai tentang isi pesan yang disampaikan, maka komunikator hanya berbicara sebagai tukang bual, yang kosong dan tidak dapat dipercayai. Oleh karena itu, seorang komunikator harus memiliki pengetahuan yang luas dengan fakta-fakta yang relevan, memiliki ide dan gagasan yang jelas. Selain itu, sangat penting sekali bagi seorang komunikator menguasai isi materi dan mengetahui strategi penyampainya.

Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan mengenai materi dan strategi penyampaian.

- a. Hal esensial bagi seorang komunikator adalah pengetahuan dan pemahaman tentang materi yang disampaikan.
- b. Kemampuan analisis komunikasi dan segala aspeknya menentukan keberhasilan retorika.

Dengan demikian berdasarkan penjelasan di atas, retorika tidak hanya berlaku dalam bentuk komunikasi verbal yang dilakukan komunikator. Retorika juga dapat terjadi dengan komunikasi tulisan. Dalam kasus kebencanaan, retorika menjadi perlu agar masyarakat dapat dengan mudah memahami pesan. Retorika tidak hanya perihal seni berbicara, sebab retorika menuntun dan menuntut komunikator untuk menyampaikan pesan dengan beberapa kompetensi yang harus dipenuhi agar tidak terjadi penyelewengan pesan yang disampaikan. Kompetensi yang harus dimiliki komunikator yakni pengetahuan, bahasa, etika, dan nalar yang baik.

Maka dalam komunikasi bencana, komunikator dituntut memiliki pengetahuan yang baik dengan kondisi bencana yang terjadi dan korban bencana. Korban bencana pastinya memiliki rasa traumatis, harus dibarengi dengan cara menyampaikan pesan yang menyejukkan dan tidak menyinggung. Hal itu sekaligus menjadi bagian dari etika komunikator. Sebagai contoh komunikasi bencana yang minim etika, menjadikan bencana sebagai ajang politik untuk mencari suara publik dalam Pemilihan Umum (Pemilu). Fenomena seperti ini sering kita lihat dalam peristiwa bencana, sejumlah tokoh politik memberikan bantuan namun dilabeli dengan ajakan untuk memilih tokoh tersebut pada Pemilu yang akan diselenggarakan.

Karena retorika tidak hanya dalam bentuk verbal, tapi juga non verbal, maka spanduk, baliho, iklan masyarakat dan poster ajakan peduli lingkungan agar tidak terjadi bencana hingga ajakan peduli korban bencana dapat dikatakan sebagai sebuah retorika dalam peristiwa bencana. Contohnya, spanduk Ketua DPR RI Puan Maharani terpampang di lokasi bencana erupsi Gunung Semeru.¹³⁸ Walaupun dinilai negatif oleh banyak pihak, ditinjau dari segi komunikasi, tindakan yang dilakukan Puan Maharani adalah bentuk retorika bencana. Di dalam spanduk tersebut dipajang foto Puan Maharani dengan keterangan Ketua DPRI RI. Menariknya Puan Menambahkan tulisan, “tangismu tangisku, ceriamu ceriaku. Saatnya bangkit menatap masa depan”.

Ditinjau dari segi bahasa, kalimat yang terpampang pada spanduk tersebut merupakan bentuk dari kalimat afirmatif positif. Dalam bahasa Indonesia, kita mengenal dengan kalimat proposisi positif. Kalimat proposisi atau kalimat afirmasi positif merupakan kalimat yang memuat pernyataan keberpihakan.¹³⁹ Atau dengan kata lain, kalimat pernyataan yang diucapkan atau dituliskan berfungsi menghilangkan pikiran-pikiran negatif. Mungkin dari segi etika, kita boleh saja mengatakan pemasangan baliho Puan Maharani di lokasi bencana sebagai bentuk nirempati. Namun dari segi bahasa yang digunakan, Puan Maharani memberikan kontribusi positif yang akan mempengaruhi psikologis orang yang membacanya.

Spanduk tersebut dapat diterjemahkan dengan ajakan agar masyarakat yang terkena dampak erupsi Gunung Semeru tidak berlama-lama dalam kondisi duka. Puan mengajak masyarakat untuk bangkit merencanakan masa depan yang lebih baik setelah kejadian bencana. Sama halnya dengan slogan yang diusung pemerintah setelah wabah Covid-19 melanda dan beralih ke kondisi normal baru “Pulih Lebih Cpat, Bnagkit Lebih Kuat”. Pemerintah menjadikan

¹³⁸ Andi Hartik, ‘Baliho Puan Maharani Di Lokasi Bencana Erupsi Semeru Dinilai Tidak Etis, PDI-P: Kami Tidak Mengerti’, *Kompas.Com*, 2021, pp. 1–2 <<https://regional.kompas.com/read/2021/12/21/204406078/baliho-puan-maharani-di-lokasi-bencana-erupsi-semeru-dinilai-tidak-etis-pdi?page=all>> [accessed 13 January 2022].

¹³⁹ Pandu, ‘Kalimat Proposisi Beserta Contoh’, *Gramedia.Com*, 2018, pp. 1–2 <<https://www.gramedia.com/literasi/contoh-kalimat-proposisi/>> [accessed 13 January 2022].

kalimat itu sebagai slogan HUT RI yang ke 77.¹⁴⁰ Pemerintah pun gencar menyebarkan slogan tersebut dalam berbagai kegiatan, bahkan dalam kegiatan G20 lalu. Slogan yang berbunyi, “pulih lebih cepat, bangkit lebih kuat” menjadi topik pembicaraan utama. Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai ajakan untuk berbenah setelah masa pandemi Covid-19 dan menjadikan kondisi sekarang ini untuk menata masa depan Indonesia yang gemilang.

Slogan yang dicetuskan pemerintah itu pun dapat dinilai sebagai bentuk dari kalimat afirmatif positif. Sehingga banyak pihak yang memakai kalimat tersebut untuk memberikan dan menyalurkan rasa optimis kebangkitan Republik Indonesia pascapandemi. Disamping itu bentuk lain dari retorika bencana adalah iklan masyarakat bencana. Contohnya, ajakan untuk membuang sampah pada tempatnya dan tidak menebang pohon secara liar untuk mencegah terjadinya bencana banjir.

4. Publik Relations Perspektif Komunikasi Bencana

PR atau Public Relations merupakan gabungan dari berbagai disiplin ilmu dan tergabung dalam jajarannya ilmu-ilmu sosial seperti ilmu politik, ekonomi, sejarah, psikologi, sosiologi, komunikasi dan teknologi. Perkembangan masyarakat yang begitu cepat, menjadikan public relation berada pada posisi yang sangat penting. PR sangat menentukan kelangsungan hidup suatu perusahaan, organisasi atau lembaga. Hal ini menunjukkan bahwa PR mempromosikan hubungan baik setiap bagian dari organisasi baik mempromosikan, motivasi dan mendorong partisipasi.¹⁴¹

Secara umum PR merupakan proses interaktif dengan tujuan membentuk opini publisitas sebagai kontribusi yang menguntungkan kedua belah pihak, membangkitkan pengertian, mendorong motivasi dan partisipasi audiens untuk menginspirasi niat baik, kepercayaan,

¹⁴⁰ Chyntia Sami Bhayangkara, ‘Makna Slogan HUT RI Ke 77: Pulih Lebih Cepat, Bangkit Lebih Kuat’, *Suara.Com*, 2022, pp. 1–2 <<https://www.suara.com/news/2022/08/07/162734/makna-slogan-hut-ri-ke-77-pulih-lebih-cepat-bangkit-lebih-kuat>> [accessed 14 January 2023].

¹⁴¹ Panuju.

dan citra publik yang baik.¹⁴² Secara khusus PR memegang fungsi manajemen, khusus yang membantu menciptakan dan memelihara komunikasi timbal balik, pengertian, dukungan dan kerjasama antara organisasi dan publik, melibatkan masalah manajemen, membantu manajemen mengetahui dan menanggapi opini publik.

Selain itu, juga untuk memperjelas dan menyoroti tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik, untuk membantu manajemen tetap terinformasi dan membuat perubahan secara efektif.¹⁴³ Menurut S. Blacken, Melvin L. Sharpo, fungsi yang paling kuat dipegang PR yaitu menginformasikan kepada semua pihak yang terlibat dalam menciptakan keberadaan bersama, pemahaman berdasarkan fakta, kebenaran, dan informasi yang jelas dan lengkap serta harus disampaikan secara jujur, jelas, dan objektif.¹⁴⁴

Cultrip, Center dan Broom mengatakan, PR sebagai usaha terencana untuk mempengaruhi pendapat/gagasan/pemikiran melalui budi pekerti yang baik dan tindakan yang bertanggung jawab berdasarkan komunikasi yang saling memuaskan.¹⁴⁵ Dengan demikian tugas strategis yang diemban PR dalam manajemen komunikasi yakni untuk melahirkan pemahaman dan penerimaan bersama. Lalu bagaimana fungsi Public Relations dalam peristiwa bencana?.

Bagian pertama yang menjadi tugas penting humas atau PR adalah membangun kerjasama dengan pihak media yang disebut dengan media relation.¹⁴⁶ Menjalin dan menjaga hubungan baik dengan media merupakan hal yang sangat penting bagi PR. Karena media merupakan penyebar segala informasi. Selain itu media juga merupakan sarana membangun reputasi. Saat ini media menjadi acuan bagi masyarakat untuk bergerak dan bertindak, masyarakat

¹⁴² Panuju.

¹⁴³ Juanrico Alfaramona Sumarezs Milyane, Tita Melia; Sutiapermana, Aden; Titafielu, *Public Relations Komunikasi Strategis, Digital, Dan Bertanggung Jawab, Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2014, VII.

¹⁴⁴ Zainal Mukarom and Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation : Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*, 1st edn (Bandung: Pustaka Setia, 2015).

¹⁴⁵ Gary A Warner, 'The Development Of Public Relations Offices At AMERICAN College and University', *ProQuest*, 41.2 (1996), 36.

¹⁴⁶ Juwito, *Public Relation, UPN Press*, 1st edn (Jawa Timur: UPN Press, 2008).

seolah dituntun oleh media untuk berperilaku sesuai dengan permasalahan yang ada. Karena ketika media mengarahkan publik ke arah negatif, efek yang akan ditimbulkan pun sama buruknya.

Damastuti dalam bukunya menyatakan, bahwa kerja media terbagi menjadi dua bentuk.¹⁴⁷ Yang pertama adalah menulis, seperti siaran pers, menulis kepada editor, iklan layanan masyarakat dan komunikasi di Internet. Yang kedua adalah pengorganisasian suatu kegiatan, seperti konferensi media atau hubungan media yang diselenggarakan oleh PR, panggilan informasi telepon, acara media, dan konferensi pers dengan media.

Fungsi PR sedemikian dipraktikkan ketika wabah Covid-19 lalu, gugus tugas penanganan Covid-19 memiliki unit untuk menyebarkan informasi status penyebaran dan jumlah korban Covid-19. Jika ketika itu kita pergi ke posko penanganan Covid-19, kita akan menemukan sebuah ruangan dengan spanduk bertuliskan *media conference*. Berbagai berita yang muncul di media seputar Covid-19, disampaikan dan disebar oleh PR gugus tugas penanganan Covid-19 dari ruangan *media conference* tersebut.

Selain itu, PR juga mengeluarkan press release semasa pandemi Covid-19. Press release yang dikeluarkan berdasarkan keputusan rapat pemangku kebijakan dengan gugus tugas penanganan Covid-19. Seperti keputusan untuk melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa zona merah dan hitam di Sumatra Barat dan melakukan pembatasan keluar masuk kendaraan di perbatasan wilayah.¹⁴⁸ Keputusan seperti itu biasanya, disampaikan secara press realese kepada media atau dengan melakukan konferensi pers.

Posisi PR juga terkait dengan pemimpin organisasi atau lembaga yang memiliki kewajiban mengirim pesan kepada pihak luar untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam peristiwa bencana, seorang PR dituntut melakukan komunikasi dengan pimpinan lembaga kebencanaan antar organisasi dan organisasi tertinggi dalam negara perihal kejadian bencana. Sehingga pemangku kebijakan dapat melakukan analisis dan membuat kebijakan berdasarkan data yang disampaikan oleh PR. Sebagai contoh, kebijakan lockdown tidak akan

¹⁴⁷ Rini Damastuti, *Media Relations*, 1st edn (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012).

¹⁴⁸ Damastuti.

muncul jika pemerintah, bupati, wali kota, gubernur, dan presiden tidak mengetahui perihal perkembangan Covid-19 yang semakin parah.

Amanah atau tugas lain yang diemban Humas atau PR adalah peranan penting dalam meyakinkan publik. Peran PR sangat penting karena ia bertanggung jawab atas penjelasan kebijakan dan prosedur organisasi untuk banyak pihak. Harapan agar para pihak memiliki pemahaman yang sama untuk mendukung tujuan kebijakan. Sebagai contoh, Indonesia mewajibkan vaksin bagi setiap warga negara. Untuk bepergian ke luar provinsi, masyarakat harus diwajibkan untuk menunjukkan bukti telah divaksin.¹⁴⁹

Namun sebelum itu, ketika pertama kali kebijakan vaksin dibuat pemerintah, banyak mendapat tantangan di tengah masyarakat. Pasalnya vaksin dinilai haram hingga penanaman chip pada tubuh jika melakukan vaksinasi. Ditambah dengan berbagai informasi yang tidak jelas sumbernya yang berseliuran di media sosial, semakin menimbulkan keengganan masyarakat untuk melakukan vaksinasi.

Oleh karena itu, pemerintah membentuk satu tim yang terdiri dari lima orang untuk mengkampanyekan kebijakan vaksinasi bagi masyarakat.¹⁵⁰ Selain itu, melalui lima orang tersebut, pemerintah melakukan bantahan terhadap informasi yang tidak jelas dan meyakinkan masyarakat bahwa vaksin berguna untuk kekebalan tubuh melawan virus Corona. Meyakinkan masyarakat dengan melakukan vaksinasi akan membuat tubuh semakin sehat dan tidak menimbulkan masalah lain bagi kesehatan. Akhirnya masyarakat Indonesia secara menyeluruh melakukan vaksinasi, bahkan sebagai bentuk upaya lain untuk meyakinkan masyarakat dengan memberikan undian berhadiah bagi yang melakukan vaksinasi.

¹⁴⁹ Fitria Chusna Farisa, 'Pemerintah Tegaskan Masyarakat Wajib Divaksinasi Covid-19', *Kompas.Com*, 2021, pp. 1–2 <<https://nasional.kompas.com/read/2021/01/08/13411591/pemerintah-tegaskan-masyarakat-wajib-divaksinasi-covid-19>> [accessed 15 January 2023].

¹⁵⁰ Yuli Nurharisah, 'Perkenalkan... 5 Juru Bicara Vaksin Covid-19', *Indonesiabaik.D*, 2021, pp. 1–2 <<https://indonesiabaik.id/infografis/perkenalkan-5-juru-bicara-vaksin-covid-19>> [accessed 15 January 2023].

Fenomena yang penulis paparkan tersebut mengindikasikan betapa urgensinya tugas dari Humas atau seorang PR. Yang mana PR menjadi ujung tombak dalam membentuk citra, membantah isu, meyakinkan publik dengan kebijakan yang dikeluarkan pemerintah. Tanpa PR, kebijakan, penyebaran informasi, dan keyakinan publik, tidak akan tercapai dengan baik. Dalam komunikasi bencana, posisi PR lebih besar posisinya sebagai pemberi informasi yang faktual kepada masyarakat berkenaan dengan perkembangan status bencana yang terjadi. Selain itu juga sangat penting untuk meyakinkan publik, bahwa pemerintah bekerja sangat baik dalam menangani bencana yang sedang terjadi.

5. Kebijakan Publik dan Bencana

Bencana tak henti-hentinya melanda Republik Indonesia, seusai gelombang besar virus Corona sejak tahun 2020, sampai akhir tahun 2022 lalu Indonesia disibukkan juga dengan bencana alam yang tak ada habis-habisnya. Badan Nasional Penanggulangan Bencana mencatat terdapat 3.522 bencana alam di Indonesia yang terjadi sepanjang 2022. Banjir menjadi bencana alam yang paling sering melanda sepanjang tahun lalu, yakni 1.520 peristiwa. Cuaca ekstrem juga menjadi bencana alam yang banyak terjadi sepanjang tahun lalu mencapai 1.057 kejadian. Setelahnya ada tanah longsor yang tercatat sebanyak 634 kejadian.¹⁵¹

Sebanyak 252 kejadian kebakaran hutan dan lahan (karhutla) juga terjadi di Indonesia sepanjang tahun lalu. Ada pula 28 kejadian gempa bumi yang terjadi di dalam negeri. Sebanyak 26 kejadian gelombang pasang/abrasi terjadi sepanjang 2022. Sementara, kasus kekeringan dan letusan gunung berapi masing-masing sebanyak empat kejadian dan satu kejadian pada 2022. Seluruh bencana alam tersebut telah mengakibatkan 851 orang meninggal dunia, 8.726 orang luka-luka, dan 46 orang hilang. Ada pula 5,42 juta orang yang menderita dan mengungsi karena berbagai peristiwa tersebut. Lebih lanjut, ada 94.990 rumah mengalami kerusakan karena bencana alam

¹⁵¹ Ridhwan Mustajab, 'BNPB: Indonesia Alami 3.522 Bencana Alam Pada 2022', *DataIndonesia.Id*, 2022, pp. 1–2 <<https://dataindonesia.id/ragam/detail/bnpb-indonesia-alami-3522-bencana-alam-pada-2022>> [accessed 15 January 2022].

di Indonesia. Begitu pula dengan 1.980 fasilitas berupa sekolah, tempat peribadatan, dan fasilitas kesehatan yang mengalami kerusakan.¹⁵²

Bencana-bencana yang terjadi tersebut tidak bisa sepenuhnya kita jadikan alam sebagai kambing hitamnya. Ada kalanya, bencana yang terjadi memang disebabkan tindakan manusia yang melampaui batas wajar. Misalnya kejadian banjir bandang. Musibah ini tidak datang secara tiba-tiba, melainkan melalui akumulasi proses yang panjang. Yang pasti ada siklus ekosistem alami yang terganggu dan kemungkinan disebabkan oleh kebijakan yang salah. Hutan harus menjadi modulator hidrologi atau membantu menyimpan cadangan air bawah tanah, juga berperan dalam penyerapan air hujan ke dalam tanah, sehingga air hujan tidak langsung mengalir ke sungai menuju laut, tetapi tertahan oleh akar tanaman. Keberadaan ekosistem hutan yang baik dapat menghambat terjadinya banjir dan tanah longsor.

Tapi yang kita lihat, realitasnya banyak hutan yang dibuka dan dikonversi untuk pertambangan dan perkebunan kelapa sawit. Perusahaan besar melakukan itu. Memang ada pedoman (aturan) yang memungkinkan, namun pemerintah harus bisa melakukan monitoring dan evaluasi. Jika kebijakan yang membiarkan hal tersebut benar-benar dapat merusak ekosistem alam dan menimbulkan bencana besar (kerusakan), pemerintah harus berani mengambil tindakan tegas terhadapnya. Karena salah satu tugas pemerintah adalah membuat kebijakan.

Posisi kebijakan publik pada peristiwa bencana salah satunya juga adalah bagaimana menangani dan menindaklanjuti bencana yang terjadi. Namun yang paling penting adalah bagaimana kebijakan dapat mencegah terjadinya bencana dan meminimalisir dampak yang diakibatkan bencana. Maka dapat kita pahami dengan tiga poin utama yakni kebijakan untuk mencegah bencana, kebijakan untuk meminimalisir dampak bencana dan kebijakan menangani bencana.

Kebijakan akan selalu dikaitkan dengan para pembuatnya yakni pemerintah. Pemerintah, sebagai pembuat kebijakan haruslah membuat kebijakan yang berpihak kepada keselamatan dan masa depan rakyat. Kebijakan secara umum dapat dipahami sebagai

¹⁵² Mustajab.

seperangkat konsep atau aturan yang dikeluarkan pemerintah yang menjadi dasar dan pedoman dalam melaksanakan suatu pekerjaan atau tindakan.

Kebijakan adalah suatu tindakan yang mengarah pada tujuan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok atau pemerintah dalam lingkungan tertentu sehubungan adanya hambatan-hambatan tertentu sambil mencari peluang-peluang untuk mencapai tujuan atau mewujudkan sasaran yang diinginkan.¹⁵³ Kebijakan sering dikaitkan dengan publik atau yang disebut dengan *public policy*. Kebijakan publik menurut Thomas R Dye “*public policy is whatever governments choose to do or not to do*” yaitu sebagai “apapun pilihan pemerintah untuk melakukan atau tidak melakukan.”¹⁵⁴ Dalam upaya mencapai tujuan negara, pemerintah perlu mengambil pilihan tindakan yang dapat berupa melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu.¹⁵⁵

Maka kebijakan publik dapat dipahami sebagai konsep atau peraturan yang dibuat pemerintah untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan. Dalam artian bahwa kebijakan adalah pilihan yang dibuat oleh pemerintah untuk mencapai tujuan negara. Chief J.O Udoji, berpendapat bahwa kebijakan publik adalah tindakan yang bersanksi mengarah kepada suatu tujuan masalah tertentu yang berpengaruh bagi sebagian besar masyarakat.¹⁵⁶

Seperti yang telah diterangkan pada awal pembahasan sebelumnya, kebijakan publik begitu sangat penting dalam menghadapi bencana baik sebelum, saat, dan sesudah bencana itu terjadi. Kebijakan publik sebelum terjadi bencana dapat diutarakan sebagai aturan mengatur tindakan manusia agar tidak merusak alam yang mengakibatkan datangnya bencana. Kita dapat melacak aturan tersebut sebagai tindakan pencegahan yang mengatur untuk mengeksplorasi alam sesuai dengan ketentuannya.

Salah satunya adalah UU Minerba, yang mengatur ruang gerak pertambangan mineral dan batubara dari hulu ke hilir dan berbagai

¹⁵³ Sahya Anggara, *Kebijakan Publik*, 1st edn (Bandung: Pustaka Setia, 2018).

¹⁵⁴ Awan Y Abdoellah and Yudi Rusfiana, *Teori Dan Analisis Kebijakan Publik*, 1st edn (Bandung: ALFABETA, 2016).

¹⁵⁵ Nuryanti Mustari, *Pemahaman Kebijakan Publik*, 1st edn (Yogyakarta: Leutikaprio, 2015).

¹⁵⁶ Abdoellah and Rusfiana.

perizinannya. Dengan tujuan supaya negara memperoleh keuntungan yang besar dari hasil pertambangan dan dapat digunakan untuk mensejahterakan rakyat.¹⁵⁷ UU Minerba merupakan peralihan atas Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang perizinan tambang. Namun peralihan undang-undang tersebut menurut WALHI bukanlah kabar baik untuk alam Indonesia.¹⁵⁸

Secara mengejutkan WALHI menyatakan beberapa masalah dari UU Minerba. Pertama, merugikan masyarakat lokal yang menentang pembangunan karena memiliki resiko dipenjara. Kedua, perusahaan tambang dapat memilih untuk Kegiatan Reklamasi atau Kegiatan pascatambang yang justru dalam peraturan sebelumnya perusahaan wajib melakukan keduanya. Analisis ini menunjukkan tindakan pemerintah yang memanjakan pengusaha tambang atas nama peningkatan perekonomian nasional.¹⁵⁹

UU Minerba dapat dikatakan satu dari banyak undang-undang Indonesia yang secara tidak langsung dapat dikatakan untuk mengatur terjaganya alam Indonesia. Eksplorasi bumi oleh pertambangan tidaklah main-main. Sebab pertambangan akan merusak kondisi dan struktur alam yang ada. Sehingga tentang pertambangan yang menyebabkan kerusakan alam dan datangnya bencana, pemerintah sekiranya perlu ke depannya mempertimbangkan perizinan tambang yang akan beroperasi. Tulisan ini bukanlah dalam rangka mengkritik kebijakan pemerintah, namun sebatas melihat kebijakan pemerintah untuk mencegah terjadinya bencana.

Kemudian posisi kebijakan publik disaat terjadinya bencana, adalah bagaimana pemerintah mengambil langkah strategis ketika bencana berlangsung. Dapat kita contohkan dengan kasus pandemi Covid-19 lalu. Pemerintah, ketika penyebaran Covid-19 di Indonesia dimulai. Sudah mengambil langkah agar tidak terjadi penyebarluasan kasus terpapar. Kebijakan tersebut di antaranya, membatasi orang

¹⁵⁷ Pemerintah Republik Indonesia, 'Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2020', *Pemerintah Republik Indonesia*, 2020.

¹⁵⁸ WALHI, 'Menyoal 4 Masalah UU Minerba Yang Merugikan Masyarakat Luas', *Walhi.or.Id*, 2021 <<https://www.walhi.or.id/menyoal-4-masalah-uu-minerba-yang-merugikan-masyarakat-luas>> [accessed 16 January 2023].

¹⁵⁹ WALHI.

masuk dari luar negeri dan pergi keluar negeri. Melakukan pembatasan sosial berskala mikro di wilayah-wilayah tertentu.¹⁶⁰

Contoh lain ketika terjadinya bencana banjir, pemerintah melalui BPBD mengevakuasi warga terdampak ke lokasi yang tidak terkena banjir. Ini pun merupakan salah satu kebijakan publik yang dipilih oleh pemerintah untuk mengantisipasi adanya korban jiwa akibat bencana tersebut. Andaikan pemerintah tidak mengambil kebijakan ketika bencana terjadi, korban akibat bencana tersebut tentu akan sangat besar. Karena masyarakat tidak tahu untuk berbuat apa dalam kondisi bencana. Contoh yang paling kongkrit dimana kebijakan benar-benar memberi dampak serius bagi masyarakat dapat dilihat dari kasus Covid-19. Pemerintah, membatasi kegiatan masyarakat di luar ruangan sehingga berdampak kepada penghasilan keluarga. Oleh karena itu pemerintah membantu masyarakat dengan Bantuan Sosial (Bansos) untuk menunjang hidup masyarakat selama pandemi berlangsung.¹⁶¹

Ketiga yaitu kebijakan publik pasca bencana. Kebijakan publik pasca bencana adalah perihal bagaimana kebijakan dapat menjamin kelangsungan hidup korban bencana. Lain daripada itu pun dapat dikatakan sebagai tindakan evaluasi kepada masyarakat agar bencana tidak lagu terulang. Dapat diambil contoh dari penyebaran Covid-19 yang mana sejak 2022, masyarakat Indonesia telah kembali hidup dalam kondisi sama seperti sebelumnya atau yang disebut normal kembali. Namun karena melihat penyebaran Covid-19 di berbagai negara belum usai, pemerintah Indonesia tetap melakukan kebijakan pembatasan perjalanan masuk dari dan keluar negeri.¹⁶²

Contoh tersebut dapat dianalisis sebagai kebijakan pasca terjadinya bencana agar wabah Covid-19 di Indonesia tidak kembali menyebar seperti di berbagai negara lain. Pemerintah juga

¹⁶⁰ Kemenkes, 'Pemerintah Gencarkan Upaya Penanganan Lonjakan Kasus COVID-19', *Sehatnegeriku.Kemkes.Go.Id*, 2021, pp. 1–2 <Pemerintah Gencarkan Upaya Penanganan Lonjakan Kasus COVID-19> [accessed 16 January 2023].

¹⁶¹ Kemenko PMK, 'Menko PMK: Pemerintah Terus Bantu Warga Miskin Dan Rentan Miskin Di Masa Pandemi Covid-19', *Kemenkopmk.Go.Id*, 2021 <<https://www.kemenkopmk.go.id/menko-pmk-pemerintah-terus-bantu-warga-miskin-dan-rentan-miskin-di-masa-pandemi-covid-19>> [accessed 16 January 2023].

¹⁶² Farisa.

memberikan kewajiban untuk melakukan vaksinasi 100 persen di seluruh wilayah Indonesia. Ini merupakan bentuk kebijakan publik setelah terjadinya bencana. Pemerintah membuat kebijakan tersebut sebagai langkah antisipasi agar kasus terpapar Covid-19 tidak kembali meningkat. Dalam kejadian bencana alam misalnya, kebijakan setelah bencana pun dilakukan. Seperti peristiwa gempa bumi, setelah gempa berlangsung pemerintah memastikan masyarakat mendapat hunian sementara.

BAB IV

SINERGI MENGHADAPI BENCANA

1. Sinergi Menghadapi Bencana

Berdasarkan catatan yang dikeluarkan oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BPNNP), sepanjang tahun 2022 lalu sekitar 3.531 bencana alam yang terjadi.¹⁶³ Bank Dunia pun mencatat Indonesia sebagai salah satu negara paling rawan bencana di dunia. Indonesia termasuk ke dalam 35 negara yang paling rawan resiko bencana hidrometeorologi dan geologi.¹⁶⁴ Wilayah yang luas dan kondisi wilayah yang berbeda serta jumlah penduduk yang banyak, semakin mempersulit keadaan ketika terjadi bencana. Jumlah penduduk yang banyak pun sangat memungkinkan membuat banyaknya korban berjatuhan.

Karena kondisi demikian, bersinergi bersama dalam menanggulangi dan menangani bencana di negeri ini salah satu jalan yang paling tepat agar tidak memperburuk situasi. Bersinergi dalam KBBI diartikan sebagai operasi gabungan.¹⁶⁵ Dalam masalah bencana

¹⁶³ Cindy Mutia, 'Banjir Sampai Kekeringan, Ini Bencana Alam Di Indonesia Pada 2022', *Katadata.Co.Id*, 2022, pp. 1–2 <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/04/banjir-sampai-kekeringan-ini-bencana-alam-di-indonesia-pada-2022>> [accessed 19 January 2023].

¹⁶⁴ Ghita Intan, 'Indonesia Masuk Daftar 35 Negara Paling Rawan Bencana Di Dunia', *Voaindonesia.Com*, 2021, pp. 1–2 <<https://www.voaindonesia.com/a/indonesia-masuk-daftar-35-negara-paling-rawan-bencana-di-dunia/5801062.html>> [accessed 19 January 2023].

¹⁶⁵ KBBI, 'Arti Kata Sinergi', *KBBI.Web.Id*, p. 1 <<https://kbbi.web.id/sinergi>> [accessed 19 January 2023].

dapat kita artikan dengan tindakan kolektif untuk mencegah dan menangani masalah bencana.

Artinya semua pihak ikut serta memberikan perhatian hingga tindakan kepedulian terhadap masalah kebencanaan, baik untuk mencegah datangnya maupun ketika bencana terjadi. Hal ini karena bencana bukanlah urusan pribadi yang mengakibatkan kerugian kepada satu orang saja. Masalah bencana merupakan masalah banyak pihak hingga lintas sektor. Dan tidak mungkin musibah yang melibatkan banyak pihak tersebut hanya ditangani oleh satu pihak saja.

Berkaca kepada penanganan wabah Covid-19 lalu, ini merupakan bencana yang tidak bisa hanya ditangani oleh satu pihak. Perlu melibatkan banyak orang di dalamnya, seperti bidang kesehatan, komunikasi dan informasi, bidang pengamanan dan lain-lain. Ketika itu tidak dilakukan, sangat memungkinkan Indonesia sampai saat sekarang ini masih berkuat menangani kasus-kasus positif Covid-19.

Sinergi dalam menangani dan menanggulangi bencana dapat dilakukan antar lintas sektor lembaga penanggulangan bencana pemerintah dan swasta serta melibatkan peran masyarakat.¹⁶⁶ Berikut beberapa lembaga pemerintah yang memiliki peran signifikan dalam penanggulan dan penanganan bencana di Indonesia:

1. Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB)

BNPB merupakan lembaga pemerintah bersifat non kementerian yang terbentuk berdasarkan perkembangan penanggulangan bencana pada masa kemerdekaan hingga bencana alam berupa gempa bumi dahsyat di Samudera Hindia pada abad 20. Sementara itu, perkembangan tersebut sangat dipengaruhi pada konteks situasi, cakupan dan paradigma penanggulangan bencana. Melihat kenyataan saat ini, berbagai bencana yang dilatarbelakangi kondisi geografis, geologis, hidrologis, dan demografis mendorong Indonesia untuk

¹⁶⁶ Nugroho and Sulistyorini.

membangun visi untuk membangun ketangguhan bangsa dalam menghadapi bencana.¹⁶⁷

2. Kementerian Sosial

Kementerian Sosial (Kemensos) merupakan lembaga pemerintah yang membidangi urusan sosial. Terdapat dua divisi yang membidangi bencana di Kemensos yaitu perlinungan sosial korban bencana alam dan perlindungan bencana sosial. Kemensos memiliki peran yang besar kepada korban bencana setelah bencana terjadi, seperti memberikan bantuan pemulihan, jaminan hidup, layanan dukungan psikologi, kesehatan, renovasi institusi pendidikan dan lain-lain.¹⁶⁸

3. Palang Merah Inndonesia (PMI)

PMI adalah sebuah organisasi yang dihimpun secara nasional untuk berperan dalam proses kesiapsiagaan, evakuasi korban bencana, tanpa membedakan ras, suku agama dan golongan apa saja yan menjadi korban bencana.¹⁶⁹

4. Badan Meteorologi, Klimatologi da Geofisika (BMKG)

BMKG merupakan lembaga non departemen atau kementerian di Indonesia yang mengurus dan memantau masalah gempa, angin topan, tsunami dan gelombang air laut, perubahan iklim.¹⁷⁰

5. Badan Nasional Pencarian dan Pertolongan (Basarnas)

Satu lagi lembaga yang non kementerian yang mengurus bencana adalah Basarnas. Sebuah lembaga yang langsung bertanggung jawab kepada presiden yang berfungsi untuk

¹⁶⁷ BNPB, 'Lembaga BNPB', *Bnpb.Go.Id* <<https://bnpb.go.id/>> [accessed 19 January 2023].

¹⁶⁸ Kementerian Sosial, 'Kementerian Sosial Republik Indonesia', *Kemensos.Go.Id* <<https://kemensos.go.id/>> [accessed 19 January 2023].

¹⁶⁹ PMI, 'Palang Merah Indonesia', *Pmi.or.Id* <<https://pmi.or.id/>> [accessed 19 January 2023].

¹⁷⁰ BMKG, 'Badan Meteorologi, Klimatologi Dan Geofisika', *Bmkg.Go.Id* <<https://www.bmkg.go.id/profil/?p=tugas-fungsi>> [accessed 19 January 2023].

melakukan pertolongan dan pencarian secara berkala sehubungan dengan korban bencana.¹⁷¹

6. Kementerian Kesehatan

Adalah kementerian yang secara khusus membidangi masalah dan urusan kesehatan di Republik Indonesia. Kementerian Kesehatan berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden. Kementerian kesehatan memiliki salah satu tanggung jawab untuk menanggulangi krisis kesehatan yang disebabkan peristiwa bencana.¹⁷²

Disamping enam lembaga pemerintah tersebut, juga terdapat beberapa lembaga yang terlibat dalam masalah kebencanaan, seperti Kementerian Kehutanan dan Lingkungan Hidup, Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, dan Kementerian Pertanian. Selain antar lembaga pemerintah tersebut, sinergi penanganan bencana juga bisa dilakukan dengan lembaga swasta yang memiliki perhatian terhadap masalah bencana seperti Aksi Cepat Tanggap (ACT).

Lembaga ACT merupakan salah satu dari sejumlah lembaga di Indonesia yang ikut terlibat dalam masalah kemanusiaan. Lembaga ini fokus melakukan penggalangan dana untuk disalurkan kepada masyarakat di daerah yang terkena bencana, konflik dan kemiskinan. Dari sekian banyak lembaga yang ada, ACT adalah salah satu lembaga pengumpul donasi terbesar di Indonesia.¹⁷³

Dengan demikian, masalah bencana adalah masalah bersama yang perlu ditanggapi bersama, baik itu pemerintah pusat, pemerintah daerah, swasta maupun masyarakat umum. Sinergi tersebut tidak hanya ketika terjadinya bencana, namun juga dalam soal kesiapsiagaan menghadapi bencana dan memberikan kehidupan kepada para korban setelah bencana terjadi.

¹⁷¹ BASARNAS, 'Badan Pencarian Dan Pertolongan', *Basarnas.Go.Id* <<https://basarnas.go.id/>> [accessed 19 January 2023].

¹⁷² Kemenkes, 'Kementerian Kesehatan', *Pusatkrisis.Kemkes.Go.Id* <<https://pusatkrisis.kemkes.go.id/menu/erj/tugas-dan-fungsi>> [accessed 19 January 2023].

¹⁷³ Filantropi, 'Filantropi Indonesia', *Filantropi.or.Id* <<https://filantropi.or.id/direktori/filantropi-keagamaan/yayasan-aksi-cepat-tanggap/>> [accessed 19 January 2023].

2. Menyusun Pesan Dalam Komunikasi Bencana

Komunikasi bencana dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan dari lembaga, instansi, media dan korban berkaitan dengan kejadian bencana dari tahap pra bencana, ketika bencana dan pasca bencana yang berlangsung, baik di dalam instansi yang menangani kebencanaan dan kepada publik untuk mengetahui kondisi nyata dari bencana yang akan, sedang atau telah terjadi. Pesan berkualitas dalam komunikasi bencana sangat diperlukan untuk menghindari kesalahan informasi, terutama untuk memberikan kejelasan informasi serta koordinasi di dalam lembaga yang menangani peristiwa bencana dan kepada publik secara umum.

Komunikasi tidak hanya perihal menyampaikan pesan, di dalam berkomunikasi terdapat faktor-faktor yang memberi andil dalam berkomunikasi. Faktor tersebut seperti situasi emosi, traumatis, prefensi, stereotip, budaya, bahasa, sikap dan kondisi-kondisi lain yang mengiringi.¹⁷⁴ Menurut Onong Uchjana Effendy, pesan adalah suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan bahasa/lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain.¹⁷⁵

Berlo menyatakan pesan terdiri dari beberapa komponen-komponen penting terdapat di dalamnya yaitu adanya isi pesan, elemen pesan, struktur pesan, perlakuan terhadap pesan dan kode.¹⁷⁶ Berkaitan dengan isi pesan, isi adalah tulang punggung komunikasi karena memiliki kata-kata aktual yang perlu dikomunikasikan. Menurut Widjaja, apabila ditinjau dari kandungan isi pesan, maka terdapat beberapa nilai dalam isi pesan, yaitu informatif, edukatif, persuasif, dan instruktif.¹⁷⁷

1. Pesan informatif

Pesan informatif adalah pesan yang mengandung nilai informasi didalamnya. Pesan informatif dalam berkomunikasi dapat dilakukan menggunakan berbagai sarana komunikasi baik

¹⁷⁴ Rakhmat.

¹⁷⁵ Yusuf.

¹⁷⁶ Berlo.

¹⁷⁷ A.W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, 2nd edn (Rineka Cipta, 2000).

verbal, nonverbal maupun paralinguistik dalam bentuk komunikasi antar individu, kelompok dan masyarakat. Pesan informatif dibangun dalam komunikasi untuk menghasilkan informasi (fakta). Pesan informatif ini memiliki efek kognitif karena memberikan informasi yang sesuai dengan kondisi ketika itu. Pesan informatif disampaikan dalam berkomunikasi yang bersifat satu arah, melembaga, bersifat universal dan menciptakan keserempakan.¹⁷⁸

Pesan informatif memiliki sejumlah ciri-ciri seperti berdasarkan fakta, langsung kepada inti permasalahan, terperinci, diutamakan kepada khalayak, dan yang paling penting yakni memberitahu masyarakat. Dalam komunikasi bencana, pesan informatif ini sering disampaikan oleh lembaga-lembaga penanggulangan bencana ketika terjadinya bencana. Pesan disampaikan melalui media sosial, media massa, media elektronik atau media dalam jaringan.

Contoh dari pesan informatif ini dapat kita temui di berbagai media tersebut. Seperti yang dituliskan di akun Facebook BMKG pusat tentang prakiraan ketinggian gelombang.

“halo sobat BMKG, berikut update prakiraan tinggi gelombang harian wilayah perairan padat aktivitas pelayaran tanggal 27 Januari 2023 pukul 07.00 WIB hingga tanggal 28 Januari 2023 pukul 07 WIB”.

Pesan ini memiliki tujuan untuk memberitahuka kepada publik soal tinggi gelombang laut di wilayah perairan yang padat aktivitas selama 24 jam. Sehingga masyarakat yang belum tahu menjadi tahu tentang ketinggian gelombang selama 24 jam. Pesan seperti ini juga acap digunakan BMKG ketika mengumumkan status gempa bumi.

Seperti unggahan yang dimuat di laman Facebook BMKG Padang Panjang.

“telah terjadi gempa bumi dengan parameter sementara sebagai berikut: kekuatan 5,4 SR, Tanggal 23 Oktober 2023, Waktu: 05:11:07 WIB, Lintang: 2.48 LS, Bujur: 99.68 BT, Kedalaman 20 KM”.

Pesan ini juga disampaikan kepada masyarakat untuk diketahui masyarakat banyak tentang kejadian gempa yang

¹⁷⁸ Widjaja.

berlangsung pada tanggal 23 Oktober. Sehingga masyarakat secara umum mengetahui secara persis kejadian gempa tersebut.

2. Pesan edukatif

Pesan edukatif disampaikan dalam bentuk pengajaran menyentuh pemahaman dan emosi masyarakat. Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenaran, dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.¹⁷⁹ Dengan pemahaman sebagai proses transfer informasi kepada orang atau pihak lain yang sengaja dirancang untuk keperluan produksi sesuatu yang bermanfaat bagi diri sendiri, orang lain dan masyarakat.

Melihat kepada maknanya, pesan edukatif lebih dalam daripada pesan informatif yang sekedar untuk menyampaikan dan komunikasi menjadi tahu. Sedangkan pesan edukatif berupaya melahirkan pemahaman bagi komunikasi. Pesan informatif dalam komunikasi bencana, salah satunya dapat dilihat ketika lembaga-lembaga penanggulangan bencana melakukan sosialisasi bencana kepada masyarakat.

Sehingga dengan pesan yang dikemas edukatif tersebut melahirkan pemahaman bahkan kesadaran masyarakat untuk menjaga lingkungan, alam bahkan siap siapa menghadapi situasi bencana. Masyarakat tidak hanya sekedar tahu, namun sekaligus memiliki pemahaman untuk bertindak dan berbuat dalam menjaga lingkungan agar tidak terjadi bencana dan menyelamatkan diri ketika suatu waktu bencana terjadi.

3. Pesan persuasif

Pesan persuasif, menurut Effendy merupakan pesan yang dibangun mempengaruhi masyarakat. Dengan kata lain, pesan persuasif merupakan pesan yang dibangun untuk mengubah konsep, ide, gagasan, bahkan dengan tujuan untuk mempengaruhi komunikasi. Pesan persuasif melampaui kedua model sebelumnya, sebab pesan persuasif menghendaki perubahan pada

¹⁷⁹ Syaifl Bahri Djamarah and Aswan Zain, *Strategi Belajar Mengajar*, 1st edn (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

pikiran dan tindakan. Sehingga komunikasi mengikuti apa yang dikomunikasikan oleh komunikator.¹⁸⁰

Kita dapat melihat kenyataan pesan persuasif begitu ampuh ketika masa Covid-19 lalu. Contohnya, ketika vaksin banyak ditolak oleh masyarakat, pemerintah pusat bersama Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan fatwa bahwa vaksin halal dan baik untuk kesehatan. Dengan pesan tersebut, merubah pola pikir masyarakat tentang vaksin dan melakukan vaksinasi. Pesan persuasif tersebut disampaikan oleh pemerintah ataupun Satgas COVID 19 melalui media ataupun secara langsung.

Pesan persuasif tersebut juga ada dalam bentuk pemberian reward bagi siapa yang mau divaksin. Pemberian reward tersebut pemberian sembako, pemberian hadiah, dan bantuan uang harian sebesar RP 150.000 perorang oleh Satgas Covid-19. Ini merupakan bentuk pesan persuasif yang dibangun pemerintah agar masyarakat mau melakukan vaksinasi. Reward atau hadiah yang diberikan pemerintah merupakan nilai persuasif dari pesan tersebut sehingga mempengaruhi masyarakat untuk melakukan vaksinasi.

4. Pesan instruktif

Pesan instruksi adalah pesan yang disampaikan terkesan memaksa, seperti perintah atau instruksi atasan kepada bawahan. Pesan instruktif dibangun dan dikemas sedemikian rupa sehingga pesan dipahami sebagai perintah yang harus segera dilaksanakan. Jenis pesan seperti ini menghendaki atau menuntut untuk mengasalkan tindakan. Sehingga komunikasi yang menangkap pesan yang disampaikan komunikator menerjemahkannya sebagai perintah bagi komunikasi tersebut.¹⁸¹

Dalam komunikasi bencana, pesan instruktif ini dapat dilihat ketika pemerintah meminta realisasi vaksinasi 100 persen di setiap wilayah Indonesia. Contohnya ketika Presiden Jokowi menyampaikan agar pemerintah daerah segera menggenjot vaksinasi untuk menanggulangi penyebaran virus Covid-19. Hal tersebut kemudian direspon oleh para kepala daerah di seluruh provinsi Indonesia.

¹⁸⁰ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, 1st edn (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015).

¹⁸¹ Widjaja.

3. Komunikasi Bencana Pendekatan Budaya

Manusia adalah makhluk budaya, secara organis manusia tidak mencolok perbedaannya dengan manusia lainnya. Yang paling tampak, perbedaan itu pada watak kepribadian dan kebudayaannya. Oleh karena itu manusia disebut sebagai makhluk berbudaya. Dalam pandangan manusia adalah makhluk homo ludens; memperlihatkan karakter bahwa manusia sebagai pemain kebudayaan. Sejalan dengan tuisan Johan Huizinga, bermain merupakan gejala alam yang mendahului bahkan secara terus menerus dijiwai manusia dalam kebudayaannya. Bahkan konsep homo ludens yang diusung Huizinga tidak sebatas manusia sebagai makhluk budaya, namun manusia juga sebagai pemain dalam masalah politik, agama, ekonomi, hukum, dan lain-lain.¹⁸²

Budaya merupakan salah satu dari banyak kekayaan yang dimiliki Indonesia. Manusia Indonesia tidak bisa dilepaskan dengan masalah kebudayaan. Kebudayaan begitu sangat mengakar dan menjadi nilai yang sangat kuat mengikat masyarakat. Budaya menurut pendapat Tylor, adalah sistem kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat, keterampilan, dan kebiasaan yang diperoleh dan diakui orang sebagai anggota masyarakat.¹⁸³

Manusia selain dengan homo ludens, juga dikenal dengan homo simbolikum; yakni yang berbudaya dan berkomunikasi. Sejalan dengan itu, kita akan menemukan salah satu bentuk komunikasi adalah komunikasi antar budaya. Komunikasi antar budaya dapat dipahami sebagai proses transfer pesan antar individu atau kelompok yang berbeda kebudayaannya.¹⁸⁴ Namun pada pembahasan ini tidak bermaksud memperuncing pembahasan komunikasi antar budaya. Akan tetapi bagaimana komunikasi yang terjadi dalam peristiwa bencana dilakukan dengan nilai-nilai kultural lokal masyarakat.

¹⁸² Gerald S Fain, *Introduction: Leisure and the 'Perfection of Importance'*, 1st edn (Virgiana: American Alliance For Helath, Physical Aducation, Reacreation and dance, 1991).

¹⁸³ Indra Tjahjadi, Sri Andayani, and Hosnol Wafa, *Pengantar Teori Dan Metode Penelitian Budaya*, 1st edn (Lamongan: Pagan Press, 2020).

¹⁸⁴ Rustan and Hakki.

Masyarakat hidup dalam kebudayaannya, sejak lahir dibesarkan dalam suatu budaya yang mereka anggap benar. Maka dari itu dalam praksis komunikasi bencana, pesan informatif, edukatif, persuasif hingga instruktif akan lebih mudah dipahami jika disampaikan dengan pendekatan kebudayaan. Salah satu contohnya, ketika kewajiban vaksinasi disuarakan beberapa waktu lalu, pemerintah tentu akan kesulitan melakukan pendekatan tanpa tokoh masyarakat yang diakui dalam kebudayaannya. Tokoh masyarakat menjadi bagian dari nilai-nilai yang terdapat dalam lokalitas.

Sebab ketokohan seseorang di masyarakat dibangun dengan sejumlah persyaratan yang harus dipenuhi berdasarkan standar tradisi adat istiadat hingga norma-norma kebudayaan yang berlaku. Seperti niniak mamak di Minangkabau, sebelum disahkan sebagai niniak mamak, seseorang yang akan diangkat sebagai niniak mamak itu haruslah memenuhi sejumlah persyaratan adat di Minangkabau.

Penelitian Ansar Suherman tentang strategi komunikasi bencana pada masyarakat Kabupaten Buton Selatan menunjukkan bahwa, informasi bencana dan edukasi kebencanaan yang dilakukan tokoh masyarakat setempat dinilai lebih kredibel dan mudah dipahami masyarakat di kawasan kaki Gunung Burangrang. Hambatan komunikasi terminimalisir karena masyarakat dengan mudah memahami pesan yang disampaikan.¹⁸⁵

Berdasarkan hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa, tokoh masyarakat setempat sebagai komunikator yang berkomunikasi menggunakan bahasa daerah dan memahami nilai-nilai kultural masyarakat di wilayah bencana lebih efektif sebab memudahkan masyarakat memahami isi pesan. Daerah Indonesia yang luas dan memiliki budayanya masing-masing, dalam komunikasi bencana seharusnya juga dilakukan pendekatan budaya, baik pra bencana, ketika bencana, dan pasca bencana dengan menggunakan bahasa dan nilai-nilai yang dianggap dekat dengan kehidupan masyarakat tersebut. Hal ini tentu untuk mempercepat pemahaman akan makna pesan yang dimaksud komunikator dan memperjelas informasi yang disampaikan. Untuk melakukannya, dibutuhkan sinergi pihak pemerintah dengan tokoh masyarakat tersebut.

¹⁸⁵ Ansar Suherman, 'Strategi Komunikasi Bencana Pada Masyarakat Kabupaten Buton Selatan', *Medialog*, 1.2 (2018), 10–18.

Sejatinya, sejak sedia kala, orang-orang sebelum kita telah merekayasa pikiran mereka tentang bagaimana kearifan lokal menjadi penolong masyarakat ketika bencana. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan Rery Novio, mengkaji arsitektur rumah gadang dalam mitigasi bencana menemukan beberapa poin penting tentang mitigasi bencana melalui arsitektur rumah gadang.¹⁸⁶

Mulai dari pemilihan lokasi rumah gadang di tempat yang datar, denah bangunan yang ideal untuk menghadapi bencana, kemiringan badan rumah gadang yang dibuat untuk tahan dan kokoh, dan atap rumah gadang yang lancip dapat membebaskannya dari endapan air. Ini merupakan bentuk dari sebuah nilai-nilai lokalitas yang ada di tengah masyarakat Minangkabau sebagai mitigasi bencana berdasarkan struktur rumah gadang.¹⁸⁷

Dalam bentuk komunikasi bencana, kita akan kilas balik ke peristiwa tsunami yang melanda Aceh pada tahun 2004 lalu. Dalam peristiwa besar itu, warga daerah Simeulue Aceh hampir keseluruhannya selamat berkat sebuah komunikasi yang mereka pahami sebagai tanda bahaya gempa dan tsunami. Tanda peringatan tersebut mereka sebut sebagai Smong yang bermakna hempasan air laut. Smong berhasil memandu masyarakat sehingga hanya sekitar 6 orang masyarakat Simeulue yang meninggal dunia.¹⁸⁸

Smong adalah warisan lokal turun temurun yang ada di tengah masyarakat Simeulue. Smong muncul ketika nenek moyang di Simeulue menghadapi ombak besar pada tahun 1907 lalu. Dari kejadian masa lalu itu, istilah Smong terus diwariskan kepada setiap generasi mereka sebagai tanda peringatan untuk menyelamatkan diri ketika terjadi gempa dan ombak besar seperti tsunami.¹⁸⁹ Sehingga

¹⁸⁶ Rery Novio, 'Kearifan Arsitektur Rumah Gadang Minangkabau Dalam Mitigasi Bencana', *Jurnal Geografi*, 5.1 (2016), 63–74.

¹⁸⁷ Novio.

¹⁸⁸ Dinas Perhubungan Aceh, 'Smong, Kearifan Lokal Untuk Mitigasi Bencana', *Dishub.Acehprov.Go.Id*, 2020, p. 1 <<https://dishub.acehprov.go.id/aceh-transit/smong-kearifan-lokal-untuk-mitigasi-bencana/>> [accessed 20 January 2023].

¹⁸⁹ Puspasari Setyaningrum, 'Smong, Kearifan Lokal Yang Selamatkan Puluhan Ribu Warga Pulau Simeulue Dari Tsunami Aceh 2004', *Kompas.Com*, 2022, p. 1 <<https://regional.kompas.com/read/2022/06/30/173811778/smong->

Smong kemudian menjadi budaya lokal yang dikenal semua kalangan di daerah Simeulue.

Berdasarkan fakta tersebut, telah membuktikan dalam komunikasi bencana sangat diperlukan pendekatan kebudayaan untuk memudahkan masyarakat memahami persis seperti apa bencana yang akan terjadi. seperti halnya Smong, yang menjadi peringatan ketika gempa dan tsunami. Smong dapat kita pahami sebagai salah satu bentuk komunikasi bencana dengan kearifan lokal. Lebih tepatnya disebut sebagai komunikasi mitigasi bencana bagi masyarakat Simeulue. Di setiap daerah tentu memiliki budayanya masing-masing yang khas yang bisa digunakan untuk menyalurkan pesan informatif, edukatif, persuasif dan instruktif dalam komunikasi bencana.

BAB V

MEDIA BENCANA DAN BENCANA MEDIA

1. Media Bencana dan Bencana Media

Tidak dapat disangkal bahwa media memiliki peran dan pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam peristiwa bencana. Peran tersebut beriringan dengan salah satu fungsi media yakni fungsi edukasi bagi masyarakat. Dalam masalah bencana, sebagaimana yang dijelaskan sebelumnya, media menjadi penting untuk mengingatkan masyarakat seputar bencana yang akan, sedang dan sudah terjadi melalui informasi yang disajikan. Maka boleh dikatakan media dengan informasi yang mereka miliki merupakan ujung tombak bangsa dalam mengurangi risiko bencana dan meningkatkan kesiapsiagaan.

Media menurut Hafied Cangara adalah alat atau sarana penyampaian pesan dari sumber pesan kepada khalayak. Dalam hal ini, Hafied Cangara menyebut panca indera manusia seperti mata dan telinga merupakan alat komunikasi dan media yang paling dominan.¹⁹⁰ Pikiran kemudian memproses pesan yang diterima dari panca indera untuk menentukan reaksi/sikapnya, baru kemudian dinyatakan dalam tindakan.

Dalam pandangan McQuail, media memiliki sifat yang mampu menjangkau jumlah masyarakat yang sangat luas. Media memiliki pengaruh untuk mempopulerkan apa saja yang terjadi. Media merupakan institusi yang hidup dalam masyarakat namun terpisah dari pemerintah.¹⁹¹ Media hidup dalam masyarakat, karena sejatinya

¹⁹⁰ Panuju.

¹⁹¹ Morissan.

media akan selalu bersentuhan dengan masyarakat sampai kapanpun. Begitu pun dengan masyarakat yang akan bergantung kepada media.

Kajian tentang media semakin banyak digemari, karena memang media sangat menarik untuk dikaji sebab memiliki kemampuan mendatangkan pengaruh besar di tengah masyarakat. Terutama persentuhan antara media dengan komunikasi, akan mengkaji bagaimana media berperan dalam lingkungannya. Bahkan media dapat dikatakan sebagai roda penggerak perubahan sosial masyarakat meskipun tidak sepenuhnya disebabkan oleh media.

Sejalan dengan pendapat McLuhan, dalam paradigma technological determinisme, memandang media menentukan dan membentuk kehidupan manusia. Bahwa media memiliki pengaruh besar bagi kehidupan masyarakat. Dengan kata lain kehidupan manusia kebanyakan ditentukan oleh media. “kita membentuk peralatan kita yang pada gilirannya membentuk kita”. McLuhan menyebut media sebagai pesan, bahwa pesan yang disampaikan media tidak lebih penting daripada media itu sendiri. Dengan pemahaman bahwa media memberikan pengaruh dan dampak dari apa yang disampaikannya.¹⁹²

Pendapatnya itu kemudian ditegaskan dengan asumsi pesan yang disampaikan media secara tidak sadar adalah pengaruh bagi orang yang menerima pesan. Media punya posisi untuk menentukan pengaruh seperti apa yang diinginkan dari pesan yang disampaikan. Oleh karenanya, McLuhan menekankan, pesan yang disampaikan melalui radio akan memberi dampak berbeda dengan pesan yang disampaikan melalui Televisi.¹⁹³

McCombs dan Shaw dalam pandangan agenda setting media menyatakan, media tidak secara langsung mempengaruhi publik. Akan tetapi dengan informasi yang terdapat pada media, publik meminta petunjuk berdasarkan informasi yang disajikan untuk mengambil tindakan yang bagaimana dalam kehidupan mereka.¹⁹⁴ Dengan demikian, publik menjadikan media sebagai kiblat untuk membuat pilihan dan tindakan apayang harus dilakukan.

¹⁹² Morissan.

¹⁹³ Morissan.

¹⁹⁴ Morissan.

Tanpa bermaksud memperlebar jarak pembahasan yang diangkat, berdasarkan pemaparan di atas kita dapat melihat dampak atau pengaruh yang diberikan media kepada publik. Bahkan manusia menjadikan media sebagai kiblat untuk bertindak dan berbuat. Maka dalam komunikasi bencana, perlu menekankan pada aspek informasi bencana yang disajikan di media dan pengaruhnya terhadap masyarakat di daerah bencana dan korban bencana.

Berkat peran luar biasa yang dimiliki media, seharusnya media tidak menjadi mengkhawatirkan. Namun bagaimana masyarakat menjadi sadar dan tahu dengan bahaya yang mengancam sehingga meningkatkan rasa kewaspadaan. Hal ini tentu untuk meminimalisir angka korban bencana beserta kerugian materi dan immateril yang disebabkan peristiwa bencana.¹⁹⁵

Namun yang sering kita lihat, media yang seharusnya memberikan edukasi dan mempengaruhi keputusan masyarakat di daerah bencana justru terjebak dalam keasyikan dengan informasi demi rating. Informasi disajikan kurang akurat kepada pembaca tanpa mempertimbangkan aspek psikologis korban bencana. Artinya media yang mengabarkan bencana menjadi bencana baru bagi masyarakat. Media seperti ini dapat dikatakan jauh dari rasa tanggung jawab sosial dan tanggung jawab moral kepada masyarakat.

Dalam konteks bencana, peran penting media dapat kita ajukan dalam tiga bentuk. Pertama, media dapat melaporkan situasi dan memberikan instruksi, terutama untuk mencegah jatuhnya korban. Kedua, memberikan edukasi, terutama dari perspektif mitigasi. Ketiga, memobilisasi bantuan, terutama untuk pekerjaan sukarela, serta dukungan untuk korban di lokasi bencana.¹⁹⁶

Seperti yang sudah kami kemukakan pada awal pembahasan, bahwa media yang mengabarkan peristiwa bencana bekerja sebelum bencana terjadi, ketika bencana terjadi dan setelah bencana terjadi. Media massa dapat digunakan sebagai saluran penyebarluasan informasi kebencanaan yang memiliki pengaruh kuat dibandingkan dengan cara penyampaian informasi secara langsung kepada masyarakat. Proses penyampaian informasi juga menjadi lebih efisien

¹⁹⁵ Bajari and others.

¹⁹⁶ Nugroho and Sulistyorini.

karena media dapat menjangkau audiens yang besar dengan siaran yang mereka miliki.

Oleh karena itu, sistem manajemen informasi bencana sangat penting agar pesan yang disampaikan media berdampak positif bagi masyarakat. Media berperan dalam proses pembangunan nasional karena menjadi salah satu dari empat pilar demokrasi. Hal ini juga berlaku ketika terjadi bencana yang mengakibatkan kerusakan yang cukup signifikan. Peran media adalah untuk mendukung proses yang terkait dengan sistem manajemen bencana, misalnya menjadi saluran komunikasi bencana, berpartisipasi dalam proses mitigasi bencana dan mendukung proses rehabilitasi korban bencana yang dilakukan pemerintah.

2. Jurnalisme Bencana

Jurnalisme di seluruh dunia berkembang secara paralel dari waktu ke waktu seiring dengan berbagai perubahan masyarakat, seperti sosial, budaya, politik, ekonomi, termasuk teknologi dan komunikasi. Jurnalistik pada awalnya diartikan dengan catatan harian, terutama pada zaman Julius Caesar. Namun kemudian berkembang pesat dengan munculnya “jurnalistik baru” pada tahun 1960-an, yaitu cara menyampaikan pesan-pesan dalam bentuk prosa.¹⁹⁷

Pada tahun 1970-an, hadirilah yang disebut jurnalisme presisi. Jurnalisme ini lebih dari kumpulan laporan atau berita yang diperlakukan sebagai laporan dengan menggunakan metode penelitian ilmu sosial. Jurnalistik terus berkembang hingga masuknya komputer dan internet. Dari jurnalisme presisi beralih lagi ke jurnalisme cyber. Yaitu kegiatan jurnalistik dan menyampaikan berita dengan menggunakan internet.¹⁹⁸

Jurnalisme dapat didefinisikan dengan segala jenis kegiatan yang digunakan untuk mencari, mengolah, dan menyusun berita dan laporan berita sehingga sampai kepada masyarakat umum atau kelompok tertentu yang menaruh perhatian khusus pada isu tertentu.

¹⁹⁷ Indiwani Seto Wahjuwibowo, *Pengantar Jurnalistik: Teknik Penulisan Berita, Artikel & Feature*, 1st edn (Tangerang: Matana Publishing Utama, 2015).

¹⁹⁸ Wahjuwibowo.

Jurnalisme juga bisa dimaknai sebagai ilmu tentang menulis, menafsirkan, mengolah dan menyebarluaskan informasi umum dan hiburan umum secara sistematis yang dapat diandalkan untuk publikasi. Atau juga dapat dipahami dengan aktifitas menyampaikan berita kepada publik.¹⁹⁹

Dengan demikian, jurnalisme dipahami dengan kegiatan yang dilakukan meliputi mencari, mengolah dan menyusun informasi menjadi berita yang mencakup berbagai isu untuk disampaikan kepada publik atau khalayak. Jurnalistik merupakan kegiatan yang dilakukan, sedangkan orang yang melakukan kegiatan jurnalistik disebut jurnalis, wartawan atau pewarta. Dalam kamus KBBI versi daring dijelaskan, wartawan adalah orang yang tugasnya mencari dan menyusun berita untuk dimuat di surat kabar, majalah, radio dan televisi.

Melalui wartawan, kegiatan jurnalistik menghasilkan sejumlah produk di antaranya surat kabar, tabloid, majalah, televisi, radio, media daring yang di dalamnya terdapat dua inti besar yakni berita dan opini. Ada pula yang memasukkan iklan sebagai hasil produk jurnalistik. Namun meskipun iklan dibuat berdasarkan prinsip jurnalistik, bagi sebagian lain mengenyampingkan iklan sebagai produk jurnalistik.²⁰⁰

Jurnalisme dalam aktivitasnya mengemban amanah sebagai penyampai informasi, mendidik, mengontrol dan menghibur dan mediasi. Dalam beberapa literatur lain disebutkan bahwa jurnalisme berfungsi untuk mempengaruhi dan menjembatani.²⁰¹ Perkembangan kegiatan jurnalistik sekarang ini telah berkembang menjadi beberapa aliran jurnalisme, diantaranya jurnalisme perang, jurnalisme pembangunan, jurnalisme warga, jurnalisme investigasi dan lain-lain. Selain itu, kiranya juga perlu menambahkan satu aliran yang sangat dekat dengan masyarakat yakni jurnalisme bencana.

Pada pembahasan ini akan difokuskan mengkaji jurnalisme bencana yang mana menjadi bagian dari komunikasi bencana.

¹⁹⁹ Haryanto Al-Fandi, *Pengantar Jurnalistik, Pengantar Jurnal Olabraga*, 1st edn (Yogyakarta: Bildung, 2021).

²⁰⁰ Al-Fandi.

²⁰¹ Dadan Suherdiana, 'Jurnalistik Kontemporer', *Jurnalistik Kontemporer*, 1 (2020), 154.

Jurnalisme bencana adalah cara pemberitaan media cetak, elektronik dan online tentang bencana. Media berperan sangat besar dalam menyampaikan informasi tentang apa, mengapa dan bagaimana bencana itu terjadi. Pada dasarnya, jurnalisme bencana dilakukan dengan cara memberitakan informasi bencana dan menyebarkanluaskannya kepada publik. Tidak hanya saat terjadi bencana, tetapi juga dari pencegahan hingga pemulihan bencana.²⁰²

Dengan demikian jurnalisme bencana memiliki tiga tugas penting dalam peristiwa bencana, yaitu menyebarkan informasi edukasi perihal pencegahan terjadinya bencana, menyebarkan informasi ketika bencana terjadi dan memberikan informasi pasca bencana terkait pemulihan di lokasi bencana. Ketiga aspek tersebut sangatlah penting, prinsip media sebagai penyebar informasi untuk mencegah terjadinya bencana merupakan salah satu dari fungsi jurnalisme itu sendiri yakni untuk mendidik dan mengontrol.

Yang kedua, jurnalisme berperan untuk menginformasikan bencana yang sedang terjadi. Pada posisi ini, informasi yang disajikan jurnalis akan mempengaruhi tindakan yang akan diambil masyarakat sewaktu-waktu terjadi bencana. Yang ketiga adalah aspek yang paling penting, yakni media menjadi bagian dari masyarakat mengawal pemulihan korban dan lokasi terjadinya bencana yang dilakukan pemerintah.

Aspek ketiga perihal penanggulangan pasca bencana ini, seringkali terabaikan oleh para jurnalis. Sebab jurnalis lebih suka melaporkan kejadian bencana-bencana terbaru. Sebut saja peristiwa tsunami, gempa hingga korban terpapar Covid-19 yang terus berjatuhan. Media memberitakan secara luas tragedi-tragedi tersebut yang terkadang tidak jarang menggunakan cerita para korban.

Untuk lebih memahaminya, kita akan membahas satu-persatu bagian dari fungsi jurnalisme bencana ini. Pertama, media berfungsi untuk mengedukasi masyarakat untuk mencegah terjadinya bencana. Jurnalisme berada dalam porsi sangat besar karena memiliki sifat penyebaran informasi yang luas. Peran yang bisa diambil jurnalistik itu berkisar tentang pencegahan, evaluasi dan kesiapsiagaan publik untuk menghadapi bencana.

²⁰² Bajari and others.

Informasi yang tepat dan benar yang disajikan jurnalis dapat mengurangi resiko bencana bagi pihak yang rentan bencana. Namun yang lebih penting adalah bagaimana media mampu menjadi yang terdepan menyampaikan informasi menjaga lingkungan sekitar agar kerusakan alam tidak mendatangkan bencana.²⁰³ Beberapa contoh tentang menjaga lingkungan sekitar ini dapat ditelusuri di berbagai media yang tersebar di tengah masyarakat saat ini.

Seperti pemberitaan yang dimuat di portal berita Suara.com berjudul “aksi penanaman 1000 mangrove di pesisir pantai Aceh”.²⁰⁴ Kemudian berita berjudul “jalin rangkaian estafet peduli bumi, asuransi Astra gelar kegiatan peduli lingkungan dan pendidikan vokasi”.²⁰⁵ Berita lainnya seperti yang dimuat di media Sindonews.com berjudul “hari gerakan sejuta pohon dunia, GMC NTT tanam 5000 bibit pohon”.²⁰⁶ Berita-berita tersebut dapat dinilai sebagai edukasi bagi masyarakat agar peduli lingkungan yang akan berdampak terhadap kelestarian lingkungan dan memperlambat bencana terjadi.

Kedua, jurnalisisme memegang kendali atas informasi peristiwa bencana yang sedang terjadi. Pada saat terjadi bencana, jurnalsme berperan dalam menyediakan informasi yang relevan dan tepat waktu. Selain itu, masyarakat berhak mengetahui besaran bencana, kondisi dan situasi terkini, risiko, jumlah orang hilang, penyelamatan dan bantuan darurat. Media juga berperan dalam memberikan saran tentang operasi, evakuasi, petunjuk di lokasi bencana seperti

²⁰³ Bajari and others.

²⁰⁴ Oke Atmaja, ‘Aksi Penanaman 1000 Mangrove Di Pesisir Pantai Aceh’, *Suara.Com*, 2022, p. 1 <<https://www.suara.com/foto/2022/08/07/173813/aksi-penanaman-seribu-mangrove-di-kawasan-pesisir-aceh>> [accessed 1 January 2023].

²⁰⁵ Ukirsari Manggalani, ‘Jalin Rangkaian Estafet Peduli Bumi, Asuransi Astra Gelar Kegiatan Peduli Lingkungan Dan Pendidikan Vokasi?’, *Suara.Com*, 2022, p. 1 <<https://www.suara.com/otomotif/2022/10/14/193617/jalin-rangkaian-estafet-peduli-bumi-asuransi-astra-gelar-kegiatan-peduli-lingkungan-dan-pendidikan-vokasi>> [accessed 16 January 2023].

²⁰⁶ Puguh Hariyanto, ‘Hari Gerakan Sejuta Pohon Se-Dunia, GMC NTT Tanam 5.000 Bibit Pohon’, *Sindonews.Com*, 2023, p. 1 <<https://daerah.sindonews.com/read/992895/174/hari-gerakan-sejuta-pohon-se-dunia-gmc-ntt-tanam-5000-bibit-pohon-1673420509>> [accessed 16 January 2023].

ketersediaan air bersih bagi masyarakat, perawatan korban, bantuan medis dan darurat, serta dukungan dan kenyamanan korban.²⁰⁷

Liputan jurnalistik ketika bencana ini dapat kita lihat juga di berbagai media. Seperti di situs medcom.id, berita berjudul “BPBD Padang Pariaman catat 14 lokasi bencana”.²⁰⁸ Di media detik.com dengan judul berita “banjir dan longsor di Padang Pariaman, 2 tewas dan 5 luka berat”.²⁰⁹ Kemudian berita berjudul “Gunung Kerinci masih erupsi, tinggi kolom abu 600 meter”.²¹⁰ Contoh berita yang penulis cantumkan tersebut merupakan kegiatan jurnalisme yang menggambarkan situasi terbaru lokasi bencana, korban bencana dan status bahaya bencana yang sedang terjadi. Ini merupakan contoh kongkrit bagaimana jurnalisme mengambil peran ketika bencana terjadi agar diketahui oleh publik.

Yang ketiga, jurnalisme pasca bencana. Dalam kondisi pasca bencana, jurnalisme dapat memainkan peran yang lebih besar. Masa rehabilitasi di wilayah pasca bencana diartikan sebagai tindakan perbaikan lingkungan di daerah bencana, peningkatan prasarana dan sarana umum, pemberian bantuan perbaikan rumah masyarakat, pemulihan psikososial, pelayanan kesehatan, rekonsiliasi dan resolusi konflik, revitalisasi sosial, ekonomi dan budaya, memulihkan keamanan dan ketertiban, pemulihan fungsi negara, dan pemulihan pelayanan publik.²¹¹

Pada titik ini, media melalui pemberitaan yang tepat dapat mendukung penyediaan bantuan keuangan, teknis dan material dengan menilai kebutuhan para korban, perlindungan, kredit mikro

²⁰⁷ Nugroho and Sulistyorini.

²⁰⁸ Tim Medcom, ‘BPBD Padang Pariaman Catat Ada 44 Lokasi Bencana’, *Medcom.Com*, 2023, p. 1 <<https://www.medcom.id/nasional/daerah/8koZxOrb-bpbd-padang-pariaman-catat-ada-44-lokasi-bencana>> [accessed 25 January 2023].

²⁰⁹ Jeka Kampai, ‘Banjir-Longsor Di Padang Pariaman, 2 Tewas Dan 5 Luka Berat’, *Detik.Com*, 2023 <<https://www.detik.com/sumut/berita/d-6532095/banjir-longsor-di-padang-pariaman-2-tewas-dan-5-luka-berat>> [accessed 25 January 2023].

²¹⁰ Ferdi Almunanda, ‘Gunung Kerinci Masih Terus Erupsi, Tinggi Kolom Abu 600 Meter’, *Detik.Com*, 2023 <<https://www.detik.com/sumut/berita/d-6511387/gunung-kerinci-masih-terus-erupsi-tinggi-kolom-abu-600-meter>> [accessed 17 January 2023].

²¹¹ Susanto and others.

dan pasokan medis. Selain itu, informasi yang akurat juga berguna untuk memantau proses rekonstruksi yang direncanakan oleh pemerintah, BNPB, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), dan lembaga swadaya masyarakat.

Sebagai contoh, berita yang dimuat di website berita Kompas.com berjudul “pemerintah pastikan bangun rumah korban gempa Cianjur”.²¹² Kemudian berita berjudul “korban gempa Cianjur dapat bantuan renovasi rumah Rp 50 juta”.²¹³ Berita lainnya seperti di portal Antaraneews.com berjudul “pemerintah bangun 3.050 hunian korban gempa di Sulteng 2021-2022”.²¹⁴ Kemudian pemberitaan dari Tempo.co berjudul “ini alasan pemerintah tak bangun huntara di lokasi bencana NTT”.²¹⁵ Aktivitas jurnalisme tersebut dapat dipahami dengan jurnalisme pasca bencana. Yang mana jurnalisme mengambil peran menindaklanjuti kebijakan pemerintah terhadap korban bencana.

Dikarenakan posisi penting yang dipegang jurnalis dalam peristiwa bencana tersebut, jurnalis diharapkan mampu menerapkan jurnalisme positif dalam peliputan bencana. Berita tidak hanya menampilkan realitas yang tampak, tapi berpedoman kepada kode etik jurnalistik, dikaji melalui berbagai sudut pandang, berbagai sumber kredibel, mendalam, dan santun.²¹⁶ Sehingga berita bagi

²¹² Sekar Ayu, ‘Pemerintah Pastikan Bangun Baru Rumah Korban Gempa Cianjur’, *Kompas.Com*, 2022, p. 2
<<https://www.kompas.com/properti/read/2022/11/23/150000621/pemerintah-pastikan-bangun-baru-rumah-korban-gempa-cianjur>> [accessed 17 January 2023].

²¹³ Thefanny, ‘Warga Terdampak Gempa Cianjur Dapat Bantuan Renovasi Rumah Rp 50 Juta’, *Kompas.Com*, 2022
<<https://www.kompas.com/properti/read/2022/11/22/190000621/warga-terdampak-gempa-cianjur-dapat-bantuan-renovasi-rumah-rp-50-juta>> [accessed 17 January 2023].

²¹⁴ Adha Nadjemuddin, ‘Pemerintah Bangun 3.050 Hunian Korban Gempa Di Sulteng Pada 2021-2022’, *Antara.Com*, 2020, pp. 1–2
<<https://www.antaraneews.com/berita/1941476/pemerintah-bangun-3050-hunian-korban-gempa-di-sulteng-pada-2021-2022>> [accessed 17 January 2023].

²¹⁵ Budiarti Utami, ‘Ini Alasan Pemerintah Tak Akan Bangun Huntara Di Lokasi Bencana NTT’, *Tempo.Co*, 2021, p. 1
<<https://nasional.tempo.co/read/1450222/ini-alasan-pemerintah-tak-akan-bangun-huntara-di-lokasi-bencana-ntt>>.

²¹⁶ Berita Satu, *Jurnalisme Positif*, 1st edn (Jakarta: Berita Satu Holdings, 2012).

pembaca, mampu memberikan rasa optimis ketika akan menghadapi, sedang menghadapi dan setelah menghadapi bencana. Bukan sebaliknya, berita yang disampaikan jurnalis menimbulkan kegaduhan dan membuat situasi semakin parah.

3. Hoaks di Tengah Bencana

Konten-konten berbau hoaks membanjiri jagat maya kita sekarang ini. Setiap hari penyebaran informasi hoaks di media sosial silih berganti tersebar di berbagai platform media sosial, di Youtube, Instagram, Twitter, Telegram, WhatsApp dan lain-lain. Penyebabnya adalah minimnya literasi kita sebagai manusia bangsa. Kita lebih bangga membagikan konten-konten yang ditemukan di jagat maya tanpa peduli dengan kebenarannya.

Sebuah ungkapan menarik pernah diucapkan oleh pengamat politik Indonesia, Rocky Gerung. Kira-kira bunyinya begini, “naikkan IQ anda, maka hoaks akan turun”.²¹⁷ Rocky Gerung secara implisit mengatakan bahwa hoaks terjadi disebabkan kurangnya kemampuan akal menalar dan memverifikasi kebenaran informasi. Hoaks secara bahasa berasal dari Bahasa Inggris yaitu hoax. Sedangkan dalam Bahasa Indonesia, kata baku atau resmi diakui adalah hoaks bukan hoak atau hoax. Hoaks menurut KBBI bermakna informasi bohong.²¹⁸ Sedangkan dalam kamus Bahasa Inggris Oxford, hoaks disebutkan dengan kebohongan yang dibuat dengan tujuan jahat. Dengan demikian hoaks adalah informasi yang dibangun dengan nilai ketidakbenaran dan kebohongan.²¹⁹

Menurut Pellegrini, hoaks adalah sebuah kebohongan yang dikarang sedemikian rupa oleh seseorang dengan tujuan untuk mengalihkan perhatian orang lain dari kebenaran dengan maksud untuk kepentingan pribadi. Sedangkan Silverman menyebutkan hoaks

²¹⁷ Jakarta Satu, ‘Tentang Hoax, ROCKY GERUNG: GAMPANG! NAIKKAN IQ ANDA DAN HOAX AKAN TURUN’, *Jakartasatu.Com*, 2017, p. 1 <<https://jakartasatu.com/2017/08/29/tentang-hoax-rocky-gerung-gampang-naikkan-iq-anda-dan-hoax-akan-turun/>> [accessed 18 January 2023].

²¹⁸ KBBI, ‘Makna Hoaks’, *KBBI.Web.Id*, p. 1 <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/hoaks>> [accessed 18 January 2023].

²¹⁹ Janner Simarmata and others, *Hoaks Dan Media Sosial*, 1st edn (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019).

sebagai rangkaian informasi yang secara sengaja disatukan dari informasi yang sebenarnya untuk kemudian dijual sebagai kebenaran.²²⁰

Menurut cendekiawan Lynda Walsh dalam bukunya *Sins Against Science*, hoaks merupakan ungkapan bahasa Inggris yang muncul setelah Era Industri atau sekitar tahun 1808. Namun diyakini bahwa asal mula kata hoaks sudah ada sejak ratusan tahun sebelumnya. Kata itu mungkin berasal dari hocus, yang berarti trik atau mengelabui, dan merupakan bentuk singkat dari hocus pocus, sejenis mantra yang sering digunakan dalam pertunjukan sulap seperti "Simsalabim".²²¹

Di sisi lain, dalam buku *Museum of Hoaxes*, Alexander Boese menyatakan bahwa hoaks pertama kali adalah almanak atau kalender palsu yang dibuat pada tahun 1709 oleh Isaac Bickerstaff alias Jonathan Swift. Saat itulah dia meramalkan kematian peramal John Partridge. Untuk meyakinkan publik, Swift bahkan membuat obituari palsu untuk Partridge tentang hari kematiannya. Dengan melakukan itu, dia memalsukan informasi tersebut untuk mempermalukan Partridge di depan umum. Akibatnya, Partridge berhenti membuat almanak astrologi hingga enam tahun setelah pemalsuan itu diketahui publik.²²²

Pada tahun 1835, penyair dan penulis romantis Amerika Edgar Allan Poe menerbitkan hoaks yang terkenal; sebuah petualangan tak tertandingi oleh tentang seorang pria yang terbang ke bulan dengan balon udara panas dan tinggal di sana selama 5 tahun.²²³ Kemudian yang terkenal pula dalam sejarah hoaks adalah skandal Profesor Alan Sokal. Pada edisi ke-46/47 Spring-Summer 1996, *Social Text*, sebuah jurnal ternama di Amerika Serikat, mempublikasikan paper berjudul *Transgressing the Boundaries: Towards a Transformative Hermeneutics of Quantum Gravity*. Paper sepanjang 39 halaman itu ditulis Alan Sokal,

²²⁰ Simarmata and others.

²²¹ Lynda Walsh, *Sins Against Science The Scientific Media Hoaxes Of Poe, Twain and Others* (New York, USA: State University Of New York Press, 1971).

²²² Simarmata and others.

²²³ Nicholas DiFonzo and Prashant Bordia, 'Reproduced with Permission of the Copyright Owner . Further Reproduction Prohibited Without', *Journal of Allergy and Clinical Immunology*, 130.2 (1998), 556.

seorang profesor fisika di New York University dan profesor matematika di University College London.²²⁴

Beberapa minggu kemudian, pada 15 April 1996, dalam sebuah esai yang diterbitkan di *Lingua Franca* berjudul *Physicist Experiments with Cultural Studies*, tanpa diduga Alan Sokal mengungkapkan bahwa artikelnya yang dimuat di *Social Text* hanyalah sebuah parodi untuk mengejek para pemikir postmodern. Dengan kata lain, paper itu adalah hoaks.²²⁵ Maka pemahaman yang dapat kita tarik adalah, hoaks merupakan informasi yang sudah pasti berisi kebohongan yang ditujukan untuk menipu dan mengambil keuntungan secara personal berdasarkan kebohongan yang disebarkan tersebut.

Hoaks di zaman informasi sekarang ini begitu sangat mudah disebarkan dan bisa terjadi dalam lingkup apa saja. Berkaca kepada sejarah-sejarah hoaks tersebut, hoaks bisa terjadi di bidang pendidikan, agama, sosial ekonomi, politik dan bahkan kejadian bencana. Sesuai dengan fokus pembahasan pada tulisan ini, yaitu hoaks dalam peristiwa bencana. Bencana sebagai suatu peristiwa yang dialami manusia di muka bumi ini begitu rawan disusupi hoaks, sehingga menimbulkan kecemasan bahkan tidak menutup kemungkinan akan menimbulkan gejolak ditengah masyarakat.

Dewan Pers Indonesia memberikan sejumlah kriteria untuk menjelaskan bahwa sebuah informasi tersebut merupakan informasi hoaks:²²⁶

1. Mengakibatkan kecemasan, kebencian, dan permusuhan.
2. Sumber informasi atau berita tidak jelas. Berasal dari media yang tidak kredibel yang menyajikan informasi dengan tidak berimbang dan cenderung memojokkan satu pihak.
3. Berisi provokasi, fanatisme suatu ideologi, menyembunyikan fakta dan data yang sesungguhnya.

Hoaks di tengah kondisi bencana memanglah suatu yang ironi, sebab bencana yang telah menimbulkan kerugian bagi masyarakat harus diikuti dengan informasi sesat yang tidak mengenakkan. Hoaks

²²⁴ Victor Grech, 'Write a Scientific Paper (WASP): Academic Hoax and Fraud', *Early Human Development*, 129.xxxx (2019), 87–89 <<https://doi.org/10.1016/j.earlhumdev.2018.12.005>>.

²²⁵ Grech.

²²⁶ Walsh.

bencana begitu sangat krusial sebab bisa menimbulkan rasa panik, cemas bahkan membuat masyarakat yang menjadi korban bencana terprovokasi.

Masalah hoaks di tengah sengkabut situasi bencana begitu disadari oleh pihak yang berwenang dalam menangani bencana di Indonesia, Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB). BNPB bersama Kementerian Komunikasi Informatika dan Kepolisian dalam beberapa poster yang tersebar di internet menyampaikan pesanantisipasi hoaks dengan slogan “bencana bukan bahan candaan”. BNPB mengimbau masyarakat ntuk mendapatkan informasi resmi data bencana. Kemudian juga memberantas hoaks di media sosial dengan cara menyebarkan informasi resmi yang dirilis pemerintah.²²⁷

BNPB menilai, seharusnya masyarakat yang sedang menghadapi bencana dibuat tenang, bukan ditambah resah dengan informasi yang tidak pasti. Oleh karena itu di tengah kondisi bencana BNPB membeberikan sejumlah langkah antisipasi agar masyarakat terhindar dari kabar hoaks. Beberapa langkah tersebut yakni siap siaga melalui media kredibel dan terdekat dengan lokasi kejadian bencana. Yang kedua memberikan data akurat bencana yang terjadi melalui media sosial oleh pihak yang berkompeten, seperti lembaga pemerintah BNPB, BMKG atau lembaga swasta yang secara khusus bergerak menangani bencana. Dan yang ketiga yaitu memberikan tindakan hukum bagi pelaku penyebar hoaks.²²⁸

Sedangkan Kemenkominfo, dalam memerangi hoaks di tengah bencana, sejak 2018 lalu melakukan monitoring informasi bencana yang dinilai hoaks. Disamping itu pemerintah pun telah membuat undang-undang untuk menjerat penyebar berita hoaks dengan Undang-Undang ITE pasal 35 bagi pelaku yang membuat kepanikan dan negara tidak aman. Kemudian juga dengan peraturan UU Nomor 1 Tahun 1946 bagi pelaku penyebar berita bohong dengan tujuan menakut-nakuti dengan sanksi hukum yang mengikutinya.²²⁹

²²⁷Andrean W Finaka, ‘Sinergi Tanggulasi Hoax Bencana’, *Indonesiabaik.Id*, 2019, p. 1 <<https://indonesiabaik.id/infografis/sinergi-tanggulasi-hoax-bencana>> [accessed 18 January 2023].

²²⁸Finaka.

²²⁹Kemenkominfo, ‘Penyebaran Hoax Di Tengah Bencana Alam Indonesia’, *Kominfo.Go.Id*, 2018, p. 1 <<https://aptika.kominfo.go.id/2018/10/penyebaran-hoax-di-tengah-bencana-alam-indonesia/>> [accessed 18 January 2023].

Berikut ini beberapa contoh hoaks yang pernah terjadi di beberapa waktu Indonesia berduka akibat bencana:

1. Hoaks kenaikan jumlah kasus Covid-19 di Surabaya (https://www.kominfo.go.id/content/detail/37537/hoaks-kasus-positif-covid-19-di-surabaya-naik/0/laporan_isu_hoaks)
2. Berita hoaks surutnya air laut pantai Pangandaran karena gempa (<https://www.kompas.tv/article/359911/hoaks-air-laut-pantai-pangandaran-surut-akibat-gempa-cianjur-news-or-hoax>).
3. Hoaks berita warga Bali panik isu tsunami di Buleleng (<https://www.kompas.tv/article/359911/hoaks-air-laut-pantai-pangandaran-surut-akibat-gempa-cianjur-news-or-hoax>).
4. Hoaks video klaim rekaman suara black box Lion Air JT 610 (<https://www.kompas.com/tren/read/2021/05/08/151500165/-hoaks-video-diklaim-rekaman-suara-black-box-lion-air-jt-610?page=all>).

Itulah beberapa contoh dari kasus hoaks seputar kejadian bencana di Indonesia. Berdasarkan data yang dimuat di media *Tempo.co*, dari tahun 2018 hingga awal 2022 merujuk data yang dikeluarkan Kominfo, terdapat 9.546 kasus hoaks. Kemudian ditambah dengan kasus ujaran kebencian dan penipuan.²³⁰

²³⁰ Fransisca Christy, 'Hingga Awal 2022, Kominfo Temukan 9.546 Hoaks Di Internet', *Tempo.Co*, 2022 <<https://bisnis.tempo.co/read/1558213/hingga-awal-2022-kominfo-temukan-9-546-hoaks-di-internet>> [accessed 18 January 2023].

BAB VI

SEBUAH PENELITIAN KOMUNIKASI BENCANA

Pada bagian bab VI ini diuraikan sebuah contoh penelitian komunikasi bencana. Penelitian dengan tema pembahasan adalah “Sinergi Komunikasi Pemerintah Dengan Tokoh Adat Dalam Menyukseskan Program Vaksinasi Untuk Penanggulangan Pandemi Covid-19 di Sumatera Barat”.

Penelitian ini dilakukan oleh empat orang. Masing-masing Irta Sulastri, Rahima Zakia, Ghina Novarisa dan Muhammad Khairul Husen.

Berikut ini diuraikan penelitian sederhana dalam penanggulangan pandemic Covid-9 yang menggemparkan dunia pada awal tahun 2020 lalu.

“Sinergi Komunikasi Pemerintah Dengan Tokoh Adat Dalam
Menyukseskan Program Vaksinasi Untuk Penanggulangan
Pandemi Covid-19 di Sumatera Barat”

Irta Sulastri
Rahima Zakia
Ghina Novarisa
Muhammad Khairul Husen

Abstrak

Vaksinasi merupakan faktor determinan dalam menanggulangi Covid-19 dan herd immunity. Pelaksanaan vaksin sebagai salah satu bentuk kebijakan implementasi topdown yang tersentralisasi dari sitem pemerintah harus direalisasikan. Di Sumatera Barat data September 2021 70 % penduduk belum mendapatkan vaksin dosis 1 dan 2. Masyarakat meragukan, enggan, bahkan menolak untuk ikut berpartisipasi dalam kebijakan vaksinasi karena alasan politik, agama, dan kesehatan. Menyikapi hal ini, Pemerintah Sumatera Barat lebih fokus melakukan sosialisasi dan edukasi dengan bersinergi bersama Tungku Tigo Sajarangan yang terdiri dari Niniak Mamak, Cadiak Pandai dan Alim Ulama yang tergabung dalam Lembaga Kerapatan Adat Nagari. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemerintah, tokoh adat dan alim ulama, sedangkan sumber skunder diperoleh dari observasi dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah melibatkan semua unsur OPD dan tokoh masyarakat seperti Ninik mamak, Alim Ulama, Cadiak Pandai, Bundo Kandung, dan Pemuda dalam menyukseskan program vaksinasi covid19. Masing-masing berperan sebagai eksekutor, motivator, edukator, dan peran pendampingan. Pesan dari tokoh adat dan tokoh agama lebih menekankan pesan kerifan lokal dalam mayakinkan vaksin untuk meningkatkan herd immunity.

A. Pendahuluan

Vaksin adalah salah satu implikasi dari Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Status bencana non-Alam Covid-19 sebagai bencana nasional. Untuk menanggulangi covid 19 penting bagi kita untuk membangun kekebalan kelompok pada tubuh atau yang disebut *herd immunity*. Hal tersebut dapat dicapai atau didapatkan melalui vaksinasi. Vaksinasi adalah proses di dalam tubuh, dimana seseorang menjadi kebal atau terlindungi dari suatu penyakit. Vaksinasi bertujuan untuk memutus rantai penularan penyakit dan menghentikan wabah,

selain itu juga dalam jangka panjang untuk mengeliminasi bahkan mengeradikasi(menghilangkan) penyakit itu sendiri ²³¹.

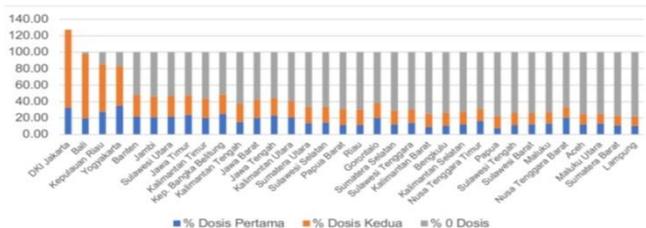
Kompas edisi Juli 2021 menyatakan berdasarkan data Kementerian Kesehatan (Kemenkes), masih ada 33 persen warga Indonesia yang menolak dan tidak yakin dengan vaksin Covid-19. (Rosa, 2021). Sementara itu Lembaga Indikator Politik Indonesia merilis hasil survei evaluasi publik terhadap kinerja penanganan pandemi, vaksinasi. Ditemukan bahwa mayoritas publik yaitu 56,9% sangat tidak bersedia melakukan vaksinasi covid-19 (Utami, 2021). Alasannya yang paling umum yang mendasari kekhawatiran dampak lain atau efek samping yang ditimbulkan oleh vaksin yang sudah disuntikan. Rinciannya, 39,9% responden mengaku kurang bersedia divaksin corona, sementara 16,9% lainnya sangat tidak bersedia.

Berdasarkan data laporan mingguan penanganan covid 19 24-30 September 2021, Data litbangkes yang menyatakan 24,8% masyarakat di Sumatera Barat yang sudah di vaksinsn. Lebih dari 70% penduduknya belum mendapatkan vaksin dosis 1 dan 2. Data yang bersumber dari kementrian Kesehatan melalui website vaksin.kemenkes.go.id., dari sebanyak 4.408.509 jiwa target vaksinasi, yang mendapatkan vaksin dosis 1 baru sebanyak 1.093.734 jiwa dengan pencapaian 24,8%. Sementara untuk dosis ke-2, baru mendapatkan 558.601 jiwa atau dengan pencapaian 12,67% ²³². Hal ini tentu jauh dari target pemerintah ²³³. Hal ini lah yang menjadi salah satu faktor rapor merah untuk Sumatera Barat dalam penanganan Covid 19, terutama kota Padang. Hal ini tentu jauh dari target pemerintah. Bisa dilihat pemetaan vaksinasi di Indonesia sebagai berikut;

²³¹ Fitriani Pramita Gurning and others, 'Kebijakan Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19 Di Kota Medan Tahun 2020', *Jurnal Kesehatan*, 10.1 (2021), 43–50.

²³² 'Vaksin Dashboard'.

²³³ 'Vaksin Dashboard'.



Gambar 6. Sasaran Vaksinasi (per 30 September 2021)

Keterangan:
 % dosis kedua : persentase penduduk yang sudah mendapatkan vaksin dosis ke satu dan dua.
 % dosis pertama : persentase penduduk yang baru mendapatkan vaksin dosis ke satu.
 % 0 dosis : persentase penduduk yang belum mendapatkan vaksin berdasarkan target.

Gambar 1. Sasaran Vaksinasi (per 30 September 2021)

Sumber; (Litbangkes, 2021)

Peraturan Menteri Kesehatan (PMK) No. 84 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Vaksin adalah salah satu bentuk kebijakan implementasi *top-down*. Kebijakan tersebut tersentralisasi dari level pemerintah pusat kemudian kepada pemerintahan provinsi, selanjutnya diteruskan di level bawahnya seperti kabupaten atau kota dan selanjutnya. Pada implementasinya diberlakukan ultimatum remedium yaitu adanya pemberian sanksi untuk masyarakat yang menolak vaksinasi. Seperti Peraturan Presiden Nomor 14 tahun 2021 tentang pengadaan vaksin dan pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi Covid 19. Setiap orang yang ditetapkan sebagai sasaran penerima vaksin covid-19 berdasarkan data Kementerian Kesehatan wajib mengikuti vaksinasi covid-19. Bagi yang belum melaksanakan dikenakan sanksi administrative berupa penundaan atau penghentian pemberian jaminan atau bantuan sosial, penundaan atau penghentian layanan administrasi pemerintahan dan/atau denda²³⁴.

Faktanya, Masih banyak masyarakat meragukan dan takut bahkan menolak keras untuk divaksin, dan banyak juga masyarakat yang mempertanyakan vaksin adalah hak atau kewajiban. Ada beberapa hal yang dapat dijadikan alasan kenapa masyarakat enggan untuk ikut berpartisipasi dalam kebijakan pemerintah, diantaranya yaitu politik, agama, dan kesehatan. Sudut pandang

²³⁴ Alihusman, 'SANKSI MENOLAK VAKSINASI ANTARA HAK DAN KEWAJIBAN', 2021.

politik melihat karena adanya ketidakpercayaan terhadap pemerintah dan menganggap bahwa Covid-19 dan vaksinasi merupakan propaganda pemerintah. Perspektif lainnya adalah agama karena adanya sikap fatalistik dalam menghadapi situasi, preferensi tokoh agama yang juga menolak vaksin, dan kepercayaan bahwa vaksin Covid-19 mengurangi keimanan. Dan dari sudut pandang Kesehatan, dimana ada keraguan terhadap kehandalan dan keamanan vaksin.

Sebelum adanya sanksi pidana, pemerintah harus terlebih dahulu mengutamakan pemberian edukasi dan pendekatan kemanusiaan kepada masyarakat terkait program vaksinasi Covid-19 dengan melibatkan berbagai pihak tentang pentingnya vaksinasi. Sejalan dengan hal tersebut, selain pemerintahan pusat dan daerah, Sumatera Barat merupakan wilayah kekuasaan Minangkabau. Dimana masyarakat juga memiliki tungku Tigo Sajarangan sebagai institusi informal merupakan kelompok strategis yang dapat memainkan perannya tidak hanya dalam urusan adat istiadat di Minangkabau. *Tungku tigo sajarangan* adalah tokoh adat yang terdiri dari Niniak Mamak, Cadiak Pandai dan Alim Ulama yang tergabung dalam wadah Kerapatan Adat Nagari tersebut juga berfungsi sebagai *intermediary* dalam menjembatani kepentingan masyarakat dengan pemerintah daerah ²³⁵.

Sebagai perangkat yang didengarkan dan diikuti oleh masyarakat, tokoh adat tungku tigo sajarangan ini hendaknya memberikan peran dalam kebijakan vaksinasi covid 19 yang digalakkan pemerintah saat ini. Pemerintah daerah Sumatera Barat dan Tigo tungku Sajarangan ini hendaknya bersinergi berkomunikasi satu sama lain dalam menyukseskan program ini. Komunikasi pemerintah daerah dan tokoh adat dalam mengedukasi masyarakat hendaknya dapat bersinergi sehingga proses vaksinasi. Oleh karena itu, penting untuk meneliti model yang digunakan pemerintah dan tokoh adat dalam melakukan sosialisasi, menyampaikan informasi dan mengedukasi masyarakat

²³⁵ Pinto Buana Putra and Hadriyanus Suharyanto, 'Revitalisasi Karakter Indigenos Kebijakan Publik Minangkabau: Peran Tungku Tigo Sajarangan Dalam Perumusan Kebijakan Publik Di Kabupaten Agam, Sumatera Barat' (Universitas Gajah Mada, 2018).

untuk menyukseskan program vaksin. Adapun yang menjadi rumusan masalah penelitian ini, mengungkap dan menganalisis Sinergi komunikasi pemerintah dengan tokoh adat dalam menyukseskan program vaksinasi untuk penanggulangan pandemi Covid-19 di Provinsi Sumatera Barat.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Implementasi Kebijakan Vaksinasi Covid-19 Di Kota Surabaya. Oleh RB M. Akbar T. A. P., Diaz Virdani, Kiki Darma Kasih dan Lukman Arif, dipublikasikan Journal Publicuho Volume 4 Number 2 (May-Juli, 2021). Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan implementasi kebijakan vaksinasi Covid-19, ditemui faktor yang mendukung dan penghambat serta upaya mengatasinya di Kota Surabaya. Pendekatan yang digunakan dalam teori yaitu Implementasi kebijakan George C. Edward III. Dalam penelitian memakai metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data melalui wawancara dan Pengamatan. Analisis data tekniknya pada penelitian ini mencakup mengumpulkan data, data di kondensasi, data penyajian, dan kesimpulan ditarik selaras model Miles-Huberman. Hasilnya penelitian menunjukkan Pelaksanaan kebijakan vaksinasi Covid-19 di Kota Surabaya pada realitanya menemukan sejumlah masalah dalam pelaksanaan Vaksinasi Covid-19 di Surabaya antara lain realisasi vaksin kepada sasaran jauh dari target yang ditetapkan, keengganan calon penerima vaksin menginformasikan penyebab ketidakhadirannya kepada petugas fasilitas Kesehatan, kurang aktifnya kelompok sasaran calon penerima vaksin untuk datang sesuai jadwal yang ditetapkan. Penyebab lainnya yang tak kalah penting adalah kurang sinkronnya data calon penerima vaksin yang diperoleh fasilitas kesehatan sebagai penyelenggara, karena beberapa diantaranya data yang masuk terdapat calon penerima vaksin yang merupakan penyintas, bahkan beberapa lainnya ditemukan telah melakukan vaksinasi ditempat lain. Maka, sosialisasi dari pemerintah daerah mengenai implementasi kebijakan vaksinasi Covid-19 di Kota Surabaya menjadi penting dilakukan dan memberikan edukasi. Oleh karena itu, peneliti menyarankan melakukan adanya perbaikan

dan sinkronisasi terhadap data calon penerima vaksin, supaya penerima vaksin terpantau dengan baik dan terpadu (Asyafin et al., 2021). Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan, dimana penelitian ini sama-sama mengkaji implementasi kebijakan vaksin covid 19. Namun penelitian yang dilakukan menganalisis komunikasi pemerintah dengan tokoh adat serta membahas sinergi komunikasi pemerintah dengan tokoh adat dalam menyukseskan program vaksinasi covid 19 di Sumatera Barat.

2. Peranan Tokoh Masyarakat Lokal dalam Pembangunan Kesejahteraan Sosial. Oleh Ahmad Suhendi tahun 2013 pada Sosio Informa. Artikel ini untuk memberikan informasi yang lebih komprehensif kepada pemerintah daerah sebagai pengguna model, pemangku kepentingan, instansi terkait di bawah Kementerian Sosial, dan pengambil kebijakan terkait masalah kesejahteraan sosial secara langsung. Secara umum diketahui bahwa penelitian yang dilakukan akan bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan perwakilan lembaga sosial dalam menggali potensi dan sumber daya, dan memecahkan masalah kesejahteraan sosial setempat. Hal ini dapat terjadi karena peran tokoh masyarakat setempat adalah proaktif dalam melaksanakan pembangunan kesejahteraan sosial di lingkungannya. melalui penelitian inilah lahir Kelompok Kerja Ketahanan Sosial Masyarakat (Pokja Tansosmas) yang dibentuk dari dan oleh pranata sosial itu sendiri untuk menangani berbagai masalah kesejahteraan sosial lokal (Suhendi, 2013). Penelitian ini sama-sama membahas peran tokoh masyarakat dalam program pemerintah. Namun penelitian sebelumnya membahas peran tokoh masyarakat dalam pembangunan kesejahteraan social, sementara penelitian yang dilakukan adalah menganalisis sinergi peran pemerintan dan tokoh adat dalam menyukseskan program vaksinasi covid 19 di Sumatera Barat.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dan menganalisis sinergi komunikasi pemerintah dengan tokoh adat dalam menyukseskan program vaksinasi untuk penanggulangan peandemic Covid-19 di umatera Barat. Metode yang digunakan

adalah kualitatif. Menurut ²³⁶. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang otentik mengenai pengalaman-pengalam informan. Peneliti menjadi instrumen penelitian yang harus terjun langsung ke lapangan ²³⁷. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah jenis deskriptif, yang mana jenis ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu.

Terdapat dua sumber data dalam penelitian ini, yakni data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat melalui wawancara mendalam terhadap fenomena yang berkaitan dengan bagaimana sinergi komunikasi pemerintah dengan tungku tigo sajarangan dalam melaksanakan program vaksinasi COVID 19 di Sumatera Barat. Sumber primer pada penelitian ini adalah pemerintah, tokoh adat dan alim ulama yang berperan dalam melaksanakan program vaksinasi Covid-19 di wilayah Sumatera Barat. Data sekunder didapat dari observasi dan dokumentasi untuk menguatkan data yang didapatkan dari wawancara mendalam., observasi dan dokumentasi bisa dijadikan data triangulasi sebagai pembanding dan validitas data (Riduwan, 2003).

Berdasarkan temuan data di lapangan, kemudian dilakukan analisis data menggunakan tiga tahapan analisis yang terdapat dalam teknik analisis data Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2008) atau yang juga disebut teknik analisis interaktif. Tiga tahapan tersebut yaitu reduksi data; merangkum, memilih hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, sehingga data dapat memberikan gambaran yang lebih jelas. Kemudian penyajian data; serangkaian aktivitas mengorganisasikan data, yakni menjalin (kelompok) data yang satu dengan (kelompok) data yang lain sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan. Dan yang terakhir pengujian dan penarikan kesimpulan; aktivitas mengkonfirmasi, mempertajam, atau merevisi kesimpulan-kesimpulan yang telah dibuat untuk sampai

²³⁶ Deddy M A Mulyana, *Metode Penelitian Komunikasi: Contob-Contob Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis* (PT Remaja Rosdakarya, 2013).

²³⁷ (Pawito,2008)

pada kesimpulan akhir berupa proposisi-proposisi ilmiah mengenai gejala atau realitas yang telah diteliti.

D. Pembahasan

1. Kompetensi komunikasi pemerintah dengan tokoh adat dalam menyukseskan program vaksinasi

Keterampilan komunikasi berkaitan dengan kemampuan individu untuk berkomunikasi seperti kemampuan untuk membaca, menulis, berbicara, dan mendengarkan, dan lainnya (Muyanga: 2021). Banyak faktor yang mempengaruhi sumber dalam menyampaikan pesan kepada khalayak yang membuat komunikasinya diterima khalayak. Masing-masing individu memiliki kompetensi dan cara sendiri dalam berkomunikasi. Pemerintah memiliki karakternya dalam menyampaikan program vaksin kepada masyarakat, begitu juga tokoh adat dalam menyukseskan program Vaksin di Sumatera Barat. Keterampilan komunikasi tersebut melekat pada diri sumber atau komunikator namun memiliki pengaruh dalam proses komunikasi.

a. Penggunaan media

Sosialisasi vaksin Covid-19 yang dilakukan pemerintah di Sumatera Barat menggunakan berbagai media baik media tradisional maupun media digital yang berkembang saat ini. Penggunaan media tersebut sangat variatif, ada yang dilakukan pemerintah secara kelembagaan, juga ada yang secara pribadi. Ada yang dilakukan pemerintah dari mulut ke mulut, pengumuman melalui spanduk dan baliho ada juga melalui media massa dan media sosial, seperti melalui intagram, whatshap, dan lainnya. Robert Chandra Eka Putra bahwa tim Satgas Covid-19 Kota Padang mensosialisasikan vaksin melalui berbagai media dan dan even-even yang melibatkan tokoh masyarakat: “Sosialisasi vaksin dilakukan melalui konferensi pers dengan wartawan, hal ini dilakaukan ketika pimpinan turun ke lapangan. Untuk mensosialisasikan vaksin ke masyarakat menggunakan beberapa media yaitu: media sosial seperti facebook dan instagram. (Wawancara dengan Robert Chandra Eka Putra di Padang, tanggal 26 September 2022). Pada kesempatan lain dijelaskan pula bahwa “Media yang digunakan dalam mensosialisasikan vaksinasi

adalah koran, sosial media seperti facebook, instagram, tatap muka ke mesjidmesjid salah satunya Mesjid Alhakim dan Mesjid Mujahiddin Padang Barat, selain itu untuk menyukseskan vaksinasi juga disediakan mobil vaksin keliling dan masyarakat yang sudah selesai vaksin diberikan sembako. Hal ini dilakukan untuk membujuk agar masyarakat mau divaksin” (Wawancara dengan Robert Candra Eka Putra, BPBD Kota Padang. Tanggal 29 Agustus 2022).

b. Kemampuan bekerjasama

Salah satu unsur yang menarik dari temuan ini adalah kemampuan bekerjasama yang dimiliki oleh pemerintah dengan berbagai OPD, Polri, MUI, lintas pemda kabupaten dan kota, serta kemampuan bekerja sama dengan tokoh adat. Hal ini dapat dilihat pada program Sumbar Sadar Vaksin (SUMDARSIN) yang digagas oleh Gubernur Sumatera Barat H. Mahyeldi. Program SUMDARSIN merupakan program khusus yang dibuat oleh pemerintah daerah Sumatera Barat untuk percepatan realisasi vaksinasi Covid-19 di Sumatera Barat. Pada bulan September 2021, Sumbar termasuk provinsi yang rendah serapan vaksinnnya yaitu 24,8% yang sudah divaksin, sementara kasus penyebaran covid terus naik. Pemerintah Sumatera Barat melalui Sekda Provinsi melaksanakan Sumbar Sadar Vaksin (SUMDARSIN). Sebagaimana dilansir pada laman berita sekdaprov@co.id: Demi suksesnya gebyar Sumbar Sadar Vaksin (Sumdarsin) di Sumatera Barat (Sumbar) yang dipusatkan di lapangan GOR Haji Agus Salim, Padang, Gubernur Mahyeldi instruksikan seluruh Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Pemprov Sumbar untuk berpartisipasi menyumbangkan doorprize bagi peserta vaksin. Hal itu disampaikan gubernur saat memberikan pengarahan pada rapat persiapan kedatangan Kapolri dan Panglima TNI pada hari Rabu, 3 November 2021 yang dipimpin oleh Sekdaprov Sumbar, Han Sastri, di Ruang Rapat Kompleks Gubernur, Selasa (2/11/2021).

c. Sistem jemput bola

Program jemput bola ini dilakukan oleh Satgas Covid bersama TNI/Polri. TNI/Polri menyiapkan mobil untuk mengangkut warga pergi vaksin ke pos-pos pelayanan vaksin, kemudian mengantarkannya kembali ke rumah masing-masing. Sebagai empati aparat terhadap masyarakat yang waktunya tersita selama pergi vaksin, diberi konvensasi sebanyak Rp 150.000,- besaran dana ini diukur dengan upah satu hari kerja. Sebagaimana keterangan sekretaris Satgas Covid Sijunjung: “Mau tak mau dijemput Babinsa, Kamtibmas dan buka pelayanan di Puskesmas, di Sumbar polanya hampir sama, dikasih doorprize sumbangan dari UPD, Pakai nasi bungkus, buka layanan di RTH, disiapkan mobil untuk antar jemput”, kalau untuk informasi kami sampaikan, mediana banyak, yang jelas dari tenaga medis, kalau dari Pol PP kita ke pasar-pasar, tempat keramaian”. (Wawancara. Suardi Kabid. Pencegahan BPBD Sijunjung, di Kantor BPBD Sijunjung, 6 September 2022.) Sosialisasi dari mesjid ke mesjid (seperti Mesjid Mujahidin Padang Barat, dan Mesjid Alhakim), Pesantren Ramadhan dengan melibatkan masyarakat yang tergabung dalam kongsi covid, MUI, NU, Kepala Kantor Departemen Agama Kota Padang, Komunitas Pemuda”. (Wawancara dengan Robert Chandra Eka Putra di Padang, tanggal 26 September 2022). Kemudian setelah adanya instruksi atau perintah dari atasan, Lurah kemudian berupaya secara langsung untuk mengajak para tokoh masyarakat agar juga di sampaikan kepada seluruh masyarakat melalui bahasa persuasif.

d. Komunikasi kearifan lokal tokoh adat

Penerimaan vaksin Covid-19 bagi masyarakat tidak serta merta terjadi. Melalui berbagai tahapan komunikasi, sosialisasi vaksin terus digalakkan. Termasuk tahapan mengikut sertakan tokoh agama dan tokoh adat dalam menyukseskan program vaksin. Wali Kota Padang dalam penyebaran informasi vaksin dilakukan secara terbuka dan terang-terangan (tidak ada dusta diantara kita) sehingga tidak ada yang disembunyikan, kata Sekretaris BPBD Kota Padang. Diawali dengan pembekalan oleh

pemerintah terhadap OPD, MUI dan tokoh adat untuk meningkatkan pengetahuan tentang pentingnya vaksin bagi imunitas tubuh, serta memperkenalkan unsur vaksin yang terkandung di dalamnya (Robert Chandra Eka Sekretaris BPBD Kota Padang, FGD 25 Oktober 2022). Pihak yang dilibatkan untuk mengajak masyarakat supaya mau divaksin adalah orang yang didahulukan selangkah, yang ditinggikan serantieng di tengah masyarakat. Pemerintah melibatkan tokoh adat karena ketokohnya di tengah masyarakat merupakan unsur kepercayaan. Pemerintah melakukan pendekatan kepada Niniak Mamak, Alim Ulama atau yang tergabung dalam MUI, serta Bundo Kanduang untuk memberikan pesan kepada masyarakat. Potensi tokoh adat untuk menyukseskan program vaksinasi Covid-19 di Sumatera Barat sangat besar karena tokoh adat atau yang disebut tungku tigo sajarangan di Minangkabau memegang peranan penting dalam membimbing anak kemenakannya: *kaluak paku kacang belimbing, tampuruong lenggang lenggokkan anak dipangku kemenakan dibimbieng, urang kampung dipatenggangkan*. Pepatah adat ini mengandung arti anak dipangku, kemenakan dibimbing, orang kampung diperhatikan juga. Tidak bisa melepaskan tanggung jawab seorang mamak terhadap anak kemenakannya meski tidak tinggal se rumah dengannya. Ninik mamak, cadiek-pandai, dan alim ulama bersinergi dalam menyukseskan program vaksin Covid-19 di Sumatera Barat dengan kearifan lokal dan empaty. Sebagaimana pepatah adat mengatakan: *saciok bak ayam, sadantieng bak basi. tatungkuik samo makan tanah – tatilantang samo makan angin. Kabilie sarangkuoh dayuang, kamudiek sabantak galah*. Orang Minang seiya dan sekata dalam berbagai urusan kebaikan.

e. Faktor etos tokoh pemerintah dan tokoh adat

Dalam merealisasikan vaksin Covid-19 kepada masyarakat, pemerintah melibatkan tokoh yang berpengaruh dan disegani di tengah masyarakat. Persuasi tercapai bukan hanya tergantung pada kemampuan personal tetapi juga karena karakteristik pembicara, pada saat ia bicara kita percaya kepadanya (Rakhmad, 2011:

252). Aristoteles mengistilahkan dengan *ethous*. Hovland dan Weiss menyebutkan faktor *ethous* ini dengan *credibility* yang terdiri dari unsur *expertise* (keahlian) dan *thrustworthiness* (dapat dipercaya). Berlo menyebutnya dengan *qualification* (Rakhmad, 2011: 253). Di samping itu, unsur yang sangat berpengaruh terhadap efektivitas komunikasi adalah dimensi etos, terdiri dari kredibilitas, atraksi, dan kekuasaan.” (Jalaluddin Rakhmat, Op-cit, hal 253). Pemerintah dan tokoh adat yang memiliki kharismatik di mata masyarakat, menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam mempersuasi masyarakat dalam program vaksinasi covid-19 di daerah kabupaten dan kota di Sumatera Barat. Sehingga dengan ketokohan pemerintah dan tokoh adat menjadi figur yang dihormati dan disegani oleh masyarakat, sehingga memiliki pengaruh yang cukup besar bagi masyarakat dalam menentukan sikapnya terhadap penerimaan vaksin covid-19 ini.

2. Sinergi pesan pemerintah dan tokoh adat dalam menyukseskan program vaksinasi

Menurut Onong Uchjana Effendy (1998), pesan adalah suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain. Berlo (dalam Mulyana 2021) menyatakan pesan terdiri dari beberapa komponen-komponen penting terdapat di dalamnya yaitu adanya isi pesan, elemen pesan, struktur pesan, perlakuan terhadap pesan dan kode. Berkaitan dengan isi pesan, isi adalah tulang punggung komunikasi karena memiliki kata-kata aktual yang perlu dikomunikasikan. Menurut Widjaja & Wahab (1987), apabila ditinjau dari kandungan isi pesan, maka terdapat beberapa nilai dalam isi pesan, yaitu informatif, edukatif, persuasif, dan instruktif. Peneliti menemukan adanya sinergi pesan antara pihak pemerintah dengan tokoh adat dalam menyukseskan program vaksinasi dalam penanggulangan Covid-19 yaitu pesan bersifat informatif, edukatif, instruktif, dan persuasif.

a. Pesan informatif program vaksinasi

Pesan informatif adalah pesan yang mengandung nilai informasi didalamnya. Pesan ini memiliki tujuan merubah sikap masyarakat dari yang belum tahu menjadi tahu. Pemerintah selaku komunikator yang kredibel dan berwenang dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang pentingnya vaksin terhadap segala aktivitas yang dilakukan. Pesan tersebut disampaikan dalam bentuk informasi secara langsung maupun melalui media sosial dan media mainstream lainnya.

Pemerintah memiliki tugas yaitu menyampaikan informasi yang benar tentang vaksin yaitu manfaat vaksin dan fungsi vaksin terhadap daya tahan tubuh dalam menghadapi merebaknya virus Covid-19. Sekaligus membendung adanya informasi hoax yang meresahkan masyarakat. Seperti yang dilakukan oleh kominfo Kota Padang Panjang, bahwa adanya informasi hoax tersebut harus segera diluruskan. Hal ini dapat memicu penolakan dari masyarakat terkait dengan program vaksinasi Covid-19.

Kalau untuk informasi dan sosialisasi ke masyarakat itu sudah pasti itu tanggung jawab kami, karena yang ada ilmunya dalam urusan pervaksinasi ini hanya kami. Nah itu lah kami yang bekerjasama tadi tu dengan pihak TNI Polri dan juga setelah TNI Polri melakukan pendekatan ke Camat, ke Lurah ke Tokoh masyarakat, ke Tokoh agama itu nanti juga mereka membikin jadwal. Misalnya, Buk mau gak buk, kita disini mau laksanakan sosialisasi disini dulu, H-1 sebelum pelaksanaan vaksin. Nah itu kami sanggupi, kalau seandainya bukan dari tim dinas kesehatan sendiri yang datang itu pasti dari Puskesmas kaena puskesmas juga merupakan bagian dari dinas kesehatan itu sendiri. (Wawancara dengan Rahma Isa, S.Km, di Padang Panjang, Agustus 2022).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, pihak pemerintah memiliki bentuk pesan informatif. Karena isi pesan yang disampaikan mengandung informasi terkait apa itu vaksinasi, apa tujuan vaksinasi, bagaimana dampaknya terhadap kesehatan.

b. Pesan edukatif program vaksinasi

Pesan edukatif disampaikan dalam bentuk pengajaran menyentuh pemahaman dan emosi masyarakat (Widjaja & Wahab, 1987). Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenaran, dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan. Pesan yang mengandung nilai edukatif, persuasif dan kearifan lokal merupakan ciri pesan yang disampaikan oleh tokoh adat dalam menyukseskan program vaksin Covid-19 kepada masyarakat. Tokoh adat mengedukasi dan mempersuasi masyarakat dengan mengemas pesan sesuai kearifan lokal masyarakat setempat. Pesan disampaikan melalui pesan verbal dan pesan nonverbal. Tujuannya adalah untuk mengubah sikap penerima pesan dari tidak memahami menjadi memahami, dari menolak menjadi menerima.

ebagaimana yang diungkapkan oleh Sekretaris Kalaksa BPBD Payakumbuh ini:“ya, lurah jalan ke MUI, ke LPM nya, tokoh masyarakat, RT-RW nya, pak Wak ka vaksin pak, bilo Wak imbau masyarakat, Wak umumkan lah di masjid, Wak buek pengumuman, buek pempet, yang di kota buat spanduk baliho kita sebar, di media sosial kita sebar, edukasi, a gitu. karena lura perpanjangan tangan pemerintah paling bawah, nah yang mengajak tokoh tokoh adat itu ya Bu lurah pa lurah tadi.” (Wawancara dengan Bapak Hermanto, S.Sos di Kota Payakumbuh, September 2022).

c. Pesan persuasif program vaksinasi

Pesan persuasif merupakan pesan yang mempengaruhi masyarakat untuk mau divaksin. Pesan persuasi tersebut disampaikan oleh pemerintah ataupun Satgas Covid-19 melalui media ataupun secara langsung. Pesan persuasif tersebut juga ada dalam bentuk pemberian reward bagi siapa yang mau divaksin. Pemberian reward tersebut pemberian sembako, pemberian hadiah, dan bantuan uang harian sebesar RP 150.000 perorang oleh Satgas

Covid. Untuk menyukseskan vaksinasi diberikan sembako untuk membujuk agar masyarakat mau divaksin. Kesungguhan Lurah dalam mengantisipasi penyebaran virus hingga program vaksinasi, selalu mendapat dukungan dari para tokoh masyarakat. Hal ini juga tidak terlepas dari sosok lurah sendiri yang menjaga hubungan baik dan komunikasi yang intens bersama para tokoh masyarakat. Sehingga banyak program yang dapat dilaksanakan oleh Lurah Nunang Daya bangun. Diantaranya, menghimbau masyarakat langsung dengan dengan toa, di jalanan, dan menemui warga door to door, sampai melakukan Vaksinasi dengan memberikan Doorprize. Menurut Robert sikap masyarakat tentang vaksinasi awalnya menolak karena merasa tidak nyaman dan terkesan paksaan karena mereka belum tau dan skeptis. (Robert Candra Eka Putra, Sekretaris BPBD Kota Padang, Wawancara, 26 September 2022) Jadi, pesan yang digunakan untuk mempengaruhi masyarakat supaya mau divaksin.

d. Pesan instruktif program vaksinasi

Pesan instruktif adalah pesan yang dipahami sebagai perintah yang harus dilaksanakan. “oh ya, lurah lurah kita sangat luar biasa. Ketika diinstruksikan oleh bapak walikota "bapak Ibu lurah, saya gak mau tau, vaksin harus sekian persen", nah dari situ pak lurah langsung jalan.” (Wawancara dengan Bapak Hermanto, S.Sos di Kota Payakumbuh, September 2022) “Pesannya biasanya kita create sendiri atau memang sudah dipesankan misalnya ada DKK ini yang mau disampaikan ini narasinya, atau kita bacakan misalnya ada surat edaran dari walikota”. Kemudian setelah adanya instruksi atau perintah dari atasan, Lurah kemudian berupaya secara langsung untuk mengajak para tokoh masyarakat agar juga di sampaikan kepada seluruh masyarakat melalui bahasa persuasif. Pesan bersifat intruktif dari atasan kepada bawahan dan bentuk pesan yang disampaikan.

3. Penggunaan media dalam menyukseskan program pemerintah

Seorang sender/source atau sumber harus memilih salah satu saluran komunikasi untuk membawa atau mengirimkan pesan yang dimilikinya. Misalnya dalam konteks komunikasi massa, maka saluran yang digunakan adalah media massa. Media adalah saluran yang digunakan sumber atau komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Menurut Prof. Onong Utjana Effendi, klasifikasi media yang digunakan dalam menyampaikan pesan terdiri dari media tradisional yaitu media yang menggunakan sarana tradisional, dan media modern yaitu media yang menggunakan alat alat dan teknologi modern. Media dapat meluaskan dan menyebarkan makna (Mulyana, 2010). Pada komunikasi tatap muka dapat dialurkan melalui gelombang suara, dalam komunikasi massa dapat dilakukan dengan menggunakan media massa (Mulyana, 2010).

a. Media tradisional

Media atau saluran yang digunakan oleh pemerintah dalam mengkomunikasikan program vaksin diantaranya menggunakan media tradisional yaitu pesan yang disampaikan langsung kepada masyarakat. Pemerintah mendatangi masyarakat langsung ke rumah-rumah, atau objek vital masyarakat melalui himbuan menggunakan pengeras suara di jalanan dan juga di masjid dan mushalla.

b. Media modern dan digital

Oleh sebab itu, selain menggunakan media tradisional, pemerintah juga menggunakan media modern dalam mengkomunikasi vaksinasi dalam menanggulangi virus covid 19 di masyarakat. Penggunaan media modern tersebut diantaranya media sosial, website, videotrone, spanduk, baliho, pamflet.

4. Sikap masyarakat terhadap program vaksinasi di Sumatera Barat

Usaha menyukseskan Vaksinasi Covid-19 di Sumatera Barat didukung kerjasama sama pemerintah dengan tokoh adat. Kerjasama dan komunikasi secara senergi melalui media massa dan media sosial serta media tradisional sebagai upaya pemberian informasi, sosialisasi, dan edukasi kepada

masyarakat. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan masyarakat tentang pentingnya vaksin untuk herd immunity. Upaya kerjasama dari pemerintah dan tokoh adat untuk meyakinkan masyarakat memunculkan reaksi berbeda dari masyarakat. Diantara masyarakat ada yang menolak, ragu-ragu dan akhirnya menerima untuk divaksin. Lebih jauh, mereka yang telah divaksin ternyata tidak ada menimbulkan efek samping, merasa aman dan bahkan ada yang semakin sehat sehingga merasa terpanggil ikut serta mensosialisasikan kepada masyarakat. Memahami lebih jauh bagaimana respon masyarakat terhadap komunikasi pemerintah dan tokoh adat dalam menyukseskan Vaksinasi Covid-19 di Sumatera Barat, dapat dilihat pada hasil penelitian berikut, yaitu: sikap menolak, sikap ragu-ragu, dan sikap yakin dan mengkompanyekan.

a. Sikap menolak

Sinergi komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah dengan berbagai stakeholder dalam realisasi vaksin covid19 di lapangan ternyata mendapat sorotan oleh masyarakat. Pemerintah daerah banyak dibantu oleh pihak kepolisian sebagai leading sector dalam eksekusi vaksin di lapangan. Hal ini kemudian mendapat kritikan dari masyarakat yang menerima pesan untuk ikut vaksin. Sesuai dengan yang disampaikan Jasriman seorang mubaligh Kota Padang Panjang. Menurutnya banyak masyarakat yang memberikan kritikan terhadap pemerintah dalam realisasi Vaksinasi Covid-19, karena melibatkan pihak kepolisian sehingga ada unsur pemaksaan terhadap masyarakat. Khususnya Kota Padang Panjang sudah melebihi herd immunity nya, tapi hanya di wilayah Polres Termasuk saya kritik, kenapa Polres yang menjadi leading sektornya?, karena kalau polres yang diamanahkan kesannya tampak pemaksaan. Mohon maaf ini, karena di Polres itu pakai target, kapolres harus sekian, kapolsek harus sekian, babin harus sekian, saya secara pribadi sempat ngomong dan sempat protes karena caranya tidak tepat. Seiring dengan adanya sosialisasi dan himbauan oleh ahli kesehatan, pemahaman

masyarakat akan pentingnya vaksin untuk kesehatan mulai meningkat. Bahkan mereka setuju untuk di vaksin karena pesan yang disampaikan oleh tenaga kesehatan berupa himbauan melalui mobil keliling.

b. Sikap ragu-ragu

Program Vaksinasi Covid-19 adalah program kemaslahatan, tentunya dengan menggunakan pendekatan yang humanis dengan memberikan penjelasan pentingnya vaksin, bukan melalui jalan pemaksaan sehingga timbulnya sikap perlawanan. Pemerintah berperan sebagai motivator, sebagai pembangkit kesadaran masyarakat tentang pentingnya vaksin untuk kesehatan. Jasriman mengatakan bahwa dia yakinkan vaksinasi perlu dan penting untuk masyarakat tetapi tidak perlu dipaksa, misalnya, ke Jakarta harus vaksin, naik pesawat harus vaksin hal itu bisa jadi penyimpangan pura-pura dapat kartu. Artinya, perlu sosialisasi dan edukasi dalam menghilangkan keraguraguan masyarakat dan tumbuhnya keyakinan dan kesadaran tentang pentingnya vaksin untuk herd immunity” (Jasriman, wawancara, Padang Panjang: Agustus 2022).

Sikap masyarakat yang awalnya ragu-ragu dikarena beragamnya informasi tentang vaksinasi ini, sehingga masyarakat merasa bingung. Tindakan apa yang sebaiknya dilakukan, seperti yang di ungkapkan oleh ketua LKAAM Kota Padang: “Tampak di ambo masyarakat awak ko raguragu dek berita bersimpang siur, jadi kalau di niniek mamak jiko banyak berita nan bagalau surang mambuleki. Artinya, sebagai niniek mamak supaya masyarakat tidak ragu-ragu saya memberikan penjelasan pentingnya vaksin Covid-19 untuk kesehatan dan orang yang boleh divaksin tentu tim kesehatan memeriksa terlebih dahulu. Masyarakat tindak perlu cemas ataupun ragu, karena “urang pancameh mati anyuik dan urang panggambang mati jatuh”. Artinya seseorang akan sensara karena takut dan ragu yang berlebihan. Sosialisasi disampaikan pada kegiatan pembejarian adat dengan bundo kaduang, rang mudo, dan bundo puti bungsu” (Suardi Z. Wawancara, Padang, Oktober 2022).

c. Sikap menerima

Berbagai respon dan aksi yang muncul dari masyarakat dalam upaya menghindari berbagai resiko akibat pandemi termasuk melalui Vaksinasi Covid-19. Komunikasi pemerintah dan tokoh adat yang dilakukan melalui berbagai media baik media massa ataupun media sosial mengantar masyarakat untuk lebih memiliki pengetahuan dan wawasan sehingga menimbulkan perubahan sikap dari menolak dan ragu-ragu menjadi sikap menerima dan mengkompanyekan Vaksinasi Covid-19. Untuk itu, berikut akan dikemukakan beberapa pendapat atau respon masyarakat: Himbauan pemerintah mengikuti program Vaksinasi Covid-19 melalui media massa dan media sosial menambah keyakinan saya ikut vaksin, saya yakin dan berharap cepat melaksanakannya.

Setelah diperiksa tim kesehatan ternyata saya belum diizinkan karena gula darah tinggi, ada penyumbatan jantung, dan kolestrol tinggi. Akhirnya saya lanjutkan pengobatan sesuai saran dokter. Pada bulan Oktober 2021 saya diizinkan dokter ahli jantung tempat saya berobat untuk divaksin. Bahkan, sekarang mengikuti vaksinasi booster. Alhamdulillah setelah divaksin sampai sekarang kondisi saya malah terasa semakin sehat. Mengingat pentingnya vaksin untuk herd immunity dan pengalaman mengikuti vaksinasi, saya mengajak dan menghimbau sanak keluarga, rekan-rekan di pengajian majelis ta`lim dan bundo kandung mengikuti vaksin (Ermayutati, Wawancara: 18 Oktober 2022).

E. Kesimpulan

Dari uraian di atas tentang sinergi komunikasi pemerintah dengan tokoh adat dalam menyukseskan program vaksinasi untuk mengantisipasi penyebaran covid 19 di Sumatera Barat, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pemerintah melibatkan semua unsur OPD dan tokoh masyarakat seperti LKAAM, MUI dan Pemuda sebagai Source/Sender (sumber) dalam menyukseskan program vaksinasi covid-19. Masing-masing berperan sebagai eksekutor, motivator, edukator, mobilisator dan peran pendampingan. Pelaksanaan vaksinasi bertempat di lapangan

terbuka untuk vaksinasi secara massal, faskes, dan tempat-tempat tertentu. Untuk menyukseskan realisasi program vaksinasi pemerintah menyediakan reward, dorprize, uang harian, sembako serta sistem jemput bola.

2. Pesan dikemas secara apik sehingga menimbulkan kesan baik bagi warga. Pesan yang berasal dari pemerintah lebih mengedepankan heart immunity. Pesan bersifat, instruktif, informasi, edukasi dan kuersif. Pesan dari tokoh adat dan tokoh agama lebih menekankan pesan kerifan lokal dalam mayakinkan anak kemenakan dan warga bahwa vaksin bermanfaat bagi tubuh sebagaimana juga vaksinasi lainnya.
3. Media yang digunakan sangat bervariasi yang bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat, yaitu: media tradisional dan media modern. Dor to dor, pengumuman melalui mimbar mesjid, melalui ceramah agaman, baliho, pasar malam, dan sapnduk, serta mobile keliling. Melalui media diantaranya web, facebook, IG, dan vidiotron.
4. Masyarakat sebagai receiver dalam menerima vaksinasi dapat dikategorikan dalam 3 kategori, yaitu: menolak, ragu-ragu dan menerima. Kelompok masyarakat yang langsung menerima adalah ASN atau karyawan. Penolakan pada awalnya ditemui pada masyarakat namun setelah diedukasi dan melihat orang lain yang sudah divaksin tidak menimbulkan reaksi yang mengkhawatirkan, akhirnya datang ke faskes Setelah dirinya ternyata juga aman saja setelah divaksin merasa terpanggil dan terampil mensosialisasikan kepada orang lain dan bahkan menjadi kader kader menggerak vaksinasi di lokasi tempat tinggal mereka.

Sinergi komunikasi pemerintah dengan tokoh adat dalam menyukseskan program vaksinasi untuk penanggulangan pandemi covid 19 di Sumatera Barat, telah nyata berimplikasi bagi suksesnya program vaksinasi pada delapan wilayah kabupaten dan kota di Sumatera Barat. Diharapkan temuan ini sebagai sebuah model baru dari sinergi komunikasi yaitu sinergi komunikasi dengan peran yang saling terkait dan menguatkan antara pemerintah dengan tokoh adat. Di samping itu, penelitian ini bisa dilanjutkan pada bidang komunikasi kesehatan Satgas Covid-19 dalam mensosialisasikan program vaksinasi Covid-19.

Daftar Kepustakaan

- Acta Diurna Komunikasi, 3(4): 1-6. Diakses dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/35930/33505>. Vaksin Dashboard. (N.D.). Retrieved October 10, 2021, From <https://vaksin.kemkes.go.id/#/vaccines>
- Alihusman. (2021). Sanksi Menolak Vaksinasi Antara Hak Dan Kewajiban. <Http://Bpsdm.Kemenkumham.Go.Id/Index.Php/Publikasi/Project-Ok-Penyuluhan-Hukum/122-Sanksi-Menolak-VaksinasiAntara-Hak-Dan-Kewajiban>
- Andeska, N., Kartika, D. S., & Martion, M. (2017). Tungku Tigo Sajarangan Pada Era Globalisasi Dan Visualisasi Dalam Kriya Seni. *Bercadik: Jurnal Pengkajian Dan Penciptaan Seni*, 4(2), 173.
- Ardiyanti, H. (2020). Komunikasi Pemerintahan Dalam Penanganan Pandemi Covid-19. *Bidang Politik Dalam Negeri Info Singkat: Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis*, 12, 15.
- Asriani, Hayati, Putri .(2022). Meningkatkan Kesiapan Masyarakat Mengikuti Program Vaksinasi melalui Sosialisasi Vaksinasi COVID-19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat . Abdikesmas Mulawarman*. <journals2.unmul.ac.id/index.php/abdimasfkm/index> -216-1-10-20220531
- Astuti dkk (2021) Persepsi Masyarakat Terhadap Penerimaan Vaksinasi Covid-19: Literature Review. *Jurnal Keperawatan Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Kendal*. <http://journal.stikeskendal.ac.id/index.php/Keperawatan>
- Asyafin, M. A., Virdani, D., & Arif, L. (2021). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN VAKSINASI COVID-19 DI KOTA SURABAYA. *Journal Publicuho*, 4(2), 501–510.
- Burhan Bungin. (2010). *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, ekonomi, Kebijakan Publik , dan ilmu Sosial lainnya*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Cangara, H. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.

- Daerah Pawito. (2008). Penelitian Komunikasi Kualitatif. Lkis Yogyakarta.
- Daerah Talib, Kawengian, Pasoreh . (2021). Kajian peran humas dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap vaksin Sinovac.
- Dewi, A. (2021). Penanggulangan Pandemi Covid-19 Melalui Program Pengadaan Vaksin Dan Pelaksanaan Vaksinasi COVID-19. Direktorat Jendral Anggaran.
- Ferdiana, & Hidayati. (2022). Komunikasi krisis Pemerintah Daerah Kabupaten Bangka pada pemberitaan efek samping vaksin COVID-19. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(1): 16-31. doi: 10.38194/jurkom.v5i1.430
- Gurning, F. P., Siagian, L. K., Wiranti, I., Devi, S., & Atika, W. (2021). Kebijakan Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19 Di Kota Medan Tahun 2020. *Jurnal Kesehatan*, 10(1), 43–50.
- Helmi, Nurhabibie, Yuliarti, Hanoselina .(2021). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Padang dalam Meminimalisir Infodemic Vaksinasi Covid-19. *Al Munir Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*. 12 (2). <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index>
- Helmi, Nurhabibie, Yuliarti, Hanoselina .(2021). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Padang dalam Meminimalisir Infodemic Vaksinasi Covid-19. *Al Munir Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*. 12 (2). <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index>
- <https://Anggaran.Kemenkeu.Go.Id/In/Post/PenanggulanganPandemi-Covid-19-Melalui-Program-Pengadaan-VaksinDan-Pelaksanaan-Vaksinasi-Covid-19>
- Ichsan, Hafid, Ramadhan, Taqwin .(2021). Determinan Kesiediaan Masyarakat Menerima Vaksinasi Covid-19 di Sulawesi Tengah. *Poltekita: Jurnal Ilmu Kesehatan*. <http://jurnal.poltekkespalu.ac.id/index.php/JIK>
- Ichsan, Hafid, Ramadhan, Taqwin .(2021). Determinan Kesiediaan Masyarakat Menerima Vaksinasi Covid-19 di Sulawesi Tengah. *Poltekita: Jurnal Ilmu Kesehatan*. <http://jurnal.poltekkespalu.ac.id/index.php/JIK>
- Kriswibowo, Prameswari, Baskoro. (2021). Analisis kepercayaan publik terhadap kebijakan vaksinasi Covid-19 di Kota

- Surabaya. *Journal Publichuo*, 4(2): 327-344. doi: 10.35817/jpu.v4i2.17912.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media
- M. Natalia Damayanti Maer (Ed.), *Introducing Communication Theory : Analysis and Application* (edisi 3). Penerbit Salemba Humanika.
- Mulyana, D. M. A. (2001). *ilmu komunikasi*. PT Remaja, Rosdakarya.
- Mulyana, D. M. A. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nengah Marta, I. (2014). *Retorika* (Edisi 2). Graha Ilmu.
- Pinto Buana Putra, & Hadriyanus Suharyanto. (2018). *Revitalisasi Karakter Indigenos Kebijakan Publik Minangkabau : Peran Tungku Tigo Sajarangan Dalam Perumusan Kebijakan Publik Di Kabupaten Agam, Sumatera Barat* [Universitas Gajah Mada].
<http://Etd.Repository.Ugm.Ac.Id/Penelitian/Detail/162078>
- Sarlija, S. (2017). *Analisis Model Komunikasi Karyawan Kantor BPJS Kesehatan Dalam Penyampaian Informasi Pada Masyarakat Kota Kendari*. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 2(2).
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Suhendi, A. (2013). *Peranan Tokoh Masyarakat Lokal Dalam Pembangunan Kesejahteraan Sosial*. *Sosio Informa*, 18(2).
- Sukmawati dkk (2021). *Analisis Respon Masyarakat terhadap Program Vaksinasi Covid-19 di Desa Kuala*. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-Ilmu Sosial*. 5 (Special Issue No.1), 113-117. DOI: <https://doi.org/10.30743/mukadimah.v5i0.4231>
- Surat Edaran Nomor 440/5184/SJ Tentang Pembentukan Satuan Tugas Penanganan Corona Virus Diasase 2019 (Cov|D-19)
- Surat Edaran Nomor 440/5184/SJ Tentang Pembentukan Satuan Tugas Penanganan Corona Virus Diasase 2019 (Cov|D-19)
- West, R., & H Turner, L. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi : analisis dan aplikasi*.

DAFTAR PUSTAKA

- , ‘Makna Hoaks’, KBBI.Web.Id, p. 1
<<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/hoaks>> [accessed 18 January 2023]
- , ‘Makna Kata Manajemen’, KBBI.Web.Id, p. 1
<<https://kbbi.web.id/manajemen>> [accessed 19 January 2023]
- , ‘Pemerintah Gencarkan Upaya Penanganan Lonjakan Kasus COVID-19’, Sehatnegeriku.Kemkes.Go.Id, 2021, pp. 1–2
<Pemerintah Gencarkan Upaya Penanganan Lonjakan Kasus COVID-19> [accessed 16 January 2023]
- , ‘Pengertian Bencana’, KBBI.Web.Id, p. 1
<<https://kbbi.web.id/bencana>> [accessed 7 January 2023]
- , Pengantar Teori Komunikasi Dan Aplikasi (Jakarta: Salemba Humanika, 2007)
‘Vaksin Dashboard’
Aang Ridwan, Filsafat Komunikasi, Pustaka Setia Bandung, 1st edn (Bandung: Pustaka Setia, 2013), I
Abdoellah, Awan Y, and Yudi Rusfiana, Teori Dan Analisis Kebijakan Publik, 1st edn (Bandung: ALFABETA, 2016)
Al-Fandi, Haryanto, Pengantar Jurnalistik, Pengantar Jurnal Olahraga, 1st edn (Yogyakarta: Bildung, 2021)
Alihusman, ‘SANKSI MENOLAK VAKSINASI ANTARA HAK DAN KEWAJIBAN’, 2021
Almunanda, Ferdi, ‘Gunung Kerinci Masih Terus Erupsi, Tinggi Kolom Abu 600 Meter’, Detik.Com, 2023
<<https://www.detik.com/sumut/berita/d-6511387/gunung-kerinci-masih-terus-erupsi-tinggi-kolom-abu-600-meter>> [accessed 17 January 2023]
- Amri, Mohd Robi, Ghita Yulianti, Ridwan Yunus, and Sesa Wiguna, Disasters Risk of Indonesia, 1st edn (Jakarta: BNPB, 2016)
Anggara, Sahya, Kebijakan Publik, 1st edn (Bandung: Pustaka Setia, 2018)

Asmara, Chandra Gian, 'Maaf Pak Anies, Permintaan Lockdown DKI Ditolak Jokowi', Cnbcindonesia.Com, 2020, p. 1 <Maaf Pak Anies, Permintaan Lockdown DKI Ditolak Jokowi> [accessed 10 January 2023]

Atmaja, Oke, 'Aksi Penanaman 1000 Mangrove Di Pesisir Pantai Aceh', Suara.Com, 2022, p. 1
<<https://www.suara.com/foto/2022/08/07/173813/aksi-penanaman-seribu-mangrove-di-kawasan-pesisir-aceh>> [accessed 1 January 2023]

Ayu, Sekar, 'Pemerintah Pastikan Bangun Baru Rumah Korban Gempa Cianjur', Kompas.Com, 2022, p. 2
<<https://www.kompas.com/properti/read/2022/11/23/150000621/pemerintah-pastikan-bangun-baru-rumah-korban-gempa-cianjur>> [accessed 17 January 2023]

Bajari, Atwar, Ilham Gemiharto, Yenrizal, and Dkk, Peran Komunikasi Pembangunan Media Massa Dalam Proses Mitigasi Bencana Di Indonesia, 1st edn (Yogyakarta: Litera, 2019)

BASARNAS, 'Badan Pencarian Dan Pertolongan', Basarnas.Go.Id <<https://basarnas.go.id/>> [accessed 19 January 2023]

Berger, Athur Asa, Essentials of Mass Communication Theory (United States OF America: Sage Publication, 1995)

Berger, Charles R., 'Chautauqua: Why Are There so Few Communication Theories?: Communication Theories and Other Curios', Communication Monographs, 58.1 (1991), 101–13
<<https://doi.org/10.1080/03637759109376216>>

Berita Satu, Jurnalisme Positif, 1st edn (Jakarta: Berita Satu Holdings, 2012)

Berlo, David K., 'Communication as Process: Review and Commentary', Annals of the International Communication Association, 1.1 (1977), 11–27
<<https://doi.org/10.1080/23808985.1977.11923667>>

Bhayangkara, Chyntia Sami, 'Makna Slogan HUT RI Ke 77: Pulih Lebih Cepat, Bangkit Lebih Kuat', Suara.Com, 2022, pp. 1–2
<<https://www.suara.com/news/2022/08/07/162734/makna-slogan-hut-ri-ke-77-pulih-lebih-cepat-bangkit-lebih-kuat>> [accessed 14 January 2023]

- BMKG, 'Badan Meteorologi, Klimatologi Dan Geofisika', Bmkg.Go.Id <<https://www.bmkg.go.id/profil/?p=tugas-fungsi>> [accessed 19 January 2023]
- BNPB, 'Lembaga BNPB', Bnpb.Go.Id <<https://bnpb.go.id/>> [accessed 19 January 2023]
- Borah, Porismita, 'Media Effects Theory', The International Encyclopedia of Political Communication, January 2016, 2016, 1–12 <<https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc156>>
- Bormann, Ernest G, and Nancy C Bormann, Retorika Suatu Pendekatan Terpadu, 4th edn (Jakarta: Erlangga, 1989)
- Cangara, Hafied, Pengantar Ilmu Komunikasi (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009)
- Cassirer, Ernst translated by Steve G Lofts, The Philosophy of Symbolic Forms, The Philosophy of Symbolic Forms, Volume 1: Language, 1st edn (New York, USA: Routledge, 2020), I <<https://doi.org/10.4324/9780429282461>>
- Chandler, Daniel, 'The Transmission Model of Communication', Aber.UC.UK, 1994, p. 1 <<http://visual-memory.co.uk/daniel//Documents/short/trans.html>> [accessed 7 January 2023]
- Christy, Fransisca, 'Hingga Awal 2022, Kominfo Temukan 9.546 Hoaks Di Internet', Tempo.Co, 2022 <<https://bisnis.tempo.co/read/1558213/hingga-awal-2022-kominfo-temukan-9-546-hoaks-di-internet>> [accessed 18 January 2023]
- Damastuti, Rini, Media Relations, 1st edn (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012)
- Dergisi, İletişim kuram ve araştırma, 'The Structure and Function of Communication in Society Harold D. Laswell', İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 24 (2007), 215–28
- Devito, Joseph A, The Interpersonal Communication, 15th edn (New York, USA: Pearson, 2017)
- DiFonzo, Nicholas, and Prashant Bordia, 'Reproduced with Permission of the Copyright Owner . Further Reproduction Prohibited Without', Journal of Allergy and Clinical Immunology, 130.2 (1998), 556
- Dinas Perhubungan Aceh, 'Smong, Kearifan Lokal Untuk Mitigasi Bencana', Dishub.Acehprov.Go.Id, 2020, p. 1

<<https://dishub.acehprov.go.id/aceh-transit/smong-kearifan-lokal-untuk-mitigasi-bencana/>> [accessed 20 January 2023]

Djamarah, Syaifl Bahri, and Aswan Zain, *Strategi Belajar Mengajar*, 1st edn (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)

Fain, Gerald S, *Introduction: Leisure and the 'Perfection of Importance'*, 1st edn (Virgiana: American Alliance For Helath, Physical Aducation, Recreation and dance, 1991)

Farisa, Fitria Chusna, 'Pemerintah Tegaskan Masyarakat Wajib Divaksinasi Covid-19', *Kompas.Com*, 2021, pp. 1–2

<<https://nasional.kompas.com/read/2021/01/08/13411591/pemerintah-tegaskan-masyarakat-wajib-divaksinasi-covid-19>> [accessed 15 January 2023]

Filantropi, 'Filantropi Indonesia', *Filantropi.or.Id*
<<https://filantropi.or.id/direktori/filantropi-keagamaan/yayasan-aksi-cepat-tanggap/>> [accessed 19 January 2023]

Finaka, Andrean W, 'Sinergi Tanggulangi Hoax Bencana', *Indonesiabaik.Id*, 2019, p. 1

<<https://indonesiabaik.id/infografis/sinergi-tanggulangi-hoax-bencana>> [accessed 18 January 2023]

G, Alexander, and Hafied Cangara, *Komunikasi Lingkungan*, Prenadamedia, 1st edn (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2018)

Grech, Victor, 'Write a Scientific Paper (WASP): Academic Hoax and Fraud', *Early Human Development*, 129.xxxx (2019), 87–89
<<https://doi.org/10.1016/j.earlhumdev.2018.12.005>>

Gurning, Fitriani Pramita, Laili Komariah Siagian, Ika Wiranti, Shinta Devi, and Wahyulinar Atika, 'Kebijakan Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19 Di Kota Medan Tahun 2020', *Jurnal Kesehatan*, 10.1 (2021), 43–50

Harari, Noah Yuval diterjemahkan oleh Yanto Mustafa, *Sapiens*, 1st edn (Jakarta: Alfabet, 2017), I

Hariyanto, Puguh, 'Hari Gerakan Sejuta Pohon Se-Dunia, GMC NTT Tanam 5.000 Bibit Pohon', *Sindonews.Com*, 2023, p. 1

<<https://daerah.sindonews.com/read/992895/174/hari-gerakan-sejuta-pohon-se-dunia-gmc-ntt-tanam-5000-bibit-pohon-1673420509>> [accessed 16 January 2023]

Hartik, Andi, 'Baliho Puan Maharani Di Lokasi Bencana Erupsi Semeru Dinilai Tidak Etis, PDI-P: Kami Tidak Mengerti', *Kompas.Com*, 2021, pp. 1–2

<<https://regional.kompas.com/read/2021/12/21/204406078/balih>>

o-puan-maharani-di-lokasi-bencana-erupsi-semeru-dinilai-tidak-etis-pdi?page=all> [accessed 13 January 2022]

Hefni, Harjani, *Komunikasi Islam*, 1st edn (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015)

Hermon, Dedi, *Geografi Bencana Alam*, 1st edn (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2015)

Indonesia, Presiden Republik, 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007' (Jakarta: Republik Indonesia, 2007)

Intan, Ghita, 'Indonesia Masuk Daftar 35 Negara Paling Rawan Bencana Di Dunia', *Voaindonesia.Com*, 2021, pp. 1–2
<<https://www.voaindonesia.com/a/indonesia-masuk-daftar-35-negara-paling-rawan-bencana-di-dunia/5801062.html>> [accessed 19 January 2023]

Isnaeni, Lira Mufti Azzahri, *Manajemen Bencana*, 1st edn (UP Press, 2019)

Jakarta Satu, 'Tentang Hoax, ROCKY GERUNG: GAMPANG! NAIKKAN IQ ANDA DAN HOAX AKAN TURUN', *Jakartasatu.Com*, 2017, p. 1

<<https://jakartasatu.com/2017/08/29/tentang-hoax-rocky-gerung-gampang-naikkan-iq-anda-dan-hoax-akan-turun/>> [accessed 18 January 2023]

Jayani, Dwi Hadya, 'Capai 4,17 Juta, Kasus Covid-19 Indonesia Tertinggi Keempat Di Asia', *Katadata.Co.Id*, 2021, p. 1
<<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/15/capai-417-juta-kasus-covid-19-indonesia-tertinggi-keempat-di-asia>> [accessed 12 January 2023]

Juwito, *Public Relation*, UPN Press, 1st edn (Jawa Timur: UPN Press, 2008)

Kampai, Jeka, 'Banjir-Longsor Di Padang Pariaman, 2 Tewas Dan 5 Luka Berat', *Detik.Com*, 2023
<<https://www.detik.com/sumut/berita/d-6532095/banjir-longsor-di-padang-pariaman-2-tewas-dan-5-luka-berat>> [accessed 25 January 2023]

Karyaningsih, Ponco Dewi, *Ilmu Komunikasi*, 1st edn (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2009)

KBBI, 'Arti Kata Sinergi', *KBBI.Web.Id*, p. 1
<<https://kbbi.web.id/sinergi>> [accessed 19 January 2023]

Kemenkes, 'Kementerian Kesehatan',
PusatKrisis.Kemenkes.Go.Id
<<https://pusatkrisis.kemkes.go.id/menu/erj/tugas-dan-fungsi>>
[accessed 19 January 2023]

Kemenko PMK, 'Menko PMK: Pemerintah Terus Bantu Warga Miskin Dan Rentan Miskin Di Masa Pandemi Covid-19',
Kemenkopmk.Go.Id, 2021
<<https://www.kemenkopmk.go.id/menko-pmk-pemerintah-terus-bantu-warga-miskin-dan-rentan-miskin-di-masa-pandemi-covid-19>>
[accessed 16 January 2023]

Kemenkominfo, 'Penyebaran Hoax Di Tengah Bencana Alam Indonesia',
Kominfo.Go.Id, 2018, p. 1
<<https://aptika.kominfo.go.id/2018/10/penyebaran-hoax-di-tengah-bencana-alam-indonesia/>> [accessed 18 January 2023]

Kementerian Sosial, 'Kementerian Sosial Republik Indonesia',
Kemensos.Go.Id <<https://kemensos.go.id/>> [accessed 19 January 2023]

Kurniati, Dwi, Yohannes Anton Nugroho, Fiqi Nurbaya, Endang Setyawati, Suhirman, Yul Asriati, and others, *Lintas Keilmuan Memandang Kebencanaan*, 1st edn (Solok: Penerbit PACE, 2020)

Lee, Dick, 'Developing Effective Communication', *Promoting Health*, 1997, 116–32 <https://doi.org/10.1007/978-1-349-25430-9_8>

Lim, Hayoung Sally, and Natalie Brown-Devlin, 'The Value of Brand Fans during a Crisis: Exploring the Roles of Response Strategy, Source, and Brand Identification', *International Journal of Business Communication*, 2021
<<https://doi.org/10.1177/2329488421999699>>

Littlejohn, Stephen W, and Karen A Foss, *Teori Komunikasi*, 9th edn (Jakarta: Salemba Humanika, 2009)

M, Hamdani, Azman, and Deni Yanuar, *Komunikasi Krisis* (Aceh: Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Provinsi Aceh, 2017)

Manggalani, Ukirsari, 'Jalin Rangkaian Estafet Peduli Bumi, Asuransi Astra Gelar Kegiatan Peduli Lingkungan Dan Pendidikan Vokasi', *Suara.Com*, 2022, p. 1
<<https://www.suara.com/otomotif/2022/10/14/193617/jalin-rangkaian-estafet-peduli-bumi-asuransi-astra-gelar-kegiatan-peduli-lingkungan-dan-pendidikan-vokasi>> [accessed 16 January 2023]

McAnany, Emile G, 'Wilbur Schramm: Beginnings of the "Communication" Field', *Communication Research Trends*, 33.4 (2014), 3–53

Milyane, Tita Melia; Sutiapermana, Aden; Titafielu, Juanrico Alfaromona Sumarezs, *Public Relations Komunikasi Strategis, Digital, Dan Bertanggung Jawab*, Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 2014, VII

Morissan, *Teori Komunikasi Dari Individu Hingga Massa*, 1st edn (Jakarta: KENCANA, 2013)

Mortensen, David, *Communication Theory*, Taylor & Francis Group, 2nd edn (New York, USA: Routledge Taylor and Francis Group, 2008)

Mufid, Muhammad, *Etika Dan Filsafat Komunikasi*, Prenadamedia, 1st edn (Jakarta: KENCANA, 2009)

Mukarom, Zaenal, *Teori-Teori Komunikasi*, 1st edn (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2020)

Mukarom, Zainal, and Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation : Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*, 1st edn (Bandung: Pustaka Setia, 2015)

Mulyana, Deddy M A, *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis* (PT Remaja Rosdakarya, 2013)

Mustajab, Ridhwan, 'BNPB: Indonesia Alami 3.522 Bencana Alam Pada 2022', *DataIndonesia.Id*, 2022, pp. 1–2
<<https://dataindonesia.id/ragam/detail/bnpb-indonesia-alami-3522-bencana-alam-pada-2022>> [accessed 15 January 2022]

Mustari, Nuryanti, *Pemahaman Kebijakan Publik*, 1st edn (Yogyakarta: Leutikaprio, 2015)

Mutia, Cindy, 'Banjir Sampai Kekeringan, Ini Bencana Alam Di Indonesia Pada 2022', *Katadata.Co.Id*, 2022, pp. 1–2
<<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/04/banjir-sampai-kekeringan-ini-bencana-alam-di-indonesia-pada-2022>> [accessed 19 January 2023]

Nadjemuddin, Adha, 'Pemerintah Bangun 3.050 Hunian Korban Gempa Di Sulteng Pada 2021-2022', *Antara.Com*, 2020, pp. 1–2
<<https://www.antaranews.com/berita/1941476/pemerintah-bangun-3050-hunian-korban-gempa-di-sulteng-pada-2021-2022>> [accessed 17 January 2023]

- Nancy C Bormann, and Ernest G Bormann, *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu* (Jakarta: Erlangga, 1989)
- Nengah Marta, I, *Retorika, Edisi 2* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014)
- Novio, Rery, 'Kearifan Arsitektur Rumah Gadang Minangkabau Dalam Mitigasi Bencana', *Jurnal Geografi*, 5.1 (2016), 63–74
- Nugroho, Sutopo Purwo, and Dyah Sulistyorini, *Komunikasi Bencana : Membedah Relasi Bnpb Dengan Media, Pusat Data, Informasi Dan Hubungan Masyarakat, Badan Nasional Penanggulangan Bencana*, 2018
- Nurdin, Ali, *Komunikasi Intrapersonal*, 1st edn (Jakarta: KENCANA, 2020)
- Nurharisah, Yuli, 'Perkenalkan... 5 Juru Bicara Vaksin Covid-19', *Indonesiabaik.D*, 2021, pp. 1–2
<<https://indonesiabaik.id/infografis/perkenalkan-5-juru-bicara-vaksin-covid-19>> [accessed 15 January 2023]
- Pandu, 'Kalimat Proposisi Beserta Contoh', *Gramedia.Com*, 2018, pp. 1–2 <<https://www.gramedia.com/literasi/contoh-kalimat-proposisi/>> [accessed 13 January 2022]
- Panuju, Redi, *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi : Komunikasi Sebagai Kegiatan Komunikasi Sebagai Ilmu*, 1st edn (PRENADAMEDIA ROUP, 2018)
- Parce, W Barnett, *Communication and the Human Condition*, 1st edn (United State Of America: Shothern Illionis University, 1989)
- Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, 2008)
- Pemerintah Republik Indonesia, 'Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2020', Pemerintah Republik Indonesia, 2020
- Pinto Buana Putra, and Hadriyanus Suharyanto, 'Revitalisasi Karakter Indigenos Kebijakan Publik Minangkabau : Peran Tungku Tigo Sajaringan Dalam Perumusan Kebijakan Publik Di Kabupaten Agam, Sumatera Barat' (Universitas Gajah Mada, 2018)
- PMI, 'Palang Merah Indonesia', *Pmi.or.Id* <<https://pmi.or.id/>> [accessed 19 January 2023]
- Pratikto, Riyono, *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi*, 1st edn (Bandung: Remadja Karya, 1987)
- Priest, Susanna Hornig, 'Information Equity, Public Understanding of Science, and the Biotechnology Debate', *Journal of*

- Communication, 45.1 (1995), 39–54
<<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1995.tb00713.x>>
- Priyono, Pengantar Manajemen, 1st edn (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2007)
- Purba, Bonaraja, Astri Rumondang Banjarnahor, and Dkk, Pengantar Ilmu Komunikasi, 1st edn (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2017)
- Rakhmat, Jalaluddin, Psikologi Komunikasi, 1st edn (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011)
- Rogers, Everett M., ‘Wilbur Schramm and the Founding of Communication Study’, 1994, 155–202
<<https://doi.org/10.4324/9781410601124-10>>
- Ruben, Brent D, and Lea P Stewart, Komunikasi Dan Perilaku Manusia, 1st edn (Jakarta: Rajawali Pers, 2013)
- Rustan, Ahmad Sultra, and Nurhakki Hakki, Pengantar Ilmu Komunikasi, 1st edn (Yogyakarta: Deepublish, 2017)
- Safitri, Eva, ‘Gempa M 7,9 Guncang Maluku Tenggara Barat’, Detik.Com, 2023
- Sarmiati, Elva, and Ronaning Roem, Komunikasi Interpersonal, 1st edn (Purwokerto: IRDH, 2019)
- Schiffer, Michael Brian, and Andrea Miller, The Material Life of Human Beings, The Material Life of Human Beings, 1st edn (London: Routledge Taylor and Francis Group, 1999)
<<https://doi.org/10.4324/9780203030547>>
- Setyaningrum, Puspasari, ‘Smong, Kearifan Lokal Yang Selamatkan Puluhan Ribu Warga Pulau Simeulue Dari Tsunami Aceh 2004’, Kompas.Com, 2022, p. 1
<<https://regional.kompas.com/read/2022/06/30/173811778/smong-kearifan-lokal-yang-selamatkan-puluhan-ribu-warga-pulau-simeulue-dari?page=all>> [accessed 20 January 2023]
- Silaen, Novia Ruth, and Dkk, Sosiologi Komunikasi, 1st edn (Bandung: Penerbit Widina, 2019)
- Simarmata, Janner, Muhammad Iqbal, Muhammad Said Hasibuan, and Dkk, Hoaks Dan Media Sosial, 1st edn (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019)
- Soyomukti, Nurani, Pengantar Ilmu Komunikasi, 1st edn (Yogyakarta: Ar Ruzz Media Publishing, 2010)
- Suaedi, Filsafat Ilmu: Filsafat Ilmu Hukum, 1st edn (Bogor: IPB Press, 2016)

Suhandang, Kustadi, *Retorika: Strategi, Teknik Dan Pidato*, 1st edn (Bandung: Penerbit NUANSA, 2009)

Suherdiana, Dadan, 'Jurnalistik Kontemporer', *Jurnalistik Kontemporer*, 1 (2020), 154

Suherman, Ansar, 'Strategi Komunikasi Bencana Pada Masyarakat Kabupaten Buton Selatan', *Medialog*, 1.2 (2018), 10–18

Sulastri, Lilis, *Manajemen Sebuah Pengantar*, 3rd edn (Bandung: La Goods Publishing, 2014)

<<https://doi.org/10.32678/alqalam.v34i1.1838>>

Susanto, Eko Harry, Setio Budi HH, Lucinda, and Dkk, 'Komunikasi Bencana', 2017

Thefanny, 'Warga Terdampak Gempa Cianjur Dapat Bantuan Renovasi Rumah Rp 50 Juta', *Kompas.Com*, 2022

<<https://www.kompas.com/properti/read/2022/11/22/190000621/warga-terdampak-gempa-cianjur-dapat-bantuan-renovasi-rumah-rp-50-juta>> [accessed 17 January 2023]

Tim Kompas, '7 Istilah Covid-19 Yang Perlu Diketahui, Jangan Salah', *Kompas.Com*, 2021, pp. 1–2

<<https://health.kompas.com/read/2021/02/06/101000168/7-istilah-covid-19-yang-perlu-diketahui-jangan-salah-kaprah?page=all>> [accessed 13 January 2023]

Tim Medcom, 'BPBD Padang Pariaman Catat Ada 44 Lokasi Bencana', *Medcom.Com*, 2023, p. 1

<<https://www.medcom.id/nasional/daerah/8koZxOrb-bpbd-padang-pariaman-catat-ada-44-lokasi-bencana>> [accessed 25 January 2023]

TimDetikJatim, 'Letusan Erupsi Gunung Semeru 800 Meter, PVMBG Imbau Waspada Batu Pijar', *Detik.Com*, 2023, p. 2

<<https://www.detik.com/jateng/berita/d-6529523/letusan-erupsi-gunung-semeru-800-meter-pvmbg-imbau-waspada-batu-pijar>> [accessed 12 January 2023]

Timothy Coombs, W., Finn Frandsen, Sherry J. Holladay, and Winni Johansen, 'Why a Concern For Apologia and Crisis Communication?', *Corporate Communications: An International Journal*, 15.4 (2010), 337–49

<<https://doi.org/10.1108/13563281011085466>>

Tjahjadi, Indra, Sri Andayani, and Hosnol Wafa, *Pengantar Teori Dan Metode Penelitian Budaya*, 1st edn (Lamongan: Pagan Press, 2020)

Tubbs, Stewart L, and Robert M Carter, *Shared Experiences in Human Communication*, *Shared Experiences in Human Communication*, 1st edn (New Jersey: HAYDEN BOOK COMPANY, 1962) <<https://doi.org/10.4324/9781351306560>>

Usiono, Tri Niswati Utami, Fauziah Nasution, and Meutia Nanda, 'Disaster Management: Perspektif Kesehatan Dan Kemanusiaan' (Medan: Perdana Publishing, 2018), pp. 1–157

Utami, Budiarti, 'Ini Alasan Pemerintah Tak Akan Bangun Huntara Di Lokasi Bencana NTT', *Tempo.Co*, 2021, p. 1 <<https://nasional.tempo.co/read/1450222/ini-alasan-pemerintah-tak-akan-bangun-huntara-di-lokasi-bencana-ntt>>

Wahjuwibowo, Indiwani Seto, *Pengantar Jurnalistik: Teknik Penulisan Berita, Artikel & Feature*, 1st edn (Tangerang: Matana Publishing Utama, 2015)

WALHI, 'Menyoal 4 Masalah UU Minerba Yang Merugikan Masyarakat Luas', *Walhi.or.Id*, 2021 <<https://www.walhi.or.id/menyoal-4-masalah-uu-minerba-yang-merugikan-masyarakat-luas>> [accessed 16 January 2023]

Walsh, Lynda, *Sins Against Science The Scientific Media Hoaxes Of Poe, Twain and Others* (New York, USA: State University Of New York Press, 1971)

Warner, Gary A, 'The Development Of Public Relations Offices At American College and University', *ProQuest*, 41.2 (1996), 36

Warsono, Hardi, and Achmad Buchari, *Kolaborasi Penanganan Bencana*, 1st edn (Bandung: Komunikata, 2019)

Wenxiu, Peng, 'Analysis of New Media Communication Based on Lasswell's "5W" Model', *Journal of Educational and Social Research*, 5.3 (2015), 245–50 <<https://doi.org/10.5901/jesr.2015.v5n3p245>>

West, Richard, and Lynn H Turner, 'Pengantar Teori Komunikasi : Analisis Dan Aplikasi', in *Introducing Communication Theory : Analysis and Application*, ed. by Maria Natalia Damayanti Maer, edisi 3 (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2008)

West, Richard, and Lynn H Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*, 2nd edn (Jakarta: Salemba Humanika, 2008)

Widjaja, A.W., Ilmu Komunikasi Pengantar Studi, 2nd edn
(Rineka Cipta, 2000)

Yusuf, Muhammad Fahrudin, Pengantar Ilmu Komunikasi, 1st
edn (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2021)

TENTANG PENULIS



Irta Sulastri, sehari-hari akrab dipanggil Irta adalah Doktor bidang Ilmu Komunikasi. Dilahirkan di Palangki Kabupaten Sijunjung pada tanggal 20 Februari 1964. Anak sulung dari tujuh bersaudara dari pasangan Bapak Djauzi Abdjas dan ibu Dawarni. Anak guru agama ini menamatkan sekolah dasar sampai madrasah Aliyah negeri di kampungnya yaitu Palangki. Ia menuntaskan pendidikan sarjana muda (BA) tahun 1986 dan program Sarjana ditamatkan pada 1988 di Fakultas Dakwah IAIN Imam Bonjol Padang. Ia mengabdikan pada almamaternya sejak tahun 1989 dengan mengampu mata kuliah Ilmu Dakwah. Irta pun semakin tertarik dengan ilmu komunikasi dan berhasil meraih kesempatan melanjutkan S2 dengan beasiswa dari BPPS Diknas tahun 1998 ke Universitas Padjadjaran Bandung dan lulus tahun 2001 dengan judul tesis: “Pengaruh Media Massa terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa di Padang”. Ia kembali ke Minangkabau mengabdikan diri di IAIN Imam Bonjol. Tidak sampai situ saja, Irta kembali melanjutkan studi S3 ke FIKOM UNPAD Bandung. Irta yang sehari-hari mengajar Ilmu Komunikasi dan Retorika meraih gelar Doktor dengan disertasi tentang Komunikasi Dakwah.

Ketertarikannya pada bidang Ilmu Komunikasi, semakin memfokuskan kajiannya seputar Ilmu Komunikasi yang selalu dikaitkan dengan kajian dakwah. Semacam kajian partikular antara komunikasi dan dakwah. Selama menjadi dosen di UIN Imam Bonjol Padang, Irta menjadi pengampu sejumlah mata kuliah seperti: Ilmu

Dakwah, Ilmu Komunikasi, Public Relations, Protokoler & MC, Retorika, Manajemen Krisis & Strategi PR, Teori Komunikasi, Metode Penelitian Komunikasi, dan Civic Education. Sejak tahun 2017 s/d sekarang juga dipercaya mengajar MK Komunikasi Inovasi pada program Pascasarjana S2 Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) IAIN Imam Bonjol Padang.

Irta Sulastri konsen dengan bidang public speaking atau retorika. Dengan itu pula tulisan-tulisannya banyak membahas retorika tersebut. Karya ilmiah yang dipublikasikan di antaranya: *Motif Da'I Berdakwah* (2017), *Dramaturgi Komunikasi Para Da'I : Pola Pengelolaan Kesan di Panggung Depan* (2018), *Impression Management of Islamic Preachers in Indonesia* (2022), *The Dramaturgy Communication Of Beggars in an Indonesian Market* (2022), *Analisis Komunikasi Partisipatif Pemerintah Desa pada Pemuda Dalam mempertahankan Modal Sosial Desa* (2022), *Penggunaan Media Sosial dalam Berdakwah* (2020), *Disintegration of the Nation from Ethnocentrism, Cultural Acculturation, Media Massa and New Media* (2022), dan lain-lain. Selain menulis artikel ilmiah, ia juga dipercaya sebagai editor pada beberapa jurnal nasional.

Irta juga pernah dipercaya sebagai ketua prodi D2 Jurnalistik tahun 1998, pada tahun 2004-2008 dipercaya sebagai ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Imam Bonjol padang. Dari tahun 2015-2017 dipercaya menjabat Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama pada FDIK IAIN Imam Bonjol Padang, kemudian setelah IAIN beralih status menjadi UIN Imam Bonjol, Irta kembali menjabat bidang yang sama sampai 2022. Irta yang keseharian bergelut dengan kegiatan mahasiswa, maka ia juga dipercaya sebagai Pembina kegiatan mahasiswa tingkat fakultas hingga tingkat institut.

Tidak hanya aktif sebagai pengajar, sebagai bagian dari pelaksanaan tri dharma perguruan tinggi, sejak tahun 2001 sampai sekarang ia juga dipercaya sebagai dewan hakim MTQ tingkat Provinsi Sumatera Barat dan tingkat kabupaten/kota pada cabang Musabaqah Syarhil Qur'an (MSQ). Beriringan dengan itu, sekaligus sebagai pelatih MSQ baik di UIN maupun di luar UIN seperti tingkat kabupaten/kota di Sumatera Barat pada cabang MSQ. Di samping itu, ia kerap melatih dan dipercaya menjadi juri pada lomba

puisi/puisi dakwah, pidato/public speaking, komunikasi efektif, dan protokoler dan MC.

Irta Sulastri juga ikut terlibat dalam beberapa organisasi kemasyarakatan di luar kampus. Pada tahun 2000-2004 sebagai pengurus MUI Kota Padang bidang pemberdayaan perempuan, dari tahun 2022- sekarang dipercaya pada bidang dakwah dan pengembangan masyarakat. Pada tahun 2018-2022 dipercaya sebagai pengurus ICMI Sumbar bidang Pengkajian Media, tahun 2016-2020 dipercaya sebagai pengurus Dewan Mesjid Indonesia (DMI) Sumbar bidang Pengembangan Majelis Taklim. Pada tahun yang sama juga sebagai pengurus Majelis Tabligh Wilayah Aisyiyah Sumatera Barat.

Tidak hanya membawa duka, pandemi juga mengajarkan banyak hal kepada manusia. Terutama di bidang komunikasi dan rasa kebersamaan yang mengantarkan pandemi ke batas akhir penyebarannya. Pandemi Covid-19 menyisakan sebuah catatan baru, yaitu tentang komunikasi bencana. Posisi komunikasi menjadi begitu penting sebelum, ketika dan sesudah bencana terjadi. Komunikasi yang berlangsung efektif dan efisien, dapat merubah peluang terjadinya bencana, mengurangi resiko dan menangani bencana dengan baik. Sebaliknya, ketika komunikasi tidak berjalan dengan baik. Pesan edukatif, informatif, persuasif dan instruktif tidak berlangsung untuk mengambil tindakan kesiapsiagaan menghadapi bencana, sangat memungkinkan bencana membawa resiko dan dampak yang sangat besar bagi kehidupan manusia.

Komunikasi merupakan suatu ilmu multidisipliner, sangat memungkinkan mengkaji peristiwa bencana. Di dalam buku ini disajikan bagaimana membangun komunikasi bencana secara lengkap. Buku ini tidak hanya berbicara pada tataran teoritis, namun juga langkah praktis komunikasi bencana yang disertai argumen kuat dan contoh langsung dari perjalanan bencana yang terjadi di Indonesia. Komunikasi bencana dapat menjadi sebuah alternatif edukatif untuk mengarahkan tindakan manusia sehingga tidak mengundang datangnya bencana. Lebih daripada itu, komunikasi bencana dapat berfungsi untuk membuat pilihan tindakan bagi masyarakat di daerah bencana, guna mengurangi kerugian materil dan immateril.



PUSTAKA ARTAZ
Depan Perumahan Griya Palembang
Nagari Sintuak Kecamatan Sintuak
Kabupaten Padang Pariaman,
Provinsi Sumatera Barat
<https://www.pustakartaz.com>
HP / WA : 085263749170

