

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia berada di jalur gempa terkuat di dunia karena dikelilingi oleh cincin api dan terletak pada tiga tumbukan lempeng benua. Selain itu kondisi cuaca global mempengaruhi cuaca di Indonesia, maka menjadikan pemicu perubahan musim yang Indonesia sangatlah sering dijumpai oleh bencana hingga kini. Terbukti dari data Pusdatinmas BNPB (2020), sepanjang tahun 2020 terjadi 4.650 kejadian bencana di Indonesia yang menyebabkan 418 orang hilang dan meninggal dunia, serta 6.796.707 diharuskan mengungsi akibat dampak bencana. Selain faktor geografis terdapat faktor sumber daya manusia yang minim mengetahui kesiapsiagaan dan mitigasi bencana menjadi faktor banyak korban berjatuhan. Maka dari itu langkah yang diperlukan dalam menangani hal ini berupa memberikan diseminasi informasi terkait kesiapsiagaan bencana agar masyarakat lebih siap dalam menyelamatkan diri dan orang terdekat dari ancaman bencana yang mengintai.

Adapun diseminasi informasi terkait kebencanaan banyak dilakukan oleh lembaga kebencanaan salah satunya Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) yang aktif melalui beberapa media populer seperti media cetak, media elektronik hingga media sosial diantaranya *facebook*, *youtube*, *twitter* dan *instagram*. Diseminasi informasi banyak dilakukan oleh Humas BNPB karena dituntut sebagai pagar terdepan dalam pemberian informasi secara internal kepada karyawan atau *staff* dan secara eksternal kepada masyarakat, stakeholder hingga media pers. Adapun dalam kegiatan Humas BNPB terdapat aktivitas penyebaran informasi yang berisikan fakta untuk menciptakan penjelasan yang dapat menumbuhkan kesadaran terkait pentingnya kesiapsiagaan dalam menghadapi bencana. Pada dasarnya tujuan

utama diseminasi informasi lebih menekankan pada pemberitahuan informasi (*information*) dan dapat mengubah sikap (*attitude*). Dengan arti bahwa dengan dilakukannya diseminasi informasi dapat menambah informasi, meningkatkan kesadaran hingga mengubah sikap. Dalam melakukan diseminasi informasi ini dibutuhkan strategi dan pengelolaan yang terstruktur agar pesan lebih efektif sehingga dapat tersampaikan kepada masyarakat. Hal ini diperlukan dalam kelembagaan pemerintah ataupun swasta dalam menyebarkan informasi terkait aktivitas yang dilakukan didalamnya.

Namun berdasarkan hasil pra-riset terdapat beberapa masalah yang dapat menjadi hambatan dalam diseminasi informasi Humas BNPB dalam meningkatkan kesiapsiagaan bencana masyarakat. Masalah pertama adalah minimnya minat baca, dilansir dpr.go.id berdasarkan data *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) pada 2012, Indonesia memiliki masyarakat yang memiliki minat baca yang sangat memprihatinkan yaitu hanya 0,001 persen yang berarti dari 1000 orang Indonesia hanya 1 orang yang rajin membaca. Diperkuat dengan riset *World's Most Literate Nations Ranked* tahun 2016 yang menjadikan Indonesia urutan 60 dari 61 negara tentang minat baca. Dari kedua data ini menjelaskan minimnya minat baca yang dapat memiliki dampak yang buruk seperti meningkatnya berita palsu, disinformasi, kurangnya pengetahuan umum masyarakat dan lain-lain. Maka dari itu Humas BNPB diharapkan memiliki peran melakukan komunikasi berupa diseminasi informasi, kerjasama dengan media pers agar masyarakat bisa lebih meningkatkan minat baca terutama tentang informasi kebencanaan yang sangat penting bagi keselamatan individu maupun kelompok.

Masalah kedua adalah Humas BNPB sangatlah minim melakukan komunikasi dengan pengikut atau *followers* pada kolom komentar di media sosial Instagram. Media sosial ini dianggap efektif karena berdasarkan data laporan capaian pelayanan media sosial BNPB (2020) diatas menunjukkan

pengikut *Instagram* mengalami peningkatan pengikut kedua tertinggi per harinya dibanding media sosial lain.



Gambar 1.1 Kenaikan Jumlah Pengikut Media Sosial BNPB

Sumber : Laporan Capaian Pelayanan Media Sosial BNPB 2020
(bnpb.go.id)

Gambar di atas menggambarkan media sosial yang aktif digunakan oleh pengikut BNPB salah satunya adalah *instagram*. Dengan berbagai keunggulan seperti berbagi foto dan *video* ditambah dengan berbagai fitur pendukung lainnya menjadikan *Instagram* dianggap relevan dengan aktivitas Humas BNPB. Namun fakta yang terjadi ini tidak sepadan dengan pengelolaan didalamnya, para pengikut yang memberikan komentar terkesan terabaikan dan tidak mendapatkan informasi lebih banyak melalui media sosial *Instagram* BNPB. Terlepas dari berbagai tanggung jawab Humas BNPB, akan lebih baik jika kebutuhan masyarakat sebagai target pelayanan dapat terpenuhi seutuhnya sehingga dapat memunculkan minat masyarakat atau pengikut *Instagram* BNPB mengikuti setiap postingan ataupun *stories*.

Masalah ketiga adalah Humas BNPB yang sangat lamban dalam melakukan *update* kebencanaan di media sosial *Instagram*. BNPB cenderung sangat lamban menginformasikan kebencanaan dibandingkan lembaga penanggulangan bencana lainnya seperti BMKG. Masalah ini tentu menjadi perhatian khusus karena sebuah informasi kebencanaan sangat berdampak

besar bagi masyarakat, diantaranya dapat memberikan kesiapsiagaan masyarakat dalam menghadapi bencana dengan menyelamatkan diri dan barang pribadi, meminimalisir risiko bencana seperti korban jiwa, kerusakan material dan kerugian ekonomi. Hal tersebut berkaitan dengan Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2008 yang menjadikan BNPB lembaga non kementerian setingkat menteri yang mempunyai fungsi perumusan, penetapan dan pengoordinasian penanggulangan bencana. Maka dari itu berdasarkan jumlah *followers* sebanyak 459.000 per 28 Januari 2022 ini diharapkan dapat memberikan diseminasi informasi *update* kebencanaan lebih *real-time* karena BNPB menjadi salah satu bagian yang memiliki pengaruh dalam meningkatkan kesiapsiagaan bencana hingga pengurangan risiko bencana.

Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti memilih BNPB sebagai objek dari penelitian karena Humas BNPB mengalami beberapa masalah internal maupun eksternal yang memicu hambatan dalam pengelolaan diseminasi informasi kebencanaan kepada masyarakat melalui *Instagram*. Terbukti hingga November 2021 terdapat 454.000 pengikut, ditambah dengan 2.413 postingan yang rutin dibagikan terkait aktivitas BNPB, mitigasi bencana, hingga penanggulangan bencana. Penelitian ini akan mendalami bagaimana diseminasi informasi yang dilakukan Humas BNPB dalam meningkatkan kesiapsiagaan masyarakat yang menggunakan teori Regina Luttrell (2019), didalamnya juga akan mengetahui alasan menggunakan menggunakan media sosial *Instagram*, mengetahui strategi diseminasi informasi hingga mengetahui hambatan yang dihadapi dalam melakukan aktivitas di media sosial *Instagram*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, berikut adalah rumusan masalah:

1. Bagaimana diseminasi informasi Humas BNPB dalam meningkatkan kesiapsiagaan bencana melalui media sosial *instagram*?
2. Bagaimana hambatan yang dialami oleh Humas Badan Nasional Penanggulangan Bencana dalam melakukan diseminasi informasi untuk meningkatkan kesiapsiagaan bencana media sosial *instagram*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Mengetahui diseminasi informasi Humas BNPB dalam meningkatkan kesiapsiagaan bencana melalui media sosial *instagram*.
2. Mengetahui hambatan yang dialami oleh Humas Badan Nasional Penanggulangan Bencana dalam melakukan diseminasi informasi untuk meningkatkan kesiapsiagaan bencana melalui media sosial *instagram*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan sepenuhnya bermanfaat dalam program studi Ilmu Komunikasi, terutama menjadi rujukan penelitian bertema “Diseminasi Informasi Humas” hingga “Strategi Humas” suatu kelembagaan pemerintah kepada masyarakat melalui media sosial.

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Bagi Peneliti

Manfaat yang diperoleh Peneliti adalah bertambahnya pengetahuan terkait kegiatan atau aktivitas program studi Ilmu Komunikasi yang terdapat dalam Humas kelembagaan pemerintah, diantaranya berupa strategi diseminasi informasi, strategi komunikasi antarpribadi, strategi menghadapi masalah, sampai dengan strategi penggunaan media sosial seperti *instagram*.

2. Bagi Lembaga

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi Humas Badan Nasional Penanggulangan Bencana dalam meningkatkan kinerja ke seluruh masyarakat Indonesia.