

Optimalisasi Strategi Komunikasi Melalui Instagram dalam Kegiatan Desa/Kelurahan Tangguh Bencana

Dwi Ajeng Widarini¹, Eni Kardi Wiyati², Hafri Yuliani³

^{1,2}Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta
Jalan Hang Lekir I/8, Jakarta

³Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Jalan Adam Malik UM Bengkulu

*Email Korespondensi: ajengsastroprawiro@dsn.moestopo.ac.id, enikardi@dsn.moestopo.ac.id, hafriyuliani@umb.ac.id,

Abstract - This activity aims to increase the capacity of communication strategies via social media Instagram in Disaster Resilient Village/Subdistrict activities (DESTANA). Facilitation for Strengthening Community Resilience IDRIP DESTANA is carried out in four provinces of West Sumatra, Bengkulu, Lampung and Banten. Instagram is used as a media that has a variety of content and is popular among Millennials and Gen Z. The @destana.region1 account is used as a means of socializing DESTANA program activities which take place in 54 villages/districts in 4 provinces. Community service activities were carried out to strengthen the communication strategy for socializing DESTANA activities carried out by the deputy coordinator for advocacy and communication in the provinces of Bengkulu, West Sumatra, Lampung and Banten. The results of this community service activity are the communication strategy of the Instagram account @destana.region1 and the accounts owned by each village/district which can optimize the socialization of DESTANA activities in each region. This can be seen from the interactions that occur within the account and the organic growth of the account.

Keywords: Instagram, Communication strategy, DESTANA, Mitigation

Abstrak - Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas strategi komunikasi melalui media sosial Instagram dalam kegiatan Desa/Kelurahan Tangguh Bencana (DESTANA). Fasilitasi Penguatan Ketangguhan Masyarakat IDRIP DESTANA dilaksanakan di empat provinsi Sumatera Barat, Bengkulu, Lampung dan Banten. Instagram digunakan sebagai salah satu media yang memiliki keragaman konten dan populer di kalangan Millenial dan gen Z. Akun @destana.wilayah1 digunakan sebagai sarana sosialisasi kegiatan program DESTANA yang berlangsung di 54 Desa/ Kelurahan di 4 provinsi. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan untuk menguatkan strategi komunikasi sosialisasi kegiatan DESTANA yang dilakukan oleh wakil koordinator bidang advokasi dan komunikasi di provinsi Bengkulu, Sumatera Barat, Lampung, dan Banten. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini strategi komunikasi akun Instagram @destana.wilayah1 dan akun yang dimiliki oleh masing-masing Desa/Kelurahan dapat mengoptimalkan sosialisasi mengenai kegiatan DESTANA di masing-masing wilayah hal ini terlihat dari interaksi yang terjalin dalam akun dan tumbuhnya akun secara organik.

Kata Kunci: Instagram, Strategi komunikasi, DESTANA, Mitigasi

PENDAHULUAN

Letak Indonesia secara geografis mengakibatkan Indonesia terletak pada pertemuan tiga lempeng tektonik aktif dunia yaitu lempeng Indo-Australi, Lempeng Eurasia dan Lempeng Pasifik. Indonesia salah satu Negara yang memiliki tingkat gempa yang tinggi di dunia. Gempa bumi disebabkan karena interaksi lempeng tektonik yang akan menimbulkan gelombang pasang apabila

terjadi di samudera. Tidak hanya itu, Indonesia merupakan bagian dari cincin api Pasifik atau sering disebut *Pacific ring of fire*.

Berdasarkan data dari Bank Dunia, Indonesia menempati urutan ke-35 sebagai negara dengan kejadian bencana terbanyak. Wilayah pantai di Indonesia merupakan wilayah yang rawan terjadi bencana tsunami mulai dari pantai barat Sumatera, Pantai selatan pulau Jawa, pantai utara dan selatan, pulau-pulau di Nusa Tenggara, Pulau-pulau di Maluku, Pantai utara Papua hingga ke pantai di Sulawesi. Berdasarkan data dari Inarisk, terdapat 236 Kabupaten/Kota memiliki risiko bencana tsunami, terdapat 5.743 Desa/Kelurahan memiliki risiko sedang dan tinggi terhadap bencana tsunami. Jumlah penduduk sebanyak 3.7 juta jiwa berpotensi terkena bencana tsunami.

UU No 24/2007 menyatakan bahwa penanggulangan Kebencanaan, bencana terbagi menjadi tiga jenis bencana, yaitu bencana alam, non alam, dan sosial. Salah satu ancaman bencana di Indonesia adalah gempa yang berpotensi tsunami di sejumlah wilayah di Indonesia. Pemerintah Indonesia dalam hal ini Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) melalui proyek IDRIP-DESTANA dalam penguatan fasilitasi masyarakat wilayah 1 Provinsi Banten, Lampung, Bengkulu, dan Sumatera Barat melakukan Kerjasama dengan Bank Dunia untuk mendukung pembiayaan dan bantuan teknis dalam pelaksanaan proyek investasi strategis Peningkatan tata Kelola risiko bencana di Indonesia dan kesiapsiagaan pemerintah dan masyarakat dalam menghadapi ancaman tsunami melalui Indonesia *Disaster Resilience Initiatives Project* (IDRIP). Program IDRIP-Desa/Kelurahan Tangguh Bencana (DESTANA) di wilayah 1 terdiri dari 4 Provinsi yaitu Banten, Lampung, Bengkulu dan Sumatera Barat.

Kegiatan Fasilitasi Penguatan Ketangguhan Masyarakat melalui IDRIP bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat secara inklusif di desa/kelurahan rawan tsunami dan gempa bumi yang memiliki tingkat risiko tsunami sedang dan tinggi. Adapun tujuan yang hendak dicapai adalah: 1. Masyarakat memiliki pengetahuan tentang kondisi ancaman bencana di lingkungan sekitarnya, kewaspadaan dan kesiapsiagaan dalam menghadapi bencana tsunami yang inklusif. 2. Masyarakat dapat merespon informasi peringatan dini bencana tsunami dan gempa bumi secara tepat dan cepat yang inklusif. 3. Masyarakat mampu mengidentifikasi jalur-jalur untuk menyelamatkan diri ke tempat yang aman ketika terjadi bencana secara inklusif. 4. Masyarakat dapat dan memiliki kemampuan melakukan evakuasi secara mandiri ke tempat evakuasi sementara atau tempat yang lebih aman ketika terjadi bencana secara inklusif.

Guna mengoptimalkan tercapainya tujuan dalam kegiatan Fasilitasi Penguatan Ketangguhan Masyarakat melalui IDRIP Destana peran Advokasi dan Komunikasi memegang peranan yang penting. Dalam program DESTANA sangat dibutuhkan karena Advokasi merupakan upaya pendekatan terhadap orang lain yang dianggap memiliki pengaruh dalam keberhasilan suatu program maupun kegiatan yang dilakukan. Peran advokasi berdasarkan tradisi pembaruan sosial dan pelayanan sosial. Aksi advokasi menjadi aksi yang aktif dan terarah serta peran advokasi perlu melakukan aksi persuasi terhadap kelompok profesional maupun kelompok elit tertentu untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Notoadmodjo, 2003). Keterampilan dalam mengadvokasi menjadi suatu ilmu dan seni yang dipengaruhi oleh komunikasi untuk meningkatkan kinerja tim dalam melakukan advokasi. Dalam menyelenggarakan advokasi, tidak hanya mempengaruhi tetapi juga memonitoring dan menentukan pihak yang akan diadvokasi seperti dalam kegiatan DESTANA yaitu masyarakat setempat, Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang terlibat dan terkait dengan kegiatan DESTANA seperti dinas BPBD, Dinas Sosial, DLH dan DLHK serta BAPPEDA.

Merujuk dari pernyataan advokasi diatas, maka komunikasi berdasarkan model Lasswell, merupakan interaksi yang terjadi antara komunikator (*Source*) dalam menyampaikan pesan (*Message*) dengan menggunakan media (*Channel*) kepada Penerima (*Reciver*) atau Komunikan, sehingga menimbulkan umpan balik (*Feedback*). (Efendi et al., 2024). Jika dihubungkan dengan komunikasi risiko, maka komunikasi risiko merupakan proses yang terjadi dapat membantu suatu organisasi dalam mendefinisikan permasalahan dan pelibatan dan aksi sebelum peristiwa darurat terjadi. Proses yang dilakukan merupakan bagian dari membangun relasi dengan audiens, membagi informasi mengenai risiko yang mungkin terjadi, dan melakukan konsensus mengenai cara terbaik untuk memandang suatu risiko. (Negoro, 2021).

Dalam (Mulyadi, 2022) yang mengutip Coppola dan Maloney (2015) siklus manajemen bencana memiliki empat macam siklus yaitu mitigasi, kesiapsiagaan (*preparedness*), tanggap darurat dan pemulihan. Keempat komponen ini memerlukan pendekatan komunikasi krisis. Hal ini yang menjadi poin utama dalam kegiatan DESTANA yakni mempersiapkan masyarakat untuk melakukan pra bencana yakni persiapan dalam menghadapi bencana, tangga saat bencana berlangsung, dan pasca bencana.

Salah satu metode dalam melakukan diseminasi komunikasi risiko yang dilakukan dalam kegiatan IDRIP DESTANA, digunakannya media sosial untuk menyebarluaskan informasi. Sasaran yang dituju dalam pengemasan konten mengenai DESTANA adalah masyarakat di lingkungan program DESTANA, OPD, dan pemangku kepentingan lainnya. Program yang berjalan dalam kurun waktu sejak 2023 ini, membutuhkan strategi komunikasi dalam penggunaan akun media sosial Instagram yang efektif melakukan penyebaran informasi seputar program, kegiatan dan perkembangan program yang terlaksana. Pemanfaatan media sosial untuk komunikasi bencana dapat menjadi sarana informasi kepada masyarakat sekaligus sebagai peringatan dini bencana selain melalui media konvensional (radio, televisi dan koran) ataupun informasi dari mulut ke mulut (Zhang dkk, 2019).

Instagram dipilih karena berdasarkan laporan Napoleon Cat ada 90,41 juta pengguna Instagram di Indonesia pada 2024 (DataIndonesia, 2024). Hal ini senada dengan laporan *We Are Social* yang menyatakan pengguna Instagram di Indonesia menduduki urutan kedua dalam penggunaan media sosial setelah WhatsApp. Ada 139 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2024. Jumlahnya setara 49,9% dari total populasi nasional (Katadata, 2024). Instagram dalam websitenya mengklaim mereka telah digunakan sebagai media yang kredibel dalam memberikan informasi saat terjadi pandemi Covid-19 dan membantu komunitas untuk merasa aman dan terkoneksi selama pandemi berlangsung. Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa program IDRIP DESTANA di wilayah 1 menggunakan media sosial Instagram dalam melakukan sosialisasi mengenai program penguatan masyarakat dalam bencana Gempa-Tsunami.

METODE PELAKSANAAN

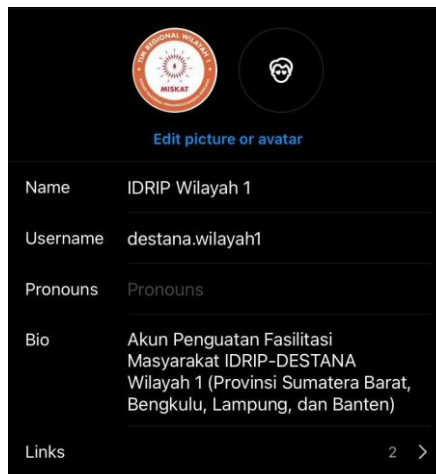
Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui *focus group discussion* yang diikuti oleh perwakilan dari masing-masing wakil koordinator bidang advokasi dan komunikasi di provinsi Banten, Sumatera Barat, Lampung, dan Bengkulu. Dalam *focus group discussion* yang dilakukan masing-masing peserta melakukan pemetaan target audience yang ingin dicapai dalam publikasi melalui Instagram. Melakukan penjadwalan konten yang ingin dipublikasikan dan diberikan pengarahan terkait ragam konten yang bisa diproduksi dalam kegiatan DESTANA. Dalam diskusi juga dibahas mengenai pembuatan konten yang inklusif. Program IDRIP DESTANA memiliki konsep yang inklusif oleh karena itu konten dapat diterima oleh teman-teman disabilitas.

Selain memberikan materi terkait strategi komunikasi, secara reguler juga dilakukan monitoring terkait konten-konten yang dipublikasikan melalui akun @destana.wilayah1 guna melakukan evaluasi konten. Percakapan yang terjalin dengan para pengikut akun ini menjadi salah satu indikator keberhasilan dari strategi komunikasi yang dilakukan.

HASIL PENEMUAN DAN DISKUSI

Dalam diskusi yang berlangsung para peserta membuat strategi komunikasi media sosial. Wakil koordinator advokasi dan komunikasi program IDRIP DESTANA di wilayah 1 membuat strategi konten yang akan dipublikasikan melalui akun Instagram yang dimiliki.

Strategi konten yang didiskusikan antara lain merujuk pada model Lasswell, merupakan interaksi yang terjadi antara komunikator (*Source*) dalam menyampaikan pesan (*Message*) dengan menggunakan media (*Channel*) kepada Penerima (*Reciver*) atau Komunikan, sehingga menimbulkan umpan balik (*Feedback*). Pada model ini, pemilik akun dikenali atau menunjukkan identitasnya dalam profil di media Instagram. Dalam pemilihan profil, kami menyarankan akun ini dibuat dengan identitas yang menerangkan program kegiatan dan wilayah yang dijangkau oleh kegiatan ini. Profil yang ditampilkan juga dibuka atau tidak pribadi agar secara mudah dapat diakses oleh semua orang. Dari diskusi tersebut tampilan profil Instagram yang menjelaskan identitas akun dan lembaga yang menaungi akun tersebut. Selain itu juga dicantumkan link website katalogkesiapsiagaan.bnpb.go.id yang berfungsi untuk panggilan untuk melakukan aksi para pengikut akun untuk mengetahui informasi lebih lanjut.



Gambar 1: Tampilan profil akun @destana.wilayah1 (Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024)

Kata sapaan untuk pengikut juga suatu hal yang dipikirkan dalam diskusi, merujuk pada akun Instagram BNPB yang menggunakan kata sapaan "Sahabat Tangguh" akun @destana.wilayah1 menggunakan kata sapaan ini, agar mudah dipahami jika program ini merupakan program yang digagas oleh BNPB yang bekerjasama dengan worldbank. Identitas lainnya adalah penyematan logo BNPB, World Bank dan logo daerah dalam tiap konten yang akan diposting.



Gambar 2: Tampilan narasi dalam akun @destana.wilayah1 (Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024)

Pesan dikemas secara informatif menjadi landasan pembuatan konten Instagram ID RIP Destana. Para peserta memfokuskan pembuatan konten yang interaktif, dengan menampilkan ragam konten yang tidak monoton. Konten awal dari akun @destana.wilayah1 menurut peserta penting untuk menjelaskan program yang akan dijalankan di tiap wilayah. Selain itu konten mengenai penjelasan ini, disarankan oleh kami sebagai pemateri untuk diletakkan di tiga baris awal konten di Instagram agar memudahkan pencarian dan dapat diketahui oleh para pengikut akun ini.



Gambar 3: Tampilan konten akun @destana.wilayah1 (Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024)

Selain itu juga, kami menyarankan untuk menampilkan ragam konten yang dapat menarik perhatian bagi pengikut. Menggunakan grafis dan warna yang dapat menjadi identitas kegiatan ID RIP DESTANA. Membuat infografis sederhana mengenai informasi mitigasi bencana dan menampilkan tokoh-tokoh perempuan yang menjadi pelopor dalam program ID RIP DESTANA di masing-masing provinsi. Konten-konten yang menarik dan interaktif, diikuti oleh pengikut dan menghasilkan interaksi dengan pengikut cukup banyak. Salah satunya dalam konten yang mengisahkan Ibu Hapipah yang menjadi penggerak dalam komunikasi kebencanaan. Konten ini memiliki nilai kedekatan bagi pengikut dan menjadi inspirasi bagi pengikut. Terbukti dari banyaknya komen yang terangkum dalam postingan. Dalam sesi mentoring, disarankan untuk kisah seperti ini dapat ditonjolkan lagi dalam konten-konten berikutnya.



Gambar 4: Tampilan kolom komentar dari pengikut akun @destana.wilayah1 (Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024)

Ragam konten bersifat keseharian, menimbulkan percakapan, hari raya, kegiatan yang tengah berlangsung menjadi variasi konten yang dibuat oleh peserta. Peserta juga menyadari pentingnya menggunakan hashtag dalam postingannya, pemateri menyarankan untuk memiliki hashtag yang disepakati. Penggunaan hashtag yang disepakati oleh para peserta antara lain #idrip #destana #salamtangguh untuk memudahkan pencarian konten. Selain itu, peserta disarankan untuk menyimpan foto-foto, video atau konten yang diposting dalam Instastories dalam highlights di Instagram. Penggunaan narasi dalam tiap postingan disarankan untuk menggunakan kalimat aktif. Pesan yang disampaikan harus inklusif oleh karena itu penggunaan close caption dalam postingan guna dapat diakses oleh teman-teman disabilitas. Program IDRIP DESTANA program inklusif, pembuatan pesan dalam konten harus mencerminkan inklusivitas program yang dapat diakses oleh semua orang.



Gambar 5: Tampilan close caption yang dapat disetting dalam konten @destana.wilayah1 (Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024)

Akun Instagram @destana.wilayah1 menyajikan informasi dari empat provinsi (Banten, Sumatera Barat, Bengkulu, dan Lampung). Di empat provinsi ini ada 54 desa/kelurahan yang memiliki program IDRIP DESTANA. Masyarakat di 54 desa/kelurahan ada yang menginisiasi untuk membuat akun Instagram secara mandiri. Bagi peserta ini merupakan kesempatan untuk

melakukan posting konten secara bergantian dari akun @destana.wilayah1 ke akun yang dimiliki oleh DESTANA di masing-masing desa/kelurahan. Sifat akun yang swadaya atau dikerjakan sendiri oleh warga masyarakat terlihat tidak konsisten dalam upload kegiatan atau melakukan proses interaksi dengan pengikut. Selain konsisten dalam memberikan pesan dalam komunikasi kebencanaan diperlukan 1) Penentuan komunikator/tokoh masyarakat sebagai sumber yang kredibel; (2) Pemilihan pesan yang mudah dimengerti; (3) Pemilihan media pelaporan bencana; (4) Pemetaan hambatan komunikasi dalam membangun masyarakat sadar bencana (Baiq Vira Safitri, 2020).

Selain konten, dibahas juga mengenai keamanan data akun @destana.wilayah1 akun sempat dihack oleh orang lain yang memasukkan foto-foto yang menjurus ke konten pornografi. Pemateri menyarankan agar admin perlu membuat variasi kata kunci akun yang aman dan diketahui oleh beberapa orang. Hal ini penting untuk menjaga keamanan akun dari orang-orang yang tidak bertanggung jawab dan merugikan bagi lembaga. Adapun komunikasi mitigasi bencana, dalam program mitigasi adalah 1. Sosialisasi Kawasan risiko bencana 2. Pelatihan tanggap bencana 3. Pemasangan Peta Jalur dan Rambu Evakuasi yang dibantu oleh komunitas/ relawan bencana. 4. Membuat media Edukasi untuk anak-anak sekolah (animasi video) (Mochamad Iqbal, 2021).

SIMPULAN

Pelatihan dan monitoring yang dilakukan terkait optimalisasi strategi komunikasi Melalui Instagram dalam kegiatan Desa/Kelurahan Tangguh Bencana di Wilayah 1, merupakan kegiatan yang harus dilakukan secara berkala. Akun ini selama kegiatan dapat tumbuh secara organik dan menimbulkan interaksi berupa percakapan, likes dan re-share. Namun kapabilitas peserta dalam mengelola pesan komunikasi bencana dengan menggunakan media sosial Instagram perlu ditingkatkan. Konten @destana.wilayah1 harus diproduksi secara konsisten guna berdampak bagi kesadaran masyarakat adanya program IDRIP DESTANA di wilayahnya.

Selain itu, perlunya kemampuan mengolah konten yang baik agar konten yang diproduksi menimbulkan interaksi dengan pengikutnya. Pembuatan konten-konten yang sifatnya keseharian warga dalam menghadapi bencana perlu diproduksi secara reguler, contohnya konten mengenai kesiapan masyarakat dalam mengurangi risiko bencana.

Media sosial merupakan salah satu media yang dapat diakses oleh semua orang, namun dengan banyaknya informasi yang dapat diakses oleh masyarakat, pesan yang dibuat oleh akun @destana.wilayah1 harus memenuhi kebutuhan informasi para pengguna media sosial. Kegiatan ini, diharapkan dapat menjadi pendorong pembuatan konten-konten yang interaktif mengenai kegiatan IDRIP DESTANA mengingat Indonesia merupakan daerah yang rawan bencana oleh karena itu komunikasi yang dilakukan terkait kemandirian masyarakat menghadapi bencana perlu ditumbuhkan melalui media sosial.

Diharapkan akun @destana.wilayah1 dapat secara konsisten memproduksi informasi terkait mitigasi bencana yang efektif dan bermanfaat bagi warga. Hingga mentoring berakhir akun IG sudah memiliki 400 followers yang secara aktif mengikuti perkembangan program IDRIP Destana di 54 Desa, dan jika peserta dapat terus mengembangkan akun ini akan menjadi media bermanfaat bagi masyarakat.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami ucapkan kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Universitas Muhammadiyah Bengkulu, dan Program IDRIP DESTANA.

DAFTAR PUSTAKA

- Baiq Vira Safitri,dkk (2020). Komunikasi Kebencanaan: Suatu Strategi Dalam Membangun Masyarakat Sadar Bencana Pada BPBD Kota Mataram. *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora)* Volume 6 Nomor 2, 143-150.
- Efendi, A. L., Fadilla, A., Khoirunnisa, A. C., Bakry, G. N., & Aristi, N. (2024). *Analisis Jaringan Komunikasi # Pilpres2024 Pada Platform Twitter*. 204, 219–232. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i2.2976>
- Erwin Mulyadi (2022). Analisis Isi Pesan Instagram BPBD DKI Jakarta Dalam Mitigasi Bencana Banjir Memakai Model CERC. *Jurnal Signal* Volume 2, 177-136.
- Mochamad Iqbal, dkk (2021). Komunikasi Mitigasi Bencana (Studi Kasus Mitigasi Bencana Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Jabar dalam Menghadapi Bencana Alam Gempa Bumi Akibat Sesar Lembang). *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* E-ISSN : 2614-0381, ISSN: 2614-0373 Volume 4, No. 2, Juli 2021.
- Negoro, S. H. (2021). Penerapan Komunikasi Risiko Bencana Pada the Cangkringan Jogja Villas & Spa. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(2), 159–170. <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1677>
- Zhang, C., Fan, C., Yao, W., Hu, X., & Mostafavi, A. (2019). Social media for intelligent public information and warning in disasters: A interdisciplinary review. *International Journal of Information Management*, 49, 190 - 207.
- Oktariani, Rika dan AG Eka Wenats Wuryanta. (2020). Komunikasi Pemerintah Melalui Media Center Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kepada Publik. *EXPOSE Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 3, No 02.113-123. DOI: 10.33021/exp.v3i2.1196
- Dataindonesia.id.(12 April 2024). Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Pada Maret 2019-Maret 2024. Diakses pada 27 Juli 2024 di <https://dataindonesia.id/internet/detail/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia-pada-maret-2019maret-2024>
- Katadata.co.id.(1 Maret 2024). Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024. Diakses pada 26 Juli 2024 di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Meta.com.(2020).We're committed to supporting COVID-19 relief efforts. Diakses pada 26 Juli 2024 di <https://about.meta.com/actions/responding-to-covid-19/>