

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 *Review Penelitian Sejenis*

Dalam menjalankan penelitian ini, penulis akan mencari sumber referensi yang relevan dan kredibel dengan topik serupa untuk memastikan orisinalitas karya ilmiah agar tidak memiliki kesamaan dengan karya ilmiah yang lainnya. Berikut ini adalah beberapa penelitian penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penulis dalam melakukan penelitian ini :

1. Strategi Komunikasi Mitigasi Penanggulangan Bencana Banjir di Kecamatan Cibeber Oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kota Cilegon Sri Wildani, Universitas Serang Raya. Dalam penelitian ini berusaha melihat bagaimana upaya Bpbd Kota Cilegon dalam melakukan mitigasi bencana banjir di kecamatan cibeber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bpbd telah melakukan pemantauan bersama dengan pihak terkait untuk mengidentifikasi wilayah rawan bencana dan melakukan sosialisasi serta penyuluhan di sekolah-sekolah, masyarakat, dan perusahaan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang langkah-langkah mitigasi yang perlu diambil untuk mengurangi risiko bencana
2. Strategi Komunikasi Bpbd Provinsi Ntb Dalam Mensosialisasikan

Penanggulangan Bencana Di Kecamatan Gunungsari Pasca Banjir Tahun 2022, Qaulin Nisak, Universitas Islam Negeri Mataram. Dalam penelitian ini berusaha melihat bagaimana Strategi Komunikasi Bpbd Provinsi NTB mensosialisasikan konsep penangggulangan bencana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat faktor penghambat yaitu konsep sosialisasi penangggulangan bencana belum terkoodinir secara terpadu dan terencana, terbatasnya sarana dan prasarana kerja dan anggaran, dan Sasaran komunikasi saat melakukan sosialisasi masih belum maksimal mensosialisasikan konsep penangggulangan bencana

- Strategi Komunikasi Bpbd Dalam Mensosialisasikan Informasi Bencana Banjir di Kota Binjai, Linya Ketzia Chlodya Br Tobing, IPDN. Dalam penelitian ini berusaha melihat bagaimana strategi komunikasi BPBD Kota Binjai dalam mensosialisasikan informasi bencana kepada masyarakat dilakukan melalui penyuluhan dan menggunakan media massa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perspektif masyarakat terhadap strategi komunikasi Bpbd Kota Binjai masih minimal. Artinya kesadaran masyarakat terhadap informasi bencana yang disosialisasikan belum dirasakan secara optimal bagi masyarakat Kota Binjai

Tabel 2.1 *Review* Penelitian Sejenis

NO	Judul dan Tahun Pembuatan	Penulis	Metode Penelitian dan Teori	Hasil Penelitian	Analisis Perbedaan
1,	Strategi Komunikasi Mitigasi Penanggulangan Bencana Banjir di Kecamatan Cibeber	Sri Wildani	Menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif dan teori strategi komunikasi Harold D Lasswell	Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kota Cilegon telah melakukan berbagai upaya dalam mitigasi bencana banjir di Kecamatan Cibeber. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi mitigasi bencana yang dilakukan oleh BPBD sudah cukup baik, dengan tingkat kesadaran masyarakat yang tinggi mengenai informasi mitigasi bencana. BPBD menggunakan berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube, serta WhatsApp Group untuk menyebarkan informasi kepada	Persamaan penelitian tersebut terletak pada subjek dan metode penelitian, sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya.

				masyarakat. • BPBD telah melakukan pemantauan bersama dengan pihak terkait untuk mengidentifikasi wilayah rawan bencana dan melakukan sosialisasi serta penyuluhan di sekolah-sekolah, masyarakat, dan perusahaan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang langkah-langkah mitigasi yang perlu diambil untuk mengurangi risiko bencana, seperti meminimalkan korban jiwa dan cedera, terutama pada anak-anak.	
2.	Strategi Komunikasi Bpbd Provinsi Ntb Dalam Mensosialisasikan Penanggulangan Bencana Di Kecamatan Gunungsari Pasca Banjir Tahun 2022	Qaulin Nisak	Menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif dan landasan teori studi kasus	• Strategi Komunikasi BPBD Provinsi NTB dalam mensosialisasikan konsep penanggulungan bencana yaitu: Pertama, Menyusun strategi kebijakan. Kedua, sosialisasi. Ketiga, evaluasi. Keempat,	Persamaan penelitian tersebut terletak pada subjek dan metode penelitian, sedangkan perbedaan

				pelaporan. • Terdapat faktor penghambat yaitu: konsep sosialisasi penanggulangan bencana belum terkoodinir secara terpadu dan terencana, terbatasnya sarana dan prasarana kerja dan anggaran, dan Sasaran komunikasi saat melakukan sosialisasi masih belum maksimal	penelitian ini terletak pada objek penelitiannya.
3.	Strategi Komunikasi Bpbd Dalam Mensosialisasikan Informasi Bencana Banjir di Kota Binjai	Linya Ketzia Chlodya Br Tobing	Menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif dan teori S-0-R.	• strategi komunikasi BPBD Kota Binjai dalam mensosialisasikan informasi bencana kepada masyarakat dilakukan melalui penyuluhan dan menggunakan media massa. Strategi ini dilakukan melalui tahapan perencanaan, penerapan, dan evaluasi. • Perspektif masyarakat terhadap strategi komunikasi BPBD Kota	Persamaan penelitian tersebut terletak pada subjek dan metode penelitian, sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya.

				Binjai masih minimal. Artinya kesadaran masyarakat terhadap informasi bencana yang disosialisasikan BPBD belum optimal. • BPBD Kota Binjai telah membuat berbagai program sosialisasi seperti sosialisasi, pelatihan simulasi bencana, pelatihan relawan, penyuluhan, dan seminar untuk mensosialisasikan informasi bencana kepada masyarakat. • BPBD Kota Binjai melakukan kerja sama dengan pihak terkait seperti kecamatan, desa, TNI, Polri dalam penerapan program sosialisasi ke masyarakat.	
--	--	--	--	--	--

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, tanpa komunikasi manusia tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dan tidak dapat terkoneksi dengan manusia lainnya. Segala aspek dalam kehidupan manusia pasti selalu membutuhkan komunikasi didalamnya, banyak hal yang dapat dilakukan dengan komunikasi, semisalnya : seorang mahasiswa yang sedang memperesentasikan hasil penelitiannya di depan penguji, atau seorang dosen yang memberikan materi kepada mahasiswa. Sifat dan kegunaan dari komunikasi ini selalu berkembang mengikuti jaman, sehingga tentunya komunikasi tidak dapat terlepas dari kehidupan manusia

Pengertian komunikasi dapat dilihat dari dua aspek, yaitu etimologi (bahasa) dan terminologi (istilah). Secara etimologis, menurut Roudhonah dalam buku Ilmu Komunikasi, komunikasi berasal dari beberapa kata, salah satunya adalah "communicare," yang berarti ikut serta atau memberi informasi, serta dari perspektif "komunis," yang berhubungan dengan opini publik. Deddy Mulyana, dalam bukunya "Pengantar Ilmu Komunikasi," mengutip Raymond S. Ross yang menjelaskan bahwa "komunikasi" atau "communication" dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin "communis," yang berarti membuat sama. Dari pengertian ini, komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk menyamakan persepsi atau arti antara komunikator dan komunikan.

Dalam terminologi, banyak ahli telah mencoba mendefinisikan komunikasi. Misalnya, Hovland, Janis, dan Kelley, yang dikutip oleh Forsdale, mendefinisikan komunikasi sebagai "proses individu mengirimkan stimulus, biasanya dalam bentuk verbal, untuk mengubah perilaku orang lain." Sementara itu, menurut Harold D. Laswell, yang dikutip oleh Wiryanto dalam buku "Pengantar Ilmu Komunikasi," komunikasi dapat dijelaskan dengan menjawab pertanyaan: Siapa yang mengatakan apa, melalui media apa, kepada siapa, dan dengan efek apa (Wiryanto, 2004: 7). Selain itu, John B. Hoben menyatakan bahwa komunikasi (harus) dianggap berhasil sebagai pertukaran verbal dari pemikiran atau gagasan.

Menurut Joseph A. Devito, komunikasi dapat dipahami sebagai sebuah transaksi. Transaksi ini menggambarkan komunikasi sebagai sebuah proses di mana semua komponennya saling terkait, dan para komunikator berinteraksi serta memberikan respons sebagai satu kesatuan yang utuh. Dalam setiap proses transaksi, setiap elemen berhubungan secara integral dengan elemen lainnya (Suprpto, 2006: 5).

Sedangkan menurut Pawito dan C. Sardjono dalam bukunya "Teori-Teori Komunikasi," komunikasi adalah sebuah proses di mana pesan disampaikan atau dipindahkan (melalui saluran tertentu) dari sumber kepada penerima dengan tujuan

mengubah perilaku, baik itu perubahan dalam pengetahuan, sikap, maupun perilaku nyata lainnya (1994: 12)

Berdasarkan uraian diatas, bisa dikatakan bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan proses menyampaikan pesan oleh individu atau kelompok kepada individu atau kelompok lainnya dengan harapan dapat menimbulkan *feedback* dan perubahan sikap atau perilaku yang signifikan sesuai yang diharapkan. Komunikasi ini tidak terbatas dan berjalan sesuai konteks yang diinginkan.

2.1.2.1.1 Fungsi Komunikasi

Jika definisi komunikasi itu sangat luas, maka komunikasi tidak hanya diartikan sebagai pertukaran informasi yang bersifat satu arah saja, namun dapat digunakan individu dan kelompok dalam bertukar data, ide, dan fakta. Namun secara fungsinya dapat di definisikan sebagai berikut :

Dalam studi ilmu komunikasi, banyak ahli mengemukakan pandangan mengenai fungsi-fungsi komunikasi. Namun salah satu pendapat yang berkembang adalah dari Rudolph F. Verderber, yang dikutip dalam buku "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar" karya Prof. Dr. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D. Menurutnya, komunikasi memiliki dua fungsi utama:

- 1) Fungsi sosial: Bertujuan untuk kesenangan, menunjukkan ikatan dengan orang lain, serta membangun dan memelihara hubungan.
- 2) Fungsi pengambilan keputusan: Membantu dalam memutuskan apakah akan melakukan sesuatu atau tidak pada waktu tertentu (Mulyana, 2008:73).

Fungsi-fungsi komunikasi ini juga dapat ditelusuri berdasarkan tipe komunikasinya, yang terbagi menjadi empat jenis:

- 1) Komunikasi dengan diri sendiri (intrapersonal communication).
- 2) Komunikasi antarpribadi (interpersonal communication).
- 3) Komunikasi publik.
- 4) Komunikasi massa.

Secara umum, fungsi komunikasi meliputi:

- 1) Informasi: Memberikan dan menerima informasi kepada masyarakat.
- 2) Edukasi: Memberikan pendidikan.
- 3) Persuasi: Mempengaruhi khalayak.
- 4) Hiburan: Menyediakan hiburan.

2.1.2.1.2 Tujuan Komunikasi

Segala hal dalam hidup tentunya memiliki tujuannya masing-masing, begitu juga dengan komunikasi, komunikasi bertujuan untuk menyampaikan informasi untuk diterima oleh komunikan dengan bentuk apapun dan tujuan apapun.

Gordon I. Zimmerman mengategorikan tujuan komunikasi ke dalam dua kelompok utama. Pertama, manusia berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang esensial bagi kebutuhan dasar, seperti mencari nafkah, memahami lingkungan sekitar, dan menikmati hidup. Kedua, komunikasi dilakukan untuk membangun dan memelihara hubungan dengan orang lain. Dengan demikian, komunikasi memiliki tujuan yang melibatkan pertukaran informasi untuk menyelesaikan tugas dan tujuan

hubungan yang berkaitan dengan bagaimana kita berinteraksi dengan orang lain (Mulyana, 2007:4).

Sedangkan menurut Effendy (2002:55), tujuan komunikasi meliputi beberapa hal:

- 1) Mengubah Sikap (*To Change The Attitude*): Komunikasi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku individu. Setelah menyampaikan informasi, tahap berikutnya adalah melihat apakah informasi tersebut mempengaruhi seseorang dan apakah itu mengubah sikapnya sesuai dengan harapan komunikator.
- 2) Mengubah Opini/Pendapat/Pandangan (*To Change The Opinion*): Tujuan komunikasi adalah mengubah pandangan atau opini seseorang agar selaras dengan harapan komunikator. Tujuan utamanya adalah mencapai kesamaan pandangan atau pendapat.
- 3) Mengubah Perilaku (*To Change The Behavior*): Setelah menerima informasi, komunikasi diharapkan membuat penerima bertindak sesuai dengan stimulus yang diberikan, atau sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator (Effendy, 2002:50).
- 4) Mengubah Masyarakat (*To Change The Society*): Jika sebelumnya perubahan lebih bersifat individual, pada poin ini perubahan yang diharapkan bersifat lebih luas dan mempengaruhi kelompok masyarakat secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, tujuan komunikasi adalah untuk mendorong perubahan dalam sikap, pendapat, perilaku, dan kondisi sosial komunikan. Tujuan utamanya adalah memastikan pesan yang disampaikan diterima, dipahami, dan dapat menghasilkan umpan balik.

2.1.2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam setiap bentuk interaksi manusia, komunikasi memainkan peran yang sangat krusial. Ini berlaku dalam berbagai aspek kehidupan, baik dalam hubungan pribadi maupun profesional. Untuk memahami dinamika komunikasi dengan lebih baik, penting untuk mengenali unsur-unsur yang membentuknya. Unsur-unsur ini

adalah dasar dari setiap pesan yang disampaikan dan merupakan kunci untuk memastikan efektivitas komunikasi.

Menurut Cangara (2017), suatu proses komunikasi terjadi karena didukung oleh beberapa elemen atau unsur yang saling berkaitan. Elemen-elemen tersebut meliputi:

- 1) Sumber: Dalam proses komunikasi, sumber adalah pihak yang menyampaikan pesan. Sumber, yang bisa disebut sebagai komunikator, pengirim, atau dalam bahasa Inggris disebut "source," "sender," atau "encoder," bertanggung jawab untuk mengirimkan informasi yang berasal dari pikiran mereka. Pesan dapat disampaikan secara pribadi, tatap muka, dalam kelompok kecil, dalam pertemuan besar, atau melalui media massa. Sebelum mengirimkan pesan, pengirim harus menentukan arti dari pesan yang akan disampaikan dan menyandikannya (encode) menjadi sebuah pesan.
- 2) Pesan: Pesan, dalam bahasa Inggris disebut "message," "content," atau "information," adalah pernyataan atau informasi yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan dapat berbentuk informasi, nasihat, atau propaganda, dan dapat disampaikan secara verbal (tertulis atau lisan) maupun nonverbal (isyarat, gerakan tubuh, ekspresi wajah, dan nada suara).
- 3) Media: Media adalah alat yang digunakan komunikator untuk mengirimkan pesan kepada penerima. Media dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu media umum (seperti telepon, fax, dan infocus) dan media massa (seperti televisi, radio, film, dan surat kabar). Pilihan media didasarkan pada tujuan dan kepentingan komunikasi.
- 4) Penerima: Penerima, atau komunikan, adalah pihak yang menerima pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa berupa individu, kelompok, massa, atau lembaga, dan bertanggung jawab untuk menafsirkan (decoding) dan memahami pesan yang disampaikan.
- 5) Efek: Efek adalah perubahan atau penguatan keyakinan, pengetahuan, sikap, atau tindakan seseorang sebagai hasil dari pesan yang diterima.
- 6) Umpan Balik: Umpan balik, atau "feedback," adalah tanggapan yang diberikan oleh penerima terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator.
- 7) Lingkungan atau Situasi: Lingkungan atau situasi adalah faktor yang mempengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan ini mencakup

lingkungan fisik (seperti kondisi geografis), sosial (seperti bahasa, adat, dan status sosial), psikologis (pertimbangan kejiwaan), dan dimensi waktu (waktu yang tepat untuk komunikasi).

Setiap elemen ini memiliki peranan penting dalam membangun dan mempertahankan sebuah komunikasi. Jika salah satu elemen hilang, komunikasi tidak dapat berlangsung dengan efektif.

2.1.2.2 Komunikasi Persuasif

Proses komunikasi merupakan suatu proses antar individu atau antar kelompok untuk saling bertukar informasi ataupun ide. Namun lebih dalam lagi bahwa bagi komunikator memiliki keinginan untuk mempengaruhi komunikannya tersebut dari aspek psikologisnya agar pesan/informasi tersebut dapat terserap dan dapat mempengaruhi. Lalu dari situ muncul istilah komunikasi persuasif. Istilah persuasi berasal dari bahasa Latin "*persuasion*," yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu.

Komunikasi persuasif melibatkan kesempatan yang sama bagi setiap pihak untuk saling memengaruhi, memberi tahu audiens tentang tujuan persuasi, serta mempertimbangkan keberadaan audiens. Persuasi dapat dilakukan dengan pendekatan rasional maupun dengan menyentuh aspek afektif atau emosional seseorang. Melalui pendekatan emosional, simpati dan empati audiens dapat digugah. Tujuan utama dari proses komunikasi ini adalah untuk memengaruhi pemikiran dan pendapat orang lain agar sejalan dengan pendapat dan keinginan komunikator. Selain itu, proses ini juga bertujuan untuk mengajak dan membujuk orang lain sehingga

terjadi perubahan sikap, keyakinan, dan pandangan sesuai dengan kehendak komunikator.

Komunikasi persuasif diartikan sebagai perilaku komunikasi yang bertujuan untuk mengubah sikap, keyakinan, atau perilaku individu atau kelompok melalui penyampaian pesan. Persuasi merupakan upaya untuk mengubah sikap dengan menggunakan pesan, yang menitikberatkan pada karakteristik komunikator dan pendengar. Dengan demikian, komunikasi persuasif dapat disimpulkan sebagai bentuk komunikasi yang berusaha mengubah sikap penerima melalui pesan yang disampaikan oleh pengirim. Komunikasi persuasif juga mencakup kemampuan untuk mempengaruhi perilaku individu atau kelompok, atau kemampuan menanamkan keyakinan dan nilai-nilai dalam diri orang lain dengan mempengaruhi pemikiran dan tindakan mereka melalui strategi tertentu.

Beberapa metode yang digunakan dalam komunikasi persuasif meliputi: melibatkan seseorang atau masyarakat dalam suatu kegiatan untuk membangun pemahaman bersama, menyampaikan pesan dengan pendekatan emosional agar lebih menarik, menghubungkan pesan dengan fenomena yang menarik perhatian publik untuk memberikan kesan yang tak terlupakan dan menonjol dibandingkan pesan lain, menyajikan pesan yang berisi anjuran dengan jaminan hasil yang memuaskan jika diikuti, dan menyampaikan pesan yang menimbulkan rasa takut atau khawatir jika informasi tersebut tidak dipatuhi.

Menurut Olson dan Zanna (1993), persuasi dapat diartikan sebagai perubahan sikap yang terjadi karena seseorang menerima informasi dari pihak lain. Persuasi juga bisa didefinisikan sebagai usaha psikologis untuk mempengaruhi sikap, sifat, pendapat, dan perilaku individu atau kelompok. Meskipun terdapat berbagai cara untuk mempengaruhi, seperti teror, boikot, pemerasan, dan penyuapan, persuasi tidak menggunakan metode-metode tersebut. Sebaliknya, persuasi menggunakan komunikasi yang didasarkan pada argumen dan alasan-alasan psikologis.

Schacter (1997) menambahkan bahwa ada dua jenis persuasi. Pertama, persuasi sistematis, yaitu proses yang mempengaruhi seseorang melalui perubahan sikap atau keyakinan yang didasarkan pada logika dan alasan. Kedua, persuasi heuristik, yang dilakukan melalui perubahan berdasarkan kebiasaan dan respons emosional.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa persuasi merupakan proses komunikasi dengan tujuan untuk mempengaruhi pendapat, sikap dan perilaku individu maupun kelompok secara verbal maupun non verbal.

2.1.2.2.1 Unsur Komunikasi Persuasif

Unsur merupakan sekumpulan bagian terkecil yang melekat pada pengertian, yang berarti dalam hal ini unsur komunikasi persuasif merupakan bagian-bagian yang dapat saling melengkapi didalam suatu pengertian. Adapun unsur-unsur dalam komunikasi persuasif adalah sebagai berikut

1) Pengirim pesan atau persuader

Sumber atau persuader adalah individu dari suatu kelompok yang menyampaikan pesan dengan tujuan mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain, baik melalui cara verbal maupun nonverbal. Dalam komunikasi persuasif, keberadaan persuader sangatlah penting. Oleh karena itu, ia harus memiliki etos yang kuat. Etos merujuk pada nilai diri seseorang yang mencakup kombinasi dari aspek kognitif, afektif, dan konatif. Seorang persuader yang memiliki etos yang tinggi dicirikan kesiapan, kesungguhan, kepercayaan, ketenangan, keramahan dan kesederhanaan.

2) Pesan

Pesan merupakan unsur penting dalam mempersuasi individu ataupun kelompok, dan isi pesan tersebut perlu diperhatikan agar dapat menguatkan, mengkondisikan, dan dapat membawa kepada perubahan yang persuader inginkan.

Menurut Blake dan Haroldsen (1979) pesan adalah simbol yang secara selektif diarahkan untuk menyampaikan informasi. Dalam komunikasi, pesan dapat disampaikan secara verbal atau nonverbal, dan bisa bersifat disengaja (intentional) maupun tidak disengaja (unintentional). Pesan verbal adalah salah satu faktor terpenting dalam menentukan keberhasilan komunikasi persuasif, karena melibatkan penggunaan kata-kata dan rangsangan bicara.

Secara umum, ada tiga tujuan utama dari pesan komunikasi persuasif: membentuk tanggapan, memperkuat tanggapan, dan mengubah tanggapan. Dalam membentuk

sikap dan tanggapan, komunikator harus dapat mengaitkan gagasan atau produk baru dengan nilai-nilai yang sudah ada dalam sistem masyarakat atau audiens sasaran. Memperkuat tanggapan berarti mempertahankan perilaku yang sedang berlangsung terhadap produk, gagasan, atau isu tertentu. Sedangkan mengubah tanggapan melibatkan perubahan sikap sasaran persuasi untuk memodifikasi perilaku mereka terhadap suatu produk, konsep, atau gagasan.

3) Komunikan atau *Persuadee*

Persuadee adalah orang yang menjadi sasaran dari pesan yang disampaikan oleh persuader, baik secara verbal maupun nonverbal. Jauh sebelum persuader melakukan distribusi pesan, *Persuadee* sebetulnya telah mengalami proses mengenali dan memahami diri dalam taraf awal, yaitu belajar. Proses belajar ini biasanya tidak terjadi dalam waktu singkat. Setiap kali persuadee menerima rangsangan (stimulus), mereka akan menafsirkan, memberikan respons, mengamati hasil respons tersebut, menafsirkan kembali, dan memberikan respons baru. Proses ini terus berulang sehingga persuadee terbiasa memberikan respons tertentu terhadap rangsangan tertentu.

4) Saluran

Saluran merupakan perantara yang digunakan individu dan kelompok untuk berkomunikasi. Saluran komunikasi adalah media yang di gunakan untuk membawa

pesan. Saluran atau media ialah atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesannya.

5) Umpan balik

Merupakan jawaban atau reaksi yang datang atas pesan atau komunikasi yang telah atau sedang terjadi, terdapat dua jenis umpan balik yaitu internal (reaksi persuader/komunikator atas pesan yang disampaikan, dan eksternal (reaksi *persuadee*/penerima atas pesan yang disampaikan)

6. Efek

Efek komunikasi persuasif adalah perubahan yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi, efek yang terjadi dapat berbentuk perubahan sikap, pendapat, tingkah laku. (Effendy, 2003)

2.1.2.2.2 Tahapan Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif memerlukan keterampilan yang baik dari komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan atau *persuadee*. Ada beberapa tahapan yang perlu dilalui agar komunikasi persuasif menjadi efektif dan mencapai tujuannya. Menurut Johnson Alvonco, tahapan-tahapan tersebut meliputi:

1. Menginformasikan: Merupakan langkah pemberian informasi yang sesuai dengan data yang akurat. Informasi ini harus dipersiapkan dan disajikan dalam bentuk pesan yang menarik bagi komunikan.

2. Menjelaskan: Proses ini memberikan gambaran lebih rinci mengenai informasi, pesan, atau objek yang disampaikan, sehingga komunikan mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.
3. Meyakinkan: Tahap ini berfokus pada membentuk atau mengubah persepsi komunikan agar memiliki pandangan positif terhadap pesan yang diberikan, sambil membangun hubungan saling percaya antara komunikator dan komunikan.
4. Membujuk: Ini adalah upaya untuk mengajak komunikan agar bersedia mengikuti atau melakukan sesuatu sesuai dengan pesan yang disampaikan. Pada tahap ini komunikan atau *persuadee* akan mempertimbangkan apakah isi pesan ini dapat memberikan manfaat atau tidak
5. Mendapatkan persetujuan atau Komitmen : Merupakan tahap akhir dari komunikasi persuasif, dimana pada akhirnya komunikan setuju atau mengatakan “ya” dan memutuskan untuk mengikuti apa yang disampaikan oleh komunikator.

2.1.2.2.3 Tujuan Komunikasi Persuasif

Individu ataupun kelompok dalam memutuskan segala sesuatu tentunya disertai harapan untuk kedepannya yang sesuai di ekspektasikan, begitu pula komunikasi persuasif. Dalam melakukan persuasi tentunya disertai keinginan dan tujuan tertentu yang ingin di raih, adapun tujuan dari komunikasi persuasif dikemukakan oleh Febriana M I Siahaan (2015) :

1. Perubahan Sikap: Tujuan dari komunikasi persuasif ini adalah untuk mengubah pola pikir audiens, yang kemudian diharapkan akan diikuti oleh perubahan sikap.
2. Perubahan Pendapat: Dalam proses komunikasi, komunikator menyampaikan argumen kepada komunikan. Namun, perbedaan pendapat sering kali terjadi antara keduanya. Komunikasi persuasif dapat digunakan sebagai sarana untuk mengubah pola pikir komunikan.
3. Perubahan Perilaku: Perubahan perilaku merupakan lanjutan dari perubahan sikap yang dialami oleh komunikan setelah menerima komunikasi persuasif dari komunikator.
4. Perubahan Sosial: Komunikasi yang diarahkan ke ruang publik sering kali dapat memicu perubahan dalam masyarakat. Contohnya, ketika aparat desa menggunakan komunikasi untuk mengajak warga berpartisipasi dalam program pemerintah.

2.1.2.3 Sosialisasi

Sosialisasi dapat diartikan sebagai proses seumur hidup yang dilakukan individu untuk mempelajari kebiasaan-kebiasaan yang meliputi cara untuk hidup, norma-norma, nilai-nilai yang terdapat pada masyarakat dengan tujuan agar dapat diterima oleh masyarakatnya atau proses hubungan antara manusia dengan manusia lainnya yang dimana manusia tersebut belajar untuk berinteraksi dengan yang lain tentang cara bertindak, berpikir dan merasakan.

Secara istilah umum, sosialisasi dapat di definisikan sebagai proses penanaman nilai-nilai dan aturan yang berlaku di masyarakat yang bersifat berkelanjutan pada setiap generasi ke generasi, Dalam proses ini, individu juga mengalami internalisasi nilai dan norma sosial di lingkungannya, sehingga terbentuklah kepribadiannya. Setiap orang perlu mempelajari nilai dan norma sosial yang berlaku dalam masyarakat. Hal ini penting untuk membantu individu mencapai kedewasaan dan membentuk kepribadiannya. Dengan kedewasaan pribadi yang dimiliki, seseorang nantinya akan mampu memainkan peran di dalam masyarakat.

Menurut Borger (dalam Sunarto, 1993), sosialisasi dapat didefinisikan sebagai sebuah proses di mana seseorang cenderung menjadi anggota yang berpartisipasi dalam masyarakat. Dari definisi ini, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi melibatkan proses di mana seseorang belajar untuk menjadi bagian dari suatu kelompok. Hubungan yang penting antara manusia dan makhluk lain telah ada sejak awal kehidupan manusia, di mana individu harus menentukan apa yang perlu dilakukan dan dipelajari oleh anggota baru melalui sebuah proses.

Sedangkan menurut David F. Aberle (1996), yang sebagaimana dijelaskan oleh Michael Rush dan Philip Althoff (2005, p.30), menyatakan bahwa sosialisasi adalah pola tindakan sosial atau aspek perilaku yang ditanamkan pada individu melalui keterampilan (termasuk pengetahuan), motif, dan sikap. Proses ini menekankan peran yang ada saat ini atau yang diharapkan untuk terus ada sepanjang kehidupan manusia, sementara peran-peran baru belum dipelajari.

Secara garis besar bahwa sosialisasi adalah proses bagi individu untuk menginternalisasi norma, nilai, dan tata hidup masyarakat luas untuk selanjutnya di distribusikan kembali pada masyarakat selanjutnya dengan harapan masyarakat selanjutnya pun dapat menginternalisasi apa yang individu terapkan selama ini.

2.1.2.3.1 Fungsi Sosialisasi

Setiap kegiatan atau proses yang dilakukan oleh manusia tentunya memiliki faedah atau fungsi tersendiri. Begitu pula dengan sosialisasi, yang memiliki peran krusial dalam kehidupan sosial. Fungsi utama sosialisasi adalah menanamkan nilai-nilai sosial dalam diri individu. Melalui proses sosialisasi, individu diperkenalkan dengan nilai-nilai sosial seperti moral, etika, dan perilaku yang diterima dalam masyarakat, yang membantu membentuk identitas mereka sesuai dengan standar sosial yang berlaku.

Sosialisasi berperan dalam menciptakan integrasi sosial dengan memperkenalkan individu pada budaya dan tradisi masyarakat. Dengan memahami perbedaan sosial dan bagaimana beradaptasi dalam lingkungan yang beragam, individu dapat berkontribusi pada terciptanya harmoni dan kohesi sosial. Fungsi lain dari sosialisasi adalah mengendalikan perilaku individu dengan mengenalkan norma-norma dan aturan-aturan yang diterima dalam masyarakat, sehingga perilaku mereka tetap sesuai dengan ekspektasi sosial.

Proses menginternalisasikan norma, etika, perilaku, dan aturan ini dapat dirasakan dan dilihat dari sudut pandang masyarakat itu sendiri ketika melihat individu, hal ini yang mendorong masyarakat untuk menilai hal-hal apa yang dilakukan oleh individu tersebut. Menurut Ibeng (2020), sosialisasi memiliki dua fungsi utama, yaitu dari perspektif individu dan masyarakat. Dari sudut pandang individu, sosialisasi berperan agar seseorang dapat mengenali, mengakui, dan menyesuaikan diri dengan nilai, norma, serta struktur sosial yang ada di masyarakat. Sedangkan dari sudut pandang masyarakat, sosialisasi berfungsi sebagai sarana untuk melestarikan, menyebarkan, dan mewariskan nilai, norma, serta keyakinan yang berlaku di dalam masyarakat

2.1.2.3.2 Tujuan Sosialisasi

Secara umum, tujuan sosialisasi adalah untuk membentuk kepribadian individu. Kepribadian ini dibentuk melalui proses pembelajaran terhadap pola-pola budaya, yang mencakup nilai-nilai, norma-norma, serta sanksi-sanksi yang akan diterapkan jika terjadi penyimpangan. Setelah kepribadian terbentuk, individu kemudian menjalankan perannya dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Agustin (2014:21), tujuan utama sosialisasi adalah membekali individu dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menjalani kehidupan di masyarakat.

Proses ini juga bertujuan untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi secara efektif dan membantu individu mengelola fungsi organik dengan kesadaran diri yang memadai. Selain itu, sosialisasi berperan dalam memperkenalkan individu pada nilai-nilai yang berlaku di masyarakat, membangun kerjasama dengan berbagai bagian masyarakat dan lembaga, serta memupuk rasa memiliki bersama di kalangan anggota masyarakat.

Tujuan sosialisasi tidak hanya untuk memastikan bahwa individu dapat berkontribusi secara bermakna dalam kehidupan bermasyarakat, tetapi juga untuk membentuk kepribadian yang selaras dengan budaya yang berlaku, termasuk nilai, norma, dan sanksi yang ada. Dengan kepribadian yang terbentuk, individu siap untuk menjalankan perannya dalam kehidupan sehari-hari

Menurut Mead (dalam Horton & Hunt, 1999: 110), tujuan sosialisasi :

- 1) Memberikan keterampilan kepada seseorang untuk dapat hidup bermasyarakat
- 2) Mengembangkan kemampuan berkomunikasi secara efektif
- 3) membantu mengendalikan fungsi-fungsi organik yang dipelajari melalui latihan-latihan mawas diri yang tepat.
- 4) Membiasakan diri berperilaku sesuai dengan nilai-nilai dan kepercayaan pokok yang ada di masyarakat.

sosialisasi memiliki peran krusial dalam membentuk individu yang mampu beradaptasi dan berfungsi dengan baik dalam masyarakat. Sosialisasi memastikan bahwa individu memahami dan menerapkan nilai-nilai serta norma yang berlaku, mampu mengendalikan diri, memahami lingkungan sosial dan budaya, serta mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif dan menanamkannya

2.1.2.2.4. Tahapan Sosialisasi

Seorang manusia secara bertahap dapat mengenali lingkungannya, bagaimana pun karakter itu di bentuk sudah pasti tercipta dari lingkungannya. Internalisasi diri adalah alat untuk individu dapat menyesuaikan dengan apa yang dilihat dan dirasakan oleh individu.

Adapun tahapan dalam sosialisasi menurut Robert MZ Lawang (2013:107) terbagi dua, yaitu sosialisasi primer dan sosialisasi sekunder. Sosialisasi primer adalah proses sosialisasi pertama yang dialami individu sejak masa kanak-kanak. Ini menjadi langkah awal bagi setiap anggota masyarakat untuk bergabung dalam suatu kelompok sosial. Proses ini dimulai dari keluarga, di mana individu belajar membedakan dirinya dari orang lain di sekitarnya. Pada tahap ini, keluarga memainkan peran penting dalam memberikan pemahaman mengenai budaya keluarga, seperti agama, aturan, dan lainnya. Sementara itu, sosialisasi sekunder adalah tahap lanjutan di mana individu belajar mengenal lingkungan luar keluarga, termasuk nilai-nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat.

2.1.2.3 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan perencanaan dan pelaksanaan kegiatan komunikasi yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara yang paling efektif dan efisien. Strategi ini melibatkan analisis audiens, penentuan tujuan komunikasi, penyusunan pesan yang sesuai, dan pemilihan saluran komunikasi yang tepat. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa pesan yang

disampaikan dapat dipahami, diterima, dan direspon oleh audiens target sesuai dengan harapan.

Menurut Middleton mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua komponen komunikasi, dari komunikator, pesan, saluran atau media, penerima atau komunikan, hingga efek atau pengaruh yang dirancang agar dapat mencapai tujuan komunikasi yang optimal Cangara, (2013: 61)

Sedangkan menurut Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, mengatakan bahwa: “Strategi komunikasi yaitu panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan” Effendy, (2015: 32).

Strategi merupakan perencanaan akan suatu agenda atau kegiatan, sedangkan komunikasi merupakan aktivitas untuk bertukar pikiran, ide, dan gagasan. Jadi dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi adalah perencanaan terhadap bagaimana cara individu atau kelompok untuk menentukan apa isi pesannya, siapa yang akan menjadi penerima pesan tersebut, dan dengan cara apa pesan itu disampaikan. Dengan harapan pesan itu dapat tersampaikan dengan baik

2.1.2.3.1 Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan gabungan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi ini harus mampu menjelaskan bagaimana operasionalnya dilakukan secara praktis, dengan pendekatan yang dapat berbeda-beda tergantung pada situasi dan kondisi yang dihadapi. Menurut Pace, Peterson & Burnet (dalam Effendy, 2017, hlm. 35-36) :

- 1) Membangun dan Memelihara Penerimaan (*To establish acceptance*): Salah satu tujuan utama komunikasi adalah bagaimana cara membangun dan memelihara penerimaan yang baik dari audiens. Ini mencakup cara-cara untuk terus membina hubungan yang positif dan penerimaan terhadap pesan yang disampaikan.
- 2) Memotivasi Tindakan (*To motivate action*): Strategi komunikasi harus dirancang untuk tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga untuk memotivasi audiens agar mengambil tindakan yang diinginkan. Ini mencakup teknik dan pendekatan yang digunakan untuk menginspirasi dan mendorong tindakan dari audiens.
- 3) Mencapai Tujuan Komunikasi (*The goals which the communication sought to achieve*): Setiap strategi komunikasi harus jelas mengenai tujuan yang ingin dicapai. Ini mencakup bagaimana mencapai tujuan yang diinginkan oleh komunikator dari proses komunikasi tersebut. Tujuan ini harus spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan terikat waktu.

Pendekatan yang digunakan dalam strategi komunikasi ini bisa berbeda sewaktu-waktu, tergantung pada situasi dan kondisi yang dihadapi. Fleksibilitas dalam pendekatan ini penting untuk memastikan bahwa strategi tetap relevan dan efektif dalam berbagai konteks yang berbeda. Dengan demikian, strategi komunikasi yang efektif harus direncanakan dengan baik dan dikelola dengan hati-hati untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dalam rangka

2.1.2.3.2 Fungsi Strategi Komunikasi

Onong Uchjana Effendy memberikan pendapat dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, menjabarkan bahwa strategi komunikasi memiliki fungsi yang penting dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah, tetapi juga harus mampu menjelaskan bagaimana taktik operasionalnya dilakukan secara praktis. Strategi komunikasi merupakan kombinasi antara perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) dalam mencapai tujuan tersebut Effendy (2003: 32). Dalam praktiknya, pendekatan yang digunakan dalam strategi komunikasi bisa berubah sesuai dengan situasi dan kondisi yang berkembang.

Selain itu dia mengatakan bahwa sebuah strategi, baik dalam skala besar (makro) maupun kecil (mikro), memiliki dua fungsi utama. Pertama, strategi berfungsi untuk menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran, dengan tujuan untuk

mencapai hasil yang optimal. Kedua, strategi ini juga berperan dalam menjembatani perbedaan budaya yang mungkin timbul akibat kemudahan akses dan penggunaan media massa yang sangat kuat, yang jika dibiarkan, dapat merusak nilai-nilai budaya. Effendy, (2003: 32)

Strategi komunikasi merupakan bagian dari cara atau metode untuk mencapai sasaran komunikasi yang diinginkan. Pesan yang disampaikan dengan baik dapat memberikan efek berupa perubahan pada komunikan/audience. Tentunya pesan yang disampaikan dengan efektif dapat memberikan perubahan pada komunikan atau audience tersebut, maka komunikasi itu dinilai efektif

2.1.2.3.3 Menyusun Strategi Komunikasi

Dalam menyusun strategi komunikasi, perlu dipertimbangkan pemikiran yang memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Akan lebih efektif jika strategi komunikasi memperhatikan setiap komponen komunikasi serta faktor-faktor yang mendukung atau menghambatnya, seperti situasi, kondisi, pemilihan media komunikasi, tujuan pesan, serta peran komunikator dalam proses komunikasi.

Strategi komunikasi harus dapat dirancang dengan sistematis sebagai upaya untuk mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku audiens atau target. Menurut Arifin (1994), agar pesan dapat disampaikan dengan efektif, komunikator perlu menetapkan langkah-langkah dalam strategi komunikasi, yaitu:

1. Mengenali khalayak : langkah awal dalam menyusun strategi komunikasi diawali dengan mengumpulkan informasi mengenai target khalayak tersebut seperti demografis, psikografis, kebiasaan, dan geografis khalayak
2. Menentukan tujuan : setelah mengetahui ke empat aspek tersebut barulah dapat menentukan tujuan apa yang akan dicapai dan di raih, seperti contoh ingin menyadarkan masyarakat mengenai pentingnya mitigasi bencana. Tujuan tersebut harus lah spesifik dan realistis dengan keadaan sekitar
3. Merancang pesan : terkait informasi yang akan dirancang dan disampaikan dapatlah mudah dipahami dan menarik perhatian khalayak. Selain itu, pesan tersebut harus disampaikan secara konsisten agar khalayak dapat memahami dan mengingatnya dengan baik
4. Memilih metode dan media yang akan digunakan : untuk mencapai tujuan komunikasi. Pilihan media harus didasarkan pada preferensi dan kebiasaan konsumsi informasi dari khalayak, sementara untuk metode yang digunakan perlu disesuaikan dengan kompleksitas pesan dan konteks komunikasi

2.1.2.4 Mitigasi Bencana

Mitigasi berasal dari bahasa Latin "mittigare," yang telah digunakan sejak abad ke-14. Kata ini terbentuk dari dua bagian: "mitis," yang berarti lunak, lembut, atau jinak, dan "aggare," yang berarti melakukan atau membuat. Berdasarkan makna ini, mitigasi dapat di pahami sebagai proses menjinakkan atau mengendalikan sesuatu yang liar agar menjadi lebih terkendali.

Menurut Giri (2017:15) dalam bukunya Tanggap Darurat Bencana Alam, mitigasi bencana adalah usaha berkelanjutan untuk meminimalkan dampak bencana terhadap manusia dan aset. Dengan kata lain, mitigasi bencana mencakup langkah-langkah persiapan untuk menghadapi bencana dengan tujuan mengurangi dampak yang mungkin terjadi.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, mitigasi diartikan sebagai serangkaian upaya untuk mengurangi risiko bencana, baik melalui pembangunan fisik maupun peningkatan kesadaran dan kemampuan masyarakat dalam menghadapi ancaman bencana. Langkah ini sangat penting dilakukan, mengingat posisi geografis Indonesia yang berada di antara tiga lempeng tektonik dunia, yaitu Eurasia, Indo-Australia, dan Pasifik, sehingga meningkatkan risiko terjadinya gempa bumi, tsunami, dan letusan gunung berapi. Selain bencana alam, kerusakan lingkungan akibat ulah manusia juga dapat menjadi pemicu terjadinya bencana.

Dengan demikian, mitigasi dapat diartikan sebagai serangkaian upaya untuk mengurangi risiko yang ditimbulkan oleh bencana melalui berbagai cara, termasuk melalui pendampingan masyarakat dan sosialisasi mitigasi bencana.

2.2.4.2 Tahapan Mitigasi Bencana

Tahapan mitigasi bencana mencakup berbagai langkah proaktif yang bertujuan untuk meningkatkan kesiapsiagaan masyarakat, mulai dari perencanaan, persiapan, hingga pelaksanaan kebijakan dan program. Langkah-langkah ini dirancang untuk meminimalkan kerugian, baik dari segi nyawa maupun harta benda. mitigasi bencana adalah upaya berkelanjutan yang melibatkan pemahaman terhadap kerentanan dan risiko, serta pengembangan langkah-langkah preventif yang terintegrasi dalam pembangunan berkelanjutan. Tahapan mitigasi tersebut dibagi menjadi tiga fase, yaitu pra bencana, saat bencana, dan pasca bencana.

1) Pra Bencana

Pada tahap ini, tindakan yang diambil bertujuan untuk mengurangi potensi korban jiwa, terutama melalui sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai penanggulangan bencana. Pemerintah dan pihak terkait berperan dalam memberikan edukasi agar masyarakat lebih siap menghadapi bencana.

2) Saat Bencana

Fase ini disebut juga sebagai fase tanggap darurat, di mana upaya penyelamatan diri dan orang-orang terdekat menjadi prioritas. Dalam proses penyelamatan, penting untuk memastikan keselamatan diri sendiri sebelum membantu orang lain.

3) Pasca Bencana

Setelah bencana terjadi, fokus beralih ke fase rekonstruksi dan rehabilitasi.

Kerusakan pada fasilitas umum dan rumah warga, serta trauma yang dialami korban, memerlukan perhatian khusus pada tahap ini.

Pada penelitian ini, peneliti akan menggali lebih dalam upaya mitigasi yang dilakukan ditahapan pra bencana, berupa penyampaian materi melalui kegiatan sosialisasi kepada masyarakat terkait bencana gempa bumi

Dalam pelaksanaan kebijakan mitigasi bencana, strategi yang terencana dan berkelanjutan sangat penting untuk mengurangi risiko dan dampak bencana terhadap masyarakat. Strategi mitigasi ini biasanya mencakup beberapa aspek utama, yaitu:

1. Pemetaan

Pemetaan dilakukan untuk menentukan kebijakan dalam mengantisipasi bencana dan mengidentifikasi kerawanan wilayah.

2. Pemantauan

Pemantauan berfungsi untuk memprediksi kemungkinan terjadinya bencana dan mempermudah evakuasi saat bencana terjadi. Penyebaran Informasi Pemerintah pusat atau lembaga terkait menyebarkan informasi mengenai penanggulangan bencana kepada pemerintah daerah di wilayah rawan melalui media cetak dan elektronik.

3. Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan melalui penyuluhan dan pelatihan agar masyarakat lebih tanggap dan siap menghadapi bencana.

4. Peringatan Dini

Peringatan dini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang potensi bencana sedini mungkin. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, peringatan dini ini penting untuk memungkinkan tindakan cepat dan tepat dalam mengurangi risiko bencana serta mempersiapkan tindakan tanggap darurat.

Penelitian ini akan lebih memfokuskan pada kegiatan sosialisasi untuk diketahui seperti apa materinya dan bagaimana cara penyampaianya.

2.2.4.3 Tujuan Mitigasi Bencana

Tujuan utama mitigasi bencana adalah untuk mengurangi risiko dan dampak negatif dari bencana alam terhadap masyarakat dan lingkungan melalui berbagai upaya pencegahan dan persiapan yang terencana. Menurut Smith (2006), mitigasi bencana bertujuan untuk mengurangi tingkat kerentanan dan risiko, serta meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menghadapi ancaman bencana. Tujuan mitigasi bencana, yaitu :

- 1) Mengurangi Risiko/dampak yang ditimbulkan oleh bencana :

Upaya meminimalisir bencana merupakan langkah-langkah yang bertujuan untuk mengurangi resiko yang ditimbulkan oleh bencana alam dan bencana non alam, adapun langkah-langkah yang dilakukan bila mitigasi tersebut adalah mitigasi struktural yaitu perencanaan matang terhadap infrastruktur yang tahan terhadap bencana

2) Sebagai Pedoman Pemerintah dalam Perencanaan Pembangunan

Mitigasi bencana berfungsi sebagai pedoman bagi pemerintah dalam merencanakan pembangunan yang berkelanjutan dan aman. Pemerintah harus mempertimbangkan risiko bencana dalam setiap aspek perencanaan pembangunan, seperti tata ruang, pembangunan infrastruktur, dan pengelolaan sumber daya alam. Pedoman ini memastikan bahwa pembangunan yang dilakukan tidak hanya memperhatikan aspek ekonomi, tetapi juga menjaga keselamatan dan kesejahteraan masyarakat serta kelestarian lingkungan.

3) Meningkatkan Kesadaran Masyarakat tentang Risiko Bencana

Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang risiko bencana melibatkan upaya untuk menyadarkan publik mengenai potensi ancaman yang mungkin mereka hadapi di wilayah tempat tinggal mereka. Ini mencakup edukasi tentang jenis-jenis bencana, tanda-tanda awal, serta cara-cara untuk melindungi diri dan keluarga. Dengan peningkatan kesadaran ini, masyarakat diharapkan dapat lebih siap dan tanggap dalam menghadapi situasi darurat.

4) Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat dalam Menghadapi Bencana

Meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam menghadapi bencana berarti memberikan informasi dan keterampilan yang diperlukan agar masyarakat dapat bertindak secara efektif sebelum, selama, dan setelah bencana terjadi. Pengetahuan ini mencakup prosedur evakuasi, pertolongan pertama, penggunaan peralatan keselamatan, serta cara berkomunikasi dalam keadaan darurat. Dengan pengetahuan yang memadai, masyarakat dapat berperan aktif dalam melindungi diri sendiri dan membantu orang lain selama bencana.

2.2.4.4 Jenis Jenis Mitigasi Bencana

Mitigasi bencana terdiri dari dua jenis utama, yaitu mitigasi struktural dan mitigasi non-struktural. Mitigasi struktural mencakup upaya-upaya fisik dan teknis yang dilakukan untuk mengurangi dampak bencana, Sementara itu, mitigasi non-struktural melibatkan langkah-langkah kebijakan, regulasi, pendidikan, dan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap risiko bencana. hal ini dapat didpaparkan sebagai berikut :

1) Mitigasi Struktural

Menurut Ir Diah Novianti, M.A. (2022: 38), mitigasi struktural adalah upaya dalam meminimalkan bencana dengan membangun berbagai sarana fisik menggunakan teknologi. Mitigasi struktural merupakan upaya dalam meminimalkan bencana dengan membangun berbagai prasarana fisik menggunakan teknologi,

misalnya dengan membuat waduk untuk mencegah banjir, membuat alat untuk pendeteksi aktivitas gunung berapi, menciptakan early warning sistem untuk memprediksi dan tidak membahayakan para penghuninya jika bencana terjadi sewaktu-waktu.

Secara struktural upaya yang dilakukan melalui pembangunan berbagai prasarana fisik dan menggunakan pendekatan teknologi, seperti pembuatan kanal khusus untuk pencegahan banjir, alat pendeteksi aktivitas gunung berapi, bangunan yang bersifat tahan gempa, ataupun early warning system (sistem peringatan dini) yang digunakan untuk memprediksi terjadinya gelombang tsunami. Mitigasi struktural juga merupakan upaya untuk mengurangi kerentanan (vulnerability) terhadap bencana dengan cara rekayasa teknis bangunan tahan bencana. Sedangkan mitigasi kultural adalah upaya untuk mengurangi kerentanan (vulnerability) terhadap bencana dalam lingkup upaya pembuatan kebijakan seperti pembuatan suatu peraturan perundang-undangan penanggulangan bencana.

Upaya mitigasi struktural juga dilakukan dengan cara mengubah paradigma, meningkatkan pengetahuan dan sikap sehingga terbangun masyarakat yang tangguh. Termasuk di dalamnya adalah membuat masyarakat peduli terhadap lingkungannya untuk meminimalkan terjadinya bencana. Secara umum, yang dilakukan pada tahapan ini adalah: 1). membuat peta atau denah wilayah yang sangat rawan terhadap bencana; 2). pembuatan alarm bencana; 3). membuat bangunan tahan terhadap

bencana tertentu dan 4). memberi penyuluhan serta pendidikan yang mendalam terhadap masyarakat yang berada di wilayah rawan bencana.

2) Mitigasi Non Struktural

Mitigasi non-struktural adalah langkah pencegahan atau pengurangan risiko bencana yang tidak berkaitan langsung dengan struktur fisik, seperti bangunan atau infrastruktur. Ini mencakup berbagai strategi dan tindakan yang bertujuan untuk mengurangi dampak bencana terhadap manusia, harta benda, dan lingkungan. Mitigasi ini juga dapat mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam upaya pencegahan dan penanganan risiko bencana. Melalui pendidikan, pelatihan, dan keterlibatan dalam proses perencanaan, masyarakat menjadi lebih sadar akan risiko yang mungkin mereka hadapi.

Mitigasi non-struktural merupakan jenis mitigasi yang tidak melibatkan perubahan fisik secara langsung. Jenis mitigasi ini lebih berfokus pada kegiatan seperti sosialisasi dan peningkatan kesadaran masyarakat. Menurut Rifhdha Wahyuni, dkk (2023), terdapat beberapa contoh mitigasi non-struktural, seperti berikut:

- 1) Pendidikan dan Kesadaran Masyarakat: Melalui program pendidikan dan kampanye kesadaran, masyarakat diberikan berbagai informasi penting. Mulai dari cara mengidentifikasi risiko bencana, tindakan yang diambil dalam situasi darurat, hingga langkah-langkah pencegahan.
- 2) . Perencanaan Penataan Ruang: Penyusunan tata ruang yang tepat dapat mengurangi risiko bencana dengan membatasi pembangunan di daerah rawan bencana. Selain itu juga dapat meningkatkan aksesibilitas jalur evakuasi dan memperkuat tata ruang kota yang tahan bencana.
- 3) Pengelolaan Tanah dan Air: Masyarakat perlu diajarkan praktik pengelolaan tanah yang baik. Seperti konservasi tanah dan pengendalian

erosi, serta pengelolaan air yang efisien, sehingga dapat membantu mengurangi risiko banjir, longsor, dan kekeringan.

- 4) Pelatihan dan Peningkatan Kapasitas: Melalui pelatihan dan program peningkatan kapasitas, masyarakat, petugas pemadam kebakaran, dan pihak berwenang lainnya dapat dibekali dengan keterampilan dan pengetahuan. Khususnya yang diperlukan untuk merespons bencana dengan efektif.

2.1.3 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis dalam sebuah penelitian secara definisi merupakan sekumpulan konsep, teori, ide, dan asumsi awal yang untuk membantu memahami suatu fenomena ataupun masalah yang terjadi. Dapat dikatakan bahwa kerangka teori ini merupakan landasan awal peneliti yang digunakan dalam melakukan penyelidikan dalam penelitian serta membantu peneliti untuk menganalisis dan menginterpretasikan temuan di lapangan.

Bila meninjau dari definisi strategi komunikasi persuasif, strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Strategi tidak hanya berfungsi sebagai penunjuk arah saja, tetapi harus menunjukkan operasionalnya. Menurut Efendi (dalam Asri, 2022) Strategi komunikasi persuasif merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai satu tujuan. Strategi komunikasi harus didukung oleh teori karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman (empiris) yang sudah diuji kebenarannya

2.1.3.1 Strategi Komunikasi Persuasif

Strategi komunikasi merupakan perencanaan dan pelaksanaan komunikasi yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu yang beragam, tergantung diperuntukan untuk apa (memberikan informasi, membangun kesadaran, dan mempengaruhi opini publik), hal ini mencakup juga metode apa yang dipakai, media nya seperti apa dan seperti apa teknik yang disampaikan dalam menyampaikan pesan tersebut dan juga dapat bersifat informatif ataupun instruktif.

Soleh Soemirat menjelaskan mengenai pengertian strategi. Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi Untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu mengubah sikap, pendapat, dan perilaku seseorang atau audiens, strategi yang disusun harus mencerminkan tindakan operasional yang taktis. Oleh karena itu, penting untuk menentukan siapa targetnya, pesan apa yang akan disampaikan, alasan penyampaian pesan, lokasi penyampaian, serta memastikan waktu penyampaian pesan tersebut tepat. Soemirat, (2014 : 29)

Menurut Soleh Soemirat dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Persuasif menjelaskan Strategi Komunikasi Persuasif menurut Melvin L. DeFleur dan Sandra J ball Rokeach sebagai berikut :

- 1)Psikodinamika: merupakan Strategi penyampaian pesan persuasi yang memiliki tujuan pada kemampuan psikologis untuk mengubah minat dari

suatu individu dengan cara menganggapi pesan yang dikehendaki oleh komunikator. Strategi ini didasari oleh tiga asumsi, antara lain: (1) ciri biologis manusia merupakan sesuatu yang diwariskan, (2) terdapat beberapa faktor mendasar yang berasal dari hasil belajar seperti pernyataan maupun kondisi emosional, dan (3) terdapat beberapa faktor yang dipelajari untuk membentuk kognitif dari suatu individu (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989: 275). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunikator dengan pesan persuasinya berusaha mempengaruhi komunikannya melalui aspek psikologis dan kognitifnya didalam diri komunikan tersebut

2) *Sosiokultural*: didasari asumsi bahwa individu harus bertindak sesuai dengan aturan atau norma yang berlaku dalam konteks budaya tertentu. Kelompok atau lingkungan tersebut memiliki pengaruh yang signifikan dalam berbagai aspek, seperti norma, peran sosial, sistem hierarki, serta penerapan sistem kontrol sosial (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989: 281–283). Secara sederhananya individu didalam masyarakat dikontrol secara langsung oleh sistem sosial yang terdiri dari norma dan aturan. Oleh karena itu, seorang komunikator dengan pesan persuasinya melakukan pendekatan dengan komunikan melalui aspek sistem sosial, norma, dan aturan yang ada di masyarakat

3) *The Meaning Construction*: pada dasarnya bertujuan membentuk perilaku berdasarkan pengetahuan. Dalam hal ini, persuader mengaplikasikannya dengan cara membangun makna melalui pemberian informasi tentang suatu

hal kepada persuade. Diharapkan, persuade dapat mengikuti keinginan persuader. Salah satu cara penerapan strategi ini adalah dengan memperkenalkan pengetahuan melalui nama besar kelompok atau instansi, serta persuader juga perlu melakukan pendekatan secara personal, seperti melalui komunikasi langsung dari mulut ke mulut kepada persuade (Aripin, 2016: 26). Dalam strategi ini, komunikator berusaha membentuk pesan persuasi dengan mempertimbangkan bagaimana komunikan akan memaknai pesan tersebut, hal itu di pertimbangkan berdasarkan pengalaman yang pernah di alami oleh sebagian komunikan dan hal itu bisa saja menjadi pemicu untuk berubah

2.2 Kerangka Pemikiran

Uma Sekaran dalam Sugiyono (2016, hlm. 60) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dalam proses pemecahan masalah, peneliti perlu teori yang dikembangkan oleh ahli yang relevan dan berkaitan dengan penelitian yang dilakukan guna memecahkan permasalahan yang terjadi.

Mitigasi bencana merupakan serangkaian upaya untuk mengurangi risiko bencana yang dilakukan sebelum ataupun saat bencana itu terjadi. Kegiatan dalam mitigasi ini sendiri di klasifikasikan kedalam 2 pokok, yaitu mitigasi struktural dan non struktural. Untuk mitigasi struktural ini dilakukan dengan dibangunnya sarana

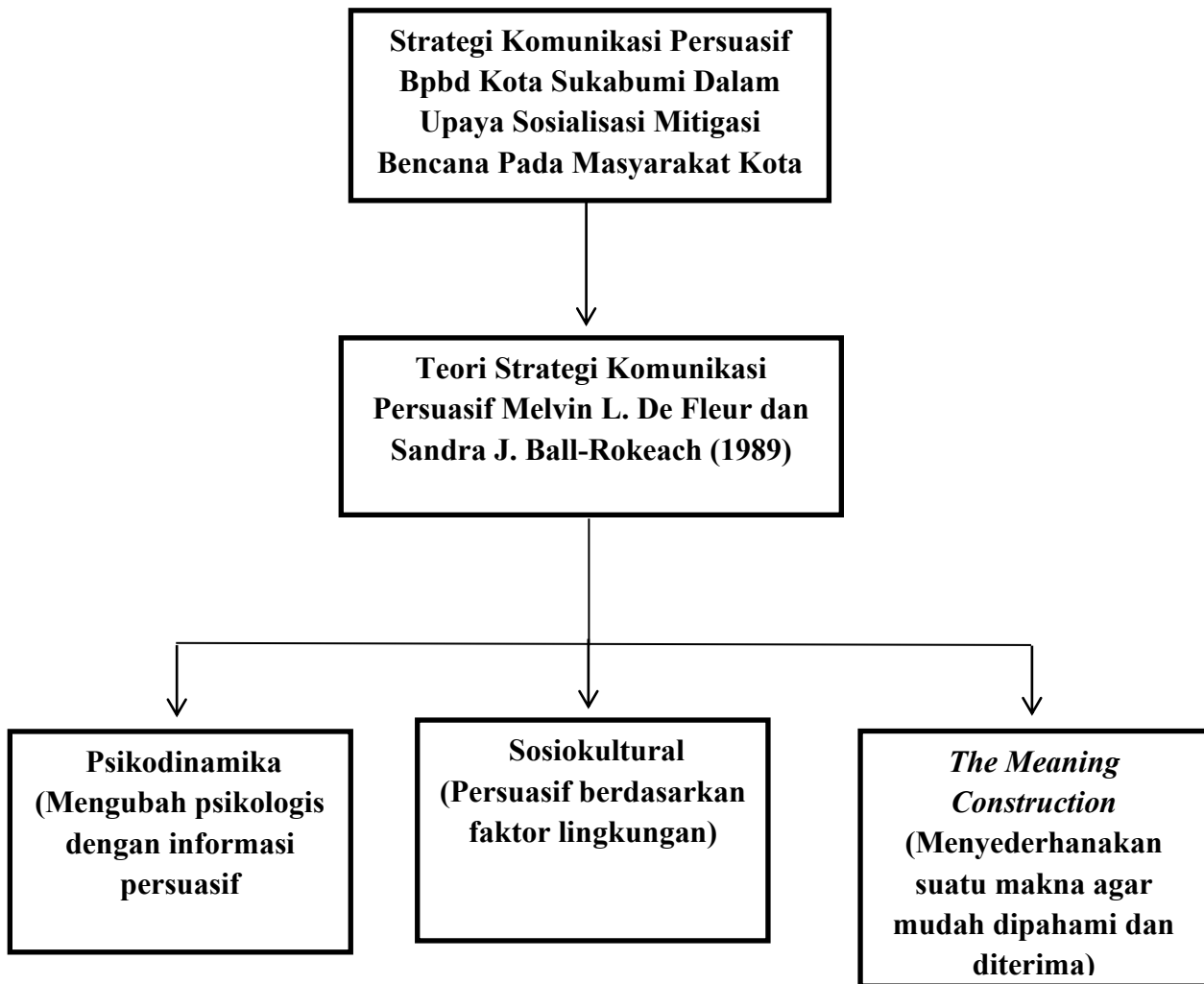
dan prasarana yang ditujukan untuk mendeteksi bencana dan dibuat tahan terhadap bencana itu sendiri (membangun kanal, menerapkan sensor-sensor pendeteksi gempa, tsunami, dan gunung berapi, dan membuat bangunan dengan konstruksi tahan gempa). Untuk non struktural sendiri lebih menekankan kearah usaha komunikasi tanpa melibatkan aktivitas fisik yaitu lebih ke perencanaan dan penancangan untuk kedepannya, seperti membuat kebijakan ataupun regulasi mengenai dan melakukan sosialisasi mengenai bencana serta mitigasi bencana.

. Untuk menyuarkan hal tersebut, tentunya dibutuhkan pendekatan komunikasi dan media yang baik antara pemerintah beserta Bpbd dengan masyarakat yang dalam konteks ini adalah masyarakat Kota Sukabumi. Mengingat hal ini sangat penting bagi Kota Sukabumi karena memiliki area rawan bencana yang sudah seharusnya menjadi tanggung jawab pemerintah Kota Sukabumi beserta Bpbd Kota Sukabumi, untuk mengajak/mempersuasi masyarakat dengan perencanaan/strategi komunikasi guna melakukan kegiatan sosialisasi mengenai mitigasi bencana. Dengan mengadakan kegiatan ini tentunya diharapkan akan terjadi interaksi yang terjadi antara pemerintah beserta Bpbd dan hal ini pun dapat memudahkan untuk mengenali dan memahami dari aspek geografis pada daerah tertentu di kota sukabumi.

Untuk itu, peneliti melakukan penelitian menggunakan studi Deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori strategi komunikasi persuasif yang dikemukakan Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball-Rokeach. Karena menurut

peneliti, teori ini sesuai dengan permasalahan yang ada Berikut bagan kerangka pemikiran yang peneliti gambarkan:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Modifikasi Peneliti 2024

