

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Kajian Literatur

##### 2.1.1. Penelitian Sejenis

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti telah menganalisis berbagai jurnal dan skripsi yang relevan sebagai bahan pelengkap dan perbandingan. Penelitian sebelumnya adalah penelitian yang menyelidiki topik yang berkaitan dengan penelitian saat ini. Penulis menggunakan penelitian terdahulu untuk menegaskan bahwa topik yang penulis pelajari secara menyeluruh belum diteliti dan untuk menghindari kesamaan penulisan. Berikut beberapa penelitian terdahulu :

1. Penelitian terdahulu ini ditulis oleh Rojviyani Tsaqila, Ari Suseno, Mochammad Mirza dengan judul "Peran Media Sosial Instagram @KANWILBPNBANTEN Sebagai Pusat Informasi di Bidang Pertanahan" Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @Kanwilbpnbanten. Peran jejaring sosial Instagram bagi instansi pemerintahan, khususnya Kanwil BPN Banten adalah sebagai media untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan Kanwil BPN Banten agar dapat diketahui secara luas oleh masyarakat umum dari kalangan anak muda dan orang dewasa. Penggunaan jejaring sosial Instagram @kanwilbpnbanten sangat efektif karena menyampaikan informasi seputar kegiatan pertanahan berupa foto atau video kegiatan sehingga khalayak pengikut dapat menemukan

informasi tersebut secara lengkap. Serta penggunaan jejaring sosial instagram yang berbeda antar setiap khalayak. Kebutuhan tersebut sangat efektif dikarenakan setiap orang mempunyai kebutuhan informasi yang berbeda-beda, sehingga beberapa orang mengakses akun instagram @kanwilbpbanten tersebut untuk mendapatkan pemenuhan informasi pribadi dan untuk mengisi waktu luang dengan melihat dan membaca informasi-informasi yang menurut khalayak berguna bagi dirinya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian etnografi virtual. (Kozzinetz, 2002:65) (dalam (Nasrullah, 2017)) mengemukakan bahwa sederhananya, etnografi virtual dapat dianggap sebagai metode penelitian kualitatif yang diadaptasi dari teknik penelitian etnografi yang mempelajari artefak, seperti budaya dan komunitas. Etnografi virtual merupakan suatu pendekatan (metode baru) untuk mengapresiasi budaya dan kekayaan budaya di dunia maya. Sebagai metode -juga dapat digunakan sebagai level untuk melihat realitas dunia maya-etnografi virtual menunjukkan bagaimana budaya siber dihasilkan, makna apa yang muncul, hubungan serta pola, hingga bagaimana hal tersebut berfungsi melalui media Internet. (Nasrullah, 2014). Yang membedakan peneliti terdahulu dengan penelitian ini yaitu menggunakan media sosial Instagram sebagai pusat informasi di bidang pertahanan

2. Penelitian ini ditulis oleh Gina Nurlatipah ( 2023 ) dengan judul penelitian “ Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram DalamMenyebarkan Informasi Tentang Kota Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @infobandungkota) “. Penelitian terdahulu ini menggunakan metode penelitian studi deskriptif kualitatif dan memiliki hasil penelitian yang sudah disimpulkan oleh penulis yaitu Untuk memperoleh informasi, akun @infobandungkota menentukan target audiens, memilih komunikator, dan menetapkan tema. Kemudian, akun @infobandungkota mengolah dan menyebarluaskan konten dengan membuat konten, membuat caption, memilih jadwal posting, dan menyebarluaskan konten. Untuk melakukan evaluasi, akun @infobandungkota melacak komentar, perspektif, dan insight akun. Kedua peneliti ini sama sama membahas mengenai akun dari @infobandungkota dalam penyebaran informasi kepada Masyarakat. Lalu yang membedakan dari peneliti terdahulu yaitu pada peneliti ini lebih membahas peran media sosial Instagram dalam pemberian informasi kepada masyarakat sedangkan pada peneliti terdahulu membahas tentang strategi pengelola media sosial Instagram.
3. Penelitian terdahulu ini di tulis oleh Ajril Fadli1, Hasan Sazali dengan judul “PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GREENPEACEID SEBAGAI MEDIA KAMPANYE DALAM MENJAGA LINGKUNGAN” Pada akun instagram @greenpeaceid, organisasi tersebut melakukan aktivitas kampanye yang bertujuan agar para pemakai instagram

mengetahui tentang kerusakan-kerusakan yang terjadi pada lingkungan terkhusus yang ada di Indonesia dan menumbuhkan kesadaran manusia agar menjagakelestarianlingkungan. Peneliti telah melakukan pemantauan dan pengamatan pada postingan akun instagram @greenpeace id pada periode 2023 mulai dari tanggal 1 Januari hingga 3 Maret 2023. Tahapan pertama dalam penggunaan metode kualitatif yaitu menetapkan postingan yang akan dipilih, @greenpeaceid membuat postingan mengenai lingkungan sebanyak 70 postingan. Tahap selanjutnya yaitu melaksanakan analisis terhadap postingan yang telah dipilih pada tahap pertama yang didasarkan pada keterkaitan dan hubungan dengan pembahasan yang akan dibahas dalam penelitian. Setelah melaksanakan analisis pada seluruh postingan yang telah dipilih dan dalam periode tersebut, maka peneliti mendeteksi bahwa postingan yang dilakukan oleh akun instagram @greenpeaceid mempunyai peran yang penting sebagai pemberi informasi mengenai kerusakan lingkungan yang bertujuan agar publik terus memantauperkembangan isu-isu lingkungan yang diharapkanpara pembaca memiliki kesadaran untuk menjaga lingkungan. penelitian pada instagram @greenpeaceid dapat disimpulkan yaitu Greenpeace Indonesia dalam akun instagramnya bertujuan untuk memberikan advokasi informasi-informasi dan edukasi mengenai kerusakan lingkungan yang terjadi khususnya yang ada di Indonesia dalam hal ini yaitu menggunakan

Instagram. Akun instagram @greenpeaceid sebagai akun instagram mengenai isu lingkungan di Indonesia dengan followers terbanyak memiliki peran penting sebagai media advokasi, informasi, edukasi dan kampanye terkait lingkungan secara efektif dan dipercaya publik sebagai media kampanye dalam menjaga lingkungan yang terbukti dengan jumlah pengikut, jumlah postingan, jumlah suka dan komentar publik. penelitian ini menunjukkan kesesuaian dengan teori yang peneliti gunakan yaitu use and gratification. Teori tersebut memiliki acuan yaitu “Apa yang dilakukan orang dengan media?” bukannya “Apa yang dilakukan media dengan orang-orang”. Dari kalimat tersebut dapat dibuktikan bahwa para pengguna media instagram menyoroti aktivitas kampanye informasi yang dilakukan oleh instagram @greepeaceid. Terbukti dengan jumlah pengikut, postingan, suka dan komentar. Teori ini juga mempunyai tujuan bahwa publiklah yang berhak menentukan keinginannya dalam menentukan media sesuai dengan kebutuhannya. Artinya publik yang berjumlah 634 ribu orang pengikut dari pengikut instagram @greenpeaceid sudah memilih @greenpeaceid sebagai media keinginan dan kebutuhannya. Hasil dan pembahasan pada penelitian ini juga menunjukkan kesesuaiannya dengan teori perubahan perilaku, yaitu teori tersebut mempunyai tujuan bahwa ketika seseorang telah menerima pengetahuan, maka diharapkan agar orang tersebut dapat dampak yang positif dalam perilaku dan ikut berperan

dalam aktivitas tersebut. Teori ini terbukti bahwa publik yang mendapatkan informasi pengetahuan dalam postingan @greenpeace ikut berperan dengan cara memberikan komentar positif dan juga memantau kasus-kasus yang terjadi. Selain itu penelitian terdahulu menggunakan sosial Instagram sebagai media kampanye dalam menjaga lingkungan dan peneliti ini lebih membahas mengenai bagaimana peran media sosial Instagram dalam penyebaran informasi.

2.1 Tabel Review Penelitian Sejenis

No	Nama Peneliti dan Tahun penelitian	Judul Penelitian	Metode penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1	Rojviyani Tsaqila,Ari Suseno, Mochammad Mirza	Peran Media Sosial Instagram @KANWILBPNBAN TEN Sebagai Pusat Informasi di Bidang Pertanahan	Studi Etnografi Virtual	akun Instagram @kanwilbpnbanten berperan efektif sebagai pusat informasi di bidang pertanahan.  - Efektivitas dalam Penyampaian Informasi	Teori dan Objek yang diteliti

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jangkauan Luas</li> <li>- Fungsi Ganda bagi Pengguna</li> <li>- Metode Etnografi Virtual</li> </ul>	
2	Gina Nurlatipah (2023)	Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Menyebarkan Informasi Tentang Kota Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @infobandungkota)	Teori Uses and Gratifications	akun Instagram @infobandungkota memiliki strategi khusus dalam mengelola media sosial untuk menyebarkan informasi tentang Kota Bandung.	Penelitian ini berfokus pada strategi pengelolaan media sosial Instagram dalam menyebarkan informasi, sedangkan penelitian ini lebih menekankan peran

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penentuan Strategi Pengelolaan</li> <li>- Proses Pengolahan dan Penyebarluasan Konten</li> <li>- Evaluasi Efektivitas Konten</li> </ul>	<p>media sosial Instagram @BPBD_JABAR</p> <p>dalam pemberian informasi kebencanaan kepada masyarakat Jawa Barat dengan menggunakan teori agenda setting. Perbedaan ini terletak pada aspek strategi pengelolaan vs. peran media</p>
--	--	--	--	--	---

					sosial dalam komunikasi informasi kebencanaan.
3	Ajril Fadli dan Hasan Sazali (2023)	Peran Media Sosial Instagram @GreenPeaceID Sebagai Media Kampanye dalam Menjaga Lingkungan	Teori Uses and Gratifications serta teori Perubahan Perilaku.	akun Instagram @greenpeaceid berperan penting sebagai media kampanye dalam menjaga lingkungan, - Peran Instagram @greenpeaceid sebagai Media Advokasi dan Edukasi	Teori dan Objek yang diteliti

				<ul style="list-style-type: none"><li>- Postingan tersebut memiliki keterkaitan erat dengan isu lingkungan dan secara aktif mengajak audiens untuk lebih peduli.</li><li>- Dampak terhadap Publik</li></ul>	
--	--	--	--	---	--

## **2.2 Kerangka Konseptual**

### **2.2.1 Komunikasi Bencana**

#### **2.2.1. Definisi Komunikasi Bencana**

Komunikasi bencana adalah proses pertukaran informasi, gagasan, pesan, serta koordinasi strategis yang melibatkan berbagai pihak baik individu, lembaga pemerintah, organisasi kemanusiaan, media massa, maupun masyarakat umum dalam seluruh tahapan manajemen bencana. Suko Prayitno Adi (2023) menjelaskan bahwa komunikasi bencana merupakan upaya sistematis untuk menyampaikan pesan komprehensif mengenai mitigasi, kesiapsiagaan, respons tanggap darurat, hingga fase rehabilitasi dan pemulihan pascabencana. Dalam kerangka ini, komunikasi tidak hanya dipandang sebagai alat penyebaran informasi, tetapi sebagai instrumen vital yang dirancang untuk memberikan peringatan dini, edukasi risiko, serta memfasilitasi sinkronisasi tindakan antar pemangku kepentingan guna meminimalisir kerugian materiil maupun jatuhnya korban jiwa.

Komunikasi bencana berfungsi sebagai radar sosial yang memancarkan informasi krusial untuk memberikan kepastian dan kejelasan situasi di lapangan kepada publik. Menurut Wardhani (2014), fungsi radar sosial ini sangat penting terutama di tengah ketidakpastian situasi bencana, di mana masyarakat membutuhkan akses informasi kredibel untuk mengurangi kecemasan serta menghindari disinformasi yang berpotensi memicu kepanikan. Sistem komunikasi bencana efektif harus memenuhi prinsip akurasi, kecepatan real time, dan kemudahan pemahaman, agar setiap pesan yang disampaikan dapat segera diinternalisasi menjadi tindakan nyata seperti evakuasi mandiri atau langkah

mitigasi lainnya oleh masyarakat.

Komunikasi bencana melibatkan banyak pihak yang saling terhubung dalam satu sistem penanganan bencana nasional. Koordinasi yang terbangun melalui komunikasi ini mencakup pengenalan terhadap karakteristik risiko lokal, penyesuaian pesan sesuai dengan demografi dan latar belakang budaya masyarakat, serta pemanfaatan beragam kanal media baik media konvensional maupun media sosial digital sebagai saluran diseminasi. Dengan demikian, keberhasilan manajemen komunikasi bencana diukur dari seberapa mampu sistem tersebut membangun ketahanan masyarakat dan menumbuhkan kesadaran kolektif yang proaktif terhadap ancaman bencana di lingkungan sekitarnya.

#### **2.2.1.1 Fungsi Komunikasi Bencana**

Komunikasi bencana memiliki peran fundamental dalam mendukung keberhasilan manajemen penanggulangan bencana di setiap tahapan. Berdasarkan berbagai literatur kebencanaan, fungsi utama komunikasi bencana dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Menjamin Keberhasilan Manajemen Bencana

Komunikasi berfungsi sebagai metode untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan mulai dari persiapan, mitigasi, respons tanggap darurat, hingga pemulihan pascabencana berjalan secara sistematis dan terorganisir.

2. Mengurangi Dampak Risiko dan Mencegah Korban

Fungsi vital komunikasi adalah meminimalkan dampak buruk bencana serta mencegah jatuhnya korban jiwa melalui penyebaran informasi peringatan dini dan instruksi evakuasi yang tepat waktu.

### 3. Radar Sosial dan Pemberi Kepastian

Komunikasi berperan sebagai radar sosial yang memberikan kepastian informasi kepada publik mengenai situasi di lapangan. Hal ini bertujuan untuk meredam kecemasan masyarakat serta mencegah penyebaran disinformasi atau informasi semu yang justru memicu kepanikan saat bencana terjadi.

### 4. Edukasi dan Peningkatan Kesiapsiagaan

Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai risiko bencana serta membangun ketahanan mental penduduk agar lebih proaktif dan siap dalam menghadapi ancaman di lingkungan sekitar.

### 5. Koordinasi dan Sinkronisasi Antar Pemangku Kepentingan

Fungsi ini melibatkan pengelolaan aliran informasi yang efektif di antara lembaga pemerintah, organisasi kemanusiaan, media, dan masyarakat, sehingga koordinasi respons di lapangan dapat dilakukan dengan cepat dan akurat.

Komunikasi bencana bukan sekadar aktivitas penyebaran pesan, melainkan sistem yang dirancang untuk mengontrol aliran informasi agar tercipta pemahaman yang seragam di antara pihak yang terlibat dalam upaya penanggulangan. Dengan menjalankan fungsi-fungsi tersebut secara optimal, komunikasi bencana menjadi instrumen strategis untuk menciptakan ketahanan masyarakat menghadapi berbagai ancaman bencana di masa depan.

### **2.2.1.2 Tujuan Komunikasi Bencana**

Tujuan utama dari komunikasi bencana adalah untuk melindungi kehidupan dan meminimalkan dampak kerugian materiil melalui penyajian informasi yang akurat, cepat, dan efektif di seluruh siklus manajemen bencana. Secara lebih rinci, tujuan komunikasi bencana mencakup poin-poin sebagai berikut:

1. Memberikan Peringatan Dini dan Informasi Situasional

Tujuan mendasar adalah menyediakan akses informasi peringatan dini yang jelas bagi masyarakat di daerah rawan bencana agar mereka memiliki waktu cukup untuk melakukan langkah penyelamatan diri. Selain itu, komunikasi bertujuan untuk memberikan pembaruan informasi situasi di lapangan secara real time guna memastikan publik mengetahui kondisi terkini tanpa harus terjebak dalam spekulasi.

2. Mengubah Sikap dan Perilaku Masyarakat

Komunikasi bencana berupaya mengubah persepsi, sikap, serta pola pikir masyarakat yang tinggal di daerah berisiko tinggi agar lebih proaktif dalam melakukan tindakan preventif, seperti mengikuti simulasi evakuasi dan memahami prosedur keselamatan.

3. Meminimalkan Kepanikan dan Menangkal Disinformasi

Komunikasi bertujuan untuk meredam kecemasan publik serta mencegah penyebaran disinformasi atau informasi semu yang sering muncul di media sosial, yang berpotensi memicu kepanikan dan menghambat proses evakuasi yang teratur.

#### 4. Memfasilitasi Koordinasi dan Sinkronisasi Bantuan

Komunikasi berfungsi sebagai sarana untuk menyelaraskan tindakan antara pemerintah, organisasi kemanusiaan, relawan, dan masyarakat, sehingga distribusi bantuan serta kegiatan penyelamatan dapat berjalan lebih efisien dan tepat sasaran.

#### 5. Mendukung Fase Pemulihan dan Rehabilitasi

Selain fase tanggap darurat, tujuan komunikasi adalah memberikan informasi yang diperlukan untuk proses pemulihan pascabencana, termasuk edukasi bagi masyarakat mengenai cara membangun kembali kehidupan dan infrastruktur yang lebih aman di masa depan.

Tujuan komunikasi bencana adalah memberdayakan setiap pihak dengan informasi yang memadai, sehingga terbentuk ketahanan masyarakat yang tangguh dalam menghadapi ancaman bencana serta mampu memulihkan diri dengan lebih cepat setelah terjadinya peristiwa.

### **2.2.2. Komunikasi Publik**

#### **2.2.2.1. Definisi Komunikasi Publik**

Komunikasi publik adalah proses penyampaian pesan dari suatu pihak (individu, kelompok, atau institusi) kepada khalayak luas dengan tujuan memberikan informasi, memengaruhi, atau membentuk opini publik. Menurut (Cangara,2013), komunikasi publik merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan secara terbuka kepada masyarakat dengan skala audiens yang besar dan heterogen. Dalam konteks ini, komunikasi publik tidak hanya sebatas menyampaikan pesan, tetapi juga menciptakan ruang interaksi antara pemerintah dan masyarakat.

Dalam era digital, komunikasi publik mengalami perubahan signifikan. Media yang digunakan tidak lagi terbatas pada media konvensional seperti televisi, radio, atau surat kabar, melainkan merambah ke media digital yang memungkinkan komunikasi berlangsung lebih cepat, interaktif, dan partisipatif.

#### **2.2.2.2. Ciri dan Fungsi Komunikasi Publik**

Komunikasi publik memiliki beberapa ciri utama:

- Bersifat terbuka, artinya pesan disampaikan kepada masyarakat luas tanpa batasan kelompok tertentu.
- Menggunakan media, baik media tradisional maupun media baru sebagai sarana penyebaran pesan.
- Audiens heterogen, pesan ditujukan kepada khalayak dengan latar belakang sosial, budaya, dan pendidikan yang beragam.
- Tujuan sosial dan politis, komunikasi publik umumnya memiliki kepentingan untuk menginformasikan, membujuk, atau membangun partisipasi masyarakat.

Fungsi komunikasi publik dapat dilihat dari perannya, antara lain:

- Fungsi informasi, yaitu menyampaikan data, fakta, atau pengetahuan yang dibutuhkan masyarakat.
- Fungsi edukasi, yaitu memberikan pemahaman agar masyarakat mampu mengambil keputusan yang tepat.
- Fungsi persuasi, yaitu memengaruhi masyarakat agar bersikap atau bertindak sesuai dengan pesan yang disampaikan.
- Fungsi kontrol sosial, yaitu mengawasi dinamika masyarakat melalui

pesan yang disampaikan secara publik.

### **2.2.2.3. Komunikasi Publik dalam Kebencanaan**

Dalam situasi kebencanaan, komunikasi publik memegang peranan vital karena informasi yang disampaikan berhubungan langsung dengan keselamatan masyarakat. Menurut Lestari (2019), komunikasi publik kebencanaan harus memenuhi tiga kriteria utama: cepat, akurat, dan mudah dipahami. Informasi yang terlambat atau tidak jelas berpotensi menimbulkan kepanikan, sedangkan informasi yang salah dapat memperparah kondisi lapangan.

BPBD Jawa Barat sebagai lembaga resmi memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan komunikasi publik kebencanaan. Hal ini dilakukan melalui penyebaran informasi terkait peringatan dini, prosedur evakuasi, kondisi bencana terkini, serta edukasi mitigasi risiko. Kehadiran media sosial, khususnya Instagram, menjadi salah satu sarana yang strategis untuk menyampaikan pesan kebencanaan secara lebih luas dan real-time. Dengan demikian, komunikasi publik dalam konteks kebencanaan tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kesadaran, kesiapsiagaan, dan partisipasi masyarakat.

## **2.2.3 Media Baru**

### **2.2.3.1. Definisi Media Baru**

Media baru mengacu pada jenis media yang diakses melalui internet atau perangkat digital lainnya, seperti komputer, ponsel, dan tablet. Tidak seperti media tradisional seperti surat kabar atau televisi, media baru memanfaatkan teknologi digital untuk memungkinkan komunikasi yang lebih cepat dan lebih fleksibel. Dengan berkembangnya internet dan perangkat pintar, media baru menjadi semakin

penting dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk tujuan hiburan, pendidikan, maupun komunikasi sosial.

Secara umum, media baru mengacu pada platform yang memungkinkan individu atau kelompok berinteraksi langsung dengan khalayak melalui internet. Beberapa contoh media baru antara lain situs web, media sosial, blog, aplikasi, dan podcast. Keunggulan utama media baru adalah kemampuannya menyampaikan pesan dalam bentuk yang lebih beragam, seperti teks, gambar, video, atau audio, yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja, sehingga memberikan lebih banyak kebebasan bagi penggunanya.

Selain itu, media baru juga menciptakan ruang interaksi yang lebih dinamis antara komunikator dan komunikan. Pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga dapat berpartisipasi aktif dalam berbagi, mengomentari, atau bahkan membuat konten mereka sendiri. Dengan demikian, media baru mengubah cara kita berkomunikasi, membuat hubungan antara produsen dan konsumen informasi lebih langsung dan lebih personal.

Rice (1999) berusaha menemukan lima kategori utama media baru, masing-masing memiliki saluran yang sama dan agak berbeda berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan konteks. Kategori-kategori ini adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi media antarpribadi melibatkan surat elektronik, yang semakin personal, dan telepon, yang semakin mobile. Hubungan yang terbentuk dan dikuatkan lebih penting daripada informasi yang disampaikan, karena konten biasanya pribadi dan mudah dihapus.

2. Media interaktif, juga dikenal sebagai media permainan interaktif, terutama berbasis komputer dan video game, bersama dengan peralatan realitas virtual. Interaktifitas adalah fokus utama inovasi, dan kepuasan pengguna mungkin yang paling penting.
3. Media pencarian informasi (search media for information). Ini adalah kategori yang luas, tetapi internet—juga dikenal sebagai WWW—merupakan contoh yang paling signifikan karena dianggap sebagai perpustakaan dan sumber data yang ukuran, aktualitas, dan kemudahan aksesnya belum pernah ada sebelumnya. Mesin pencari telah menjadi sangat penting sebagai alat pengguna dan sumber pendapatan Internet. Selain Internet, telepon seluler (mobile) semakin menjadi cara untuk mendapatkan informasi, bersama dengan teleteks yang disiarkan dan layanan data radio.
4. Media partisipasi kolektif Penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, ide, dan pengalaman serta untuk membangun hubungan pribadi aktif melalui internet termasuk dalam kategorinya. Kelompok ini mencakup situs web jejaring sosial. Menurut Baym (2002), penggunaannya beragam, mulai dari yang murni peralatan hingga yang afektif dan emosional."
5. Substitusi penyiaran media ( substitution of broadcasting media ) fokus utamanya adalah penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten yang telah disiarkan atau disebarluaskan sebelumnya dengan cara lain yang sebanding. Mendengarkan radio dan musik 34 dan menonton film dan acara televisi adalah kegiatan utama.

Internet adalah sebuah media dengan semua karakteristiknya, internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan emage sendiri. Internet merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Ada sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009.P.28-29). Internet merupakan bentuk dari media baru (new media) internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dapat dikembangkan kedepannya. Internet juga memiliki kemampuan untuk dapat mengkode, menyimpan, memanipulasi, dan menerima pesan (Ruben, 1998.P.110).

Teorri yang dikembangkan oleh Pierre Levy mengemukakan bahwa *new media* adalah teori yang membahas mengenai perkembangan media. Menurut Pierre Levy bahwa *WWW (World Wide Web)* yaitu sebagai wadah informasi yang terbuka, dinamis dan fleksibel, yang dapat memungkinkan manusia dapat mengembangkan pengetahuan yang baru dan juga dapat terlibat didalam dunia demokratis tentang pemberian kuasa yang yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat. Teori ini juga mengemukakan dua pandangan interaksi sosial :

1. Interaksi Sosial :Teori new media sebagai konsep yang menggambarkan perkembangan media yang berkembang dan berubah secara terus menerus.
2. Pandangan Integrasi Sosial: Media baru menjadi lazim, formal, dan memiliki nilai yang lebih besar daripada penggunaan media itu sendiri. Media ini menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.

### **2.2.3.2. Karakteristik Media Baru**

Media baru memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dengan media lama (tradisional), yaitu:

- Digitalisasi – Semua informasi dikemas dalam format digital yang mudah disimpan, diolah, dan disebarakan kembali.
- Interaktivitas – Pengguna dapat berinteraksi secara langsung dengan pengirim pesan maupun sesama pengguna lain.
- Hipertekstualitas – Informasi saling terhubung satu sama lain melalui tautan digital.
- Jaringan (Networking) – Media baru terhubung secara global melalui internet, sehingga pesan dapat diakses lintas batas ruang dan waktu.
- Konvergensi – Media baru menggabungkan berbagai bentuk media, seperti teks, gambar, suara, dan video dalam satu platform.
- User-generated content – Pengguna tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga memproduksi dan menyebarkan konten sendiri.

### **2.2.3.3. Peran Media Baru dalam Komunikasi Publik**

Dalam komunikasi publik, media baru memiliki peranan yang sangat signifikan. Media baru memungkinkan pesan disebarakan secara lebih cepat, luas, dan interaktif. Pemerintah dan lembaga publik kini tidak hanya menggunakan televisi, radio, atau media cetak, tetapi juga mengandalkan media sosial dan platform digital untuk menjalin komunikasi dengan masyarakat.

Media baru juga memberikan ruang partisipasi yang lebih besar bagi masyarakat. Khalayak tidak hanya menerima informasi, tetapi juga dapat memberikan respons, kritik, saran, bahkan ikut menyebarkan kembali pesan yang diterima. Hal ini menjadikan komunikasi publik lebih bersifat dua arah, terbuka, dan kolaboratif.

Dalam penelitian ini, media baru menjadi landasan penting untuk memahami bagaimana Instagram, sebagai salah satu platform media sosial, digunakan oleh BPBD Jawa Barat dalam menyampaikan informasi kebencanaan. Kehadiran Instagram sebagai bagian dari media baru tidak hanya mempercepat penyebaran informasi, tetapi juga membentuk pola komunikasi baru antara pemerintah dan masyarakat yang lebih partisipatif dan responsif.

## **2.2.4 Media Sosial**

### **2.2.4.1. Definisi Media Sosial**

Media sosial dapat dipahami sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial, misalnya yaitu melakukan komunikasi atau interaksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video. Berbagai informasi dalam konten yang dibagikan tersebut dapat terbuka untuk semua pengguna selama 24 jam penuh.

Media sosial sendiri pada dasarnya adalah bagian dari pengembangan internet. Kehadiran beberapa dekade lalu telah membuat media sosial dapat berkembang dan bertumbuh secara luas dan cepat seperti sekarang. Hal inilah yang

menjadikan semua pengguna yang tersambung dengan koneksi internet dapat melakukan proses penyebaran informasi atau konten kapan pun dan di mana pun.

Media sosial sebenarnya dapat disebut sebagai salah satu fenomena populer yang banyak menarik perhatian orang-orang. Dalam beberapa karyanya, para ahli telah memberikan berbagai definisi tentang teknologi yang selalu dibutuhkan masyarakat sekarang ini. Berikut ini adalah pengertian media sosial menurut pendapat para ahli, diantaranya yaitu:

Menurut (Hopkins,2008) media sosial adalah sebuah konsep yang mencakup berbagai platform digital, termasuk tetapi tidak terbatas pada sistem seperti FriendFeed, Facebook, dan sejenisnya yang secara umum dianggap sebagai jejaring sosial. Konsepnya adalah bahwa platform media ini memiliki elemen sosial yang memungkinkan terjadinya komunikasi publik. Definisi ini menunjukkan bahwa media sosial bukan sekadar alat untuk berkomunikasi, tetapi juga tempat untuk membuat, berbagi, dan mengonsumsi informasi dalam berbagai bentuk, mulai dari teks, gambar, hingga video.

Media sosial telah memberikan dampak yang sangat besar pada berbagai aspek kehidupan, baik secara pribadi maupun profesional. Salah satu manfaat utamanya adalah sebagai alat komunikasi yang memudahkan interaksi antar individu dari berbagai belahan dunia. Hal ini memungkinkan orang untuk tetap terhubung dengan teman, keluarga, dan komunitas, meskipun mereka terpisah jarak yang jauh. Selain itu, media sosial juga menjadi wadah untuk menyebarkan informasi, memberikan edukasi, serta membuka peluang bisnis dan karier.

Media sosial dapat dipahami sebagai sebuah platform digital yang dirancang untuk menyediakan fasilitas bagi para penggunanya untuk melakukan berbagai aktivitas sosial secara daring. Melalui media sosial, individu dapat berinteraksi dengan orang lain, berbagi informasi, dan terhubung dengan teman, keluarga, atau bahkan orang-orang yang memiliki minat yang sama. Platform ini memungkinkan komunikasi tanpa batasan geografis, sehingga memberikan kebebasan bagi para penggunanya untuk berpartisipasi dalam berbagai jenis aktivitas sosial.

Selain berfungsi sebagai sarana interaksi, media sosial juga memungkinkan para penggunanya untuk berbagi konten dalam berbagai format, seperti teks, gambar, video, bahkan siaran langsung. Hal ini menjadikannya sebagai tempat yang sangat dinamis untuk berbagi pengalaman, ide, dan pendapat. Dengan akses yang mudah dan cepat, media sosial telah menjadi alat penting dalam penyebaran informasi dan pembentukan opini publik, yang sering kali menjadi sumber utama berita terkini dan tren yang sedang berkembang.. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial, misalnya yaitu melakukan Komunikasi atau interaksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video. Berbagai informasi dalam konten yang dibagikan tersebut dapat terbuka untuk semua pengguna selama 24 jam penuh.

Media sosial sendiri pada dasarnya adalah bagian dari pengembangan internet. Kehadiran beberapa dekade lalu telah membuat media sosial dapat berkembang dan bertumbuh secara luas dan cepat seperti sekarang. Hal inilah yang menjadikan semua pengguna yang tersambung dengan koneksi internet dapat melakukan proses penyebaran informasi atau konten kapan pun dan di mana pun.

#### 2.2.4.2. Karakteristik Media Sosial

Menurut jurnal yang ditulis (Nasrullah, 2015 ) ada 7 karakteristik media sosial , diantaranya sebagai berikut:

##### 1. Jaringan

Jaringan adalah infrastruktur komputer, atau hardware, yang menghubungkan komputer. Hubungan, atau koneksi, sangat penting karena melaluinya komputer dapat berbicara satu sama lain melalui jaringan tersebut. Media sosial membentuk jaringan antara penggunanya, baik kenal atau tidak. Ini adalah mekanisme teknologi yang akan menciptakan hubungan sosial. Media sosial terdiri dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan, atau internet. Di sisi lain, jaringan, atau jaringan yang terdiri dari media sosial, terbentuk melalui perangkat teknologi, bukan sekedar alat. Internet membantu munculnya ikatan sosial melalui interaksi yang terjadi melalui internet. Nilai-nilai di masyarakat virtual dan struktur sosial di internet.

##### 2. Informasi

Karena mereka berinteraksi satu sama lain melalui konten informasi yang mereka sebarakan melalui jaringan yang ada, informasi adalah komponen yang sangat penting dari media sosial. Jadi, dalam masyarakat informasi, atau masyarakat informasi, informasi menjadi komoditas. Informasi diproduksi, didistribusikan, dikemas ulang, disimpan, dan dikonsumsi, menciptakan produk bernilai baru dalam kapitalisme produk. Ini adalah informasi yang memungkinkan

kitaberinteraksi satu sama lain. Sebaliknya, barang yang ada di media sosial adalah informasi. Semua orang yang ingin bergabung harus menyertakan identitas mereka. Data ini juga yang mewakili identitas pengguna.

### 3. Arsip

Arsip adalah tanda bahwa data yang telah diunggah tetap tersimpan dan dapat diakses kapan saja. Bahkan selama proses penyimpanan, kapitalisasi penyimpanan dapat terjadi tidak hanya di tempat pembuatan data tetapi juga di orang yang pernah mengakses data tersebut dan melakukan proses penyimpanan.

### 4. Interaksi

Terbentuknya jaringan komunikasi antar pengguna menunjukkan bahwa interaksi pengguna tidak hanya memperluas hubungan pertemanan atau follower (pengikut) di dunia maya, tetapi juga dapat memberikan komentar, mendesain ulang konten, dan bahkan berbagi media dengan aplikasi lain. Sebaliknya, interaksi berbeda dari media lama karena orang yang menerima tidak dapat langsung memberikan respons atau mengemas kembali informasi yang sudah ada dan kemudian membagikannya. Selain itu, interaksi ini tidak memperhitungkan waktu, ruang, gender, atau wilayah.

### 5. Simulasi sosial

Simulasi terjadi ketika orang berinteraksi di dunia nyata, tetapi tidak benar-benar terjadi di media sosial. Itu terjadi ketika orang harus masuk

(login) ke dalam antarmuka. Selanjutnya, pengguna harus melibatkan keterbukaan identitas, yang dapat dibaca oleh siapa saja selain pengguna yang sedang mengakses.

#### 6. Konten pengguna

Konten merupakan ciri dari pemilik akun media sosial. Konten juga dimungkinkan diproduksi oleh pengguna lain. Di mana pengguna di satu sisi sebagai produsen konten tetapi di sisi lain juga menjadi konsumen konten tersebut.

#### 7. Penyebaran

Pengguna tidak hanya membuat dan mengonsumsi konten yang dibuat oleh medium ini, tetapi mereka juga mengembangkan dan menyebarkan konten. Penyebaran dapat terjadi melalui kontennya sendiri dan juga melalui perangkatnya, yang keduanya memiliki kemampuan untuk menyebarkannya ke lebih banyak orang.

### **2.2.4.3. Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Kebencanaan**

Dalam kebencanaan, media sosial memiliki peran strategis. Menurut Houston et al. (2015), media sosial dapat dimanfaatkan dalam tiga fase kebencanaan: pra-bencana (edukasi dan mitigasi), saat bencana (penyebaran informasi cepat, koordinasi, peringatan dini), dan pasca-bencana (pemulihan, dukungan psikologis, dan evaluasi).

Bagi instansi pemerintah seperti BPBD, media sosial menjadi sarana komunikasi publik yang memungkinkan penyampaian informasi kebencanaan

secara cepat, real-time, dan interaktif. Masyarakat dapat memperoleh peringatan dini, mengikuti perkembangan kondisi lapangan, serta mendapatkan panduan evakuasi melalui media sosial. Sebaliknya, masyarakat juga dapat memberikan laporan, tanggapan, atau klarifikasi langsung kepada pihak berwenang.

Dalam penelitian ini, media sosial diposisikan sebagai medium utama yang digunakan BPBD Jawa Barat untuk berinteraksi dengan masyarakat melalui akun Instagram @bpbd\_jabar. Kehadiran media sosial diharapkan tidak hanya menjadi saluran penyebaran informasi, tetapi juga membangun partisipasi, meningkatkan kesadaran, dan memperkuat kesiapsiagaan masyarakat terhadap bencana.

## **2.2.5 Instagram**

### **2.2.5.1. Definisi Instagram**

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, merekam video, menerapkan filter digital, dan membagikan hasilnya ke berbagai layanan jejaring sosial. Salah satu fitur utama Instagram adalah kemampuannya untuk mengunggah foto dan video dalam bentuk feed yang dapat dilihat oleh pengikut, serta Stories yang akan hilang setelah 24 jam. Aplikasi ini memadukan kemudahan berbagi visual dengan elemen sosial, sehingga memungkinkan pengguna untuk berinteraksi melalui komentar, like, dan berbagi konten.

Kata "Instagram" sendiri memiliki asal usul yang menarik. "Insta" berasal dari kata "instan" yang merujuk pada konsep foto instan, seperti yang dikenal sebagai kamera polaroid di masa lalu. Seperti halnya kamera polaroid, Instagram juga memungkinkan pengguna untuk menampilkan foto secara langsung atau instan

dengan menggunakan filter untuk meningkatkan kualitas visual. Dengan cara ini, Instagram memberikan pengalaman berbagi foto dan video yang cepat dan mudah, sehingga sangat populer di kalangan penggunanya.

Sedangkan kata "gram" dalam Instagram berasal dari kata "telegram" yang merujuk pada cara untuk mengirim pesan atau informasi dengan cepat. Hal ini mencerminkan filosofi aplikasi Instagram, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi momen dan informasi dengan cepat dan efisien. Dengan menggabungkan kemudahan akses, kecepatan berbagi, dan elemen sosial, Instagram telah menjadi salah satu platform paling dominan di dunia media sosial saat ini.

#### **2.2.5.2 Fitur-Fitur Instagram**

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah yaitu sebagai berikut :

##### *1. Home Page*

*Home page* adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

## 2. *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send.

## 3. *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore feed*.

## 4. *Profil*

*Profil* pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon

kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah following.

## 5. *News Feed*

*News feed* merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu “*Following*” dan “*News*”. Tab “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna,

memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

#### *6. Instagram Stories*

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengirim foto dan video yang bisa menghilang dalam kurung waktu 24 jam. Foto dan video yang dibagikan melalui *Instagram Stories* bersifat sementara dan bisa menghilang. Namun Instagram juga memiliki fitur sorotan yang bisa menampilkan hasil story setelah 24 jam yang bisa ditentukan pengguna dan di tampilkan di Profil pengguna. Atmoko, Bambang Dwi. (Jakarta: Media Kita. 2012).

#### **2.2.5.3. Instagram sebagai Media Komunikasi Publik Pemerintah**

Seiring meningkatnya penetrasi media sosial, banyak lembaga pemerintah yang memanfaatkan Instagram sebagai sarana komunikasi publik. Instagram memungkinkan pemerintah menyampaikan informasi secara lebih menarik dan mudah dipahami masyarakat. Menurut (Nasrullah,2015), media sosial seperti Instagram dapat memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat karena sifatnya yang interaktif dan berbasis visual.

Dalam kebencanaan, Instagram menjadi platform yang efektif untuk menyebarkan informasi secara cepat dan real-time. Melalui Instagram, lembaga seperti BPBD Jawa Barat dapat memberikan peringatan dini, laporan situasi terkini, serta panduan evakuasi dengan cara yang lebih komunikatif. Visualisasi berupa foto, infografis, dan video edukatif membuat informasi lebih mudah dipahami oleh masyarakat dibandingkan hanya teks.

Akun Instagram resmi @bpbd\_jabar merupakan salah satu bentuk implementasi komunikasi publik berbasis digital. Akun ini tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi kebencanaan, tetapi juga menjadi bagian dari strategi e-Government dalam memberikan layanan publik berbasis teknologi. Melalui Instagram, BPBD Jawa Barat berupaya membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat, sekaligus meningkatkan kesadaran dan kesiapsiagaan masyarakat terhadap bencana.

## **2.2.6. Informasi**

### **2.2.6.1. Definisi Informasi**

Informasi adalah data yang telah diolah sehingga memiliki makna dan dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Menurut (Davis,2001), informasi merupakan data yang telah diproses sehingga dapat meningkatkan pengetahuan bagi penerimanya. Sementara itu, Gordon B. Davis (dalam Jogiyanto, 2005) menyatakan bahwa informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang berguna bagi penerimanya dan memiliki nilai nyata yang dapat dipahami.

Dalam komunikasi, informasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai sarana untuk membentuk sikap, pandangan, dan perilaku masyarakat.

### **2.2.6.2. Karakteristik Informasi yang Efektif**

Informasi yang efektif harus memenuhi beberapa karakteristik, yaitu:

- Cepat – informasi harus disampaikan tepat waktu agar dapat digunakan untuk mengambil keputusan segera.

- Akurat – informasi harus bebas dari kesalahan dan dapat dipercaya.
- Relevan – informasi harus sesuai dengan kebutuhan penerima.
- Jelas dan mudah dipahami – pesan harus disajikan dalam bahasa atau bentuk yang sederhana.
- Lengkap – informasi harus mencakup seluruh aspek penting yang dibutuhkan penerima.
- Dapat diakses – informasi harus mudah diperoleh oleh target audiens.

Apabila salah satu karakteristik tersebut tidak terpenuhi, efektivitas informasi dapat menurun, bahkan menimbulkan misinformasi atau kebingungan di masyarakat.

### **2.2.6.3 Informasi Kebencanaan**

Informasi kebencanaan adalah informasi yang berkaitan dengan potensi, kejadian, maupun dampak bencana serta langkah-langkah yang perlu diambil masyarakat dalam menghadapi situasi tersebut. Menurut BNPB (2018), informasi kebencanaan mencakup:

- Peringatan dini (early warning) – informasi mengenai potensi terjadinya bencana.
- Informasi saat bencana – kondisi terkini di lapangan, instruksi penyelamatan, serta jalur evakuasi.
- Informasi pasca-bencana – upaya pemulihan, bantuan logistik, dan koordinasi penanganan.

Dalam komunikasi publik, penyampaian informasi kebencanaan yang efektif menjadi faktor kunci dalam meminimalkan risiko dan kerugian akibat bencana. Oleh karena itu, lembaga seperti BPBD Jawa Barat harus memastikan bahwa informasi kebencanaan dapat disebarkan dengan cepat, akurat, dan mudah dipahami masyarakat.

Instagram sebagai salah satu media sosial berbasis visual dapat mempermudah penyampaian informasi kebencanaan melalui infografis, video edukasi, maupun laporan lapangan. Dengan begitu, informasi tidak hanya sampai kepada masyarakat, tetapi juga mampu meningkatkan kesadaran dan kesiapsiagaan dalam menghadapi bencana.

## **2.2.7. E-Government**

### **2.2.7.1. Definisi E-Government**

E-Government atau electronic government adalah pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi oleh lembaga pemerintahan untuk meningkatkan kualitas layanan publik, mempercepat akses informasi, serta mendorong transparansi dan partisipasi masyarakat. Menurut World Bank (2003), e-Government adalah penggunaan teknologi informasi oleh instansi pemerintah untuk memberikan informasi dan layanan publik kepada warga, dunia usaha, serta pihak-pihak terkait lainnya.

Di Indonesia, penerapan e-Government diatur dalam Inpres No. 3 Tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan e-Government, yang

menekankan pemanfaatan teknologi digital guna menciptakan pemerintahan yang lebih efektif, efisien, transparan, dan akuntabel.

#### **2.2.7.2. Tujuan dan Fungsi E-Government**

Tujuan utama E-Government adalah meningkatkan kualitas pelayanan publik melalui pemanfaatan teknologi digital. Fungsi utamanya meliputi:

- Meningkatkan akses informasi – masyarakat dapat memperoleh informasi dengan lebih cepat dan mudah.
- Mendorong transparansi – keterbukaan informasi publik yang dapat diawasi oleh masyarakat.
- Mempercepat layanan – pelayanan publik dapat dilakukan secara lebih efisien melalui platform digital.
- Memperkuat partisipasi masyarakat – membuka ruang interaksi antara pemerintah dan warga.
- Mendukung pengambilan keputusan – menyediakan data dan informasi akurat untuk perumusan kebijakan.

#### **2.2.7.3. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Bagian dari E-Government**

Dalam perkembangannya, media sosial menjadi salah satu bagian penting dari strategi e-Government. Pemerintah menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi, mendengarkan aspirasi masyarakat, serta membangun interaksi secara langsung. Menurut Mergel (2013), media sosial dalam konteks e-Government dapat memperkuat komunikasi pemerintah dengan masyarakat karena sifatnya yang terbuka, interaktif, dan partisipatif.

Bagi BPBD Jawa Barat, penggunaan Instagram @bpbd\_jabar merupakan implementasi nyata dari e-Government di bidang kebencanaan. Melalui akun ini, BPBD tidak hanya memberikan informasi kebencanaan, tetapi juga melibatkan masyarakat dalam proses komunikasi publik. Masyarakat dapat memberikan respons, melaporkan kondisi lapangan, hingga menyebarkan kembali informasi yang diterima. Dengan demikian, media sosial memperkuat peran e-Government dalam menciptakan layanan publik yang cepat, transparan, dan responsif.

### **2.3. Kerangka Teoritis**

#### **2.3.1 Teori Ekologi Media**

Ekologi media adalah salah satu pendekatan dalam kajian komunikasi yang memandang media bukan hanya sebagai alat untuk menyampaikan pesan, tetapi sebagai lingkungan yang membentuk cara manusia berpikir, berinteraksi, dan memahami realitas sosial. Teori ini berkembang dari pemikiran Marshall McLuhan yang menekankan bahwa *the medium is the message*, artinya pengaruh media terhadap masyarakat tidak hanya terletak pada isi pesan, tetapi juga pada bentuk mediana itu sendiri.

Dalam perspektif ekologi media, setiap media yang hadir membawa konsekuensi tertentu terhadap kehidupan sosial. Media tidak bersifat netral karena kehadirannya dapat mengubah pola komunikasi, kebiasaan menerima informasi, serta cara masyarakat membangun makna. Dengan demikian, media dipahami sebagai sebuah lingkungan komunikasi yang ikut membentuk perilaku dan kesadaran manusia. Kehadiran media baru seperti internet dan media sosial semakin memperkuat pandangan ini karena media digital tidak hanya menyampaikan

informasi, tetapi juga menciptakan ruang interaksi yang lebih cepat, terbuka, dan partisipatif.

Teori ekologi media juga menjelaskan bahwa perubahan pada teknologi komunikasi akan memengaruhi struktur sosial dan budaya masyarakat. Misalnya, media visual seperti Instagram membuat informasi lebih mudah disampaikan dalam bentuk gambar, video, dan narasi singkat. Hal ini memengaruhi cara audiens menerima pesan, memahami isi informasi, serta meresponsnya. Karena itu, media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga membentuk lingkungan baru yang memengaruhi pola pikir dan tindakan penggunanya.

Dalam penelitian ini, teori ekologi media digunakan untuk melihat Instagram sebagai lingkungan komunikasi kebencanaan bagi BPBD Jawa Barat. Melalui fitur-fitur seperti feed, stories, reels, dan komentar, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga membentuk cara BPBD berkomunikasi dengan masyarakat dan cara masyarakat menerima serta merespons informasi kebencanaan. Dengan demikian, teori ini relevan untuk menganalisis pengaruh medium Instagram terhadap penyampaian informasi kebencanaan di Jawa Barat.

#### **2.3.1.1. Lingkungan Komunikasi**

Dalam perspektif ekologi media, media dipahami sebagai lingkungan komunikasi yang memengaruhi cara individu dan institusi berinteraksi. Media tidak hanya menjadi alat bantu penyampaian pesan, tetapi juga menciptakan situasi, kebiasaan, dan struktur komunikasi baru di dalam masyarakat. Karena itu,

kehadiran suatu media dapat mengubah cara pesan diproduksi, disebarkan, dan diterima.

Instagram sebagai media sosial menghadirkan lingkungan komunikasi yang berbeda dari media konvensional. Komunikasi tidak lagi sepenuhnya satu arah, melainkan berlangsung lebih cepat, terbuka, visual, dan memungkinkan respons langsung dari audiens melalui fitur digital yang tersedia. Dalam konteks kebencanaan, lingkungan komunikasi semacam ini memberi ruang bagi BPBD Jawa Barat untuk menyampaikan informasi secara real time sekaligus membangun kedekatan komunikasi dengan masyarakat.

Dalam penelitian ini, Instagram dipahami sebagai lingkungan komunikasi kebencanaan yang mempertemukan BPBD Jawa Barat dengan masyarakat dalam satu ruang digital. Keberadaan akun bpbdjabar bukan hanya menjadi kanal informasi, tetapi juga menjadi ruang publik tempat pesan kebencanaan diproduksi, dipahami, dan direspons oleh pengguna.

#### **2.3.1.2. Medium**

Salah satu gagasan utama ekologi media adalah bahwa medium memiliki pengaruh yang besar terhadap makna pesan. McLuhan menegaskan bahwa bentuk media sering kali lebih menentukan cara pesan dipahami dibandingkan isi pesannya sendiri, sehingga medium bukan sekadar wadah, melainkan unsur yang aktif membentuk pengalaman komunikasi. Oleh karena itu, karakteristik teknis media perlu diperhatikan dalam analisis komunikasi.

Instagram memiliki karakter medium yang khas, yaitu visual, singkat, cepat, interaktif, dan mudah dibagikan ulang. Fitur-fitur seperti feed, stories, reels, caption, dan kolom komentar membentuk cara informasi diterima oleh audiens serta memengaruhi tingkat perhatian, pemahaman, dan partisipasi pengguna. Informasi kebencanaan yang dikemas melalui medium visual cenderung lebih mudah ditangkap, terutama ketika disampaikan dalam bentuk infografik, video singkat, atau narasi ringkas.

Dalam penelitian ini, medium Instagram dianalisis melalui karakteristik fitur-fitur yang digunakan BPBD Jawa Barat dalam menyampaikan informasi kebencanaan. Dengan demikian, fokus analisis tidak hanya terletak pada isi pesan kebencanaan, tetapi juga pada bagaimana bentuk visual dan teknis Instagram membentuk efektivitas penyampaian informasi kepada masyarakat.

### **2.3.1.3. Persepsi**

Ekologi media menjelaskan bahwa media memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi manusia terhadap realitas. Media mengorganisasi pengalaman, memengaruhi apa yang dianggap penting, dan menentukan bagaimana individu memahami suatu peristiwa. Dengan kata lain, media tidak hanya menyampaikan kenyataan, tetapi juga ikut menyusun cara kenyataan itu dipersepsikan.

Dalam komunikasi kebencanaan, persepsi masyarakat sangat dipengaruhi oleh bentuk penyajian informasi. Informasi yang disampaikan secara visual, ringkas, dan berulang melalui Instagram dapat membantu masyarakat lebih cepat

memahami ancaman bencana, langkah mitigasi, dan tindakan yang perlu dilakukan. Sebaliknya, jika pesan terlalu singkat, kurang jelas, atau tidak kontekstual, maka media juga berpotensi menimbulkan salah tafsir.

Dalam penelitian ini, aspek persepsi digunakan untuk melihat bagaimana masyarakat memahami informasi kebencanaan yang disampaikan melalui akun bpbddjabar. Analisis diarahkan pada bagaimana bentuk pesan Instagram memengaruhi pemahaman, perhatian, dan cara masyarakat menafsirkan informasi terkait bencana.

#### **2.3.1.4. Perubahan**

Ekologi media memandang bahwa kehadiran media baru akan membawa perubahan dalam pola komunikasi dan kehidupan sosial. Perubahan tersebut dapat terlihat pada cara orang berinteraksi, kecepatan pertukaran informasi, pembentukan opini, hingga pergeseran hubungan antara lembaga dan publik. Media baru bukan hanya menambah saluran komunikasi, tetapi juga membentuk struktur komunikasi yang berbeda dari sebelumnya.

Dalam konteks Instagram, perubahan tampak pada bergesernya pola komunikasi dari yang semula cenderung satu arah menjadi lebih interaktif. Masyarakat tidak lagi hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga dapat memberikan komentar, membagikan ulang informasi, mengirim pesan langsung, dan terlibat dalam percakapan publik mengenai isu kebencanaan. Perubahan ini menunjukkan bahwa media sosial menciptakan relasi komunikasi yang lebih partisipatif antara pemerintah dan masyarakat.

Dalam penelitian ini, aspek perubahan digunakan untuk menganalisis bagaimana kehadiran Instagram memengaruhi pola komunikasi BPBD Jawa Barat dengan masyarakat. Selain itu, perubahan juga dilihat dari respons masyarakat terhadap informasi kebencanaan, baik dalam bentuk perhatian, keterlibatan, maupun tindakan yang muncul setelah menerima informasi melalui Instagram.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menempatkan Instagram BPBD Jawa Barat sebagai objek kajian dalam penyampaian informasi kebencanaan kepada masyarakat Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan Teori Ekologi Media dari Marshall McLuhan untuk menganalisis bagaimana Instagram sebagai media membentuk lingkungan komunikasi, karakter medium, persepsi masyarakat, serta perubahan pola komunikasi dalam konteks informasi kebencanaan.



2.1 Gambar Kerangka Pemikiran