

PENGGUNAAN INSTAGRAM @BDG.SIAGA113 SEBAGAI MEDIA INFORMASI KESIAPSIAGAAN BENCANA

Azka Raihan Mahesa¹, Muhammad Satrian Duva Dama²

¹ Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi, Universitas Telkom
azkamahesa@student.telkomuniversity.ac.id, damasatriand@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This research reviews the Using Instagram @bdg.siaga113 as a Preparedness Information Media. The city of Bandung is one of the cities in Indonesia that has a high potential for disasters. The existence of fast and accurate information media is very important in disaster management. Social media Instagram @bdg.siaga113 is one of the media used by the Bandung City Fire and Rescue Department to convey emergency information to the public. This thesis aims to analyze the disaster communication strategy of the social media Instagram @bdg.siaga113 as a media for emergency information in the city of Bandung. The research method used is qualitative with a descriptive analytical approach. Data collection techniques were carried out through social media observations, in-depth interviews, as well as business communication strategy concepts from (Haddow & Haddow, 2022). The research results show that Instagram @bdg.siaga113 has not made maximum efforts in disaster communication strategies. There are five disaster communication strategy concepts consisting of customer focus, leadership commitment, communication Planning and Operations, situasional awareness and media partnership

Keyword : Bandung City Emergency, Disaster Communication, Social Media

Abstrak

This research reviews the Using Instagram @bdg.siaga113 as a Preparedness Information Media. The city of Bandung is one of the cities in Indonesia that has a high potential for disasters. The existence of fast and accurate information media is very important in disaster management. Social media Instagram @bdg.siaga113 is one of the media used by the Bandung City Fire and Rescue Department to convey emergency information to the public. This thesis aims to analyze the disaster communication strategy of the social media Instagram @bdg.siaga113 as a media for emergency information in the city of Bandung. The research method used is qualitative with a descriptive analytical approach. Data collection techniques were carried out through social media observations, in-depth interviews, as well as business communication strategy concepts from (Haddow & Haddow, 2022). The research results show that Instagram @bdg.siaga113 has not made maximum efforts in disaster communication strategies. There are five disaster communication strategy concepts consisting of customer focus, leadership commitment, communication Planning and Operations, situasional awareness and media partnership

Kata Kunci: Komunikasi Bencana, Kegawatdaruratan Kota Bandung, Media Social

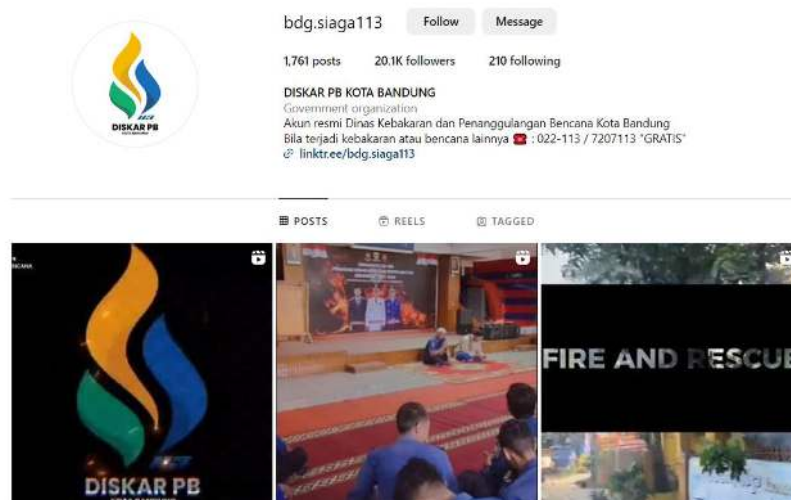
I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Bandung merupakan daerah yang rentan terhadap beberapa bencana alam, antara lain angin topan, kebakaran, tanah longsor, banjir, dan gempa bumi yang disebabkan lempeng tektonik dan letusan gunung berapi, karena kondisi geografis dan geologisnya (Kota et al. 2021). Kota Bandung berada di antara Sesar Lembang, sebuah sesar yang masih aktif yang dapat menyebabkan gempa bumi besar. Wilayah utara Cekungan Bandung merupakan rumah bagi Sesar Lembang yang aktif. Sesar ini panjangnya sekitar 29 km yang membentang dari timur ke barat. Hal ini berkaitan dengan sedikitnya pengetahuan masyarakat tentang proses alam yang memicu bencana dan seberapa tangguh setiap wilayah terhadap bencana tersebut (Ricky 2021).

Penyebaran informasi telah dipercepat oleh kemajuan teknologi yang pesat, terutama melalui platform media sosial seperti Instagram. Karena bencana alam adalah peristiwa tak terduga dan tidak dapat dihindari, media sosial sangat penting selama proses kejadian dan penanggulangannya. Media sosial memiliki keunggulan utama dalam memprioritaskan tampilan dan penyajian konten yang lebih menarik, serta kemampuan untuk membantu dalam menjembatani komunikasi dua arah dengan publiknya (Meidiana et al. 2022).

Dengan media sosialnya yang tersebar luas, internet telah menjadi alat komunikasi yang luas, dan penggunaannya telah mencapai ke dalam lembaga pemerintah. Sebagian besar kementerian dan lembaga, terkhusus pemerintah daerah, mempunyai media sosial sebagai cara untuk berkomunikasi, memberikan informasi, melaksanakan kebijakan, serta mencapai tujuan mereka untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Pemerintah Kota Bandung telah memanfaatkan media sosial Instagram untuk menyampaikan informasi kegawatdaruratan. Akun Instagram @bdg.siaga113 telah memiliki lebih dari 200.000 pengikut dan terus aktif membagikan informasi kegawatdaruratan seperti bencana alam, kecelakaan, dan gangguan keamanan. Akun ini dikelola oleh Dinas Kebakaran dan Penanggulangan Bencana Kota Bandung yang pada awalnya hanya ditujukan sebagai sarana informasi *realtime* mengenai penanganan kebakaran. Seiring berkembangnya akun @bdg.siaga113, kini akun tersebut kerap memberikan informasi mengenai peringatan dini mengenai cuaca, antisipasi mengenai bahaya kebakaran dan antisipasi bencana alam di Kota Bandung.



Gambar 1.1 Media Sosial @bdg.siaga113 (Instagram)

Untuk mengurangi risiko bencana di daerah sekitar patahan Lembang, penting untuk memahami apa itu penanggulangan bencana. Penanggulangan bencana dapat didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan yang terjadi sebelum, selama, dan setelah bencana dengan tujuan mencegah, mitigasi, persiapan, tanggap, dan pemulihan dari bencana tersebut. Penggunaan media *online* merupakan upaya penting untuk memudahkan penjangkauan masyarakat luas agar informasi yang disampaikan dapat tersebar secara cepat dan luas. Instagram adalah platform media sosial yang populer di kalangan masyarakat, terutama di kalangan remaja, akun @bdgsiaga113 menggunakannya untuk berbagi informasi khususnya mengenai mitigasi bencana dan info mengenai bencana alam.

Penggunanya dapat berbagi informasi satu sama lain melalui media sosial. Instagram sebagai platform informasi edukasi juga merupakan sarana pemerintahan untuk mengikuti perkembangan zaman. Karena kelebihan dan keuntungannya, pemerintah dapat memanfaatkannya untuk kemajuan. Dengan mengelola dan menggunakan akun Instagram, Dinas Kebakaran dan Penanggulangan Bencana Kota Bandung dapat melaksanakan kegiatan dan menyebarkan informasi dengan cepat. Ini juga membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mitigasi bencana sebagai persiapan untuk bencana dan membantu menangani kegawatdaruratan saat bencana terjadi.

Dari hal – hal yang sudah peneliti jelaskan diatas, peneliti hendak mengetahui bagaimana Penggunaan Strategi Komunikasi Bencana Media Sosial Instagram @bdg.siaga113 menjadi media informasi kegawatdaruratan Kota Bandung. Berdasarkan permasalahan yang ada bahwa untuk meningkatkan kesadaran bencana di Kota Bandung menggunakan media sosial Instagram @bdg.siaga113. Kurangnya upaya yang dilakukan oleh Instagram @bdg.siaga113 dalam menyediakan informasi mengenai bencana, yang berakibat pada rendahnya kesadaran masyarakat terhadap bencana.

1.2 Rumusan Masalah

1. Menganalisis strategi komunikasi bencana media sosial @bdg.siaga113 sebagai media informasi kegawatdaruratan Kota Bandung

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada latar belakang penelitian in, maka ditetapkan tujuan penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi bencana media sosial [Instagram@bdg.siaga113](#) sebagai media informasi kegawatdaruratan Kota Bandung

II. TINJAUAN LITERATUR

2.1 Media

Dalam bahasa Latin, "media" ialah singkatan dari "medium", yang berarti "perantara" atau "pengantar." Media berfungsi sebagai perantara antara pengirim informasi, yang bertindak sebagai sumber atau sumber daya, dan penerima informasi, atau penerima. Film, televisi, diagram, media cetak, dan komputer merupakan contoh media. Melalui media, atau instrumen perantara, komunikasi diarahkan untuk memfasilitasi pencapaian tujuan pengguna (Wulan Sari, Via Wiwin, 2020). Sementara, Media adalah alat yang dapat membantu dalam keperluan dan aktivitas dengan cara yang dapat membuatnya lebih mudah bagi mereka yang memanfaatkannya (Sadiman, 2012).

Dengan berkembangnya teknologi munculah media sosial yang termasuk media baru untuk memberikan warna sekaligus tantangan bagi media massa. Hadirnya media sosial memudahkan akses dalam mencari, menerima dan membagikan informasi. Pada perkembangan tersebut, memberikan pengaruh pada khalayak terhadap media massa konvensional yang sudah ada. Dari definisi di atas, dapat menyimpulkan bahwasanya media adalah segala sesuatu yang mempunyai potensi untuk menyebarkan pesan (Mirza Azkia Muhammad Adiba and Nitra Galih Imansari 2023).

2.2 New Media

Media baru didasarkan pada teknologi komputer dan internet. Menurut kata pembentukannya, new media terdiri dari 2 kata: "new", yang berarti baru, dan "media", yang berarti alat yang dapat dipergunakan guna menyampaikan pesan kepada penerima (Mulyana, 2008). New media adalah kumpulan berbagai macam teknologi komunikasi yang mempunyai satu hal yang sama: mereka memiliki digitalisasi dan mudah diakses sehingga dapat digunakan sebagai alat komunikasi (McQuail 2011).

Media sosial dan jejaring sosial yang muncul dari kemajuan "*new media communication*" dapat dianggap sebagai wujud perkembangan teknologi komunikasi. Platform media sosial digunakan oleh banyak organisasi dan lembaga untuk memfasilitasi pertukaran informasi dan penyebaran pesan (McQuail 2011).

2.3 Instagram

Instagram adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mendistribusikan gambar dan video ke jejaring sosial lain melalui penerapan filter. Kombinasi istilah "insta" dan "gramme" memunculkan nama Instagram. "Insta" berasal dari kata "instan" yang berarti pengguna dapat berbagi foto dan video secara instan, sedangkan "gramme" berasal dari kata "telegram" yang berarti pengguna dapat berbagi foto dan video dengan cepat (Feroza & Misnawati, 2021)

Pada awalnya, Instagram digunakan hanya sebagai platform untuk berbagi foto, membiarkan pengguna menceritakan aktivitas sehari-hari mereka dan membagikannya kepada orang lain di lamannya. Namun, saat ini, Instagram juga digunakan sebagai platform untuk menyebarkan informasi. Instagram memberikan fasilitas penyebaran informasi secara cepat yang dapat melampaui kecepatan untuk menanggapi informasi tersebut dengan memberikan informasi akurat.

2.4 Komunikasi Kebencanaan

Komunikasi untuk kesiapsiagaan bencana adalah komunikasi untuk mencegah bencana yang lebih besar. Melalui komunikasi, pihak berwenang atau *stakeholder* dapat menginformasikan kepada masyarakat tentang persiapan dan menawarkan solusi untuk bencana (Aziz, 2023). Komunikasi bencana berperan untuk memberikan informasi kepada masyarakat termasuk dalam kesiapsiagaan agar masyarakat sudah siaga ketika terjadinya bencana. Manfaat komunikasi bencana yaitu untuk memastikan tersampainya informasi kepada masyarakat tentang kesiapsiagaan baik dalam tindakan maupun perlakuan saat bencana (Rusfiana and Lestari 2021).

Komunikasi kebencanaan, merupakan cara alternatif dalam menghadapi bencana tidak bersifat infratruktural maupun fisik. komunikasi bencana memiliki tujuan untuk menginformasikan dan mengajak masyarakat untuk mempersiapkan diri dan mengurangi risiko bencana guna mewujudkan masyarakat yang tangguh bencana (Haddow & Haddow, 2022).

2.5 Strategi Komunikasi Bencana

Strategi komunikasi adalah suatu cara untuk mengkoordinasikan fungsi-fungsi administrative dalam semua bidang ilmu dengan cara melibatkan organisasi secara keseluruhan dan berkomunikasi dengan sengan untuk memajukan tujuannya. Keberhasilan suatu strategi terjadi ketika komunikasi sesuai dengan perencanaan awal (Hallahan et al., 2007).

Strategi komunikasi bencana yang sukses dibangun berdasarkan serangkaian prinsip dasar. Antara lain, fokus pada kebutuhan masyarakat, berkomitmen untuk komunikasi yang efektif, menjadikan komunikasi sebagai bagian dari perencanaan bendana dan operasi, transparan dalam berhubungan, memastikan bahwa informasi yang diberikan akurat, menyampaikan informasi tepat waktu, tersedia kontak pribadi yang dapat diakses, ciptakan hubungan emosional dengan masyarakat, memabangun kemitraan antara media dan masyarakat (Haddow & Haddow, 2022).

III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti pelaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara menyeluruh dan secara deskriptif dengan menggunakan bahasa dan kata-kata dalam konteks alam dan dengan menggunakan berbagai metode ilmiah (Fiantika et al. 2022)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan cara megumpulkan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara penelitian lebih dari sekedar percakapan dan berkisar dari informal ke formal. Wawancara penelitian lebih dari sekedar percakapan dan berkisar dari informal ke formal. Hubungan asimetris harus terlihat karena wawancara penelitian, tidak seperti percakapan biasa, bertujuan untuk mendapatkan informasi dari satu sisi (Rachmawati, 2007). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena observasi adalah proses yang kompleks dan terstruktur yang melibatkan elemen biologis dan psikologis. Penelitian ini juga menggunakan metode pengumpulan data observasi non-partisipasi dan dokumentasi (Sugiyono & Lestari, 2021).

Subjek dari penelitian ini merupakan Sekertaris Dinas Kebakaran dan Penanggulangan Bencan Kota Bandung, Kepala Seksi Data dan Informasi Diskar PB, Admin Media Sosial @bdg.siaga113, Aktivis Kegawatdaruratan dan Akademisi Media Sosial. Objek peneliti memilih Dinas Kebakaran dan Penanggulangan Bencana Kota Bandung sebagai subjek penelitian dikarenakan Diskar PB Kota Bandung, merupakan kota yang tidak memiliki BPBD dan berani beralih menggunakan *Disaster Communication Strategy*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini, akun Instagram @bdg.siaga113 memiliki jumlah pengikut sebanyak 21.000 dengan jumlah video maupun foto sebanyak 1.981 unggahan terhitung tanggal 11 Juli 2024. Data yang terkumpul dalam penelitian ini berasal dari sesi wawancara informan kunci 1, yakni Iwan Rusmawan sebagai Sekertaris Dinas Kebakaran dan Penanggulangan Bencana, Informan kunci 2, yaitu Mamat Badruzaman sebagai Kepala Seksi Data dan Informasi Dinas Kebakaran dan Penanggulangan Bencana, Informan Kunci 3 Admin Media Sosial Instagram @bdg.siaga113 Tio Sulistyanto, Informan ahli Roby Darwan sebagai anggota Forum Perencanaan Resiko Bencana, dan informan akademisi Al Assad sebagai dosen media sosial di Telkom University.

4.1 Content Plan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram @bdg.siaga113 belum mampu menggunakan strategi komunikasi bencana dengan baik, khususnya dalam *content plan*. penggunaan konsep *content plan* dalam strategi komunikasi bencana merujuk pada pemilihan topik yang penting bagi masyarakat Kota Bandung yang disesuaikan dengan fenomena atau isu bencana alam yang menjadi ancaman di Kota Bandung. ketika peneliti melihat konten yang sudah di upload oleh @bdg.siaga113 didominasi oleh laporan kejadian, yang seharusnya media sosial Instagram dapat difungsikan sebagai media informasi kegawatdaruratan. Setiap konten yang telah diunggah menggunakan caption yang monoton, tidak adanya variasi dalam pembuatan caption tersebut.

Peneliti mengamati bahwa Instagram @bdg.siaga113 masih menggunakan sistem hirarki yang seharusnya menurut teori dari (Haddow and Haddow 2022) yang menjelaskan bahwa strategi komunikasi bencana yang sukses adalah melakukan *content plan* dengan baik. Penerapan *content plan* ini tidak sesuai dengan pernyataan informan kunci dalam wawancara. informan mengatakan ada beberapa factor dalam penyusunan *content plan* yaitu tidak monoton yang hanya tulisan saja. Namun ketika peneliti melakukan observasi terhadap Instagram @bdg.siaga113 setiap konten yang diposting terlihat monoton dan tidak informatif sehingga tidak mengedukasi Masyarakat Kota Bandung terhadap bencana..

Instagram @bdg.siaga113 belum melakukan upaya maksimal khususnya dalam urusan *content plan* yang seharusnya menjadi tupoksi dari Dinas Kebakaran dan Penanggulangan Bencana dalam melaksanakan sosialisasi, Komunikasi, Informasi dan Edukasi (KIE), pelatihan pencegahan dan mitigasi serta gladi kesiapsiagaan terhadap bencana.

4.2 Content Transparency

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Kebakaran dan Penanggulangan Bencana selalu mengerjakan sebuah konten sesuai data dan fakta yang terjadi di lapangan, langkah ini dilakukan karena Dinas Kebakaran merupakan instansi pemerintahan yang bertugas untuk mengayomi masyarakat. pada penelitian terdahulu yang berjudul komunikasi bencana menjelaskan bahwa media sosial pemerintahan maupun lembaga yang terkait dengan bencana alam agar mengotrol pemberitaan dan melakukan keterbukaan informasi tentang bencana alam sehingga tidak merugikan masyarakat (Rudianto 2015).

Pada penelitian ini, Dinas Kebakaran dan Penanggulangan Bencana menerapkan *content transparency* dalam strategi komunikasi bencana. Berdasarkan hasil wawancara, peneliti mendapatkan jawaban bahwa tim Instagram @bdg.siaga113 memiliki tim khusus untuk mengecek data dan fakta di lapangan agar tidak adanya miss informasi yang dilakukan oleh Instagram @bdg.siaga113. Kemudian peneliti juga menemukan bahwa ketika sebuah laporan sesuai data dan fakta maka laporan tersebut akan langsung di posting oleh Instagrm @bdg.siaga113 sebagai bentuk dari laporan kejadian.

Secara keseluruhan, respon dari informan ahli dan akademisi menegaskan bahwa upaya Instagram @bdg.siaga113 dalam konteks *content transparency* sudah cukup baik, namun masih ada yang perlu ditingkatkan dalam merespon comment dari masyarakat Kota Bandung dan followers @bdg.siaga113.

4.3 Time Management

Time management harus digunakan dalam sebuah media sosial kegawatdaruratan untuk mengurangi dampak bencana di masa depan. Bentuk dari upaya tersebut adalah menggunakan content calendar untuk mengedukasi masyarakat Kota Bandung. Namun, Instagram @bdg.siaga113 belum menerapkan *time management*. Ketika peneliti melakukan observasi terhadap Instagram @bdg.siaga113, peneliti melihat bahwa @bdg.siaga113 belum melakukan penjadwalan pada setiap kontennya dan hanya memposting kejadian yang saat itu terjadi. Peneliti juga mencoba menanyakan kepada informan kunci, yang mengatakan bahwa setiap seminggu sekali akan memposting terkait sosialisasi kebakaran dan bencana, tetapi ketika peneliti melakukan observasi peneliti tidak menemukan fakta tersebut.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Instagram @bdg.siaga113 belum menerapkan konsep dari *time management* pada teori strategi komunikasi bencana. Oleh sebab itu perlu diterapkan *time management* untuk menaikkan tingkat kesadaran terhadap bencana Kota Bandung.

4.4 Accessibility Information

Sebuah instansi pemerintahan harus memiliki media yang memudahkan masyarakat atau publik dalam mengakses informasi. Peneliti menemukan bahwa Dinas Kebakaran dan Penanggulangan Bencana memilih Instagram sebagai media dalam menyebarkan informasi. Tujuan pemilihan Instagram sebagai media sosial karena Instagram digunakan oleh lintas generasi dan mudah untuk diakses. Selain penggunaan Instagram, Dinas Kebakaran dan Penanggulangan Bencana melakukan kerja sama untuk memudahkan Masyarakat Kota Bandung dalam mengakses informasi.

Seharusnya Instagram @bdg.siaga113 untuk membuat konten yang bekerja sama dengan perusahaan atau instansi yang kredibel yang bersifat nasional, seperti BMKG atau BNPB. Selain itu harus menggunakan multimedia, dan untuk merespon sebuah informasi Instagram @bdg.siaga harus memiliki bagian sendiri dalam menanggapi tanggapan dari masyarakat guna meningkatkan awareness.

Dari hasil penelitian ini, Instagram @bdg.siaga113 telah melakukan usaha maksimal untuk mempermudah masyarakat mengakses informasi. Namun, upaya tersebut masih dinilai kurang karena dalam menjawab tanggapan dari masyarakat Instagram @bdg.siaga113 masih kurang baik.

4.5 Society Relations

Selain perencanaan komunikasi kebencanaan yang matang dan siap untuk dilaksanakan, keterlibatan media juga berperan penting dalam penyebaran informasi. Media massa seperti televisi, surat kabar, radio dan lain-lain sangat penting untuk menyampaikan informasi secara memadai kepada masyarakat. Hal ini juga terkait erat dengan komunikasi publik, yang merupakan kunci keberhasilan upaya mitigasi perubahan iklim pemerintah, agar semua lapisan masyarakat mendapatkan informasi.

Peneliti menemukan bahwa, Instagram @bdg.siaga113 telah melakukan kolaborasi dengan beberapa sosial media yang berada di dalam lingkup pemerintahan Kota Bandung. Selain bekerja sama dengan sosial media yang berada di lingkup Kota Bandung, Instagram @bdg.siaga113 melakukan kerja sama dengan stasiun tv dan radio setempat. Seharusnya melakukan kerja sama dengan instansi pemerintahan yang bergerak dalam lingkup geologi ataupun BMKG, guna memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi, selain memudahkan mengakses informasi melakukan kerja sama dengan akun media sosial kegawatdaruratan lainnya dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai bencana.

Dari hasil penelitian ini, peneliti menilai bahwa Instagram @bdg.siaga113 belum memaksimalkan potensinya sebagai instansi pemerintahan dalam hal *society relation*. Instagram @bdg.siaga113 harus melakukan kerja sama yang sesuai dengan bidangnya, yaitu kegawatdaruratan dan kebencanaan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penggunaan strategi komunikasi bencana dalam penggunaan media sosial @bdg.siaga113 Informasi kegawatdaruratan peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam penggunaan strategi komunikasi bencana harus menggunakan *content plan* untuk memilih informasi tepat mana yang harus disebar, *content transparency* dalam setiap penyebaran informasinya guna dipercaya oleh masyarakat, *time management* melakukan penjadwalan dalam rangka menaikkan kesadaran bencana, *accessibility information* yang memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi tersebut dan *society relations* mendekatkan diri kepada masyarakat untuk mengedukasi masyarakat mengenai bencana.

Instagram @bdg.siaga113 belum menggunakan upaya maksimal dari strategi komunikasi bencana tersebut, @bdg.siaga113 hanya menerapkan *content transparency* pada strategi komunikasi bencana. Belum optimalnya *content plan* yang informatif dan edukatif, belum memaksimalkan *time management* pada hal perencanaan, konten yang terjadwal dan konsisten untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat, *accessibility information* perlu ditingkatkan dengan menjalin Kerjasama dengan akun media sosial yang berfokus pada kegawatdaruratan. *Society relations* melanjutkan kegiatan sosialisasi dan edukasi terkait bencana untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya mitigasi bencana.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Peneliti memberikan saran secara akademis maupun praktis yang tentunya dapat menjadi masukan kedepannya, berikut saran yang dapat peneliti berikan:

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dideskripsikan dan didjabarkan oleh peneliti dalam penelitian ini, peneliti berharap untuk kedepannya penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan pemahaman mengenai strategi komunikasi bencana dalam penggunaan media sosial. Peneliti juga mengharapkannya adanya peneliti lain mengenai strategi komunikasi bencana ini dalam implementasi informasi kegawatdaruratan agar dapat dikembangkan dan meningkatkan pemahaman tentang event organize yang tentunya menggunakan pendekatan yang berbeda yaitu kualitatif

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, serta kesimpulan maka saran yang dapat peneliti sampaikan kepada Pemerintah Kota Bandung, Dinas Kebakaran dan Penanggulangan Bencana serta Masyarakat Kota Bandung adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah Kota Bandung, harus mengembangkan media sosial mengenai kegawatdaruratan. Karena sebuah tugas Pemerintahan Kota Bandung dalam mengayomi Masyarakat Kota Bandung guna meningkatkan kesadaran terhadap bencana.
2. Dinas Kebakaran dan Penanggulangan Bencana, Melakukan kolaborasi dengan masyarakat yang bergerak pada kebencanaan
3. Tim @bdg.siaga113, membuat konten informatif yang rutin mengenai bencana agar Masyarakat Kota Bandung mempunyai persiapan terhadap bencana

REFERENSI

- Aziz, Muhammad Hilmy. 2023. "Komunikasi Kebencanaan : Peran Dan Manfaat Pada Mitigasi." *Communications* 5(1): 301–16.
- Feroza, Cindie Sya'bania, and Desy Misnawati. 2021. "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan." *Jurnal Inovasi* 15(1): 54–61.
- Fiantika, Feny et al. 2022. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang, Sumatra Barat: PT.Global Ekskutif Teknologi.
- Haddow, George D., and Kim S. Haddow. 2022. "Disaster Communications in a Changing Media World." *Disaster Communications in a Changing Media World*: 1–198.
- Hallahan, Kirk et al. 2007. "Defining Strategic Communication." *International Journal of Strategic Communication* 1(1): 3–35.
- Kota, D I, Bandung Tahun, Denaner N A Pratama, and Yasin Yusup. 2021. "Zonasi Tingkat Kerentanan Gempabumi Berdasarkan Faktor Lingkungan , Fisik , Sosial , Dan Ekonomi Geoadidaktika." (1996): 1–19.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Edisi 6. Jakarta: Salemba Humanika.
- Meidiana, Nadya, Rialdo Rezeky Manogari Lumban Toruan, Hamsinah Hamsinah, and Rama Adhipoetra. 2022. "Akun Instagram @humaskotabekasi Sebagai Sarana Layanan Informasi Publik Pemerintah Kota Bekasi." *Jurnal Cyber PR* 2(2): 119–32.
- Mirza Azkia Muhammad Adiba, Mirza Azkia Muhammad Adiba, and Nitra Galih Imansari. 2023. "Analisis Reportase Media Massa Di Era Digital: Tantangan, Peluang, Dan Dampaknya Pada Pandangan Khalayak." *Journal of Media and Communication Studies* 2(1): 11–20.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rachmawati, Imami Nur. 2007. "Data Collection in Qualitative Research: Interviews." *Indonesian Journal of Nursing* 11(1): 35–40.
- Ricky, Nathan Kurniawardana dan Moh. Abdul Basyid. 2021. "Pemetaan Potensi Kerawanan Bencana Gempa Bumi Akibat Sesar Lembang Di Kawasan Kabupaten Bandung Barat." *Seminar Nasional dan Diseminasi Tugas Akhir*: 563–76.
- Rudianto. 2015. "Komunikasi Bencana." *Simbolika* 1(1): 51–61.
- Rusfiana, Yudi, and Melinda Nurcahya Lestari. 2021. "Strategi Antisipasi Potensi Bencana Alam Di Kabupaten Bandung." *Jurnal Konstituen* 3(1): 31–39. <http://eprints2.ipdn.ac.id/id/eprint/811/1/2385-Article-Text-8816-1-10-20220315.pdf>.
- Sadiman, Arief S. 2012. *Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan Dan Pemanfaatannya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, and Puji Lestari. 2021. *Metode Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Wulan Sari, Via Wiwin, Dkk. 2020. *Tepenjara Komodifikasi Media*. Vol. 3. Malang: Intrans Publishing Group.