
Instagram dan Kebencanaan: (Analisis Isi Akun Instagram @mdmc.magelang sebagai Media Informasi Kebencanaan di Kabupaten Magelang)

Chusnul Azizah Indahsari^{1*}, Annisa Zafirah², Galang Ardiansyah³, Aldoni Pratama Susanto⁴

^{1*2,3,4} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

*email: 608.chusnul@gmail.com

DOI: [10.31603/bcrev.6372](https://doi.org/10.31603/bcrev.6372)

Abstrak

Teknologi memberikan dampak yang signifikan dalam aspek informasi dan komunikasi. Media sosial instagram merupakan salah satu produk dari perkembangan media baru yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sendiri, lembaga, maupun organisasi masyarakat, guna untuk menjangkau masyarakat secara luas. MDMC (*Muhammadiyah Disaster Management Center*) memanfaatkan media sosial melalui akun instagram @mdmc.magelang untuk memberikan informasi mengenai kebencanaan dan kegiatan yang dilakukan oleh MDMC kabupaten Magelang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan menggunakan konten analisis sebagai alat untuk menganalisa isi di dalam akun tersebut. Pengelolaan media sosial instagram yang dilakukan oleh MDMC Kabupaten Magelang belum efektif dalam menjangkau masyarakat khususnya masyarakat Kabupaten Magelang. Hasil dari penelitian ini yaitu Pemanfaatan instagram sebagai media kampanye @mdmc.magelang, respon *followers* akun MDMC terhadap informasi kebencanaan dalam bentuk pesan, dan akun kurang informatif.

Kata-Kata Kunci: Akun Instagram; Komunikasi Kebencanaan; Media Informasi

Instagram and Disasters: (Contents Analysis @mdmc.magelang as a Media for Disaster Information in Magelang Regency)

Abstract

Technology has a significant impact on information and communication aspects. Social media instagram is one of the products of the development of new media that can be used by the community itself, institutions, and community organizations, in order to reach the wider community. MDMC (*Muhammadiyah Disaster Management*



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Center) utilizes social media through the instagram account @mdmc.magelang to provide information about disasters and activities carried out by MDMC in Magelang district. This study uses descriptive qualitative methods and uses Content Analysis as a tool to analyze the contents in the account. The management of Instagram social media carried out by the Magelang district MDMC is quite effective in reaching the community, especially the Magelang district community. The results of this study are utilization of instagram as a media campaign @mdmc.magelang, MDMC account followers' responses to disaster information in the form of messages, and accounts that are less informative.

Keywords: Instagram Account; Disaster Communication; Media Information

1. Pendahuluan

Kecanggihan teknologi membawa dampak yang signifikan bagi kehidupan manusia, dengan lahirnya internet dan kecanggihan teknologi yang ada pola penyebaran informasi juga ikut berubah. Tentu saja perkembangan teknologi membawa kemudahan bagi aspek penyebaran informasi, bukan hanya hemat waktu tetapi dengan adanya internet tapi juga hemat biaya. Mereka yang terlibat dalam komunikasi yang diperantarai oleh media internet ini tidak hanya didominasi oleh kaum muda, tetapi orang-orang yang dahulunya tidak mengenal teknologi informasi mereka juga dituntut untuk menyesuaikan diri dengan semakin menyebar dan meluasnya teknologi ini.

Sosial media adalah salah satu produk dari perkembangan teknologi. Media sosial merupakan jenis media yang berbasis pada percakapan dan interaksi yang terjadi di antara orang-orang yang sedang menggunakan internet. Menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Kotler & Keller, K.L, 2012).

Munculnya media baru, menjadi konsep yang menggambarkan bagaimana kemampuan media dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten apa saja, di mana saja, dan kapan saja. Sehingga kemampuan tersebut bukti perkembangan media yang memberikan kesempatan bagi siapa saja baik siapa saja yang memberikan informasi, penerima informasi, atau mereka pengguna yang berpartisipasi secara aktif, kreatif, dan interaktif ketika melakukan timbal balik pesan.

Media baru yang saat ini sedang populer adalah instagram, didukung dengan data dari databoks, instagram termasuk salah satu media sosial yang populer di tahun 2020. Instagram digunakan oleh semua kalangan masyarakat dan tanpa adanya batasan dalam mengunggah informasi oleh para penggunanya seperti konten fashion, tren baru, fotografi, dan salah satunya konten kebencanaan. Masyarakat maupun organisasi di Indonesia memberikan konten berupa informasi mengenai kebencanaan, tidak terlepas Indonesia memiliki berbagai macam potensi dalam bencana alam dan sosial. Tingginya angka bencana di Kabupaten Magelang, didukung dengan data dari BPBD (Badan Penanggulangan Bencana Daerah) Kabupaten Magelang menunjukkan sejak tahun 2015 hingga 2020 kejadian bencana alam di daerah tersebut mengalami fluktuasi. Pemerintah

serta lembaga swasta di Kabupaten Magelang berupaya dalam mengkoordinasi akan tanggap darurat bencana, mitigasi, dan kesiapsiagaan, salah satunya dalam hal pemberian informasi kepada masyarakat.

2. Metode

Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana MDMC Kabupaten Magelang memberikan informasi dan pesan melalui media sosial instagramnya kepada publik. Akun yang menjadi fokus penelitian yaitu @mdmc.magelang. Model pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu content analysis media kualitatif. Model analisis media kualitatif ini lebih banyak digunakan untuk meneliti dokumen yang berupa teks, gambar, simbol, dan sebagainya yang tidak lain untuk memahami budaya dari suatu konteks sosial tertentu. Beberapa elemen pada konten atau isi dalam akun ini yang akan menjadi fokus pada penelitian ini yang berupa teks dan berapa banyak interaksi yang terjadi.

Analisis isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Analisis ini biasanya digunakan pada penelitian kualitatif. Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik symbol coding, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi. Analisis isi secara umum diartikan sebagai metode yang meliputi semua analisis mengenai isi teks, tetapi di sisi lain analisis isi juga digunakan untuk mendeskripsikan pendekatan analisis yang khusus. Definisi lain dari analisis isi yang sering digunakan adalah: *research technique for the objective, systematic and quantitative description of the manifest content of communication*. Analisis konten merupakan teknik yang berorientasi kualitatif, ukuran kebakuan diterapkan pada satuan-satuan tertentu, biasanya dipakai untuk menentukan karakter dokumen-dokumen atau membandingkannya (Barelson, 1952).

Menurut pernyataan Krippendorff, analisis isi merupakan sebagai suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Sebagai suatu teknik penelitian, analisis isi mencakup prosedur-prosedur khusus untuk pemrosesan data ilmiah. Krippendorff tidak membatasi teks di dalam definisinya tersebut sebagai sebatas produk tulisan, namun juga "*other meaningful matter*", yaitu produk yang memiliki makna lainnya seperti lukisan, gambar, peta, suara, ataupun simbol. (Rumata, 2017).

3. Hasil dan Pembahasan

Perkembangan teknologi saat ini memudahkan pengguna sehingga semua jenis konten dapat dikonsumsi semua lapisan masyarakat termasuk media sosial instagram. Media sosial instagram membantu peneliti dalam mendapatkan informasi dari media tersebut. Peneliti telah mendapatkan dan mengumpulkan data-data yang didapat dari akun instagram @mdmc.magelang, di mana postingan-postingan terkait kebencanaan. Akun instagram @mdmc.magelang memiliki jumlah pengikut 787.

Akun tersebut menyajikan konten yang menginformasikan mengenai kebencanaan seperti infografis bencana longsor, aktivitas para relawan, kampanye pesan-pesan preventif, yang dikemas melalui foto dan video. Beberapa temuan pada penelitian ini berupa; pemanfaatan instagram sebagai media kampanye @mdmc.magelang dan respon *followers* akun MDMC terhadap informasi kebencanaan dalam bentuk pesan.

3.1. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Kampanye @mdmc.magelang

Media sosial di era digital mengalami perkembangan yang diiringi konvergensi media. Konvergensi media adalah bersatunya layanan telekomunikasi, teknologi informasi, dan penyiaran. Konvergensi media tidak hanya berbicara mengenai perkembangan teknologi, tetapi ikut memengaruhi ideologi dalam bidang industri, budaya dan sosial yang ditandai dengan perubahan cara mencari informasi, dan selanjutnya memengaruhi perubahan gaya hidup, karir, bisnis, budaya dan sendi kehidupan (Adhrianti, 2016). Pertumbuhan media sosial telah sepenuhnya mengubah cara orang berinteraksi dan berkomunikasi (A. Arora, 2019). Pertumbuhan tersebut mengubah cara masyarakat dalam berinteraksi, berkomunikasi dan merubah pola pencarian informasi. Media sosial menjadi bagian yang sangat penting dalam penyebaran informasi di era digital saat ini karena media sosial mempermudah komunikasi individu dengan karakteristiknya yang dapat melampaui waktu, jangkauan, dan isi pesan, serta bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja (Watie, 2017).



Gambar 1. Postingan Terkait Pencarian Orang Hilang

Muhammadiyah Disaster Management Center Kabupaten Magelang kini memanfaatkan media sosial instagram untuk melakukan kampanye. MDMC Kabupaten Magelang juga memberikan informasi informasi terkait kebencanaan dan kegiatan yang pernah dilakukan. Hal tersebut dapat

dilihat dalam **Gambar 1**. postingan akun instagram mereka terkait informasi dan kegiatan kebencanaan. Dalam postingan tersebut MDMC membagikan kegiatan pencarian orang hilang. Terdapat informasi yang cukup akurat terkait lokasi, personil yang turun ke lapangan, waktu dan kronologi kejadian, dan penanganan lebih lanjut. Dari informasi tersebut, dapat membantu masyarakat dalam mendapatkan berita yang benar.

Pemanfaatan media sosial untuk melakukan kampanye dan informasi sangat berguna dan bermanfaat. Kecepatan informasi akan mempermudah sampai kepada masyarakat. Media sosial merupakan salah satu sumber informasi yang dirujuk oleh masyarakat pada saat ini, karena itu informasi yang diunggah di media sosial dapat menyebar dengan cepat dan luas (Kramer, 2016).

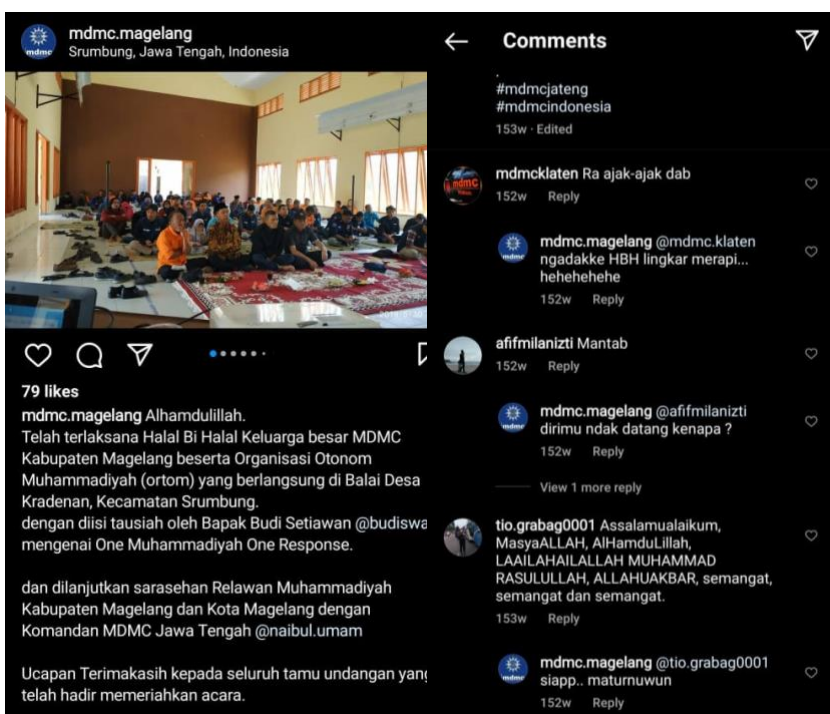
3.2. Respon *Follower* Akun Instagram MDMC Terhadap Informasi Kebencanaan Dalam Bentuk Pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan komunikator dan diterima oleh komunikan dalam serangkaian makna. Dalam menyusun pesan komunikator harus menguasai pesan yang akan disampaikan, mampu mengemukakan argumentasi secara logis, dan mampu membumbui pesan berupa humor untuk menarik perhatian komunikannya (Cangara, 2011). Model penyusunan pesan di dunia jurnalis pastinya mengutamakan unsur 5W+1H. Berbeda dengan pers, model penyusunan pesan yang ada di media sosial seperti instagram biasanya dirancang lebih bebas dan kreatif tetapi harus tetap memperhatikan bahasa tulisan tidak mengandung SARA, agar pesan lebih bisa tersampaikan dengan menarik tetapi tidak menyinggung beberapa pihak.

Pesan yang ada pada postingan instagram biasa disebut dengan caption, jadi tidak hanya melihat gambar tapi juga sebuah caption yang berusaha menjelaskan gambar tersebut. Dalam pembuatan caption menekankan pada sisi informatif, yaitu memberitahukan dan mengedukasi khalayak terkait informasi yang diposting. Sebuah strategi komunikasi baik langsung ataupun secara tidak langsung pasti memiliki arti tersendiri. Semua program komunikasi yang dilakukan memiliki tujuan, yakni mempengaruhi target sasaran. Pengaruh atau efek sangat penting dalam proses komunikasi, tujuannya untuk mengetahui berhasil tidaknya kegiatan komunikasi yang dilakukan (Cangara, 2011).

Dalam instagram cara untuk melihat efek dari sebuah strategi komunikasi adalah dilihat dari feedback *follower* yang dapat ditemukan di kolom komentar. Feedback dapat diartikan sebagai tanggapan atau respon terhadap suatu pesan, dapat bersifat positif atau negatif. Feedback juga merupakan salah satu cara untuk mengukur apakah komunikasi yang dilakukan berhasil atau gagal dengan cara melihat respon yang ada di kolom komentar akun instagram.

Terlihat dari **Gambar 2**. model pesan yang disampaikan pada caption akun @mdmc.magelang gaya bahasa yang digunakan adalah semi formal, caption mengandung informasi walaupun belum memenuhi unsur 5W+1H tetapi respon *follower* dari akun ini tetap ada dan positif menanggapi caption tersebut. Dalam komunikasi yang ada antara admin instagram dan *follower* pun juga terlihat admin menanggapi komentar yang disampaikan *followersnya*. Tetapi di sini bukan merupakan pesan kebencanaan melainkan informasi tentang kegiatan halal bihalal yang dilakukan oleh MDMC Kabupaten Magelang.

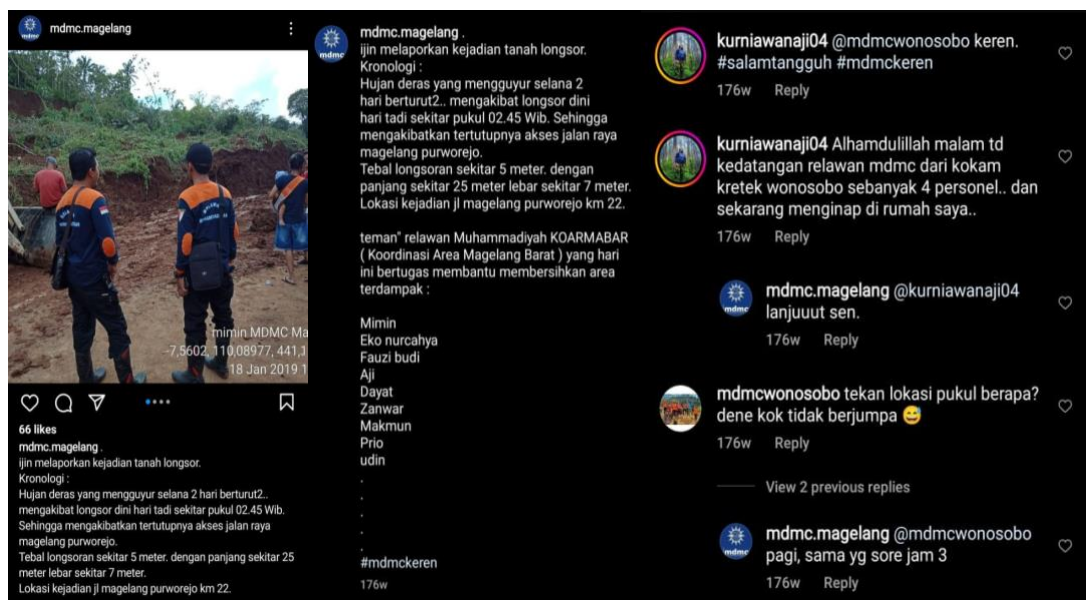


Gambar 2. Postingan Kegiatan Halal Bihalal MDMC Kabupaten Magelang

Pada [Error! Reference source not found.](#) akun @mdmc.magelang mereposting foto yang ada di merapi update tanpa adanya penambahan caption, dapat dilihat bahwasanya caption yang ada hanya memberitakan terkait lokasi, tenggat dan waktu pengambilan foto tersebut tanpa menambahkan informasi tentang apa yang sebenarnya terjadi.



Gambar 3. Reposting Foto Merapi Update



Gambar 4. Postingan Informasi Status Gunung Merapi

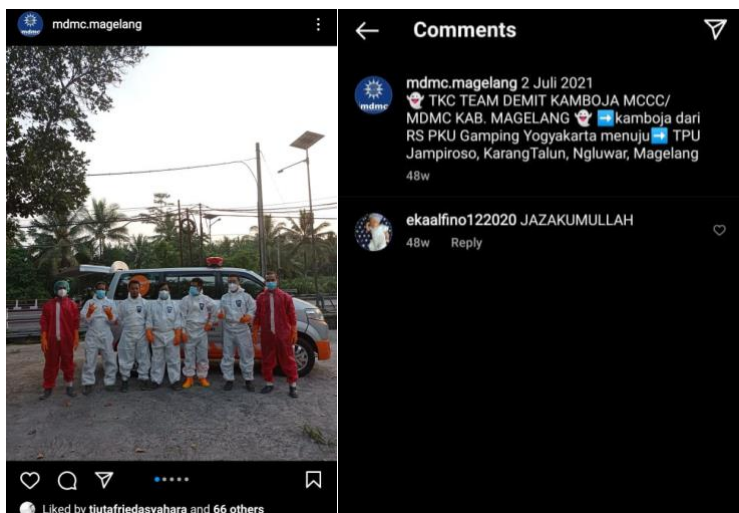
Pada postingan **Gambar 4**, dapat kita amati informasi yang disampaikan pada caption akun @mdmc.magelang adalah menginformasikan terkait tanah longsor yang berlokasi di Jalan Magelang-Purworejo km 22. Pada caption yang disampaikan terlihat juga para relawan MDMC Kabupaten Magelang yang sedang bertugas di lokasi kejadian. Terlihat interaksi yang sedang dilakukan antara *followers* dan admin dari akun @mdmc.magelang.

Dari beberapa data di atas dapat diketahui beberapa hal yang mempengaruhi engagement akun @mdmc.magelang dalam proses komunikasi diantaranya adalah pesan yang mudah dipahami, memberikan informasi yang menarik interaksi antara admin dan *follower* maupun antara *follower* dengan *follower*. Pemilihan foto dan penulisan caption yang menarik juga merupakan cara yang efektif untuk dilakukan ketika ingin memperoleh perhatian para target audiens.

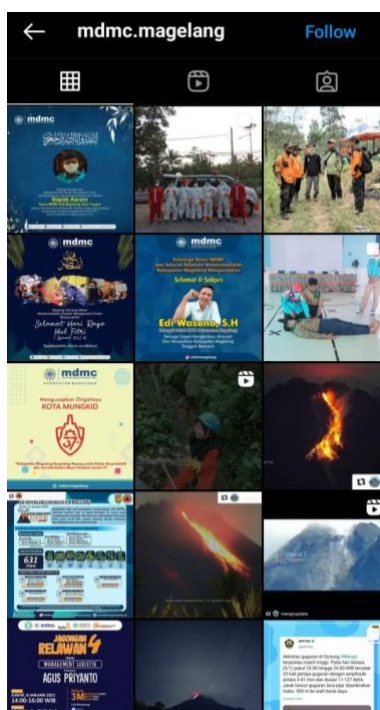
3.3. Akun Kurang Informatif

Pengelolaan akun instagram @mdmc.magelang dinilai kurang informatif dan actual dalam menyampaikan informasi. Karena salah satu dalam penanggulangan bencana yaitu terjadinya komunikasi yang efektif, agar dapat berinteraksi kepada masyarakat untuk memperkuat jaringan dan partisipasi masyarakat dalam penanggulangan bencana. Sehingga dalam program-program kegiatan MDMC Kabupaten Magelang dapat terekspos dengan baik, guna mendukung sosialisasi mengembangkan kesadaran bencana kepada masyarakat.

Pada **Gambar 5**, postingan terakhir dari akun @mdmc.magelang diupload pada tanggal 2 Juli 2021. Sudah hampir 6 minggu belum juga mengupdate postingan terbarunya. Selain itu dalam postingan tersebut tidak diinformasikan keterangan tulisan, bahwa postingan tersebut sedang dalam kegiatan apa dan bagaimana, sehingga kurang jelasnya informasi yang disampaikan.



Gambar 5. Postingan Tim MDMC Kabupaten Magelang



Gambar 6. Kumpulan Postingan Akun @mdmc.magelang

Dalam Gambar 6. menunjukkan beberapa postingan terakhir dari akun @mdmc.magelang tidak ada informasi yang terkait tentang penanggulangan bencana. Terkait hal tersebut informasi yang edukatif di akun @mdmc.magelang masih perlu dikelola dengan baik, karena masyarakat membutuhkan informasi-informasi yang jelas/informatif dan juga membutuhkan pesan-pesan preventif. Hal tersebut sebagai salah satu peran MDMC yaitu meningkatkan dan mengoptimalkan sistem mitigasi bencana dan juga mengembangkan kesadaran terkait kebencanaan.

4. Kesimpulan

Media baru saat ini sedang populer adalah instagram, MDMC (Muhammadiyah Disaster Management Center) Kabupaten Magelang memanfaatkan media tersebut sebagai langkah dalam penyampaian informasi kepada publiknya. Akun Instagram milik MDMC Kabupaten Magelang dengan nama @mdmc.magelang, di mana memberikan postingan-postingan yang memberikan pesan positif kepada masyarakat Kabupaten Magelang. Selain itu, media instagram tersebut juga digunakan sebagai media kampanye yang diperlihatkan melalui postingan aktivitas para relawan dalam melakukan tugas dan kegiatan mereka. Peneliti menemukan bahwa pemanfaatan akun instagram @mdmc.magelang masih belum optimal, karena respon *followers* akun MDMC terhadap informasi kebencanaan dalam bentuk pesan kurang informatif dan tidak konsisten dalam mengupdate informasi terkait kebencanaan.

Referensi

- A. Arora, S. B. (2019). Measuring social media influencer index- insights from facebook, Twitter, and Instagram. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 86-101.
- Adhrianti, L. (2016). Digitalisasi Public Relations bagi Penguatan Citra Pemerintah Daerah. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi*, 115-125.
- Barelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press.
- Cangara, H. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kramer, R. K. (2016). The Changing Media Environment and its Impact on Socialization Processes in families. *Studies in Communication Sciences*, 16(1), 21-27.
- Rumata, V. M. (2017). Analisis Isi Kualitatif Twitter "taxamnesty" dan "amnestipajak". *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)*, 1-18.
- Watie, E. D. (2017). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
-