

BAB V

PENUTUP

Dalam bagian akhir penelitian ini akan menyajikan kesimpulan atas penelitian yang dilakukan tentang pengaruh Tingkat SES, Intensitas Komunikasi dengan Tim Siaga Bencana, Intensitas Sosialisasi dan Intensitas Pemberitaan terhadap Perilaku Tanggap Bencana dengan variabel anteseden tingkat SES. Selain itu, akan disajikan pula keterbatasan penelitian dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya terkait komunikasi bencana.

5.1 Kesimpulan

1. Hasil Crosstab dengan Tingkat SES menjadi variabel anteseden menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat SES seseorang maka akan semakin sering berkomunikasi dengan tim siaga bencana, semakin sering mengikuti sosialisasi, dan tingkat SES tidak memiliki hubungan dengan intensitas pemberitaan.
2. Tingkat SES memiliki hubungan dengan perilaku tanggap bencana, semakin tinggi SES seseorang semakin baik perilaku tanggap bencananya. Semakin tinggi intensitas komunikasi dengan tim siaga bencana maka semakin baik perilaku tanggap bencananya. Semakin sering responden mengikuti sosialisasi maka semakin baik perilaku tanggap bencananya. Dan semakin tinggi intensitas menonton televisi maka akan semakin baik pula perilaku tanggap bencananya.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat SES memiliki pengaruh terhadap perilaku tanggap bencana, terutama pada tingkat pendidikan masyarakatnya. Intensitas

pemberitaan memiliki pengaruh paling besar terhadap perilaku tanggap bencana yaitu sebesar 24,7% dan intensitas komunikasi dengan tim siaga bencana sebesar 12,4%. Hal ini menunjukkan bahwa saluran media adalah saluran yang paling berpengaruh terhadap perubahan perilaku, berbeda dengan konsep dalam teori difusi inovasi yang menyatakan bahwa media memiliki pengaruh terbatas, dan opinion leader dan agen pembaru memiliki pengaruh yang kuat.

3. Sebagian besar masyarakat Banjarnegara yang berada di daerah rawan bencana berada di tahapan preparation dalam stage of change, mereka mengetahui tentang perilaku apa yang akan mengakibatkan bencana longsor dan perilaku apa yang akan mengurangi dampak longsor tetapi mereka masih melakukan beberapa perilaku yang mengakibatkan longsor.

5.2 Keterbatasan dan Rekomendasi Penelitian

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel masyarakat yang mengikuti sosialisasi saja, hanya menampilkan sebagian gambaran masyarakat, dan sebagian masyarakat yang tidak mengikuti sosialisasi tidak bisa digambarkan dalam penelitian ini.

2. Lokasi penelitian yang jauh dan terpencil menjadikan kesulitan bagi peneliti untuk mengambil sample yang banyak. Penelitian menggunakan tipe area sampling dengan mengambil dua dari lima desa tangguh bencana yang ada dan satu desa tangguh bencana rintisan.

3. Akses yang sulit, misalnya di dusun diwek dan dusun gunung raja, peneliti mengambil sample di daerah yang dekat dengan EWS dan posko milik tim siaga bencana.

4. Dibeberapa desa tangguh bencana berkurang aktifitas tim siaga bencananya karena kurangnya control dari agen pembaru, jika tidak dilakukan kontinuitas ditakutkan akan terjadi penghentian adopsi perilaku. BPBD dan BNPB diharapkan bisa mengadakan sosialisasi di masing-masing desa minimal 1 bulan sekali agar tim siaga bencana bisa berjalan dengan efektif dan efisien sehingga adopsi perilaku. Saat ini hanya ada agen pembaru dan relawan yang mengontrol keadaan ews dan pelaksanaan tim siaga bencana setiap satu minggu sekali, lebih efektif jika pertemuan dilakukan dengan tim siaga bencana dan masyarakat setempat.

5. Membuat radio komunitas, dari hasil riset menunjukkan bahwa saluran media massa yang memberikan pengaruh paling besar terhadap perubahan perilaku tanggap bencana. Penggunaan media ini diharapkan akan lebih bermanfaat dengan menyasar masyarakat lebih luas dan efektif.

6. Masih banyak daerah rawan bencana yang belum memiliki tim siaga bencana dan dilakukan sosialisasi. Diharapkan pemerintah menyasar lebih banyak daerah lagi, BPBD sudah cukup bagus melaksanakan tugasnya, pada musim penghujan dan sebelumnya dilakukan sosialisasi, karena keterbatasan sumber daya manusianya pemerintah lebih baik mengadakan relawan untuk bekerjasama mensosialisasikan perilaku tanggap bencana

1.3 Saran

1.3.1 Strategi Komunikasi untuk BPBD Banjarnegara

Dalam menghadapi bencana diperlukan sebuah upaya untuk merubah perilaku masyarakat agar tangguh dalam menghadapi bencana. Salah satunya adalah melalui

perubahan sosial yang berencana. Sebuah usaha perubahan sosial yang berencana diperlukan pelopor dalam pelaksanaannya, seperti lembaga-lembaga perubahan (*change agencies*) didalamnya termasuk pemerintahan secara keseluruhan, departemen, lembaga masyarakat dan lembaga perkonomian beserta kelengkapannya.

Difusi Inovasi dan Sosial marketing memiliki hubungan yang erat, sosial marketing adalah cara yang digunakan untuk menyebarkan inovasi tersebut. Kotler dan Roberto mendeskripsikan konsep dari difusi (persebaran) dan adopsi dari sikap baru terhadap sekelompok populasi dan ini di gunakan untuk pekerjaan marketing sosial seperti yang ditulis oleh Rogers dan Shoemaker:

“ kemampuan dari sosial marketer untuk membuat perencanaan dan mengatur difusi atau persebaran adopsi agar populasi target adopter secara besar mampu untuk memahami dari sikap individu dan mekanisme dari ide baru dan prakterk persebarannya ke kelompok besar dari populasi target adopter. Peneliti difusi inovasi mengatakan bahwa setiap tipe adopter akan menerima perubahan itu dalam waktu yang berbeda-beda.

Kegunaan dari model ini adalah di tahapan proses perencanaan, dimana akan membantu memberikan informasi tentang:

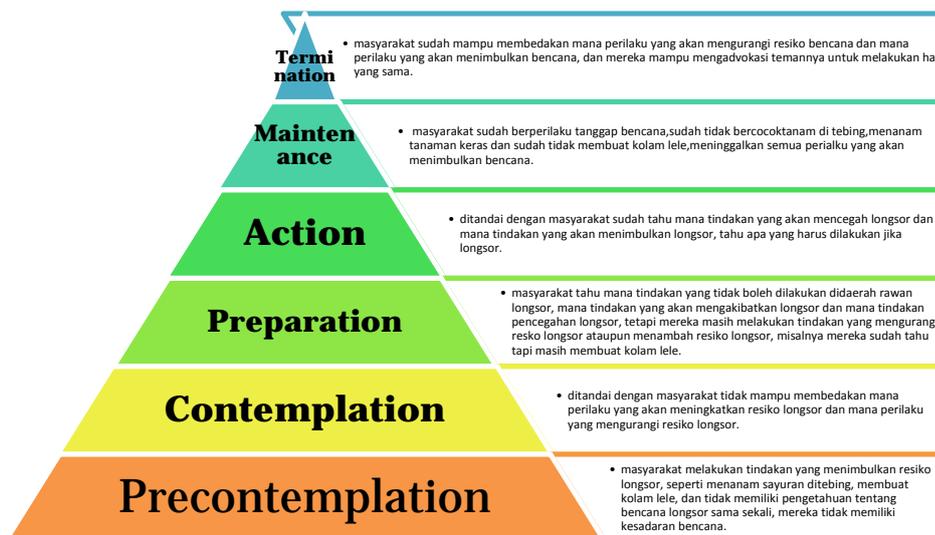
- Apa yang memotivasi target audience untuk mengadopsi perilaku baru yang kita berikan ketika mereka mengadopsi secara urut.
- Bagaimana kecepatan sepanjang difusi untuk mengingatkan segmen. (Kotler, 2002:172)

Ada beberapa tahapan untuk mencapai perubahan perilaku, tahapan-tahapan ini disebut *Stage of Change Model*. Model ini dikembangkan oleh Prochaska dan DiClemente di awal tahun 1980 dan diuji coba selama kurang lebih dua decade. Di tahun 1994, model ini dipublikasikan, *Changing for Good*, Prochaska, Norcross dan DiClemente yang menjelaskan tentang enam tahapan seseorang merubah perilaku, yaitu:

1. *Precontemplatio*
2. *Contemplation*
3. *Preparations*
4. *Action*
5. *Maintenance*
6. (Kotler,2002:121-122).

Dibawah ini adalah stage of change dari masyarakat Banjarnegara:

Gambar 5.1 Stage of Change Masyarakat Banjarnegara



Saat ini masyarakat Banjarnegara yang di daerahnya sudah ada tim siaga bencana ada ditahapan preparation, masyarakat kini sudah tahu mana tindakan yang akan mengurangi resiko longsor dan mana tindakann yang akan mengakibatkan longsor, masyarakat tahu bahwa membuat kolam lele, menanami tebing dan membuat aliran sungai dipinggir tebing, menebang pohon sembarangan adalah tindakan yang akan mengakibatkan longsor, tetapi beberapa dari mereka masih melakukan kegiatan tersebut. Perlu usaha lagi agar masyarakat sampai di tahapan termination, dimaan mereka tidak hanya sekedar tahu tetapi sudah melakukan perilaku perilaku yang mengurangi longsor dan mengadvokasi lainnya agar berperilaku yang sama.

Langkah untuk mencapai tujuan tersebut melalui tactic, tetapi sebelumnya agar tactic yang digunakan tepat maka seorang sosial marketer harus mampu membuat STP(Segementing, Targeting, dan Positioning) terlebih dahulu agar efektif dan efisien. STP masyarakat Banjarnegara sebagai berikut.

Tabel 5.1 STP Masyarakat Banjarnegara

Segmentasi

- **Demografis** Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
Usia : 17 - 35 tahun
Pekerjaan : petani
Pendidikan : SD
SES : C dan CD
- Geografis** Berdomisili di Daerah Rawan Bencana Banjarnegara.
- **Psikografis** orang yang ingin hidup berkecukupan orang yang ingin membahagiakan keluarganya,memberikan yang terbaik untuk keluarganya.
Suka berkumpul dengan warga sekitar
Ramah dan terbuka terhadap orang lain
- Target** Primer : orang tua di daerah rawan bencana Banjarnegara,terutama petani.
Sekunder : anak-anak yang tinggal didaerah rawan bencana.
- Positioning** Tangguh menghadapi Bencana

Taktik adalah usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Untuk mencapai tujuan masyarakat sampai di tataran termination berbagai usaha yang bisa dilakukan sebagai berikut, tactic akan dibedakan menjadi dua jenis dengan saluran interpersonal dan saluran media massa:

1. Saluran Media Massa:

Dari riset yang telah dilakukan ternyata saluran media massa memiliki pengaruh yang lebih besar bagi masyarakat Banjarnegara, sebesar 24,7% media massa mempengaruhi perilaku tanggap bencana, maka sebagian besar usaha akan lebih di alokasikan ke taktik dengan saluran media massa. Tactic yang akan dilakukan meliputi:

- a. Penggunaan ILM(Iklan Layanan Masyarakat) : Sebelumnya sudah pernah dilakukan iklan layanan masyarakat tetapi hanya dalam waktu singkat. Pemerintah bisa bekerjasama dengan BNPB selaku lembaga yang bertanggungjawab untuk menangani bencana. Iklan layanan masyarakat juga akan lebih efektif jika menggunakan brand ambassador dari kalangan artis atau public figure. Iklan Layanan Masyarakat ini ditayangkan sebagai upaya pencegahan bencana, dan dilakukan secara terus menerus agar masyarakat yang ada ditahapan Precontemplation menjadi tahu apa saja perilaku yang tidak boleh dilakukan. ILM ditayangkan sebelum terjadinya bencana, sehingga resiko bencana bisa dikurangi. Misalnya musim penghujan identik dengan bencana banjir dan tanah longsor, Pemerintah membuat ILM yang berbeda tentang bagaimana pencegahan dan penanggulangan banjir, pemerintah

membuat ILM tentang informasi apa saja yang harus dilakukan ketika longsor dan perilaku apa saja yang harus dihindari agar tidak terjadi longsor.

- b. Pembuatan Radio Komunitas: Penggunaan radio komunitas cukup efektif digunakan dalam menyebarkan informasi kebencanaan, salah satu yang sudah berhasil adalah radio komunitas merapi. Keunggulan dari radio adalah biayanya yang murah dan jangkauannya luas, bisa didengarkan sambil tetap beraktifitas. Banjarnegara memiliki 70% daerah yang rawan dengan longsor, jadi akan banyak sekali informasi yang bisa ditukarkan setiap daerah rawan bencana, terlebih meninjau potensi longsor yang beruntut. Di Banjarnegara kejadian longornya saling berhubungan, sebelum terjadi longsor jemblung, sebelumnya sudah terjadi longsor di Dusun Diwek dan di Dusun Gunungraja. Alur komunikasi penting, dengan radio komunitas ini masyarakat akan bisa mendapatkan banyak informasi tentang kebencanaan dan laporan yang aktual. Radio komunitas ini juga bisa digunakan untuk proses persebaran difusi. Pelaksanaannya bisa memanfaatkan para relawan dan tim siaga bencana masing-masing desa untuk member laporan yang kemudian akan disiarkan melalui radio komunitas.
- c. Penggunaan Baliho dan Poster: Di Banjarnegara masih kurang penggunaan media dalam menyebarkan informasi, di Desa Tangguh Bencana juga masih sedikit ditemukan poster dan baliho tentang informasi kebencanaan. Di Desa Si Jeruk terdapat satu baliho yang cukup besar yang dipasang di talud desa bersama dengan informasi tentang penggunaan air bersih. Penggunaan baliho

bisa digunakan untuk menginformasikan tentang perilaku tanggap bencana, dan memperbanyak poster untuk menginformasikan di sekolah ataupun tempat umum lainnya.

- d. Pembuatan sosial media, Facebook: tactic ini digunakan untuk menysasar masyarakat muda yang ada didaerah rawan bencana. Tim siaga bencana & relawan yang bertugas untuk menjadi pemegang akun dan menyebarkan informasi kebencanaan melalui media tersebut.
- e. Modul bencana: Modul ini berisi tentang berbagai informasi tentang kebencanaan mulai dari cirri-ciri sebelum terjadinya bencana, apa yang harus dilakukan ketika bencana untuk menyelamatkan diri,dll. Modul ini nantinya akan dibagikan ke setiap warga yang berada didaerah rawan bencana.
- f. SMS Center: masyarakat bisa menyampaikan informasi jika mereka melihat tanda-tanda longsor atau informasi lain tentang longsor sehingga longsor bisa ditangani lebih dini dan bisa mengurangi korban longsor.
- g. Game Disaster Education: Game ini digunakan untuk melatih pengetahuan anak-anak terhadap bencana. Didalam game ini nantinya seperti simulasi bencana, anak-anak dilatih untuk melakukan tindakan yang tepat dalam menghadapi bencana.

2.Saluran Interpersonal

Saat ini penggunaan saluran interpersonal dalam menyebarkan inovasi tentang kebencanaan sudah baik, pemerintah memiliki agen pembaru, tim siaga bencana, program desa tangguh bencana, relawan dan tim basarnas yang baik dalam

pelaksanaannya dan selalu diberikan pelatihan agar pengetahuan dan kinerja mereka baik dalam menangani bencana. Ada beberapa tactic tambahan yang bisa digunakan agar memaksimalkan perubahan sosial, seperti dibawah ini:

- a. Bekerjasama dengan Universitas untuk pencegahan bencana, taktik ini sudah dilakukan dan memberikan dampak baik terhadap perubahan perilaku masyarakat. salah satu kegiatan kerjasama tersebut adalah pembentukan tim siaga bencana. Saat ini baru lima desa tangguh bencana yang ada di Banjarnegara hasil kerjasama dengan UGM, UGM memberikan bantuan EWS dan sosialisasi tentang bencana dan mengajarkan mereka membuat peta resiko bencana, membuat struktur organisasi tim siaga bencana. Taktik ini perlu ditingkatkan lagi agar semakin banyak desa tangguh bencana yang terbentuk dan pengurangan resiko bencana dapat dilakukan. Agar lebih maksimal perubahannya, dengan adanya sosialisasi dan komunikasi terus menerus yang dilakukan agen pembaru, karena agen pembaru ini memiliki pengaruh dalam pengadopsian perilaku, jika pengaruh dari agen pembaru berhenti maka adopsi bisa juga berhenti.
- b. Sosialisasi : Sosialisasi juga cukup efektif dalam menyebarkan informasi, diperlukan lebih banyak lagi sosialisasi kebencanaan di daerah rawan bencana. Selain itu pelaksanaan dilakukan secara intens agar perubahan perilaku lebih cepat tercapai. Permasalahannya belum banyak masyarakat yang berminat untuk mengikuti sosialisasi, agen pembaru bisa menggunakan berbagai media

agar menarik, misalnya dengan pemberian stiker, pin “aku tangguh bencana”, kaos dan poster untuk menginformasikan kegiatan.

- c. Sekolah Bencana: Salah satu program BNPB adalah sekolah bencana, kegiatan ini belum dilaksanakan di Banjarnegara. Kegiatan yang dilakukan untuk menjangkau target sekunder berupa anak-anak hanya melalui kegiatan pramuka. Langkah selanjutnya bisa dengan muatan lokal tentang pendidikan bencana di setiap Sekolah Dasar.
- d. Relawan Bencana: Saat ini relawan bencana terdiri dari masyarakat sekitar yang direkrut oleh BPBD daerah untuk menjadi relawan. Pada akhirnya relawan ini hanya bertugas dalam penanganan bencana bukan pada pencegahan bencana. Tactic yang bisa dilakukan adalah mengajak masyarakat yang berasal dari kota dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi dan memiliki minat dan ingin berkontribusi bagi penanganan bencana. Pemerintah memberikan ruang dan kesempatan mereka untuk menjadi relawan, tetapi dengan fokus pada pencegahan bencana. Relawan ini nantinya akan di training untuk mengedukasi masyarakat yang berada di daerah rawan bencana, dengan penggunaan teknologi dan informasi yang lebih banyak. Relawan ini nantinya akan ditempatkan bersama dengan tim siaga bencana tetapi tugas utamanya adalah melakukan edukasi bencana kepada anak-anak misalnya melalui bermain bersama dan belajar bersama.
- e. Rumah Tangguh Bencana: Pemerintah di setiap daerah rawan bencana diharapkan memiliki rumah tangguh bencana. Rumah ini diharapkan menjadi

tempat pertemuan masyarakat dengan tim siaga bencana, didalamnya dilengkapi perpustakaan mini yang berisi buku-buku tentang kebencanaan, computer yang berisi permainan untuk mengasah edukasi tentang kebencanaan, trauma center, posko bencana dan bantuan-bantuan logistic. Di rumah tangguh bencana ini masyarakat bisa berinteraksi langsung dengan agen pembaru.

- f. Menjalin hubungan baik dengan sister village : sister village adalah desa yang digunakan untuk pengungsian. Saat bencana akan sulit untuk mencari tempat untuk mengungsi dengan adanya sister village maka masalah itu akan teratasi. Budaya saling membantu dan gotong royong memudahkan penanganan suatu bencana.
- g. Koordinasi dengan berbagai dinas dan alur komunikasi yang baik, pada saat penanganan bencana menjadi tanggungjawab bersama. Maka diperlukan alur komunikasi yang baik antar dinas. Bisa menggunakan grup BBM atau Whatsapps untuk pengkoordinasian masing-masing dinas, agar bencana bisa segera diselesaikan.

Daftar Pustaka

- Santoso, Eko Herry,dkk. 2011. *Komunikasi Bencana*.Yogyakarta:Litera.
- Baran,Stanley J dan Dennis K Davis.2010. *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment and future sixth Edition*. Chengange Learning.
- De Vito, Joseph.A.1997. *Komunikasi Antar Manusia Edisi ke 5* . Jakarta: Profesional Books.
- Griffin, Em. (2012). *A First Look at Communication*. New York: Mc Graw Hill
- Guba, Egon G., Lincoln, Yvonna S. (1994). *Competing Paradigms in Qualitative Research. Handbook of Qualitative Research*. Ed: Norman K. Denzin & Yvonna S. Lincoln. USA: SAGE Publications
- Hanafi, Abdillah. 1981.*Memasyarakatkan Ide-Ide Baru*. Surabaya: Usaha Nasional. Terjemahan dari Everet M Rogers dan F.Lyold Shoemaker. Communication of Innovation.
- Harun, Rochajat & Elvinaro Ardianto. 2011. *Komunikasi pembangunan &Perubahan Sosial”Prespektif Dominan, Kaji Ulang dan Teori Kritis*. Bandung: Rajawali Pers.
- Kartono.2006.*Perilaku Manusia*.Jakarta:ISBN
- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Kotler, Philip,dkk. 2002. *Social Marketing: Improving the Quality of Life*.USA:SAGE Publications.
- Kusumasari, Beviola. 2014. *Manajemen Bencana dan Kapabilitas Pemerintah Lokal*. Yogyakarta: Gava Media.

- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss. (2008). *Theories of Human Communication Ninth Edition*. USA: Thomson Wadsworth .
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss. (2009). *Encyclopedia of Communication Theories*. USA: SAGE Publication.
- Liliweri,Alo.2007.*Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan* . Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Morisan,dkk. 2013. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor:Ghalia Indonesia.
- Nasution, Zulkarimen.2009.*Komunikasi Pembangunan, Pengenalan Teori dan Penerapannya* Edisi Revisi. Jakarta : rajawali Pers. .
- Rahardjo, Turnomo. (2009). *Cetak Biru Teori Komunikasi dan Studi Komunikasi di Indonesia*. Materi Simposium Nasional: Arah Depan Pengembangan Ilmu Komunikasi di Indonesia. Jakarta, 13 Maret 2009.
- Rogers, Everet M & F.Lyold Shoemaker. 1983. *Communication of Innovation: A Cross- Cultural Approach* . New York: The Free Pers.
- Priyatno, Duwi.2014.*SPSS Pengolah Data Terpraktis*.Yogyakarta: Andi Ofset
- Shoemaker, J. Pamela & Stephen D. Reese. 1991. *Mediating The Messages: Theories to Influence on Mass Media Content* , New York: Longman.
- Shimp, Terence. 2003. *Periklanan dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Supriyono,Primus.2014.*Seri Pendidikan Pengurangan Resiko: Bencana tanah Longsor*.Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Soetjiningsih.2004.*Tumbuh Kembang Anak*.Jakarta : EGC.

Sufren &Yonathan Natanael. 2014.*Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*.Jakarta: Elex Media Komputindo.

Soekanto, Soerjono. 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*.Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

West, Richard & Lynn H. Turner.2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Jurnal

Puji Lestari,Agung Prabowo, Arif Wibowo.2012.Manajemen Komunikasi Merapi 2010 pada saat Tanggap Darurat. Halaman174-196.

Laporan tahunan Pelaksanaan Program Kerja Tahun 2013 BPBD Provinsi Jawa Tengah

Laporan Pelaksanaan Tugas tahun 2008-2012 BPBD Provinsi Jawa Tengah.

http :

<http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/13/10/23/mv4008-perlunya-kesadaran-masyarakat-terhadap-bencana>

<http://www.tribunnews.com/nasional/2014/12/16/mencemaskan-frekuensi-bencana-longsor-dari-tahun-ke-tahun-terus-meningkat-inilah-datanya>

<http://www.tribunnews.com/regional/2014/12/16/sebelum-longsor-pemkab-banjarnegara-sudah-tetapkan-darurat-bencana>

<http://www.m.tempo.co/read/news/2014/12/22/173630147/longsor-banjarnegara-fokus-bergeser-ke-pengungsi>