

STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI BENCANA DALAM PENYEBARAN INFORMASI ERUPSI MERAPI

Khairul Syafuddin¹

Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta
kayrul.syaf@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial kini menjadi sumber informasi bagi masyarakat. Hal ini menuntut BPPTKG Yogyakarta harus dapat memberikan informasi yang cepat dan valid atas perkembangan Merapi. Oleh sebab itu, penerapan strategi manajemen komunikasi bencana dalam menyebarkan informasi mengenai perkembangan Merapi harus tepat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah ekologi media yang melihat efek media dalam mengubah perilaku masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk melihat bagaimana BPPTKG Yogyakarta menerapkan strategi manajemen komunikasi bencana untuk diterapkan di media sosial. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan peneliti untuk pengambilan data melalui wawancara. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan BPPTKG Yogyakarta dalam memproduksi informasi menggunakan 3 siklus, yaitu clearing house, content creator, dan buzzer. Peneliti melihat bahwa strategi manajemen informasi yang diterapkan BPPTKG Yogyakarta dapat menghasilkan informasi yang tepat dalam rangka mitigasi erupsi Merapi. Selain itu, adanya perkembangan media juga membentuk perilaku baru dalam masyarakat yang mempengaruhi BPPTKG Yogyakarta dalam memajemen informasinya.

Kata kunci : BPPTKG Yogyakarta, ekologi media, erupsi merapi, manajemen informasi, media sosial

ABSTRACT

Social media is now a source of information for the community. This requires the BPPTKG Yogyakarta to be able to provide fast and valid information on the development of Merapi. Therefore, the application of disaster communication management strategies in disseminating information about the development of Merapi must be appropriate. The theory used in this study is media ecology that sees the effects of media in changing people's behavior. The purpose of this study is to see how BPPTKG Yogyakarta applies disaster communication management strategies to be applied on social media. This type of research is qualitative descriptive. The method used by researchers for data collection through interviews. The sampling technique used by the researcher was purposive sampling. The results of this study indicate that the strategy used by BPPTKG Yogyakarta in producing information uses 3 cycles, namely clearing house, content creator, and buzzer. The researcher saw that the information management strategy implemented by BPPTKG Yogyakarta could produce the right information in order to mitigate the Merapi eruption. In addition, there are developments in the media that also create new policies in the community that influence the Yogyakarta BPPTKG in managing their information.

Keyword: BPPTKG Yogyakarta, media ecology, merapi eruption, information management, social media

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu manajemen memiliki kontribusi penting dalam memberikan pengetahuan serta pemahaman terkait dalam melakukan analisis, penelitian, hingga pemecahan berbagai masalah [1]. Ilmu manajemen ini dapat diterapkan dalam berbagai bidang keilmuan, khususnya dalam memproduksi informasi dalam komunikasi bencana. Manajemen produksi informasi di ranah komunikasi bencana menjadi hal yang sangat penting dilakukan khususnya di Indonesia yang termasuk negara rawan bencana.

Salah satu media paling efektif yang dapat menjadi alat untuk penyebaran (*sharing*) informasi adalah media sosial. Hal ini dikarenakan media sosial memiliki sebagai teknologi informasi baru menyediakan fasilitas berupa perluasan jangkauan konten [2]. Fasilitas ini dapat dimanfaatkan untuk mempermudah suatu akun dalam menyebarkan informasi secara luas dengan waktu singkat.

Salah satu instansi yang bergerak dalam ranah kebencanaan adalah BPPTKG Yogyakarta. Instansi ini memiliki tugas pokok dalam mengamati perkembangan erupsi Merapi. Hasil dari pengamatan tersebut kemudian dapat digunakan untuk melakukan mitigasi bencana bagi masyarakat. Selain itu, melalui data yang telah diolah, BPPTKG Yogyakarta juga dapat memberikan rekomendasi baik kepada BNPB maupun BPBD yang melakukan tugas di lapangan.

Namun, sebelum BPPTKG Yogyakarta mulai melakukan penyebaran informasi, terdapat beberapa tahapan yang perlu dilalui oleh media center instansi ini. Beberapa tahapan tersebut di antaranya perencanaan (*planning*), organisasi (*organizing*), penggiatan (*actuating*), hingga pengawasan dan evaluasi [3]. Tahapan-tahapan tersebut memiliki keterkaitan dalam proses manajemen komunikasi bencana. Sebab dalam produksi pesan mengenai informasi kebencanaan sangat rawan sekali karena menyangkut kehidupan manusia. Sehingga pembacaan isu yang ada di masyarakat hingga penyampaian informasinya perlu direncanakan secara matang.

Melihat dari bencana erupsi Merapi yang telah terjadi di tahun 2010, ditemukan bahwa warga di kawasan Merapi enggan mengungsi dikarenakan pemerintah belum memiliki rencana yang lebih menyeluruh dan lebih rapih dalam menghadapi suatu bencana [4]. Pernyataan yang ditemukan dalam berita yang dimuat dalam BBC Indonesia ini dapat menjelaskan bahwa manajemen suatu badan pemerintah dalam mitigasi bencana harus dapat disusun secara rapi dan teratur. Selain memajemen penanganan pengungsi, dalam hal mitigasi bencana manajemen komunikasi dalam menyampaikan informasi terkait kebencanaan juga harus tepat. Sebab bencana Merapi tidak dapat di prediksi dan dapat terjadi sewaktu-waktu. Sehingga informasi yang ditangkap oleh masyarakat harus langsung dapat dicerna dengan cepat.

Selanjutnya, apabila melihat bencana yang belum lama ini terjadi, yaitu Tsunami di Palu, hal tersebut menelan banyak korban dipicu oleh beberapa faktor yang mencakup kemampuan mitigasi tsunami baik dari sisi manusia maupun tata ruang [5]. Dalam berita yang dimuat dalam Nasional Kompas ini, faktor-faktor tersebut karena terbatasnya peringatan dini, pengetahuan, dan perilaku antisipasi baik dari masyarakat maupun pemerintah terkait. Apabila dihubungkan dengan BPPTKG Yogyakarta dan bencana erupsi Merapi, peringatan dini, pengetahuan, dan perilaku antisipasi ini juga penting diperhatikan oleh Lembaga yang mengawasi perkembangan Merapi. Hal ini karena Lembaga tersebut menjadi pusat rekomendasi dari tindakan yang perlu dilakukan oleh lembaga yang bertugas di lapangan, seperti BNPB dan BPBD dalam bertindak. Sedangkan untuk masyarakat dapat digunakan sebagai sumber referensi dalam melakukan tindakan awal ketika bencana mulai mengancam masyarakat.

Penelitian mengenai manajemen komunikasi bencana menjadi penting untuk dilakukan sebab dalam mitigasi bencana tidak hanya bisa mengandalkan kemampuan di lapangan dan memberikan bantuan dalam hal materi dan moral saja. Namun melalui komunikasi yang berpedoman kepada etika dan substansi komunikasi dalam penyampaian pesan, dari satu sumber kepada sumber lain yang bertujuan memperoleh pemahaman ataupun pemaknaan bersama, maka komunikasi menjadi sangat esensial dalam memberikan bantuan terhadap bencana alam [6]. Hal ini memberikan pemahaman bahwa informasi yang telah di olah oleh BPPTKG Yogyakarta dari hasil pengamatan perkembangan Merapi, harus bertujuan untuk memberikan informasi yang mudah dipahami oleh segala kalangan masyarakat. Apabila hal tersebut dapat terwujud, maka peran komunikasi dalam memberikan bantuan terhadap bencana akan sangat efektif.

Dalam penelitian sebelumnya mengenai Manajemen Komunikasi Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Terhadap Bencana Banjir di Kabupaten Kampar [7], melihat bahwa pelaksanaan komunikasi BPBD terhadap bencana banjir tersebut dilakukan oleh Pusdalops-pb.

Bidang khusus yang menangani komunikasi bencana ini terdapat unit khusus yang bernama Tim Reaksi Cepat (TRC). Hasil temuan yang ditunjukkan dalam penelitian tersebut adalah BPBD Kabupaten Kampar dalam melakukan manajemen bencana berupa pengkajian secara cepat hingga pembuatan pelaporan.

Penelitian ini berfokus pada manajemen BPPTKG Yogyakarta dalam memproduksi informasi, mulai dari pengumpulan data hingga penyebarannya, khususnya dalam produksi informasi di akun media sosial. Alasan peneliti memfokuskan penelitian ini di ranah media sosial karena melihat fenomena yang terjadi di masyarakat. Masyarakat lebih banyak mengakses informasi di media sosial, sehingga perhatian atas penyebaran informasi terkait hal yang berbau kebencanaan harus benar-benar terstruktur dan hati-hati. Namun disamping itu, karena media sosial merupakan media yang mudah diakses melalui smartphone dan memiliki keunggulan dalam kecepatan *update* konten, hal ini juga membuat instansi kebencanaan harus cepat dan tanggap dalam penyebaran informasi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini untuk melihat manajemen BPPTKG Yogyakarta dalam memproduksi informasinya yaitu dengan teori ekologi media. Marshall McLuhan mendefinisikan ekologi media adalah sebuah studi yang mempelajari lingkungan media, dimana gagasan teknologi dan teknik, mode informasi dan kode komunikasi memiliki peran penting dalam kehidupan manusia [8]. Selain itu, McLuhan juga mendefinisikan bahwa manusia memiliki hubungan berupa pola interaksi yang erat dengan teknologi, khususnya dalam pemanfaatan media komunikasi [9]. Sehingga interaksi tersebut melihat bahwa manusia menciptakan teknologi, kemudian teknologi tersebut membentuk kehidupan manusia. Disinilah dapat dilihat bahwa hubungan antara manusia dan teknologi memiliki keterikatan yang erat.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana manajemen komunikasi bencana yang dilakukan oleh BPPTKG Yogyakarta dalam akun media sosialnya. Selanjutnya hal ini akan dapat menjelaskan bagaimana strategi yang dilakukan BPPTKG Yogyakarta untuk mencukupi kebutuhan informasi dan pengetahuan warga di Merapi dalam mitigasi bencana.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk mengembangkan teori yang sudah ada kemudian disajikan secara deskriptif dalam bentuk kalimat [10]. Teknik penentuan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *purposive sampling*, yaitu peneliti memilih informan yang benar-benar memahami mengenai proses pembentukan manajemen komunikasi dan informasi di BPPTKG Yogyakarta. Teknik pengambilan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara. Data yang digunakan oleh peneliti merujuk pada data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui hasil dari wawancara dengan informan yang berasal dari BPPTKG Yogyakarta, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal rujukan, buku, serta berita online. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah model Miles dan Huberman (teknik analisis selama dilapangan). Terdapat tiga tahapan yang harus dilakukan untuk menganalisis data dalam model tersebut, yaitu melalui reduksi dari data yang diperoleh di lapangan, penyajian data dari hasil reduksi yang telah dilakukan, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

HASIL

BPPTKG Yogyakarta sebagai instansi kebencanaan memiliki peran yang sangat penting dalam melakukan mitigasi bencana. Hal ini akan dinilai lebih penting ketika melihat tugas utama dari instansi tersebut yaitu melakukan pengawasan terhadap aktivitas perkembangan Merapi. Sebagai instansi yang melakukan pengawasan dan penelitian perkembangan Merapi, BPPTKG juga memiliki tugas dalam memberikan rekomendasi dan informasi penting terkait apa yang harus dilakukan masyarakat, bahkan instansi penanggulangan bencana yang lain dalam mewaspadai erupsi Merapi.

Di era teknologi ini, BPPTKG Yogyakarta juga telah mengalami perkembangan dalam melakukan penyebaran informasi. Mereka sekarang telah semaksimal mungkin menyebarkan informasi melalui *new media* yang sudah banyak digunakan oleh masyarakat. Hal ini sangat tepat untuk disadari bahwa perilaku masyarakat dalam mengakses informasi kini cenderung lebih banyak melalui media *online* daripada media mainstream. Bahkan kebutuhan penggunaan media *online* sendiri kini seperti kebutuhan primer.

Dalam manajemen informasi mengenai kebencanaan, informan 2 memberikan penjelasan bahwa BPPTKG harus memiliki media center. Hal ini agar kegiatan manajemen informasi disana dapat lebih tertata.

“Nha soal supaya tidak kaku maka sebetulnya, sejak erupsi freutik kemarin kebetulan kami mengusulkan yuk BPPTKG harus punya media center nii, karena kalau saya beranggapan, kenapa harus punya media center, karena supaya tertata. Bagaimana bahasanya supaya tidak kaku, bagaimana bahasanya supaya luwes, supaya masyarakat paham atas informasi terkait dengan Merapi. Itu yang kita lakukan sebetulnya.” (Informan 2)

Manajemen informasi yang harus dilakukan oleh BPPTKG Yogyakarta dalam memproduksi informasi juga harus tertata dan tepat. Sebab dalam hal ini mereka tidak sekedar hanya bertugas untuk menyuguhkan informasi kepada masyarakat atau memberikan rekomendasi kepada mereka atau instansi kebencanaan yang lain. Namun lebih daripada itu, BPPTKG Yogyakarta juga memiliki tugas khusus dalam melawan isu hoax, khususnya terkait Merapi.

Informan 2 menjelaskan bahwa adanya isu hoax dapat memberikan dampak yang sangat berbahaya di masyarakat. Hal ini pernah terjadi ketika adanya bencana erupsi Merapi dan gempa di Yogyakarta pada 2006 yang lalu.

“..... Teman-teman ingat 2006, korban gempa 2006 sebagian prosentase yang terbesar itu karena kecelakaan. Yang atas itu adalah erupsi Merapi. Itu kan barengan. Yang dari atas ke bawah, yang dari bawah ke atas. Ya saya lihat di Kentungan, di Gejayan itu adalah wilayah-wilayah yang banyak terjadi kecelakaan” (informan 2)

Isu mengenai kebencanaan di Indonesia sangat rawan dan mudah terjadi bahkan disebarluaskan. Jika melihat kebencanaan yang telah terjadi di masa lalu, pada erupsi Merapi disertai gempa tahun 2006 di Yogyakarta, banyak isu bertebaran, contohnya adalah isu tsunami. Hal tersebut pada tahun tersebut menyebabkan terjadinya kepanikan yang besar di masyarakat. Bahkan di wilayah Gejayan Yogyakarta banyak kecelakaan yang terjadi. Sehingga guna melawan hoax, memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat, hingga memberikan rekomendasi kepada pihak-pihak terkait secara tepat, strategi manajemen informasi yang dilakukan oleh BPPTKG juga harus tepat.

Dalam melakukan manajemen informasi ini, BPPTKG Yogyakarta memiliki tim khusus yang berada di bagian media center. Media center sendiri kemudian dibagi menjadi 3 divisi khusus yang memiliki tugas masing-masing, yaitu *clearing house*, *content creator*, dan *buzzer*. Pembagian peran dari media center BPPTKG Yogyakarta dijelaskan oleh informan 1. Berikut penjelasan singkat mengenai peran dari masing-masing divisi:

“Di fisik clearing house dia punya fungsi, mencari isu didalam masyarakat, tren apa yang sedang ada, dan memikirkan konten apa yang dikeluarkan besok, dari tim clearing house akan memberi instruksi produksi ke content creator, dimana akan ada komunikasi disana, revisi segala macam dan clearing house, dan bila jadi disampaikan ke tim buzzer. Buzzer nya mengang media sosial website, dimana menyebarkan informasi tentang merapi tadi bila kesiapsiagaan diperlukan.” (informan 1)

Berasarkan hasil wawancara tersebut dapat dijelaskan bahwa *Clearing house* memiliki fungsi untuk mencari isu-isu penting yang ada di masyarakat. Isu-isu tersebut mereka dapatkan dari media sosial dan media mainstream. Divisi *clearing house* ini melihat isu-isu di media sosial dengan berfokus pada tanda pagar yang banyak digunakan dalam *twitter* maupun *instagram*. Selain itu mereka juga melihat dari pemberitaan yang ada di portal *online* hingga pada sebaran informasi yang ada di *facebook*. Isu yang banyak tersebar di media *online* juga mereka lihat dari kolom komentar pada setiap informasi yang disebarkan. Sebab tidak menutup kemungkinan dalam kolom komentar tersebut terdapat hoax yang sengaja disebarkan guna membuat para *netizen* menjadi panik.

Selanjutnya, untuk media mainstram sendiri divisi *clearing house* memperhatikan pemberitaan yang ada, baik di televisi, radio, hingga media cetak. Hal ini penting mereka lakukan sebab setiap media memiliki agenda dan cara tersendiri untuk melakukan framing. Bahkan

terkadang pemberitaan di media ini juga membentuk sebuah ketakutan kepada masyarakat dalam melihat bencana yang terjadi. Beberapa hal ini yang menjadi tugas *clearing house* untuk menangkap isu yang disebarkan dan menjadi pembicaraan khalayak umum.

Dari isu-isu yang telah dikumpulkan tersebut kemudian disalurkan kepada media center. Di media center ini lah kemudian masuk dalam tahap *planning* sekaligus *organizing* sesuai dengan tahap awal dalam melakukan manajemen [3]. Dalam tahap ini tim dari media center kemudian melakukan rapat untuk menentukan informasi seperti apa yang akan disebarluaskan guna menghadapi isu-isu yang tersebar di masyarakat. Disinilah media center juga bekerjasama dengan tim yang khusus mengamati perkembangan erupsi Merapi dari ruang pemantauannya. Dari data mentah yang diperoleh ini, media center kemudian mengolahnya menjadi data matang yang disebarluaskan kepada masyarakat. Divisi yang bertugas dalam membuat konten ini adalah *content creator*. Data matang yang dibuat *content creator* bisa berupa gambar monitoring gunung Merapi disertai dengan caption berupa informasi dari olahan gambar tersebut, bisa pula berupa video, hingga pembuatan infografis.

Content creator tidak hanya membuat informasi berdasarkan dari isu yang diperoleh dari *clearing house* saja. Namun mereka juga bekerja di luar informasi tersebut agar *actuating* tetap berjalan sesuai dengan tahapan pada kegiatan manajemen. Mereka juga berfokus pada pemberian edukasi yang dilakukan terus menerus melalui media sosial BPPTKG Yogyakarta. Adapun bentuk edukasi yang mereka berikan bisa berupa informasi mengenai level kebencanaan Merapi hingga rekomendasi apa yang harus mereka lakukan pada setiap levelnya.

Setelah konten tersebut selesai, kemudian dilakukan verifikasi isi konten kepada pimpinan BPPTKG Yogyakarta oleh tim dari media center. Dalam proses verifikasi inilah akan dilihat apakah konten tersebut sudah layak tayang dan sudah memberikan informasi yang cukup atau belum serta rekomendasi yang diberikan sudah tepat atau belum kepada masyarakat. Kemudian setelah pimpinan BPPTKG Yogyakarta menyetujui isi dari konten yang telah dibuat, konten itu langsung disalurkan kepada divisi *buzzer* untuk disebarluaskan. Sampai di tahap inilah produksi konten yang dilakukan oleh BPPTKG Yogyakarta dalam menyebarkan informasi. Siklus ini mereka lakukan secara terus menerus dan merupakan sebuah siklus yang berputar.

“Jadi kalau sampean belajar siklus kebijakan itu kan kejadian, kejadian dicatat jadi data, data diolah jadi informasi, informasi disampaikan menjadi kebijakan, kebijakan dilaksanakan menjadi tindakan, dan sebagainya, terus muter itu.” (informan 2)

Dalam siklus yang berputar ini terdapat tahap pengawasan dan evaluasi terhadap informasi yang disajikan. Tahap ini dilakukan oleh BPPTKG Yogyakarta untuk menjaga kualitas informasi yang diberikan, serta untuk melihat tanggapan dari masyarakat berkenaan dengan informasi yang mereka terima. Disinilah yang kemudian dapat menjadi sebuah evaluasi bagi BPPTKG Yogyakarta untuk membentuk strategi manajemen informasi selanjutnya.

Pembentukan manajemen informasi yang dilakukan oleh BPPTKG Yogyakarta juga sesuai dengan teori ekologi media yang melihat bahwa manusia menciptakan teknologi, kemudian teknologi tersebut membentuk kehidupan manusia [9]. Strategi yang dilakukan oleh BPPTKG Yogyakarta menjelaskan bahwa manusia yang awalnya membuat teknologi informasi guna memudahkan mereka dalam menyampaikan pesan, kini teknologi tersebut membentuk perilaku ketergantungan kepada masyarakat. Sehingga apa yang telah dilakukan oleh BPPTKG Yogyakarta memperlihatkan bahwa teknologi membentuk kehidupan manusia yang baru di masa sekarang.

Selanjutnya, *Media Ecology Association* memberikan penjelasan bahwa teori ekologi media memiliki 4 asumsi dasar, di antaranya media menanamkan setiap tindakan yang akan terjadi di masyarakat, media dapat memperbaiki persepsi dan mengatur pengalaman manusia, media dapat menyatukan dunia dan memperkuat tindakan, serta media dapat mengubah dunia menjadi *global village* [11].

Pada asumsi dasar yang pertama dapat dilihat bahwa rekomendasi yang diberikan oleh BPPTKG Yogyakarta kemudian dapat membentuk sebuah tindakan dalam masyarakat dalam menyikapi perkembangan level Merapi. Tidak hanya menanamkan sebuah tindakan kepada masyarakat umum semata, namun juga menanamkan tindakan yang nantinya akan dilakukan oleh instansi kebencanaan di lapangan dalam menyikapi bencana yang berlangsung. Hal tersebut juga sesuai dengan asumsi dasar teori ekologi media yang ketiga, yaitu media dapat menyatukan dunia dan memperkuat tindakan.

Kemudian asumsi dasar teori ekologi media yang kedua, media dapat memperbaiki persepsi dan mengatur pengalaman manusia, hal ini diperhartikan oleh BPPTKG Yogyakarta dalam menyebarkan informasi. Mereka memberikan informasi guna memberi informasi, edukasi, dan menangkal terjadinya hoax di masyarakat. Hal ini kemudian memberikan persepsi yang baik kepada masyarakat terhadap kinerja BPPTKG Yogyakarta dalam menyuguhkan informasi bagi mereka secara akurat dan tepat sesuai dengan hasil pemantauan. Selanjutnya, secara tidak langsung BPPTKG Yogyakarta juga telah mengatur pengalaman masyarakat dalam menjalani kehidupannya dibawah informasi perkembangan erupsi Merapi.

Dalam asumsi dasar yang terakhir, media dapat mengubah dunia menjadi *global village* dapat dilihat dari akun media sosial yang dimiliki oleh BPPTKG Yogyakarta. *Global village* tercipta karena adanya sebuah media *online*. *Global village* ini merupakan sebuah dunia maya yang dihuni masyarakat dari segala penjuru dunia tanpa batasan jarak. Semua masyarakat yang telah terkoneksi oleh internet dapat dengan mudah mengakses informasi terkait Merapi. Selanjutnya dalam akun media sosial BPPTKG Yogyakarta juga disediakan kolom komentar, sehingga mereka dapat bertanya dan berdialog disana. Hal ini lah yang dimaksudkan dengan *global village*, dimana manusia yang mengakses dan berinteraksi dalam media sosial ini tak terbatas oleh jarak.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah dijabarkan tersebut, peneliti melihat bahwa manajemen informasi mengenai bencana Merapi di BPPTKG Yogyakarta secara khusus ditangani oleh tim media center. Selanjutnya, tim media center sendiri memiliki 3 divisi pokok dalam menjalankan fungsi manajemen informasinya, yaitu *clearing house* sebagai divisi yang mengumpulkan isu-isu di masyarakat, *content creator* yang membuat konten untuk disebarikan kepada masyarakat, serta *buzzer* yang menyebarkan informasi tersebut. Ketiga divisi ini saling memiliki keterikatan yang kemudian membentuk sebuah siklus yang terus berputar. Dari siklus ini peneliti melihat bahwa tahapan dari manajemen, yaitu perencanaan (*planning*), organisasi (*organizing*), penggiatan (*actuating*), hingga pengawasan dan evaluasi dapat dilaksanakan dengan pola yang teratur dan baik.

Disamping itu, strategi manajemen informasi dan siklus yang telah dilakukan oleh BPPTKG Yogyakarta telah dapat memberikan informasi yang cukup bagi masyarakat apabila dilihat dari konten yang telah diberikan. Konten yang telah diberikan oleh BPPTKG Yogyakarta dilihat telah dapat mencukupi kebutuhan informasi pokok terhadap perkembangan dari Merapi. Selain itu dengan didukung penyampaian pesan yang simpel dan bahasa yang ringan memudahkan khalayak dalam menangkap informasinya.

Kemudian apanila dilihat dari sudut pandang teori ekologi media yang dirumuskan oleh Marshall McLuhan, manajemen informasi yang dilakukan oleh BPPTKG Yogyakarta secara tidak langsung memenuhi asumsi dasar dari teori tersebut. Khususnya jika dilihat bahwa teknologi yang awalnya dibuat manusia, kini telah membentuk perilaku manusia itu sendiri. Tidak hanya perilaku dari masyarakat umum ataupun instansi yang diberikan rekomendasi di lapangan. Namun juga membentuk perilaku dari penyedia konten itu sendiri, dalam hal ini BPPTKG Yogyakarta. Dimana BPPTKG kemudian menyesuaikan dirinya dalam memberikan informasi berdasarkan perilaku masyarakat umum dalam mencari informasi mengenai kebencanaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Rokhayati, "Perkembangan Teori Manajemen dari Pemikiran Scientific Management Hingga Era Modern Suatu Tinjauan Pustaka," *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 15, no. 02, pp. 1–20, 2014.
- [2] R. Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, 2nd ed. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- [3] B. Yusuf and H. Ridwan, "Manajemen Komunikasi dalam Pengelolaan Informasi Pembangunan Daerah (Pada Biro Humas dan PDE Sekretariat Daerah Propinsi Sulawesi Tenggara)," *J. Komun. Has. Pemikir. dan Penelit.*, vol. 4, no. 1, pp. 50–64, 2018.
- [4] B. Indonesia, "Warga Merapi Enggan Mengungsi," *BBC Indonesia*, 2010. [Online].

Available:

https://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2010/10/101029_budayamerapi.

[Accessed: 14-Feb-2019].

- [5] B. U. Putri, “BNPB Jelaskan Alasan Tsunami Palu Menelan Banyak Korban,” *Nasional Tempo*, 2018. [Online]. Available: <https://nasional.tempo.co/read/1131453/bnpb-jelaskan-alasan-tsunami-palu-menelan-banyak-korban/full&view=ok> . [Accessed: 14-Feb-2019].
- [6] E. H. Susanto, “Eksistensi Komunikasi dalam Menghadapi Bencana,” in *Komunikasi Bencana*, 1st ed., no. June, A. Ishak, F. Junaedi, S. B. HH, and A. Prabowo, Eds. Yogyakarta: Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM), 2016, pp. 3–20.
- [7] E. Saputra and Yasir, “Manajemen Komunikasi Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Terhadap Bencana Banjir di Kabupaten Kampar,” *JOM FISIP*, vol. 5, no. 1, pp. 1–14, 2018.
- [8] Haryati, “Ekologi Media di Era Konvergensi,” *Observasi*, vol. 10, no. 2, pp. 147–167, 2012.
- [9] S. Meisyaroh, “Instant Messaging dalam Perspektif Ekologi Media dan Komunikasi,” *J. Semiot.*, vol. 8, no. 1, pp. 118–130, 2014.
- [10] S. Pujileksono, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing, 2015.
- [11] A. K. Paul and O. B. Adaeze, “Bridging The Digital Divide: The Relevance of Marshall McLuhan’s Media Ecology Theory,” *Br. J. Educ.*, vol. 6, no. 6, pp. 23–28, 2018.