

# **MEDIA SOSIAL DAN PEMULIHAN PASCA BENCANA (Studi Kasus Fanpage Facebook Kabar Sulteng Bangkit (KSB))**

**Nurhaidar<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup>*Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako, Indonesia  
Jln. Soekarno Hatta Km. 9 Kota Palu Sulawesi Tengah.*

*\*E-mail: laanurr@gmail.com*

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengulas sejauh mana media sosial berkontribusi dalam upaya percepatan pemulihan pasca bencana di Kota Palu. Dalam hal ini peneliti memilih fanpage facebook Kabar Sulteng Bangkit (KSB) sebagai objek penelitian dikarenakan kehadirannya yang dianggap berbeda dengan platform pemberitaan lainnya yakni menggunakan fanpage Facebook. Tipe penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Dasar penelitian pada penelitian ini adalah studi kasus dengan jumlah informan sebanyak 4 orang, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yakni reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Fanpage facebook Kabar Sulteng Bangkit (KSB) telah mampu memanfaatkan perannya sebagai media dalam kontribusinya kepada masyarakat di wilayah pasca bencana. Kebutuhan masyarakat atas informasi yang tepat di masa pemulihan bencana menjadi perhatian tersendiri bagi KSB. Hal tersebut juga sejalan dengan kebijakan redaksional yang disepakati termasuk pemilihan isu dan isi pemberitaan yang dimuat. KSB juga ikut menjadi fasilitator dalam upaya menjembatani kepentingan akan informasi antara masyarakat dan pemerintah maupun pihak-pihak lain yang bekerja bersama dalam upaya pemulihan pasca bencana. Salah satunya dengan secara rutin menyelenggarakan talkshow kebencanaan.

**Kata Kunci : Media Sosial; Fanpage; Facebook; Bencana**

**Submisi : 26 November 2019**

## **Pendahuluan**

Media, tidak dipungkiri, sering kali mengambil peran yang cukup penting dalam beberapa situasi yang tidak biasa. Salah satu yang dapat diambil contoh adalah bagaimana media ikut memosisikan dirinya pada masa pemulihan pasca bencana di suatu wilayah ataupun negara. Saat gempa dan tsunami yang melanda Aceh belasan tahun silam misalnya, media hadir menjalankan fungsinya. Menghadirkan informasi sekaligus semangat bagi jutaan pasang mata yang harap cemas menanti

kabar dari Aceh kala itu. Siaran radio yang cepat mengudara, siaran televisi yang mempertontonkan fakta visual, maupun reportase lengkap dari berbagai surat kabar nasional begitu banyak dinanti saat itu.

Situasi yang tidak jauh berbeda saat gempa melanda Kota Palu dan beberapa kabupaten sekitarnya pada September 2018 lalu. Di masa tanggap darurat bencana, seiring dengan berdatangnya tim relawan dari pelosok nusantara, media baik nasional maupun internasional pun berbondong-

bondong hadir dengan beragam aksesnya. Elektronik, cetak, terlebih media online. Substansi tujuan media-media ini pada dasarnya sama; mengabarkan fakta. Terlebih di awal masa tanggap bencana sejumlah media lokal belum seluruhnya pulih dan hadir ke masyarakat.

Kabar Sulteng Bangkit menjadi salah satu media yang saat itu hadir dengan format yang tidak menyerupai media pemberitaan lainnya, terlebih di Palu. Jika banyak media pemberitaan hadir dengan bentuk portal atau blog, Kabar Sulteng Bangkit mencoba menyajikan berbagai berita dalam bentuk fanpage facebook dimana facebook dikenal sebagai media sosial yang masih paling banyak digemari. Hal ini sebagaimana data yang dikutip dari laman <http://tekno.kompas.com> bahwa berdasarkan laporan digital tahunan *We Are Social* per Januari 2018 Facebook masih mendominasi dengan menguasai dua pertiga pasar dengan jumlah pengguna lebih dari 2,17 miliar. Indonesia menempati urutan keempat pengguna facebook terbanyak di dunia. Masih begitu digemarinya facebook di semua kalangan sehingga dianggap menjadi media yang patut diperhitungkan termasuk dalam hal pemberitaan. Firmansyah Syamsi selaku Koordinator Internews untuk Fase Pertama KSB, pada awal kemunculannya di Palu dua bulan pasca gempa terjadi. Fanpage menurutnya merupakan media paling realistis untuk digunakan pada situasi saat itu, sehingga keputusan menggunakan platform facebook pun akhirnya dijalankan. Jika fanpage lebih dominan digunakan untuk informasi usaha, KSB hadir dengan konten kebencanaan.

Kabar Sulteng Bangkit bukan hanya sekedar mengabarkan serba serbi terkait pasca bencana saat itu, dibalik prosesnya tim redaksi terbilang selektif dalam pemilihan

berita. Berita disaring dan dipilih hanya yang benar-benar sesuai dengan kebijakan redaksional yang disepakati. Media ini sepakat bahwa hal-hal yang harus dibangun dalam masyarakat yang terdampak bencana adalah hal-hal yang positif. Tidak terus menerus menceritakan tentang korban dan dampak-dampak yang menyertainya melainkan menyajikan berita yang informatif, inspiratif sekaligus mengedepankan perspektif korban. Artikel-artikel yang dipilih adalah artikel yang membangkitkan semangat sekaligus bagian dari upaya untuk mengcounter berita hoax yang sempat beredar luas pasca bencana.

Observasi awal yang dilakukan, pada laman fanpage Kabar Sulteng Bangkit tidak jauh berbeda dari laman fanpage kebanyakan. Unggahan-unggahan berita didalamnya juga turut dilengkapi dengan unggahan foto dan video serta sejumlah link-link terkait. Kebijakan redaksional yang fokus pada perspektif korban dan muatan-muatan positif menjadi salah satu alasan mengapa media ini menarik untuk diteliti. Fanpage Kabar Sulteng Bangkit hingga July 2019 sudah diikuti oleh kurang lebih 11 ribu pengikut. Semenjak berjalan setiap berita yang dimunculkan di laman facebook ini terbilang mendapat repon yang cukup baik. Hal ini terbukti dari setiap artikel yang termuat setiap harinya, rata-rata dilihat sekitar dua ribu pembaca, termasuk mereka yang memberikan komentar atau hanya sekedar merespon dengan memberi tanda *likes* pada artikel yang telah dibaca.

Salah satu artikel yang sukses dilihat hampir 116,667 viewers dan mendapat 5,430 komentar adalah yang berjudul "Petunjuk dibalik asal usul nama wilayah" yang ditulis oleh Jefrianto pada periode Desember. Artikel ini sekaligus menjadi artikel pertama di halaman fanpage Kabar

Sulteng bangkit yang dibaca lebih dari 100 ribu viewer. Angka di atas menandakan bahwa eksistensi fanpage Kabar Sulteng Bangkit mulai diperhitungkan. Hal ini sangat dimungkinkan karena dominannya isu-isu humanis dan historis kebencanaan yang dikembangkan dalam pemberitaannya. Dari pengamatan pada pemberitaan di sejumlah media lokal, jarang sekali menghadirkan pemberitaan yang secara konsisten menghadirkan berita-berita dengan rujukan sejarah kebencanaan didalamnya, terlebih dalam in depth report. Fanpage Kabar Sulteng Bangkit mengawali kemunculannya justru dengan isu-isu semacam itu. Peneliti tertarik untuk mengetahui dan mengulas sejauh mana media KSB berkontribusi dalam upaya percepatan pemulihan pasca bencana di Kota Palu secara khususnya.

### **Media Sosial**

Media sosial (Facebook, Twitter, Youtube dan Flickr) dalam Nuruddin adalah keniscayaan sejarah yang telah membawa perubahan dalam proses komunikasi manusia. Proses komunikasi yang selama ini dilakukan hanya melalui komunikasi tatap muka, komunikasi kelompok, komunikasi massa, berubah total dengan perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini, khususnya internet. Perubahan tersebut akan membawa konsekuensi-konsekuensi proses komunikasi. Proses komunikasi yang terjadi membawa konsekuensi di tingkat individu, organisasi, dan kelembagaan. (2010:83)

Sementara menurut Dan Zarella (2010 : 2) bahwa pada dasarnya media sosial merupakan hasil dari perkembangan teknologi baru yang ada di internet, dimana para penggunanya bisa dengan mudah untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan membentuk sebuah jaringan di dunia virtual,

sehingga para pengguna bisa menyebarluaskan konten mereka sendiri.

Media Sosial merupakan salah satu jenis dari media siber yang bisa digunakan untuk memublikasikan konten berupa profil, aktivitas, atau pun pendapat pribadi dalam jejaring sosial di ruang siber. Untuk mendapatkan definisi yang matang mengenai media sosial, disini penulis mencantumkan beberapa definisi media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian sebagaimana dalam Nasrullah (2015:11)

1. Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang mawadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (user generated content).
2. Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerja sama (to cooperate) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
3. Boyd menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media Sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.
4. Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi

mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Meike dan Young mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu."Dari berbagai definisi atau pernyataan tersebut, penulis mengambil kesimpulan bahwa definisi media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual".

Media sosial memiliki berbagai macam jenis sesuai dengan fungsi dan konten apa yang disebarkannya, ada yang berbentuk tulisan pribadi, foto, video, dll. Namun Kaplan dan Haenlein (2010:62) membagi jenis media sosial menjadi 6, yaitu:

#### 1. Proyek Kolaborasi

Proyek kolaborasi ialah jenis media sosial ini bisa memungkinkan penggunanya untuk membuat konten secara bersama-sama. Contohnya Wikipedia, dimana setiap penggunanya bisa membuat konten, atau bisa mengubah, dan menghapus konten yang sudah ada.

#### 2. Blog

Blog merupakan jenis dari media sosial yang di dalamnya pengguna bisa mengunggah tulisan pribadinya. Blog ini bentuknya situs pribadi yang berisikan kumpulan konten yang dianggap menarik seperti tulisan keseharian dari

pengguna.3.Komunitas Konten Komunitas konten merupakan jenis media sosial yang membuat penggunanya bisa membagikan konten baik berupa tulisan, gambar, atau pun video. Contohnya Youtube yang membuat penggunanya bisa membagikan konten berupa video.

#### 3. Situs Jejaring Sosial

Situs jejaring sosial adalah jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berhubungan dengan pengguna lain dengan cara saling berinteraksi, seperti mengirimkan pesan, gambar, atau pun video. Contohnya Facebook, Instagram, Path, dan lain sebagainya.

#### 4. Virtual Game World

*Virtual Game World* ialah jenis media sosial yang membuat penggunanya untuk saling berinteraksi dengan menggunakan avatar pribadi. Setiap penggunanya bisa muncul dalam bentuk avatar dan saling berinteraksi seperti dalam dunia nyata. Contohnya game online.

#### 5. Virtual Social World

*Virtual Sosial World* merupakan jenis media sosial yang mana penggunanya bisa mensimulasikan kehidupan nyata melalui internet, dan penggunanya merasa hidup dalam dunia virtual, dan merasakan nuansa tiga dimensi.

### **Karakteristik Media Sosial**

Media Sosial merupakan salah satu jenis dari media siber, walaupun demikian antara media sosial dan media siber memiliki karakteristik yang tidak jauh berbeda. Namun dalam media sosial ada karakteristik khusus yang dimana karakteristik tersebut tidak dimiliki oleh media siber. Masih menurut Nasrullah (2015: 16) bahwa media sosial memiliki ciri khusus yang tidak dimiliki oleh media

lainnya. Adapun karakteristik media sosial diantaranya adalah:

### 1. Jaringan

Jaringan adalah sebuah teknologi seperti komputer yang berguna untuk menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi seperti jaringan diperlukan agar terjadi komunikasi antara pengguna komputer yang saling terhubung. Akan tetapi, kata jaringan telah berkembang dari yang hanya sebatas istilah yang digunakan dalam teknologi komputer menjadi istilah yang digunakan dalam kajian budaya maupun sosial.

Karakter dari media sosial adalah untuk membentuk jaringan di antara penggunanya. Walaupun pada kenyataannya antar pengguna itu saling kenal ataupun tidak kenal di dunia nyata, akan tetapi munculnya media sosial telah membentuk medium para pengguna untuk saling berhubungan melalui teknologi. Jaringan yang terbentuk ini nantinya akan menjadi sebuah komunitas atau menjadikan masyarakat yang secara sadar ataupun tidak akan memunculkan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat seperti ciri masyarakat dalam teori-teori sosial. Walaupun jaringan dalam media sosial itu terbentuk dengan adanya teknologi, akan tetapi internet hadir tidak hanya sebagai alat, tapi internet juga hadir untuk memberikan kontribusi dalam ikatan sosial di internet. Tidak heran jika Manuel Castells mengatakan bahwa “The network is the message, and the internet is the messenger”.

### 2. Informasi

Informasi menjadi bagian penting dalam media sosial, karena berbeda dengan media siber lainnya, dimana pengguna media sosial merepresentasikan identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi sesuai dengan informasi yang ada. Dalam media sosial informasi menjadi

sebuah komoditas dalam masyarakat informasi, karena informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi sehingga menjadikan informasi itu komoditas bernilai dalam bentuk baru dari kapitalisme. Informasi menjadi komoditas yang di konsumsi oleh pengguna media sosial, karena komoditas tersebut dibentuk oleh antarpengguna itu sendiri dengan cara memproduksi dan mendistribusikannya. Dari kegiatan konsumsi tersebut maka antarpengguna media sosial telah membentuk sebuah jaringan yang secara sadar maupun tidak telah menjadi institusi masyarakat berjejaring.

### 3. Arsip

Arsip menjadi bagian penting dalam media sosial, karena arsip ini yang akan menjadikan sebuah informasi tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Sebagai contoh dari setiap informasi yang diunggah ke Facebook, informasi tersebut tidak akan hilang dan akan terus tersimpan, sehingga mudah untuk diakses kembali. Banyak informasi yang bisa diakses di media sosial, mulai dari data pribadi pengguna, kumpulan foto pengguna, lokasi mana saja yang pernah dikunjungi oleh pengguna, hingga siapa saja orang yang berteman dengan pengguna di media sosial.

Inilah kekuatan media sosial, sebagai salah satu jenis dari media siber, yang tidak hanya membentuk jaringan antar pengguna, tapi juga memberikan informasi serta memiliki arsip untuk diakses dengan mudah. Hadirnya media sosial memberikan banyak akses dan penyimpanan untuk setiap penggunaannya. Pengguna media sosial tidak hanya memproduksi dan mengonsumsi informasi, tapi juga informasi tersebut telah menjadi sebuah dokumen yang tersimpan. Tidak salah rasanya jika media sosial dianggap sebagai ruang perpustakaan yang bersifat virtual.

#### 4. Interaksi

Karakter dasar media sosial adalah untuk membentuk jaringan bagi antar pengguna. Jaringan tersebut tidak hanya untuk mendapatkan pertemanan atau pengikut saja, tapi juga harus membangun interaksi antar pengguna. Di media sosial interaksi yang sering terjadi biasanya berbentuk saling memberikan tanda atau mengomentari, misalnya tanda jempol „Like“ di Facebook. Atau bisa juga sebuah video yang diunggah ke Youtube bisa jadi mendapatkan komentar yang banyak, dan komentar tersebut tidak hanya dari pengunjung Youtube saja, bisa juga melalui media sosial lainnya, karena bisa jadi video tersebut dibagikan, baik ke media sosial, situ pribadi, atau melalui broadcast dari aplikasi pesan seperti Blackberry Messenger.

Gane dan Beer dalam Nasrullah (2015: 28) menyatakan bahwa interaksi merupakan proses yang terjadi di antara pengguna dan perangkat teknologi. Kehadiran teknologi dan perangkatnya telah menjadikan bagian yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari, bahkan telah menjadi semacam apa yang disebut *digital technologies have become integral parts of our everyday live*”

#### 5. Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium guna berlangsungnya aktivitas masyarakat dalam dunia virtual. Seperti layaknya masyarakat di sebuah negara, di media sosial pun terdapat aturan serta etika yang mengikat penggunanya. Aturan tersebut ada bisa karena teknologinya atau pun muncul karena interaksi di antara sesama pengguna. Untuk memahami makna simulasi, bisa ditelusuri dari karya Jean Baudrillard, *Simulations and Simulacra*. Baudrillard mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang real di benak khalayak semakin

berkurang dan tergantikan dengan realitas semu.

Kondisi ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terus-menerus. Khalayak seolah-olah tidak bisa membedakan antara yang nyata dan yang ada di layar. Khalayak seolah-olah berada di antara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas.

Untuk menjelaskan bagaimana konsep simulakra ini terjadi di media sosial, apa yang digambarkan oleh Tim Jordan bisa menjadi contoh awal. Ketika berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui antarmuka (interface) di media sosial, pengguna harus melalui dua kondisi. Pertama, pengguna harus melakukan koneksi untuk berada di ruang siber. Koneksi ini merupakan prosedur standar yang harus dilakukan oleh semua pengguna ketika memanfaatkan media sosial, yakni log in atau masuk ke dalam media sosial dengan sebelumnya menuliskan nama pengguna (username) serta kata kunci (password).

Semua fasilitas baru bisa diakses ketika pengguna telah melakukan log in dan sebaliknya pengguna, contohnya, tidak bisa berkomunikasi melalui fasilitas pesan di Facebook kepada jaringan teman-temannya ketika telah log out. Inilah apa yang disebut Jordan sebagai “their own individualised place”. Kedua, ketika berada di media sosial, pengguna kadang melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus mengarahkan bagaimana individu tersebut mengidentifikasi atau mengonstruksi dirinya di dunia virtual. Pengguna Facebook harus memasukan informasi dirinya, seperti nama, tempat tanggal lahir, pendidikan, dan hobi. Informasi ini tidak hanya bisa diakses oleh si memiliki akun, tetapi juga bisa dibaca oleh

semua orang yang terkoneksi ke situs jejaring sosial. Kondisi ini pun bisa menyertakan prasyarat pertama bahwa setiap khalayak yang ingin menjadi pengguna di media sosial diberikan semacam formulir digital untuk diisi dengan identitas dirinya untuk mendapatkan akun di media sosial. Identitas, terlepas dari palsu atau tidak, itulah yang akan menjadi entitas baru atau “seseorang” di dunia virtual nantinya.

#### 6. Konten Oleh Pengguna

Karakteristik selanjutnya dari media sosial adalah konten oleh pengguna atau yang lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa dalam media sosial, penggunaannya tidak hanya memproduksi konten tetapi juga mengonsumsi konten yang juga diproduksi oleh pengguna lainnya. Ini yang menjadikan kata kunci bagi media sosial sebagai media baru dan teknologi dalam Web 2.0. Kehadiran teknologi memungkinkan terjadinya produksi dan sirkulasi konten yang bersifat massa atau dari pengguna. Contoh di Youtube, media sosial yang memiliki konten video yang dimana pengguna diberikan fasilitas untuk membuat kanal atau channel sendiri. Kanal tersebut dimiliki oleh setiap pengguna, dimana pengguna bisa mengunggah video berdasarkan kategori atau pun jenis yang sesuai dengan kontennya.

#### 7. Penyebaran

Penyebaran adalah karakter lainnya dari media sosial yang mana ini juga merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa pengguna di media sosial itu aktif dalam menyebarkan konten bahkan mengembangkannya. Maksud dari pengembangan adalah konten yang didapatkan seperti komentar misalnya, tidak hanya sekedar opini semata tapi ada data dan

fakta terbaru. Penyebaran konten di media sosial bisa dilihat dalam dua jenis. Pertama, penyebaran melalui konten.

Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh pengguna tapi juga didistribusikan oleh pengguna lainnya. Uniknya konten yang didistribusikan tidak hanya pada sebatas apa yang telah diunggah dan konten yang disebar itu bisa berkembang melalui data tambahan, revisi, komentar, dan lain sebagainya. Kedua, penyebaran melalui perangkat. Di media sosial, penyebaran melalui perangkat ini bisa terlihat dari bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk menyebarkan luaskan konten, misalnya dengan adanya tombol „share“ di Youtube yang berguna untuk menyebarkan konten video, baik ke media sosial lainnya maupun ke media siber lainnya.

#### 8. Participation

Media sosial mendukung penuh kontribusi dan feedback dari setiap orang yang tertarik. Dukungan ini membuat hubungan antar media dan audiens menjadi kabur.

#### 9. Openess

Sebagai dasar media sosial terbuka untuk feedback dan partisipasi. Hal ini memungkinkan dilakukan voting, pemberian komentar dan berbagi informasi. Jarang sekali ada halangan dalam mengakses dan membuat konten di dalam media sosial.

#### 10. Conversation

Ketika media tradisional mengedepankan broadcast (transmisi dan distribusi pesan kepada audience) media sosial justru melihat komunikasi sebagai percakapan dua arah.

#### 11. Community

Media sosial memungkinkan komunitas untuk berkomunikasi secara tepat dan efektif. Komunitas juga dapat berbagi

common interest, seperti kesukannya terhadap fotografi, politik, dan TV show.

## 12. Connectedness

Sebagian besar media sosial memungkinkan penggunaanya untuk berhubungan dengan siapapun.

## Bencana dan Media

Bencana adalah sebuah istilah yang merujuk pada banyak hal. Cukup sulit mencari definisi yang tepat untuk bencana. Untuk memperdalam pemahaman, berikut ini beberapa definisi mengenai bencana yang dikutip dalam Adiputra (2016: 15)

1. *A disaster (from Greek meaning, "bad star") is a natural or man-made event that negatively affects life, property, livelihood or industry often resulting in permanent changes to human societies, ecosystems and environment. Disasters manifest as hazards exacerbating vulnerable conditions and exceeding individuals' and communities' means to survive and thrive*
2. *A serious disruption of the functioning of a community or a society causing widespread human, material, economic or environmental losses which exceed the ability of the affected community or society to cope using its own resources.*
3. *A condition in which an information resource is unavailable, as a result of a natural or man-made occurrence, that is of sufficient duration to cause significant disruption in the accomplishment of agency program objectives, as determined by agency management*
4. *Events that are relatively sudden, highly disruptive, time limited*

*(although the effects may be longer lasting) and public (affecting children from more than one family). A disaster may be due to: 1) Natural causes, such as a hurricane or an earthquake. 2) A failure of technology, such as and airplane crash or the collapse of a bridge. 3) An act of human violence*

5. *a manifestation of an interaction between extreme physical or natural phenomena and a vulnerable human group that results in general disruption and destruction, loss of life and livelihood and injur.*

## Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus untuk mengurai permasalahan penelitian ini, yaitu mengenai penggunaan media sosial dalam upaya pemulihan pasca bencana. Akun media sosial yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah Fanpage Kabar Sulteng Bangkit (KSB) pada media sosial Facebook. Data didapatkan melalui observasi dan wawancara dengan *admin* dan tim pengelola Fanpage Kabar Sulteng Bangkit. Data yang didapatkan kemudian direduksi dan dikategorikan sesuai dengan permasalahan penelitian, yaitu pemanfaatan media sosial dalam upaya pemulihan pasca bencana.

## Hasil dan Pembahasan

Aliansi Jurnalistik Indonesia (AJI) AJI-Indonesia, AJI-Palu dan Internews berinisiasi meluncurkan Kabar Sulteng Bangkit (KSB) atau The News of Central Sulawesi yang dirilis pada 22 November 2018 sebagai inisiatif untuk membantu mengisi kesenjangan informasi ini, menyediakan saluran untuk menghasilkan

pertanyaan dan umpan balik masyarakat, dan mendukung pemulihan media lokal. Berita pertama yang diterbitkan adalah "Tetap Ceria di Hari Anak".

Tim editorial yang terlibat adalah satu editor dari AJI Indonesia, satu editor dari AJI Palu, satu admin Halaman Facebook dari AJI Palu dan tujuh jurnalis aktif, aktivis dan juga mahasiswa yang menulis untuk KSB. Artikel atau berita di KSB harus fokus pada kebijakan editorial termasuk untuk esai foto dan video pendek yaitu: mengeksplorasi cerita yang lebih inspiratif, mengeksplorasi kearifan lokal, terutama yang terkait dengan pesan mitigasi bencana; cerita yang diangkat menggunakan perspektif korban; cakupannya peka gender, dan tidak mengaitkan bencana dengan masalah SARA, terutama agama.

Kabar Sulteng Bangkit telah berhasil berkolaborasi dalam berbagi informasi dengan sejumlah organisasi seperti Palang Merah Indonesia, Save the Children, Katadata, ERCB - Pengembangan Kapasitas Tanggap Darurat Konsorsium, Nebula FM Radio, Recover Radio dan dua televisi lokal: Palu TV dan Radar TV.

Semua konten yang dihasilkan dan dibagikan melalui halaman ini akan mengikuti kebijakan editorial yang jelas tentang informasi dan komunikasi kemanusiaan. Ini akan menekankan perlunya informasi yang secara langsung menginformasikan keputusan anggota masyarakat sendiri, termasuk di mana mengakses bantuan dan layanan, cara merawat dan mendukung diri mereka sendiri dan anggota keluarga mereka, dan kebijakan, rencana, serta masalah yang mempengaruhi upaya bantuan dan pemulihan. Ini akan menempatkan semua informasi dalam konteks untuk

memungkinkan pemahaman dan pengambilan keputusan. Tidak hanya menekankan pada nilai-nilai berita sensasi dan krisis yang muncul.

Konten yang dihasilkan dan dibagikan di halaman Facebook sudah termasuk pembaruan dari lembaga pemerintah dan LSM kemanusiaan tentang penyediaan dan layanan bantuan, termasuk skala, lokasi, dan kelayakan. Pengumpulan liputan media lokal yang relevan dengan media nasional dan provinsi. Informasi ataupun cerita yang ditugaskan kepada jurnalis lokal yang menyediakan konteks untuk bantuan masyarakat, pemulihan, rehabilitasi dan juga upaya-upaya rekonstruksi, mengakses berbagai sumber resmi setempat, kemanusiaan, masyarakat sipil, dan sumber-sumber masyarakat lainnya. Mengumpulkan rumor dan berita hoax, menggantinya dengan informasi yang diverifikasi dan bersumber resmi untuk melawan rumor dan hoax tersebut. Termasuk mengumpulkan pertanyaan dan umpan balik yang sering atau mendesak dari komunitas yang terkena dampak.

Penelitian ini mengulas bagaimana KSB berkontribusi sebagaimana perannya sebagai bagian dari *new media*. Dalam hal ini terdapat tiga unsur utama yang menjadi yang coba diketengahkan guna mempertegas bagaimana KSB melakukan perannya dalam melaksanakan tugas-tugas jurnalistik.

### **Pemilihan Platform**

Menggunakan platform yang mendominasi di masyarakat kemudian mengemasnya dengan sajian berita yang sarat isu kebencanaan, menjadi sisi menarik dari fanpage Kabar Sulteng Bangkit (KSB). Facebook salah satu bentuk dari media baru memang memiliki keunggulan dari sisi

pengguna yang terbilang paling besar sehingga memungkinkan halaman fanpage diikuti oleh banyak orang. Hal ini yang dimanfaatkan oleh KSB dengan maksud jangkauan KSB dapat meluas dan dapat diakses oleh semua warga secara lebih maksimal.

Dipilihnya fanpage sebagai pilihan platform dalam penggunaan media, dianggap sebagai pilihan yang paling realistis saat itu. Bukan saja karena faktor pendanaan yang minim dan fanpage dinilai bisa dikelola dengan semaksimal kemampuan finansial penyokong saat itu, melainkan karena fanpage facebook dipandang mampu “bekerja” baik dalam menjangkau khalayak yang dituju saat itu. Hal ini sebagaimana didasarkan sejumlah fakta bahwa facebook adalah media sosial dengan tingkat pengguna terbanyak yang memungkinkan halaman atau fanpage berpeluang efektif.

Platform fanpage facebook menjadi pilihan yang tak disangkah setelah peluncurannya mendapat respon yang cukup baik dari masyarakat. KSB melihat bahwa indikasi dari respon baik tersebut tidak lain adalah pemilihan platform yang tepat. Apalagi keunggulan facebook dengan jumlah pengguna terbanyak didasarkan dari berbagai hasil survey. Salah satunya survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016 yang lalu, bahwa facebook menempati urutan pertama konten media sosial yang paling sering dikunjungi yakni 54 persen atau 71,6 juta pengguna. Platform Facebook yang dipilih menghadirkan satu ketertarikan tersendiri oleh pembaca. Banyak yang beranggapan bahwa belum banyak atau mungkin masih belum pernah ada utamanya di Kota Palu maupun Sulawesi Tengah yang secara intens

berbicara tentang kebencanaan, ditambah KSB hadir di saat yang tepat di masa-masa pemulihan bencana sehingga kehadirannya bukan saja untuk menginformasikan, tetapi juga untuk menyemangati, sekaligus membuat pembaca pada akhirnya mampu mengambil keputusan dalam pemilihan media yang dikonsumsinya. Berdasarkan hasil penelitian dari wawancara yang dilakukan kepada salah satu tim editor bahwa dengan platform ini tim redaksi juga diuntungkan dari sisi respon. Mereka memiliki kemudahan untuk langsung melihat umpan balik dari pembaca atau pengikut. Umpan balik baik berupa *likes*, *comment*, atau pun *share*. Umpan balik pembaca tidak semata-mata merespon atas berita yang sudah dibaca tetapi sering kali ikut menginformasikan tentang berbagai hal terkait dengan kepentingan ataupun kebutuhan mereka. Tidak jarang umpan balik sering dijadikan isu baru sebagai bahan pemberitaan selanjutnya.

### **Kebijakan Redaksional**

Kerja jurnalistik tidak dapat dipisahkan dari kebijakan redaksi. Kebijakan redaksi seyogyanya menjadi acuan untuk menjalankan fungsi media di lapangan. Kebijakan yang diambil oleh KSB tidak terlepas dari tujuan utama dihadapkannya KSB itu sendiri, yakni memastikan kehadiran informasi kebencanaan yang akurat di masyarakat. Mengingat di situasi pasca bencana, penting untuk memastikan bahwa masyarakat selaku korban dan terdampak bencana mendapatkan akses informasi yang tepat dan positif. Mengapa tepat dan positif. Karena seringkali sejalan dengan pemulihan masyarakat pasca bencana, maka beragam interpretasi kemudian muncul berkaitan dengan informasi kebencanaan tadi. Terkadang interpretasi yang muncul di

tengah masyarakat tersebut, justru tidak serta merta sejalan dengan proses pemulihan yang dilakukan baik oleh pemerintah maupun oleh masyarakat itu sendiri. Hal ini berujung pada kekeliruan interpretasi bahkan menimbulkan dominasi kepercayaan pada pemberitaan yang sifatnya hoaks. KSB ingin ikut mengcounter hal-hal semacam itu. KSB merasa perlu untuk berbuat sesuatu yang positif sebagai sebuah *Immediately Media Response* di tengah situasi pemulihan pasca bencana di Kota Palu khususnya. Respon cepat yang dilakukan KSB kala itu termasuk untuk membantu sejumlah jurnalis lokal yang akses terhadap pekerjaannya masih terhambat akibat bencana.

Kabar Sulteng Bangkit artinya bagaimana masyarakat Sulawesi Tengah dan Kota Palu khususnya memiliki kemampuan dan keberanian untuk kembali bangkit setelah bencana melanda. KSB berusaha hadir untuk menyemangati dengan berita atau informasi-informasi yang menginspirasi dan positif. Hal tersebut menjadi penekanan sejak awal hadirnya KSB adalah untuk membawa perubahan positif pada masyarakat melalui pemberitaan yang baik dan tepat di situasi bencana.

Masih terkait kebijakan redaksi yang memang menjadi patron utama dalam dapur media, dari hasil penelitian diketahui bahwa kebijakan redaksional media apapun pada dasarnya tidak beranjak dari cerminan kode etik jurnalistik. Namun dalam situasi bencana, ada beberapa hal lain yang harus diikuti dalam setiap peliputan sebagai bagian dari kebijakan itu sendiri termasuk perspektif kebencanaan. Perspektif kebencanaan yang selayaknya harus dimiliki oleh wartawan dalam setiap peliputan terkait bencana. Jurnalisme bencana pada dasarnya terbagi dalam tiga

hal besar, peliputan pra bencana peliputan bencana dan peliputan pasca bencana. Peliputan pra bencana dicontohkan dengan lebih banyak memberi informasi dengan muatan unsur literasi bencana, ataupun mitigasi kebencanaan, sejarah maupun kearifan lokal setempat. Ketiga hal tadi yang kemudian menjadi patron KSB dalam peliputan rutinnnya, yang dipercaya oleh KSB masih sangat minim diberitakan secara berkesinambungan oleh media-media lokal. Terlebih dalam hal “perspektif korban” terkait kebutuhan ataupun hak-hak dasar yang porsinya seringkali sedikit dalam pemberitaan media.

Hal-hal yang prinsip tersebut yang kemudian menjadi gambaran besar berita-berita yang dimunculkan di KSB. Memungkinkan orang-orang yang selama ini tidak mempunyai akses untuk berbicara kepada media memiliki kesempatan untuk bersuara. Mengingat pasca bencana, setiap korban tentunya memiliki pengalaman dan kebutuhan yang berbeda antara satu dan lainnya, maka kebutuhan inilah yang harus disuarakan kepada pemerintah maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan. Berbicara tentang perspektif korban pun, tidak terlepas dari beragam pengalaman bencana yang juga turut dihadirkan di fanpage KSB. Kisah-kisah inspiratif yang kerap menjadi topik di KSB salah satunya adalah untuk menularkan semangat berbagi sebab di awal-awal pasca pemulihan bencana, pemerintah seringkali dianggap belum maksimal menjalankan fungsinya terhadap hak-hak korban. “Kekosongan” negara inilah yang dianggapnya dapat diisi oleh masyarakat sipil lainnya untuk berempati. Tampak jelas, bahwa kebijakan redaksi KSB menjadi patron utama dalam proses memproduksi suatu berita. Prinsip-prinsip yang menjadi

kesepakatan editorial nantinya yang akan memberi batasan bagi semua tim untuk bekerja sekaligus menjadi acuan atas karya jurnalistik yang dihasilkan. Lebih lanjut, Kebijakan redaksional juga bergerak lebih jauh dalam hal jurnalisme warga. KSB membuka peluang yang besar bagi siapa saja yang mau berkontribusi dalam pemberitaan. Kebijakan ini diambil selain untuk mencover luasnya wilayah Pasigala yang terdampak bencana dan akses internal KSB menjangkau itu masih minim maka kehadiran jurnalisme warga dianggap mampu memberi solusi untuk memperkaya informasi kebencanaan di KSB. Meski begitu, proses penyaringan dan editing tetap dilakukan secara ketat. Kaidah-kaidah jurnalistik sebagaimana tuntutan kode etik tetap menjadi patokan dalam kerja redaksi.

### **Pemilihan Konten**

Konten adalah hal yang sulit dipisahkan dari berita, sebagai produksi media, konten berita harus menjadi perhatian utama. Termasuk KSB. Konten dipercaya sebagai salah satu kekuatan dan daya tariknya. Penggunaan platform yang tepat disertai konten yang baik mutlak membuat KSB mendapat tempat tersendiri di hati pembacanya. Dari hasil pengamatan yang dilakukan peneliti. Konten berita KSB senantiasa disesuaikan dengan perkembangan situasi pasca bencana yang sedang terjadi. Setiap isu yang dikembangkan dalam berita tidak berhenti di satu kesempatan saja, melainkan terus menerus diperbaharui kembali informasinya.

Isu kebencanaan menjadi ruh dari konten pemberitaan di KSB. Inilah yang dipandang belum dipotret secara maksimal oleh media lokal dalam platform apapun. Isu-isu kebencanaan bukan hanya sekadar berbicara kejadian, korban ataupun kerugian

semata. KSB menghadirkan nuansa baru dalam pemberitaan kebencanaan di Sulteng saat ini.

Konten yang dikemas baik dan disesuaikan dengan kebutuhan informasi warga pada akhirnya mampu mendongkrak jumlah pembaca pada fanpage ini. KSB dinilai juga sangat detail dalam mengungkap fakta dari setiap pemberitaan. Berita terkait literasi bencana diulas dari berbagai sumber kesejarahan dan sumber-sumber lain maupun dalam bentuk kajian literatur. Masih ditambah dengan tehnik penulisan yang baik dan selalau memperbaharui isu-isu kebencanaan yang aktual. Dari penelusuran pada halaman fanpage KSB, terdapat sejumlah isu umum yang menjadi muatan ratusan berita di KSB. Sebagai contoh isu mitigasi bencana, sejumlah judul yang pernah diterbitkan diantaranya; “Mitigasi Bencana Harus Dimulai dari Diri Sendiri”, “Teluk Palu Rawan Tsunami”, Peringatan Dini Tsunami Hendaknya Berbasis Kearifan Lokal” atau “Peta Zona Rawan Bencana Sudah Diterbitkan”. Isu-isu mitigasi bencana yang dikembangkan dalam pemberitaan KSB tidak lain adalah untuk membangun kesadaran dan kesiapan masyarakat atas bencana di wilayah mereka.

Selain itu berita-berita bertema sejarah dan kearifan lokal juga mendapat tempat tersendiri di hati pembaca. Judul berita seperti “Petunjuk Asal Usul Nama Wilayah Bag”, “81 Tahun lalu Tsunami Juga Luluh Lantahkan Teluk Palu, “Burung Seko; Burung Pembawa Kabar,”. Isu lain yang juga tak kalah banyak dibaca adalah berita yang mengangkat kisah-kisah mengharukan dan menginspirasi. Kisah yang menceritakan bagaimana warga penyintas korban bencana berusaha bangkit meski tanpa bantuan pemerintah ataupun kisah mereka yang bertahan dengan segala

keterbatasan. Diantaranya “Berbagi Cerita Pedih di Salat Idul Fitri”, “Saat Herson Memilih Membuat Huntara Sendiri,” Denisa, Bocah yang memulihkan Jekonomi keluarga”, dan berbagai kisah inspiratif lainnya. Adapun berita yang cukup banyak dicari juga yang berkonten pemenuhan hak hidup penyintas ataupun korban. Beberapa diantaranya seperti “Walikota Bakal Tolak Jadup Jika Hanya Pengungsi Di Huntara”, “Antusias Mengecek Data”, Dana Stimulan Tahap Dua Segera Dibayarkan”, dan “Data Penerima Stimulan Dievaluasi Kembali.”.

## **Kesimpulan**

Salah satu aspek yang menarik untuk didiskusikan adalah ketika bencana hadir di dalam kaca mata media. Pada dasarnya seluruh laporan yang berkaitan dengan bencana ketika hadir di dalam pesan media sebenarnya merupakan bentuk interpretasi. Sejalan dengan pemulihan masyarakat pasca bencana, berbagai interpretasi kemudian muncul berkaitan dengan bencana. Keberagaman interpretasi yang muncul di media tentu saja tidak salah. Sayangnya, interpretasi bencana di media seringkali justru tidak sejalan dengan proses pemulihan pasca bencana yang dilakukan oleh pemerintah maupun masyarakat, termasuk informasi-informasi yang tidak berpihak pada perspektif korban bahkan yang sifatnya dapat menyesatkan pemahaman masyarakat.

KSB menggiring ‘dirinya’ untuk menjadi rujukan dari pemberitaan bencana. Tidak sebatas dan berhenti pada penggambaran bagaimana kronologis bencana terjadi, seberapa banyak jumlah korban, sebesar apa kerugian, siapa saja yang terdampak, bagaimana bantuan dan sebagainya. Tetapi konsisten mengkomunikasikan informasi yang

bencana yang ditelaah dari banyak aspek. KSB mencoba membangunkan pemahaman literasi bencana dalam wacana berfikir masyarakat.

Dilihat dari aspek platform yang dipilih. KSB dipandang memiliki kemampuan dalam menyeleksi penggunaan teknologi yang tepat. Facebook dengan jumlah pengguna nomor satu sekaligus dianggap sebagai salah satu media sosial yang difavoritkan mampu dimanfaatkan menjadi media berbagi informasi. Facebook memungkinkan informasi yang dibagikan semakin meluas. Selain itu dari aspek konten berita yang fokus pada kebencanaan, adalah isu hangat di wilayah pasca bencana. Konten yang dipilih sekaligus untuk membendung rasa penasaran masyarakat terkait apa yang sebenarnya terjadi di wilayah mereka.

Dari isu yang diangkat, konten kebencanaan dikemas untuk membuka mindset masyarakat tentang seperti apa bencana itu, bahwa bencana bukan terjadi karena kebetulan. KSB melalui pemberitaan-pemberitaannya secara tidak langsung mengajak masyarakat peduli akan kebencanaan sekaligus memahami bencana dalam konteks yang lebih komprehensif dan luas. Masyarakat yang selama ini belum paham bahwa bencana yang terjadi di wilayah mereka adalah bagian dari sebuah sejarah dan memiliki nilai historis tersendiri, menjadi lebih aware terhadap sejarah. Masyarakat yang tidak pernah mengetahui bahwa banyak kearifan lokal daerah yang sebenarnya bagian dari pengetahuan mitigasi bencana. Hal-hal yang selama ini mungkin hanya dibahas sebatas kajian akademik dan belum menyentuh pada ranah publik lewat publikasi media, kini bisa ditemui di KSB.

Konten lainnya melalui berbagai tulisan feature, mengajak pembaca dalam

hal ini masyarakat untuk lebih berempati melihat bencana. Masyarakat tidak diajak untuk bersedih kembali melainkan diajak untuk saling peduli sekaligus saling member semangat. Lewat beberapa sosok inspiratif yang dituangkan dalam feature di KSB, adalah mereka yang mampu bangkit mampu kembali bekerja dan beraktifitas dengan segala keterbatasan yang ada. Memperlihatkan kepada pembaca dan membiarkan pembaca merasakan energi dan semangat positif yang di miliki oleh orang-orang tersebut.

Ada kontrol yang dipegang oleh KSB sebagai media untuk memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa bencana pun adalah sesuatu yang bisa dipelajari, kemudian diantisipasi melalui berbagai hal. KSB secara tidak langsung pun mengajak masyarakat untuk bijak dan pandai memilah informasi kebencanaan. Maka setiap media dalam menjalankan perannya harus mampu berkontribusi secara baik dan berdayaguna bagi masyarakat.

### **Daftar Pustaka**

- Adipura, Wisnu Martha. 2008. Litetasi Media dan Interpretasi Bencana. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 11 (23), 1-17.
- M. Kaplan dan Michael Haenlein, 2010. *Users of the world, unite The challenges and opportunities of Social Media*, Business Horizons
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. 2015. Simbiosis Rekatama Media. Bandung
- Zarella, Dan, 2010. *The Social Media Marketing Book*, Canada: O'Reilly Media.