

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA
EDUKASI KEBENCANAAN**

*(Studi terhadap BPBD, Badan Penanggulangan Bencana Daerah
Yogyakarta)*



**Diajukan kepada
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu**

Oleh:
TAOFIK ROHMAN
NIM: 14210077

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2021



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-182/Un.02/DD/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA EDUKASI KEBENCANAAN
(Studi terhadap BPBD, Badan Penanggulangan Bencana Daerah Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : TAOFIK ROHMAN
Nomor Induk Mahasiswa : 14210077
Telah diujikan pada : Rabu, 26 Januari 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
SIGNED

Valid ID: 61f3662962be3



Penguji I
Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 61f3296661f25



Penguji II
Seiren Ikhtiara, M.A.
SIGNED

Valid ID: 61f35222ce254



Yogyakarta, 26 Januari 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 61f397be371fa

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Taofik Rohman

NIM : 14210077

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul "PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA EDUKASI KEBENCANAAN (Studi terhadap BPBD, Badan Penanggulangan Bencana Daerah Yogyakarta)" adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 19 Januari 2022

Yang menyatakan,



Taofik Rohman
NIM. 14210077



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax (0274) 552230
E-mail : fdk.uin-suka.ac.id. Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr, wb

Setelah membaca, meneliti, memberi petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Taofik Rohman

NIM :14210077

Judul Skripsi : **Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi Kebencanaan (Studi terhadap BPBD, Badan Penanggulangan Bencana Daerah Yogyakarta)**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap bahwa skripsi ini segera di munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 19 Januari 2022

Ketua Program Studi

Nanang Mizwar H. S. Sos. M.si

NIP: 198440307 201101 1 013

Mengetahui

Dosen Pembimbing Skripsi

Dr. H. Akhmad Rifai, M.Phil.

NIP: 19600905 198603 1 006

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah *subhanahu wa ta'ala* dan terima kasih atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta akhirnya tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Ibu dan Bapak tercinta, Ibu Muslikha dan Bapak Tono, yang tidak henti-hentinya mendo'akan yang terbaik, selalu memberikan kasih sayang, motivasi dan dukungan yang luar biasa sampai saat ini. Terimakasih atas segala perhatian dan kebaikan yang telah diberikan yang tiada tara.

Teruntuk Istri Saya, Umi Alfiah, yang selalu mendo'akan serta mendukung agar skripsi ini selesai dengan baik.

Almamater tercinta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN MOTTO

"فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا"

"Maka sesungguhnya, bersama kesulitan itu ada kemudahan.." (Q.S. Al-Insyirah, Ayat 5)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur kepada Allah SWT. Alhamdulillah berkat rahmat, taufiq, dan hidayah Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar sesuai dengan yang diharapkan. Selanjutnya sholawat beserta salam senantiasa tetap tercurahkan teruntuk Nabi Agung Muhammad SAW. seseorang yang patut kita teladani akhlaqnya sampai datangnya hari kiamat. Semoga kita semua dapat mengikuti teladan beliau, aamiin.

Skripsi ini merupakan wujud karya terakhir saya sebagai mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tiada kebahagiaan yang terkira kecuali akhir dari sebuah proses dan perjuangan yang berbuah manis. Tidak berhenti di sini, semoga saya dapat menjadi tauladan dalam kehidupan beragama, bermasyarakat dan bernegara, aamiin. Penulisan tugas akhir ini tidak mungkin dapat penulis selesaikan sendiri tanpa banyak bantuan dari pihak lain selain diri sendiri. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

3. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos, M.Si. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini terselesaikan.
5. Bapak Saptoni, S.Ag., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu mengarahkan, membimbing penulis selama menempuh pendidikan, meluangkan waktu, dan memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.
7. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Keluargaku tercinta yang sabar mendidik, menyayangi, memberikan cinta, menasehati, memberikan doa, motivasi, dukungan secara moril maupun materil, dan kasih sayang yang terbaik.
9. Terima kasih untuk sahabat-sahabatku, Dedi Kayung, Yahya Muzaki, Slamet Riyadi, Azka, Adi Suciadi yang selalu menghibur, membantu, dan mendukung saya selama ini.
10. Terima kasih untuk teman-teman prodi Komunikasi Penyiaran Islam, serta seluruh teman KPI 2014 yang memberikan semangat selama ini.

11. Untuk istriku tercinta, Umi Alfiyah yang selama ini selalu mendo'akan, memberikan support dan menemani di kala suka dan duka. Terima kasih sudah menjadi wanita terbaik dalam hidup dan menjadi wanita hebat bagi anak kita.
12. Semua pihak yang turut berjasa, hingga terselesaikannya skripsi ini tidak mungkin penyusun sebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini masih banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 04 Januari 2022

Hormat Saya,

Taofik Rohman

NIM 14210077

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Perkembangan media online sangat besar manfaatnya dalam penyebaran informasi. Media online menjadi salah satu media mainstream yang kini menjadi sebuah alat untuk mendapatkan informasi karena kemudahannya. Manfaat internet sebagai media informasi tidak hanya dimanfaatkan oleh masyarakat konsumen. Berbagai bidang usaha pun mulai bertransformasi menggunakan media online sebagai sarana penyebaran informasi, begitu pun dengan pemerintah. Dengan memanfaatkan media online pemerintah bisa mensosialisasikan kebijakan dan menyebarkan informasi penting dengan mudah dan lebih luas.

Penelitian ini penulis beri judul *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi Kebencanaan (Studi Terhadap BPBD, Badan Penanggulangan Bencana Daerah Yogyakarta)*. Berdasarkan fenomena media sosial yang menjadi primadona media informasi saat ini, penelitian ini akan menjelaskan bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi kebencanaan oleh BPBD DIY. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah content analysis dengan pendekatan penelitian kuantitatif, dengan hasil akhir berupa kata-kata tertulis.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penayangan konten edukatif dalam akun @bpbd_diy masih cukup sedikit dan jarang. Hal itu dapat dilihat dari jumlah konten edukatif yang diunggah. Dalam kurun waktu satu bulan hanya terdapat empat sampai lima konten edukatif yang diunggah. Kebanyakan postingan edukasi kebencanaan yang diunggah oleh akun @bpbd_diy dalam kurun waktu dua bulan, yaitu Maret dan April 2021 adalah edukasi mengenai Covid-19. Dari sembilan materi edukasi kebencanaan, lima diantaranya memuat edukasi terkait vaksinasi Covid-19 dan pentingnya menjaga dan menerapkan protokol kesehatan dalam kehidupan sehari-hari.

Dari jenis-jenis informasi edukatif yang ditelaah, bisa disimpulkan bahwa mayoritas jenis konten edukatif yang diunggah oleh akun @bpbd_diy adalah konten edukatif mengenai kiat atau tips. Selain itu meski sudah memiliki pengikut akun sejumlah belasan ribu, namun jumlah interaksi khususnya dalam konten edukatif masih sangat minim. Hal itu bisa dilihat dari jumlah like dan komen yang sedikit.

Kata Kunci: Instagram, edukasi, bpbd

Abstract

The development of online media is very useful in disseminating information. Online media is one of the mainstream media which has now become a tool to get information because of its convenience. The benefits of the internet as a medium of information are not only used by the consumer community. Various business fields have begun to transform using online media as a means of disseminating information, as well as the government. By utilizing online media, the government can disseminate policies and disseminate important information easily and more widely.

This research is entitled The Use of Social Media as a Disaster Education Facility (Study of BPBD, Yogyakarta Regional Disaster Management Agency). Based on the phenomenon of social media which is the prima donna of information media today, this study will explain how the use of social media as a means of disaster education by BPBD DIY. The type of research used in this research is content analysis with a qualitative research approach, with the final result in the form of written words.

The results of this study indicate that the distribution of educational content in the @bpbd_diy account is still quite few and rare. This can be seen from the amount of educational content uploaded. Within a month there are only four to five educational content uploaded. Most of the disaster education posts uploaded by the @bpbd_diy account within two months, namely March and April 2021, are education about Covid-19. Of the nine disaster education materials, five of them contain education related to Covid-19 vaccination and the importance of maintaining and implementing health protocols in daily life.

From the types of educational information reviewed, it can be concluded that the majority of the types of educational content uploaded by the @bpbd_diy account are educational content regarding tips or tips. In addition, even though they already have tens of thousands of account followers, the number of interactions, especially in educational content, is still very minimal. This can be seen from the small number of likes and comments.

Keyword: Instagram, Education, BPBD

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
D. Kajian Pustaka	7
E. Kerangka Teori	11
F. Sistematika Penulisan	38
BAB II	40
METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Analisis Penelitian.....	40
B. Populasi dan Sampel	41
C. Sumber Data.....	42
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Instrumen Penelitian	44
F. Analisis Data	45
G. Validitas dan Reliabilitas	46
BAB III	50
BADAN PENANGGULANGAN BENCANA DAERAH YOGYAKARTA	50
A. BPBD DIY	50

B. PUSDALOPS	50
C. VISI dan MISI BPBD DIY	52
D. Tujuan, Sasaran dan Strategi.....	54
BAB IV	56
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA EDUKASI	
KEBENCANAAN	56
A. Akun Instagram @bpbd_diy	56
B. Analisis Isi Konten.....	58
C. Konten Edukasi Kebencanaan di Akun @bpbd_diy.....	61
D. Jenis Informasi Edukatif dalam Akun @bpbd_diy	71
BAB V	77
PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	81
1. Tabel Koding Penelitian	82
2. Konten Edukasi Kebencanaan.....	84
3. Daftar Riwayat Hidup	88

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Lembar Kerja Koding.....	47
Tabel 4.1	Reliabilitas coder 1 dan 2 dalam kategori konten edukasi kebencanaan.....	58
Tabel 4.2	Reliabilitas coder 1 dan 3 dalam kategori konten edukasi kebencanaan.....	60
Tabel 4.3	Tabel Koding Pengumpulan Data Interaksi Konten.....	62
Tabel 4.4	Blanko Pengumpulan Data Konten Edukasi Kebencanaan.....	63
Tabel 4.5	Blanko Koding Pengumpulan Data Jenis Informasi Edukatif...	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Akun Instagram @bpbd_diy.....	56
------------	-------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini telah membawa manfaat dan perubahan yang sangat penting bagi kemajuan kehidupan manusia. Berbagai macam kegiatan manusia yang sebelumnya dikerjakan oleh mereka, kini digantikan oleh perangkat mesin otomatis. Begitu pula komunikasi antar manusia yang semakin mudah dengan adanya teknologi komputer dan internet. Kendala jarak dan waktu bukan masalah lagi dengan adanya perangkat teknologi yang memudahkan manusia untuk berinteraksi dan mendapatkan informasi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sudah benar-benar dapat dirasakan manfaatnya dalam kehidupan manusia, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa perkembangan teknologi informasi memberikan kesejahteraan terhadap kehidupan manusia.

Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan “dunia dalam genggaman”. Istilah ini sejajar dengan apa yang diutarakan oleh Thomas L. Friedman (2007) sebagai *the world is flat* bahwa dunia semakin rata dan setiap orang bisa mengakses apapun dari sumber manapun. Juga, sebagaimana diulas Richard Hunter (2002) dengan *world without*

secret bahwa kehadiran media baru (*new media/cybermedia*) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka.

Media tradisional seolah-olah mendapat pesaing baru dalam mendistribusikan berita. Jika selama ini institusi media sebagai lembaga yang mendominasi pemberitaan, kehadiran internet dan media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak untuk ikut dalam berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi di sekitar mereka. Institusi media bisa saja menyembunyikan peristiwa, namun sebaliknya melalui internet khalayak mendapatkan peristiwa tersebut melalui khalayak lain.¹

Perkembangan media online sangat besar manfaatnya dalam penyebaran informasi. Media online menjadi salah satu media mainstream yang kini menjadi sebuah alat untuk mendapatkan informasi karena kemudahannya. Kehadiran media online mempermudah orang lain untuk mendapatkan informasi dengan cepat, bahkan informasi yang berada sangat jauh dari diri mereka. Kecepatan dan kemudahan menjadikan media online sebagai primadona pada zaman ini.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh We Are Social dan Hootsuite, terungkap bahwa masyarakat Indonesia sangat gemar mengunjungi media sosial. Tercatat, setidaknya kini ada sekira 130 juta

¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2016, hlm. 1

masyarakat Indonesia yang aktif di berbagai media sosial, mulai dari Facebook, Instagram, Twitter dan lainnya.

Dalam laporan ini juga terungkap jika pada Januari 2018, total masyarakat Indonesia sejumlah 265,4 juta penduduk. Sedangkan penetrasi penggunaan internet mencapai 132,7 juta pengguna.

Jika membandingkan antara jumlah pengguna internet dengan pengguna media sosial, ini berarti sekitar 97,9 pengguna internet di Indonesia sudah menggunakan media sosial. Sedangkan jika dibandingkan dengan total penduduk Indonesia, ini berarti sekira 48 persen penduduk Indonesia telah mencicipi media sosial.

Dalam data ini juga terlihat jika sekira 120 juta pengguna, atau sekira 92 persen dari total pengguna media sosial datang dari perangkat mobile. Tentu saja, jumlah ini merupakan jumlah yang sangat besar.

Sedangkan jika berbicara mengenai jumlah pengguna perangkat mobile, tercatat sudah ada 177,9 juta masyarakat Indonesia yang memegang perangkat mobile. Hal ini berarti penetrasi perangkat mobile di Indonesia mencapai 49 persen dari total penduduk.

Mengenai jumlah waktu yang dihabiskan oleh masyarakat Indonesia, rata-rata setiap harinya satu orang mengakses sekira 8 jam 51

menit. Sedangkan lama waktu untuk menggunakan media sosial dari berbagai perangkat mencapai 3 jam 23 menit per hari.²

Semakin pesatnya penggunaan media online untuk mendapatkan informasi tentu tidak bisa dilepaskan dari pengaruh teknologi internet. Berbagai perusahaan provider pun berlomba untuk memberikan pelayanan akses internet yang lebih baik. Tentu hal ini memudahkan masyarakat untuk bisa memanfaatkan jaringan internet sebagai sarana mendapatkan informasi.

Manfaat internet sebagai media informasi tidak hanya dimanfaatkan oleh masyarakat konsumen. Berbagai bidang usaha pun mulai bertransformasi menggunakan media online sebagai sarana penyebaran informasi, begitu pun dengan pemerintah. Dengan memanfaatkan media online pemerintah bisa mensosialisasikan kebijakan dan menyebarkan informasi penting dengan mudah dan lebih luas.

Salah satu instansi pemerintah yang memanfaatkan media online sebagai sarana penyebaran informasi adalah BNPB (Badan Nasional Penanggulangan Bencana) atau BPBD (Badan Penanggulangan Bencana Daerah). Untuk menyebarkan informasi kebencanaan serta melakukan edukasi kebencanaan kepada masyarakat, media online menjadi sarana yang efektif untuk dimanfaatkan. Kemudahan akses masyarakat terhadap

² Nur Chandra Laksana, "Ini Jumlah Total Pengguna Media Sosial di Indonesia", diakses dari <https://techno.okezone.com/read/2018/03/13/207/1872093/ini-jumlah-total-pengguna-media-sosial-di-indonesia>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2019 pukul 21.30.

informasi di internet sangat membantu Badan Penanggulangan Bencana untuk menyebarkan informasi.

Yogyakarta adalah daerah yang rawan akan bencana alam, khususnya gempa bumi dan gunung api. Informasi tentang kebencanaan tentu sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk mengantisipasi dan siap siaga ketika terjadi bencana. Media online berperan penting dalam menyediakan informasi yang akurat dan aktual tentang bencana. Oleh karena itu, dengan semakin mudahnya masyarakat mengakses internet, informasi dan edukasi kebencanaan bisa dengan mudah didapatkan.

Dengan adanya internet, masyarakat bisa mengakses informasi dan edukasi kebencanaan di manapun dan kapanpun. Dengan demikian, sosialisasi dan edukasi kebencanaan yang dilakukan pemerintah pun bisa lebih luas tersebar dengan adanya media sosial.

Berdasarkan fenomena media sosial yang menjadi primadona media informasi saat ini, penelitian ini akan menjelaskan bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi kebencanaan oleh BPBD DIY. Penulis memilih salah satu akun media sosial milik BPBD DIY untuk diteliti, yaitu akun Instagram @bpbd_diy.

Alasan peneliti memilih akun Instagram tersebut dibandingkan akun media sosial milik BPBD yang lain seperti Youtube, Facebook, atau Twitter adalah karena tingkat interaksi di akun Instagram @bpbd_diy lebih baik

daripada tingkat dan jumlah interaksi di akun BPBD DIY yang lain. Selain itu konten Instagram bisa menampilkan grafis yang menarik berupa gambar maupun video baik dalam bentuk *single post* maupun *carrousel* sehingga bisa lebih menarik dan interaktif.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana edukasi kebencanaan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Yogyakarta?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penulis bertujuan untuk meneliti bagaimana penggunaan dan pemanfaatan media sosial oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Yogyakarta dalam hal edukasi kebencanaan. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Memahami bagaimana penggunaan dan pemanfaatan media sosial Instagram oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Yogyakarta sebagai sarana edukasi kebencanaan.

2. Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi banyak pihak, yaitu:

- a. Bagi peneliti: sebagai sarana untuk memperoleh pengetahuan dalam proses penelitian dan pengalaman nyata tentang bagaimana penggunaan dan pemanfaatan media sosial oleh Badan Penanggulangan Bencana sebagai sarana edukasi kebencanaan.
- b. Bagi kalangan akademisi: sebagai bahan referensi tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi kebencanaan dan menjadi bahan kajian lebih lanjut mengenai topik yang sama.
- c. Bagi pihak BPBD DIY: sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan layanan terkait penggunaan media sosial sebagai sarana edukasi kebencanaan bagi masyarakat.

D. Kajian Pustaka

Kajian dan penelitian tentang penggunaan dan pemanfaatan media sosial telah dilakukan oleh banyak peneliti. Beberapa kajian yang dilakukan telah banyak memberikan sumbangan pemikiran serta referensi bagi kalangan akademisi maupun masyarakat umum untuk memahami lebih jauh tentang fenomena yang terjadi di media sosial dan hubungannya dengan perilaku masyarakat dalam mengakses dan menyebarkan informasi di media sosial. Dalam penulisan penelitian ini, penulis mencoba menggali penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan tema penelitian yang penulis bahas sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk melakukan penelitian yang lebih baik.

Pertama, penulis Astri Kania Dewi, Mahasiswi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Depok, dalam penelitian skripsi berjudul, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi: Studi Kasus SMA Negeri 28 Jakarta dalam Kaitannya dengan Perpustakaan Sekolah”.

Dalam penelitian tersebut penulis meneliti tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi di SMA Negeri 28 Jakarta yang berkaitan dengan perpustakaan di sekolah tersebut. Dalam melakukan penelitian tersebut penulis menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode studi kasus, yaitu dengan cara melakukan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara dengan sebelas informan di sekolah tersebut.

Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa SMA Negeri 28 Jakarta sebagai salah satu SMA favorit di Jakarta telah menggunakan dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan informasi, namun perpustakaan yang seharusnya memiliki peran lebih dalam mendukung tujuan sekolah tersebut justru belum memiliki media sosial untuk dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi. Oleh karena itu, sebagai konklusi penelitian, penulis mengusulkan suatu rancangan program pemanfaatan media sosial untuk perpustakaan di SMA Negeri 28 Jakarta tersebut. Dalam usulan rancangan program tersebut penulis menjelaskan tentang manfaat media sosial serta pentingnya peran pustakawan dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi. Dalam

usulan rancangan program tersebut penulis menyarankan agar menggunakan Blog dan Twitter untuk dimanfaatkan dalam penyebaran informasi. Berdasarkan penelitian tersebut, penulis menyimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial penting untuk perpustakaan dan sekolah sehingga perlu adanya penggunaan media sosial secara optimal sebagai sarana penyebaran informasi dan media pendukung kegiatan belajar mengajar.

Penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini adalah penelitian yang berjudul, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Minat Baca Anak di Perpustakaan *Reading is Fun* Jakarta Selatan”, oleh Desi Purnama Sari (2017), Mahasiswi jurusan Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab dan Humaniora, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Dalam penelitian skripsi tersebut penulis membahas tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi minat baca anak di Perpustakaan *Reading is Fun* Jakarta Selatan. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi minat baca anak yang dilakukan oleh perpustakaan *Reading is Fun*. Dalam penelitian tersebut penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Peneliti melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan kajian kepustakaan, kemudian data tersebut diolah dengan teknik analisis data.

Kesimpulan hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Perpustakaan *Reading is Fun* menggunakan media sosial *Instagram* dan *Facebook* untuk mempromosikan perpustakaan dan pentingnya minat baca anak sejak usia dini. Fitur-fitur yang ada dalam media sosial tersebut sudah digunakan dengan maksimal, tetapi admin media sosial perpustakaan belum menggunakan seluruh fitur tersebut sesuai dengan hasil *best practice* para ahli sehingga ada beberapa yang belum dimanfaatkan dengan baik.

Penelitian selanjutnya yang memiliki tema yang berhubungan dengan penelitian ini adalah skripsi yang berjudul, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana dalam Membangun Kesadaran Bersedekah (Studi Deskriptif Organisasi Sedekah Rombongan)”, oleh Augasta Eka Rasa Putra (2018), Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Dalam penelitian ini penulis membahas tentang bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai sarana dalam membangun kesadaran bersedekah pada organisasi Sedekah Rombongan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penulis melakukan pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara, kemudian data disajikan secara deskriptif.

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh organisasi Sedekah Rombongan dilakukan dengan menggunakan media sosial *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*. Alasan

penggunaan *Facebook* karena mayoritas masyarakat menggunakan media sosial ini sehingga lebih mudah dalam menyebarkan informasi secara lebih luas. Lewat *Twitter* bisa menyebarkan informasi secara *real time*. Sedangkan lewat *Instagram* penyebaran informasi bisa lebih interaktif dengan penggunaan gambar dan video. Dengan menggunakan media sosial tersebut diharapkan agar informasi tentang manfaat sedekah dan pesan Islami lainnya dapat tersebar luas kepada masyarakat.

E. Kerangka Teori

1. Media Sosial

Para ahli memiliki definisi yang berbeda-beda mengenai apa itu media sosial. Diantara definisi para ahli adalah sebagai berikut:

1. Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*).
2. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
3. Boyd (2009) 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.³

2. Fungsi Sosial Media

Sosial media memiliki beberapa fungsi, diantaranya adalah:

- a. Sosial media merupakan media untuk melakukan interaksi sosial secara lebih luas dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- b. Sosial media merupakan komunikasi dialogis yang memungkinkan untuk berinteraksi dengan banyak audience (many to many).
Sebelumnya komunikasi dilakukan secara searah oleh media siaran dari satu entitas ke banyak audience (one to many).
- c. Sosial media mendukung adanya kebebasan persebaran pengetahuan dan informasi secara demokratis.

3. Instagram Sebagai Sosial Media

Instagram merupakan aplikasi pada smartphon yang digunakan untuk membagikan foto dan video. Foto dan video yang diunggah bisa disertai dengan teks atau keterangan yang menggambarkan foto ataupun video tersebut. Instagram dan Facebook saling

³ Rulli Nasrullah, op. Cit hlm. 11.

berhubungan. Instagram memungkinkan kita untuk dapat mengikuti teman yang ada di akun Facebook kita. Saat ini Instagram telah memiliki 500 juta pengguna aktif di seluruh dunia (Instagram, 2016). Pertambahan popularitas Instagram memberi kesempatan untuk pengguna dapat mempromosikan produk, merek, maupun bisnisnya lewat Instagram (Rahmawati, 2016).

Nama Instagram berasal dari Kata 'Instan' dan 'telegram'. Kata 'instan' yang mendasari penamaan 'insta' dimaksudkan seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan".

Dengan makna ini Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan kata telegram merujuk pada sebuah alat yang bekerja mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

Hal ini sama dengan fungsi Instagram yang dapat mengunggah foto dengan koneksi Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.

Instagram adalah jejaring sosial yang lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbn, Inc. yang berdiri pada 6 Oktober 2010. Perusahaan ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat ini menjadi CEO dari Instagram.

Kedua CEO tersebut memutuskan untuk lebih memfokuskan Burbn pada aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video, berkomentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Aplikasi inilah yang merupakan cikal bakal dari Instagram. Awalnya aplikasi ini hanya dapat dinikmati oleh pengguna iPhone.

Pada 9 April 2012, Facebook resmi mengambil alih Instagram senilai hampir \$1 miliar dalam bentuk tunai dan saham. Logo dari Instagram sendiri berupa kamera polaroid yang menggambarkan sebuah aplikasi berbagi foto dan video instan.⁴

Instagram menjadi salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran langsung dan berinteraksi dengan konsumen. Suatu akun dapat mengunggah foto atau video (durasi maksimal 60 detik) sehingga konsumen dapat melihat jenis-jenis barang/jasa yang ditawarkan hingga promosi yang tengah berlangsung.

4. Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah

Yang (2015) menjelaskan bahwa beberapa studi menempatkan media sosial sebagai platform bagi humas dalam menjalankan komunikasi publik. Studi lain menganggap media sosial sebagai sarana untuk menjalankan komunikasi strategis. Dalam hal ini, pengelola media sosial atau divisi humas lembaga pemerintahan dapat menganalisis

⁴ Anugerah Ayu Sendari, "Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya" diakses dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>, diakses pada tanggal 6 Agustus 2021 pukul 21.30.

perkembangan profil dan pembaruan atau update media sosial dalam interaksi dengan pemangku kepentingan yang beragam. Sementara itu, dalam tataran praktis, saat ini telah muncul istilah Public Relations (PR) 2.0 yang mengacu pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam pengelolaan kehumasan. Kurniasih (2013) menjelaskan bahwa terdapat beberapa catatan dalam penggunaan media sosial oleh humas pemerintah.

Pertama, media sosial didesain untuk menjaga dan meningkatkan reputasi lembaga serta menggali aspirasi publik.

Kedua, media sosial adalah media interaktif. Karena itu, hal ini harus dimanfaatkan oleh humas untuk lebih dekat dengan publik. Humas harus dapat mengikuti ritme media sosial, berkomunikasi secara langsung, dan memberikan respons dengan segera.

Ketiga, media sosial adalah dokumentasi online . Mengingat sifatnya yang terbuka dan bergesernya privasi, segala macam yang disajikan di sana akan terekam oleh mesin pengindeks dan dapat dijadikan bukti yang berkekuatan hukum. Dalam hal ini, seorang humas harus mengetahui informasi apa yang patut dan tak patut disampaikan kepada publik serta bagaimana menyampaikannya.

Keempat, media sosial menjangkau publik yang sangat luas sehinggadiperlukan pemahaman dalam penyebaran informasi dan cara berkomunikasi lintas budaya. Bagi sebagian kalangan, media sosial dianggap sebagai antisosial. Untuk menghindari stigma ini, seorang humas tentu harus mampu menyeimbangkan antara peran media komunikasi online dengan komunikasi langsung dengan publiknya, terutama publik internal yang secara fisik dan geografis sangat dekat. Media sosial untuk pemerintahan merupakan salah satu inovasi tata kelola pemerintahan yang memaksimalkan teknologi. Pemanfaatan media sosial ini juga dapat menjadi salah satu jalan keluar permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat. Berikut adalah beberapa manfaat media sosial bagi pemerintah:

a. Mendorong Efisiensi Pemerintah

Peluang penggunaan media sosial dapat meningkatkan efisiensi dan juga penghematan biaya. Penggunaan media sosial di lingkungan pemerintahan juga dapat menjangkau khalayak yang lebih luas lagi. Selain itu, media sosial juga menggunakan teknologi Artificial Intelligent (Kecerdasan Buatan) dan berbagai perangkat tambahan yang dapat membantu proses analisa data. Hal ini dapat berdampak pada waktu yang lebih singkat dan juga penggunaan sumber daya yang lebih sedikit.

b. Memulihkan Kepercayaan Masyarakat yang Turun

Masyarakat modern adalah masyarakat yang kritis terhadap informasi. Di era keterbukaan seperti saat ini, masyarakat lebih

mempercayai informasi dari media sosial, whatsapp group dan media informasi lainnya. Maraknya berita bohong yang beredar di media juga menimbulkan rasa tidak percaya. Media sosial dapat menjadi solusi karena dapat menjangkau khalayak secara lebih personal dan komunikatif.

c. Menghadapi Perkembangan Jaman

Dengan adanya perubahan dan transformasi digital, lembaga pemerintah menghadapi serangkaian tantangan tertentu termasuk pemotongan anggaran, menuanya staf dan aparatur sipil yang dimiliki, dan birokrasi yang dapat menghalangi kemajuan. Tantangan ini harus diatasi sejak awal dengan mempersiapkan perencanaan dan tindakan antisipasi sejak awal, sehingga pemerintah tidak gagap dalam mengatasi masalah yang akan muncul di kemudian hari.

d. Sarana Komunikasi di Saat Krisis dan Bencana Alam

Salah satu kecenderungan masyarakat ketika terjadi bencana atau suatu krisis adalah mereka mencarinya di media sosial. Publik sangat bergantung pada media sosial terutama ketika peristiwa yang menyangkut kondisi hidup dan mati mereka untuk mencari bantuan.

Misalnya dalam bencana alam yang menimpa suatu daerah, informasi dapat tersebar dengan mudah (viral) ketika diunggah di sosial media. Bagi pejabat pemerintah, media sosial harus memainkan peran yang jelas dalam strategi komunikasi krisis mereka.

5. Etika Penggunaan Media Sosial untuk Pemerintah

Penggunaan sosial media pada lembaga pemerintahan mempunyai etika yang berbeda dengan penggunaan media sosial untuk pribadi. Oleh karena itu, dalam penggunaan media sosial ini, Lembaga pemerintahan harus menaati etika yang lebih ketat. Dalam hal ini, Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi telah mengeluarkan pedoman penggunaan media sosial yang tertuang dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah. Dalam peraturan ini kita dapat petunjuk etika berikut:

- a. Menjunjung tinggi kehormatan instansi pemerintah.
- b. Memiliki keahlian, kompetensi, objektivitas, kejujuran, dan integritas.
- c. Menjaga rahasia negara dan melaksanakan sumpah jabatan.
- d. Menegakkan etika yang berlaku agar tercipta citra dan reputasi instansi pemerintah.
- e. Menghormati kode etik pegawai negeri.
- f. Menyampaikan dan menerima informasi publik yang benar, tepat, dan akurat.
- g. Menghargai, menghormati, dan membina solidaritas serta nama baik instansi dan perorangan.
- h. Melaksanakan keterbukaan informasi publik sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

6. Edukasi

Secara bahasa, Edukasi berasal dari serapan bahasa Inggris *Education*, yang berarti pendidikan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), edukasi artinya adalah (perihal) pendidikan.

Sedangkan secara istilah para ahli memiliki definisi yang berbeda-beda tentang apa itu edukasi atau pendidikan. Di antara pendapat-pendapat para ahli tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pendapat Prof. Lodge

Prof. Lodge dalam bukunya yang berjudul *Philosophy of Education* menyatakan bahwa: *The word "Education is used, sometimes in a wider, sometimes in a narrower, sense. In the wider sense, all experience is said to be educative.* Kata "Pendidikan" kadang-kadang dipakai dalam pengertian yang luas dan pengertian sempit. Dalam pengertian luas, semua pengalaman dapat dikatakan sebagai pendidikan (Syam, 1988a:5).

In the narrower sense "Education" is restricted to that function of the community which consists in passing on its traditions, its

background and its outlook to the members of the rising generation. Dalam pengertian yang lebih sempit, “Pendidikan” dibatasi pada fungsi tertentu di dalam masyarakat yang terdiri atas penyerahan adat istiadat (tradisi) dengan latar belakang sosialnya, pandangan hidup masyarakat itu kepada warga generasi berikutnya, dan demikian seterusnya (Syam, 1988a: 6).

2. Pendapat Brubacher

Brubacher dalam bukunya *Modern philosophies of Education* menyatakan bahwa: *Education should be thought of as the process of mans reciprocal adjustment to nature to his fellows and to the ultimates nature of the cosmos* (Syam, 1988a: 6).

Pendidikan diartikan sebagai proses timbal balik dari setiap pribadi manusia dalam penyesuaian dirinya dengan alam, dengan teman dan alam semesta.

Education is the organized development and equipment of all the power of human being, moral, intellectual, and physical, by and for their individual and social uses, directed to work the union

of these activities with their creator as their final end (Syam, 1988a: 6). Pendidikan merupakan pola perkembangan yang terorganisasi dan kelengkapan dari semua potensi manusiawi, moral, intelektual dan jasmani (panca indera), oleh dan untuk kepribadian individunya serta kegunaan masyarakatnya yang

diarahkan demi menghimpun semua aktifitas tersebut bagi tujuan hidupnya.

Education is the process in which the power (abilities, capacities) of men which are susceptible to habituation are perfected by good habits, by means artiscally contrived, and employed by men to help another or himself achieve the end in view (Syam, 1988a: 6). Pendidikan adalah proses terkait dengan potensi (kemampuan, kapasitas) manusia yang mudah dipengaruhi oleh kebiasaan, supaya disempurnakan dengan kebiasaan baik, melalui media yang disusun dan dikelola sedemikian rupa oleh manusia untuk menolong orang lain atau dirinya sendiri dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.⁵

7. Teori Literasi Media

Istilah literasi media berasal dari bahasa Inggris, yaitu Media yang berarti media atau tempat pertukaran pesan, dan Literacy yang artinya melek. Makna literasi media sendiri dalam konteks komunikasi massa ditujukan pada kemampuan seseorang yang bersikap melek atau kritis, yang tidak hanya pada media saja, tetapi juga pesan yang disampaikan (Tamburaka, 2013: 7).

⁵ Nanang Purwanto, *Pengantar Pendidikan*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2014, hlm. 23

Secara lebih luas, Ardianto, Lukiati, dan Siti (2007: 215), mengartikan literasi media sebagai suatu bentuk kemampuan mulai dari kegiatan mengakses, menganalisis, mengevaluasi, hingga mengkomunikasikan konten media berupa pesan-pesan dalam bentuk apapun, termasuk di dalamnya melakukan ekspansi konseptualisasi tradisional yang memiliki sifat literate dengan berbagai simbol yang dimilikinya. Sementara menurut Baran dan Dennis dalam Tamburaka (2013: 8), literasi media diartikan sebagai suatu bentuk gerakan melek media, yang dirancang pada satu tujuan tertentu, yaitu memberikan kontrol atas penggunaan konten media oleh individu, baik dalam hal mengirim atau menerima pesan.

Tidak jauh dari pemaknaan di atas, institusi atau lembaga literasi media dari Aspen Media Literacy Leadership Institute mendefinisikan literasi media sebagai suatu kemampuan dalam hal mengakses, meneliti, mengevaluasi, serta menciptakan suatu konten media dengan berbagai bentuk. Secara lebih luas lagi, CML (Centre For Media Literacy) mengatakan literasi media sebagai suatu pendekatan dalam bidang pendidikan di abad ke-21, yang di dalamnya memberikan suatu konsep untuk melakukan akses, penelitian, evaluasi, penciptaan dan mengambil konten-konten media dengan beragam bentuknya, dalam bentuk cetakan apapun, mulai dari cetakan ke video sampai internet (Tamburaka, 2013: 10).

8. Analisis Isi

Analisis isi pada awalnya digunakan dalam ilmu komunikasi sebagai upaya mengungkap makna dibalik simbol dan bahasa yang menjadi sarana komunikasi. Analisis isi dikategorikan dalam tipe penelitian nonreaktif (nonreactive research) dikarenakan objek yang menjadi sasaran penelitian tidak memberikan reaksi atau pengaruh kepada peneliti. Peneliti cukup menganalisis data dari berbagai sumber. Berbeda dengan survei dan eksperimen yang menggunakan individu atau kelompok sosial sebagai objek penelitian. Untuk itu, analisis isi relatif lebih mudah dilakukan karena peneliti tidak perlu menyiapkan berbagai instrumen yang rumit untuk diberikan kepada responden. Dengan menggunakan analisis isi, peneliti dapat membandingkan berbagai simbol dalam media atau teks tertentu dan menganalisisnya.⁶

Menurut Bagong Suyantodalam bukunya “Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan” metode analisis isi pada dasarnya merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan, atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.⁷

Wimmer dan Dominick dalam buku Syukur Kholil, mengemukakan analisis isi sebagai suatu prosedur yang sistematis yang dirancang untuk menguji informasi yang direkam. Kerlinger juga mengartikan analisis

⁶ Martono Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif*(Jakarta, Persada: 2010), hlm. 93

⁷ Bagong, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm.126.

isi sebagai metode mempelajari dan menganalisa komunikasi dengan cara yang sistematis, objektif dan kuantitatif untuk tujuan mengukur variabel. Berelson juga mendefinisikan analisis isi sebagai suatu teknik penelitian komunikasi yang dibuat secara objektif, sistematis dan kuantitatif.⁸ Berdasarkan pengertian tersebut dapat dipahami bahwa:

1. Analisis isi adalah objektif, berarti hasil yang sama akan diperoleh jika diuji oleh peneliti lain yang menggunakan kategori yang sama. Penelitian dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi secara apa adanya, tanpa adanya campur tangan dari peneliti.
2. Analisis isi adalah sistematis, yang bermakna semua tahapan dan proses penelitian telah dirumuskan secara jelas dan sistematis.
3. Analisis isi adalah bersifat replikabel, berarti penelitian dengan temuan tertentu dapat diulang dengan menghasilkan temuan yang sama pula. Temuan yang sama ini berlaku untuk peneliti yang berbeda, waktu yang berbeda, dan konteks yang berbeda.⁹

Menurut Syukur Kholil, analisis isi bukan saja dapat dilakukan kepada pesan-pesan komunikasi dalam bentuk cetakan atau tertulis, tetapi juga dapat dilakukan terhadap pesan-pesan komunikasi yang disampaikan secara lisan; seperti pidato-pidato lisan seorang presiden dalam kurun tertentu yang masih ada dalam bentuk rekaman, atau langsung

⁸ Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi* (Bandung: CitaPustaka, 2006), hlm.51.

⁹ Eriyanto, *Analisis Isi* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm.16-21.

dianalisis ketika menyampaikan pidato. Begitu juga siaran-siaran radio dan televisi yang disampaikan secara lisan juga dapat dianalisis dengan menggunakan metode analisis isi.¹⁰

Metode content analysis atau analisis isi konvensional di kalangan ilmuwan sosial, khususnya peneliti media, amat populer keberadaannya. Karena merupakan suatu metode yang amat efisien untuk menginvestigasi isi media baik yang tercetak maupun media dalam bentuk broadcast.¹¹ Keragaman pengertian analisis isi itu muncul akibat perbedaan sudut perhatian dan pandangan tentang analisis isi itu sendiri. Namun analisis isi sebenarnya lebih kepada teknik mengumpulkan dan meneliti isi suatu teks yang dapat bersifat kata-kata, pengertian, gambar-gambar, simbol, ide, tema dan pesan-pesan lain yang dapat dikomunikasikan.¹² Analisis isi dapat bersifat:

1. *Manifest coding*, maksudnya ialah analisis isi yang berdasarkan kepada kata-kata atau kalimat, gambar, simbol yang menyatakan secara eksplisit, dalam suatu teks. Contoh: Peneliti menghitung berapa kali muncul kata-kata tertentu dalam teks tertulis, atau tayangan televisi, atau dalam siaran radio.

¹⁰ Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, hlm.52.

¹¹ Bagong, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*, hlm.125.

¹² Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, hlm.51-52.

2. *Laten coding* yang juga disebut analisis sistematis, yaitu analisis isi yang didasarkan kepada tema atau ide yang dinyatakan secara implisit dalam suatu teks. Contoh: peneliti membaca keseluruhan paragraf dan memutuskan apakah berisi tema-tema erotik atau romantis.¹³

Menurut Wimmer dan Dominick, dalam bukunya setidaknya terdapat lima kegunaan dalam penelitian analisis isi, yaitu:¹⁴

1. Menggambarkan isi komunikasi (describing communication content), mengungkapkan kecenderungan yang ada pada isi komunikasi, baik pada media cetak maupun elektronik. Misalnya penelitian yang hanya ingin mengetahui apakah statement elit tertentu di media massa menggunakan gaya komunikasi yang agresif, menyerang pihak lain atau submisif, yang cenderung diam dan mengalah?. Apakah surat kabar dan majalah memberitakan konflik-konflik politik, bersifat imparsial ataukah partisan.
2. Menguji hipotesis tentang karakteristik pesan (testing hypotheses of Messages characteristics). Sejumlah peneliti analisis isi berusaha menghubungkan dari karakteristik tertentu dari komunikator (sumber) dengan karakteristik pesan yang dihasilkan. Misalnya lembaga Konsumen Media pada

¹³ *Ibid.*, hlm.52.

¹⁴ Bagong, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*, hlm.127-129.

tahun 1999 meneliti akurasi berita politik yang ada pada headline 9 surat kabar besar di Indonesia. Peneliti ini menemukan bahwa Harian Kompas merupakan media yang paling akurat, memisahkan fakta dan opini, dan dilengkapi dengan data, disbanding media lain.

3. Membandingkan isi media dengan dunia nyata (comparing media content to the “real word”). Banyak analisis isi digunakan untuk menguji apa yang ada di media dengan situasi aktual yang ada pada kehidupan yang nyata. Misalnya Taylor dan Bang mengkoparasikan tiga kelompok minoritas yang ada di iklan majalah Amerika Serikat, dengan kenyataan populasi secara umum. Ditemukan bahwa orang minoritas Amerika Latin merupakan kelompok minoritas yang paling tidak banyak terwakili di majalah-majalah Amerika Serikat, dibandingkan dengan minoritas lain yang berwajah Asia maupun Afrika.

4. Memperkirakan gambaran kelompok tertentu dimasyarakat (assesing the image of particular group in society). Sejumlah penelitian analisis isi telah memfokuskan dan mengungkap gambaran media mengenai kelompok minoritas tertentu. Dalam konteks ini analisis isi digunakan untuk meneliti masalah sosial tentang diskriminasi dan prasangka terhadap kelompok minoritas, agama tertentu, etnik dan lain-lainnya. Misalnya meneliti bagaimana orang kulit hitam ditampilkan

dalam film-film Amerika. Apakah lebih sering sebagai lakon yang baik hati atau pelaku kejahatan.

5. Mendukung studi efek media massa. Penggunaan analisis isi acapkali juga digunakan sebagai sarana untuk memulai penelitian efek media massa. Seperti dalam penelitian efek media massa. Seperti penelitian cultivation analysis, dimana pesan yang dominan dan tema-tema isi media yang terdokumentasi melalui prosedur yang sistematis, dikorelasikan dengan studi lain tentang khalayak, penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah pesan-pesan di media massa tersebut menumbuhkan sikap-sikap yang serupa diantara pengguna media yang berat (heavy users). Penelitian agenda setting juga merupakan efek media yang diawali dengan analisis isi terhadap isi media, yaitu content analysis yang digunakan untuk mengetahui agenda media, kemudian dengan agenda publik yaitu apa yang dianggap penting oleh publik, yang datanya diperoleh melalui survei.¹⁵

Menurut Nanang Martono, setidaknya analisis isi bermanfaat dalam mengungkapkan tipe-tipe permasalahan, yaitu:¹⁶

1. Analisis isi membantu dalam masalah yang melibatkan isi atau informasi yang cukup banyak dalam suatu teks atau simbol.

¹⁵ *Ibid.*, 129-130

¹⁶ Martono Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm. 95.

Peneliti dapat mengukur jumlah teks atau simbol menggunakan sampel dan beragam kode.

2. Analisis isi sangat membantu ketika topik penelitian memiliki “jarak”. Misalnya berbagai pemikiran tokoh yang telah meninggal, karya sastra zaman dahulu, lirik serta tema lagu yang populer dalam beberapa tahun yang lalu.
3. Analisis isi membantu peneliti untuk menganalisis pesan (teks) yang sulit diamati dengan metode pengamatan biasa.¹⁷

9. Jenis Informasi Berdasarkan Fungsinya

Terdapat beragam jenis informasi yang bisa kita jadikan sebagai pedoman dalam menentukan tipe komunikasi yang akan diterapkan. Beragam jenis informasi tersebut tentu saja akan sangat menentukan bagaimana keberhasilan proses komunikasi yang akan kita lakukan. Masing-masing jenis informasi tersebut juga masih dikelompokkan menjadi beberapa jenis. Ini menjadi menarik sebab informasi rupanya memiliki beragam jenis.

Berikut ini adalah beberapa penggolongan informasi baik dari yang sifatnya edukatif, persuasif hingga rekreatif. Tentunya ini akan memberikan gambaran umum mengenai bagaimana sebuah proses komunikasi di dalamnya terjadi banyak sekali pertukaran jenis informasi.

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 95-96

a. Edukatif

Informasi dengan sifat edukatif akan memberikan pengetahuan baru bagi siapa saja yang mendapatkannya. Informasi ini paling mudah ditemukan terutama dalam kegiatan yang sifatnya pendidikan. Komunikasi pembelajaran sebagai contoh, seringkali memiliki pertukaran informasi dengan sifat yang edukatif. Ini merupakan salah satu tipe informasi yang umumnya akan memberikan pengetahuan baru bagi penerima pesan.

Informasi edukatif ini sendiri masih dibagi menjadi beberapa macam kelompok, di antaranya:

1. Informasi berisi tips
2. Informasi berisi trik
3. Informasi tutorial
4. Informasi demonstrasi
5. Informasi tanya jawab
6. Informasi diskusi
7. Informasi pelajaran
8. Informasi petunjuk penggunaan
9. Informasi berita

Beragam contoh informasi tersebut adalah jenis-jenis informasi yang sifatnya edukatif. Sebagai contoh, informasi yang memiliki isi kiat-kiat tertentu akan memberikan suatu petunjuk atau pengetahuan baru dalam menyelesaikan suatu kerangka kerja. Informasi ini biasanya bisa dalam bentuk komunikasi tulisan dan menggunakan media-media tertentu. Informasi tersebut juga penting digunakan, terutama kaitannya dengan memberikan pengetahuan atau tambahan ilmu kepada penerima pesan.

b. Persuasif

Jenis informasi persuasif merupakan salah satu jenis informasi yang sering muncul pada saat melakukan komunikasi persuasif. Sesuai dengan makna harafiahnya, informasi persuasif memiliki pengertian bahwa informasi tersebut umumnya akan berisi pesan ajakan bagi penerima pesan. Bentuk informasi ini biasa juga diterapkan pada komunikasi bisnis, terutama pada bagian strategi marketing komunikasi bisnis. Komunikasi massa juga seringkali menggunakan isi informasi dengan sifat persuasif.

Oleh karenanya, informasi ini juga masih dibedakan menjadi beberapa macam seperti:

1. Informasi iklan
2. Informasi ceramah
3. Informasi dakwah
4. Informasi promosi

5. Informasi layanan masyarakat
6. Informasi propaganda
7. Informasi penawaran produk
8. Informasi larangan
9. Informasi perintah

Beragam jenis informasi tersebut umumnya berisi sebuah pesan untuk mengajak seseorang atau penerima pesan melakukan sesuatu. Informasi ini umumnya akan sangat efektif digunakan terutama pada penggunaan komunikasi persuasif, komunikasi dakwah hingga komunikasi pembelajaran sekalipun. Banyak contoh penerapan teknik komunikasi persuasif yang bisa kita lihat dalam kehidupan sehari-hari. Seperti misalnya ada iklan layanan masyarakat. Di dalamnya pasti ada bentuk informasi yang sifatnya berupa ajakan tertentu. Media komunikasi modern umumnya mengandung informasi ini.

c. Rekreatif

Jenis informasi selanjutnya adalah informasi rekreatif. Dari pengertiannya, informasi ini memiliki pengertian sebagai bentuk informasi yang sifatnya untuk menghibur semata. Tidak hanya itu saja, informasi ini juga cenderung sifatnya ringan dan mudah untuk dipahami. Bahasa-bahasa yang rumit umumnya tidak akan dijumpai dalam jenis informasi ini, mengingat isi pesan yang akan disampaikan tujuannya hanya untuk menghibur saja.

Namun demikian, ada pula kata-kata yang digunakan untuk tujuan seni, sehingga bahasanya lebih dibuat indah dan mungkin sulit untuk diambil makna sesungguhnya. Hanya saja, ini tetap memiliki sifat yang menghibur. Contoh dari informasi ini adalah:

1. Lelucon
2. Puisi
3. Sajak
4. Pantun
5. Narasi
6. Parafrase puisi
7. Lagu
8. Humor
9. Berita hiburan

Bentuk informasi ini biasanya memang ada pada komunikasi yang tujuannya hanya untuk hiburan semata. Tentu saja kita sering mendapatkannya, hanya saja kita mungkin belum mengidentifikasi jenis dari informasi tersebut sehingga kita seakan belum tahu bahwa sebenarnya informasi tersebut adalah informasi dengan sifat hiburan.

10. Jenis Informasi Edukatif

Informasi memang dibedakan menjadi beberapa kategori, dimana salah satunya adalah informasi edukatif. Informasi dengan sifat mengedukasi memiliki pengertian bahwa kandungan pesan yang ada di dalamnya akan membantu dalam memberikan pemahaman baru terhadap suatu konsep, cara-cara baru dan pemikiran baru.

Tentu saja ini menarik, mengingat kita tahu bahwa berbagai macam informasi mungkin sifatnya belum sampai memberikan suatu edukasi atau pengetahuan baru. Selain itu, kita juga bisa melihat terlebih dahulu beberapa pengertian informasi menurut para ahli sehingga bisa membedakan sifat informasi satu sama lain.

Informasi edukatif rupanya masih terbagi lagi menjadi beberapa macam jenis. Ini tentu saja tergantung dari konteks informasi yang akan disampaikan tersebut. Biasanya, informasi edukatif juga muncul dalam proses manajemen komunikasi dalam pendidikan. Berikut adalah beberapa jenis dari informasi edukatif:

1. Kiat

Kiat atau biasa dikenal sebagai *tips* adalah bentuk dari jenis-jenis informasi yang memiliki nilai edukatif. Biasanya kiat-kiat ini akan berisikan panduan mengenai beragam cara kreatif untuk menyelesaikan sesuatu. Kiat termasuk ke dalam jenis informasi

yang memiliki sifat edukatif apabila di dalamnya juga membahas mengenai ilmu pengetahuan baru.

2. Trik

Informasi yang berisi trik untuk melakukan suatu kegiatan atau menyelesaikan permasalahan dengan cara yang unik, merupakan salah satu informasi edukatif yang juga sering kita jumpai. Membuat informasi yang berisi trik ini akan memudahkan kita terutama dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan tertentu melalui cara yang lebih kreatif.

3. Demonstrasi

Bentuk informasi dengan sifat edukatif selanjutnya adalah demonstrasi. Demonstrasi biasanya ditunjukkan dalam bentuk langkah-langkah dalam menyelesaikan masalah. Biasanya ini akan lebih memudahkan penerima pesan karena susunannya yang sistematis dan juga mudah untuk diikuti.

4. Tutorial

Selain demonstrasi, tutorial juga merupakan salah satu bentuk info yang memiliki nilai edukatif. Kita mungkin sering terpapar informasi yang sifatnya adalah tutorial. Umumnya, akan

dibagikan cara-cara tertentu dalam menangani suatu permasalahan. Tutorial memuat beragam informasi yang memang berguna. Biasanya ini bisa menjadi penerapan strategi komunikasi dalam pembelajaran yang baik.

5. Penyelesaian Masalah

Bentuk informasi lain yang juga tergolong memiliki sifat edukatif adalah informasi yang memuat penyelesaian masalah. Biasanya ini akan digunakan untuk memecahkan permasalahan yang umum dihadapi dengan menyajikan poin-poin secara berurutan dalam langkah penyelesaiannya.

6. Berita

Berita juga termasuk jenis informasi edukatif apabila di dalamnya memuat informasi menarik terkait dengan pembaruan-pembaruan pembelajaran saat ini. Berita yang sifatnya tidak edukatif jelas tidak masuk dalam kriteria ini.

7. Materi Diskusi

Materi diskusi juga merupakan informasi edukatif yang sering muncul, terutama dalam forum-forum. Proses bertukar pendapat dan pemikiran akan menghasilkan informasi baru yang sifatnya mengedukasi. Ini merupakan salah satu jenis informasi yang

biasanya memiliki sifat majemuk. Variasinya bisa saja berbeda-beda antara satu orang dengan orang lain, sehingga membutuhkan klarifikasi agar terjadi persamaan persepsi.

8. Cara Penggunaan

Cara penggunaan merupakan bentuk informasi yang mengedukasi lainnya. Ini biasanya ditemukan dalam *manual book* atau petunjuk penggunaan maupun prosedur tertentu. Sifatnya akan mengajari orang untuk melakukan suatu tindakan atau kegiatan berdasarkan cara penggunaan yang sudah tercantum. Macam-macam media komunikasi akan menggunakan jenis informasi ini tentunya.

9. Materi Pembelajaran

Materi pembelajaran sering kita temui terutama dalam proses belajar mengajar. Kegiatan ini akan membagikan informasi yang bersifat edukatif, biasanya dari guru kepada murid. Konteksnya memang identik dengan kegiatan perkuliahan ataupun sekolah. Namun demikian, segala bentuk materi pembelajaran bisa disebut sebagai sebuah informasi yang edukatif. Ciri-ciri media pembelajaran yang baik tentu harus memuat informasi edukatif.

10. Materi Tanya Jawab

Materi tanya jawab hampir mirip dengan materi diskusi. Bedanya, materi ini biasanya digunakan terutama untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan umum, sehingga penerima pesan bisa mendapatkan informasi dengan lebih cepat. Contohnya adalah *frequently asked question* (FAQ) yang sering ada pada setiap produk maupun situs.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini berisi rincian laporan penelitian skripsi dan secara ringkas mendeskripsikan bagian-bagian pada penelitian yang dilakukan. Berikut ini merupakan penjelasan sistematika penulisan setiap bab:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang diadakannya penelitian, permasalahan yang diangkat dalam penelitian, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis, kajian pustaka, kerangka teori, serta sistematika penulisan laporan skripsi.

BAB II: METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, analisis data, serta uji validitas dan reliabilitas.

BAB III: PENGENALAN OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang apa itu BPBD, fungsi Pusdalops, visi misi BPBD, serta fungsi BPBD dalam menangani bencana dan mengedukasi masyarakat terkait kebencanaan.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil pengolahan data yang diperoleh dan analisisnya. Diuraikan pula secara detil dan sistematis mengenai pengolahan data yang dilakukan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan berisi mengenai kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian untuk menjawab tujuan penelitian. Terdapat juga saran-saran untuk lembaga sebagai objek amatan maupun untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis terhadap objek penelitian dan diperoleh hasil penelitian, maka peneliti memiliki kesimpulan terhadap penelitian ini. Ada beberapa poin kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini, adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kebanyakan postingan edukasi kebencanaan yang diunggah oleh akun @bpbd_diy dalam kurun waktu dua bulan, yaitu Maret dan April 2021 adalah edukasi mengenai Covid-19. Dari sembilan materi edukasi kebencanaan, lima diantaranya memuat edukasi terkait vaksinasi Covid-19 dan pentingnya menjaga dan menerapkan protokol kesehatan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Dari hasil kajian jenis-jenis informasi edukatif yang terdapat dalam 9 konten Instagram pada akun @bpbd-diy. Dari jenis-jenis informasi edukatif yang ditelaah, bisa disimpulkan bahwa mayoritas jenis konten edukatif yang diunggah oleh akun @bpbd_diy adalah konten edukatif mengenai kiat atau tips. Dari sembilan konten edukatif yang dikumpulkan, terdapat lima konten edukatif dengan jenis kiat atau tips. Kemudian sisanya, terdapat satu konten demonstrasi, satu konten penyelesaian masalah, dan dua konten berita.

B. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti merangkum beberapa saran konstruktif untuk perkembangan informasi di akun Instagram @bpbd_diy, yaitu sebagai berikut:

1. Penayangan konten edukatif dalam akun @bpbd_diy masih cukup sedikit dan jarang. Hal itu dapat dilihat dari jumlah konten edukatif yang diunggah. Dalam kurun waktu satu bulan hanya terdapat empat sampai lima konten edukatif yang diunggah. Kebanyakan konten yang rutin diunggah adalah konten mengenai laporan kegiatan dan pembaharuan informasi seputar jumlah paparan virus Covid-19. Ke depannya akun @bpbd_diy diharapkan bisa lebih rutin dan sering menyajikan konten edukatif khususnya terkait kebencanaan.
2. Meski sudah memiliki pengikut akun sejumlah belasan ribu, namun jumlah interaksi khususnya dalam konten edukatif masih sangat minim. Hal itu bisa dilihat dari jumlah like dan komen yang sedikit. Untuk meningkatkan interaksi, akun @bpbd_diy diharapkan memiliki strategi yang lebih bagus dalam menyajikan konten, seperti menyajikan konten interaktif, bisa melalui live streaming atau konten tanya jawab yang menarik. Dengan begitu *followers* bisa mendapatkan konten edukatif yang menarik dan lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Nasrullah, Rulli. 2016, *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Niken, Rosarita. 2018. *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Purwanto, Nanang. 2014, *Pengantar Pendidikan*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identifikasi, dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Nanang, Martono. 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Persada
- Bagong. 2005, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*, Jakarta: Kencana
- Kholil, Syukur. 2006, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: CitaPustaka
- Eriyanto. 2013, *Analisis Isi*, Jakarta: Kencana
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Nasrullah, R. 2016. *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Jurnal dan Artikel:

Jumal, A. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (*Content Analysis*). *Jurnal Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah*.

Sumber Lain:

<https://techno.okezone.com/read/2018/03/13/207/1872093/ini-jumlah-total-pengguna-media-sosial-di-indonesia>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2019

<https://www.liputan6.com/teknoread/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>, diakses pada tanggal 6 Agustus 2021

<http://bpbd.jogjapro.go.id/profil>, diakses pada tanggal 15 Januari 2021

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA