

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Generasi Z merupakan komponen terbesar yang menyusun demografi masyarakat Indonesia. Widi (2022) secara lebih lanjut memaparkan bahwa sampai akhir tahun 2021, sebanyak 68.662.815 masyarakat Indonesia merupakan bagian dari generasi Z, yang terlahir pada tahun 1997-2012. Daerah dengan populasi generasi Z terbesar di Indonesia sampai saat ini adalah Jawa Barat, yang memiliki populasi generasi Z sebanyak 11.886.058 jiwa, diikuti oleh Jawa Timur dengan populasi generasi Z sebanyak 9.252.385 jiwa, serta Jawa Tengah dengan populasi sebanyak 8.511.476 jiwa. Secara keseluruhan, generasi Z mencakup 27,94% dari keseluruhan penduduk Indonesia (Rakhmah, 2021).

Salah satu karakteristik sentral dari generasi Z adalah tingkat afiliasi yang tinggi terhadap teknologi. McKinsey & Company (2023) mengelaborasi bahwa identitas generasi Z tidak lepas dari hadirnya era digital dalam kehidupan masyarakat. Secara khusus, sebagai sebuah generasi yang lahir dan berkembang bersama dengan kehadiran internet, generasi Z menjadi *digital natives*, generasi pertama yang tumbuh dengan menginkorporasikan internet dan media sosial sebagai bagian dari kehidupan mereka sehari-hari. Sebagai *digital natives*, generasi Z menggunakan internet dan media sosial untuk mengumpulkan informasi terkait suatu hal, terutama sebelum mengambil sebuah keputusan. Karakteristik tersebut membuat generasi Z memiliki ekosistem daring yang mencerminkan persona mereka.

Adanya tendensi dalam diri generasi Z untuk selalu mencari informasi sebelum mengambil keputusan tersebut semakin terkonsolidasi oleh riset yang dilakukan BRIN dan Populix terhadap karakteristik generasi Z di Indonesia. Pandu (2023) menjelaskan bahwa dalam penelitian yang melibatkan 1.038 responden generasi Z di seluruh Indonesia, ditemukan bahwa tendensi tersebut juga

dipengaruhi oleh sifat generasi Z yang sangat terbuka dan mendukung pertukaran informasi, serta seringkali mengandalkan logika dan pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan. Implikasi dari karakteristik-karakteristik tersebut membuat generasi Z memiliki peran penting dalam masyarakat sebagai sumber sekaligus kanal dari persebaran informasi dalam kehidupan sehari-hari.

Karakteristik generasi Z yang sangat terbuka dan aktif dalam mencari dan menyebarkan informasi kepada sesama tersebut dapat menjadi aset yang sangat penting, terutama dalam bidang komunikasi kebencanaan, yang mengutamakan kecepatan dan ketepatan dalam melakukan diseminasi informasi kepada masyarakat di daerah rawan bencana. Sifat generasi Z yang lebih aktif secara sosial dan politis, memiliki ketertarikan besar untuk menjadi bagian dari masyarakat yang saling membangun dan mendukung (McKinsey & Company, 2023), serta posisinya sebagai komponen terbesar yang menyusun demografi Indonesia, menjadikan generasi Z sebagai aktor dan kanal komunikasi ideal untuk mendukung praktik komunikasi kebencanaan di Indonesia, yang seringkali mengalami bencana alam yang terjadi karena aktivitas tektonik dan vulkanik, seperti gempa bumi, tsunami, dan letusan gunung berapi.

Salah satu wilayah administratif di Indonesia dengan potensi risiko bencana yang cukup tinggi adalah Kabupaten Lebak, Banten, yang terletak di wilayah Jawa Barat. Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana (2023), Kabupaten Lebak berada di peringkat lima belas Indeks Risiko Bencana Kabupaten atau Kota, dengan skor 199,57. Hal tersebut membuat Kabupaten Lebak menjadi salah satu wilayah di Indonesia dengan kelas risiko kebencanaan yang tinggi. Terdapat beberapa bencana yang berpotensi timbul di Kabupaten Lebak, seperti gempa bumi, tsunami, tanah longsor, kekeringan, cuaca ekstrim, hingga kebakaran hutan.

Meskipun Kabupaten Lebak memiliki berbagai potensi bencana, gempa bumi dan tsunami menjadi bencana yang paling sering terjadi. Hal ini tidak lepas dari lokasi geografis Lebak yang berada di bagian selatan Pulau Jawa, letak pertemuan lempeng Eurasia, Indo-Australia, dan Pasifik. Oleh karena itu, mitigasi

dan kesiapsiagaan terhadap kedua jenis bencana alam tersebut harus secara konsisten ditingkatkan, demi meminimalisasi risiko dari potensi bencana yang ada, serta meningkatkan kesiapan masyarakat dalam menghadapi potensi bencana. Salah satu daerah yang menjadi prioritas dalam upaya meningkatkan mitigasi dan kesiapsiagaan terhadap gempa bumi dan tsunami adalah Kecamatan Panggarangan.

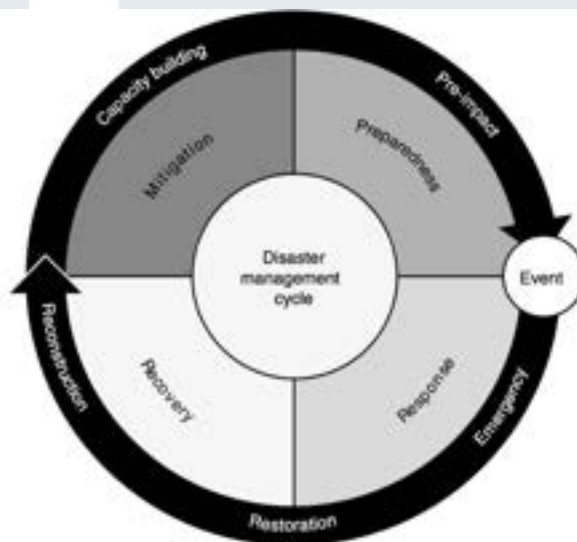
Tabel 1.1 Populasi Penduduk di Kecamatan Panggarangan Tahun 2018

Desa/Kelurahan	Penduduk		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Situregen	2.303	2.224	4.527
Sukajadi	1.523	1.473	2.996
Hegarmanah	1.017	981	1.998
Panggarangan	1.988	1.933	3.921
Mekarjaya	2.370	2.306	4.676
Sindangratu	2.229	2.158	4.387
Cimandiri	2.085	2.024	4.109
Gunung Gede	1.492	1.444	2.936
Sogong	1.398	1.370	2.768
Jatake	1.686	1.654	3.340
Cibarengkok	1.322	1.283	2.605
Kecamatan Panggarangan	19.413	18.850	38.263

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Lebak (2019)

Kecamatan Panggarangan merupakan area seluas 163,36 km² yang terletak di Kabupaten Lebak, Banten. Kecamatan Panggarangan terdiri atas sebelas desa, yaitu Desa Situregen, Desa Sukajadi, Desa Hegarmanah, Desa Panggarangan, Desa Mekarjaya, Desa Sindangratu, Desa Cimandiri, Desa Gunung Gede, Desa Sogong, Desa Jatake, dan Desa Cibarengkok. Dari sebelas desa tersebut, terdapat tiga desa yang berada di pesisir atau tepi laut, yaitu Desa Sukajadi, Hegarmanah, dan Panggarangan. Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Lebak (2019), secara administratif penduduk Kecamatan Panggarangan terbagi ke dalam 71 Rukun Warga, yang terdiri atas 231 Rukun Tetangga dan 12.372 rumah tangga. Secara keseluruhan, jumlah penduduk Kecamatan Panggarangan adalah 38.263 jiwa, di mana 5.872 di antaranya adalah bagian dari generasi Z.

Adanya beberapa desa yang secara langsung berbatasan dengan tepi laut membuat Kecamatan Panggarangan lebih rentan terhadap risiko yang timbul karena potensi bencana tsunami. Sugianto et al. (2017) secara lebih rinci memaparkan bahwa topografi wilayah selatan Lebak, termasuk Panggarangan dan Malingping yang terdiri dari dataran rendah dan pantai, membuatnya berpotensi mengalami *run-up* (ketinggian tsunami di darat) dengan kisaran 15-20 meter, di mana gelombang tsunami dapat mencapai wilayah pesisir hanya dalam waktu 15-17 menit. Faktor tersebut juga membuat potensi rendaman di wilayah Panggarangan dan pesisir Lebak termasuk dalam kategori yang sangat berbahaya, terutama karena ketinggian *run-up* yang melebihi 3 meter serta jarak rendaman yang dapat mencapai 1,7 km dari garis pantai.



Gambar 1.1 Siklus Manajemen Kebencanaan dalam Empat Tahap
Sumber: Dufty (2020)

Kerentanan yang dimiliki Kecamatan Panggarangan terhadap bencana alam yang terjadi akibat aktivitas tektonik dan vulkanik, terutama gempa bumi dan tsunami, membuat adanya aktivitas manajemen kebencanaan menjadi salah satu hal yang krusial bagi masyarakat di wilayah tersebut. Untuk meminimalisasi potensi timbulnya korban jiwa akibat bencana gempa bumi dan tsunami, masyarakat di wilayah Panggarangan wajib memiliki pengetahuan dan kompetensi mendasar mengenai bahaya gempa bumi dan tsunami. Secara khusus, masyarakat harus memiliki edukasi mengenai keempat tahap dalam siklus manajemen kebencanaan,

yaitu mitigasi, kesiapan, respon, dan pemulihan. Adanya pengetahuan yang memadai terhadap keempat tahap tersebut juga dapat membuat masyarakat memiliki respon yang lebih baik ketika bencana terjadi, serta memungkinkan proses pemulihan yang lebih cepat karena adanya upaya resiliensi yang mendukung (Dufty, 2020).

Salah satu upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan kompetensi masyarakat dalam keempat tahap manajemen kebencanaan tersebut hadir dalam bentuk sebuah organisasi yang bernama Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS). GMLS merupakan sebuah organisasi yang terbentuk atas inisiatif masyarakat Lebak Selatan yang sadar akan adanya potensi bencana akibat gempa bumi dan tsunami di wilayah Lebak Selatan. Gugus Mitigasi Lebak Selatan didirikan oleh Anis Faisal Reza, seorang aparatur sipil negara (ASN) pada tahun 2020. GMLS saat ini beranggotakan delapan orang, yang secara aktif berkolaborasi dengan berbagai pihak untuk mewujudkan edukasi bagi masyarakat Lebak Selatan, terutama Panggarangan dalam keempat tahap manajemen kebencanaan, yaitu mitigasi, kesiapan, respon, dan pemulihan (Anis Faisal Reza, komunikasi personal, September 14, 2023)

Dalam melaksanakan tugasnya untuk mengedukasi dan meningkatkan kompetensi masyarakat Lebak Selatan terkait potensi bencana gempa bumi dan tsunami, mendapatkan kepercayaan dari masyarakat merupakan hal yang sangat penting bagi Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Kepercayaan masyarakat kepada GMLS dapat menentukan efektivitas upaya edukasi yang dilakukan GMLS kepada masyarakat yang menjadi penerima edukasi tersebut. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Little dan Green (2022, p. 805), yang menjelaskan bahwa sebagai sebuah elemen yang terbentuk karena adanya kepercayaan dan kompetensi, kredibilitas dapat membangun sebuah otoritas kognitif (*cognitive authority*), yang membuat sebuah pihak memiliki pengaruh besar terhadap persepsi audiens, serta secara tidak langsung dapat membuat audiens lebih mudah menerima informasi yang disampaikan, bahkan dapat mempengaruhi perubahan kebiasaan dalam skala tertentu. Oleh karena itu, Gugus Mitigasi Lebak Selatan perlu secara

konsisten menjalin relasi dan membangun kepercayaan masyarakat melalui berbagai kanal komunikasi yang tersedia. Di lain sisi, GMLS juga harus secara berkala memberikan informasi kebencanaan kepada masyarakat, untuk memastikan bahwa masyarakat memiliki informasi yang memadai dalam menghadapi potensi bencana yang ada.

Salah satu kanal komunikasi yang dapat dimanfaatkan oleh Gugus Mitigasi Lebak Selatan dalam menjalin komunikasi, relasi, dan membangun kepercayaan masyarakat adalah media digital. Pada era perkembangan teknologi yang pesat ini, keberadaan media digital menjadi salah satu hal yang dapat membantu perusahaan, organisasi, dan komunitas dalam membangun *brand image* serta meningkatkan *awareness* dan kepercayaan masyarakat terhadap mereka. Wiryany et al. (2023, p. 119) secara lebih lanjut menjelaskan bahwa penggunaan instrumen media digital seperti akun media sosial dan juga situs internet secara sinergis memungkinkan perusahaan, organisasi, dan komunitas untuk menjalin komunikasi dan berinteraksi secara langsung dengan masyarakat yang menjadi audiensnya melalui berbagai cara kreatif, seperti artikel, video, sampai *live streaming*. Ketersediaan berbagai metode untuk berinteraksi tersebut secara perlahan akan membuat audiens dapat mengenali perusahaan, organisasi, atau komunitas, dan bahkan menumbuhkan keterikatan dengannya sesuai dengan piramida *brand awareness*.

Hanson (2019) mengungkapkan bahwa dalam konteks tertentu, kehadiran akun media sosial dan situs juga dapat menjadi kanal informasi yang terbaru dan tercepat bagi perusahaan, organisasi, dan komunitas yang memilikinya. Oleh karena itu, keberadaan kedua kanal media digital tersebut dapat membuat reputasi serta kredibilitas perusahaan, organisasi dan komunitas bernilai positif bagi konsumen. Akun media sosial dan situs internet juga menjadi sumber informasi dan komunikasi yang paling mudah diakses oleh masyarakat, sehingga kepemilikan kedua kanal tersebut seringkali menjadi sebuah keharusan bagi banyak perusahaan, organisasi, dan komunitas yang ingin menyampaikan informasi resmi kepada masyarakat dan mencegah munculnya hoaks. GMLS juga dapat mengikutsertakan generasi Z, yang merupakan salah satu komponen penduduk terbesar di Kecamatan

Panggarangan (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lebak, 2019) sebagai penerima informasi primer, yang dapat menyebarkan informasi kebencanaan yang telah mereka terima kepada orang-orang yang ada di sekitarnya.

Sejak awal didirikan hingga saat ini, Gugus Mitigasi Lebak Selatan telah memanfaatkan kehadiran media digital dalam menunjang berbagai kegiatan yang telah dilakukan. Secara khusus, GMLS telah menggunakan akun media sosial TikTok, Facebook, dan Instagram sebagai kanal komunikasi untuk menyebarkan informasi mengenai seluruh program dan kegiatan yang dimiliki oleh GMLS. Media sosial memiliki kekuatan yang besar dalam mengakselerasi kecepatan persebaran informasi dari perusahaan, organisasi, maupun komunitas kepada audiensnya. Sebagaimana telah dielaborasi oleh Kudchadkar dan Carroll (2020, pp. 539–540), mayoritas media sosial memiliki fitur yang dapat mendukung penyebaran informasi kepada target audiens tertentu secara masif (*targeted information-sharing strategy*), seperti fitur *hashtag*. Dengan menggunakan fitur tersebut, perusahaan, organisasi, dan komunitas dapat membuat konten informasi pada media sosial yang telah dipersonalisasi sesuai dengan karakteristik audiens, baik secara geografis, bahasa, dan sosiokultural. Penggunaan fitur tersebut juga mempermudah perusahaan, organisasi, dan komunitas dalam melakukan *tracking* terhadap informasi yang telah disebarkan.

Meskipun penggunaan media sosial dapat mengakselerasi kecepatan penyebaran informasi dari GMLS kepada masyarakat, seringkali informasi yang dapat disebarkan melalui media sosial terbatas oleh kemampuan dan tujuan yang dimiliki oleh masing-masing media sosial. Contohnya adalah Instagram dan TikTok yang hanya optimal untuk mengomunikasikan mengenai kegiatan GMLS dalam bentuk audiovisual. Lanskap media sosial yang dinamis dan cenderung didominasi oleh konten *vertical video* seperti *reels* membuat beberapa jenis informasi seperti sejarah, visi dan misi, serta program kerja kurang ideal untuk ditampilkan pada *platform* tersebut, terutama karena mayoritas konten yang diunggah ke media sosial memiliki sifat kasual.

Salah satu alternatif media digital yang dapat membantu mengatasi keterbatasan tersebut adalah situs web. Berbeda dengan media sosial yang seringkali digunakan untuk penyebaran konten dan informasi yang bersifat kasual, sebuah situs web dapat digunakan sebagai media penyebaran informasi yang bersifat formal. Secara khusus, kepemilikan sebuah situs web dapat membantu GMLS dalam menyediakan informasi dasar yang krusial untuk diketahui oleh masyarakat, seperti profil organisasi, visi dan misi, program kerja, struktur kepengurusan, hingga informasi-informasi lain yang dapat dikemas dalam bentuk teks, gambar, dan audiovisual, seperti siaran pers, artikel, panduan kebencanaan, hingga video-video edukatif tentang manajemen kebencanaan. Martini et al. (2022, pp. 83–84) menjelaskan bahwa sebagai bagian dari sebuah *corporate profile*, penyajian informasi-informasi tersebut secara menarik dalam situs web yang didesain dengan baik dapat meningkatkan *brand recall*, *brand recognition*, serta sikap positif dari audiens perusahaan, organisasi, maupun komunitas. Keberadaan situs web tersebut juga dapat mengakomodasi kebutuhan generasi Z sebagai agen komunikasi dalam memperoleh informasi kebencanaan yang tepercaya, terutama di wilayah Lebak Selatan.

Secara tidak langsung, situs web juga dapat membentuk persepsi pada masyarakat bahwa organisasi pemilik situs tersebut merupakan organisasi yang kredibel. Khialani (2018) menjelaskan bahwa sebuah situs yang didesain dengan baik dapat meningkatkan kepercayaan publik kepada perusahaan, organisasi, dan komunitas pemilik situs tersebut. Tidak hanya itu, sebuah situs dapat mencerminkan seluruh nilai yang dijunjung oleh perusahaan, organisasi, dan komunitas, sehingga secara tidak langsung, situs web menjadi representasi perusahaan, organisasi, dan komunitas kepada masyarakat dalam konteks daring. Oleh karena itu, maka situs web menjadi salah satu media digital yang dapat meningkatkan *awareness* publik terhadap Gugus Mitigasi Lebak Selatan, sekaligus mengonsolidasi *brand identity* yang dimiliki oleh Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Situs web yang didesain secara khusus untuk mengakomodasi kebutuhan generasi Z akan informasi kebencanaan juga dapat membantu mempercepat diseminasi

informasi kepada masyarakat, terlebih dengan mempertimbangkan sifat generasi Z yang sangat terbuka terhadap informasi dan seringkali membagikannya kepada orang-orang terdekatnya. Hal ini dapat menjadi sebuah solusi untuk mempermudah akses informasi kebencanaan pada semua kalangan. Menyadari pentingnya peran situs web dalam membantu GMLS untuk mengomunikasikan program kepada masyarakat dan meningkatkan jangkauan dari strategi komunikasinya, maka pembuatan sebuah situs resmi yang merepresentasikan Gugus Mitigasi Lebak Selatan menjadi fokus dari tugas akhir ini.

1.2 Tujuan Karya

Tujuan dari karya ini adalah untuk membuat sebuah situs web yang dapat merepresentasikan Gugus Mitigasi Lebak Selatan beserta seluruh program yang dimilikinya kepada masyarakat, terutama di wilayah Lebak Selatan. Secara khusus, situs tersebut juga menjawab kebutuhan masyarakat Lebak Selatan akan adanya sumber informasi kebencanaan yang tepercaya, mutakhir, dan mudah diakses. Pembuatan situs web tersebut akan dilakukan sesuai dengan syarat-syarat dari klaster *digital apps*, sehingga secara keseluruhan, karya ini bertujuan untuk:

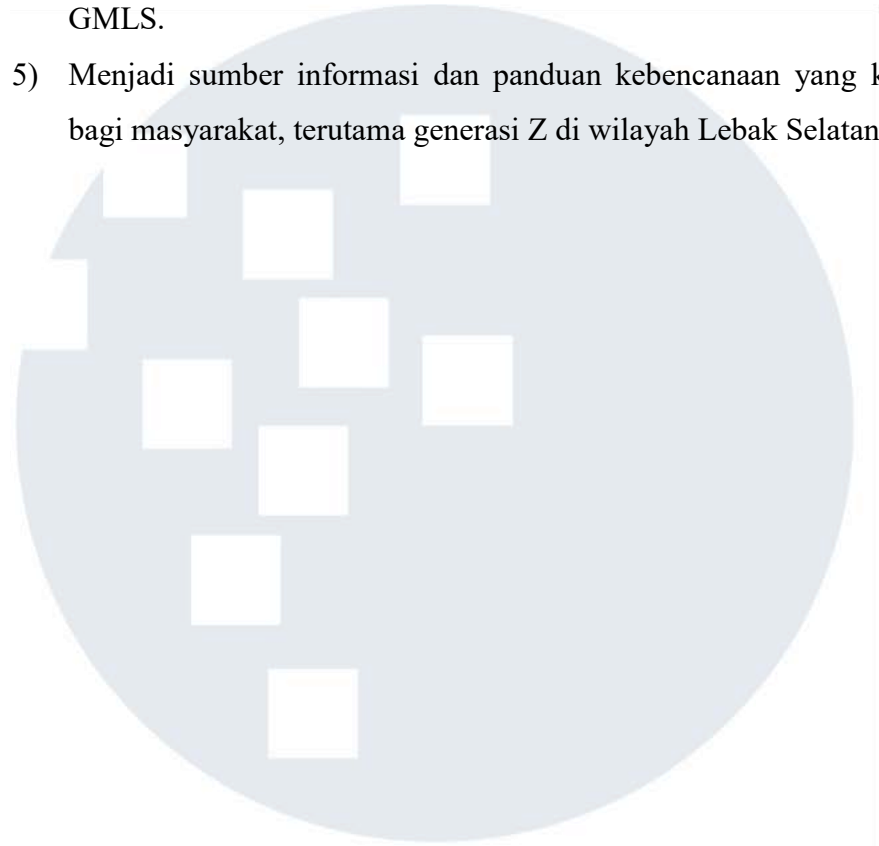
- 1) Membuat sebuah situs web yang dapat diakses melalui tiga jenis *device*, yaitu *desktop*, *tablet*, dan *smartphone*.
- 2) Membuat *progressive web app* yang dapat diakses melalui Android, serta dapat dikembangkan untuk *platform* iOS.

1.3 Kegunaan Karya

Secara praktis, karya ini memiliki beberapa kegunaan, yang meliputi:

- 1) Mengonsolidasikan *brand identity* Gugus Mitigasi Lebak Selatan.
- 2) Meningkatkan *awareness* masyarakat, terutama generasi Z dan kolaborator potensial terhadap Gugus Mitigasi Lebak Selatan serta seluruh program yang dimilikinya.
- 3) Meningkatkan aksesibilitas informasi dari Gugus Mitigasi Lebak Selatan kepada masyarakat di wilayah Lebak Selatan.

- 4) Menjadi arsip digital bagi seluruh program yang pernah dilakukan oleh GMLS.
- 5) Menjadi sumber informasi dan panduan kebencanaan yang kredibel bagi masyarakat, terutama generasi Z di wilayah Lebak Selatan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA