

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Referensi Karya

Dalam penyusunan Skripsi Berbasis Karya “Perancangan Buku Interaktif *Tsunami Ready* sebagai Media untuk Meningkatkan Literasi tentang Tsunami pada SDN 3 Situregen” ini, diperlukan referensi karya, yang nantinya akan digunakan sebagai referensi dalam perancangan dan ilustrasi buku secara keseluruhan. Referensi karya adalah upaya yang dilakukan penulis untuk menciptakan karya yang lebih inovatif dan menemukan inspirasi baru dalam perancangan karya.

Sebelum membuat suatu karya, penulis membutuhkan landasan serta acuan yang akan dijadikan sebagai referensi untuk mendukung karya tersebut. Oleh karena itu, referensi karya adalah hal yang krusial sesuai dengan perencanaan dan perancangan pembuatan karya. Untuk mendukung pembuatan Skripsi Berbasis Karya berjudul “Perancangan Buku Interaktif *Tsunami Ready* sebagai Media untuk Meningkatkan Literasi tentang Tsunami pada SDN 3 Situregen” maka penulis menggunakan enam jumlah referensi karya sejenis dengan topik serupa sebagai acuan dalam proses perancangan karya. Pada bagian ini, penulis akan membahas referensi karya yang dijadikan acuan dalam pembuatan Skripsi Berbasis Karya ini.

Referensi karya pertama ditulis oleh Suri Mutia Siregar, Budi Utomo, dan Lisa Marlina, berjudul “Perancangan Buku Interaktif untuk Memperkenalkan Ragam Profesi Sebagai Sarana Pengembangan Minat Pelajar Usia Dini”. Referensi ini berfokus untuk mengetahui bagaimana buku interaktif dapat merangsang minat belajar anak-anak serta dapat memperkenalkan berbagai profesi kepada anak usia dini, dengan teori/konsep yang digunakan yaitu buku interaktif, media pembelajaran, minat belajar, pengembangan karir. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil yang didapat dari jurnal ini, buku interaktif bertipe *participation* merupakan media pembelajaran yang efektif dalam memperkenalkan ragam profesi kepada anak usia dini serta efektif dalam meningkatkan minat belajar anak.

Penelitian tersebut memiliki kesamaan serta perbedaan dengan “Perancangan Buku Interaktif *Tsunami Ready* sebagai Media untuk Meningkatkan Literasi tentang Tsunami pada SDN 3 Situregen”. Persamaan yang ditemukan adalah membahas bagaimana buku interaktif dapat mendorong interaksi dan partisipasi aktif siswa dalam proses pembelajaran. Sedangkan, perbedaan yang ditemukan adalah “Perancangan Buku Interaktif untuk Memperkenalkan Ragam Profesi Sebagai Sarana Pengembangan Minat Pelajar Usia Dini” lebih bertujuan dalam mengembangkan minat belajar anak usia dini, bukan untuk meningkatkan literasi anak.

Referensi kedua ditulis oleh Alicia Suciadi dan Lalitya Talitha Pinasthika, berjudul “Perancangan Buku Ilustrasi Interaktif Edukasi 3 Kata Ajaib: Maaf, Terima Kasih, dan Tolong untuk Siswa TK Negeri di Jabodetabek”. Referensi ini berfokus pada mengetahui efektivitas buku ilustrasi interaktif dalam mengedukasi anak usia dini mengenai penggunaan tiga kata ajaib, yaitu maaf, terima kasih, dan tolong dalam kehidupan sehari-hari, dengan teori/konsep yang digunakan yaitu desain grafis, buku interaktif, struktur cerita, dan ilustrasi. Metode yang digunakan dalam referensi ini adalah metode penelitian kombinasi, yaitu wawancara, observasi, studi eksisting, studi referensi, riset sekunder, serta *alpha* dan *beta test*. Hasil yang didapat dari jurnal ini adalah buku ilustrasi interaktif dapat membantu anak usia dini dalam mempelajari pentingnya sopan santun serta menggunakan tiga kata ajaib dalam kehidupan sehari-hari.

Persamaan dari penelitian yang dibuat peneliti dan referensi karya kedua ini adalah buku interaktif yang menjadi salah satu jenis pembelajaran yang dapat menarik perhatian serta mengajak anak untuk berinteraksi. Perbedaan yang ditemukan adalah referensi karya kedua ini membahas buku interaksi dimana pembaca dapat memilih jalan cerita untuk mengetahui sebab akibat dari tiga kata ajaib.

Pada referensi karya yang ketiga oleh Mirnayati, berjudul “Perancangan Buku Interaktif Cerita Rakyat Lombok “Monyeh””. Karya ini memiliki fokus dalam memperkuat cerita rakyat daerah melalui buku interaktif untuk dapat

menarik perhatian anak serta melatih motorik anak, dengan teori/konsep komunikasi visual, *design thinking*, dan psikologi anak, dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah buku interaktif ini berfungsi untuk memperkenalkan serta melestarikan cerita rakyat dengan metode yang menarik serta mudah diingat.

Persamaan dari karya yang dibuat oleh penulis dengan referensi karya ketiga ini adalah penggunaan media buku interaktif untuk mempermudah pembaca dalam memahami pesan yang disampaikan. Kemudian, yang membedakannya, “Perancangan Buku Interaktif Cerita Rakyat Lombok “Monyeh”” menggunakan metode perancangan *Design Thinking (Emphatize, Define, Ideate, Prototype, dan Test)*.

Referensi karya yang keempat ditulis oleh Edwin Chairil Hidayat, Hendy Yuliansyah, dan Agus Triyadi, berjudul “Perancangan Buku Interaktif untuk Edukasi Anak Usia 9-12 tahun di SDN 107 Paledang Bandung”. Karya ini memiliki fokus dalam mengetahui bagaimana buku interaktif dapat membantu meningkatkan pengetahuan anak usia 9-12 tahun dalam pencampuran warna, dengan teori/konsep buku interaktif dan pencampuran warna. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi pustaka dan analisis data kualitatif. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah buku interaktif dapat membantu anak belajar tentang warna dengan metode yang menyenangkan dan menarik.

Penelitian tersebut memiliki persamaan serta perbedaan dengan “Perancangan Buku Interaktif *Tsunami Ready* sebagai Media untuk Meningkatkan Literasi tentang Tsunami pada SDN 3 Situregen”. Persamaan yang ditemukan adalah menggunakan media buku interaktif untuk menekankan pentingnya interaksi antara anak dengan media pembelajaran. Sedangkan, perbedaan yang ditemukan adalah “Perancangan Buku Interaktif untuk Edukasi Anak Usia 9-12 tahun di SDN 107 Paledang Bandung” berfokus pada edukasi pencampuran warna, sedangkan karya penulis berfokus pada mitigasi bencana tsunami.

Referensi kelima ditulis oleh Melina Yuli Kartika, Vit Ardhyantama, dan Urip Tisngati, berjudul “Pengembangan Media Buku Cerita Bergambar Untuk

Meningkatkan Pemahaman Anak Tentang Mitigasi Bencana”. Karya ini memiliki fokus dalam pengembangan buku cerita bergambar “Siaga” untuk meningkatkan pemahaman anak tentang mitigasi bencana gempa bumi dan tsunami, dengan teori/konsep media pembelajaran, mitigasi bencana, dan buku cerita bergambar. Metode penelitian yang digunakan adalah model ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*). Hasil dari penelitian ini adalah buku cerita bergambar sebagai media pembelajaran berhasil meningkatkan pemahaman anak tentang mitigasi bencana.

Persamaan dari penelitian yang dibuat peneliti dan referensi karya kelima ini adalah meningkatkan kesiapsiagaan anak dalam menghadapi bencana. Sedangkan, perbedaan dari penelitian yang dibuat oleh peneliti dan referensi karya kelima ini, “Pengembangan Media Buku Cerita Bergambar Untuk Meningkatkan Pemahaman Anak Tentang Mitigasi Bencana” berfokus dalam pengembangan cerita bergambar untuk meningkatkan pemahaman anak tentang mitigasi bencana, bukan dengan buku interaktif.

Referensi karya yang keenam ditulis oleh Maila D.H. Rahiem dan Fira Widiastuti, berjudul “Pembelajaran Mitigasi Bencana Alam Gempa Bumi untuk Anak Usia Dini melalui Buku Bacaan Bergambar”. Fokus dari penelitian ini adalah pengembangan buku bacaan bergambar dengan judul “Aku Tahu Gempa Bumi” sebagai media pembelajaran, khususnya untuk anak usia dini, dengan teori/konsep mitigasi bencana. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini memiliki hasil yaitu buku bacaan bergambar sebagai media pembelajaran berhasil dilakukan karena dapat memotivasi anak menjadi tangguh menghadapi potensi bencana.

Penelitian tersebut memiliki persamaan serta perbedaan dengan “Perancangan Buku Interaktif *Tsunami Ready* sebagai Media untuk Meningkatkan Literasi tentang Tsunami pada SDN 3 Situregen”. Persamaan yang ditemukan adalah memiliki tujuan untuk mengembangkan media pembelajaran untuk meningkatkan pemahaman siswa. Sedangkan, perbedaan yang ditemukan adalah “Pembelajaran Mitigasi Bencana Alam Gempa Bumi untuk Anak Usia Dini melalui

Buku Bacaan Bergambar” berfokus dalam mempersiapkan anak menghadapi bencana alam, yaitu gempa bumi sejak usia dini, bukan secara khusus mengenai tsunami.

Kebaharuan Skripsi Berbasis Karya ini dibanding dengan karya lainnya adalah karya ini secara spesifik membahas mengenai mitigasi tsunami dalam konteks lokal Lebak Selatan dan menggunakan media buku interaktif. Selain itu, karya ini dirancang dengan tujuan jangka panjang yaitu untuk membentuk generasi yang siap dan tangguh menghadapi tsunami dan menciptakan generasi dengan literasi bencana yang baik. Karya ini menghadirkan peluang untuk mengembangkan topik dan peluang baru, terutama dalam bidang komunikasi.

Dari segi media, buku ini menggunakan metode yang lebih menyenangkan, yaitu dengan buku interaktif. Dikarenakan dalam buku interaktif ini akan memberikan visualisasi yang lebih bersifat interaktif dan menciptakan pengalaman membaca yang unik bagi anak. Hal ini membuat pesan yang ingin disampaikan pada buku menjadi lebih mudah dipahami. Dalam buku interaktif yang memiliki topik mitigasi bencana tsunami, karya ini memiliki peluang dalam menjadi referensi/acuan dalam perkembangan dalam topik dan bidang yang relevan.



Tabel 2.1 Tabel Referensi Karya

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel (Karya)	Perancangan Buku Interaktif untuk Memperkenalkan Ragam Profesi Sebagai Sarana Pengembangan Minat Pelajar Usia Dini	Perancangan Buku Ilustrasi Interaktif Edukasi 3 Kata Ajaib: Maaf, Terima Kasih, dan Tolong untuk Siswa TK Negeri di Jabodetabek	Perancangan Buku Interaktif Cerita Rakyat Lombok “Monyeh”	Perancangan Buku Interaktif untuk Edukasi Anak Usia 9-12 tahun di SDN 107 Paledang Bandung	Pengembangan Media Buku Cerita Bergambar Untuk Meningkatkan Pemahaman Anak Tentang Mitigasi Bencana	Pembelajaran Mitigasi Bencana Alam Gempa Bumi untuk Anak Usia Dini melalui Buku Bacaan Bergambar
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun	Suri Mutia Siregar, Budi Utomo, Lisa Marlina (2020)	Alicia Suciadi, Lalitya Talitha Pinasthika (2024)	Mirnayati (2020)	Edwin Chairil Hidayat, Hendy Yuliansyah,	Melina Yuli Kartika, Vit Ardhyantama,	Maila D.H. Rahiem, Fira Widiastuti (2020)

	Terbit, dan Penerbit			Agus Triyadi (2020)	Urip Tisngati (2023)		
3.	Fokus Penelitian	Mengetahui bagaimana buku interaktif dapat merangsang minat belajar anak-anak serta dapat memperkenalkan berbagai profesi kepada anak usia dini	Mengetahui efektivitas buku ilustrasi interaktif dalam mengedukasi anak usia dini mengenai penggunaan tiga kata ajaib, yaitu maaf, terima kasih, dan tolong dalam kehidupan sehari-hari	Memperkuat cerita rakyat daerah melalui buku interaktif untuk dapat menarik perhatian anak serta melatih motorik anak	Mengetahui bagaimana buku interaktif dapat membantu meningkatkan pengetahuan anak usia 9-12 tahun dalam pencampuran warna	Pengembangan buku cerita bergambar “Siaga” untuk meningkatkan pemahaman anak tentang mitigasi bencana gempa bumi dan tsunami	Pengembangan buku bacaan bergambar dengan judul “Aku Tahu Gempa Bumi” sebagai media pembelajaran, khususnya untuk anak usia dini
4.	Teori	Buku interaktif, media pembelajaran, minat	Desain grafis, buku interaktif,	Komunikasi visual, <i>design</i>	Buku interaktif, pencampuran warna	Media pembelajaran, mitigasi bencana, buku	Mitigasi bencana

	belajar, pengembangan karir	struktur cerita, ilustrasi	<i>thinking</i> , psikologi anak		cerita bergambar	
5. Metode Penelitian	Kualitatif dengan metode deskriptif	Metode penelitian kombinasi (wawancara, observasi, studi eksisting, studi referensi, riset sekunder, <i>alpha</i> dan <i>beta test</i>)	Kualitatif dan kuantitatif	Metode studi pustaka dan analisis data kualitatif	Model ADDIE (<i>Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation</i>)	Metode deskriptif kualitatif
6. Persamaan	Membahas bagaimana buku interaktif dapat mendorong interaksi dan partisipasi aktif siswa dalam proses pembelajaran	Buku interaktif yang menjadi salah satu jenis pembelajaran yang dapat menarik perhatian serta mengajak	Penggunaan media buku interaktif untuk mempermudah pembaca dalam memahami pesan yang disampaikan	Menggunakan media buku interaktif untuk menekankan pentingnya interaksi antara anak dengan	Meningkatkan kesiapsiagaan anak dalam menghadapi bencana	Bertujuan untuk mengembangkan media pembelajaran untuk meningkatkan pemahaman siswa

		anak untuk berinteraksi		media pembelajaran		
7. Perbedaan	Jurnal lebih bertujuan dalam mengembangkan minat belajar anak usia dini, bukan untuk meningkatkan literasi anak	Jurnal ini membahas buku interaksi dimana pembaca dapat memilih jalan cerita untuk mengetahui sebab akibat dari tiga kata ajaib	Jurnal ini menggunakan metode perancangan <i>Design Thinking (Emphatize, Define, Ideate, Prototype, dan Test)</i>	Jurnal ini berfokus pada edukasi pencampuran warna, sedangkan karya penulis berfokus pada mitigasi bencana tsunami	Berfokus dalam pengembangan cerita bergambar untuk meningkatkan pemahaman anak tentang mitigasi bencana, bukan dengan buku interaktif	Berfokus dalam mempersiapkan anak menghadapi bencana alam, yaitu gempa bumi sejak usia dini
8. Hasil Penelitian	Buku interaktif bertipe <i>participation</i> merupakan media pembelajaran yang efektif dalam memperkenalkan ragam	Buku ilustrasi interaktif dapat membantu anak usia dini dalam mempelajari	Buku interaktif ini berfungsi untuk memperkenalkan serta	Buku interaktif dapat membantu anak belajar tentang warna dengan metode	Buku cerita bergambar sebagai media pembelajaran berhasil	Buku bacaan bergambar sebagai media pembelajaran berhasil dilakukan

profesi kepada anak usia dini serta efektif dalam meningkatkan minat belajar anak	pentingnya sopan santun serta menggunakan tiga kata ajaib dalam kehidupan sehari-hari	melestarikan cerita rakyat dengan metode yang menarik serta mudah diingat	yang menyenangkan dan menarik	meningkatkan pemahaman anak tentang mitigasi bencana	karena dapat memotivasi anak menjadi tangguh menghadapi potensi bencana
---	---	---	-------------------------------	--	---

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Landasan Konsep

Landasan konsep merupakan sebuah kerangka teoretis yang digunakan untuk mendukung sebuah karya. Teori dan konsep yang relevan digunakan untuk menjadi dasar dalam proses perancangan karya serta membantu mengarahkan sebuah karya. Berikut merupakan landasan konsep yang digunakan untuk perancangan karya.

2.2.1 Media Literacy

Literasi media adalah perspektif yang digunakan secara aktif ketika terpapar media massa dalam memproses atau menafsirkan makna pesan (Potter, 2021, p. 13). Secara khusus, literasi media adalah kemampuan dalam mengakses, menganalisis, dan menciptakan pesan dalam bentuk media. Pemahaman ini akan mengetahui bagaimana media bekerja, bagaimana media telah mempengaruhi, dan bagaimana media dapat digunakan dengan efektif. Dengan literasi media, maka seseorang akan melihat lebih banyak dalam pesan yang disampaikan.

Literasi media memiliki karakteristik, yaitu multidimensional dan kontinum (Potter, 2021, p. 24). Multidimensional memiliki arti bahwa literasi media memiliki aspek-aspek yang menarik. Dalam literasi media, terdapat empat aspek yang saling terkait satu dengan lainnya. Empat aspek tersebut adalah kognitif, emosional, estetika, dan moral. Empat aspek literasi media akan saling melengkapi satu dengan lainnya untuk dapat memahami media secara komprehensif. Berikut merupakan penjelasan empat aspek literasi media:

1. Kognitif

Kemampuan mendasar dalam memahami, menganalisis, dan mengevaluasi informasi yang disampaikan melalui media. Kemampuan mendasar ini akan membantu dalam mengidentifikasi, dan memahami pesan tersirat dalam media (Potter, 2021, p. 319).

2. Emosional

Kemampuan dalam mengenali dan mengelola emosi yang muncul akibat dari paparan media. Jika seseorang memiliki literasi media yang baik, maka akan dapat memahami bahwa media dapat mempengaruhi perasaan, hal ini

merupakan respon yang muncul terhadap pesan media (Potter, 2021, p. 319).

3. Estetika

Kemampuan dalam menghargai nilai kreativitas atau seni dalam pesan media. Aspek ini akan membantu dalam memahami teknik produksi, gaya visual, dan elemen lainnya yang ada dalam pesan media (Potter, 2021, p. 320).

4. Moral

Kemampuan dalam memahami dan mengevaluasi nilai-nilai yang dimiliki dalam pesan media. Jika seseorang memiliki literasi media yang baik, maka akan dapat melihat bahwa pesan media sesuai dengan prinsip dan moral yang dimiliki oleh diri mereka (Potter, 2021, p. 320).

Selain multidimensional, literasi media juga memiliki karakteristik kontinum. Literasi media adalah proses perkembangan yang bersifat berkelanjutan. Hal ini terkait dengan bagaimana tingkat literasi media seseorang akan meningkat seiring dengan pengalaman, keterampilan, dan pengetahuan berinteraksi dengan media. Dikarenakan literasi media adalah proses yang berjalan seumur hidup, melibatkan pengembangan keterampilan dan pengetahuan akan media. Seseorang dengan literasi media rendah akan memiliki pengetahuan yang terbatas akan media. Maka akan membuat orang tersebut kurang kritis dan mudah terpengaruh oleh pesan media. Sedangkan, jika seseorang memiliki literasi media tinggi, akan lebih memiliki banyak perspektif tentang media. Mereka akan mampu dan terbiasa dalam menganalisis hingga menginterpretasikan pesan media secara kritis.

2.2.2 Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah proses penyampaian gagasan, pesan, dan informasi melalui seni sehingga dapat diterima oleh penerima pesan untuk mendapatkan umpan balik. Komunikasi visual berperan dalam meningkatkan pemahaman dan respon yang diberikan oleh penerima pesan (Andhita, 2021, p. 4). Proses ini menggunakan elemen grafis seperti gambar, simbol, warna, dan tulisan agar dapat menciptakan pesan yang efektif sehingga mudah dipahami oleh penerima pesan.

Dalam hal ini, komunikator akan menggunakan aspek visual dalam menafsirkan pesan, agar komunikator dapat mengerti makna dari pesan tersebut.

Dalam menyusun pesan dalam komunikasi visual, elemen grafis harus digunakan dengan relevan dan elemen-elemen grafis harus berhubungan satu dengan lainnya. Sehingga penerima pesan akan lebih tertarik dalam melakukan eksplorasi terhadap pesan tersebut. Hingga kemudian, penerima pesan dapat memahami dan menginterpretasikan pesan. Secara khusus, diharapkan komunikator memberikan tanggapan dan reaksi terhadap pesan tersebut. Tanggapan dan reaksi dapat berupa perubahan sikap, perilaku, dan tindakan nyata sebagai hasil dari interpretasi terhadap pesan tersebut (Andhita, 2021, p. 8). Hal ini menunjukkan bahwa komunikator tidak hanya menerima pesan secara pasif.

Komunikasi visual memerlukan perantara atau sarana perantara yang disebut dengan media. Dalam mendukung adanya umpan balik, media komunikasi visual digunakan sebagai perangkat, saluran, dan perantara komunikasi yang berfokus pada gambar dan tulisan (Andhita, 2021, p. 13). Media digunakan sebagai kelancaran proses komunikasi antara pengirim dan penerima pesan, berkaitan dengan apa yang dikomunikasikan sehingga makna pesan dapat dipahami.

2.2.3 Copywriting

Copywriting adalah segala hal yang menggunakan kata-kata bertujuan untuk membujuk audiens dan pembaca untuk menghasilkan tindakan tertentu. Tindakan tersebut dapat berupa mengklik tautan, mengisi formulir, melakukan pembelian, dan tindakan lainnya dalam proses penjualan. *Copywriting* adalah tentang mendorong seseorang dalam bertindak (Edwards, 2019). *Copywriting* memiliki perbedaan dari tulisan biasa, dikarenakan *copywriting* memiliki tujuan yang spesifik, yaitu untuk memicu respon dari pembaca, tidak hanya untuk menyampaikan informasi. *Copywriting* dapat diterapkan dalam berbagai bentuk, baik daring maupun luring, seperti iklan di media cetak, media sosial, *email marketing*, video komersial, dan bentuk lainnya.

Copywriting adalah alat persuasif yang dirancang agar dapat menarik perhatian, membangun minat, dan mempengaruhi perilaku audiens (Prayoga, 2015). Dalam *copywriting*, tidak hanya menulis serangkaian kata-kata, akan tetapi memadukan seni dan ilmu. *Copywriting* yang baik harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan audiens, sehingga tidak hanya mahir dalam menulis. Maka dari itu, dalam *copywriting* diperlukan pemahaman yang mendalam terkait target audiens, supaya pesan yang dirancang akan relevan dan menarik. Tentunya, *copywriting* perlu dirancang untuk dapat menggerakkan perilaku dan respon audiens.

Dalam konteks pembuatan buku, *copywriting* memainkan peran penting. Hal pertama yang harus dilakukan adalah membuat judul buku yang menarik, dikarenakan hal ini adalah hal pertama yang dilihat calon pembaca, sehingga hal ini sangat krusial. Dengan judul yang menarik, akan menarik dan membangkitkan rasa keingintahuan calon pembaca akan buku. Agar *copywriting* dapat berpengaruh secara efektif, penting untuk memahami target audiens dan menggunakan bahasa yang mereka gunakan. Supaya *copywriting* lebih relevan dan persuasif dan lebih dapat menarik perhatian pembaca. *Copywriting* dalam buku harus berperan dalam membuat pembaca tertarik untuk membaca buku lebih lanjut.

2.2.4 Risk Communication

Komunikasi risiko merupakan proses interaktif antara komunikator dan penerima pesan yang memiliki tujuan dalam bertukar informasi dan pendapat mengenai risiko. Komunikasi risiko bertujuan dalam meningkatkan kesadaran akan risiko, mempengaruhi persepsi akan potensi risiko, dan mendorong pengambilan keputusan yang tepat terkait risiko (Aristyavani, 2022). Komunikasi risiko adalah salah satu aspek yang penting, dianggap sebagai hal yang harus dipenuhi agar dapat memulai tahap manajemen kebencanaan, yaitu mitigasi, kesiapsiagaan, respon, dan pemulihan. Komunikasi risiko secara garis besar bertujuan untuk mengkomunikasikan potensi bencana yang akan terjadi pada masa depan, akan tetapi, komunikasi risiko dapat digunakan pada setiap tahap kebencanaan. Komunikasi risiko akan membantu korban dan pihak yang terdampak akibat bencana, baik sebelum, saat, dan sesudah terjadinya bencana.

Persepsi risiko seringkali berbeda pada tiap-tiap masyarakat, hal ini terjadi karena setiap individu dan kelompok memiliki pandangan yang berbeda terhadap suatu risiko. Hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor budaya, nilai-nilai, informasi, dan pengalaman masing-masing individu. Oleh karena itu, komunikasi risiko perlu memahami bagaimana penerima pesan memandang risiko, agar komunikasi menjadi efektif. Komunikator perlu memahami bagaimana penerima pesan memandang risiko tersebut. Dengan memahami bagaimana penerima pesan memandang risiko, komunikator akan dapat menyesuaikan pesan dengan persepsi risiko penerima pesan agar lebih mudah diterima dan dipahami. Secara khusus, komunikator perlu menghargai persepsi risiko penerima pesan, agar kemudian membangun kepercayaan antara komunikator dan penerima pesan (Aristyavani, 2022). Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi risiko dari penerima pesan, maka komunikator akan dapat lebih mudah dalam mendorong perubahan perilaku yang diinginkan.

Dalam membangun kepercayaan antara komunikator dan penerima pesan, dibutuhkan komunikasi yang terbuka dan transparan. Keterbukaan dan transparansi dalam komunikasi adalah kunci untuk membangun kepercayaan antara komunikator dan penerima pesan (Aristyavani, 2022). Komunikator harus dapat menyampaikan informasi risiko dengan tepat waktu, akurat, dan mudah dipahami oleh penerima pesan. Tentunya dalam keterbukaan dan transparansi ini akan membantu masyarakat mengambil keputusan yang tepat dan dapat mengurangi kepanikan dalam masyarakat. Dalam menyampaikan informasi, penting bagi komunikator untuk menyampaikan informasi yang dapat mengurangi ketidakpastian, sehingga kecemasan pada masyarakat akan berkurang. Dengan menyampaikan informasi yang jelas, komunikator risiko dapat mengurangi ketidakpastian terhadap situasi.

2.2.5 *Disaster Risk Reduction*

Disaster Risk Reduction adalah strategi dan praktik yang dirancang untuk mengurangi risiko bencana dengan berbagai langkah, termasuk identifikasi masalah, pencegahan, dan pembangunan resiliensi. *Disaster Risk Reduction*

memiliki tujuan dalam mencegah bencana yang sekiranya dapat terjadi di masa depan dan mengurangi risiko bencana jika bencana telah terjadi. DRR akan berkontribusi dalam memperkuat ketahanan masyarakat dan mencapai pembangunan yang berkelanjutan. Fokus dari DRR harus ditujukan pada pemantauan, penilaian, dan pemahaman akan risiko bencana. DRR juga melibatkan penguatan koordinasi antar lembaga terkait dan tata kelola risiko bencana. Sehingga membutuhkan adanya partisipasi aktif dari seluruh pemangku kepentingan yang relevan (United Nations Office for Disaster Risk Reduction, 2015).

Disaster Risk Reduction akan bertujuan dalam meningkatkan kesiapsiagaan bencana untuk respon yang efektif serta membangun pemulihan, rehabilitasi, dan rekonstruksi dengan lebih baik. Secara umum, DRR memiliki tujuan utama untuk menyelamatkan nyawa, melindungi aset, dan membangun ketahanan. Hal ini menunjukkan bahwa penting melakukan investasi pada ketahanan ekonomi, sosial, budaya, komunitas, dan lingkungan hidup (United Nations Office for Disaster Risk Reduction, 2015).

Dalam istilah *Disaster Risk Reduction*, terdapat juga hal yang dinamakan *Disaster Risk Reduction Communication*. *Disaster Risk Reduction Communication* adalah strategi komunikasi yang dibuat secara khusus untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang potensi risiko bencana dan membantu individu dalam membuat keputusan yang tepat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pengetahuan mengenai risiko bencana dan mendorong tindakan yang tepat untuk mengurangi risiko tersebut. Pendekatan ini melibatkan interaksi timbal balik dan dua arah antara penyedia informasi dengan masyarakat. Agar dapat mengkomunikasikan pesan tersebut kepada masyarakat, perlu memiliki strategi komunikasi bencana (Dufty, 2020, p. 33).

1. Mission

Misi dari *Disaster Risk Reduction Communication* merupakan tujuan dalam strategi komunikasi bencana dalam mengelola risiko bencana agar lebih efektif dan mampu menyediakan informasi tentang risiko dan mendorong tindakan dalam mengurangi kerentanan dan dampak dari bencana.

2. *Mitigation*

Mitigasi dalam *Disaster Risk Reduction Communication* merupakan upaya yang dilakukan untuk mengurangi risiko dari sebelum, saat, dan sesudah terjadi bencana, sehingga dapat mengurangi dampak dan kerugian yang timbul diakibatkan bencana. Dalam mitigasi, perlu mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengurangi faktor yang menyebabkan masyarakat rentan terhadap bencana. Dalam konteks ini, mitigasi bencana merupakan langkah krusial yang wajib dilakukan untuk mempersiapkan diri sebelum menghadapi bencana dengan tujuan untuk mengurangi kerentanan dan meningkatkan kesadaran akan risiko.

3. *Preparedness*

Kesiapsiagaan merupakan mempersiapkan masyarakat, masing-masing individu, dan lembaga terkait dalam menghadapi bencana dengan efektif dan efisien. Kesiapsiagaan berfokus pada pelatihan, perencanaan tanggap darurat bencana, dan membuat sistem peringatan dini. Maka dari itu, komunikasi menjadi salah satu media untuk dapat menyampaikan pesan kepada masyarakat agar masyarakat dapat mengantisipasi dan siap menghadapi bencana dengan sumber daya yang tepat.

4. *Response*

Respon adalah memberikan bantuan secara secepatnya dan segera terhadap korban bencana dan dapat mengelola situasi darurat. Respon merupakan bentuk kepekaan dari peristiwa bencana dengan upaya penyelamatan dan bantuan.

5. *Recovery*

Pemulihan adalah hal yang dilakukan sesudah bencana terjadi. Pemulihan dilakukan untuk membantu masyarakat dan daerah yang terdampak supaya dapat pulih secepat mungkin. Pemulihan ini terdiri dari pemulihan fisik, ekonomi, psikologi, dan sosial. Pemulihan juga mencakup dukungan jangka panjang bagi masyarakat terdampak untuk memastikan bahwa mereka dapat membangun kembali kehidupan dan lingkungan mereka.

Pemulihan ini adalah upaya untuk mendukung upaya pemulihan jangka panjang.

2.2.6 *Social and Behaviour Change Communication*

Komunikasi Perubahan Sosial dan Perilaku merupakan pendekatan komunikasi yang melibatkan individu dan masyarakat dalam upaya dalam memberikan informasi serta mendorong adanya perubahan pada sikap dan perilaku. Ilmu yang digunakan dalam pendekatan ini adalah teori perubahan perilaku dalam mengatasi sikap dan perilaku sehingga dapat terjadinya perubahan perilaku. Tujuan dari Komunikasi Perubahan Sosial dan Perilaku adalah untuk menciptakan perubahan yang berkelanjutan pada individu dan masyarakat.

Dalam mengimplementasikan teori SBCC menurut Mckee (2014), terdapat model komunikasi *C-Planning* yang terdiri atas lima tahapan, yaitu *Understanding the Situation, Focusing and Designing, Creating, Implementing and Monitoring, dan Evaluating and Replanning* (Solihin et al., 2022, p. 31). Tahapan tersebut direncanakan dengan tujuan mengubah perilaku individu dan mengubah kondisi sosial.



Gambar 2.1 *C-Planning Model*

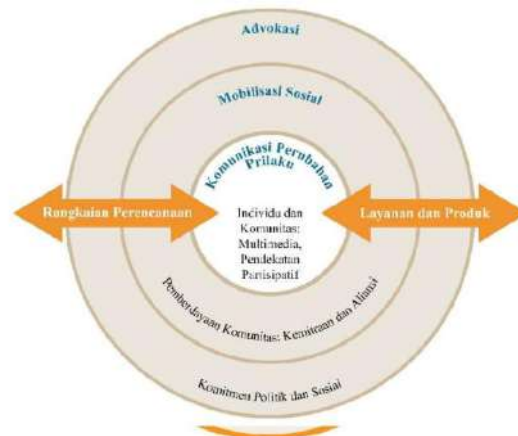
Sumber: Mckee, Becker-Benton, and Bockh (2014)

1. *Understanding the Situation*

Tahap pertama pada model komunikasi *C-Planning* dilakukan untuk menganalisis serta mengidentifikasi perilaku yang dapat dirubah sesuai dengan audiens yang dituju. Selain mengidentifikasi perilaku, juga perlu mengidentifikasi faktor pengaruh dasar perilaku serta faktor pendorong yang diperlukan dalam tahap ini. Dalam memahami situasi, perlu mengidentifikasi target sasaran dengan membuat profil dari target sasaran yang dituju maupun membuat *persona*.

2. *Focusing and Designing*

Pada tahap kedua setelah menganalisis dan mengidentifikasi perilaku yang dapat dirubah, terdapat strategi *Social and Behaviour Change Communication* yang perlu dipilih selama proses perencanaan, yaitu advokasi, mobilisasi sosial, dan komunikasi perubahan perilaku. Tahap *Focusing and Designing* melibatkan pemahaman yang mendalam terkait target sasaran yang dituju sehingga kemudian dapat menciptakan strategi komunikasi yang tepat sasaran. Dalam tahap ini, diperlukan fokus yang jelas terhadap target sasaran serta merancang pesan yang efektif. Sehingga dalam tahap ini, komunikasi yang dirancang akan relevan serta dapat mencapai tujuan perubahan perilaku yang ingin dituju.



Gambar 2.2 Strategi SBCC

Sumber: Mckee, Becker-Benton, and Bockh (2014)

3. *Creating*

Dalam tahap *creating*, diperlukan kemampuan untuk merancang pesan yang relevan serta menarik bagi audiens. Pada tahap ini, perlu melakukan pengembangan terhadap ide-ide untuk menyesuaikan karya dan program yang dibutuhkan oleh target sasaran. Sehingga diperlukan kreativitas serta inovasi-inovasi baru.

4. *Implementing and Monitoring*

Tahap ini adalah implementasi dari seluruh rancangan yang telah dibuat. Dalam hal ini, dapat membuat rencana implementasi yang mencakup kegiatan komunikasi, media, membuat rencana kerja terperinci serta dapat menyelesaikan rencana implementasi tersebut untuk memantau proses setiap aktivitas yang ada. Dalam melakukan pemantauan, perlu memastikan bahwa setiap aktivitas yang sedang berlangsung berjalan sesuai dengan rencana yang telah dibuat sejak awal.

5. *Evaluating and Replanning*

Tahap evaluasi dilakukan sebagai tahap terakhir ketika seluruh kegiatan selesai dilakukan. Tahap terakhir ini memiliki tujuan untuk mengukur sejauh mana rancangan-rancangan sebelumnya dapat dengan efektif tersampaikan kepada target sasaran serta dapat mencapai tujuan awal yang telah ditetapkan. Tahap ini juga dilakukan untuk menentukan kesuksesan kegiatan yang telah dilaksanakan. Tidak hanya melakukan evaluasi terhadap strategi komunikasi, akan tetapi juga memahami perubahan yang terjadi setelah terlaksananya kegiatan yang telah dirancang sebelumnya. Apabila hasil yang didapat tidak sesuai dengan tujuan awal, maka perlu dilakukan perencanaan ulang.