

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Referensi Karya

Merujuk pada karya terdahulu yang akan menjadi Referensi Karya untuk dapat menjadi perbandingan karya yang telah ada dan menjadi patokan serta inspirasi dalam mengembangkan karya. Referensi karya dapat menjadi informasi awal yang akan menguatkan ide yang akan digunakan nantinya. Dengan adanya karya-karya terdahulu dapat memberikan juga pandangan dan teori yang dapat diimplementasikan nantinya. Dari referensi tersebut dapat dikumpulkan dan merancang sebuah karya yang sesuai dengan kebutuhan audiens.

Terdapat lima Karya yang menjadi referensi untuk saya dalam merancang kegiatan Pedagang Siaga ini. Karya-karya terdahulu tersebut membahas mengenai bagaimana cara menyampaikan informasi terhadap masyarakat, pentingnya praktek dalam pemberian edukasi mitigasi bencana, dan adanya perbandingan dari pengetahuan awal masyarakat mengenai suatu dan sesudah adanya sosialisasi yang diberikan terhadap masyarakat.

2.2 Landasan Konsep

2.2.1 Teori Risk Communication

Komunikasi risiko bencana adalah strategi komunikasi risiko sejak tahap pra-bencana dapat mengurangi kekacauan informasi dan meningkatkan keterlibatan berbagai pemangku kepentingan dalam mitigasi (Nuriman, 2022). Tujuan utama dari komunikasi risiko bencana adalah sebuah upaya untuk meningkatkan tingkat kesadaran dari setiap orang mengenai bencana yang akan datang dengan harapan adanya tindakan dari tiap individu yang sesuai dengan bencana yang akan dihadapi nantinya. Kesadaran masyarakat menjadi tujuan utama dari komunikasi ini yang berawal dari inisiasi sosialisasi kepada masyarakat yang nantinya akan meningkatkan kesadaran mereka mengenai risiko apa yang menanti mereka di kemudian hari. Komunikasi risiko bencana yang dilakukan ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam melihat

kebencanaan yang akan mereka hadapi kedepannya dengan memperhatikan keseluruhan dari pra-bencana hingga pasca bencana nantinya (Rahman&Munadi, 2019).

2.2.2 Teori Kampanye

Kampanye adalah serangkaian usaha yang terencana dan terstruktur dengan tujuan mempengaruhi sikap atau perilaku melalui proses komunikasi. Perubahan sikap atau perilaku tersebut tidak terjadi secara instan, melainkan berlangsung secara bertahap. (Perloff, 2017). Sebuah kampanye dapat dilaksanakan dengan baik jika adanya respon atau tanggapan yang diberikan oleh audiens. Dalam kegiatan mitigasi bencana yang dilaksanakan tanggapan yang diberikan dapat berbagai macam bentuk terlebih lagi dalam kampanye mitigasi bencana tidak menawarkan produk melainkan edukasi yang diberikan untuk dapat terjadi perubahan gaya pikir dari diri para audiens. (Larson, 1992) keberhasilan sebuah kampanye sangat bergantung pada proses pembentukan kesadaran, pengetahuan, dan perubahan perilaku yang terjadi secara bertahap. Dalam konteks mitigasi bencana, pembentukan kesadaran ini menjadi sangat krusial karena berkaitan dengan keselamatan dan ketahanan masyarakat menghadapi bencana.

2.2.3 Komunikasi Interpersonal

komunikasi interpersonal adalah suatu komunikasi antar individu satu dengan yang lainnya yang mana individu-individu tersebut secara fisik melakukan proses interaksi dan saling memberikan feedback secara bergantian. Komunikasi interpersonal ini memiliki tujuan untuk membangun hubungan dengan orang lain melalui interaksi, percakapan atau pemeriksaan dan wawancara. komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian sekaligus penerimaan pesan dari pengirim kepada penerima pesan baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Secara langsung (primer) dapat terjadi apabila pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi dapat saling berbagi informasi tanpa melalui media atau perantara apapun. Dengan komunikasi ini interpersonal harus bersifat spontan, memiliki umpan balik antar komunikator

(Putri, 2023). Komunikasi yang dibangun ini ditujukan untuk membangun hubungan yang baik antara pedagang yang dituju dengan agen sosialisasi. Komunikasi yang dibangun diharapkan dapat berjalan dengan baik dan terbangunnya hubungan yang baik antara agen sosialisasi dengan para pedagang yang nantinya akan menjadi agen sosialisasi juga nantinya.

2.2. Social Behavior and Change Communication (SBCC)

SBCC sendiri adalah pendekatan komunikasi strategis yang bertujuan untuk mengubah perilaku seseorang dengan memberikan pengetahuan kepada mereka dengan tujuan adanya perubahan kebiasaan yang mereka lakukan melalui pengetahuan yang diberikan. Dalam SBCC sendiri melibatkan taktik tertentu untuk menghasilkan perubahan yang positif di dalam lingkungan masyarakat yang ada. Menjadikan masyarakat itu sendiri sebagai saluran komunikasi yang meneruskan informasi tertentu terhadap masyarakat yang lainnya.

Social Behavior Change Communication dimulai dari bagaimana kita memahami orang-orang yang akan berpartisipasi dalam memahami informasi yang akan diberikan dengan melihat bagaimana mereka menanggapi dan paham akan informasi yang akan disebarkan (Remsburg, 2017). Dengan tujuan merubah kondisi sosial yang ada di masyarakat ke arah yang lebih positif melalui individu atau kelompok tertentu. SBCC memiliki tujuan untuk mengubah kondisi sosial yang ada di sekitar dengan memahami mengenai hubungan antara manusia yang ada dalam lingkungan tersebut untuk membangun hubungan yang baik antar individu dalam lingkungannya. Dalam perancangan SBCC menggunakan 5 tahapan yang dikenal dengan *C-planning* yang terdiri dari :



Gambar 2. 1 Tahapan C -Planning

Sumber : SBCC Demand Reduction Guidebook, 2020

1. Understanding the Situation

Tahap pertama dalam langkah ini adalah memahami situasi lingkungan yang ada termasuk target orang-orang yang akan dituju dengan mengidentifikasi dan membagi segmentasi target yang nantinya akan dituju seperti melihat potensi apa saja yang dapat mendukung mereka dalam mencapai perubahan perilaku yang diharapkan dan bagaimana menjangkau para audiens yang ingin dituju dan faktor pendukung keberhasilannya.

2. Focusing and Designing

Pada tahap kedua ini setelah menganalisis situasi yang ada di lapangan dilanjutkan dengan membuat strategi yang sesuai dimulai dari bagaimana cara membuka komunikasi dengan masyarakat yang ada di lingkungan tersebut sesuai dengan orang-orang yang akan dituju.

3. Creating

Dalam tahap ketiga fokus untuk mengembangkan ide yang sudah ada untuk membantu komunikator dalam menyampaikan pesannya terhadap audiens yang akan dituju nantinya. Menyiapkan materi yang sesuai dengan kebutuhan dari

audiens. Materi yang nanti disebarakan harus bisa menyampaikan pesan dengan efektif dan menarik perhatian dari pendengar. Materi yang disebarakan menggunakan media seperti flyer, poster, sosialisasi, dan sebagainya diharapkan mendapatkan fokus dari audiens serta rasa penasaran mereka. Materi yang disebarakan dan media yang digunakan juga harus disesuaikan dengan audiens yang ingin dituju.

4. Implementing and Monitoring

Tahap keempat adalah eksekusi dari rancangan kegiatan yang sudah disusun yang berarti pada tahap ini adalah pelaksanaan yang akan dilakukan di lapangan untuk para audiens yang sudah dipilih. Dalam pelaksanaannya perlu adanya pemantauan secara langsung agar mengetahui bagaimana rencana yang dieksekusi dapat berjalan dengan baik atau terdapat kendala saat menjalankan kegiatan tersebut.

5. Evaluating and Replanning

Setelah pelaksanaan kegiatan pada tahap akhir harus dilakukan evaluasi yang dimana untuk menilai kegiatan yang sudah dilaksanakan sudah mencapai hasil yang diinginkan atau belum sesuai dengan *objective* yang sudah ditargetkan. Evaluasi ini perlu dilakukan dengan melibatkan masukan dan saran dari para penerima informasi yang diberikan untuk mengetahui bagaimana kegiatan tersebut berjalan dan mengetahui secara langsung bagaimana tanggapan para audiens mengenai kegiatan yang dilaksanakan kepada mereka. Jika hasilnya sesuai dengan kebutuhan dan target yang ditetapkan maka kegiatan dianggap berhasil apabila hasil yang didapatkan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka dapat dilakukan perancangan ulang untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

Tabel 2. 1 Referensi Karya

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel (Karya)	Mitigasi dan Tanggap Bencana di Daerah Pedesaan Rawan Gempa	Kampanye Sadar Bencana Melalui Media Infografis Kebencanaan	Efektivitas Pelaksanaan Peran Kelompok Penanggulangan Bencana Kelurahan Olo dalam Upaya Mitigasi Bencana Bumi dan Tsunami di Kawasan Pantai Padang	Analisis Pengurangan Risiko Bencana Gempa Bumi di Kabupaten Mimika Provinsi Papua Tengah	Perubahan Sosial Masyarakat Kota Banda Aceh Dalam Mitigasi Bencana : Pelajaran Sosial dari Bencana Tsunami	Mitigasi Bencana dalam Peningkatan Kewaspadaan Terhadap Ancaman Gempa Bumi Di Universitas Andalas

2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Yanyan Agustian, Asep Setiawan, Bambang Eko Widyanto, Raden Herdian Bayu Ashshiddiq, Fuad Hassan, 2024, Universitas Wiyatama	Yanyan Agustian, Diah Sri, Merryam A. – Universitas Widyatama	Chece syahyanti, Aldi Frinaldi, 2020, Universitas Negeri Padang	firdaus, Soemitro Emin Praja, Lucke Ayurindra Margie Dayana, 2025, Indonesian Research Journal On Education	Putra Rizki Youlan Radhianto, Khairulyadi, 2017, Syiah Kuala University	Nursyabani, Roni Ekha Putra, Kusdarini, 2020, Universitas Andalas
3.	Fokus Penelitian	Mitigasi gempa di Cihanjuang Rahayu	Mengadakan edukasi mengenai mitigasi kepada masyarakat.	Menilai efektivitas inisiatif dan tindakan kelompok dalam kesiapsiagaan bencana	Penelitian berfokus pada analisis pengurangan resiko bencana gempa bumi di Kabupaten Mimika dengan mengetahui	pentingnya pembelajaran melalui simulasi untuk membentuk pengalaman masyarakat terhadap bencana, dalam	penelitian ini membahas perlunya sistem peringatan dini yang efisien dan pentingnya kesiapan masyarakat di daerah rawan

					tingkat ancaman dan strategi pengurangan risiko bencana	praktik manajemen bencana di masyarakat	gempa untuk meminimalkan korban dan kerusakan properti
4. Teori	Mitigasi bencana	Mitigasi bencana, Infografis	Mitigasi bencana, Manajemen Bencana	mitigasi bencana, Infografis	mitigasi bencana, Infografis	manajemen pasca bencana	mitigasi bencana, Infografis
5. Metode Penelitian	survei dan wawancara	pengamatan	pengamatan, wawancara	Pengamatan, analisis data	wawancara dan survei	Pengamatan	
6. Persamaan	Karya ini sama-sama memanfaatkan komunitas yang ada dan kegiatan ini juga dilakukan	Masyarakat belajar melalui visualisasi yang sudah disediakan mengenai mitigasi bencana dan	Terdapat kekurangan dari pemahaman dari masyarakat seperti tidak tahu mengenai	Tingkat kerentanan masyarakat yang masih tergolong tinggi yang dimana	berharap adanya perubahan perilaku dari masyarakat yang dimana	Pada jurnal ini berfokus pada pengembangan melalui sosialisasi dengan materi	

	dengan sosialisasi secara terbuka	kegiatan ini juga ditujukan kepada masyarakat dengan tujuan adanya penyebaran luas	informasi yang memadai mengenai mitigasi bencana dimana mereka tinggal di daerah zona bahaya	masyarakat tidak begitu paham mengenai bahaya apa yang akan mereka hadapi	masyarakat jadi lebih waspada mengenai lingkungan mereka tinggal	yang tidak berat dan dapat
7. Perbedaan	Jurnal ini lebih fokus terhadap sosialisasi massal secara langsung terhadap masyarakat sedangkan fokus karya saya adalah dengan sistem berantai dimana dari satu	Masyarakat belajar melalui visual infografis yang disediakan sedangkan fokus saya menggunakan visualisasi dari peta rendaman yang dan flyer mengenai mitigasi	Dalam kegiatan saya terdapat komunitas yang memadai dan menopang kegiatan saya sehingga masyarakat masih ada yang sudah mengerti sedikit	Dalam tahapan pengurangan resiko bencana mereka berfokus pada penyediaan jalur evakuasi dan penguatan kesiapsiagaan dari masyarakat dan pemerintah,	perubahan yang dilakukan pada jurnal ini fokus pada perubahan makro secara langsung sedangkan di karya saya dimulai dari perubahan mikro dulu yang	pada jurnal ini fokusnya adalah dalam sosialisasi terhadap anak-anak sedang fokus karya saya berfokus pada para pedagang

orang pedagang informasi mitigasi bencana dapat disebarakan dengan baik	gempa bumi dan tsunami	mengenai isu-isu bencana di daerah mereka	sedangkan untuk karya saya berfokus pada penyebaran edukasi yang luas melalui para pedagang dan mengingat kembali jalur evakuasi sementara yang sudah ada	nantinya diharapkan akan berkembang dan nantinya ada perkembangan makro
---	------------------------	---	---	---

8. Hasil Penelitian	Program ini bertujuan untuk fokus menyebarkan mitigasi bencana gempa bumi dengan	Masyarakat mempelajari mitigasi bencana kebakaran melalui infografis yang mencakup tas siaga bencana,	Sosialisasi Masyarakat Terbatas: Sosialisasi yang bertujuan untuk memberikan edukasi kepada	Tingkat ancaman dengan 18 distrik terpapar bahaya dari gempa bumi dan tingkat	pentingnya pembelajaran sosial dan pengalaman dalam membentuk perilaku	penelitian menggaris bawahi peran keterlibatan siswa dalam upaya mitigasi bencana,
----------------------------	--	---	---	---	--	--

memanfaat komunitas setempat yang menjadikan area siap menangani Gempa bumi	langkah-langkah penting saat kebakaran terjadi, mitigasi bencana gempa bumi, kewaspadaan terhadap longsor, serta informasi nomor telepon darurat.	masyarakat tentang kesiapsiagaan bencana masih kurang. Banyak warga masyarakat yang belum mendapatkan informasi yang memadai tentang keberadaan kelompok siaga bencana maupun tindakan yang perlu dilakukan jika terjadi bencana.	kerentanan yang tinggi yang akan berdampak pada ekonomi di tempat tersebut	masyarakat dan respons terhadap bencana, yang mengarah pada perubahan sosial tingkat makro dalam praktik manajemen bencana	menekankan perlunya peningkatan pemahaman dan kesiapsiagaan risiko bencana dalam lingkungan pendidikan
--	--	--	---	--	---

