

BAB I

PENDAHULUAN

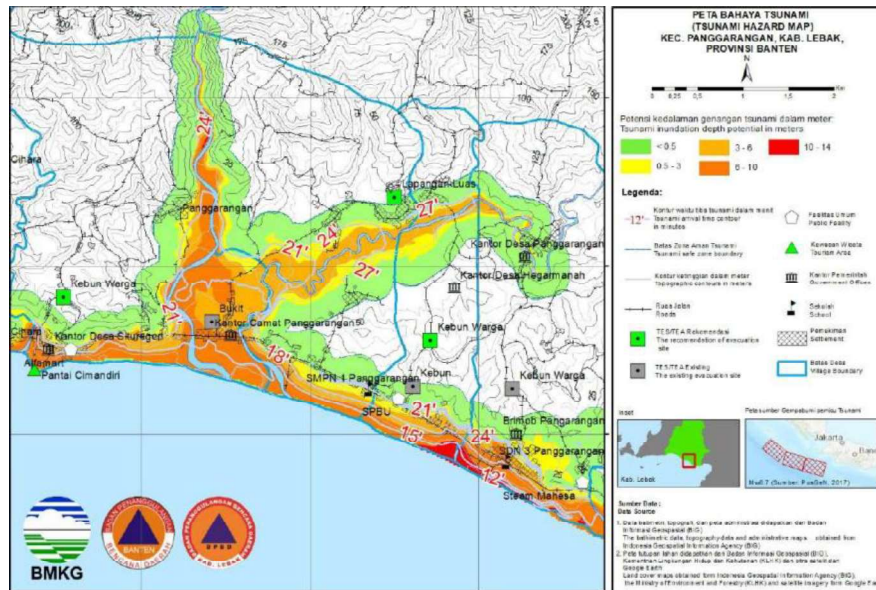
1.1. Latar Belakang

Secara geologis, Indonesia terletak di zona pertemuan tiga lempeng besar, yaitu lempeng Eurasia, Indo-Australia, dan Pasifik sehingga menjadikan Indonesia rawan terhadap bencana geologis seperti gempa bumi dan tsunami (Fariza A, Handayani BL. 2022). Selain itu, tatanan geologi Indonesia juga menyebabkan beberapa gunung api bawah laut yang dapat menimbulkan gempa vulkanik dan potensi terjadinya tsunami bila gempa terjadi di dasar perairan Indonesia (Rahakuasa H, Lasaiba MA. 2023).

Kejadian gempa dan tsunami di Indonesia seringkali terjadi dan mengakibatkan kerugian fisik, harta, serta korban jiwa. BMKG (2019) mencatat sejak tahun 1900 hingga tahun 2018, terdapat 134 kejadian tsunami yang melanda wilayah pesisir Indonesia

Dalam 10 tahun terakhir, Indonesia telah mengalami berbagai bencana alam. Ada tsunami Aceh 2004, gempa Jogja 2006, sampai rentetan bencana di Tasikmalaya, Sumatera Barat, dan Mentawai tahun 2009. Aktivitas lempeng di dasar Samudera Indonesia memang tidak bisa diprediksi akan memicu guncangan besar lagi.

Bencana yang terus berulang pasti menyisakan trauma berat. Mau mereka tinggal di pesisir atau pegunungan, rasa takutnya tetap ada bahkan membuat warga yang tinggal di zona aman gempa sekalipun. Menurut Heanoy & Brown (2024), efek bencana ini bukan hanya soal nyawa yang hilang atau harta yang habis. Fasilitas publik rusak, ekonomi macet, dan bisnis berhenti total. Tapi yang paling sulit dibudidayakan sebenarnya beban psikologis yang berubah menjadi trauma panjang bagi korbannya.



Gambar 1.1 Peta Bahaya Tsunami Kecamatan Panggarangan, Lebak, Banten

Sumber : Data IOC-UNESCO (2022)

Posisi Lebak Selatan di zona megathrust Pulau Jawa membuat wilayah ini terancam gempa dahsyat di atas 8 magnitudo yang dapat memicu tsunami. Banten bahkan jadi provinsi paling rawan bencana di Indonesia Merujuk Tabel Risiko Bencana 2019 (Supendi et al., 2023). Kondisi ini memaksa masyarakat setempat untuk tidak memikirkan masalah kesadaran bencana. Kesiapsiagaan bukan lagi pilihan, tapi keharusan untuk menghadapi skenario terburuk.

Merujuk pada UU nomor 24 tahun 2007, mitigasi adalah upaya untuk mengurangi dampak dari bencana dan mencakup pembangunan, edukasi mitigasi, serta peningkatan kemampuan dalam ketangguhan menghadapi bencana (BNPB). Praktiknya terbagi dua: struktural dan non-struktural. Cara struktural itu urusannya dengan fisik, seperti sepeda tanggul atau rumah tahan gempa. Sedangkan non-struktural lebih ke arah aturan dan edukasi, misalnya membuat peraturan daerah atau ngadain penyuluhan ke warga (Muh. Ilham Pratama Rahman, Daryono, 2025).

Kesadaran warga soal kesiapsiagaan bencana sebenarnya sangat bergantung pada komunikasi yang jelas. Hal-hal teknis seperti rute evakuasi, cara merespons gempa, sampai mengenali tanda-tanda alam di awal perlu dipahami dengan cara yang terstruktur (Septian et al., 2024). Respons komunitas juga bisa lebih cepat jika

disebarkan secara masif, baik melalui media sosial, berita, atau sosialisasi langsung informasi (Putra, 2023).

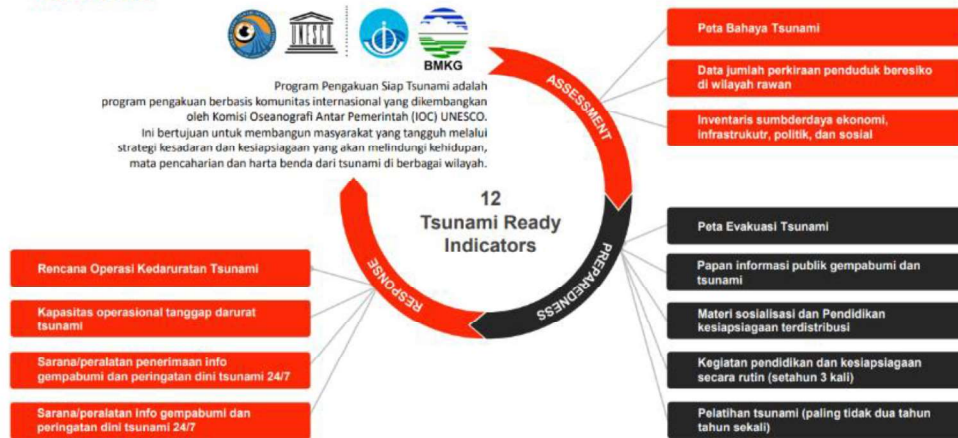
Komunikasi yang jelas dan terstruktur dapat membangkitkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya kesiapsiagaan menghadapi bencana, termasuk seperti pengenalan jalur evakuasi, penyikapan saat terjadi gempa atau tsunami, serta pemahaman tentang tanda-tanda yang menjadi indikasi awal bencana (Hargono et al., 2023). Informasi yang mudah dipahami dan disebarluaskan secara cepat melalui berbagai macam media seperti media sosial, media massa, maupun tatap muka juga akan meningkatkan respons dan pengambilan keputusan yang sigap di tingkat komunitas masyarakat (Jin&Austin, 2020).

Gugus Mitigasi Lebak Selatan adalah sebuah komunitas yang didirikan oleh Anis Faisal Resa pada 13 oktober 2020 yang berfokus pada mitigasi bencana alam di wilayah Lebak Selatan, Banten. Bergerak dari sebuah inisiatif yang bertujuan untuk membangun masyarakat Lebak Selatan yang siaga dan tangguh dalam menghadapi bencana (GMLS, 2023). GMLS lahir dari inisiatif untuk membentuk masyarakat yang lebih tangguh menghadapi ancaman alam. Fokus utamanya adalah perlindungan terhadap risiko tsunami melalui berbagai taktik. GMLS aktif melakukan sosialisasi, simulasi evakuasi, hingga kampanye publik. Mereka juga menggambarkan titik-titik aman dan memberdayakan warga pesisir agar lebih mandiri saat situasi darurat terjadi

GMLS mengusung *Tsunami Ready Program* untuk memperkuat ketangguhan warga Lebak Selatan dalam menghadapi bencana. Ini bukan program sembarangan karena standarnya mengacu pada IOC-UNESCO dengan 12 indikator utama, mulai dari penilaian risiko (*assessment*), kesiapsiagaan (*kesiapsiagaan*), sampai cara bereaksi (*response*). Pelaksanaannya pun melibatkan banyak pihak. Ada Universitas Multimedia Nusantara di sisi akademis, BNPB dari unsur pemerintah, hingga jaringan internasional melalui IOWave.

Tsunami Ready Program

2021-2022



Gambar 1.2 Tsunami Ready Program GML

Sumber : Website UMN 2025

Hal ini menjadi suatu peran penting bagi Gugus Mitigasi Lebak Selatan untuk dapat menyalurkan pesan mitigasi dengan baik, dan menganalisa bagaimana strategi pendekatannya sehingga dapat dipahami oleh masyarakat Lebas Selatan. Kondisi ini menuntut adanya strategi komunikasi dan strategi promosi yang lebih kreatif, terencana, dan kontekstual agar pesan mitigasi dapat tersampaikan secara efektif dan dapat meningkatkan loyalitas masyarakat secara berkelanjutan.

Secara harfiah, menurut Keller (2015) strategi promosi adalah upaya periklanan dan pemasaran yang memberikan sejumlah upaya singkat dan berlebihan untuk menginspirasi pilihan untuk mencoba atau membeli produk atau layanan. Pada penelitian ini, strategi promosi ini tujuannya lebih ke arah strategi. Fokusnya bukan menjualan, tapi meningkatkan literasi soal risiko tsunami dan mengubah perilaku masyarakat. Intinya, GMLS ingin warga lebih terlibat aktif dan punya rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap program mitigasi tersebut.

Strategi promosi sangat penting untuk menciptakan brand loyalty, khususnya pada program kesiapsiagaan bencana yang keberhasilannya bergantung pada keterlibatan dan komitmen masyarakat. Promosi bukan sekedar memperkenalkan

program, promosi juga tentang mengembangkan pemahaman, memupuk kedekatan emosional, dan menciptakan dampak positif pada masyarakat.

Penelitian ini menggunakan studi kasus sebagaimana dikemukakan oleh Robert K. Yin (2018), karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena kontemporer yang terjadi dalam konteks kehidupan nyata. Dalam konteks penelitian ini, strategi promosi Gugus Mitigasi Lebak Selatan untuk meningkatkan brand loyalty merupakan fenomena sosial yang berlangsung secara nyata dan dinamis, serta tidak dapat dipisahkan dari konteks masyarakat Lebak Selatan yang memiliki karakter sosial, budaya, dan risiko bencana tertentu. Oleh karena itu, pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk menggali secara konferhensif proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi strategi promosi.



1.2. Rumusan Masalah

Risiko tsunami di Lebak Selatan merupakan salah satu yang tertinggi di Indonesia. Maka, promosi mitigasi di sana tidak bisa hanya sekedar lewat; harus benar-benar bisa membangunkan kesadaran warga. Program Siap Tsunami memerlukan pendekatan promosi yang edukatif agar masyarakat lebih siap dan cepat menanggapi ancaman tsunami. Masalahnya, meski sudah banyak sosialisasi, keterlibatan warga ternyata masih sangat rendah. Dari situ muncul pertanyaan: bagaimana sebenarnya strategi promosi GMLS buat mancing loyalitas masyarakat terhadap program ini?.

Fokus penelitian ini buat melihat bagaimana GMLS merancang dan menjalani strategi promosi mereka. Semuanya dibedah, mulai dari cara membuat pesan, memilih media, sampai memakai pendekatan budaya lokal supaya bisa diterima warga. Tantangan tim internal maupun tantangan sosial di lapangan juga ikut digali. Intinya, penelitian ini ingin mengetahui seberapa efektif promosi itu dalam mengubah persepsi warga menjadi lebih positif dan aktif terlibat. Semua ini ujung-ujungnya buat mengukur efektivitas strategi GMLS dalam membangun loyalitas merek masyarakat terhadap mitigasi program.

1.3. Pertanyaan Penelitian

- a. Bagaimana Strategi Promosi Gugus Mitigasi Lebak Selatan Untuk Meningkatkan Brand Loyalty Program Pembangunan Berkelanjutan : Studi Pada Tsunami Ready Program?

1.4. Tujuan Penelitian

- b. Ingin mengetahui bagaimana Strategi Promosi Gugus Mitigasi Lebak Selatan Untuk Meningkatkan Brand Loyalty Program Pembangunan Berkelanjutan : Studi Pada Tsunami Ready Program?

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi pembangunan, komunikasi risiko, dan

strategi promosi dalam konteks mitigasi bencana. Penelitian ini memperkaya literatur mengenai bagaimana strategi promosi dijalankan oleh organisasi berbasis komunitas dalam meningkatkan Brand loyalty program pembangunan berkelanjutan, khususnya dalam konteks *Tsunami Ready Program* yang masih jarang diteliti. Temuan penelitian ini dapat menjadi referensi teoretis bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji komunikasi kebencanaan, strategi promosi komunitas, atau dinamika komunikasi risiko di wilayah rawan bencana. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan konseptual yang dapat memperluas pemahaman mengenai pendekatan komunikasi yang efektif dalam meningkatkan kesadaran publik dan membentuk persepsi masyarakat terhadap program keberlanjutan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini akan menjadi masukan berharga bagi GMLS, pemerintah daerah, hingga organisasi mitigasi lainnya. Data yang ada bisa dipakai karena memancarkan total strategi promosi yang selama ini jalan, agar kedepannya komunikasi bisa lebih adaptif dan menyambung dengan kebutuhan warga pesisir. Penelitian ini juga menyertakan rekomendasi teknis soal bagaimana ngerancang pesan, milih media yang tepat, sampai cara pendekatan personal untuk menguatkan loyalitas warga ke Tsunami Ready Program .

Bagi para pemangku kepentingan, temuan ini bisa jadi panduan lapangan untuk meningkatkan partisipasi publik. Tujuannya jelas: supaya edukasi bencana lebih efektif dan kolaborasi antar lembaga semakin solid dalam risiko menghadapi tsunami. Pada akhirnya, semua ini bukan hanya soal teori, tapi langkah nyata untuk mendukung pembangunan berkelanjutan di wilayah rawan bencana.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Dari sisi sosial, penelitian ini punya peran penting membuat warga pesisir lebih melek risiko tsunami lewat cara promosi yang mudah Dipahami. Temuan di sini bakal memberikan gambaran ke masyarakat soal betapa krusialnya paham tanda

bahaya, rute bantuan, dan langkah mitigasi yang ada di Tsunami Ready Program . Kalau masyarakat sudah punya loyalitas pada program ini, harapannya bakal muncul budaya sadar bencana yang lebih kuat. Jadi, warga tidak hanya menunggu info, tapi aktif menjaga keselamatan komunitasnya sendiri.

Riset ini juga bisa membantu mempererat hubungan antarwarga, tokoh lokal, dan lembaga terkait buat bangun sistem siaga bareng-bareng. Selain itu, partisipasi warga dalam edukasi atau simulasi bencana juga bisa semakin kuat. Ujung-ujungnya, ini semua membuat nyiptain masyarakat yang lebih tangguh, tidak mudah menyerah, dan berdaya melawan ancaman tsunami sebagai bagian dari pembangunan jangka panjang

1.6. Batasan Penelitian

Riset ini sengaja dibatasi agar analisisnya tetap tajam dan sesuai koridor studi kasus. Fokusnya hanya pada cara GMLS mempromosikan Program Siap Tsunami untuk mengikat loyalitas warga. Jadi, aktivitas organisasi lain atau program bencana yang berbeda tidak akan terjadi di sini. Selain itu, temuan penelitian ini sangat terikat pada budaya unik masyarakat pesisir Lebak Selatan. Artinya, hasil penelitian bukan untuk digeneralisasikan ke daerah lain di Indonesia, melainkan untuk memotret fenomena lokal yang sangat spesifik.

Di lapangan, ada realitas yang tidak bisa dihindari: keterlibatan aktor kunci. Hampir seluruh rangkaian kegiatan promosi dan mitigasi digerakkan oleh satu tokoh, yaitu Abah Lala. Dominasi peran ini jelas mempengaruhi data karena perspektif yang diperoleh cenderung berpusat pada pengalaman pribadi beliau, sehingga variasi sudut pandang dari pihak lain menjadi terbatas.

Tantangan lain muncul saat pengambilan data. Meski sudah dilakukan observasi dan wawancara, mencari sumber yang relevan ternyata sulit. Kendala waktu, kesibukan informan, hingga keterlibatan warga yang tidak merata menjadi kendala utama dalam pengumpulan data yang mendalam.