

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

##### 3.1.1 Kedudukan

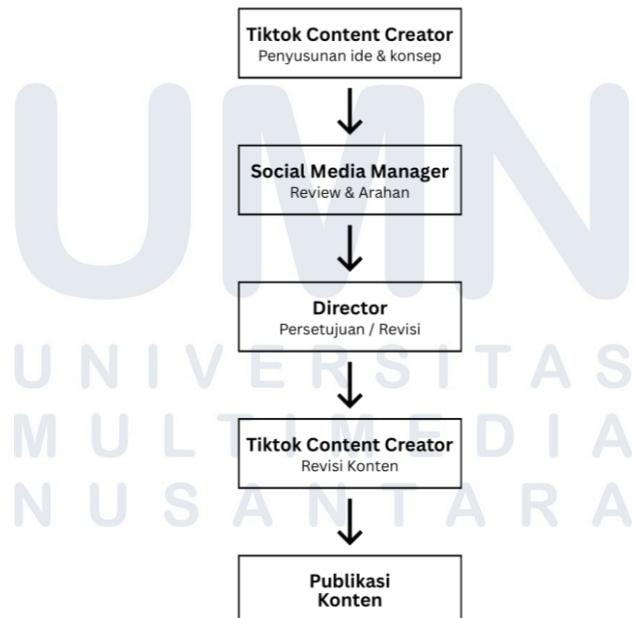
Selama melaksanakan magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS), penulis ditempatkan di divisi social media dengan posisi sebagai TikTok *content creator*. Divisi ini memiliki peran penting dalam mengelola komunikasi digital organisasi, terutama dalam menyebarkan informasi dan edukasi kebencanaan kepada masyarakat melalui berbagai platform media sosial. Kegiatan utama dalam divisi ini meliputi penyusunan strategi konten, pembuatan materi visual, serta analisis terhadap efektivitas kampanye digital yang dilakukan. Melalui pendekatan yang kreatif dan interaktif, Divisi *Social Media* berfungsi sebagai jembatan antara GMLS dan masyarakat luas, khususnya kalangan muda yang aktif menggunakan media sosial untuk mencari informasi. Keberadaan divisi ini juga berkontribusi dalam memperkuat citra GMLS sebagai lembaga yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tren komunikasi digital masa kini.

Dalam peran sebagai TikTok *content creator*, penulis bertugas untuk merancang dan mengembangkan konten video yang berkaitan dengan topik kebencanaan di wilayah Lebak Selatan. Pekerjaan ini mencakup riset tren yang sedang populer di TikTok, analisis karakteristik audiens, hingga merancang ide konten yang mampu menarik perhatian sekaligus menyampaikan pesan edukatif dengan cara yang ringan dan mudah dipahami. Penulis juga berpartisipasi dalam proses produksi video, mulai dari pengambilan bahan konten, *editing*, hingga penyusunan *caption* yang sesuai dengan gaya komunikasi TikTok. Selain itu, penulis mengoptimalkan konten agar sesuai dengan algoritma TikTok dan strategi distribusi digital GMLS. Melalui pengalaman ini, penulis belajar bagaimana menyampaikan pesan komunikasi secara visual agar efektif membangun kesadaran dan mengubah perilaku masyarakat. Hal ini juga menjadi kesempatan berharga untuk menerapkan teori komunikasi dan pemasaran digital yang telah dipelajari

selama masa perkuliahan dalam konteks nyata yang bersifat sosial dan kemanusiaan.

Divisi *Social Media* GMLS berkolaborasi dengan berbagai unit lain seperti tim program, tim edukasi, dan tim lapangan untuk memastikan setiap konten yang dihasilkan akurat, informatif, dan relevan dengan kondisi di lapangan. Proses kerja lintas divisi ini memberi penulis pemahaman tentang bagaimana informasi publik dibentuk berdasarkan data aktual serta kebutuhan masyarakat. Selain memproduksi konten, divisi ini juga melakukan pemantauan performa unggahan serta meninjau tanggapan masyarakat di media sosial untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang dijalankan. Melalui kegiatan tersebut, penulis memperoleh pengalaman langsung tentang pentingnya kerja sama tim, ketelitian dalam menyampaikan informasi, serta kreativitas dalam membangun pesan publik yang berdampak positif terhadap peningkatan kesadaran dan kesiapsiagaan masyarakat dalam menghadapi bencana.

### 3.1.2 Koordinasi



Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi  
Sumber: Olahan Penulis (2025)

Dalam pelaksanaan tugas selama magang, penulis mengikuti alur koordinasi yang telah ditetapkan oleh Divisi *Social Media* Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS). Alur koordinasi ini dirancang secara sistematis untuk memastikan setiap proses pembuatan konten berjalan terarah, mulai dari perencanaan hingga publikasi konten di platform TikTok. Melalui koordinasi yang terstruktur, konten yang dihasilkan diharapkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga akurat serta selaras dengan tujuan edukasi kebencanaan GMLS.

Alur koordinasi dimulai dari penulis sebagai *TikTok Content Creator* yang menyusun ide dan konsep awal konten berdasarkan tren yang sedang berkembang, kebutuhan informasi kebencanaan, serta agenda kegiatan GMLS. Konsep awal tersebut kemudian disampaikan kepada *Social Media Manager* untuk dilakukan peninjauan. Pada tahap ini, *Social Media Manager* memberikan arahan dan masukan terkait kesesuaian konsep, akurasi materi, gaya penyampaian, format konten, serta keselarasan dengan strategi komunikasi organisasi.

Apabila pada tahap peninjauan terdapat hal yang perlu diperbaiki, konsep konten dikembalikan kepada penulis untuk dilakukan revisi sesuai dengan masukan yang diberikan. Proses revisi ini dapat terjadi lebih dari satu kali hingga konten dinilai siap untuk dilanjutkan ke tahap berikutnya. Setelah konsep disetujui oleh *Social Media Manager*, konten kemudian diajukan kepada *Director* sebagai pihak yang memberikan persetujuan akhir.

Pada tahap persetujuan *Director*, konten ditinjau dari aspek kebijakan organisasi, nilai edukasi kebencanaan, serta sensitivitas isu yang berkembang di masyarakat. Apabila masih diperlukan penyesuaian, konten akan dikembalikan ke penulis untuk melakukan revisi kembali. Setelah mendapatkan persetujuan akhir dari *Director*, konten dinyatakan siap dan dilanjutkan ke tahap publikasi di akun TikTok GMLS.

Melalui alur koordinasi tersebut, setiap konten yang dipublikasikan dapat dipastikan telah melalui proses penyaringan dan evaluasi yang matang. Sistem koordinasi ini tidak hanya menjaga kualitas dan profesionalitas konten, tetapi juga

memberikan pengalaman berharga bagi penulis dalam memahami alur kerja pembuatan konten yang bertanggung jawab, kolaboratif, dan berdampak bagi masyarakat.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama periode magang kurang lebih 3 bulan, penulis melaksanakan berbagai tugas yang berkaitan dengan proses produksi konten edukasi kebencanaan untuk platform TikTok GMLS. Kegiatan meliputi riset materi, penyusunan ide konten, pembuatan naskah, perencanaan konten, proses produksi, editing, hingga finalisasi dan publikasi. Setiap tugas disesuaikan dengan arahan divisi *social media* dan kebutuhan organisasi.

Tabel 3.1 Tugas yang Dilakukan  
Sumber: Olahan Penulis (2025)

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	1-3	Riset Topik Kebencanaan	Melakukan analisis kebutuhan informasi kebencanaan, observasi konten GMLS sebelumnya, serta identifikasi topik yang relevan untuk dijadikan materi konten.
2.	1-3	Analisis Tren Tiktok	Melakukan pemantauan tren, format, audio, dan gaya penyampaian yang sedang populer untuk menyesuaikan konsep konten edukasi agar tetap menarik dan sesuai preferensi audiens.
3.	1-3	Penyusunan Ide Konten Awal	Mengembangkan ide awal berdasarkan hasil riset dan tren.
4.	4-10	<i>Content Plan</i>	Menyusun perencanaan konten secara menyeluruh, termasuk penulisan naskah, penentuan format video, penjadwalan unggahan, serta penyesuaian materi dengan strategi komunikasi digital GMLS.
5.	4-10	Produksi dan <i>Editing</i> Konten	Melakukan pengambilan video, pengumpulan bahan visual, proses

			editing, serta finalisasi konten sebelum diajukan untuk proses persetujuan dan publikasi.
6.	4-10	Publikasi Konten	Setelah persetujuan, penulis melakukan pengunggahan konten ke akun resmi GMLS sesuai jadwal unggahan dan melakukan optimalisasi caption dan hashtag.

Salah satu tugas utama penulis selama magang adalah menyusun *content plan* sebagai panduan strategi pembuatan konten TikTok. *Content plan* ini mencakup judul atau konsep konten, deskripsi singkat, tipe konten, status approval, dan tanggal publikasi, sehingga membantu penulis menyesuaikan setiap materi dengan kebutuhan komunikasi GMLS secara terstruktur.

2	Title	Description	Content Type	Approval	Posted date
3	Sesar Bayah Salak	Voiceover - information about earthquakes at Sukabumi	Information & Education	YES	2025, Oct 10
4	Apa yang harus dilakukan saat gempa	Drop, cover, and hold, talentnya anak-anak	Information & Education	YES	2025, Oct 14
5	Isi tas siaga bencana	Sebutin isi tas siaga bencana dalam 5 detik ("talent anak")	Information & Education	YES	2025, Oct 28
6	Gaada yang menarik, kecuali belajar tentang mitigasi bencana		Awareness	YES	2025, Oct 13
7	Sesar Citarik	Voiceover	Information & Education	YES	
8	Apa yang harus dilakukan saat gempa versi bahasa sunda		Information & Education	NO	
9	Tahukah kamu...	slide pic, fun fact tentang tsunami	Information & Education	YES	2025, Nov 8
		Tanya talent 1Q, jawaban talent salah, "pause effect, VO 'ehs"			

Gambar 3.2 Content Plan GMLS

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Secara keseluruhan, seluruh rangkaian tugas yang dijalankan selama masa magang mencakup proses yang terstruktur, mulai dari riset, perencanaan, hingga eksekusi konten edukasi kebencanaan. Setiap tahap saling berkaitan dan membutuhkan kemampuan analisis, kreativitas, serta ketelitian dalam menghasilkan materi yang informatif dan menarik bagi audiens. Seluruh proses ini juga melibatkan koordinasi dengan divisi terkait agar konten yang diproduksi sesuai standar komunikasi organisasi dan mendukung tujuan penyebarluasan informasi kebencanaan melalui platform digital.

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Dalam menjelaskan proses kerja selama magang, penulis menggunakan kerangka SOSTAC, yang terdiri atas *Situation Analysis, Objective, Strategy, Tactic, Action, dan Control* (Chaffey & Smith, 2022). Kerangka ini umum digunakan dalam perencanaan pemasaran digital karena memberikan alur berpikir yang jelas dari tahap analisis hingga evaluasi akhir. Pendekatan tersebut membantu penulis memahami tahapan kerja secara lebih runtut dan terstruktur.

Tabel 3.2 Penjelasan SOSTAC  
Sumber: Olahan Penulis (2025)

TAHAP SOSTAC	DESKRIPSI	FUNGSI
<i>Situation Analysis</i>	Analisis latar belakang konten: kondisi audiens, tren, isu, performa sebelumnya.	Memahami konteks dan kebutuhan audiens sebelum membuat konten.
<i>Objective</i>	Tujuan spesifik konten.	Menentukan arah konten dan fokus yang jelas.
<i>Strategy</i>	Pendekatan umum untuk mencapai tujuan.	Strategi efektif dalam menyampaikan pesan.
<i>Tactic</i>	Langkah konkret untuk mengeksekusi strategi.	Penyampaian pesan lebih optimal dan menarik audiens.
<i>Action</i>	Proses produksi konten.	Konten terealisasi sesuai rencana dan siap dipublikasikan.
<i>Control</i>	Evaluasi dan pengukuran efektivitas konten (seperti melalui jumlah	Menilai efektivitas konten dan menentukan perbaikan ke depannya.

	<i>likes, shares, dan komentar).</i>	
--	--------------------------------------	--

Penerapan metode SOSTAC membuat setiap keputusan dalam pembuatan konten lebih mudah dipahami konteksnya. Melalui kerangka ini, penulis dapat menentukan alasan pemilihan topik, strategi penyampaian, serta cara menyesuaikan konten dengan kebutuhan komunikasi GMLS. Pendekatan tersebut juga memberikan gambaran tentang kontribusi setiap langkah terhadap tujuan komunikasi organisasi.

Pada bagian ini, penulis menjelaskan proses pelaksanaan kerja melalui beberapa karya yang menggambarkan alur produksi konten dari tahap awal perancangan hingga tahap akhir. Setiap karya disusun mengikuti prinsip SOSTAC agar penjelasan lebih komprehensif dan sesuai kaidah akademik. Dengan struktur ini, proses kerja selama magang dapat dipahami secara lebih sistematis dan menyeluruh.

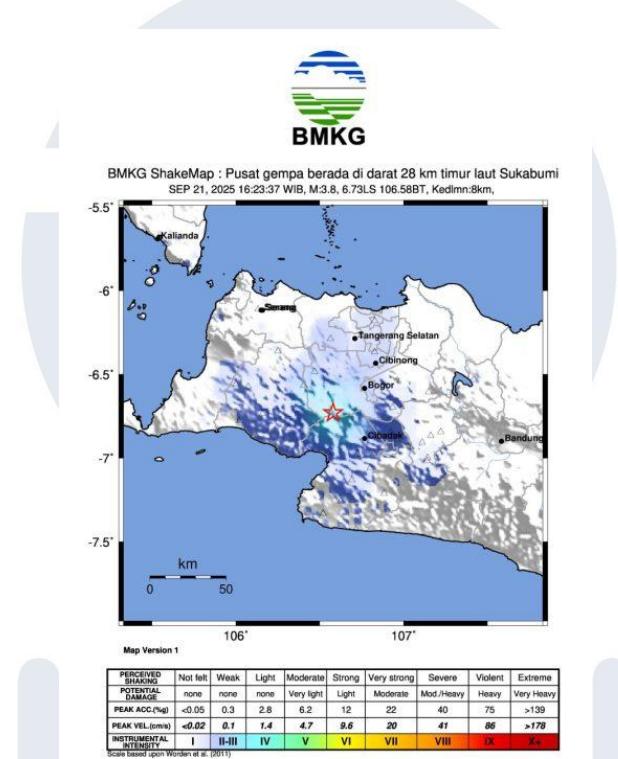
### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Berikut ini merupakan rangkuman proses kerja yang penulis jalani selama kurang lebih tiga bulan magang sebagai *TikTok content creator*. Uraian ini mencakup tahapan mulai dari pengembangan ide, perencanaan, produksi, hingga publikasi konten, yang dijelaskan melalui beberapa contoh karya yang merepresentasikan alur kerja secara keseluruhan.

#### 3.3.1.1 Konten Sesar Bayah-Salak

Pada saat terjadinya gempa terjadi di wilayah Sukabumi, topik mengenai Sesar Bayah-Salak mulai ramai diperbincangkan di media sosial, khususnya TikTok. Banyak *postingan* muncul tanpa landasan ilmiah yang jelas, mulai dari prediksi akan terjadi “gempa besar” hingga penjelasan keliru mengenai aktivitas tektonik. Situasi ini menggambarkan fenomena *information void*, yaitu kondisi ketika masyarakat tidak mendapatkan informasi resmi yang jelas dan

mudah dipahami, sehingga kekosongan tersebut diisi oleh spekulasi dan misinformasi yang beredar di media sosial (Loeb et al., 2023). Fenomena ini dibahas dalam riset terbaru mengenai penyebaran misinformasi pada situasi krisis, di mana kurangnya kejelasan informasi memicu publik mencari jawaban dari sumber tidak terpercaya (Wu et al., 2025).



Gambar 3.3 Laporan Pemantauan BMKG  
Sumber: BMKG (2025)

Di sisi lain, laporan pemantauan BMKG menunjukkan bahwa aktivitas *swarm earthquake* masih terjadi setelah gempa utama. Situasi ini menimbulkan kebutuhan masyarakat akan penjelasan ilmiah yang sederhana, tepat, dan mudah dipahami mengenai kondisi sebenarnya. Rekomendasi lembaga internasional seperti WHO juga menekankan bahwa dalam situasi krisis, informasi harus disampaikan secara ringkas, akurat, dan empatik agar masyarakat tidak panik serta mampu memahami risiko dengan

benar (WHO, 2020). Temuan tersebut menjadi landasan penting untuk memastikan setiap konten yang diproduksi tetap akurat dan relevan dengan kondisi yang terjadi.

Tujuan utama pembuatan konten edukasi ini adalah memastikan tersedianya informasi kebencanaan yang akurat, mudah dipahami, dan konsisten, sehingga masyarakat memiliki rujukan tepercaya ketika mencari penjelasan terkait gempa dan aktivitas tektonik. Dalam kerangka SOSTAC, tujuan ini dirumuskan secara spesifik untuk meningkatkan literasi kebencanaan masyarakat melalui penyampaian informasi ilmiah yang dikemas secara sederhana dan visual.

Penetapan tujuan ini sejalan dengan studi tentang komunikasi krisis di masa pandemi menunjukkan bahwa atribut komunikasi seperti *transparency*, *clarity*, *timeliness*, dan *empathy* sangat berpengaruh dalam membangun kepercayaan publik terhadap otoritas (MacKay et al., 2021). Selain itu, penelitian terbaru mengenai komunikasi risiko di media sosial menekankan bahwa objektif konten edukasi harus mencakup peningkatan pemahaman publik serta mendorong mereka untuk mengandalkan sumber resmi, karena tujuan yang jelas mampu mengarahkan strategi penyampaian pesan yang lebih efektif (Aprinawati et al., 2024).

Strategi utama yang digunakan dalam produksi konten ini adalah pendekatan *visual storytelling* yang disusun mengikuti alur naratif dari fakta dasar hingga klarifikasi terhadap miskonsepsi publik. Strategi ini disesuaikan dengan karakteristik audiens TikTok yang cenderung menyukai konten informatif yang ringkas, dinamis, dan mudah dicerna. Oleh karena itu, struktur penjelasan dalam video mengikuti alur kronologis yang natural, dimulai dari waktu kejadian gempa, jumlah gempa, lokasi sumber, penjelasan teknis mengenai struktur sesar, hingga pelurusan makna *swarm earthquake*. Alur ini

sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa visualisasi data yang disertai dengan narasi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam tugas memahami informasi dibanding visualisasi tanpa narasi (Shao et al., 2024).

Untuk memperkuat kejelasan pesan, strategi penyampaian konten dilakukan melalui tiga fokus utama yaitu penyederhanaan konsep ilmiah, penyusunan alur visual yang logis, dan penguatan kredibilitas informasi. Konsep geologi seperti struktur segmen sesar, panjang segmen, magnitudo maksimum, dan fenomena *swarm earthquake* disederhanakan menjadi elemen visual yang intuitif, seperti garis patahan dan animasi getaran.

Strategi berikutnya adalah penetapan *tone* dan ritme visual yang sesuai dengan atmosfer konten kebencanaan. Gaya visual dibuat informatif namun tetap tenang, dengan menghindari warna-warna yang terlalu “*alarmist*” seperti merah menyala. Pilihan ini dibuat untuk mendukung prinsip komunikasi risiko yang menekankan pentingnya menjaga *clarity* dan *empathy* agar informasi tidak memicu kepanikan (MacKay et al., 2021).

Teks dalam video disederhanakan menjadi poin-poin utama, sementara penjelasan lengkap disampaikan melalui *voiceover*. Pendekatan ini digunakan untuk meningkatkan keterlibatan penonton, karena pengguna TikTok umumnya lebih responsif terhadap perpaduan audio dan visual yang dinamis (Zhou et al., 2024). Narasi seperti “tetap waspada, namun tidak perlu panik” ditempatkan di bagian akhir sebagai *risk framing* agar masyarakat memiliki persepsi risiko yang seimbang dan menjadi sebuah pendekatan yang direkomendasikan dalam komunikasi krisis dan kebencanaan (CDC, 2024).

Pada tahap taktik, eksekusi konten edukasi ini difokuskan pada penggunaan format yang paling efektif untuk meningkatkan keterlibatan dan pemahaman audiens TikTok. Konten disajikan dalam bentuk video berdurasi 1 menit 26 detik dengan kombinasi visualisasi ilustratif, *voiceover* yang naratif, dan *backsound* yang *engaging*, sehingga informasi kompleks dapat disampaikan secara lebih ringan dan mudah diikuti. Pemilihan durasi ini didasarkan pada tren performa konten edukasi di TikTok, di mana dikatakan video TikTok dengan durasi sekitar dua menit tercatat sebagai format dengan performa terbaik dalam hal *engagement* dan jumlah tayangan (Socialinsider, 2025).

Secara teknis, visual yang digunakan berupa *motion graphic* sederhana, ilustrasi peta, diagram sesar, dan highlight data, agar penonton dapat menangkap inti informasi hanya dengan melihat alurnya. Taktik ini sekaligus mendukung strategi *visual storytelling*, karena elemen visual dibangun mengikuti alur narasi mulai dari fakta kejadian gempa, struktur Sesar Bayah-Salak, hingga penjelasan *swarm earthquake*. Sementara itu, teks pada layar sengaja dibuat minimalis dan hanya menampilkan poin-poin krusial untuk menghindari *cognitive overload* dan menjaga fokus penonton pada penjelasan suara.

*Voiceover* digunakan sebagai taktik utama untuk mengarahkan alur pemahaman. Narasi direkam dengan intonasi tenang, ritmis, dan informatif untuk menciptakan kesan kredibel tanpa memicu kepanikan, sejalan dengan prinsip komunikasi risiko yang menekankan *calm delivery* sebagai faktor penting dalam penyampaian informasi kebencanaan (MacKay et al., 2021). *Backsound* dipilih yang stabil dan tidak agresif agar suasana tetap informatif namun tetap menarik.

Selain itu, proses editing juga menjadi bagian penting dalam eksekusi taktik. Penyelarasan antara *voiceover*, *backsound*, dan *visual* dilakukan untuk memastikan pesan dapat diterima dengan lebih mudah dan tetap menarik bagi audiens. Pendekatan ini merujuk pada temuan berbagai studi mengenai efektivitas media audiovisual, yang menunjukkan bahwa kombinasi elemen audio dan visual mampu meningkatkan konsentrasi, pemahaman, dan retensi informasi dibandingkan penyampaian satu elemen saja (Hasan et al., 2025).

Pelaksanaan produksi konten edukasi ini dilakukan melalui rangkaian langkah yang terstruktur, mulai dari riset awal hingga unggahan akhir. Tahap pertama dimulai dengan pengumpulan data resmi dari BMKG, termasuk catatan jumlah gempa, magnitudo, lokasi, dan informasi lainnya yang dibutuhkan. Data teknis kemudian disaring dan disusun menjadi poin-poin inti yang dapat dijelaskan secara sederhana dalam durasi yang terbatas. Pada fase ini, penulis juga melakukan *cross-check* dengan literatur ilmiah terbaru untuk memastikan akurasi penjelasan terkait sesar dan fenomena *swarm earthquake*.

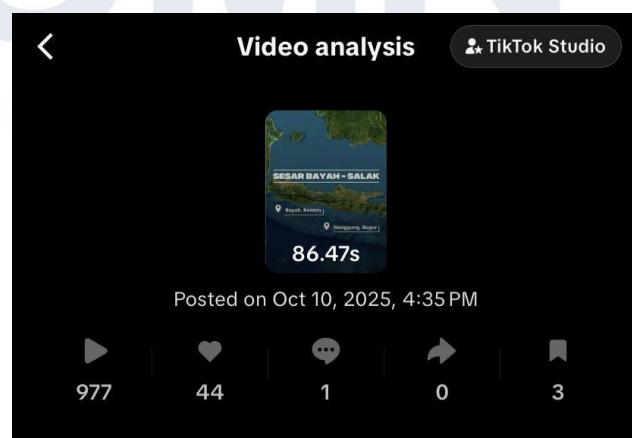
Tahap berikutnya adalah penyusunan naskah *voiceover*, yang dibuat berdasarkan alur naratif yang telah direncanakan dalam strategi. *Final script* dirancang agar setiap kalimat memiliki padanan visual yang jelas, sehingga proses produksi lebih efisien dan ritme penyampaian tetap terjaga. Setelah naskah selesai, penulis masuk ke fase pembuatan *Storyboard* sebagai panduan visual yang mencakup urutan animasi, peta, diagram sesar, serta titik-titik data penting.

Proses produksi dilanjutkan dengan pencarian elemen visual yang berkaitan, seperti ilustrasi sesar, animasi getaran, dan highlight data. Elemen ini dirancang menggunakan gaya grafis yang konsisten

dengan identitas visual yang telah ditentukan agar konten tetap terlihat profesional dan mudah diikuti. Setelah aset visual selesai, penulis merekam *voiceover* dengan intonasi yang tenang dan jelas, lalu masuk ke tahap *editing*, di mana visual, *voiceover*, dan *backsound* disatukan.

Tahap *editing* ini mencakup sinkronisasi antara visual dan narasi, pengaturan tempo visual agar sesuai dengan ritme penjelasan, penyesuaian *volume audio*, serta penambahan *highlight* teks minimalis pada poin-poin penting. Setelah draft pertama selesai, konten melalui proses *review internal* yaitu kepada social media manager lalu kepada director untuk memastikan konten layak untuk di *posting*. Untuk konten ini sendiri, tidak ada revisi dari kedua pihak sehingga konten bisa di publikasikan.

Tahap terakhir adalah publikasi, di mana konten diunggah sesuai jadwal yang telah ditetapkan. *Caption* dibuat singkat dan menggunakan *hashtag* yang relevan untuk meningkatkan jangkauan penonton. Proses ini merupakan bagian dari implementasi strategi dan taktik yang telah direncanakan, sekaligus menjadi tahap awal untuk melakukan pengendalian dan evaluasi agar konten tetap informatif, akurat, dan mudah dipahami oleh masyarakat.



Gambar 3.4 Tiktok Analytics 1  
Sumber: Tiktok GMLS (2025)

Tahap *control* pada konten edukasi mengenai Sesar Bayah-Salak dilakukan melalui pemantauan performa unggahan menggunakan *TikTok Analytics*. Indikator yang diamati meliputi jumlah penonton (*views*), interaksi audiens berupa *likes*, komentar, serta *saves* sebagai gambaran awal keterlibatan audiens terhadap konten edukasi yang disampaikan.

Berdasarkan data yang diperoleh, video ini mendapatkan sebanyak 977 *views*, dengan 44 *likes*, 1 komentar, dan 3 *saves*. Jumlah penayangan tersebut menunjukkan bahwa konten mampu menjangkau audiens secara cukup luas untuk kategori konten edukasi kebencanaan yang bersifat informatif. Sementara itu, adanya interaksi berupa *likes* dan *saves* menunjukkan bahwa konten tidak hanya ditonton, tetapi juga dianggap relevan dan layak disimpan sebagai referensi oleh sebagian audiens.

Hasil *monitoring* ini digunakan sebagai bahan evaluasi awal untuk menilai efektivitas penyampaian informasi serta sebagai dasar perbaikan konten edukasi selanjutnya, baik dari sisi pengemasan visual, durasi, maupun strategi distribusi agar jangkauan dan keterlibatan audiens dapat terus ditingkatkan.

### **3.3.1.2 Konten Langkah yang Harus Dilakukan Saat Terjadi Gempa**

Saat terjadi gempa, banyak masyarakat belum memiliki panduan cepat dan sederhana mengenai langkah-langkah keselamatan yang harus dilakukan. Penelitian menunjukkan bahwa video edukasi bencana secara signifikan meningkatkan pengetahuan dan kesiapsiagaan terhadap gempa bumi (Setyaningrum & Darmawan, 2023). Misalnya, video animasi terbukti meningkatkan skor kesiapsiagaan di suatu wilayah, dan video edukasi oleh teman sebaya juga efektif menambah pengetahuan siswa tentang mitigasi

bencana. Hal ini juga membantu audiens mengingat langkah-langkah keselamatan yang harus dilakukan saat terjadi bencana, sehingga respons mereka menjadi lebih cepat dan tepat.

Namun, sebagian besar konten edukasi di media sosial biasanya berdurasi panjang, penjelasannya rumit, atau penyajiannya kurang menarik sehingga sulit diakses atau diingat, terutama dalam kondisi darurat. Sebaliknya, media sosial dan video pendek terbukti menjadi saluran efektif untuk edukasi dan mitigasi bencana karena mudah dipahami, cepat disampaikan, dan menjangkau banyak orang (Lubis et al., 2025). Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan yang kuat untuk membuat konten video singkat yang ringkas, jelas, dan mudah diingat sebagai panduan keselamatan saat gempa.

Berdasarkan kondisi tersebut, tujuan utama pembuatan konten edukasi ini adalah menyediakan panduan langkah-langkah keselamatan saat terjadi gempa yang akurat, ringkas, dan mudah diingat oleh masyarakat. Konten ini dirancang agar mampu meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai tindakan yang harus dilakukan saat gempa melalui penyajian informasi yang sederhana dan visual. Selain itu, konten diharapkan menjadi panduan cepat yang dapat diakses dengan mudah sehingga masyarakat memiliki referensi terpercaya saat menghadapi situasi darurat.

Pendekatan ini juga bertujuan mendorong masyarakat untuk mengingat dan menerapkan langkah-langkah keselamatan secara benar, sehingga respons terhadap gempa menjadi lebih cepat dan tepat. Seluruh tujuan tersebut sejalan dengan prinsip komunikasi krisis yang menekankan pentingnya transparansi, kejelasan, dan keterbacaan informasi agar masyarakat dapat memahami risiko dan langkah mitigasi dengan baik (MacKay et al., 2021).

Strategi penyampaian konten ini menekankan pada peragaan langsung langkah keselamatan saat gempa melalui visual. Konten tidak menggunakan *voiceover* atau *storytelling* naratif, melainkan mengandalkan gerakan tubuh dan teks singkat agar pesan dapat dipahami dengan cepat. Pendekatan ini dipilih karena dalam situasi darurat, masyarakat membutuhkan panduan yang praktis dan mudah ditiru, bukan penjelasan yang panjang.

Penggunaan talent anak-anak dalam konten ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa langkah “*Drop, Cover, and Hold*” merupakan tindakan dasar yang sederhana dan bisa dilakukan oleh siapa saja, bukan hanya orang dewasa. Meskipun talent yang digunakan adalah anak-anak, sasaran konten tetap masyarakat secara umum. Strategi ini diharapkan dapat membuat pesan keselamatan terasa lebih ringan, mudah diingat, dan tidak menimbulkan rasa takut.

Urutan penyampaian visual disusun mengikuti langkah keselamatan yang jelas dan berurutan, mulai dari posisi saat gempa terjadi, cara melindungi kepala dan badan, hingga sikap bertahan sampai gempa berhenti. Penyusunan alur seperti ini membantu penonton memahami tindakan secara runtut dan mengurangi kebingungan saat mengingat langkah-langkah tersebut. Strategi ini sejalan dengan prinsip komunikasi risiko yang menekankan pentingnya penyampaian informasi yang jelas, sederhana, dan mudah dipahami agar tidak memicu kepanikan (MacKay et al., 2021).

Pada tahap taktik, fokus utama adalah bagaimana strategi tersebut diterapkan secara teknis dalam bentuk video. Konten dibuat dalam format video pendek berdurasi sekitar 19 detik, menyesuaikan dengan karakteristik pengguna TikTok yang

cenderung lebih responsif terhadap konten singkat dan langsung ke inti.

Setiap langkah “*Drop, Cover, and Hold*” diperagakan secara langsung oleh talent sebagai contoh konkret yang dapat ditiru oleh penonton. Untuk memperjelas setiap gerakan, penulis menggunakan fitur *freeze frame* pada momen-momen penting, sehingga penonton dapat melihat posisi tubuh dengan lebih jelas. Teks yang ditampilkan pada layar dibuat singkat dan sederhana, berfungsi sebagai penegasan dari gerakan yang sedang diperagakan.

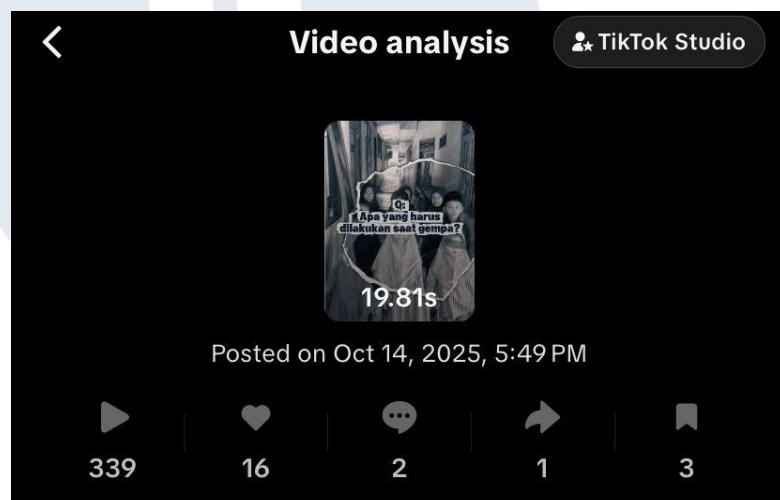
Proses pengambilan gambar dilakukan dengan sudut kamera yang stabil dan pencahayaan yang cukup agar gerakan terlihat jelas. Pada tahap editing, tempo video dijaga tetap tenang dan tidak terlalu cepat, sehingga informasi tetap mudah diikuti. Elemen visual dibuat sederhana tanpa efek berlebihan agar perhatian penonton tetap fokus pada langkah keselamatan yang ditunjukkan. Dengan taktik ini, video diharapkan dapat berfungsi sebagai panduan visual singkat yang praktis dan mudah diingat saat terjadi gempa.

Tahap *action* dilaksanakan dengan memanfaatkan keterlibatan penulis sebagai salah satu relawan dalam kegiatan Marimba yang diselenggarakan oleh GMLS. Momentum kegiatan ini digunakan sebagai kesempatan untuk melakukan pengambilan video konten edukasi secara langsung di lapangan, sehingga proses produksi dapat berjalan secara efisien tanpa memerlukan pengaturan kegiatan tambahan di luar agenda yang sudah ada.

Dalam pelaksanaannya, penulis menyesuaikan proses pengambilan gambar dengan situasi dan alur kegiatan Marimba yang sedang berlangsung. Penulis memastikan proses *shooting* tidak mengganggu jalannya kegiatan utama serta tetap memperhatikan kenyamanan dan keamanan talent yang terlibat. Pengambilan video

dilakukan secara bertahap sesuai dengan kebutuhan konten, kemudian disimpan sebagai materi mentah untuk diproses lebih lanjut.

Setelah kegiatan selesai, penulis melanjutkan tahap pascaproduksi secara mandiri hingga konten siap dipublikasikan. Pendekatan ini menunjukkan penerapan rencana konten yang fleksibel dan adaptif terhadap kondisi lapangan, sekaligus memastikan produksi tetap berjalan sesuai tujuan edukasi kebencanaan yang telah ditetapkan.



Gambar 3.5 Tiktok Analytics 2  
Sumber: Tiktok GMLS (2025)

Pada tahap *control*, evaluasi konten “langkah yang harus dilakukan saat terjadi gempa” dilakukan dengan memantau performa unggahan melalui TikTok *Analytics* setelah konten dipublikasikan. Pemantauan ini bertujuan untuk melihat sejauh mana konten mampu menjangkau audiens serta memicu interaksi sebagai indikator awal efektivitas pesan edukasi yang disampaikan.

Berdasarkan data yang diperoleh, konten ini mendapatkan 339 *viewers*, 16 *likes*, 2 komentar, 1 *share*, dan 3 *saves*. Keberadaan *saves* menjadi indikator bahwa informasi yang disajikan dianggap

relevan dan berpotensi digunakan kembali oleh audiens. Hasil pemantauan ini digunakan sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan konten selanjutnya, terutama dalam memperkuat ajakan interaksi dan memastikan pesan langkah keselamatan tetap mudah dipahami, diingat, serta relevan bagi masyarakat dalam konteks kesiapsiagaan bencana.

### **3.3.1.3 Konten Isi Tas Siaga Bencana**

Kesiapsiagaan bencana tidak hanya mencakup pengetahuan tentang tindakan saat gempa terjadi, tetapi juga kesiapan logistik berupa tas siaga bencana yang berisi perlengkapan darurat. Namun, masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya memahami apa saja yang harus disiapkan dalam tas siaga, dan edukasi mengenai hal ini seringkali disampaikan dalam bentuk teks panjang atau daftar yang kurang menarik untuk diakses, terutama oleh audiens yang masih muda. Penelitian menunjukkan bahwa media video edukasi dapat secara signifikan meningkatkan kesiapsiagaan dan pemahaman masyarakat terhadap mitigasi bencana, termasuk pemahaman siswa terhadap gempa bumi setelah menyaksikan video edukatif terkait kesiapsiagaan bencana (Setyaningrum & Darmawan, 2023).

Selain itu, penelitian lain juga menemukan bahwa pendidikan melalui video animasi efektif dalam meningkatkan pemahaman kesiapsiagaan bencana pada siswa, menunjukkan bahwa bentuk penyampaian yang visual dan interaktif lebih mudah dipahami daripada instruksi berbasis teks atau penjelasan panjang (Azhar et al., 2024). Meskipun studi ini berfokus pada kesiapsiagaan umum, temuan tersebut relevan dengan kebutuhan informasi praktis seperti isi tas siaga bencana, karena informasi yang disajikan secara visual cenderung lebih mudah diingat dan diikuti oleh penonton

Berdasarkan kondisi tersebut, tujuan pembuatan konten edukasi ini adalah untuk memberikan pemahaman yang jelas dan praktis kepada masyarakat mengenai isi tas siaga bencana sebagai bagian dari upaya kesiapsiagaan. Konten ini dirancang agar audiens dapat mengenali perlengkapan penting yang perlu dipersiapkan sebelum bencana terjadi, sehingga tidak hanya mengetahui konsep tas siaga secara umum, tetapi juga memahami fungsi dari setiap item di dalamnya. Melalui penyajian informasi yang ringkas dan berbasis visual, konten ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya persiapan mandiri serta mendorong mereka untuk mulai menyiapkan tas siaga sebagai langkah mitigasi yang sederhana namun krusial. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan komunikasi kebencanaan yang menekankan penyampaian informasi yang mudah dipahami, aplikatif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat dalam menghadapi situasi darurat.

Strategi penyampaian konten ini difokuskan pada bagaimana informasi tentang isi tas siaga bencana bisa disampaikan dengan cara yang ringan dan mudah diterima. Banyak orang sebenarnya sudah sering mendengar istilah “tas siaga”, tapi belum tentu tahu atau ingat apa saja isinya. Karena itu, konten ini tidak diarahkan untuk memberi penjelasan panjang, melainkan untuk memperkenalkan kembali perlengkapan dasar yang seharusnya ada dalam tas siaga bencana.

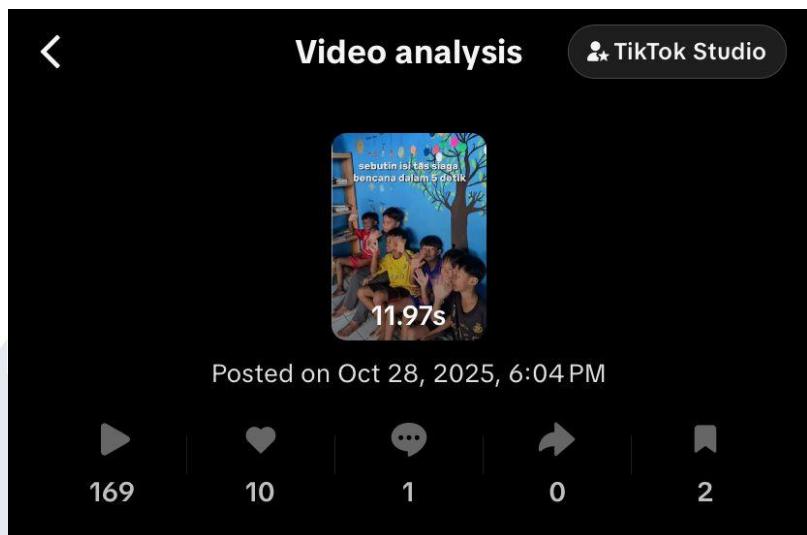
Pendekatan visual dipilih agar pesan terasa lebih dekat dan tidak kaku. Dengan melihat contoh isi tas siaga secara langsung, audiens diharapkan lebih mudah membayangkan dan mengingat perlengkapan tersebut. Strategi ini menempatkan konten sebagai pengingat sederhana yang bisa ditonton dengan santai, namun tetap membawa pesan penting tentang kesiapsiagaan bencana. Melalui strategi ini, konten diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran awal

bahwa menyiapkan tas siaga adalah hal yang realistik dan bisa dilakukan oleh siapa saja, tanpa harus merasa terbebani oleh informasi yang terlalu teknis.

Pada tahap taktik, strategi tersebut diterapkan melalui format video 11 detik yang menampilkan *talent* menyebutkan isi tas siaga bencana secara bergantian. Saat talent menyebutkan suatu item, informasi tersebut diperkuat dengan *overlay visual* berupa gambar perlengkapan yang dimaksud. Cara ini dipilih karena item tidak ditampilkan secara fisik, sehingga visual tambahan membantu audiens memahami maksud dari setiap penyebutan.

Penyusunan video dibuat sederhana dan mengalir, tanpa banyak elemen yang berlebihan. Fokus utama tetap pada ucapan talent, sementara gambar *overlay* berfungsi sebagai penjelasan visual agar pesan lebih mudah ditangkap. Dengan pendekatan ini, audiens tetap bisa memahami inti konten meskipun menontonnya secara sekilas. Taktik ini memungkinkan pesan tentang isi tas siaga bencana tersampaikan dengan jelas dan cepat, sekaligus menjaga suasana konten tetap ringan dan tidak terasa seperti sedang diberi penjelasan formal.

Tahap *action* pada konten isi tas siaga bencana dilaksanakan melalui perekaman video yang dilakukan pada 11 Oktober 2025. Setelah proses perekaman dan editing selesai, konten diajukan untuk approval internal pada 28 Oktober 2025 untuk memastikan kesesuaian pesan dan kelayakan konten sebagai materi edukasi. Setelah memperoleh persetujuan, konten kemudian dipublikasikan pada 28 Oktober 2025 sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

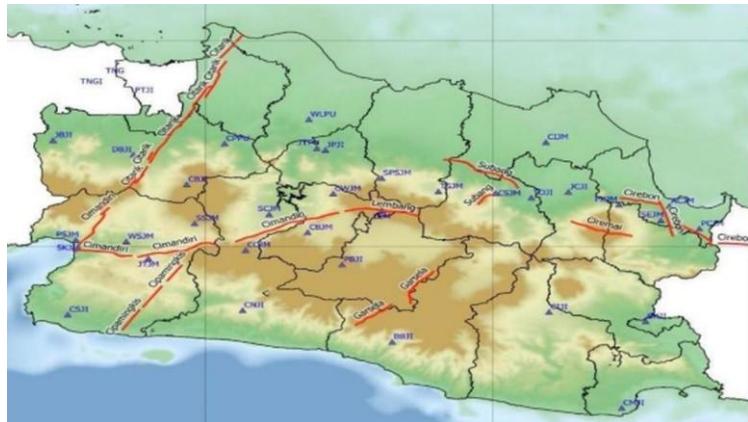


Gambar 3.6 *Tiktok Analytics 3*  
Sumber: *Tiktok GMLS (2025)*

Berdasarkan hasil *TikTok Analytics*, konten ini mendapatkan 169 *viewers*, 10 *likes*, 1 *komentar*, dan 2 *saves*. Meskipun jumlah penonton tidak terlalu besar, adanya interaksi berupa komentar dan fitur *saves* menunjukkan bahwa konten ini tetap dianggap relevan dan bermanfaat oleh sebagian audiens, terutama sebagai pengingat sederhana mengenai perlengkapan dasar tas siaga bencana.

Format video yang singkat dan penyampaian yang langsung ke poin utama membuat konten ini mudah dipahami dalam sekali tonton. Namun, durasi yang sangat pendek juga membatasi penyampaian informasi yang lebih lengkap. Hasil evaluasi ini menunjukkan bahwa konten singkat efektif untuk menarik perhatian awal, tetapi masih perlu didukung dengan konten lanjutan agar pesan kesiapsiagaan dapat dipahami dengan lebih utuh. Temuan pada tahap control ini kemudian dijadikan bahan pertimbangan untuk perbaikan dan pengembangan konten edukasi kebencanaan selanjutnya.

### **3.3.1.4 Konten Sesar Citarik**



Gambar 3.7 Sesar Citarik  
Sumber: CNBC Indonesia (2025)

Dalam beberapa waktu terakhir, pembahasan mengenai potensi gempa di Jawa Barat kembali ramai di media sosial, terutama terkait keberadaan Sesar Citarik. Di platform seperti TikTok, banyak konten yang menyebutkan skenario gempa besar dengan dampak luas, namun sering kali disampaikan tanpa konteks ilmiah yang jelas. Informasi yang beredar cenderung berupa potongan data, angka ekstrem, atau narasi “skenario terburuk” yang tidak selalu dibedakan dengan prediksi kejadian nyata. Kondisi ini membuat sebagian masyarakat mudah merasa cemas dan bingung dalam memahami risiko gempa yang sebenarnya. Situasi tersebut sejalan dengan konsep *information gap*, di mana kurangnya informasi yang jelas dan mudah dipahami mendorong publik menafsirkan risiko berdasarkan sumber yang belum tentu kredibel (WHO, 2022).

Di sisi lain, lembaga resmi seperti BMKG dan Badan Geologi menjelaskan bahwa keberadaan sesar aktif, termasuk Sesar Citarik, perlu dipahami sebagai bagian dari kajian potensi bahaya, bukan sebagai alat untuk memprediksi kapan gempa akan terjadi. Namun, penjelasan tersebut umumnya disampaikan dalam bahasa

teknis yang tidak selalu mudah diakses oleh masyarakat awam. Akibatnya, muncul kebutuhan akan konten edukasi yang mampu menjembatani informasi ilmiah dengan bahasa yang lebih sederhana, kontekstual, dan menenangkan. Pendekatan ini penting agar masyarakat dapat memahami risiko secara proporsional, tetap waspada tanpa panik, dan tidak terjebak pada narasi kebencanaan yang bersifat menakut-nakuti, sebagaimana ditekankan dalam prinsip komunikasi risiko dan krisis (WHO, 2020).

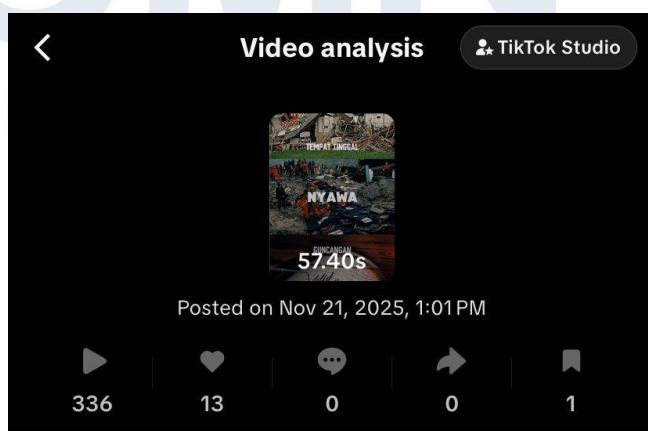
Berdasarkan kondisi tersebut, tujuan pembuatan konten edukasi ini adalah untuk memberikan pemahaman yang jelas dan praktis kepada masyarakat mengenai potensi gempa bumi akibat aktivitas Sesar Citarik di Jawa Barat. Konten ini dirancang agar audiens dapat mengenali risiko yang mungkin terjadi, memahami skenario dampak gempa, serta menyadari pentingnya kesiapsiagaan mandiri, termasuk jalur evakuasi dan persiapan tas siaga. Melalui penyajian informasi yang ringkas, visual, dan mudah dicerna, konten ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat akan potensi bahaya gempa dan mendorong mereka untuk mengambil langkah mitigasi sederhana namun penting. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan komunikasi kebencanaan yang menekankan penyampaian informasi yang informatif, aplikatif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat dalam menghadapi situasi darurat.

Pada tahap taktik, strategi ini diwujudkan melalui video berdurasi 57 detik yang menghadirkan *voiceover* santai tentang potensi gempa Sesar Citarik. Setiap informasi diperkuat dengan visual berupa peta, ilustrasi patahan, dan ikon wilayah terdampak, supaya penonton bisa lebih mudah membayangkan skenario risiko gempa. Pendekatan ini dipilih karena sekadar angka atau data tidak cukup untuk membuat audiens paham seberapa besar dampaknya

sehingga dibutuhkan visual tambahan membantu mereka menangkap informasi dengan cepat dan jelas.

Video disusun sederhana dan mengalir, tanpa terlalu banyak elemen yang mengganggu. Fokus utama tetap pada *voiceover*, sementara ilustrasi dan teks berfungsi sebagai penjelasan visual agar pesan tersampaikan dengan mudah, bahkan kalau ditonton sekilas. Taktik ini membuat informasi tentang risiko gempa dan pentingnya kesiapsiagaan tersampaikan dengan jelas, cepat, dan tetap terasa ringan, sehingga penonton bisa memahami tanpa merasa cemas atau kewalahan.

Tahap action pada konten Sesar Citarik dilaksanakan melalui perekaman video singkat yang menampilkan *voiceover* dan visual pendukung sesuai alur informasi risiko gempa. Proses pembuatan dimulai pada 19 November 2025, yang meliputi pengumpulan informasi, bahan video dan foto, serta proses editing. Setelah konten selesai diedit, dilakukan approval internal untuk memastikan kesesuaian pesan dan kelayakan sebagai materi edukasi kebencanaan. Setelah memperoleh persetujuan, konten kemudian dipublikasikan pada 21 November 2025 sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan untuk menjangkau audiens target secara efektif.



Gambar 3.8 Tiktok Analytics 4  
Sumber: Tiktok GMLS (2025)

Berdasarkan hasil TikTok *Analytics*, konten ini mendapatkan 336 *viewers*, 13 *likes*, dan 1 *saves*. Video yang singkat, visualnya jelas, dan voiceover ringan membuat pesan tersampaikan dengan cepat dan mudah dimengerti, bahkan dalam sekali tonton. Meski begitu, durasi yang pendek membatasi informasi yang bisa disampaikan, sehingga penonton hanya memperoleh pemahaman awal mengenai risiko dan langkah kesiapsiagaan. Temuan ini menjadi bahan pertimbangan penting untuk pengembangan konten edukasi kebencanaan berikutnya, agar informasi bisa disampaikan lebih lengkap, tetap menarik, dan mudah diakses oleh masyarakat.

### 3.3.1.5 Konten Pentingnya Belajar Mitigasi Bencana

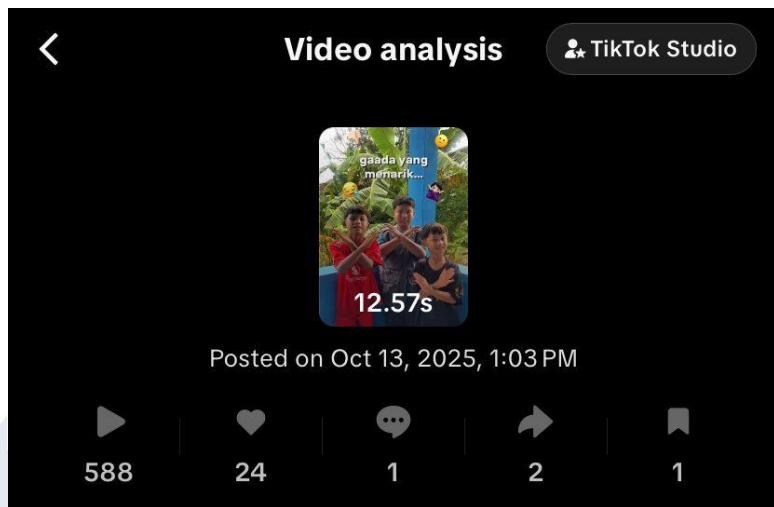
Banyak anak-anak masih merasa belajar mitigasi bencana itu kurang penting atau membosankan, sehingga mereka sering tidak tertarik untuk memahami langkah-langkah keselamatan yang seharusnya diketahui sejak dulu. Padahal, penelitian menunjukkan bahwa memahami mitigasi bencana sejak usia sekolah dapat meningkatkan kesiapsiagaan anak dan mengurangi risiko kerugian ketika bencana terjadi (Genika et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan pentingnya membuat konten yang kreatif dan ringan untuk meningkatkan ketertarikan.

Tujuan dibuatnya konten ini adalah untuk meningkatkan ketertarikan anak-anak agar lebih tertarik dan termotivasi belajar mengenai mitigasi bencana. Konten dirancang agar proses belajar terasa menyenangkan, ringan, dan mudah dipahami, sehingga anak-anak tidak merasa terbebani oleh materi yang serius atau teknis. Konten ini diharapkan mampu menarik perhatian, menumbuhkan rasa ingin tahu, dan mendorong mereka untuk mulai memahami serta berpartisipasi aktif dalam langkah-langkah mitigasi bencana.

Strategi konten ini menekankan pada menunjukkan kebahagiaan dan antusiasme anak-anak untuk menarik perhatian audiens muda. Dengan menampilkan ekspresi ceria dan penuh energi, konten dirancang agar anak-anak lain atau audiens muda merasa tertarik dan penasaran, sehingga persepsi bahwa belajar mitigasi bencana itu membosankan bisa perlahan berubah. Pendekatan ini mengutamakan visual yang ekspresif dan menyenangkan, sehingga energi positif dari anak-anak dapat menular ke penonton dan membuat konten terasa dekat, menarik, dan relatable.

Konten ini dibuat mengikuti tren viral dengan format “Ga ada yang menarik selain...”, sehingga lebih mudah menarik perhatian anak-anak. Video menampilkan ekspresi ceria dan antusias anak-anak, ditangkap secara natural agar energi positif mereka menular ke penonton. Alur video dibuat sederhana dan mengalir, dengan tambahan teks atau ikon ringan untuk memperkuat kesan menyenangkan. Pendekatan ini memanfaatkan tren yang sedang viral, sehingga konten terasa relevan, menarik, dan secara implisit menimbulkan rasa ingin tahu terhadap mitigasi bencana.

Tahap *action* untuk konten ini dimulai dengan pengambilan video pada 11 Oktober 2025. Proses editing dilakukan pada 12 Oktober 2025, di mana ekspresi ceria anak-anak dimaksimalkan dengan tambahan teks atau ikon ringan agar kesan menyenangkan lebih terasa. Setelah proses editing selesai, konten diajukan untuk *approval* internal guna memastikan kualitas visual dan kesesuaian pesan. Setelah mendapatkan persetujuan, konten kemudian dipublikasikan pada 13 Oktober 2025 sesuai jadwal, sehingga audiens anak-anak dapat langsung menikmati video yang menarik, ceria, dan menyenangkan.



Gambar 3.9 Tiktok Analytics 5  
Sumber: Tiktok GMLS (2025)

Berdasarkan TikTok *Analytics*, konten ini mendapatkan 588 *views*, 24 *likes*, 1 komentar, 2 *share*, dan 1 *saves*. Video yang singkat, mengalir, dan mengikuti tren viral membuat pesan tersampaikan dengan jelas, sekaligus menimbulkan rasa ingin tahu dan ketertarikan audiens untuk mengetahui lebih banyak tentang mitigasi bencana secara implisit. Hasil ini menjadi bahan evaluasi penting untuk pengembangan konten serupa di masa mendatang, agar bisa lebih efektif menarik perhatian anak-anak.

### 3.3.1.6 Konten Fakta Unik tentang Tsunami

Pemahaman masyarakat tentang tsunami sering terbatas pada gambaran umum, seperti “gelombang besar di pantai”, padahal fenomena ini punya banyak fakta menarik dan penting yang jarang diketahui luas. Informasi edukatif tentang tsunami yang ada di media sosial atau sumber umum kadang disajikan dalam bentuk panjang atau teknis, sehingga audiens, terutama generasi muda cenderung merasa cepat bosan atau melewatkannya. Padahal, penelitian menunjukkan bahwa penyampaian informasi bencana melalui media video, terutama yang visualnya menarik, sangat efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan kesiapsiagaan

terhadap bencana seperti tsunami, karena visual dan narasi yang jelas membantu audiens memahami informasi kompleks dengan lebih cepat dan mendalam, misalnya melalui video animasi edukatif yang terbukti meningkatkan kesiapsiagaan dan perilaku evakuasi tsunami pada siswa (Buston et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk menghadirkan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan mudah dicerna, sehingga fakta-fakta unik tentang tsunami bisa tersampaikan dengan cara yang relevan dan menarik bagi audiens TikTok yang mayoritas adalah generasi muda.

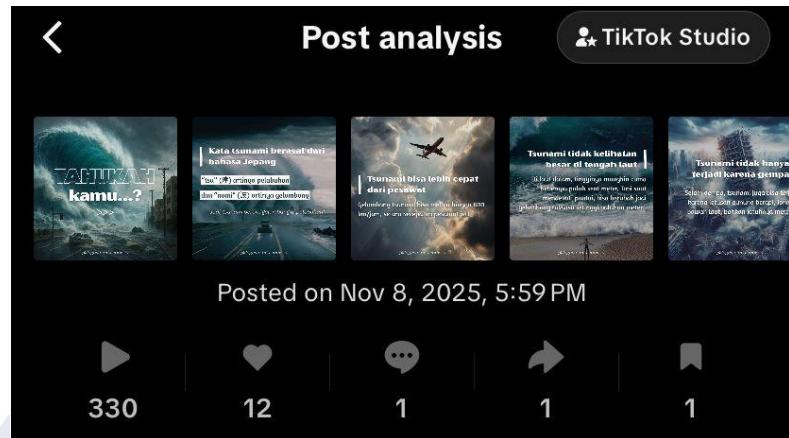
Berdasarkan kondisi tersebut, tujuan pembuatan konten edukasi ini adalah untuk menghadirkan informasi tentang tsunami dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat. Konten ini dirancang agar audiens, terutama generasi muda, terdorong untuk menumbuhkan rasa ingin tahu dan ketertarikan terhadap fenomena tsunami, sekaligus meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya mengetahui informasi bencana secara menyenangkan dan ringkas. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan komunikasi kebencanaan yang menekankan penyampaian informasi yang menarik, relevan, dan mudah diakses oleh audiens.

Strategi penyampaian konten ini fokus pada menghadirkan informasi tentang tsunami secara visual, ringkas, dan menarik melalui slide gambar. Dengan pendekatan visual, konten dirancang agar audiens, khususnya generasi muda, bisa dengan mudah memahami informasi sekaligus merasa penasaran dan tertarik untuk belajar lebih banyak. Alur slide disusun secara logis dan menyenangkan, sehingga penonton dapat mengikuti pesan dari slide pertama hingga terakhir dengan lancar, sambil tetap menikmati pengalaman belajar yang ringan dan menarik. Pendekatan ini memastikan pesan edukatif tersampaikan dengan jelas, mudah

diingat, dan relevan bagi kebutuhan audiens di platform seperti TikTok.

Untuk mewujudkan strategi ini, konten disajikan melalui enam slide gambar yang masing-masing menampilkan satu fakta unik tentang tsunami. Fakta-fakta yang ditampilkan antara lain: kata “tsunami” berasal dari Jepang, tsunami bisa bergerak lebih cepat daripada pesawat, tsunami tidak terlihat besar di tengah laut, tsunami tidak hanya terjadi karena gempa, dan air laut yang tiba-tiba surut merupakan tanda bahaya. Setiap slide dilengkapi ilustrasi atau ikon yang mendukung agar informasi lebih mudah dipahami dan menarik secara visual. Teks pada slide dibuat singkat, ringan, dan santai supaya audiens muda bisa menyerap informasi dengan cepat tanpa merasa terbebani. Slide disusun berurutan dari fakta yang mengejutkan hingga tanda-tanda alam yang penting diperhatikan, sehingga penonton bisa memahami pesan sekaligus tergerak untuk mengenal fenomena tsunami lebih jauh.

Tahap *action* untuk konten fakta unik tentang tsunami dimulai pada 7 November 2025 dengan mengumpulkan informasi dan bahan foto yang relevan. Kalimat untuk setiap fakta dimasukkan ke dalam slide menggunakan Canva Pro, sehingga tampilan visual lebih menarik, jelas, dan mudah dibaca oleh audiens. Setelah slide selesai disusun dan diedit, konten diajukan untuk *approval* internal untuk memastikan pesan sudah tepat dan layak sebagai materi edukasi. Setelah mendapat persetujuan, konten kemudian dipublikasikan pada 8 November 2025 sesuai jadwal, sehingga audiens bisa langsung mengakses informasi dengan cara yang menyenangkan dan mudah dicerna.



Gambar 3.10 Tiktok Analytics 6

Sumber: Tiktok GMLS (2025)

Berdasarkan hasil TikTok Analytics, konten ini mendapatkan 330 views, 12 likes, 1 komentar, 1 share, dan 1 saves. Format slide yang singkat, visual yang jelas, dan teks yang ringkas membuat pesan tersampaikan dengan cepat, bahkan hanya dalam sekali lihat. Meskipun interaksi masih terbatas, adanya komentar, share, dan save menunjukkan bahwa sebagian audiens merasa konten ini bermanfaat dan ingin menyimpannya atau membagikannya. Temuan ini menjadi bahan pertimbangan penting untuk pengembangan konten edukasi kebencanaan berikutnya, agar informasi tetap menarik, mudah diingat, dan bisa menjangkau lebih banyak orang.

### 3.3.1.7 Konten Motivasi Kesiapsiagaan untuk Anak Muda

Anak muda seringkali kurang termotivasi untuk mempersiapkan diri menghadapi bencana, baik karena merasa topik ini kurang menarik maupun karena belum sepenuhnya memahami pentingnya persiapan dini. Penelitian menunjukkan bahwa sikap dan motivasi remaja terhadap kesiapsiagaan dipengaruhi oleh seberapa baik mereka memahami risiko bencana, serta bagaimana informasi tersebut disampaikan secara menarik dan relevan. Misalnya, pendekatan yang interaktif dan *relatable* terbukti mampu

meningkatkan kesadaran dan perilaku proaktif remaja (Ede, 2025). Tantangan lain yang muncul adalah terbatasnya konten yang mampu menginspirasi atau memotivasi anak muda untuk lebih proaktif dalam persiapan bencana (Nasution et al., 2025). Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk menghadirkan konten yang bisa menarik perhatian anak muda dan menumbuhkan kesadaran serta motivasi mereka untuk lebih peduli terhadap kesiapsiagaan bencana.

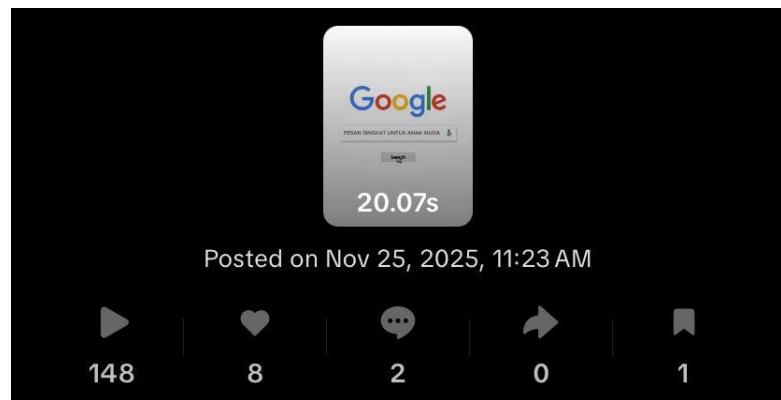
Tujuan dibuatnya konten ini adalah untuk memotivasi anak muda agar lebih peduli dan proaktif terhadap kesiapsiagaan bencana. Konten dirancang supaya audiens merasa terinspirasi dan terdorong untuk memikirkan langkah-langkah sederhana yang bisa mereka lakukan, tanpa terbebani oleh informasi teknis yang panjang. Dengan menghadirkan kata-kata motivasi dari relawan yang relatable, konten ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran, membangkitkan minat, dan memicu semangat anak muda untuk lebih aktif dalam memahami serta menjalankan kesiapsiagaan bencana dengan cara yang positif, menyenangkan, dan mudah diterapkan.

Strategi konten ini fokus pada menghadirkan motivasi yang personal dan *relatable* bagi anak muda. Konten dirancang untuk menampilkan kata-kata inspiratif dari sosok relawan yang mudah diterima, sehingga bisa membangkitkan kesadaran dan minat mereka terhadap kesiapsiagaan bencana. Penyampaian dilakukan dengan bahasa santai dan hangat, supaya pesan motivasi terasa dekat dan tidak menggurui. Alur konten disusun agar audiens bisa merasakan energi positif dari pesan yang disampaikan, mendorong mereka untuk berpikir dan bertindak secara proaktif, serta menunjukkan bahwa kesiapsiagaan bencana bisa relevan dan menarik bagi kehidupan sehari-hari anak muda.

Strategi ini diterapkan melalui video berdurasi 20 detik yang menampilkan Dayah Fata Fadillah (salah satu relawan GMLS) sebagai talent yang memberikan kata-kata motivasi secara langsung. Visual dibuat sederhana namun menarik, dengan ekspresi dan gestur relawan yang ramah agar pesan terasa personal. *Overlay* teks singkat ditambahkan untuk menekankan kata-kata motivasi penting, sehingga audiens dapat menangkap inti pesan baik melalui suara maupun visual. Alur video dibuat mengalir, dimulai dengan kalimat pembuka yang menarik perhatian, diikuti pesan motivasi inti, dan diakhiri dengan ajakan positif agar anak muda terdorong untuk lebih peduli dan proaktif dalam kesiapsiagaan bencana. Pendekatan ini memastikan pesan tersampaikan dengan jelas, menyenangkan, dan mampu menginspirasi audiens untuk bertindak.

Tahap *action* untuk konten motivasi kesiapsiagaan untuk anak muda dimulai pada 24 November 2025 dengan proses pengambilan dan pengeditan video. Pada tahap ini, video dibuat agar kata-kata motivasi dari Dayah Fadillah tersampaikan dengan jelas, ekspresif, dan menarik bagi audiens muda. Setelah proses editing selesai, konten diajukan untuk *approval* internal untuk memastikan pesan motivasi sudah sesuai dan layak dipublikasikan. Setelah mendapat persetujuan, konten kemudian dipublikasikan pada 25 November 2025 sesuai jadwal, sehingga anak muda dapat langsung menikmati pesan motivasi yang menginspirasi dan mendorong mereka untuk lebih peduli terhadap kesiapsiagaan bencana.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.11 Tiktok Analytics 7  
Sumber: Tiktok GMLS (2025)

Berdasarkan data TikTok *Analytics*, konten ini mendapat 148 *views*, 8 *likes*, 3 komentar, dan 1 *saves*. Meski jumlah *views* belum terlalu besar, adanya komentar dan *saves* menunjukkan bahwa sebagian audiens merasa konten ini relevan dan bermanfaat, khususnya dalam menghadirkan motivasi bagi anak muda agar lebih peduli terhadap kesiapsiagaan bencana. Video singkat dengan kata-kata motivasi yang disampaikan secara langsung dan personal membuat pesan mudah diterima dan diingat. Temuan ini menjadi bahan evaluasi penting untuk pengembangan konten berikutnya, agar motivasi yang disampaikan bisa menjangkau lebih banyak anak muda dan mendorong mereka bertindak lebih proaktif dalam kesiapsiagaan bencana.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.3.2 Kegiatan Lainnya

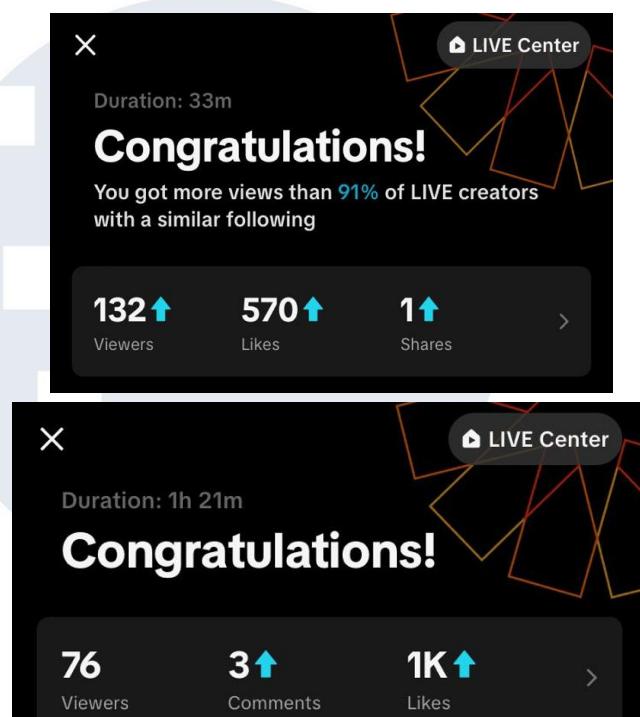
#### 3.3.2.1 *Live Streaming* Tiktok



Gambar 3.12 Live Streaming Tiktok  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

*Live* TikTok selama magang tidak dilakukan secara rutin, melainkan hanya dua kali pada Senin, 24 November 2025, dengan sesi pertama pukul 09.30 dan sesi kedua pukul 17.30. Konsep yang diangkat adalah “Bincang Santai” dengan konsep mirip seperti *podcast*, dengan Dayah Fata Fadillah sebagai narasumber. Sesi pertama membahas bagaimana generasi muda bisa lebih siap menghadapi bencana, sedangkan sesi kedua mengajak audiens untuk membongkar mindset komunitas dalam menghadapi bencana. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman audiens tentang kesiapsiagaan bencana sekaligus membangun interaksi langsung antara organisasi dan masyarakat.

Selama *live*, penulis berperan aktif mulai dari menyiapkan teknis seperti menata kamera dan perangkat *streaming* hingga memastikan *live* berjalan lancar. Penulis juga memantau komentar dan berinteraksi dengan audiens secara *real-time*, sehingga setiap pertanyaan atau tanggapan bisa segera ditangani.



Gambar 3. 13 Live Streaming Analytics  
Sumber: Tiktok GMLS (2025)

Hasil kedua sesi menunjukkan antusiasme yang cukup tinggi. Sesi pertama berlangsung 33 menit dengan 132 viewers, 570 likes, dan 1 share. Sesi kedua lebih panjang, 1 jam 21 menit, dengan 76 viewers, 1000 likes, dan 3 komentar. Data ini menunjukkan bahwa live TikTok efektif menarik perhatian audiens, sekaligus memberikan kesempatan interaksi langsung dan menyampaikan pesan edukatif secara lebih hidup.

Beberapa komentar audiens menyoroti tantangan yang dihadapi generasi muda, seperti kurangnya kepedulian dan kebutuhan informasi yang lebih praktis. Masukan ini kemudian menjadi inspirasi

untuk membuat konten motivasi kesiapsiagaan untuk anak muda (3.3.1.7). Dengan begitu, *feedback* dari *live* tidak hanya menjadi catatan, tetapi benar-benar berpengaruh pada pengembangan konten selanjutnya.

### **3.3.2.2 *Mirroring* Konten**

Selain membuat konten sendiri, selama magang penulis juga melakukan *mirroring* konten, yaitu membagikan atau menitipkan konten dari teman atau pihak lain ke akun TikTok GMLS. Kegiatan ini bertujuan memperluas jangkauan informasi kebencanaan sekaligus menjaga kontinuitas konten, tanpa harus selalu membuat materi baru dari awal. Sebelum konten di posting, penulis melakukan asistensi dengan Abah Anis, selaku Direktur, untuk memastikan materi yang akan dibagikan sesuai dengan standar edukatif dan tetap relevan dengan topik kesiapsiagaan bencana.

Salah satu contoh kegiatan *mirroring* adalah pengunggahan konten dari MARIMBA, yang berada di bawah GMLS dan memiliki tema terkait kesiapsiagaan bencana. Hal ini memungkinkan audiens mendapatkan materi yang bermanfaat sekaligus merasakan interaksi yang hidup, meskipun konten aslinya berasal dari pihak lain. Dengan berada di bawah GMLS, konten MARIMBA tetap relevan dan selaras dengan tujuan edukatif organisasi, sehingga *mirroring* ini tidak hanya memperluas jangkauan, tetapi juga menjaga konsistensi pesan yang disampaikan.

Melalui kegiatan *mirroring*, akun TikTok GMLS mampu menghadirkan variasi konten yang lebih beragam dan memanfaatkan materi yang sudah ada secara efisien. Selain itu, kegiatan ini juga membangun kolaborasi dengan pihak lain, membuka peluang untuk konten bersama di masa depan, dan menjangkau audiens lebih luas. Dengan begitu, *mirroring* konten bukan sekadar membagikan materi, tetapi menjadi strategi efektif

untuk memperkuat edukasi kebencanaan dan menjaga konsistensi penyampaian informasi kepada masyarakat.

### 3.3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama magang sebagai TikTok *content creator* di GMLS, penulis menghadapi beberapa kendala yang memengaruhi kelancaran kerja sehari-hari. Kendala-kendala ini muncul bukan untuk menyalahkan pihak manapun, melainkan sebagai bagian dari tantangan yang dihadapi dalam proses pembuatan konten.

#### a. Keterbatasan Ide Konten

Mencari ide yang kreatif, menarik, dan tetap edukatif ternyata tidak selalu mudah. Karena konten terkait kebencanaan tidak sevariatif konten hiburan atau *lifestyle*, penulis perlu berpikir ekstra untuk membuat materi tetap relevan dan menarik. Proses *brainstorming* kadang memakan waktu lebih lama dari perkiraan untuk memastikan setiap konten memberikan informasi yang bermanfaat.

#### b. Durasi Produksi dan Waktu Publikasi

Proses pembuatan konten, mulai dari menulis naskah, pengambilan video, hingga editing, kadang sulit dikelola karena bersamaan dengan urusan project lain. Menyesuaikan jadwal produksi dan publikasi agar konten tetap relevan dan sesuai tren membutuhkan perencanaan ekstra, terutama ketika waktu terbatas.

#### c. Perubahan Algoritma TikTok

Perubahan cara kerja TikTok memengaruhi jangkauan dan eksposur konten, sehingga konten yang sebelumnya mendapat respons baik tidak selalu tampil sama setelah algoritma diperbarui.

Hal ini membuat penulis harus terus menyesuaikan strategi publikasi agar audiens tetap terjangkau dan konten tetap efektif.

### 3.3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala yang ditemui selama magang sebagai TikTok *content creator* di GMLS, penulis menerapkan beberapa strategi praktis dan kreatif:

#### a. Keterbatasan Ide Konten

Penulis mengatasi keterbatasan ide dengan rutin melakukan brainstorming dan mencoba melihat topik kebencanaan dari sudut pandang yang berbeda. Selain itu, penulis menulis beberapa alternatif konsep sebelum memutuskan satu ide utama, sehingga selalu ada cadangan ide jika satu konsep kurang sesuai. Cara ini membuat proses kreatif lebih terarah dan konten tetap edukatif serta menarik.

#### b. Durasi Produksi dan Waktu Publikasi

Untuk mengelola waktu produksi, penulis membagi setiap tahap pembuatan konten mulai dari penulisan naskah, pengambilan video, dan editing menjadi bagian-bagian kecil yang dapat dikerjakan secara fokus. Dengan begitu, proses produksi lebih terstruktur dan efisien, meskipun bersamaan dengan tugas atau project lain.

#### d. Perubahan Algoritma TikTok

Dalam menghadapi perubahan algoritma, penulis memantau performa konten secara rutin dan menyesuaikan strategi publikasi berdasarkan hasil pengamatan. Fokus tetap diberikan pada kualitas konten dan penyampaian pesan yang jelas agar audiens tetap mendapatkan informasi yang bermanfaat, meskipun jangkauan konten kadang tidak konsisten.