

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

National Centers for Environmental Information, memaparkan data yang menunjukkan kondisi iklim global saat ini tidak dalam keadaan baik-baik saja (NCEI, 2022). Bulan Januari – Juli tahun 2022 menjadi periode yang jauh lebih panas, khususnya di sebagian Amerika Utara, Amerika Selatan, Eropa, Asia, Oseania, hingga Atlantik, India dan lautan Pasifik Utara – Barat. Data menunjukkan suhu permukaan global pada Januari – Juli 2022 adalah 0,86°C atau 1,55°F di atas rata-rata. Periode ini menjadi suhu tertinggi dalam 143 tahun atau sejak tahun 2015. NCEI juga memperkirakan tahun 2022 menjadi salah satu dari 10 tahun terpanas (NCEI, 2022).

Merespon kondisi perubahan iklim di atas, pada tahun 2015 agenda baru diciptakan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). PBB pada akhirnya resmi menginisiasi program “*Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*”(Kamau et al., 2018). Melansir dari UNDP (n.d.) UNDP bergerak di 170 negara dengan membawa tiga fokus, yaitu pembangunan berkelanjutan, pemerintahan demokratis, pembangunan perdamaian hingga ketahanan iklim dan bencana. Salah satu bentuk dari *Transforming Our World* yaitu *Sustainable Development Goals* yang merupakan gebrakan universal dengan tujuan untuk mengakhiri kemiskinan, melindungi planet, serta memberi kepastian akan kedamaian dan kemakmuran bagi setiap orang (Janoušková et al., 2018). Terdapat 17 *goals* yang diusung, dan salah satunya adalah *Climate Action* (Good, 2001).

Sampah menjadi salah satu penyebab yang sangat berpotensi menimbulkan bencana iklim. Dalam Sudarman (2010) 1 ton sampah padat, sama halnya dengan menghasilkan 50 kg gas CH₄ atau gas rumah kaca. Jika dihubungkan dengan jumlah penduduk di Indonesia, perkiraan sampah yang dihasilkan adalah 500 juta ton/hari atau 190.000 ton per tahun. Ini berarti Indonesia dapat menyumbang sekitar 9500 ton gas CH₄ ke atmosfer, dimana gas tersebut memiliki potensi merusak 20 lebih besar daripada gas CO₂ (Sudarman, 2010). Indonesia turut serta mengkaji program *Sustainable Development Goals*. Terkhusus untuk indikator ke 13 dari SDGs yaitu *Climate Action*, Indonesia merancang tiga target, pertama yaitu menyediakan energi bersih untuk semua, serta peningkatan efisiensi energi pada tahun 2020, 2030, dan 2050, target kedua yaitu mengurangi emisi gas rumah kaca melalui aktivitas perbaikan di bidang pertanian, kehutanan, pengelolaan sampah dan industri, target ketiga yaitu memaksimalkan investasi dan pengukuran ketahanan bencana dan perubahan iklim (Sutopo et al., 2014).

Salah satu komunitas yang bergerak di bidang pelestarian lingkungan, pengolahan sampah dan pemanfaatan teknologi yaitu Griya Luhu. Komunitas ini berdiri sejak tahun 2017, dengan latar belakang kekhawatiran akan dampak pengelolaan sampah yang kurang baik di daerah Provinsi Bali (NV, 2020). Sejak masa pandemi Covid – 19, komunitas ini menggagas inovasi baru yaitu dengan menciptakan aplikasi bank sampah digital. Aplikasi tersebut membantu masyarakat desa untuk dapat melakukan pengelolaan sampah yang baik dengan bantuan teknologi yang lebih efisien dan transparan, sekaligus mendapatkan hasil dari pengumpulan sampah pada aplikasi bank sampah Griya Luhu ini (NV, 2020).

Kegiatan Lembaga Sosial Masyarakat (LSM) yang bergerak di bidang lingkungan memiliki tantangan yang cukup besar. Tantangan yang dihadapi yaitu berupa potensi bencana, dimana potensi bencana bukan suatu hal yang dapat dilihat, sehingga menumbuhkan kesadaran masyarakat menjadi tantangan tersendiri. Hal tersebut juga merupakan masalah komunikasi. Peranan komunikasi diperlukan dalam menciptakan kesadaran masyarakat melalui berbagai program, seperti contoh program sosialisasi. Sosialisasi dalam Dian Herdiana (2018) memiliki makna sebagai sebuah upaya penyebaran ide yang telah dirancang dengan tujuan untuk memunculkan pengetahuan dan pemahaman baru dari target sasaran.

Masalah komunikasi juga dapat bersumber dari karakteristik kelompok atau target sasaran. Griya Luhu memiliki target sasaran yaitu masyarakat desa. Dalam Sukardi (2015) karakteristik masyarakat desa yaitu, bermata pencaharian yang bergantung dengan alam, tingkat mobilitas yang masih rendah, mayoritas masih menggunakan bahasa daerah, pada umumnya masih memiliki pandangan yang sempit, cenderung enggan menerima atau menciptakan ide-ide yang baru, memiliki aspirasi serta keinginan yang masih rendah, pada umumnya memiliki pandangan yang masih terbatas pada dunia luar, hingga media komunikasi yang digunakan terbatas atau lebih sering menggunakan komunikasi lisan. Masalah komunikasi yang sekaligus menjadi tantangan, tentu memerlukan adanya perencanaan strategi.

Kemunculan komunitas seperti Griya Luhu membawa upaya baru dalam mitigasi bencana. Penggunaan media juga menjadi indikator penting dalam langkah strategis. Isu perubahan iklim dan bencana alam seringkali dibahas melalui bidang ilmu klimatologi maupun meteorologi. Tidak hanya itu, perubahan iklim juga dapat

dibahas melalui perspektif ilmu komunikasi, khususnya tentang bagaimana menyampaikan sebuah informasi, penggunaan media, hingga proses edukasi kepada target audiens. Berikut beberapa penelitian sebelumnya yang membahas isu perubahan iklim melalui perspektif ilmu komunikasi.

Penelitian sebelumnya oleh Maghfiroh dan Salampessy, 2018 dalam jurnal yang berjudul “Strategi Komunikasi LSM Lingkungan di Indonesia dalam Mendorong Lahirnya Undang-Undang Perubahan Iklim”. Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi yang diimplementasikan oleh LSM lingkungan dalam memberikan informasi serta mendorong terciptanya Undang-Undang terkait perubahan iklim. Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana LSM merancang strategi untuk mendorong ditetapkannya UU terkait perubahan iklim di Indonesia. Cara yang dilakukan adalah dengan membentuk pesan-pesan kampanye melalui berbagai media komunikasi seperti baliho, koran, *blog*, *website* dan media lainnya. Cara tersebut jika dilakukan secara konsisten maka akan memberikan dampak positif bagi penyebaran informasi perubahan iklim serta ditetapkannya UU perubahan iklim (Maghfiroh & Salampessy, 2018).

Selanjutnya yaitu penelitian dari Kristansi, 2019 dalam skripsi yang berjudul “Komunikasi Pengurangan Risiko Bencana Banjir di Kabupaten Serang”. Penelitian ini membahas tentang kegiatan persiapan dan perencanaan komunikasi Pengurangan Risiko Bencana, bagaimana pelaksanaan komunikasi dan evaluasi hingga keterlibatan aktor komunikasi. Berbagai produk komunikasi dikeluarkan seperti komunikasi tatap muka hingga media pendukung yaitu brosur, pamflet hingga media online seperti *website* (Kristanti, 2019).

Selanjutnya yaitu penelitian dari Kaharjono, 2018 dalam skripsi yang berjudul “Manajemen Komunikasi Bencana BPBD Kabupaten Magelang dalam Pengurangan Resiko Bencana Erupsi Gunung Merapi”. Penulis membahas tentang mitigasi bencana, bagaimana pemerintah Magelang mengkomunikasikan mitigasi bencana. Hasilnya adalah penulis menemukan strategi mitigasi berupa desa bersaudara (*sister village*) serta desa tangguh bencana (Destana). Selain itu cara BPBD Magelang untuk mengkomunikasikan mitigasi bencana adalah dengan mengadakan sosialisasi, pelatihan, simulasi hingga apel siaga. Pola komunikasi yang digunakan adalah struktural (pada saat keadaan normal) komunikasi non-struktural (pada keadaan darurat) (Kaharjono, 2018).

Adanya perbedaan dan pengembangan yang akan dicantumkan pada penelitian kali ini. Peneliti akan mengkaji bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Griya Luhu. Penelitian ini akan melihat penggunaan teknologi digital dalam proses mitigasi bencana. Griya Luhu dipilih sebagai objek penelitian, karena komunitas ini memiliki berbagai prestasi, seperti peserta beserta narasumber di *event* IMF-World Bank Annual Meeting, penghargaan Waste Management terbaik pada Satu Dekade Kerjasama dengan Ecobali dan Tetrapak, penghargaan *founder* Griya Luhu sebagai Youth Role Model dalam Waterman’s Award 2019, penghargaan Yowana Kerti Bakti Pemerintah Kabupaten Gianyar hingga menjadi salah satu inovator dalam Informal Plastic Collection Innovation Challenge (IPCIC). Peneliti juga melihat hal menarik dari komunitas ini, yaitu bagaimana Griya Luhu berupaya untuk menggunakan aplikasi bank sampah digital

untuk masyarakat desa terpencil, dengan seluruh tantangan dan karakteristik masyarakat pedesaan.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi komunitas Griya Luhu dalam mengurangi risiko bencana melalui aplikasi bank sampah digital Griya Luhu?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi komunitas Griya Luhu dalam mengurangi risiko bencana melalui aplikasi bank sampah digital Griya Luhu.

1.4. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis yaitu untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi di berbagai aspek, khususnya pada isu kebencanaan. Selain itu, manfaat teoritis dari penelitian ini adalah mengetahui implementasi strategi komunikasi, dan penggunaan media modern. Nantinya penelitian ini akan berkontribusi untuk menyumbangkan gagasan serta referensi untuk ilmu komunikasi dan mitigasi bencana.

b) Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini yaitu memberikan sudut pandang baru untuk komunitas Griya Luhu dan komunitas serupa, terkait strategi pengurangan risiko bencana yang lebih berkembang sesuai dengan perkembangan zaman.

Penelitian ini juga bermanfaat untuk memicu masyarakat, khususnya di daerah pedesaan untuk beradaptasi dan ikut berkontribusi proses mitigasi bencana sedini mungkin.

1.5. Kerangka Teori

Bagi para pelaku komunikasi, konsep strategi komunikasi tentu tidak asing lagi. Strategi komunikasi dapat digunakan di berbagai lini pekerjaan, seperti yang berhubungan dengan *public relations*, pemasaran, iklan, bidang promosi, politik, dan masih banyak lagi. Cara ini biasanya digunakan oleh organisasi, komunitas, penggiat komunikasi, untuk melakukan sebuah kampanye. Tetapi tidak hanya itu, strategi komunikasi dapat digunakan untuk berbagai aktivitas sebuah organisasi maupun komunitas, sehingga untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini, peneliti merangkai secara teoritik menggunakan beberapa teori dan konsep seperti strategi komunikasi, konsep pengurangan risiko bencana, media modern dan komunikasi partisipatif.

1.5.1. Strategi Komunikasi

Perlu digaris bawahi bahwa strategi merupakan sebuah tindakan yang dilakukan secara logis dan sengaja. Menurut Moss & Warnaby (1998) mendefinisikan strategi sebagai sarana untuk menetapkan tujuan organisasi, selain itu strategi juga sebuah respon keberlanjutan serta pendorong para pelaku kepentingan baik internal maupun eksternal yang secara langsung menerima dampak atau manfaat dari aktivitas organisasi. Dalam buku *Principles of Strategic Communication* Holtzhausen et al., (2021) menguraikan hal serupa terkait

pemahaman tentang strategi, yang mana strategi bersifat partisipatif dan melibatkan semua pemangku kepentingan. Organisasi dapat dikatakan memiliki strategi yang baik jika mereka mampu memahami lingkungan dimana *stakeholder* itu beroperasi.

Perencanaan strategis dalam Holtzhausen et al., (2021) juga menjelaskan tentang pendekatan yang paling sukses dalam perencanaan strategis adalah pendekatan dari luar ke dalam. Pendekatan ini berbicara tentang bagaimana organisasi bertindak sesuai dengan kebutuhan, sikap dan perilaku individu atau *stakeholders* mereka. Pendekatan ini menjadi dasar yang selalu ditempatkan di awal dan di tengah proses strategi itu sendiri. Pendekatan dari luar ke dalam juga akan menuntut komunikator untuk menyusun pesan sesuai dengan apa yang *stakeholders* pahami. Organisasi harus sadar bahwa banyak faktor yang mempengaruhi *stakeholders* dalam pemahaman pesan mereka, serta orang akan cenderung memahami pesan sesuai dengan pengalaman dan sistem kepercayaan (Holtzhausen et al., 2021). Buku yang berjudul *Principles of Strategic Communication* Holtzhausen et al., (2021) juga menjelaskan tahapan dalam proses perencanaan strategis

1. *Foundation*

Pada tahap *foundation*, mencakup tiga sub tahapan yang meliputi visi, misi dan nilai. Aspek visi lebih mengendepankan orientasi pada masa depan daripada mendeskripsikan keadaan lingkungan saat ini. Dalam aspek ini, organisasi melakukan pendekatan yang fokus kepada *stakeholder* mereka dalam upaya

menjelaskan siapa atau bagaimana keberadaan organisasi tersebut. Pernyataan visi tidaklah dikemas secara rumit, akan tetapi organisasi dapat mengkomunikasikannya dengan *to-the-point*. Sub yang kedua dari *foundation* yaitu misi. Sub ini bertujuan untuk menjawab pernyataan visi tentang bagaimana tujuan organisasi itu akan dijalankan. Misi akan berfokus pada *stakeholder* tentang seperti apa *stakeholder* organisasi akan dilayani. Misi yang jelas dapat mengartikulasikan pernyataan seperti tujuan lembaga, memberikan panduan kepada anggota organisasi hingga berfungsi sebagai alat motivasi bagi anggotanya. Aspek penting dalam dasar sebuah strategi adalah organisasi harus memiliki sistem nilai. Nilai tidak untuk diukur, tetapi nilai merupakan sebuah kepercayaan anggota organisasi kepada organisasi mereka.

2. *Application*

Beralih pada aspek kedua dalam perencanaan strategi, yaitu *application*. Aspek ini menjadi tahap penentuan di mana dan bagaimana tujuan organisasi ingin dicapai. Selain itu pada tahapan *application*, organisasi dapat menganalisa apa yang menjadi kendala dalam mencapai tujuan. Bagian *application* terdiri dari sub bagian yaitu *the problem statement*, yang merupakan langkah mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh organisasi. Hal yang perlu diperhatikan adalah merancang atau menganalisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisis SWOT perlu memperhatikan seluruh pemangku kepentingan, untuk nantinya dapat bergabung dalam pemecahan solusi dari masalah yang dihadapi organisasi. *Strength* dan *Weakness* berfokus pada internal organisasi, sedangkan *Opportunity* dan *Threat* fokus pada eksternal organisasi. Organisasi dapat menggerakkan

pemangku kepentingan eksternal untuk ikut berpartisipasi melalui berbagai kegiatan komunikasi. Tujuan strategis tetap akan mengikuti perkembangan lingkungan maupun kondisi yang dihadapi. Maka, rencana strategis dapat berubah terlebih lagi jika organisasi dihadapkan pada sebuah bencana.

3. *Implementation*

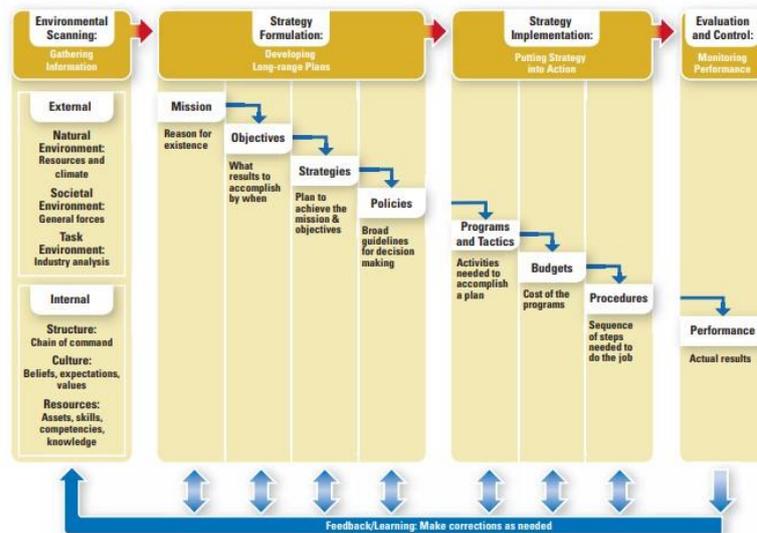
Dalam tahap implementasi, terdapat beberapa alat untuk melakukan rencana strategi yang meliputi 8 tahapan. Melakukan *research* menjadi hal utama dalam implementasi strategi, dengan tujuannya memahami apa yang diinginkan pemangku kepentingan organisasi. Setelah melakukan *research*, selanjutnya adalah *stakeholder segmentation*, yang mana tahap ini menuntut organisasi untuk mengelompokkan pemangku kepentingan, guna mendapatkan target sasaran yang tepat. Selanjutnya yaitu *message strategy* yang dapat memudahkan organisasi untuk merancang isi pesan dan aktivitas komunikasi untuk mendapatkan hasil yang spesifik dari strategi komunikasi. *Message strategy* mencakup *tactics*, atau bagaimana organisasi ingin menyampaikan pesan dan memilih media yang tepat. *Timeline* menjelaskan tentang kapan rencana strategis itu berjalan. *Human resources*, juga menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam rencana strategis karena berhubungan dengan keterampilan anggota organisasi. Bagaimana mereka menjalankan tugasnya hingga pengetahuannya dapat menentukan keberhasilan rencana strategis.

Holtzhausen et al., (2021) menjelaskan terkait menjadikan komunikasi lebih strategis adalah dengan memberikan sebuah tujuan dan dilakukan secara sengaja

dan mengambil tempat di ruang publik. Organisasi harus dapat menghasilkan bentuk komunikasi di ruang publik, salah satunya ada strategi WOM atau *Word of Mouth*. Dalam Huete-Alcocer (2017) WOM didefinisikan sebagai alat komunikasi antar konsumen atau individu terkait produk jasa, barang atau sebuah perusahaan. Menurut Brown et al. 2007 dalam Huete-Alcocer (2017) WOM secara luas dianggap sebagai faktor yang paling berpengaruh mempengaruhi perilaku konsumen atau target. Konsumen pada umumnya mempercayai orang lain dari pada penjual atau organisasi itu sendiri.

Perencanaan strategi lebih lengkap dijelaskan dalam Wheelen et al (2018), yang memaparkan bahwa perencanaan strategi berlandaskan 4 tahapan yang meliputi *Environmental Scanning*, dimana tahap ini berfokus pada pengumpulan informasi. *External Environmental Scanning* menjelaskan tentang pengumpulan informasi lingkungan eksternal seperti halnya sumber daya dan iklim serta mencakup kekuatan dari lingkungan tersebut. Selain pengumpulan informasi eksternal, organisasi perlu melakukan *Internal Environmental Scanning*, yang mencakup struktur dengan fokusnya yaitu rantai komando, selain itu terdapat kultur yang mencakup kepercayaan, ekspektasi dan nilai, hingga sumber daya yang mencakup aset, kemampuan, kompetensi, dan pengetahuan. Dasar kedua yaitu *Strategy Formulation*, fokusnya pada pengembangan rencana jangka panjang. Dasar ini memiliki beberapa tahap, yaitu misi atau alasan keberadaan, yang berorientasi pada hasil apa yang harus dicapai, strategis atau bagaimana rencana untuk mencapai tujuan, serta kebijakan atau pedoman untuk mengambil keputusan. Tahapan ketiga yaitu *Strategy Implementation*, berfokus pada penetapan strategi

pada tindakan. Tahapan ini menjelaskan tentang program dan taktik atau kegiatan yang harus diisi untuk mencapai rencana, anggaran atau biaya dari program dan prosedur atau urutan langkah yang diperlukan. Tahapan terakhir adalah *Evaluation and Control*, di dalamnya meliputi *performance* atau tentang hasil yang aktual.



Gambar 1. 1. Proses perencanaan strategis

Sumber: Wheelen et al (2018)

Effendy 2008, dalam Sartika (2015) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai sebuah perencanaan dan manajemen yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. Guna melakukan strategi komunikasi, organisasi harus dapat mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari publik, yang selanjutnya akan dikembangkan dalam tujuan strategis. Informasi yang dibawa mencakup informasi yang dapat menggambarkan, menjelaskan, hingga memprediksi hubungan organisasi dengan publik.

Strategi komunikasi merupakan praktik komunikasi yang disengaja dan terencana untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Holtzhausen et al., 2021). Strategi

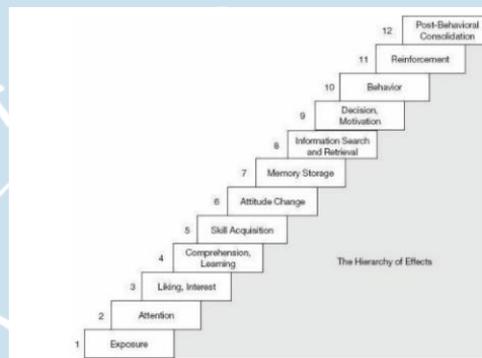
komunikasi juga merupakan hasil penggabungan antara bidang ilmu komunikasi seperti *public relations*, *integrated marketing communication*, *advertising* dengan disiplin ilmu lainnya seperti manajemen, pemasaran, *branding*, hingga komunikasi politik (Holtzhausen et al., 2021). Menurut Berger (2006) dalam jurnal “Penertiban Versus Penggusuran: Strategi Komunikasi Dan Partisipasi Pembangunan” terdapat 3 pendekatan dalam strategi komunikasi, yang meliputi strategi pasif yang bentuknya melakukan sebuah pengamatan, pendekatan aktif atau pencarian informasi dan mengumpulkan informasi serta strategi interaktif melibatkan secara langsung target yang dituju. Pendekatan yang paling memiliki efektivitas atau tingkat keberhasilan yang tinggi adalah pendekatan interaktif. Pendekatan ini bersifat humanis dan mengedepankan pengetahuan dari audiens, maka dari itu dari pendekatan ini audiens dapat memiliki rasa *consciousness* atau kesadaran untuk ikut serta berpartisipasi dalam tujuan yang dikemukakan oleh organisasi atau komunitas (Abadi & Mahendrawati, 2012).

Definisi dari perencanaan komunikasi dalam Wijaya (2015) yaitu sebuah proses pemanfaatan sumber daya komunikasi dengan tujuan mencapai cita-cita tertentu. Sumber daya komunikasi tidak hanya meliputi media massa serta komunikasi antarpribadi, lebih daripada itu sumber daya komunikasi juga tercermin dari aktivitas yang direncanakan untuk mengubah perilaku serta menimbulkan kemampuan tertentu di antara individu dan ruang lingkup kelompok. Dapat disimpulkan perencanaan komunikasi menjadi tindakan yang disengaja, dibuat dalam bentuk dokumen tertulis, menerapkan disiplin ilmu pengetahuan bahkan seni komunikasi, hingga nantinya diperlukan pengukuran atau evaluasi hasil. Elemen

komunikasi sangat diperlukan dalam perencanaan komunikasi. Begitupula Lasswell menjelaskan strategi terbaik untuk menjelaskan apa yang dimaksud dengan aktivitas komunikasi yaitu *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*. Maka strategi yang dapat dilakukan dalam perencanaan komunikasi, adalah menentukan dan menetapkan komunikator, menentukan target sasaran dan analisis kebutuhan target, tahapan penyusunan pesan, menentukan media dan saluran komunikasi, serta efek komunikasi.

Pesan persuasif seringkali digunakan dalam penyusunan pesan. Dalam Nahdiana (2022) terdapat beberapa cara menyusun pesan yang bersifat persuasif, yaitu *Fear Appeal*, yaitu menyampaikan pesan dengan strategi memberikan ancaman hingga muncul rasa takut, kedua yaitu *Emotional Appeal*, atau penyampaian pesan dengan cara memunculkan emosi target audiens, ketiga yaitu *Reward Appeal*, atau penyampaian pesan dengan disertai janji-janji untuk target audiens, keempat yaitu *Motivational Appeal*, atau penyampaian pesan yang dapat menciptakan internal psikologis masyarakat, misalnya dengan menumbuhkan rasa nasionalisme, fanatisme, dan sebagainya, terakhir yaitu *Humorous Appeal*, yaitu teknik penyusunan pesan disertai dengan candaan atau humor.

Strategi komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila terjadi perubahan perilaku dari target sasaran program. Organisasi harus memahami bagaimana target memproses dan memahami isi pesan. Salah satu model pemahaman pesan digambarkan dalam hirarki McGuire dari efek persuasi “Domino” (Austin & Pinkleton, 2015) yaitu:



Gambar 1. 2. Proses pemahaman pesan “Model Domino”

Sumber: Austin & Pinkleton, (2015)

Dalam Austin & Pinkleton (2015) langkah awal yaitu menciptakan *Exposure*, yang mana target audiens disajikan pesan melalui berbagai media. Setelah target disajikan pesan, maka munculnya perhatian pada pesan tersebut (*Attention*) ditahap ini perhatian muncul pada pesan yang menarik dengan dukungan aspek visual dan audio. Proses selanjutnya yaitu relevansi antara pesan dengan target. Jika pesan tersebut tidak relevan dengan target maka pesan dapat diabaikan. Pesan harus dirancang sejelas-jelasnya, itu yang dimaksud dengan *Comprehension Learning*. Pesan harus sesuai dengan kebutuhan target dan menjawab pertanyaan dari masalah mereka, hal ini disebut dengan *Skill Acquisition*. Setelah berbagai tahap proses pemahaman pesan, maka muncul perubahan sikap sebagai bagian dari *Persuasion (attitude change)*. Lebih jauh lagi pesan dapat

diingat oleh target atau *memory storage*. *Motivation (decision)* tahapan ini menumbuhkan motivasi target melalui program kampanye yang diangkat.

Pada dasarnya target menyukai sesuatu yang sederhana dan mudah, tetapi memiliki manfaat yang besar. Seringkali semakin tinggi usaha untuk memahami pesan, maka semakin rendah motivasi target untuk memproses pesan tersebut. Begitupun sebaliknya, semakin mudah usaha untuk memproses pesan, maka motivasi akan semakin tinggi (Austin & Pinkleton, 2015). Selanjutnya yaitu ke tahapan perilaku, dimana target sudah berpartisipasi dalam tindakan. *Post-behavior consolidation*, ini merupakan langkah terakhir dalam proses pengambilan keputusan penerimaan pesan. Pada titik ini, target akan mempertimbangkan dan menilai kembali keseluruhan tindakan terhadap pesan yang telah diterima. Keberhasilan program kampanye atau pesan adalah ketika organisasi berhasil mempengaruhi pandangan target. Selain itu aktivitas saling menguntungkan antara organisasi dan target juga merupakan keberhasilan yang didambakan (Austin & Pinkleton, 2015)

Berdasarkan apa yang dijelaskan pada model Domino, menunjukkan bahwa aspek pesan menjadi aspek yang sangat penting dalam mencapai tujuan program komunikasi. Dalam Austin & Pinkleton (2015), pesan memiliki 2 aspek penting yaitu aspek logis dan emosional. Aspek logis menitikberatkan pesan yang harus akurat, relevan dan jelas. Pesan yang akurat akan mendorong target untuk terlibat dalam memproses pesan tersebut. Selain aspek logis, pesan juga perlu emosional. Melalui emosi, target dapat merasakan sesuatu sebagai akibat dari suatu pesan. Rasa takut menjadi salah satu contoh emosi yang biasanya disuarakan dalam sebuah

pesan. Emosi positif dalam sebuah pesan juga efektif untuk mempersuasi target. Emosi positif yang biasanya digunakan adalah menunjukkan manfaat atau hasil positif dari isi pesan kampanye.

Austin & Pinkleton (2015) pertimbangan media komunikasi memenuhi beberapa unsur yaitu *Credibility*, yang mengacu pada sejauh mana target percaya akan sumbernya, unsur selanjutnya yaitu *Reach and Exposure Frequency*, berkaitan dengan kemudahan mengakses informasi, *Efficiency*, berhubungan dengan biaya yang relatif dikeluarkan oleh organisasi, selanjutnya yaitu *Control*, atau sejauh mana program komunikasi, distribusi informasi dan konten akan dikelola. Selanjutnya yaitu *Flexibility*, terkait kebebasan untuk mengakses informasi di mana dan kapan saja. Unsur terakhir yaitu *Context* yang mengacu pada lingkungan di mana informasi tersebut disajikan, seperti contohnya pada berbagai program-program yang dilaksanakan.

1.5.2. Pengurangan Risiko Bencana (PRB)

Sebelum masuk pada Pengurangan Risiko Bencana, perlu diketahui bahwa dalam Khorram-Manesh (2017) bencana dapat dibedakan menjadi dua yaitu bencana alam dan bencana non alam. Bencana yang timbul dari kejadian alam seperti gunung meletus, gempa bumi, tornado, kebakaran hutan, hingga tsunami, disebut sebagai bencana alam. Sedangkan bencana tidak ditimbulkan dari alam, tetapi mempengaruhi lingkungan atau kondisi alam, dinamakan bencana non-alam, contohnya yaitu wabah penyakit. Menurut Hidayat & Rasadi (2020) bencana merupakan perpaduan antara ketiga aspek yang meliputi bahaya, kerentanan dan

kemampuan. Risiko bencana berbanding lurus dengan kerentanan, sehingga untuk mengurangi risiko bencana, perlu peningkatan kemampuan masyarakat dan mengurangi kerentanan masyarakat. Dalam peristiwa kebencanaan, ilmu komunikasi turut serta berperan dalam mengatur penyampaian informasi yang berkaitan dengan kebencanaan. Dalam Rahmasari (2021) adapun pengertian dari siklus bencana yaitu sebuah perputaran kejadian pada saat bencana terjadi. Maka dengan begitu ketika menghadapi suatu bencana perlu adanya sistem yang mampu meminimalisir jumlah korban bencana.



Gambar 1. 3. Proses mitigasi bencana

Sumber: K&Uman (2019)

Maka dalam ilmu komunikasi, ada yang dinamakan komunikasi bencana. Menurut Wardani (2011) dalam Lestari, (2018) yang dimaksud sebagai komunikasi bencana adalah bentuk partisipasi yang terjalin di antara ahli komunikasi khususnya dalam konteks kejadian bencana, yang akan menimbulkan perhatian yang sama. Komunikasi bencana menurut Jaelani (2019) merupakan cara atau alat yang digunakan untuk menangani bencana yang dimulai dari tahap mitigasi bencana, kejadian bencana, dan pasca bencana (K & Uman, 2019).

Pendapat berbeda menurut Moorthy et al., (2018) komunikasi bencana didefinisikan sebagai sistem yang digunakan dalam proses penyebarluasan informasi terkait kebencanaan, dimana sistem ini melibatkan beberapa pihak seperti masyarakat, media, hingga pemerintah, yang mana nantinya informasi tersebut dapat dipertanggung jawabkan oleh semua pihak terkait. Indonesia menjadi negara yang rawan akan bencana. Secara geografis, Indonesia merupakan negara kepulauan dan letaknya ada pada pertemuan empat lempeng tektonik yaitu lempeng Benua Asia, Benua Australia, lempeng Samudera Hindia, dan Samudera Pasifik. Bagian selatan dan timur negara ini juga terdapat sabuk vulkanik yang memanjang dari pulau Sumatera, Jawa, Nusa Tenggara hingga Sulawesi. Di sisi dari negara Indonesia terdapat pegunungan vulkanik tua serta dataran rendah yang didominasi oleh rawa-rawa. Jika melihat dari segi geografis Indonesia, maka Indonesia menjadi negara yang sangat rawan akan bencana (Badan Nasional Penanggulangan Bencana, n.d.)

Melihat potensi ancaman bencana di Indonesia cukup tinggi, maka sangat diperlukan berbagai aksi berupa kesiapan mitigasi bencana. Ancaman bencana akan semakin tinggi apabila tidak adanya tindakan yang berkelanjutan. Terdapat beberapa perubahan paradigma penanggulangan bencana menjadi Pengurangan Risiko Bencana dalam Putera (2018) diantaranya yaitu:

1. Penanggulangan bencana merupakan respon darurat ketika terjadi bencana, maka paradigma diubah menjadi manajemen bencana. Paradigma ini tidak hanya fokus pada saat bencana terjadi, melainkan lebih pada pengurangan keseluruhan risiko bencana, yang mencakup

pengamatan risiko, pencegahan, mitigasi, kesiapan, respons, pemulihan hingga rekonstruksi.

2. Bencana alam berganti menjadi bencana umum. Paradigma ini didasari pada kejadian bencana yang tidak semata-mata disebabkan oleh alam juga menimbulkan efek yang luar biasa. Maka pemahaman tentang arti bencana, seharusnya menjadi lebih umum, tidak sebatas bencana alam.
3. Dari tindakan kemurahan, menjadi pemenuhan hak dasar rakyat. Peran penting pemerintah tidak hanya memenuhi hak rakyat berdasarkan atas kemurahan hati, melainkan tanggung jawab dan kewajiban yang sudah pasti harus ditepati.
4. Dari tanggung jawab pemerintah, menjadi tanggung jawab bersama. Pengurangan Risiko Bencana, tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, melainkan semua komponen masyarakat, baik itu organisasi, komunitas, media, bahkan individu.

Dalam Pambudi (2015) Pengurangan Risiko Bencana atau mitigasi bencana merupakan sebuah tindakan yang berkelanjutan guna mengurangi atau bahkan menghilangkan risiko jangka panjang terhadap harta dan nyawa manusia. Pengurangan Risiko Bencana dilakukan secara preventif melalui edukasi dan pemanfaatan teknologi (Pambudi, 2015). Sedangkan definisi mitigasi bencana menurut UU No. 24 tahun 2007 yaitu “serangkaian upaya untuk mengurangi risiko bencana, baik melalui pembangunan fisik maupun penyadaran dan peningkatan kemampuan menghadapi ancaman bencana”. Dalam Pambudi (2015) *International Strategy for Disaster Reduction/ISDR*) dilakukan dengan beberapa tujuan seperti:

1. Meningkatnya kepedulian masyarakat terhadap bencana alam, teknologi, lingkungan dan bencana sosial
2. Menciptakan komitmen pemerintah guna mengurangi risiko bencana terhadap masyarakat, kehidupan masyarakat, infrastruktur sosial serta ekonomi dan sumber daya lingkungan
3. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai bentuk kegiatan mitigasi bencana, dan melalui aktivitas kemitraan dan perluasan jaringan.
4. Mengurangi kerugian ekonomi dan sosial akibat bencana

Mitigasi bencana tidak hanya melalui pembenahan secara fisik, melainkan meliputi kesadaran serta peningkatan kemampuan masyarakat dalam menghadapi ancaman-ancaman bencana (Wilasasti & Sukana, 2019). Penanggulangan bencana di Indonesia memiliki tantangan yang berat, khususnya terhadap bencana yang belum terjadi atau potensi bencana yang akan terjadi. Mantan Kepala Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) Willem Rampangilei menyampaikan ada lima tantangan penanggulangan bencana di Indonesia, dalam Bogor (2017) meliputi pertama yaitu Indonesia menghadapi risiko bencana yang cenderung meningkat, tantangan kedua yaitu kerentanan sosial, dimana bencana dapat menghalangi proses pembangunan, tantangan ketiga yaitu peningkatan kapabilitas dan kapasitas BNPB serta seluruh pemangku kepentingan yang juga memiliki tuntutan tugas, tantangan keempat yaitu, peningkatan koordinasi, kolaborasi, dan sinergitas antar pemangku kepentingan, dan tantangan yang terakhir yaitu, kurangnya kesadaran yang masih belum merata akan potensi bencana (Bogor, 2017)

Ilmu komunikasi mengambil peran dalam memberikan solusi atas Pengurangan Risiko Bencana. Berbagai disiplin ilmu dapat berkontribusi akan mitigasi bencana ini, khususnya ilmu sains. Demi memahami sains, perlu peranan ilmu komunikasi yang perannya dalam mengkomunikasikan sains kepada masyarakat. Bentuk-bentuk aktivitas komunikasi dapat dilakukan untuk mendorong Pengurangan Risiko Bencana. Seperti halnya sosialisasi, yang menggunakan pendekatan konvensional, dengan bertemu dan berinteraksi dengan masyarakat. Maka ilmu komunikasi dapat menjadi alat untuk meningkatkan kesadaran melalui penggunaan keterampilan, aktivitas, media, dan dialog yang nantinya mampu menghasilkan kesadaran, kenikmatan, minat, pendapat dan pemahaman ilmu (Djalante et al., 2017).

1.5.3. Media Modern – Aplikasi

Komunikasi memiliki beberapa komponen, diantaranya komunikator, komunikan, pesan, dan media. Sama halnya dengan model komunikasi Berto, yaitu SMCR (*Source, Message, Channel, Receiver*) (Usman, 2018). Masing-masing komponen dan proses komunikasi memiliki peranan penting. Perkembangan zaman yang begitu pesat, saat ini mempengaruhi perkembangan komunikasi, khususnya pada ranah media serta teknologi komunikasi. Menurut Everett M. Rogers (1986) dalam Kurmia (2005) menjelaskan teknologi komunikasi merupakan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, dan memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses, dan saling bertukar informasi dengan individu lain. Definisi tersebut menunjukkan adanya karakteristik dari teknologi komunikasi, diantaranya.

1. Teknologi berkaitan dengan perangkat keras atau menjadi sebuah alat
2. Teknologi komunikasi muncul dalam suatu struktur ekonomi, sosial dan politik tertentu
3. Teknologi komunikasi membawa nilai-nilai tertentu dari struktur di atas
4. Teknologi komunikasi membebaskan penggunaannya untuk mengontrol pesan, berinteraksi tanpa hambatan jarak, menyesuaikan diri dengan standar teknis pemakaian teknologi komunikasi.

Teknologi komunikasi berhubungan dengan alat, sehingga ini dapat dikaitkan dengan media komunikasi, dimana media diartikan sebagai alat untuk mengirimkan informasi. Media memiliki berbagai macam bentuk dari zaman ke zaman. Berikut ini media komunikasi yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan, Hanana et al., (2017) khususnya untuk melakukan komunikasi yang efektif

1. Media elektronik, media ini memiliki kelebihan yaitu bisa menembus ruang dan waktu. Informasi dari media elektronik menjadi serempak, cepat, dan diterima oleh semua masyarakat yang berada di wilayah yang berbeda.
2. Saluran komunikasi kelompok, dalam komunikasi kelompok dapat membangun hubungan sosial dalam bentuk komunikasi tatap muka, misalnya kelompok arisan, pengajian, perkawinan, hingga komunitas, dan masyarakat dalam kelompok tertentu.
3. Internet, media ini menjadi bentuk kemajuan dari segala bidang, khususnya dalam rana komunikasi. Internet memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi kapan saja dan dimana saja. Media baru muncul pada tahun 1990 dengan terbitnya buku "*The Second Media Age*", yang mana

menjelaskan tentang internet mampu mengubah interaksi manusia dalam kegiatan komunikasi.

Media dapat digunakan disegala lini kehidupan manusia, tidak terkecuali dalam keadaan kebencanaan. Perkembangan media berperan dalam mitigasi bencana. Berbagai kegiatan komunikasi dapat menggunakan media sesuai dengan waktu, tempat, hingga target sasaran. Misalnya, media tatap muka, dapat digunakan dalam aktivitas komunikasi yaitu sosialisasi. Sosialisasi sering digunakan dalam mitigasi bencana, untuk memberikan edukasi dan pemahaman terhadap kondisi kebencanaan yang mungkin, akan dan sedang terjadi. Media baru juga mengambil peran dalam mitigasi bencana. Salah satu bentuk dari media baru adalah aplikasi. Beberapa pengertian dari aplikasi secara umum dan menurut para ahli dalam Huda & Priyatna (2019) aplikasi secara umum didefinisikan sebagai suatu program berbentuk perangkat lunak yang berjalan pada suatu sistem tertentu yang memiliki kegunaan untuk membantu berbagai kegiatan yang dilakukan manusia. Menurut Ali Zaki dan *Smitdev Community*, aplikasi merupakan komponen yang bermanfaat sebagai media untuk menjalankan pengolahan data ataupun berbagai kegiatan lainnya seperti pembuatan ataupun pengolahan dokumen dan file.

Bank sampah digital Griya Luhu merupakan salah satu bentuk dari media elektronik. Tujuan dari adanya aplikasi ini adalah untuk memudahkan aktivitas masyarakat khususnya dalam kegiatan pengelolaan sampah. Aplikasi bank sampah Griya Luhu dapat dioperasikan dimana saja. Tahapan awal yang harus dilakukan oleh pengguna aplikasi bank sampah Griya Luhu adalah memilah sampah dari rumah masing-masing, setelah sampah dipilah, masyarakat atau nasabah dapat

membawa sampahnya ke beberapa cabang bank sampah yang tersebar. Dengan adanya aplikasi ini, para nasabah tidak perlu mengantri untuk mengumpulkan sampahnya, karena aplikasi bank sampah Griya Luhu memiliki sistem *barcode* untuk mengetahui kepemilikan sampah (Menpanrb, 2022). Beberapa fitur yang ditawarkan dalam aplikasi bank sampah Griya Luhu ini adalah sebagai berikut; *waste identification* dalam bentuk *barcode*, kedua yaitu fitur *waste quality control*, dan fitur selanjutnya yaitu *waste quantification*, aplikasi bank sampah Griya Luhu juga memiliki fitur *waste education* (NV, 2020).

1.5.4. Komunikasi Partisipatif

Komunikasi partisipatif merupakan sebuah proses komunikasi yang melibatkan komunikasi dua arah atau dialogis, sehingga menciptakan pemahaman yang sama terhadap pesan yang disampaikan (Satriani et al., 2011). Pendekatan komunikasi partisipatif menurut UNESCO adalah penyediaan akses media dan peningkatan keikutsertaan masyarakat dalam sistem komunikasi yang dijalankan. Tujuan komunikasi partisipatif selain untuk mengakomodasi kebutuhan masyarakat dalam ranah informasi, namun juga menjadi media untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap lingkungan dimana mereka berada hingga kekuatan masyarakat dalam menghadapi berbagai masalah yang sedang dan akan terjadi (Sinaga, 2016). Partisipasi aktif awalnya meliputi aparat pemerintah, tokoh-tokoh masyarakat, pekerja sosial, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) maupun perorangan dan organisasi sosial. Namun paradigma baru menyatakan hal berbeda, bahwa partisipasi aktif bukan hanya dilakukan oleh pihak tertentu, namun seluruh

pemangku kepentingan memiliki peran partisipasi dalam proses perencanaan sampai pada tahap pengambilan keputusan (Sutowo, 2020).

Dalam Lauren (2018) komunikasi partisipatif mengacu pada pertukaran sosial dan interaksi yang tersusun serta adanya improvisasi antara individu di tempat kerja. Konteks partisipatif merupakan aktivitas yang disengaja untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Komunikasi partisipatif juga memiliki kegunaan yang potensial untuk komunikasi, yang meliputi persuasif atau penyebaran informasi serta koordinasi (Lauren, 2018) Komunikasi partisipatif memiliki 3 sifat yang dikemukakan oleh Pigg dalam Lauren (2018). 3 sifat komunikasi partisipatif meliputi:

1. *Reactive and intentional*

Komunikasi partisipatif bersifat reaktif dan dilakukan dengan sengaja. Aktivitas sengaja yang dilakukan oleh pelaku komunikasi antara lain, membaca sekaligus menganalisis, selanjutnya merespons, hingga menyusun pesan yang memiliki tujuan tertentu.

2. *Future action*

Sifat partisipatif yang kedua yaitu orientasi atau fokusnya pada tindakan di masa depan. Ketika seseorang telah melakukan aktivitas komunikasi seperti pada poin pertama, orang cenderung memikirkan apakah atau bagaimana hal tersebut akan mempengaruhi situasi kerja di masa depan.

3. *System-based*

Partisipasi berbasis sistem, ini berarti adanya jaringan komunikasi yang fleksibel yang terdiri dari hubungan, perilaku, dan umpan balik. Sistem komunikasi partisipatif juga bersifat mutualisme atau saling menguntungkan.

Letak peranan masyarakat sebagai bentuk dari penerapan komunikasi partisipatif, dijelaskan dalam Sinaga (2016), yang memaparkan bahwa masyarakat dilibatkan dalam segala bentuk proses komunikasi sampai dengan pengambilan keputusan, ini merupakan paradigma horizontal. Masyarakat memiliki kemampuan dan ditempatkan dalam menyampaikan aspirasi dan kepentingannya. Ada beberapa kemungkinan dalam menerapkan komunikasi partisipatif, meliputi terjadi komunikasi secara personal yang dialogis, berlangsung antar masyarakat dan organisasi pembangunan di desa setempat, kedua yaitu pemanfaatan media tradisional serta media rakyat yang lebih intensif, ketiga, tumbuhnya aktivitas sosial secara berkelompok, dan terakhir yaitu media komunitas akan berkembang.

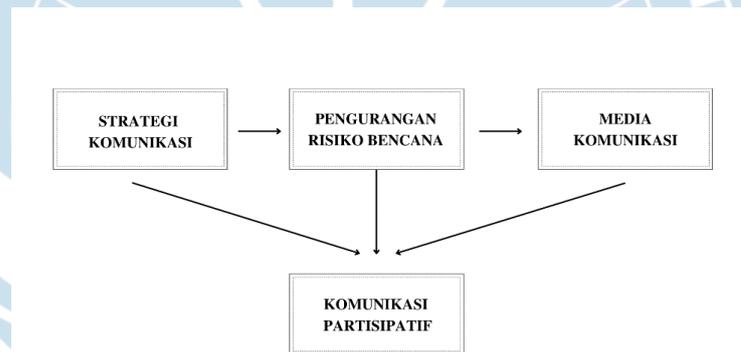
Dalam konteks Pengurangan Risiko Bencana, komunikasi partisipatif sangatlah diperlukan. Keterlibatan dalam menghadapi potensi bencana bukan hanya tanggung jawab aparat pemerintah atau lembaga yang berwenang, melainkan seluruh komponen masyarakat terlibat dalam Pengurangan Risiko Bencana. Komunikasi partisipatif juga akan dilihat dalam aktivitas komunitas Griya Luhu, dalam penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pengurangan Risiko Bencana dalam Implementasinya pada Aplikasi Griya Luhu”.

1.6.Kerangka Konsep

Potensi bencana membawa dampak negatif bagi kelangsungan hidup manusia. Tantangan akan potensi bencana dapat terbilang sulit untuk ditangani, karena membutuhkan kesadaran yang tinggi dari seluruh komponen masyarakat. Masalah komunikasi juga muncul pada tantangan tersebut, khususnya dalam menimbulkan kesadaran dan pemahaman masyarakat. Terciptanya inovasi dan ide baru merupakan peranan dari rumpun ilmu komunikasi. Hal tersebut membutuhkan upaya strategis untuk merancang hingga mengimplementasikan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan.

Pada penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pengurangan Risiko Bencana dalam Implementasinya pada Bank Sampah Digital Griya Luhu” peneliti akan mengintegrasikan beberapa konsep seperti strategi komunikasi, Pengurangan Risiko Bencana, komunikasi partisipatif, dan media aplikasi. Konsep strategi komunikasi akan berperan dalam memberikan gambaran terkait bagaimana cara strategis pada berbagai program yang dilakukan oleh komunitas Griya Luhu. Komunikasi strategis juga akan menjawab peranan komunikasi dalam fenomena ini. Konsep ini nantinya dapat menjelaskan pendekatan-pendekatan yang dilakukan komunitas kepada para stakeholders. Proses komunikasi strategis menjadi bagian dari aktivitas Pengurangan Risiko Bencana. Dalam Pengurangan Risiko Bencana, komunikasi strategis digunakan untuk menjelaskan bagaimana proses mitigasi bencana yang sebaiknya diterapkan. Kedua konsep tersebut akan saling terintegrasi. Isu ini akan semakin menarik untuk dibahas karena melibatkan aspek partisipasi dan media komunikasi berbasis aplikasi, untuk melengkapi upaya strategi komunikasi dan Pengurangan Risiko Bencana.

Fenomena potensi bencana yang ditimbulkan oleh sampah menjadi hal yang penting untuk dikaji lebih dalam, khususnya dari segi ilmu komunikasi. Konsep selanjutnya yaitu komunikasi partisipatif, dimana konsep ini menjelaskan tentang peranan partisipasi *stakeholders* dalam mencapai suatu tujuan yang sama. Komunikasi partisipatif sangat diperlukan untuk memaksimalkan konsep strategi komunikasi dan Pengurangan Risiko Bencana. Peneliti menggunakan beberapa subjek seperti ketua komunitas Griya Luhu, tim pengembangan, tim operasional sekaligus perwakilan pemerintah dan masyarakat desa yang terlibat dalam aktivitas atau program komunitas Griya Luhu.



Gambar 1.4. Kerangka konsep

Sumber: Peneliti

1.7. Metodologi Penelitian

1.7.1. Jenis Penelitian

Dalam menjawab rumusan masalah, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2018) jenis penelitian kualitatif dianggap sebagai

metode yang baru, dimana jenis penelitian kualitatif juga bersifat artistik, yang dikarenakan sifat penelitiannya cenderung bersifat seni atau kurang terpola, selain itu jenis penelitian kualitatif juga bersifat *interpretive* karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi data yang ditemukan di lapangan. Penelitian jenis kualitatif berjalan berlandaskan paradigma alamiah yang memfokuskan pada upaya untuk mendapatkan unsur-unsur pengetahuan baru yang belum ada dalam teori-teori yang berlaku sebelumnya (Nugrahani, 2008).

1.7.2. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pada umumnya metode ini digunakan dalam penelitian yang bersifat deskriptif. Metode penelitian ini seringkali dipakai dalam fenomenologi sosial dan bertujuan untuk menjawab pertanyaan siapa, apa, dimana dan bagaimana suatu peristiwa maupun fenomena hingga akhirnya dikaji secara mendalam (Yuliani, 2018). Dalam metode penelitian deskripsi kualitatif, peneliti akan mendeskripsikan sesuatu yang didapatkan di lapangan dengan kalimat yang rinci, lengkap dan mendalam, sehingga mampu menggambarkan kondisi yang sebenarnya (Nugrahani, 2008). Metode deskriptif kualitatif nantinya akan mengumpulkan data dengan cara wawancara, observasi serta dokumentasi (Kaharjono, 2018).

1.7.3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah mereka yang berperan dalam melakukan interpretasi (Subadi, 2006). Narasumber akan menjadi subjek penelitian dan bertugas untuk memberikan informasi yang relevan, dan tentunya berkaitan dengan

penelitian yang akan dilakukan (Nugrahani, 2008). Subjek yang akan terlibat dalam penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pengurangan Risiko Bencana Dalam Implementasinya Pada Aplikasi Bank Sampah Griya Luhu” meliputi Ketua Griya Luhu yaitu Mia Krisna Pratiwi, Manager Pengembangan Area yaitu Alfina Febrilia Arantika, Direktur Operasional yaitu Kadek Ayun Wardimas, *Prajuru* Desa Adat Tojan sebagai perwakilan pemerintah desa yaitu Wayan Diana. Peneliti juga melakukan wawancara non-formal dengan dua nasabah Griya Luhu.

Adapun kriteria subjek penelitian mengacu pada 3 jenis informan. Pada Agus (2018) ada 3 jenis informan dalam penelitian kualitatif, diantaranya yaitu informan kunci, adalah mereka yang mengetahui kondisi objek penelitian secara umum dan secara konseptual, maka kriterianya adalah merupakan peserta aktif, terlibat dalam budaya yang diteliti, memiliki waktu yang memadai, dapat mengutarakan informasi dengan bahasa sendiri (natural). Informan kedua yaitu informan utama, adalah ia yang mengetahui secara teknis dan detail tentang objek penelitian. Informan ketiga yaitu informan pendukung, atau ia yang mampu menyampaikan informasi tambahan, bermanfaat juga relevan. Objek penelitian ini adalah strategi komunikasi dalam Pengurangan Risiko Bencana, yang dilakukan oleh komunitas Griya Luhu dalam implementasinya pada aplikasi bank sampah digital.

1.7.4. Sumber dan Jenis Data

1. Data Primer

Dalam Dawson (2009) data primer melibatkan subjek penelitian secara langsung, dengan melalui pengamatan dan penyelidikan, selain itu data primer juga merupakan data yang didapatkan melalui pengamatan langsung dalam sebuah lingkungan atau kondisi dari subjek penelitian. Data primer bisa didapatkan melalui wawancara dan observasi langsung.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan kumpulan informasi yang didapatkan dari studi peneliti lain, dengan tempat paling mudah untuk mendapatkan data sekunder adalah perpustakaan dan internet. Data sekunder dapat berupa buku, jurnal, *website*, serta dokumen-dokumen pendukung lainnya (Dawson, 2009). Data sekunder sama pentingnya dengan data primer. Jika data primer didapatkan dari hasil atau sumber aslinya, sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil penyajian pihak lain (Wahidmurni, 2017).

1.7.5. Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Esterberg (2002) dalam Sugiyono (2019) mendefinisikan wawancara sebagai berikut “*a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic*” , teknik wawancara digunakan jika peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden penelitian. Wawancara berdasarkan atas

laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, dan setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Dalam Sugiyono (2019) menjelaskan macam-macam *interview*, dan pada penelitian ini peneliti akan menggunakan wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur sudah termasuk ke dalam *in-dept interview*, yang dalam pelaksanaannya lebih bebas atau leluasa dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Teknik wawancara ini memiliki tujuan yaitu menemukan permasalahan secara lebih terbuka, melalui ide-ide dan pendapat yang diutarakan secara bebas.

2. Observasi

Nasution (1988) dalam Sugiyono (2019) menjelaskan tentang observasi sebagai dasar dari ilmu, di mana fakta atau kenyataan diperoleh dari observasi. Marshall (1995) dalam Sugiyono (2019) juga menyatakan bahwa peneliti dapat melihat perilaku dan makna melalui observasi. Dalam penelitian ini, jenis observasi yang digunakan adalah observasi terang-terangan dan tersamar (*overt observation & covert observation*). Observasi terang-terangan dan tersamar merupakan kegiatan observasi atau pengumpulan data dengan menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa sedang dilakukan penelitian. Walaupun terang-terangan, suatu saat peneliti juga dapat melakukan observasi tersamar (Sugiyono, 2019).

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan data atau peristiwa yang sudah berlalu. Bentuk dari dokumen sangat beragam, bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental, cerita, biografi, peraturan, hingga kebijakan. Dokumen dapat mendukung observasi dan wawancara menjadi data yang lebih kredibel (Sugiyono, 2019).

1.7.6. Analisis Data

Pada analisis data kualitatif, Bogdan dalam Sugiyono (2019) menyatakan bahwa analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh sebelumnya dari hasil wawancara, observasi dan metode pengumpulan data lainnya, sehingga tujuan akhir agar mudah dipahami, dan dapat disebarluaskan kepada orang lain. Aktivitas analisis data menggunakan model Miles dan Huberman mencakup:

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data penelitian kualitatif umumnya menggunakan triangulasi yang meliputi wawancara, observasi dan dokumen. Pengumpulan data sebaiknya dilakukan sehari-hari sehingga banyak data yang akan diperoleh.

2. Reduksi data

Data yang sebelumnya diperoleh jumlahnya cukup banyak, maka dari itu perlu dilakukan analisis data dengan mereduksi data. Aktivitas ini berarti merangkum, memilah dan memilih hal-hal yang dianggap pokok dan penting. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan fokus.

3. Penyajian data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya yaitu penyajian data. Pada penelitian kualitatif, data dapat diuraikan atau disajikan dalam bentuk uraian singkat, began, hubungan antar kategori, *flowcart* dan sebagainya. Cara yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah menyajikan data dalam teks yang naratif.

4. Verifikasi data

Langkah terakhir dari model Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal masih bersifat sementara, akan berubah jika tidak terdapat bukti-bukti yang kuat dari pengumpulan data selanjutnya. Peneliti mengambil data hingga kesimpulan dapat dibuktikan dan menjadi kesimpulan yang kuat atau kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah, bahkan dapat tidak menjawabnya, karena rumusan masalah bersifat sementara dan dapat berkembang.