



Krisis bencana merupakan suatu situasi yang tidak pasti, mengancam, dan berdampak tinggi sehingga memerlukan adanya komunikasi krisis bencana yang mencakup pesan tindakan protektif, informasi situasional, distribusi sumber daya, interaksi langsung dengan publik, pencegahan, mitigasi dan kesiapsiagaan, administrasi institusi maupun organisasi, manajemen rumor, serta opini dan komentar. Studi ini bertujuan untuk memberikan persepsi baru terhadap komunikasi krisis bencana melalui media sosial dalam rangka meningkatkan kesadaran dan kesiapsiagaan publik. Studi ini bersifat kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan analisis isi konten di media sosial Twitter. Penulis menemukan dua aktor dalam komunikasi krisis bencana pandemi covid-19 di Indonesia yaitu aktor stakeholder pemerintah dan stakeholder non-pemerintah (NGO). Peran utama dalam komunikasi krisis bencana pandemi dalam studi ini yaitu pemerintah yang memiliki otoritas dalam mengambil keputusan, meningkatkan kesadaran terhadap situasi krisis terkini, melakukan koordinasi dalam rangka pembangunan dan pengurangan laju pandemi, melakukan kerja sama internasional untuk menghadapi krisis pandemi. Sementara itu, NGO berperan untuk mendukung pemerintah dalam mengkomunikasikan terkait informasi seputar krisis bencana, menceritakan pengalaman, memberikan kritik ataupun dukungan atas komunikasi krisis bencana yang sedang berlangsung dan memberikan informasi seputar relawan dan bantuan. Dari studi ini, ditemukan jangkauan komunikasi krisis bencana pemerintah lebih besar disbanding NGO yang disebabkan oleh pemerintah lebih memiliki otoritas politik, power dan wewenang dalam mengambil keputusan. Respon publik yang dapat ditinjau melalui jumlah *like*, *retweet*, dan *reply* telah mengidentifikasi bahwa pesan krisis komunikasi yang banyak diperhatikan selama masa krisis bencana adalah pesan terkait 'perintah', pesan yang banyak disebarluaskan adalah pesan 'informasi situasional' dan pesan yang banyak mengundang diskusi yaitu pesan terkait 'perintah'.

Kata-kata Kunci: Komunikasi Krisis Bencana, Covid-19, Media Sosial, Jangkauan, Aktor

ABSTRACT

A disaster crisis is an uncertain, threatening, and high-impact situation that requires disaster crisis communication which includes messages of protective action, situational information, distribution of resources, direct interaction with the public, prevention, mitigation and preparedness, institutional and organizational administration, management rumors, as well as opinions and comments. This study aims to provide a new perception of disaster crisis communication through social media in order to increase public awareness and preparedness. This study is a descriptive qualitative by utilizing content analysis on Twitter social media. The author found two actors in the communication of the COVID-19 pandemic disaster crisis in Indonesia, namely stakeholder pemerintah and non-governmental organizations (NGOs). The main role in the communication of the pandemic disaster crisis in this study is that the government has the authority to make decisions, raise awareness of the current crisis situation, coordinate development and reduce the pace of the pandemic, and conduct international cooperation to deal with the pandemic crisis. Meanwhile, NGOs play a role in supporting the government in communicating information related to disaster crises, sharing experiences, providing criticism or support for ongoing disaster crisis communications and providing information about volunteers and assistance. From this study, it is found that the government's disaster crisis communication reach is greater than NGOs, because the government has more political authority, power and authority in making decisions. The public response that can be reviewed through the number of likes, retweets, and replies has identified that communication crisis messages that get a lot of attention during a disaster crisis are messages related to 'orders', messages that are widely disseminated are 'situational information' messages and messages that invite a lot of discussion, namely 'command' related messages.

Keywords: Disaster Crisis Communication, Covid-19, Social Media, Reach, Actors