

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara geografis Jawa Barat merupakan satu di antara daerah yang ada di Indonesia dengan tingkat kerawanan yang cukup tinggi atas terjadinya suatu bencana. Jawa Barat sendiri berada dalam peringkat ke-12 mengenai indeks risiko bencana secara nasional karena jenis-jenis kebencanaan lengkap ada di Jawa Barat seperti gunung berapi, gempa, banjir, longsor, angin puting beliung, kebakaran lahan atau pemukiman, bencana non-alam seperti kegagalan teknologi, wabah, dan sebagainya, dan bencana sosial seperti adanya konflik sosial.

Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari bpbd.jabarprov.go.id, tercatat selama periode Januari hingga Desember 2021 terdapat total 2.469 bencana alam di Jawa Barat, 3 urutan terbesar tersebut dilihat dari data infografis Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Jawa Barat yang tertinggi yaitu tanah longsor, angin puting beliung, dan banjir. Menurut Edy Haryadi, Kepala Bidang Pencegahan Kesiapsiagaan Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Jawa Barat, Jawa Barat memiliki faktor geografis yang unik dan memiliki keunggulan atas kekayaan sumber daya alam yang menyebabkan nilai potensi kebencanaan yang tinggi. Jawa barat juga memiliki potensi bencana hidrometeorologi, fenomena perubahan iklim memberikan kontribusi kepada bencana hidrometeorologi.

Jawa Barat juga memiliki potensi bencana antropogenik atau bencana yang disebabkan oleh manusia. Salah satu faktor penyebabnya antara lain, laju

pertumbuhan penduduk yang diikuti meningkatnya pemukiman yang kurang terkendali, perkembangan teknologi, dan tingkat mobilitas serta intensitas keluar masuk penduduk di Jawa Barat.

Berdasarkan UU Nomor 24 tahun 2007 Bencana adalah peristiwa yang mengancam dan mengganggu kehidupan dan penghidupan masyarakat yang disebabkan, baik oleh faktor alam dan/atau faktor non alam maupun faktor manusia sehingga mengakibatkan timbulnya korban jiwa manusia, kerusakan lingkungan, kerugian harta benda, dan dampak psikologis.

Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari opendata.jabarprov.go.id terdapat 10 jenis bencana alam berdasarkan klasifikasi dari Badan Nasional Penanggulangan Bencana. Total kejadian bencana yang terjadi di Jawa Barat pada rentang waktu 2015-2019 berturut-turut sebanyak : 217, 306, 328, 386 dan 721 kejadian. Pada tahun 2019 jumlah kejadian bencana cenderung mengalami peningkatan hampir dua kali lipat. Angin puting beliung, tanah longsor dan banjir menjadi 3 jenis bencana yang paling banyak terjadi.

Berdasarkan data pra penelitian lainnya yang dikutip dari opendata.jabarprov.go.id Kabupaten Indramayu, Kabupaten Bogor, dan Kabupaten Cirebon menjadi daerah dengan jumlah desa terbanyak yang mengalami kejadian bencana alam banjir pada tahun 2020. Sedangkan kejadian bencana alam tanah longsor paling banyak terjadi di Kabupaten Garut dengan jumlah 505 desa yang mengalami kejadian bencana alam tanah longsor.

Dikutip dari bnpb.go.id terkait bencana hidrometeorologi yang terjadi pada tahun 2021 lalu yang masih dominan terjadi di wilayah Provinsi Jawa Barat tentunya kondisi ini membutuhkan upaya optimal dan sinkronisasi pada program pencegahan dan kesiapsiagaan. Salah satu upaya BNPB untuk mendukung penanggulangan bencana dengan penyusunan Kajian Risiko Bencana yang dilakukan dengan perhitungan pada komponen bahaya (*hazard*), kerentananan (*vulnerability*), dan kapasitas (*capacity*) di masing-masing provinsi dan kabupaten/kota.

Penyusunan kajian tersebut juga bertujuan untuk membangun sinergi lintas sector yang ada di provinsi, kabupaten dan kota, khususnya di wilayah Provinsi Jawa Barat dalam menjalankan program-program pencegahan dan pengurangan risiko bencana. Kepala Pelaksana BPBD Provinsi Jawa Barat Dani Ramdan menyampaikan program utama pencegahan dan kesiapsiagaan akan difokuskan pada membangun desa tangguh bencana (*destana*) dengan meningkatkan jumlah *destana*, penerapan satuan pendidikan aman bencana (SPAB) dengan berkolaborasi dan berjejaring dengan Pramuka dan PMI.

Salah satu hal utama yang telah disiapkan dalam menghadapi bencana-bencana BPBD sudah menerbitkan Peraturan Gubernur No. 1 tahun 2020 mengenai meningkatnya kebudayaan penanguhan bencana masyarakat Jawa Barat atau biasa disebut dengan *Blue Print Jabar Resilience Culture Province* sebagai kerangka kerja BPBD dalam jangka panjang dan jangka tahunan. Jangka panjang yaitu mencakup membangun ketahanan ditingkat masyarakat, membangun ketahanan dari sisi ilmu pengetahuan dan teknologi, membangun ketahanan dari sisi infrastruktur, lalu ketahanan dari sisi institusi seperti kebijakan tata ruang,

kebijakan perizinin dan sebagainya, lalu daya dukung lingkungan menangani hutan, sungai, laut dan terakhir adalah dari segi pendanaan. Sedangkan jangka tahunan dapat dilihat dalam bentuk program-program desa tangguh bencana, keluarga tangguh bencana, satuan pendidikan aman bencana dalam bentuk sosialisasi, edukasi dan simulasi.

Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari Kompas.com, Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil mengatakan langkah preventif menjadi cara penting dalam penanggulangan bencana, upaya mitigasi bencana lebih baik dari pada aksi. Hal tersebut disampaikan pada saat memimpin apel kesiapsiagaan bencana di Jalan Diponegoro, Kota Bandung pada hari Selasa, 23 November 2021

Pemerintah Jawa Barat telah mengambil upaya penindakan untuk tanggap bencana dalam bentuk mitigasi bencana, dan salah satu upaya tersebut adalah koordinasi antara Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat dengan Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat sebagai lembaga pemerintahan non departemen yang melaksanakan tugas penanggulangan bencana di Provinsi Jawa Barat telah melakukan upaya-upaya mitigasi bencana. Namun, pada kenyataannya upaya-upaya mitigasi tersebut belum bisa menyadarkan masyarakat terkait bencana yang berpotensi terjadi di Jawa Barat.

Terdapat dua jenis mitigasi bencana, mitigasi struktural merupakan metode penurunan risiko bencana melalui pembangunan fisik atau perubahan lingkungan fisik. Salah satu contoh upaya mitigasi struktural antara lain pengaturan kode etik

terkait Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat, pembangunan perumahan, relokasi bangunan, dan ketahanan konstruksi. Mitigasi non struktural merupakan upaya pengurangan risiko bencana dengan menggunakan pola pikir, sikap, atau sifat manusia daripada struktur perencanaan. Upaya mitigasi non struktural meliputi penyelenggaraan pendidikan tradisional dan modern, penyuluhan, sosialisasi, dan pelatihan.

Efektif atau tidaknya sebuah pesan dalam konteks menjadi tugas seorang komunikator atau sender menjadi figur sentral. Pemangku kepentingan bertanggung jawab atas kelangsungan hidup warganya, maka pemerintah dan seluruh aparturnya harus mampu merumuskan pesan yang informatif dan persuasif kepada masyarakat untuk menghadapi bencana. Satu di antara upaya yang sudah dilakukan pada mitigasi bencana adalah sosialisasi dengan masyarakat guna menyuluhkan perubahan dalam pengurangan korban dan risiko di kemudian hari serta meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap penanggulangan bencana, khususnya sebelum bencana itu terjadi.

Kampanye dan sosialisasi merupakan hal yang lumrah untuk dilakukan dalam suatu organisasi, lembaga, atau bahkan perusahaan. Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat sebagai salah satu perangkat daerah di Pemerintahan Jawa Barat melakukan fungsinya dalam menanggulangi kebencanaan di Jawa Barat dengan melakukan kegiatan sosialisasi dan menyebarkan informasi yang dibutuhkan masyarakat.

Kegiatan kampanye *Public Relations* merupakan salah satu cara bagi lembaga atau dunia usaha untuk memberikan informasi atau edukasi terhadap masyarakat, dengan tujuan agar masyarakat mengetahui dan mengenal program atau inovasi suatu lembaga. Salah satu tujuan pelaksanaan kampanye *public relations* adalah untuk meningkatkan pemahaman secara berkesinambungan melalui proses komunikasi dengan khalayak oleh suatu lembaga. Sosialisasi merupakan salah satu jenis kampanye *public relations*. Kegiatan sosialisasi dalam kampanye *public relations* adalah sosialisasi yang dilakukan secara langsung kepada masyarakat oleh suatu organisasi atau lembaga. Hal ini merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi lembaga untuk menjalin hubungan yang positif dengan masyarakat.

Berdasarkan data pra penelitian yang telah dipaparkan oleh peneliti, bahwasanya peneliti tertarik untuk meneliti kampanye *Public Relations* dalam mensosialisasikan mitigasi bencana untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah yang diambil oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat dalam mengkampanyekan sosialisasi terkait mitigasi bencana terhadap masyarakat Jawa Barat karena melihat potensi terjadinya bencana di Jawa Barat yang semakin meningkat dan diperlukannya upaya untuk meminimalisir segala dampak dan kerugian yang akan terjadi.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Sebuah penelitian yang dilakukan memiliki fokus penelitian karena tidak bisa membahas wilayah penelitian sekaligus secara bebas dan luas. Pembatasan wilayah penelitian ini dilakukan agar penelitian yang dilakukan dapat lebih terfokus.

Penelitian ini berfokus pada tahapan kampanye *Public Relations* yang dilakukan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat melalui sosialisasi terkait mitigasi bencana. Berikut beberapa rumusan pertanyaan penelitian yang diajukan berkaitan dengan fokus penelitian tersebut:

1. Bagaimana proses identifikasi masalah kampanye public relations dalam mensosialisasikan mitigasi bencana yang dilakukan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Jawa Barat?
2. Bagaimana proses perencanaan kampanye *public relations* dalam mensosialisasikan mitigasi bencana yang dilakukan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Jawa Barat?
3. Bagaimana proses pengelolaan dan pelaksanaan kampanye *public relations* dalam mensosialisasikan mitigasi bencana yang dilakukan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Jawa Barat?
4. Bagaimana proses evaluasi kampanye *public relations* dalam mensosialisasikan mitigasi bencana yang dilakukan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar peneliti mengetahui dan mendeskripsikan kampanye *public relations* Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Jawa Barat dalam mensosialisasikan mitigasi bencana di Jawa Barat. Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah ditentukan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses identifikasi masalah yang dilakukan pada kampanye *public relations* Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat dalam mensosialisasikan mitigasi bencana.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses perencanaan kampanye *public relations* yang dilakukan Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat dalam mensosialisasikan mitigasi bencana.
3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses pengelolaan dan pelaksanaan kampanye *public relations* yang dilakukan Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat dalam mensosialisasikan mitigasi bencana.
4. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses evaluasi kampanye *public relations* yang dilakukan Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat dalam mensosialisasikan mitigasi bencana.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan secara Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi yang faktual dan dapat bermanfaat bagi perkembangan keilmuan ilmu komunikasi khususnya bidang keilmuan kehumasan dalam muatan keilmuan Kampanye Humas. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi kajian ilmu komunikasi dalam bidang keilmuan kehumasan khususnya kajian model kampanye Ostegaard sebagai representasi kampanye kehumasan dalam sosialisasi mitigasi bencana oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat. .

1.4.2 Kegunaan secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolok ukur sebagai masukan bagi Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat untuk praktik kegiatan kampanye kehumasan dalam pencarian fakta, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kampanye informasi mitigasi bencana. Kajian ini juga diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat untuk menciptakan citra positif melalui kampanye kehumasan berkelanjutan yang lebih efektif dan efisien untuk melaksanakan program lain dengan menggunakan strategi kampanye kehumasan.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolok ukur bagi humas dalam memenuhi perannya di lapangan sebagai pihak yang keberadaannya penting dalam lembaga tersebut. Kampanye Humas ini memaparkan nilai-nilai kemanfaatan yang ditempuh Humas Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat dalam mensosialisasikan kegiatan mitigasi bencana, antara lain:

- a. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan berpikir dengan cara menulis makalah penelitian dan menerapkan teori atau konsep yang peneliti peroleh selama perkuliahan di program studi S1 Jurusan Komunikasi Humas Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

- b. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumbangsih pemikiran kepada pemerintah sebagai masukan dalam merancang proses kampanye kehumasan dalam menyosialisasikan mitigasi bencana. Hasil kajian tersebut juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dan sebagai bahan evaluasi bagi Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Jawa Barat dalam melakukan kampanye PR.
- c. Bagi masyarakat, kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan masyarakat terhadap kebijakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah khususnya dalam kampanye kehumasan dalam sosialisasi kegiatan mitigasi bencana yang dilakukan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Jawa Barat.
- d. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini akan dirujuk dalam literatur untuk penelitian serupa selanjutnya.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Penelitian yang Relevan

Peneliti menunjukkan sejumlah kajian yang berkaitan dengan tema penelitian pada tahap ini. Berbagai penelitian mengenai kampanye *public relations* dengan berbagai fokus yang berbeda. Ada beberapa penelitian yang memiliki relevansi dengan kegiatan dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Bagian ini memaparkan beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan, untuk melihat kesamaan dan

keunikan dengan penelitian yang sama sehingga dapat dilihat keaslian peneliti baik dari segi rangkaian atau tahapan ataupun susunan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, antara lain:

Pertama, kajian dalam Jurnal Manajemen Komunikasi Volume 2 Edisi 2 berjudul “Gerakan Makan Kantong. Plastik. Indonesia. Membentuk. Persepsi. Masyarakat. di Bandung.” oleh Budi Setiawan dan Dini Salmiyah Fithrah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi muncul ketika masyarakat menyadari dampak negatif dari penggunaan kantong plastik. Dengan menggunakan model teori proses kehumasan - Center, Cutlip, Broom Persamaan yang dipelajari jurnal dengan peneliti terletak pada eksplorasi tujuan dari strategi atau tahapan kegiatan kehumasan dalam suatu proyek. Perbedaan penelitian ini terletak pada konsep dan model dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Selain itu penelitian ini menggunakan paradigma penelitian yang berbeda. Teori yang digunakan dalam jurnal tersebut ialah konsep teori. Proses Public Relations oleh. Allan Center, Scott Cutlip, dan Gleen Broom dan teori. Pembentukan. Persepsi oleh Jalaluddin. Rakhmat , adapun paradigma yang digunakan dalam jurnal ini ialah paradigma penelitian post-positivisme . Disamping itu peneliti menggunakan model Kampanye Ostegaard dan paradigma penelitian konstruktivisme dalam penelitian ini.

Kedua, penelitian jurnal dengan judul Kampanye Public Relations dalam Mensosialisasikan Makanan Halal kepada Masyarakat oleh Nur Fitriana Salima, Syamsuddin RS dan Dono Darsono. Penelitian. ini menunjukkan

bahwa kampanye Public Relations dalam mensosialisasikan makanan halal kepada masyarakat yang dilakukan oleh LPPOM MUI Jawa Barat sesuai dengan konsep dimensi praktis kampanye dimana terdapat empat tahap proses kampanye sesuai dengan praktis model kampanye Ostegaard.

Ketiga, penelitian jurnal dengan judul Komunikasi Dalam Penanggulangan Bencana Oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) Melalui Pendekatan Budaya yang dilakukan oleh Murliana, Nurul Fauziah, dan Mia Meilina Penelitian ini menunjukkan Penanggulangan bencana di Kabupaten Purworejo dapat dilakukan melalui pendekatan. budaya. karena lebih mudah untuk diterima sebagai contoh dengan pertunjukan. wayang kulit sebagai pendekatan budaya perlu dilakukan dalam komunikasi penanggulangan bencana untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terkait penanggulangan bencana. Penelitian ini menggunakan model Teori Laswell

Keempat, penelitian jurnal yang dilakukan oleh Ari Nurizki Saputra, Zaenal Mukarom dan Betty Tresnawaty dengan judul Kampanye Public Relations Program Bandung Bersatu di Pemerintah Kota Bandung Hasil penelitian menunjukkan masih terdapat beberapa kekurangan pada saat proses kampanye dilaksanakan, mulai dari proses. Identifikasi. Masalah yang tidak dikaji secara mendalam, kurang terkoneksi nya pengelolaan kampanye, dengan baik, hingga tidak dilakukannya evaluasi secara berkala. Penelitian ini menggunakan konsep kampanye Ostegaard.

Kelima, penelitian jurnal dengan judul *Aktivitas Kampanye Public Relations dalam Mensosialisasikan Internet Sehat dan Aman* yang dilakukan oleh Rissa Khoerunnisa, Yusuf Zaenal Abidin, dan Abdul Aziz Ma'arif Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa tahap identifikasi masalah dilakukan dengan dua cara yakni metode formal dan informal. Selanjutnya, tahap perencanaan dan pemrograman ini dilaksanakan untuk menata strategi perencanaan dan juga menetapkan tujuan kampanye. Metode interaktif dan pemanfaatan media dipilih pada saat mengambil tindakan dan komunikasi. Terakhir, kegiatan evaluasi pada penelitian ini dilaksanakan dengan cara menyebar kuesioner. Penelitian ini menggunakan Teori 4 steps PR.



Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

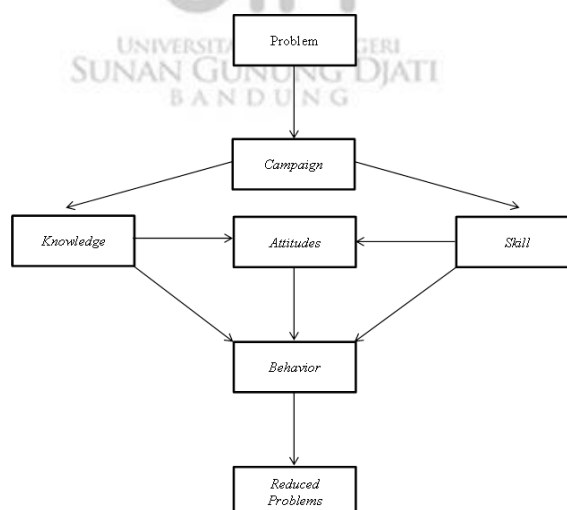
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian yang akan dilaksanakan	Relevansi Penelitian
1.	Budi Setiawan, Dini Salmiyah Fithrah (2018), Vol.2 No.2	Kampanye Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik Dalam Membentuk Persepsi Masyarakat Bandung	Metode Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian yang menggunakan model <i>four step PR</i> ini mengindikasikan bahwa persepsi yang ingin dibentuk melalui kampanye yang dilakukan ialah agar masyarakat dapat menyadari adanya dampak negatif dari penggunaan kantong plastik.	Kesamaan metode penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif dan membahas program kampanye.
2.	Nur Fitriana Salima, Syamsuddin RS, Dono Darsono	Kampanye <i>Public Relations</i> dalam Mensosialisasikan Makanan Halal kepada Masyarakat	Kualitatif Studi Kasus	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada kegiatan kampanye yang dilakukan terdapat tiga tahapan yang digunakan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pesan mengenai halal menjadi hal yang penting untuk diketahui oleh masyarakat karena berhubungan dengan kehidupan juga ibadah.	Kesamaan pada model yang digunakan pada penelitian.
3.	Murliana, Nurul Fauziah, MiaMeilina (2019), Vol.1 No. 1	Komunikasi Dalam Penanggulangan Bencana Oleh Badan Penanggulangan Bencana (BNPB) Melalui Pendekatan Budaya	Metode Kualitatif Deskriptif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penanggulangan bencana yang dilakukan di Kabupaten Purworejo dilakukan melalui pendekatan budaya dengan pertunjukkan wayang kulit. Hal ini terbukti dapat meningkatkan pemahaman masyarakat	Kesamaan metode penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif mengenai pembahasan penanggulangan bencana.

				sekitar terkait penanggulangan bencana	
4.	Ari Nurizki Saputra, Zaenal Mukarom, Betty Tresnawaty (2020) Vol.3 No.3	Kampanye <i>Public Relations</i> Program Bandung Bersatu di Pemerintah Kota Bandung	Kualitatif Studi Kasus	Pada penelitian ini mengemukakan proses-proses kampanye berdasarkan model Kampanye Ostegaard, mulai dari identifikasi masalah, pengelolaan kampanye yang termasuk perencanaan dan pelaksanaan, hingga proses evaluasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye yang dilakukan belum maksimal baik dari segi identifikasi hingga pada tahap evaluasi	Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu memberikan pemahaman kepada peneliti yang akan melakukan penelitian dengan menggunakan teori yang sama.
5.	Rissa Khoerunnisa, Yusuf Zaenal Abidin, dan Abdul Aziz Ma'arif. (2018) Vol. 3 No. 4	Aktivitas Kampanye <i>Public Relations</i> dalam Mensosialisasikan Internet Sehat dan Aman	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye yang dilakukan belum terlaksana secara merata dan tidak memiliki waktu yang paten pada saat pelaksanaannya. Terdapat empat tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini, dimulai dari pengumpulan data, perencanaan dan pemrograman, pengambilan tindakan dan komunikasi hingga evaluasi kegiatan.	Penelitian terdahulu memberikan bayangan terhadap peneliti mengenai tahapan kampanye <i>PR</i> yang dilakukan. adapun perbedaannya terletak pada model dan konsep yang digunakan.

1.5.2 Landasan Teoritis

Landasan teoritis merupakan hasil literatur mengenai aliran penalaran logis yang mencakup teori, model, atau konsep proposisional yang disusun secara sistematis. Mulyana (2000:135) menjelaskan bahwa model adalah suatu keadaan yang merepresentasikan fenomena nyata atau abstrak dengan menekankan unsur-unsur atau elemen yang penting terhadap fenomena tersebut.

Sesuai dengan rumusan masalah, penelitian ini berfokus pada tahapan kampanye *public relations* Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat dalam mensosialisasikan mitigasi bencana. Model kampanye Ostegaard yang dikembangkan oleh Leon Ostegaard digunakan dalam penelitian ini. Venus (2012:15) menunjukkan bahwa gerakan kampanye diawali dengan pengidentifikasian masalah, kemudian bergerak ke perencanaan untuk merancang segala persiapan sebelum kegiatan dilaksanakan, kemudian berlanjut pada tahap pelaksanaan hingga evaluasi. Gambar berikut merupakan gambaran proses model kampanye Ostegaard:



Gambar 1.1 Model kampanye Ostegaard

Model kampanye Ostergaard terdiri beberapa tahapan, yakni:

1) Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan langkah pertama dari kampanye atau pra-kampanye. Tahapan ini dilakukan sebelum melaksanakan kampanye, seorang praktisi *public relations* harus mampu mengidentifikasi masalah faktual yang terjadi dengan memahami sebab akibat yang ada, sehingga dapat menentukan langkah yang benar untuk dilakukan pada pelaksanaan kampanye *public relations*.

2) Perencanaan Kampanye

Tahap perencanaan kampanye diperlukan agar kampanye dapat mencapai tujuannya. Proses perencanaan memberikan panduan atau pedoman yang berasal dari hasil identifikasi untuk penentuan pesan, segmentasi target, strategi, dan tahapan yang akan digunakan dalam melaksanakan kampanye.

3) Pelaksanaan Kampanye

Tahap pelaksanaan kampanye melibatkan penerapan pada tahap perencanaan kampanye. Pelaksanaan kampanye yang dipandu oleh perencanaan yang baik akan menghasilkan kegiatan kampanye yang teroganisir, terarah, dan responsif.

4) Evaluasi

Tahap evaluasi atau disebut juga dengan tahap pasca kampanye merupakan proses dimana praktisi *public relations* dapat melihat sejauh mana efektivitas kampanye yang telah dilaksanakan. Evaluasi ini mencakup beberapa kategori antara lain, pencapaian tujuan kampanye, ukuran kemajuan kampanye, dan ukuran hasil kampanye.

1.5.3 Landasan Konseptual

a. Kampanye *Public Relations*

Kampanye *public relations* merupakan kegiatan komunikasi yang tersusun secara sistematis yang dilakukan oleh seorang praktisi PR untuk menginformasikan kepada

publik mengenai kegiatan lembaga atau perusahaannya melalui berbagai cara komunikasi yang berkesinambungan guna menciptakan suatu publikasi dan citra positif di mata masyarakat. Venus (2019: 21) menjelaskan bahwa kampanye harus mempunyai teknik komunikasi dalam perencanaan dan dilakukan secara berkesinambungan dan diterapkan secara sistematis dan cermat.

Kampanye *Public Relations* kedepannya memberikan, mengedukasi, dan memotivasi masyarakat terkait perencanaan suatu rangkaian atau langkah komunikasi yang telah direncanakan guna mencapai tujuan publik sasaran dan citra positif melalui kegiatan tersebut. Pada tahap proses penyampaian informasi akan selalu ada kegagalan dan keberhasilan, apabila kegiatan yang dilakukan telah dilaksanakan dengan sistematis, terorganisir, berguna, dan dapat diimplementasikan secara berkelanjutan maka akan berdampak positif bagi lembaga dan masyarakat itu sendiri.

Ruslan (2005: 23) menjelaskan bahwa kampanye merupakan aktivitas komunikasi yang telah direncanakan untuk mencapai tujuan dan sasaran tertentu dalam jangka waktu tertentu. Penyelenggaraan kampanye, termasuk di lingkungan instansi pemerintah, memerlukan campur tangan manajemen untuk dapat memformulasikan, mewujudkan, mengelola, dan mengevaluasi kegiatan program sesuai dengan tanggung jawab dan fungsinya. Kegiatan yang dilakukan dalam rangka membina hubungan baik antara masyarakat dengan lembaga, guna mengajak publiknya untuk segera mengambil tindakan dalam menanggapi kampanye lembaga.

b. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan suatu proses edukasi dimana seseorang atau sekelompok orang memperkenalkan inovasi-inovasi baru agar masyarakat lebih mengenalnya. Sosialisasi dilakukan untuk mempengaruhi masyarakat dan juga untuk mendapatkan dukungan masyarakat karena tujuannya tidak hanya untuk memperkenalkan suatu

produk, barang, atau jasa, agar apa yang dilakukan oleh lembaga atau perusahaan ini berjalan dengan lancar dan tanpa hambatan, salah satunya dalam kegiatan atau program sosialisasi.

Seorang praktisi PR selalu melakukan program sosialisasi dalam rangka membentuk pengetahuan dan dukungan dari masyarakat sebagai sarana untuk mensukseskan suatu program yang akan atau telah dilaksanakan. Vander (1979 : 75) menjelaskan bahwa sosialisasi adalah interaksi sosial yang menyebabkan seseorang berpikir, merasa dan berperilaku sedemikian rupa sehingga menjadi perannya untuk terlibat dalam masyarakat.

Sosialisasi dianggap penting apabila aktivitas yang dilaksanakan memberikan edukasi dan pemahaman tentang suatu program dan produk yang diperkenalkan kepada masyarakat, sehingga masyarakat mengetahui manfaat dan kegunaan dari layanan yang diperkenalkan tersebut. Semakin banyak lembaga atau bisnis yang memberitahukan kepada masyarakat tentang produk atau jasanya, maka semakin banyak orang akan belajar tentang jasa atau produk yang diperkenalkan, mengingatnya dan terpengaruh untuk menggunakannya.

c. Mitigasi Bencana

Berdasarkan PP Nomor 21 Pasal 1 ayat 6 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Penanggulangan Bencana, Mitigasi bencana adalah serangkaian upaya yang ditujukan untuk mengurangi risiko bencana, baik pembangunan fisik maupun peningkatan kesadaran dan kapasitas untuk menghadapi ancaman bencana.

Mitigasi bencana dibagi menjadi 2 jenis yaitu Mitigasi struktural merupakan mitigasi yang berkaitan dengan pengurangan atau penanggulangan dampak bencana melalui pembangunan fisik dan perubahan pada lingkungan secara fisik, biasanya

penggunaan pendekatan teknologi, misalnya seperti melihat potensi bencana di daerah rawan bencana dengan cara pembuatan peta bencana, jalur evakuasi, serta titik kumpul. Contoh mitigasi struktural adanya tindakan pengaturan kode etik yang mengacu oleh BPBD, konstruksi pada lingkungan tempat tinggal, relokasi struktur dan ketahanan konstruksi. Mitigasi non-struktural berkaitan dengan pengurangan atau penanggulangan resiko bencana melalui pola pikir manusia, sikap manusia atau alam tanpa menggunakan struktur perencanaan. Mitigasi non-struktural bentuk konkretnya dapat berupa pelatihan guna meningkatkan kapasitas dan kemampuan masyarakat ketika dihadapkan pada suatu bencana. Contoh dari mitigasi secara non-struktural seperti sosialisasi atau pelatihan kebencanaan, bagaimana cara evakuasi, simulasi, serta sosialisasi yang dapat menambah pengetahuan masyarakat sebelum bencana tersebut terjadi.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di kantor Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat, Jalan Soekarno-Hatta No. 260 Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia 40286. Bagi peneliti lokasi ini merupakan tempat untuk mendapatkan sumber data yang dibutuhkan terkait kegiatan proses kampanye *Public Relations* dalam sosialisasi mitigasi bencana. Adapun relevansi yang didapatkan oleh peneliti terhadap objek dan fenomena yang menjadi bahan penelitian untuk penelitian yang akan dilakukan.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

a. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan dasar pemikiran yang mendefinisikan bagaimana peneliti memandang fakta dalam kehidupan sosial. Mulyana (2003: 9) menjelaskan bahwa paradigm merupakan sudut pandang atau keseluruhan system pemikiran yang

digunakan untuk mencari tahu persoalan yang ada pada dunia nyata. Paradigm berkontribusi dalam memahami sesuatu yang dianggap penting, valid, dan logis. Paradigm dibentuk oleh sekumpulan perspektif tentang keseluruhan masalah yang penting, apa tujuan melakukannya, serta bagaimana melakukan sesuatu.

Paradigma ini tentunya memiliki kontribusi dalam memahami realitas sosial yang akan dibangun, sehingga menolong peneliti untuk lebih memahami materi pelajaran dan metode atau metode yang digunakan dalam hasil penelitian. Ardianto (2007:154) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivis didasarkan pada subjek yang berkesinambungan untuk belajar dan memahami sesuatu sehingga menghasilkan pengetahuan, memfokuskan bahwa segala sesuatu yang kita ketahui merupakan hasil konstruksi peneliti.

Paradigma konstruktivisme dimanfaatkan oleh para peneliti dalam penelitian ini. Pemanfaatan paradigma ini menjanjikan pengetahuan bagi peneliti untuk menginterpretasikan dan mencoba mengkonstruksi fakta di lapangan tentang suatu peristiwa yang melibatkan kampanye kehumasan, proses kampanye, proses manajemen kampanye, sosialisasi pengurangan risiko bencana, dari pencarian fakta. diseminasi sesuai dengan tujuan penelitian, meliputi desain, implementasi dan evaluasi.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan konsep yang digunakan sebagai tahapan kegiatan untuk penelitian. Newman (1997: 68) menjelaskan bahwa pendekatan interpretatif ialah pendekatan yang digunakan memperoleh penjelasan tentang peristiwa atau fenomena sosial dan budaya berdasarkan pandangan dan pengalaman objek penelitian, pendekatan ini juga secara mendasar diperkenalkan secara rinci dan memerlukan pengamatan tambahan.

Pendekatan interpretatif adalah sistem yang berguna untuk memeriksa suatu perilaku secara detail dan jelas saat melakukan observasi. Menurut pendekatan interpretatif, situasi sosial dapat memiliki banyak makna dan diinterpretasikan dalam berbagai cara; dengan demikian, peneliti menggunakan pendekatan interpretatif dalam penelitian untuk menginterpretasikan fenomena yang diteliti berdasarkan temuan lapangan. Dengan menggali pengalaman-pengalaman objek penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan data yang mendalam, peneliti berupaya menginterpretasikan kompleksitas proses atau tahapan kampanye *public relations* dalam sosialisasi mitigasi bencana yang dilakukan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat. .

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah penggunaan pengetahuan untuk memperoleh data yang relevan dengan tugas yang dihadapi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode ini diharapkan dapat menghasilkan data yang signifikan secara statistik. Penelitian dengan menggunakan metode ini akan menghasilkan data berupa bahasa tulisan atau lisan, dan data yang diperoleh peneliti melalui wawancara mendalam, berita yang beredar, dan website resmi Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat secara langsung mengungkap kejadian atau situasi yang sebenarnya.

Tujuan dari metode penelitian deskriptif ini adalah untuk menunjukkan apa yang sebenarnya terjadi selama penelitian dengan cara menyajikan peristiwa atau fakta, keadaan, fenomena, variabel, dan keadaan yang terjadi selama penelitian.

Peneliti menggunakan metode deskriptif dalam penyajian data karena bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena atau memperoleh informasi tentang tahapan Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat dalam melakukan kegiatan kampanye *public relations* dalam sosialisasi mitigasi bencana yang diperoleh dari data yang diolah peneliti

dan didukung oleh fakta-fakta selama proses penelitian guna menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana tahapan-tahapan kampanye dilakukan.

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang terdiri dari data non-numerik. Kata-kata digunakan untuk memberi gambaran pada peneliti terkait fakta dan kejadian yang diamati dalam data ini.

Peneliti membutuhkan data seluruh kegiatan yang dilakukan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat terkait dengan kampanye *public relations* dalam sosialisasi mitigasi bencana. Penelitian ini mencakup jenis data berikut:

- 1) Data tentang identifikasi masalah kampanye *Public Relations* dalam mensosialisasikan mitigasi bencana.
- 2) Data mengenai perencanaan Kampanye *Public Relations* dalam mensosialisasikan mitigasi bencana .
- 3) Data mengenai pelaksanaan Kampanye *Public Relations* dalam mensosialisasikan mitigasi bencana.
- 4) Data mengenai evaluasi Kampanye *Public Relations* dalam mensosialisasikan mitigasi bencana.

b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai primer dan sekunder. Tujuan pemanfaatan kedua sumber data tersebut adalah untuk memperoleh dan mengumpulkan data penelitian dari masing-masing sumber tersebut.

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari sumbernya. Sumber data primer yang digunakan adalah informasi yang diperoleh dari

pegawai atau staf Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat yakni pada informan yang terlibat dan menjalankan langsung kegiatan kampanye *Public Relations* dalam mensosialisasikan mitigasi bencana.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara, sering juga disebut sebagai data pendukung, seperti laporan berita, dokumen resmi, atau arsip lembaga, *website* Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat dapat dijadikan sebagai data utama untuk mendukung penyelesaian data penelitian. Sumber sekunder berupa data yang ada seperti gambaran umum Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat, profil, visi dan misi, tugas pokok dan fungsi, jabatan, struktur organisasi, serta tugas dan fungsi lembaga.

1.6.5 Teknik Penentuan Informan

a. Informan

Penelitian ini bermaksud menggunakan informan sebagai subjek penelitian, yaitu orang atau pelaku yang benar-benar mengetahui, menguasai, dan terlibat langsung dalam fokus penelitian. Martha & Kresno (2016: 7) menjelaskan bahwa tidak ada ukuran sampel minimum dalam penelitian kualitatif, dan sebagian besar penelitian menggunakan sampel dalam jumlah kecil. Informan harus memenuhi kriteria tertentu, antara lain kecukupan dan kesesuaian. Menentukan penelitian ini informan dengan banyak mempertimbangkan dengan berbagai kriteria, yaitu informan yang dianggap mampu dan sudah sering menangani hal yang berkaitan dengan penelitian dan mencari informan yang mengetahui dan menguasai mengenai perusahaan.

Adapun kriteria informan yang dituju dalam fokus kajian penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Informan merupakan pegawai BPBD Provinsi Jawa Barat yang berhubungan langsung dan paham dengan kegiatan dan program Kampanye PR dalam mensosialisasikan mitigasi bencana.
- b. Informan merupakan pegawai yang memiliki pengalaman kerja di BPBD Provinsi Jawa Barat selama kurang lebih 1 tahun dan melaksanakan program-program serta kegiatan yang berkaitan dengan kampanye *Public Relations*.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah upaya yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data penelitian yang diperlukan dari sumber data; ini juga mencakup semua elemen yang mendukung penelitian. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Wawancara Mendalam (*In-Dept Interview*)

Wawancara merupakan satu di antara cara untuk mengumpulkan informasi data dengan menggunakan serangkaian percakapan dengan pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang relevan. Menurut Moleong (2005:186), wawancara mendalam merupakan kegiatan atau tahapan pengumpulan informasi secara mendalam, bebas, dan terbuka tentang topik penelitian. Teknik wawancara dikatakan tepat untuk mengumpulkan data penelitian karena peneliti akan bertemu langsung dengan informan secara sering (lebih dari satu kali atau berulang kali) guna memperoleh informasi data yang lengkap dan mendalam.

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dengan metode tanya jawab, menggunakan transkrip pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber, namun pada saat melakukan wawancara, peneliti akan melakukannya secara bebas, artinya fleksibel untuk mendapatkan rumusan masalah secara terbuka, dengan tetap meninjau prosedur wawancara yang baik dan benar.

Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari pihak-pihak terkait sehingga peneliti nantinya dapat memperoleh dan mengumpulkan

data terkait kegiatan kampanye *public relations* dalam mensosialisasikan mitigasi bencana yang dilakukan, terbukti dari semua pertanyaan yang diajukan kepada para informan. Pada proses ini diharapkan informan menjawab pertanyaan wawancara secara deskriptif sehingga peneliti dapat mendeskripsikan dan mendefinisikan informasi yang dibutuhkan secara lengkap dan menyeluruh.

b. Observasi Partisipatori Pasif

Observasi partisipatif pasif adalah observasi pengumpulan data tanpa ikut serta dalam kegiatan yang sedang dipelajari. Menurut Ardianto (2010:180), observasi partisipatif pasif adalah jenis penelitian dimana peneliti mengamati bukan berpartisipasi dalam kegiatan lembaga. Penelitian ini menggunakan teknik observasi partisipan pasif, dimana peneliti hanya berperan sebagai pengamat dan tidak ikut serta dalam pelaksanaannya. Peneliti mengamati dan mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan sosialisasi mitigasi bencana selama observasi, namun tidak berpartisipasi dalam kegiatan tersebut.

Tujuan pemanfaatan observasi dalam penelitian ini berguna untuk peneliti karena dapat melihat dan mengkaji secara langsung kegiatan yang dilakukan oleh tim sosialisasi mitigasi bencana dalam kaitannya dengan sosialisasi kampanye *public relations* tanpa harus terjun langsung dengan apa yang diteliti.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan tahapan-tahapan dalam penyusunan data agar dapat diinterpretasikan. Teknik analisis data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan sambil berjalan melalui tahapan pengumpulan data. Data dianalisis berdasarkan apa yang terjadi selama wawancara dan observasi di Badan Penanggulangan Bencana Daerah Jawa Barat. Temuan penelitian ini tidak akan ditambah atau dikurangi, melainkan dideskripsikan dan diinterpretasikan oleh peneliti berdasarkan temuan analisis peneliti.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang dikembangkan oleh (Creswell, 2012: 276-284) untuk melihat analisis data kualitatif sebagai proses penerapan langkah-langkah khusus ke langkah umum dengan berbagai tahapan analisis. Creswell menjelaskan langkah-langkah analisis data sebagai berikut:

1. Data yang telah terkumpul selanjutnya diolah dan disiapkan untuk dianalisis. Peneliti melakukan wawancara, memindai bahan, menetik data lapangan, serta memilih dan menyusun data yang koheren berdasarkan sumber informasi pada langkah ini. Peneliti meringkas dan mengkategorikan data yang telah dikumpulkan dan dianggap penting untuk penelitian ini.
2. Data yang telah terkumpul selanjutnya diolah dan disiapkan untuk dianalisis. Peneliti melakukan wawancara, memindai bahan, menetik data lapangan, serta memilih dan menyusun data yang koheren berdasarkan sumber informasi pada tahap ini. Peneliti meringkas dan mengklasifikasikan data yang telah diperoleh yang dianggap penting untuk penelitian ini
3. Membaca seluruh kumpulan data sambil merenungkan maknanya secara keseluruhan. Langkah ini memberikan pemahaman umum atas informasi yang diperoleh penulis dan merefleksi data secara umum dengan membuat catatan atas gagasan tersebut.
4. Melakukan analisis lebih mendalam dengan mengkodekan data. Ini adalah proses mengubah informasi menjadi bentuk tertulis sebelum ditafsirkan lebih lanjut. Penulis menggabungkan kode-kode yang telah ditentukan, kemudian membuat kode-kode berdasarkan informasi yang muncul, sehingga peneliti dapat mencocokkan kode-kode yang ada dengan data penelitian selama proses analisis.
5. Menggunakan pengkodean untuk mendeskripsikan setting, orang, kategori, dan tema yang diteliti. Penulis membuat kode untuk mendeskripsikan data dan kemudian menganalisisnya. Judul penelitian didasarkan pada tema ini.

1.6.8 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik triangulasi data digunakan untuk mengetahui validitas data yang digunakan dalam penelitian ini. Teknik ini menunjukkan bahwa semua data yang diperoleh dan dianalisis dengan berbagai metode sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi. Triangulasi adalah cara untuk memvalidasi data atau informasi yang didapat oleh peneliti dari berbagai sudut pandang dengan membandingkannya dengan data yang diperoleh dari sumber lain pada berbagai tahapan, waktu, dan metode penelitian lapangan.

Triangulasi digunakan tidak hanya untuk menilai keaslian data, tetapi juga digunakan untuk menilai keefektifan interpretasi data yang disajikan. Triangulasi ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan temuan yang berasal dari dua atau lebih informan dengan menggunakan berbagai teknik, seperti wawancara, observasi, data dari dokumen atau arsip.

Data yang diperoleh melalui wawancara dengan satu informan dicek ulang dengan mengajukan pertanyaan yang sama kepada informan lain untuk memastikan keakuratannya. Hasil wawancara yang diperoleh dicocokkan dengan data atau isi dokumen pendukung terkait. Hal ini juga diteliti dengan menggunakan model atau konsep yang digunakan dalam penelitian ini untuk melakukan teknik pemeriksaan hasil lapangan