

## STRATEGI KOMUNIKASI BADAN METEOROLOGI KLIMATOLOGI DAN GEOFISIKA (BMKG) ACEH DALAM MENGANTISIPASI BERITA *HOAX* GEMPA ACEH

<sup>1</sup>Rahmawati, <sup>2</sup>Rachmad Kurniawan, <sup>3</sup>Mawaddah

Universitas Syiah Kuala Banda Aceh,

<sup>1</sup>rahmawati@unsyiah.ac.id, <sup>2</sup>rachmadkurn@gmail.com,

<sup>3</sup>mawamaddah@gmail.com

### Abstract

This research examines how to Anticipate News of the Aceh Earthquake Hoax in Online Media. The rise of hoax news, especially regarding the earthquake that will occur on the coastal beaches of Pidie Jaya, Sigli, and Banda Aceh through social media and online media that mentions sources from BMKG. The theory of planning (theory of planning) is used as a reference by researchers as a theoretical foundation in this study to describe the planning process by the Aceh BMKG in planning communication strategies to anticipate news of the Aceh earthquake hoax through online media so as not to cause problems in the future. This theory states that the more knowledge one has, the more complex the plan will be made. This research uses descriptive qualitative methods and data collection techniques used are observation, interviews and documentation. The results of this study are the communication strategies of BMKG Aceh that have been implemented well by agencies, one of which is in anticipation of hoax news in the name of BMKG Aceh and this strategy has met the criteria of a form of communication strategy of an organization that has been summarized.

**Keywords:** Communication Strategy, BMKG Aceh, Hoax.

### Abstrak

Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana Mengantisipasi Berita *Hoax* Gempa Aceh di Media Daring. Maraknya berita *hoax* khususnya mengenai gempa bumi yang akan terjadi di pantai pesisir Pidie Jaya, Sigli, dan Banda Aceh melalui media sosial dan media daring yang menyebutkan sumber dari BMKG. Teori perencanaan (*theory of planning*) dijadikan acuan oleh peneliti sebagai landasan teoritis dalam penelitian ini untuk menggambarkan proses perencanaan oleh BMKG Aceh dalam merencanakan strategi komunikasi mengantisipasi berita *hoax* gempa Aceh. Teori ini menyatakan semakin banyak pengetahuan yang dimiliki, akan semakin kompleks rencana yang akan dibuat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data yang digunakan ialah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah strategi komunikasi BMKG Aceh sudah diterapkan dengan baik oleh pihak instansi salah satunya dalam mengantisipasi berita *hoax* yang mengatasnamakan BMKG Aceh dan strategi ini sudah memenuhi kriteria dari bentuk strategi komunikasi sebuah organisasi yang telah dirangkum.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, BMKG Aceh, *Hoax*.

## **A. Pendahuluan**

Bagi masyarakat Indonesia bencana gempa bumi bukanlah suatu hal yang asing lagi karena hampir seluruh daerah di Indonesia pernah mengalami kejadian tersebut. Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) belum menemukan metode untuk memprediksi terjadinya gempa bumi. Gempa bumi yang terjadi hanya bisa diukur dengan skala richter dan MMI (*Modified Mercalli Intensity*). Dalam hal ini, tidak semua gempa dapat menimbulkan tsunami, BMKG meneruskan informasi tentang potensi tsunami setiap terjadi gempa. Penyebaran tentang berita Tsunami sudah sangat baik di Indonesia terbukti dengan adanya pemasangan sirine serta banyaknya simulasi evakuasi tsunami, pemasangan sirine, escape bulding serta banyaknya evakuasi Tsunami<sup>1</sup>.

Banyak masyarakat yang kurang menyadari peran BMKG, padahal stasiun geofisika telah menyediakan informasi gempa, magnet bumi, serta petir yang sangat penting bagi seluruh lapisan masyarakat. Informasi di atas disebar secara berkala melalui media cetak dan elektronik. Bahkan upaya BMKG dalam penyampaian informasi ini dapat diakses dengan sangat mudah mulai dari situs resmi [www.bmkg.go.id](http://www.bmkg.go.id), tayangan televisi dan radio bahkan informasi data melalui layanan SMS (*Short Message Service*).

Meskipun penyebaran informasi mengenai bencana cukup masif, namun kurangnya kesadaran dan kepahaman masyarakat akan informasi yang disebar oleh BMKG mengakibatkan kepanikan dan penerimaan informasi yang salah terhadap bencana gempa dan Tsunami. Kasus ini terjadi pada Pada tanggal 7 Desember 2016, gempa bumi berkekuatan 6,5 skala richter mengguncang kabupaten Pidie Jaya pada pukul 5.03.36 Waktu Indonesia Barat (WIB). Berselang satu hari pasca gempa bumi melanda, tepatnya pada 8 Desember 2016 pukul 19.30 WIB sebuah isu beredar luas di berbagai media sosial yang mengatasnamakan BMKG bahwa akan terjadi gempa susulan berkisar 7,9 skala richter dan berpotensi tsunami berlaku untuk kawasan Pidie, Banda Aceh dan

---

<sup>1</sup> Data BMKG. *Profil Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika.* <https://www.bmkg.go.id/profil/>. Diakses: 20 Februari 2018

sekitarnya. Hal tersebut membuat warga panik dan bergegas untuk mengungsi ke tempat yang aman namun hal atau berita tersebut terbantahkan dengan konfirmasi dari pihak Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika beberapa jam kemudian bahwa isu tersebut hanya *hoax* karena ada oknum tertentu yang memanfaatkan keadaan tersebut dan ingin merusak citra Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika. Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika tidak bisa memprediksi seberapa besar gempa yang akan terjadi namun Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika bisa melihat seberapa besar dan lama gempa yang sudah terjadi. Pada fenomena diatas, media sosial memiliki pengaruh besar terhadap penyebaran isu yang tidak faktual atau *hoax*. Oleh sebab itu, penelitian ini mengkajii bagaimana strategi komunikasi Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh dalam mengantisipasi berita Hoax di Online Media.

## **B. Konseptual / Teori**

Teori perencanaan (*theory of planning*) dalam ruang lingkup dunia ilmu komunikasi dikemukakan oleh Charles Berger (1995) sebagai salah satu teori yang cukup terkenal dalam psikologi komunikasi yang merupakan suatu tahap untuk menjelaskan proses yang akan dilalui oleh individu tertentu dalam merencanakan perilaku komunikasi mereka. Charles Berger menulis bahwa rencana-rencana dari perilaku komunikasi adalah sebuah representasi kognitif hierarki dari rangkaian tindakan dalam mencapai sebuah tujuan<sup>2</sup>.

Dari teori perencanaan yang dikembangkan oleh Charles Berger, dapat dilihat beberapa asumsi dasar, yaitu

- a. Kekuatan tujuan akan mempengaruhi rencana yang cenderung kompleks.
- b. Teori ini memprediksi ketika suatu pengetahuan khusus dan umum lebih kompleks, maka rencana akan jelas.

---

<sup>2</sup> Stephen W. Littlejohn & Foss A. Karen, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika)

- c. Besar atau kecilnya hasil yang dicapai bergantung pada motivasi untuk mencapai tujuan.
- d. Perencanaan dan pencapaian tujuan sangat terikat ke dalam emosi

Berger memperkirakan bahwa semakin banyak yang anda tahu (khusus dan umum), akan semakin kompleks rencana anda. Atau dapat dikatakan juga apabila anda memiliki banyak motivasi dan pengetahuan ,maka anda akan menciptakan rencana lebih kompleks serta jika motivasi dan pengetahuan anda rendah, maka rencana anda mungkin tidak akan berkembang.

Perencanaan dan pencapaian tujuan sangat berhubungan dengan emosi. Jika tujuan terhalangi, maka manusia cenderung bereaksi negatif. Dan sebaliknya jika rencana berhasil, maka manusia sering kali merasa terangkat. Perasaan-perasaan negatif yang dialami ketika gagal mencapai tujuan, bergantung pada seberapa pentingnya tujuan tersebut serta seberapa keras usaha untuk mencapainya. Langkah-langkah yang akan dilalui itu bersifat hierarki atau berjenjang, karena tindakan tertentu dibutuhkan lebih dahulu agar tindakan lainnya dapat dilakukan. Dengan demikian perencanaan adalah sebuah proses memikirkan berbagai rencana tindakan.<sup>3</sup>

Teori perencanaan menyatakan semakin banyak pengetahuan yang dimiliki (khusus dan umum), maka akan semakin kompleks rencana yang akan dibuat<sup>4</sup>. Disamping itu, penyesuaian tingkat rendah atau tinggi sebagian besar tergantung pada seberapa kuat motivasi yang dimiliki untuk mencapai tujuan. Teori perencanaan (*theory of planning*) dijadikan acuan oleh peneliti sebagai landasan teoritis dalam penelitian karena dapat menjelaskan proses dalam sebuah perencanaan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Teori ini dapat menggambarkan bagaimana proses perencanaan oleh pihak Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh dalam merencanakan strategi komunikasi untuk mengantisipasi berita *hoax* gempa Aceh melalui *online media*

---

<sup>3</sup> Morrisan. *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group)

<sup>4</sup> Hafied Canggara. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada)

agar tidak menimbulkan masalah dikemudian hari. Perencanaan komunikasi tersebut dilakukan guna mengatasi rintangan-rintangan dan mencapai efektifitas dalam berkomunikasi dalam sebuah instansi.

### **C. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tipe ini hanya terbatas pada bahasan untuk menggambarkan suatu masalah, keadaan atau peristiwa secara objektif, sistematis, dan cermat sebagaimana adanya keadaan yang sebenarnya menjadi objek penelitian. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan tersebut. Peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara. Teknik wawancara yang dilakukan adalah teknik wawancara semi terstruktur pada tiga orang informan. Selanjutnya, data dianalisa menggunakan menggunakan teknik analisis data model alir yang terdiri dari 3 kegiatan yang harus dilakukan, antara lain reduksi data, penyajian data dan kesimpulan<sup>5</sup>.

### **D. Hasil dan Pembahasan**

#### **Hasil Penelitian**

Baik atau buruknya suatu penetapan strategi komunikasi dalam menunjang keberhasilan suatu organisasi itu tergantung kepada bagaimana kerjasama yang dilakukan oleh seluruh lapisan sumber daya manusia yang bekerja di lembaga atau institusi tersebut<sup>6</sup>. Hal ini juga erat hubungannya

---

<sup>5</sup> Afrizal. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. (Depok: PT. Rajagrafindo Persada)

<sup>6</sup> Alo Liliweri. *Strategi Komunikasi Masyarakat* (Yogyakarta: LKIS).

antara tujuan yang hendak dicapai dengan konsekuensi-konsekuensi (masalah) yang harus diperhatikan, kemudian merencanakan bagaimana konsekuensi-konsekuensi sesuai dengan hasil yang diharapkan atau tujuan yang akan dicapai. Selain itu juga strategi komunikasi dilakukan agar lebih terarah dan menghemat dari segi waktu dan biaya.

Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh Stasiun Geofisika Kelas III adalah unit pelaksana teknis yang melaksanakan tugas pengamatan gempa bumi di wilayah Aceh dan seiring perkembangan zaman BMKG merangkap tugasnya tidak hanya melakukan pengamatan saja bahkan sebagai penyebar informasi mengenai gempa melalui berbagai media serta juga melakukan kegiatan sosialisasi mengenai gempa bumi kepada siswa bahkan mahasiswa melalui berbagai macam program yang direncanakan serta juga dibantu dengan pemeritahan setempat<sup>7</sup>. Menurut Eridawati, untuk mengantisipasi berita yang tidak benar atau *hoax*, BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III melakukan publikasi pernyataan informasi *hoax* tersebut melalui *press release* dan konfirmasi melalui berbagai media sosial dan *online media*. Komunikasi BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III di *online media* disampaikan dengan menetapkan strategi komunikasi dan strategi komunikasi yang dilakukan BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III di antaranya:

### **1. Mengenal Khalayak**

Sebelum komunikasi disampaikan kepada sasaran yang pertama harus dilakukan oleh Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh Stasiun Geofisika Kelas III adalah mengenal khalayak. BMKG Aceh menentukan khalayak, mengenali situasi serta kondisi khalayak tersebut untuk menyampaikan informasi terkait berita *hoax* tersebut. Pada dasarnya, Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh tidak pernah menentukan sasaran khalayak jika menyebarkan informasi karena itu bukan

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan informan Eridawati, 23 Juli 2018

merupakan bagian dari kepentingan mereka namun karena semakin berkembangnya informasi yang selama ini sering mencemaskan masyarakat maka Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh memutuskan mengenali khalayak (masyarakat) yang menjadi konsumen informasi milik mereka dengan cara berhubungan langsung melalui grup media sosial<sup>8</sup>.

Keberagaman khalayak sasaran yang dituju oleh Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh memberikan kesempatan untuk bertanya mengenai informasi apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat melalui *e-mail* (stageog.mataie@bmgk.go.id), telepon (0651-42840), fax (0651-8016076) atau datang langsung ke bagian operasional BMKG Stasiun Geofisika yang beralamat di pos perumnas Banda Aceh, Jln. Raya Mata Ie, Leu Ue, kabupaten Aceh Besar. Dalam mengenal khalayak, Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh juga melakukan serangkaian kerjasama dengan beberapa relasi atau *stakeholder* pemerintahan terkait serta melakukan *quality control* untuk mendapatkan informasi masyarakat yang ada di wilayah Aceh sehingga nanti BMKG Aceh dapat menyebarkan informasi kepada masyarakat sesuai dengan nomor identitas yang telah diberikan oleh lembaga terkait.

## **2. Menyusun Pesan**

Setelah Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh mengenal khalayak maka langkah selanjutnya yang dilakukan adalah menyusun pesan. Dalam penyusunan ini, hal utama yang dilakukan oleh Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh adalah bagaimana pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak, mempengaruhi agar tidak mudah terprovokasi dan mengubah perilaku masyarakat atas informasi *hoax* yang beredar. Pesan atau informasi yang dimaksud biasanya akan ditemukan apabila telah atau sedang terjadi gempa

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan informan Ismi Rohmatus Sania, 23 Juli 2018

bumi di wilayah Aceh namun sejatinya BMKG Aceh tidak dapat memprediksi seberapa besar gempa itu terjadi, hanya saja BMKG Aceh bisa men-*record* besaran gempa bumi yang telah terjadi sehingga data yang didapat juga akurat dan sesuai dengan prosedur.

Berdasarkan hasil observasi pada salah satu portal *online media* Serambi Indonesia, peneliti menemukan salah satu pemberitaan mengenai berita *hoax* gempa Aceh yang di *publish* pada Kamis, 8 Desember 2016 23:36 WIB. Pemilihan Serambi Indonesia sebagai salah satu *online media* karena Serambi Indonesia banyak diketahui oleh masyarakat di Aceh dan banyak diakses setiap saat oleh masyarakat di Aceh sehingga informasi yang disebarkan melalui *online media* Serambi Indonesia akan mudah didapatkan oleh masyarakat. Topik berita yang dimaksud adalah “Hoax! Kabar akan Ada Gempa Susulan 7,9 SR di Aceh”, inti dari pemberitaan tersebut adalah informasi *hoax* tersebut langsung dibantah oleh pihak BMKG Aceh bahwa berita tersebut tidak benar agar kedepannya masyarakat yang mengetahui berita tersebut tidak mudah terprovokasi dan jangan sampai menyebar kepada yang lain.

### **3. Menetapkan Metode**

Dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh menetapkan metode penyampaian pesan secara *redundancy* artinya memengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan pada khalayak. Melalui metode ini, khalayak akan lebih memperhatikan pesan tersebut, khalayak tidak akan melupakan hal yang penting yang disampaikan berulang-ulang itu. Selanjutnya dengan metode ini komunikator dapat memperoleh kesempatan untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan yang tidak sengaja dalam penyampaian- penyampaian sebelumnya. Informasi mengenai berita *hoax* tersebut di publikasikan oleh Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh dalam *bentuk press release* namun di sebarakan melalui *stakeholder* pemerintahan serta jurnalis yang bekerja di media seperti *online media* dimana nantinya informasi tersebut dimuat dan diberitakan melalui *online media* tersebut.

#### **4. Pemilihan Media Komunikasi**

BMKG Aceh memiliki beragam media komunikasi yang dapat digunakan untuk penyebaran informasi gempa bumi kepada masyarakat seperti DVB (*Digital Video Broadcast*), WRS (*Warning Receiver System*) dan moda media lainnya seperti Instagram, Twitter, Facebook, Whatsapp, Telegram bahkan Website. Pada dasarnya media komunikasi tersebut digunakan karena mengikuti perkembangan zaman dimana saat ini informasi akan cepat tersampaikan kepada masyarakat melalui bantuan dari media komunikasi tersebut sehingga masyarakat tidak perlu khawatir akan kesimpang siuran berita yang beredar. Penentuan *online media* sebagai media antisipasi berita *hoax* oleh Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh sudah menjadi sebuah rencana, dimana melalui kerjasama dengan pihak *online media* berbasis portal berita tersebut nanti akan terciptanya peran antisipasi berita dengan bantuan berbagai perangkat sehingga dapat meminimalisirkan berkembangnya berita *hoax*.

#### **Pembahasan**

Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh Stasiun Geofisika Kelas III merupakan UPT atau Unit Pelaksana Teknis yang melaksanakan tugas pengamatan gempa bumi di wilayah Aceh. Dalam menjalankan strategi komunikasi BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III menetapkan strategi yang juga harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi dari masyarakat di Aceh karena merujuk dari isu yang beredar mengenai gempa besar berkekuatan 7,9 *magnitude* yang akan menguncang wilayah yang ada di Aceh bahwa hal tersebut tidak benar dan harus di antisipasi dengan segera agar nanti tidak akan beredar lagi hal seperti itu.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Syamsir Okraindi (2016) dengan melakukan penelitian tentang “Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Pariaman dalam Diseminasi Informasi Gempa Bumi dan Tsunami” menunjukkan bahwa gempa bumi dan tsunami serta kesimpangsiuran berita serta kurang pemahannya masyarakat atas informasi yang di diseminasikan

membuat kepanikan jika gempa bumi terjadi dan melalui Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kota Pariaman sebagai instansi pemerintah yang mempunyai tugas dan fungsi di bidang kebencanaan mendiseminasikan informasi gempa bumi dan tsunami yang diterima dari Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) ke masyarakat. Dapat diambil kesimpulan bahwa pentingnya komunikasi harus dilakukan antar berbagai lapisan salah satunya antara BPBD dan BMKG sehingga informasi mengenai gempa bumi dapat tersampaikan kepada masyarakat melalui berbagai media yang digunakan oleh kedua instansi tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syamsir Okraindi yaitu terkait pengetahuan pentingnya informasi gempa bumi serta meminimalisirkan berita yang keliru, namun penelitian Syamsir Okraindi lebih memfokuskan pada diseminasi informasi gempa bumi dan tsunami yang dilakukan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kota Pariaman dan bekerjasama dengan Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) setempat, sementara pada penelitian ini memfokuskan kepada strategi komunikasi.

Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh Stasiun Geofisika Kelas III dalam antisipasi berita *hoax* mengenai gempa Aceh di *online media*. sebagaimana yang diungkapkan oleh Effendy (2007:32), Strategi komunikasi yang merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Strategi komunikasi Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh Stasiun Geofisika Kelas III dilakukan dengan menetapkan perencanaan komunikasi yang baik dan benar. Charles Berger (1995) mengatakan dalam Littlejohn dan Foss (2011:185), bahwa rencana-rencana dari

perilaku komunikasi adalah sebuah representasi kognitif hierarki dari rangkaian tindakan dalam mencapai sebuah tujuan. Berkaitan dengan teori tersebut, BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III menetapkan rencana-rencana sebagai gambaran untuk langkah-langkah atau kegiatan komunikasi yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan langkah yang dilakukan oleh BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III yaitu dengan merumuskan strategi komunikasi menggunakan media.

Adapun strategi komunikasi yang dilakukan tersebut yaitu mengenal khalayak sasaran. Situasi dari khalayak dapat berbeda-beda, misalnya dilihat dari segi usia, pendidikan dan pengalaman khalayak. Dengan perbedaan tersebut, diperlukannya peran Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh Stasiun Geofisika Kelas III untuk mengenal khalayak sasaran dengan tepat dalam menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak baik pesan, metode dan media yang digunakan. Hal ini dilakukan karena khalayak sama sekali tidak pasif melainkan aktif dan bersifat heterogen. Adapun yang menjadi sasaran BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III adalah seluruh masyarakat. Alasannya karena Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh Stasiun Geofisika Kelas III berperan dalam pengamatan dan juga menyebarkan informasi gempa bumi kepada lapisan masyarakat melalui moda media yang digunakan saat ini.

Perbedaan khalayak yang dituju Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh Stasiun Geofisika Kelas III tersebut membuat pihak instansi perlu untuk melakukan strategi kedua yaitu menyusun pesan. Agar pesan tersebut dapat berhasil, maka pesan harus direncanakan terlebih dahulu. Menurut Arifin (1982:68), syarat utama dalam memengaruhi khalayak dari pesan tersebut adalah mampu membangkitkan perhatian. Perhatian adalah pengamatan terpusat, karena itu tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian dan dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Pesan atau informasi yang dimaksud lalu disebarkan melalui media

yang dimiliki oleh Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh Stasiun Geofisika Kelas III baik dari media komunikasi (DVB, WRS) moda media lainnya seperti Instagram, Twitter, Facebook, Whatsapp, Telegram bahkan website.

Dalam hal berita *hoax*, penyusunan pesannya disesuaikan dengan kondisi yang benar-benar terjadi, maksudnya pesannya berdasarkan data yang diperoleh melalui bagian operasional BMKG Aceh dimana mereka yang berhak mengeluarkan informasi mengenai bencana gempa dan sebagainya selebihnya Kapoksi (Kepala BMKG Aceh) yang menandatangani surat tersebut lalu diumumkan melalui *press release* lalu disebarakan melalui media yang digunakan. Berkaitan dengan keterbukaan informasi, pihak BMKG Aceh senantiasa melayani masyarakat jika ada yang ingin komplain tentang apapun yang berhubungan dengan BMKG Aceh bisa langsung datang ke kantor karena BMKG Aceh juga buka 24 jam yang nantinya akan di pandu oleh staff operasional kantor yang siap melayani 24 jam.

Selain itu, setelah strategi komunikasi kedua berjalan dengan baik maka hal selanjutnya yang harus dilakukan adalah strategi komunikasi dalam bentuk penentuan metode. Dalam penetapan metode, sebenarnya Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh Stasiun Geofisika Kelas III tidak pernah menentukan metode penyampaian pesan seperti apa yang paling efektif untuk mereka namun setelah peneliti melihat dan menganalisa hasil pemberitaan yang tersaji maka metode yang digunakan dalam penyebaran yaitu menggunakan metode *redundancy* (metode pengulangan). Metode ini merupakan metode dengan cara memengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan pada khalayak. Melalui metode ini, khalayak akan lebih memperhatikan pesan tersebut, khalayak tidak akan melupakan hal yang penting yang disampaikan berulang-ulang itu. Selanjutnya dengan metode ini komunikator dapat memperoleh kesempatan untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan yang tidak sengaja dalam penyampaian- penyampaian sebelumnya.

Strategi komunikasi terakhir yang paling penting adalah pemilihan media komunikasi karena media merupakan hal yang paling penting jika suatu institusi ingin menyebarkan informasi atau melakukan komunikasi dengan pihak lain, hal ini juga didukung dalam proses penelitian berlangsung dimana peneliti banyak sekali mendapatkan data mengenai media yang digunakan oleh BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III. Menurut Arifin (1982:74), untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan karena masing-masing medium mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat. DVB (*Digital Video Broadcast*), WRS (*Warning Receiver System*) serta moda media lainnya seperti Instagram, Twitter, Facebook, Whatsapp, Telegram bahkan Website merupakan media komunikasi BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III yang saat ini paling aktif digunakan dalam kegiatan sehari-hari bahkan sewaktu beredarnya informasi *hoax* mengenai gempa bumi di Aceh, media yang paling sering digunakan adalah DVB, WRS, yang langsung terhubung kepada *user* telepon di wilayah *aceh* sebagai pengingat besaran gempa yang terjadi serta dalam menyangkal informasi yang beredar pula BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III langsung melakukan konfirmasi secara cepat melalui media komunikasi Whatsapp dan Telegram yang terhubung dengan berbagai lapisan masyarakat serta juga terhubung dengan *stakeholder* pemerintahan di wilayah Aceh sehingga informasi yang tersebar tidak menjadi kesalah pahaman masyarakat nantinya.

*Online media* berbasis portal *online* salah satunya adalah Serambi Indonesia merupakan portal *online* yang sudah dikenal oleh masyarakat di wilayah Aceh sejak lama dan eksistensinya juga sudah merambah ke lingkup Nasional dimana berita yang ditampilkan pula bukan hanya ruang lingkup Aceh namun juga Nasional. Strategi komunikasi BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III dalam mengantisipasi berita *hoax* gempa Aceh di *online media*. Sejauh ini, strategi komunikasi yang dilakukan oleh Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh Stasiun Geofisika Kelas III sesuai dengan konsep

perumusan strategi komunikasi menurut Arifin (1982:64). Strategi komunikasi yang dilakukan oleh BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III tentunya diharapkan dapat berjalan bahkan dipertahankan sampai selamanya karena peneliti menilai bahwa strategi ini sangat cocok dan sesuai dengan kapasitas dari aktivitas BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III.

Disamping itu, ada faktor pendukung yang akan selalu mendukung kinerja dari pihak BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III yaitu memiliki tenaga kerja yang profesional di bidangnya masing-masing sehingga itu salah satu factor pendukung keberhasilan dari penyebaran informasi kepada masyarakat dan faktor penghambat dari strategi komunikasi adalah kurangnya pemahaman (edukasi) terhadap media komunikasi yang digunakan sehingga solusi yang diberikan oleh BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III yaitu melakukan kerjasama dengan pemerintah untuk menggelar sosialisasi program mengenai gempa bumi yang dari situ nanti akan diberikan edukasi mengenai moda media yang digunakan oleh BMKG Aceh Stasiun Geofisika Kelas III serta mengajarkan bagaimana mengaplikasikannya dalam kehidupan masyarakat jika suatu saat nanti terjadi atau tersebarnya informasi *hoax* mengenai gempa bumi dan sebagainya.

Maka berdasarkan hasil pembahasan diatas dapat dijadikan alasan oleh peneliti untuk melihat kedepan mengenai perkembangan dari masyarakat aceh sendiri mengenai edukasi dari berita *hoax* yang saat ini sudah sangat mencemaskan masyarakat khususnya yang ada di Aceh apalagi mereka yang sampai saat ini masih memiliki trauma secara psikis atas bencana gempa dan tsunami pada Desember 2004 silam. Sehingga kedepannya dapat menjadi pembelajaran mengenai pentingnya kepekaan masyarakat terhadap informasi yang disebarakan harus bersumber dari sumber yang kredibel dan *valid*, agar nantinya tidak menimbulkan kesalahpahaman atas peristiwa yang sedang atau telah terjadi.

## E. Kesimpulan

1. Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh melakukan strategi komunikasi dengan mempublikasikan informasi tentang berita *hoax* melalui *online media* dan media massa dengan tujuan agar masyarakat paham dan tahu akan pentingnya mengantisipasi berita *hoax*.
2. Dalam mengantisipasi berita *hoax*, Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh merencanakan komunikasi sesuai dengan yang dikemukakan dalam teori perencanaan yaitu dengan merencanakan dan menetapkan strategi komunikasi. Strategi komunikasi merupakan suatu tahapan yang dilakukan BMKG Aceh yaitu dengan cara mengenal khalayak sasaran, menyusun pesan, menetapkan metode serta seleksi dan pemilihan media komunikasi, di mana dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada penyebaran informasi dan antisipasi berita *hoax* di *online media* (strategi melalui pemilihan media komunikasi). Dari keempat strategi tersebut yang menjadi perhatian BMKG Aceh adalah strategi menyusun pesan. Di mana strategi tersebut dapat memberikan pemahaman kepada khalayak sasaran tentang bagaimana BMKG Aceh menyebarkan informasi kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengetahui informasi yang sebenarnya terjadi atas informasi *hoax* yang beredar baik secara lisan maupun tidak lisan.
3. Strategi komunikasi Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh tersebut dilakukan dengan melakukan pemilihan media yang tepat dan sesuai dengan zaman saat ini di mana masyarakat sudah banyak yang menggunakan media sosial dan mengakses *online media* sebagai konsumsi sehari-hari sehingga dengan itu BMKG Aceh dapat dengan cepat mengkonfirmasi informasi yang sebenarnya mereka dapatkan dan lalu disebarkan kepada masyarakat melalui media sosial dan *online media*.
4. Terdapat faktor pendukung dan penghambat dalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) Aceh, faktor pendukung dapat berasal dari dukungan dari internal

BMKG Aceh dan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak dari elemen pemerintahan setempat (*stakeholder*) sehingga melalui kerjasama tersebut BMKG Aceh dapat beroperasi dengan baik kedepannya. Sementara yang menjadi faktor penghambat yaitu kurangnya pemahaman masyarakat akan informasi yang disebarkan oleh BMKG Aceh di mana tidak semua masyarakat dapat mengakses media sosial dan *online media* sehingga harus dilakukan sosialisasi serta edukasi secara bertahap agar masyarakat dapat mengetahui informasi yang dibuat oleh BMKG Aceh.

5. Penyampaian informasi mengenai berita *hoax* seputar gempa bumi yang beredar di kalangan masyarakat hendaknya BMKG Aceh juga harus menjalin kerjasama dengan instansi terkait yang dapat mempermudah masyarakat mendapatkan informasi yang *valid* dan mudah dijangkau sehingga tidak membutuhkan waktu yang terlalu lama bagi masyarakat untuk mengetahui kebenaran mengenai isu yang beredar (salah satunya bekerja sama dengan pihak Humas Setda Aceh serta Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Aceh yang juga bisa menjadi penyambung informasi melalui BMKG Aceh kepada masyarakat di Aceh).

### Daftar Pustaka

- Afrizal. (2014). Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- BMKG. (2010). Profil Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika. <https://www.bmkg.go.id/profil/>. Diakses: 20 Februari 2018.
- Cangara, H. Hafied. (2013). Perencanaan Dan Strategi Komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Liliwari, Alo. (2011). Strategi Komunikasi Masyarakat. Yogyakarta: LKIS.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A, Foss. (2011). Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morrison. (2013). Teori Komunikasi Individu hingga Massa. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.