

STRATEGI HUMAS BASARNAS DALAM MEMBERIKAN EDUKASI TANGGAP BENCANA MELALUI PROGRAM SAR GOES TO SCHOOL

Dolly Charter¹

dollycharter10@gmail.com

Rahajeng Puspitosari²

rahajeng.puspitosari@budiluhur.ac.id

ABSTRACT

BASARNAS PRIVATE VOCATIONAL SCHOOL OF STRATEGY IN PROVIDING EDUCATION OF DISASTER RESPONSE THROUGH SAR GOES TO SCHOOL PROGRAMS

This study aims to find out what public relations strategies are carried out by Basarnas in providing disaster response education through the SAR Goes To School program ?. Researchers used the Ahmad S. Adnanputra Public Relations Strategy Concept and the PENCILS concept developed by Philip Kottler in which there were three components of the theory used by researchers including: Publicity (Publication and Publicity), Event (News). The subject of this research is Basarnas Public Relations, the subject consists of key informants and informants. The object of his research is the Basarnas Public Relations strategy. Data collection was obtained through the results of in-depth interviews with several sources as well as through literature studies and other data sources. The results of the study showed that the Head of the Public Relations Unit Head who carried out the public relations function at Basarnas in providing disaster response education through the SAR Goes To School SAR program, the Basarnas Public Relations team guided by the PR strategy and PENCILS concept was quite successful. Regarding the SAR Goes To School program socialization, the team that carries out the PR function always makes efforts to be able to maximize the best service and in accordance with what is expected by the community.

Keywords : *Public Relations Strategy, Education, SAR Program Goes To School*

PENDAHULUAN

Indonesia menyimpan banyak potensi bencana alam yang beragam, seperti gunung meletus dan gempa bumi. Banyak kejadian besar mengenai gempa bumi dan gunung meletus yang terjadi di Indonesia yang menarik perhatian seluruh dunia, seperti Tsunami di Aceh serta meletusnya Gunung Krakatau. Hal ini tidak lain diakibatkan oleh adanya pergerakan lempeng-lempeng yang mengapit Indonesia. Apabila diakumulasikan, bencana-bencana alam yang pernah terjadi di Indonesia telah menelan banyak korban.

Selama 2018 telah terjadi kejadian bencana sebanyak 2.426. Angka ini lebih rendah dari tahun sebelumnya, dimana terjadi 2.737 bencana. Namun dari segi jumlah korban jiwa, hilang, luka-luka dan terdampak/mengungsi, tahun ini lebih meningkat dari sebelumnya. Dari jumlah bencana tersebut terdiri dari 96,9% bencana hidrometeorologi seperti banjir dan longsor serta 3,1% bencana geologi. Yang terbesar tentunya adalah gempa bumi yang diikuti tsunami serta likuifaksi yang terjadi di Palu dan Donggala, Sulawesi Tengah pada akhir September 2018 lalu.

¹ Mahasiswa Kosentrasi *Public Relations*, Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur

² Dosen Pembimbing

Meski terjadi hanya 1 kali, namun langsung mengakibatkan 3.397 jiwa meninggal , 4.426 orang luka-luka, 221.450 orang mengungsi dan terdampak, serta 69.139 unit rumah rusak berat. (sumber: bnpb.go.id, diaskes pada 04 April 2019 pukul 20:30 WIB).

Karena sering terjadinya bencana alam di Indonesia, masyarakat di Indonesia masih mengalami ketakutan yang sangat tinggi akan bencana, mereka belum tahu cara menyelamatkan diri ketika sedang terjadi bencana karena kurangnya pemahaman dan sosialisasi tentang tanggap bencana

Oleh karena itu masyarakat Indonesia butuh edukasi tentang tanggap bencana. Indonesia mempunyai lembaga atau tim yang bertugas untuk menangani dan memberikan edukasi tentang bencana alam, yaitu Badan SAR Nasional atau yang biasa disingkat Basarnas.

Humas Basarnas mempunyai strategi untuk memberikan edukasi tentang bencana alam dan cara penanggulangannya melalui program SAR *Goes To School*. Guna mengurangi dampak bencana, Humas Basarnas mensosialisasikan tanggap bencana dan penanggulangannya ke berbagai siswa-siswi sekolah dasar (SD) sampai tingkat sekolah menengah atas (SMA).

Edukasi bencana sangat perlu dilakukan sebagai pembelajaran dan pengenalan awal pada mitigasi bencana, diharapkan dengan sosialisasi ini para siswa-siswa dapat menambah pengetahuannya di bidang bencana dan selalu siap dalam menghadapi bencana dan mengetahui tindakan yang harus dilakukan saat evakuasi terjadi.

Pembahasan di dalam kegiatan SAR *Goes to School* yaitu mengedukasi siswa dan siswi mengenai bencana alam dan bagaimana cara menanggulangnya. Setelah diberikan pengetahuan akan potensi bencana alam yang akan terjadi kepada peserta SAR *Goes to school*, maka

selanjutnya akan diadakan pelatihan mitigasi bencana dimana para siswa dan siswi sekolah akan diberikan simulasi saat ada kejadian bencana alam dan bagaimana cara penanggulangannya.

Dalam SAR *Goes to School* tim Basarnas yang terdiri dari instruktur penyelamatan dan humas memberikan materi yang menarik pada siswa dan siswi yang berhubungan dengan bagaimana melakukan tindakan SAR (*search and rescue*) yang dibagi menjadi 3, yaitu Pra-Bencana, Bencana, Pasca-Bencana, dan simulasi langsung yang dinamakan Pelatihan Mitigasi Bencana Alam. Melalui program yang dilakukan oleh Humas Basarnas ini bisa menjadi langkah awal dalam pemberdayaan anak sejak usia dini untuk memahami mitigasi bencana. Sehingga ketika terjadi bencana alam, siswa, guru dan masyarakat tidak lagi kebingungan dan panik karena telah memahami bagaimana cara mengurangi risiko bencana. Dengan harapan pengetahuan yang didapat ditularkan pada lingkungan sekitar dalam rangka mengurangi risiko bencana.

Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Humas Basarnas Dalam Memberikan Edukasi Tanggap Bencana Melalui Program SAR *Goes To School*?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Strategi Humas Basarnas Dalam Memberikan Edukasi Tanggap Bencana Melalui Program SAR *Goes To School*.

KERANGKA TEORITIS

Menurut Ruben dan Steward (1998) seperti dikutip oleh Hadiono Afdjani, komunikasi manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain (Afdjani, 2015:4).

Hubungan Masyarakat Hubungan Masyarakat bisa dipahami sebagai fungsi manajemen yang mengelola komunikasi dalam rangka menjembatani kepentingan organisasi dengan kepentingan beragam (*mutual understanding*) meningkatkan pemahaman, membangun ketertarikan dan menumbuhkan simpati publik.

Hubungan Masyarakat Pemerintah yaitu segenap tindakan yang dilakukan oleh suatu instansi dalam usaha membina hubungan dengan masyarakat dan membina martabat instansi dari pandangan masyarakat dalam memperoleh pengertian, kepercayaan, kerjasama, dan dukungan dari masyarakat dalam pelaksanaannya tugas pokok, fungsi, peran, tanggung jawab, dan wewenang (Komarudin, 2014:34).

Berdasarkan Collin Pocket Dictionary, strategi diambil dari istilah operasi militer, yakni rencana yang tergantung pada keahlian me-manage atau merencanakan dengan menggunakan trik. Bisa diartikan strategi adalah keputusan yang berakibat pada detail detail taktik yang akan dilancarkan. Singkatnya, strategi ada sebelum pengendalian taktik. Strategi merupakan simpulan taktik dalam keperluan bagaimana tujuan yang diinginkan dapat diperoleh (Ilham Prisgunanto, 2006:86).

Menurut Ahmad S. Adnanputra yang dikutip oleh Ruslan (2014: 142-144), fungsi *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat dapat diwujudkan melalui beberapa aspek-aspek strategi *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat sebagai berikut:

a. Strategi Operasional

Pihak *Public Relations* mutlak bersikap atau berkemampuan untuk mendengar (*listening*) dan bukan sekedar (*hear*) mengenai aspirasi yang ada pada masyarakat.

b. Pendekatan Persuasif dan Edukatif

Fungsi *Public Relations* adalah menciptakan komunikasi dua arah

(timbang balik) dengan menyebarkan informasi dan perusahaan kepada pihak publik yang bersifat mendidik dan memberi penerangan, maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar terciptanya saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain sebagainya.

c. Pendekatan Tanggung Jawab Sosial *Public Relations*

Menumbuhkan tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditunjukkan untuk mengambil keuntungan sepihak dan publik sasarannya atau masyarakat, maupun untuk memperoleh keuntungan.

d. Pendekatan Kerjasama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan ke dalam maupun hubungan ke luar untuk meningkatkan kerjasama.

e. Pendekatan Koordinatif dan Intergratif

Fungsi *Public Relations* dalam arti sempit hanya mewakili lembaga atau institusinya. Tetapi peran *Public Relations* yang lebih luas adalah berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional dan mewujudkan ketahanan nasional di bidang politik, ekonomi, sosial, budaya dan sebagainya.

SAR Goes To School

Seperti yang tertulis di Buku Pedoman SAR *Goes to School* Kelembagaan dan Manajemen SAR, sejarah SAR (*search and rescue*) di Indonesia diawali dengan masuknya Indonesia menjadi anggota *Internasional Civil Aviation Organization* (ICAO) atau organisasi penerbangan sipil internasional pada tahun 1950. Dalam melaksanakan tugas Basarnas yaitu Pembinaan SAR, Humas Basarnas mengukuhkan Program SAR *Goes to School*. SAR *Goes to School* dibuat pertama kali pada bulan Juli 2011 bertepatan dengan acara INSARAG (*International Search and Rescue Advisory Group*) yang dihadiri 134

Negara. Sasaran kegiatan ini adalah anak-anak atau siswa-siswa yang masih dini yang belum mengetahui akan bahaya bencana alam. Peran Humas Basarnas dalam Program SAR Goes to School yaitu memberikan Penyuluhan / Sosialisasi materi tentang SAR, yaitu :

1. Pemberian Materi tentang SAR
Pemberian Informasi, pemahaman Siswa-siswi tentang Instansi Basarnas, sejarah terbentuknya Basarnas dan Visi Misi Basarnas, Kegiatan-kegiatan apa saja yang dilakukan Basarnas, dan Peralatan apa yang dipakai dalam setiap kegiatan Basarnas Jakarta.
2. Pelatihan Mitigasi Bencana sesuai Potensi Wilayah Karena di tiap daerah potensi Bencana alam berbeda, maka Pelatihan Mitigasi Bencana SAR Goes to School juga disesuaikan dengan potensi wilayah dan cara penyelamatan yang dilakukan oleh Basarnas agar siswa-siswi mengerti apa yang harus dilakukan saat bencana terjadi dan bagaimana cara melakukan SAR (*search and rescue*).

Edukasi atau disebut juga dengan pendidikan merupakan segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan. Edukasi merupakan proses belajar dari tidak tahu tentang nilai kesehatan menjadi tahu. Pendidikan merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, sudah semestinya usaha dalam menumbuh-kembangkan pendidikan secara sistematis dan berkualitas perlu terus di upayakan, sehingga tujuan dari proses pendidikan dapat dicapai secara optimal.

METODOLOGI PENELITIAN

Peneliti menggunakan paradigma post-positivisme yang sering juga disebut sebagai paradigma interpretative dan

konstruktif, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistic atau utuh, kompleks, dinamis, penuh makna dan hubungan gejala bersifat interaktif. (Sugiyono, 2013:8)

Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Alasan peneliti menggunakan penelitian kualitatif adalah untuk mengumpulkan data sebanyak dan selengkap mungkin melalui beberapa sumber. Diharapkan dari pendekatan ini dapat menghasilkan data yang akurat dan objektif.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian berdasarkan 1 orang *Key Informan* dan 2 orang *informan*. Objek dalam penelitian ini yaitu Strategi Humas Basarnas Dalam Memberikan Edukasi Tanggap Bencana Melalui Program SAR Goes To School. Pengumpulan data primer pada penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dan wawancara semistruktur serta observasi partisipan. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu dari beberapa buku yang membahas tentang masalah yang sedang diteliti peneliti disebut sebagai studi kepustakaan yaitu dilakukan dengan cara mempelajari literatur, buku-buku, media *online* serta dokumentasi.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan mentranskrip hasil wawancara, mengkategorikan sesuai rumusan masalah, dianalisis, serta menambahkan foto dan dokumen sebagai pelengkap data.

Lokasi pada penelitian ini dilakukan di Gedung Badan SAR Nasional Pusat, Jl. Angkasa Blok B.15 Kav2-3 Kemayoran, Jakarta Pusat. Penelitian ini dilakukan dari bulan Maret sampai dengan Juni 2019.

Validitas data dilakukan dengan triangulasi sumber yaitu membandingkan dan mengecek kembali suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda selama penelitian kualitatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Humas Basarnas melakukan Strategi Operasional melalui pendekatan kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat dapat mendapatkan informasi tentang edukasi bencana alam melalui Program SAR *Goes To School*. Harapan Humas adalah untuk memenuhi kebutuhan dari masyarakat tentang pengenalan ilmu SAR.

Humas Basarnas memberikan edukasi **persuasif dengan cara** mengajak masyarakat untuk mengetahui adanya suatu program yang dijalankan oleh tim Humas Basarnas. Pada pendekatan edukatif ini biasanya Hubungan Masyarakat mengadakan seminar edukasi terkait program yang dijalankan. Selain seminar edukasi, Hubungan Masyarakat melakukan pendekatan persuasif dengan mengajak masyarakat agar Program SAR *Goes To School* ini didukung dan diterima masyarakat sehingga program yang dijalankan dapat berjalan dengan baik dan lancar. Tim Humas Basarnas mengajak masyarakat hanya melalui media sosial dan media cetak. Dari media sosial dan website biasanya Humas Basarnas memberikan informasi terkait kegiatan dan kebijakan pada Program SAR *Goes To School*.

Humas Basarnas melakukan Pendekatan Tanggung Jawab Sosial dengan cara memberikan informasi langsung kepada masyarakat tentang bagaimana cara yang harus dilakukan oleh masyarakat jika terjadi suatu musibah bencana. Lewat program SAR *Goes To School* yang dilakukan ini Humas Basarnas berharap agar masyarakat bisa mengetahui dan meminimalisir resiko yang terjadi akibat adanya bencana alam. Hal ini menjadi penting dilakukan mengingat bahwa kawasan atau daerah-daerah yang ada di Indonesia adalah kawasan atau daerah yang rawan akan bencana.

Strategi Humas Basarnas dalam Pendekatan Kerjasama dilakukan oleh Humas Basarnas dengan mengundang atau mengajak para *stakeholders* untuk ikut

berkontribusi dalam kegiatan yang dijalankan oleh tim Humas Basarnas.

Strategi Humas Basarnas Melakukan pendekatan Koordinatif dan Integratif melalui koordinasi untuk menunjang pengetahuan tentang tanggap bencana melalui Program SAR *Goes To School* yaitu dengan saling menghubungi serta mengundang *stakeholders* pada kegiatan Program SAR *Goes To School*. Humas Basarnas dalam melakukan pendekatan integratif belum memiliki strategi khusus. Namun pendekatan integrasi negara yang dilakukan oleh tim Humas Basarnas dengan menjadi representasi Indonesia dalam melaksanakan kegiatan atau pembinaan dan pemberitaan mengenai ilmu SAR

Basarnas Melakukan Publikasi dalam Program SAR *Goes To School* Publikasi melalui tim Humas dengan menggunakan website dan media sosial berupa instagram, twitter dan facebook agar masyarakat dapat dengan mudah mengetahui apa saja kegiatan yang dijalankan oleh tim Basarnas. Sebagai Hubungan Masyarakat di lembaga pemerintahan, Humas basarnas berperan dalam menyebarkan pesan atau informasi mengenai kebijaksanaan dan hingga program-program kerja secara nasional kepada masyarakat. Maka dari itu tim Humas Basarnas menyebarkan informasi mengenai Program SAR *Goes To School* melalui website dan juga media sosial yang dipunya. Diharapkan semua masyarakat dapat menerima dan mengetahui informasi tentang kegiatan SAR *Goes To School* tersebut agar publik bisa mendapatkan edukasi tentang tanggap bencana.

Humas Basarnas Melakukan *Event* Mengenai Program SAR *Goes To School* yang bertujuan untuk memberikan pendidikan SAR (search and rescue) sejak dini serta agar para siswa mengetahui tugas-tugas apa saja yang diemban oleh tim SAR, dan melatih kemampuan atau

keterampilan SAR (*search and rescue*) secara mendasar

Humas Basarnas Membuat Pemberitaan Program SAR *Goes To School* dengan menyebarkan informasi kegiatan yang dilakukan oleh Basarnas, tim Humas Basarnas menciptakan berita dengan melalui press releases, advertorial dan majalah tentang Program SAR *Goes To School*.

Dalam menciptakan hubungan baik dengan para komunitas, Humas Basarnas melakukan hubungan sosial dengan komunitas atau kelompok masyarakat tertentu yang berguna untuk membantu pihak Humas dan juga menjaga hubungan baik antara instansi dengan komunitas atau kelompok masyarakat tersebut. Humas Basarnas juga mewadahi komunitas dengan program FKP3 yaitu Forum Koordinasi Pencarian dan Pertolongan Potensi. Di dalam forum FKP3 ini Humas Basarnas memberikan edukasi kepada komunitas tentang substansi SAR, pelatihan mitigas bencana alam, memberikan tehkni *self rescue*, memberitahukan cara membantu seseorang yang terkena bencana dan membuat simulasi tentang bencana alam

Dalam melakukan seluruh program kerja yang dimiliki oleh instansi, Humas Basarnas memberikan informasi kepada masyarakat atau publik untuk menarik perhatian sehingga dapat memperoleh pandangan yang positif. Humas Basarnas melakukan tugas dengan sesuai standar dengan demikian itu sudah membentuk sendiri citra atau opini positif tentang Basarnas di benak masyarakat.

Dalam menjalankan Program SAR *Goes To School*, tim Humas Basarnas juga melakukan suatu proses Lobi dan Negosiasi dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan proses kegiatan yang dilakukan. Tim Humas Basarnas hanya melakukan kordinasi dengan pihak seolah yang ingin diselenggarakannya Program SAR *Goes To*

School dan melakukan birokrat yang sesimpel mungkin.

Basarnas yang merupakan lembaga pemerintah non kementerian secara khusus tidak memiliki kegiatan tentang *social responsibility*. Humas Basarnas tidak melakukan pendekatan tanggung jawab sosial, Humas Basarnas hanya memberikan informasi terkait kegiatan atau program SAR *Goes To School* yang dijalankan. Humas Basarnas melakukan pendekatan tanggung jawab sosial dengan sebagaimana tanggung jawabnya atas program yang dijalankan oleh tim Humas Basarnas, dengan begitu tim Humas Basarnas berharap dapat secara langsung bertemu dengan masyarakat dan dekat dengan masyarakat sehingga tim Humas Basarnas mengetahui mengenai apa saja kebutuhan informasi yang dibutuhkan pada Program SAR *Goes To School*.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian terkait Strategi Humas Basarnas Dalam Memberikan Edukasi Tanggap Bencana Melalui Program SAR *Goes To School*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Penelitian ini menggunakan bauran *public relations* P.E.N.C.I.L.S oleh Philip Kotler yang terdiri dari beberapa konsep yaitu *Publicity, Event, News, Community Involvement, Inform or Image, Lobbying and Negotiation, Social Responsibility*. Dari tujuh konsep komunikasi tersebut hanya tiga yang digunakan yaitu:

Pertama, *Publicity* (Publikasi dan Publisitas): Humas Basarnas membuat konten di media sosial seperti Twitter, Instagram, Facebook dan Website resmi Basarnas yaitu <http://www.basarnas.go.id/>. Kedua, *Event* (acara) yaitu SAR *Goes to School* yang merupakan program tim SAR yang mendatangi sekolah-sekolah, diselenggarakan oleh Humas Basarnas bertujuan untuk memberikan edukasi tentang tanggap bencana kepada para anak-anak usia dini, salah satu sekolah yang didatangi oleh tim Humas Basarnas adalah SDI As Salam Joglo, Jakarta Barat. Ketiga,

News (berita) Humas Basarnas menciptakan berita melalui *press releases*, *advertorial* dan majalah tentang Program SAR *Goes To School*.

Humas Basarnas melakukan upaya untuk dapat memaksimalkan pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh masyarakat. Program SAR *Goes To School* yang dikelola penuh oleh Humas Basarnas sudah memenuhi kriteria Baik, karena materi yang diberikan kepada siswa-siswi SDI As Salam Joglo, Jakarta barat sangatlah berguna bagi peserta SAR *Goes To School*. Humas Basarnas dalam memberikan materi sangat atraktif dan tidak membosankan. Dalam pemberian materi tentang Substansi Basarnas dan Pelatihan Mitigasi Bencana sesuai potensi wilayah, Humas Basarnas mengemasnya dengan baik. Humas Basarnas mengemas materi *self rescue* tersebut dengan memakai sebuah lagu sehingga mudah diingat dan dipahami oleh peserta SAR *Goes to School*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Afdjani, Hadiono. 2015. *Ilmu Komunikasi, Proses, dan Strategi*. Tangerang: Indogo Media.
- Komarudin. 2014. *Reformasi Humas Pemerintah*. Jakarta: PT Genesindo.
- Kriyantono Rachmat. 2012. *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana.
- Liestianingsih Dwi Dayanti, Frida Kusumastuti, Ratih Puspo, *Buku Materi Pokok SKOM4103/3sks/Modul 1-9 Hubungan Masyarakat*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2015), Hlm 24.
- Moleong, Lexi J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm 9-10.

Sumber Lain

Aryuda Reza Wiranto. Strategi Hubungan Masyarakat Polda Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Mensosialisasikan Program Aplikasi Polisi Kita Periode Agustus-Februari 2017. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta 2017

Sumber Online

www.bnpb.go.id

www.basarnas.go.id

<https://pengertiandefinisi.com/pengertian-humas-menurut-pendapat-para-ahli/>

<https://id.scribd.com/doc/291027343/PENGER-TIAN-EDUKASI-Pengertian-Menurut-Para-Ahli.>

<http://mangihot.blogspot.com/2017/02/pengertian-tujuan-dan-fungsi-hubungan.html>.