

Strategi BMKG Tanjung Perak Dalam Edukasi dan Mitigasi Bencana Alam Melalui Multiple Platform

Satrio Bayu Ardhi¹, Achmad Dafa², Jiwan Hanum³, Moh Riswandha Imawan⁴

¹⁻³Program Studi Ilmu Komunikasi UPN "Veteran" Jawa Timur

⁴Universitas Muhammadiyah Surabaya

Email: 21043010002@student.upnjatim.ac.id, 21043010188@student.upnjatim.ac.id
21043010163@student.upnjatim.ac.id

Abstract

As an information service institution and responsible for providing meteorological, climatological, and geophysical information, BMKG Tanjung Perak plays an important role in maintaining the welfare and safety of the community. This study uses a qualitative approach with a descriptive method, where data is collected through in-depth interviews with employees responsible for BMKG's social media. The results of the study show that social media such as Instagram and TikTok are used effectively to convey maritime meteorological information to the public. This communication strategy refers to the Four Step Public Relations concept which includes the stages of Research, Action, Communication, and Evaluation. These four steps show BMKG Tanjung Perak's commitment to utilizing social media as a means of education and disaster mitigation, with a focus on continuous innovation to increase the effectiveness of public communication.

Keywords: BMKG Tanjung Perak, communication strategy, social media, Four Step Public Relations

Abstrak

Sebagai lembaga layanan informasi sekaligus bertanggung jawab dalam menyediakan informasi meteorologi, klimatologi, dan geofisika, BMKG Tanjung Perak memainkan peran penting dalam menjaga kesejahteraan dan keselamatan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dimana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pegawai yang bertanggung jawab atas media sosial BMKG. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram dan TikTok dimanfaatkan secara efektif untuk menyampaikan informasi meteorologi maritim kepada masyarakat. Strategi komunikasi ini mengacu pada konsep Four Step Public Relations yang mencakup tahapan Research, Action, Communication, dan Evaluation. Dari empat langkah tersebut menunjukkan komitmen BMKG Tanjung Perak dalam memanfaatkan media sosial

sebagai sarana edukasi dan mitigasi bencana, dengan fokus pada inovasi berkelanjutan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi publik.

Kata Kunci: BMKG Tanjung Perak, strategi komunikasi, media sosial, *Four Step Public Relations*

Pendahuluan

BMKG merupakan lembaga pemerintahan yang bertanggung jawab pada pemberian layanan informasi pada masyarakat mengenai cuaca, iklim, serta kegempaan. BMKG memiliki peran yang penting sebagai badan utama dalam menyediakan informasi data dan analisis terkait dengan fenomena meteorologi, klimatologi, dan geofisika yang memiliki potensi dalam mempengaruhi kesejahteraan dan keselamatan penduduk (Hartono et al., 2020). BMKG memiliki kewenangan untuk memantau kondisi dari atmosfer dan geosfer, selain itu BMKG juga dapat memberikan peringatan dini terkait dengan bencana alam, cuaca, dan perubahan iklim.

Dalam fungsi meteorologi BMKG memiliki fungsi dalam memantau cuaca, memberikan informasi tentang fenomena cuaca, dan prakiraan cuaca harian. Prakiraan cuaca merupakan salah satu tugas penting bagi BMKG dikarenakan hal tersebut sangat berpengaruh pada berbagai sektor seperti maritim, transportasi udara, pertanian, dan kegiatan masyarakat. Dalam bidang klimatologi BMKG memiliki tugas untuk memonitor dan menganalisis perubahan iklim jangka panjang. BMKG mengumpulkan data mengenai curah hujan, suhu, pola angin, dan fenomena iklim lainnya. Salah satu peran penting BMKG pada bidang ini adalah memberikan peringatan tentang hujan dan panas yang berkepanjangan yang bisa menyebabkan bencana seperti kemarau panjang dan juga banjir. Sedangkan peran BMKG dalam bidang geofisika adalah mendeteksi dan memberikan peringatan terkait dengan gempa dan tsunami. BMKG juga memantau aktivitas seismik pada wilayah Indonesia yang berada pada Cincin Api Pasifik. Dengan menggunakan jaringan seismograf, BMKG bisa mendeteksi gempa dalam hanya hitungan detik, dan memberikan informasi kepada pihak berwenang tentang bahaya tsunami bagi masyarakat (Prakasa & Utami, 2019).

Praktisi humas adalah sebuah profesi yang dapat menjadi jembatan bagi lembaga dan publiknya, baik publik eksternal maupun internal agar tetap saling memberikan pengertian yang membawa kelangsungan hidup lembaga tersebut. public relations adalah perwujudan

spesialisasi komunikasi yang memiliki tujuan, untuk mengedepankan sikap saling pengertian dan bentuk kerja sama antara publik yang bersangkutan agar mendapatkan keuntungan bersama. Sedangkan menurut Cutlip praktisi humas merupakan sebuah fungsi manajemen khusus di dalam membantu terbentuknya rasa saling pengertian dalam hubungan, kesadaran, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dengan public. Terdapat 4 tujuan dari humas yang sangat melekat dengan perusahaan itu sendiri antara lain : 1). Membentuk citra positif, 2). Menjaga agar citra tetap positif, 3). Memajukan citra positif, 4). Membenahi citra jika terjadi penurunan (Karine et al., 2021).

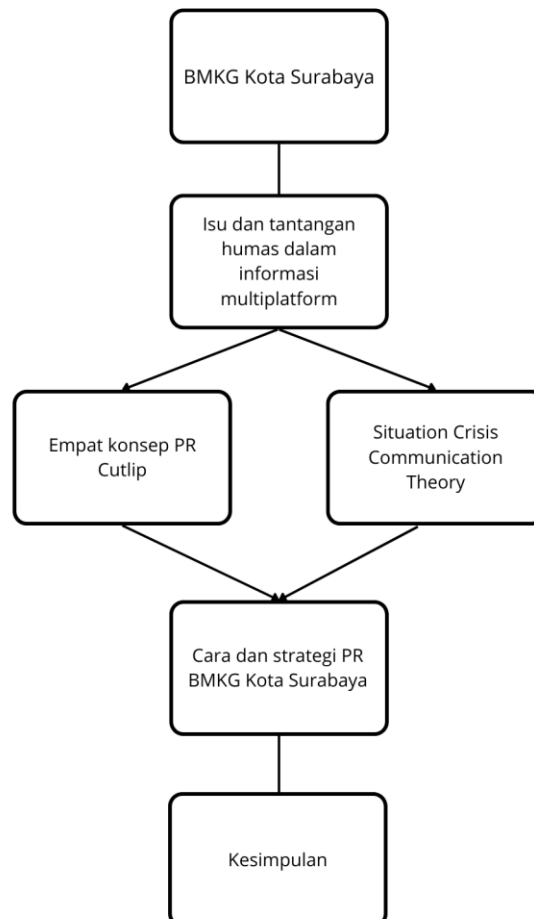
Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dipahami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan menggunakan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2010). Sementara itu, metode penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran, atau kesan secara sistematis, faktual dan akurat yang didasarkan pada fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Lutfiyah, 2017). Maka dari itu, dari pendekatan dan metode yang dipilih tersebut bertujuan untuk mendapatkan hasil tentang bagaimana strategi BMKG Tanjung Perak dalam edukasi dan mitigasi bencana alam melalui berbagai platform yang dimiliki.

Pengumpulan data primer dari penelitian ini adalah dengan cara melakukan wawancara secara langsung pada PR BMKG Tanjung Perak secara mendalam khususnya kepada pegawai yang bertanggung jawab terhadap sosial media BMKG Tanjung Perak dalam penyediaan informasi dalam edukasi dan mitigasi bencana alam. Tidak hanya dengan wawancara, peneliti juga mencari data pendukung lainnya, seperti menggunakan metode dokumentasi di berbagai media yang digunakan PR BMKG Tanjung Perak. Selain data primer, dalam penelitian ini peneliti juga mengumpulkan data sekunder yang berasal dari berbagai literatur yang kemudian akan dilakukan studi kepustakaan yang bersumber dari jurnal-jurnal terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Data yang terkumpul kemudian akan dianalisis dengan cara mereduksi data, menyajikan data, dan terakhir adalah penarikan kesimpulan. Dalam analisis data, peneliti akan

menyertakan beberapa pernyataan dari narasumber dengan bentuk narasi deskriptif yang sistematis berdasarkan tahapan atau proses dari strategi komunikasi yang dilakukan agar lebih mudah untuk dipahami.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hasil dan Pembahasan

Media sosial lahir sebagai hasil dari kemajuan teknologi dan popularitasnya saat ini dipengaruhi oleh meluasnya penggunaan internet di kalangan masyarakat. Media sosial dapat diartikan sebagai platform di internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan orang lain, serta membangun hubungan secara virtual. Keberadaan media sosial memberikan dampak yang signifikan dalam kehidupan masyarakat, mulai dari cara berkomunikasi, membentuk komunitas, hingga mencari informasi. Kini, media sosial juga sering dimanfaatkan sebagai sarana edukasi. Jika diamati lebih dalam, hampir setiap platform media sosial memiliki setidaknya satu akun yang secara konsisten membagikan konten edukatif dengan pendekatan yang beragam.

Pemanfaatan media sosial untuk tujuan edukasi sebenarnya didasarkan pada adanya motif tertentu yang mendorong penggunaannya, yaitu motif informasional, edukasional, dan hiburan. Di antara ketiga motif tersebut, motif edukasional menjadi alasan yang paling relevan terkait penggunaan media sosial sebagai sarana edukasi. Seseorang dapat dikatakan memiliki motif edukasional ketika menggunakan media sosial untuk mencari informasi karena adanya kebutuhan belajar atau pengembangan diri. Informasi yang diperoleh melalui media sosial dimanfaatkan oleh pengguna untuk meningkatkan kemampuan dalam interaksi sosial, memperbaiki cara kerja, dan berbagai aspek lainnya (Rohmah, 2020).

Melalui wawancara yang dilakukan penulis terhadap petugas BMKG Tanjung Perak, Bapak Biyadhie selaku *Forecaster on Duty* pada Selasa, 12 November 2024. Penulis membagi hasil wawancara ke dalam enam poin sebagai berikut.

1 Strategi Komunikasi Krisis BMKG Tanjung Perak

Saat ini, BMKG Tanjung Perak telah menjalin kerja sama dengan berbagai stakeholder untuk meningkatkan efektivitas komunikasi terkait bencana alam. Stakeholder yang terlibat meliputi BPPT Surabaya, BPPT Provinsi, kepolisian, Forecaster Kota Surabaya, dan dinas pemadam kebakaran. Komunikasi antara stakeholder tersebut dilakukan melalui email dan aplikasi WhatsApp, dengan pembaruan informasi yang dilakukan secara rutin setiap hari. Meskipun hanya menggunakan email dan WhatsApp sebagai media komunikasi utama, para stakeholder berhasil memaksimalkan pemanfaatan alat komunikasi tersebut sehingga tercipta interaksi yang efektif dan efisien. Untuk memastikan hubungan komunikasi tetap terjalin

dengan baik, setiap tahun diselenggarakan sebuah acara khusus bertema “Kentongan Bencana.” Acara ini diprakarsai oleh RII dan turut disiarkan secara langsung oleh pihak RII, memberikan kesempatan bagi para stakeholder untuk berkumpul, berdiskusi, dan memperkuat sinergi dalam penanganan bencana alam.

2 Saluran Komunikasi dan Pengelolaannya Bersama Stakeholder

Saluran komunikasi yang ada dan berlangsung di BMKG saat ini berfokus pada penyampaian informasi penting terkait cuaca ekstrem, gelombang tinggi, serta potensi serangan siklon tropis. Informasi tersebut kemudian diteruskan kepada berbagai lembaga terkait, seperti BPBD, BNPB, serta BPBD Kota Surabaya atau BNPB Jawa Timur. Lembaga-lembaga ini bertugas mengolah informasi tersebut sebelum mendistribusikannya kepada masyarakat, sekaligus memberikan panduan mengenai langkah-langkah yang perlu diambil untuk menghadapi cuaca ekstrem secara tepat dan efektif. Agar alur komunikasi dapat berjalan lancar, BMKG Surabaya memanfaatkan berbagai alat komunikasi seperti aplikasi WhatsApp, telepon seluler, dan email. Pemilihan alat bantu komunikasi ini disesuaikan untuk memastikan kecepatan dan efisiensi dalam pengiriman informasi. Dengan sistem ini, BMKG Surabaya berupaya memastikan bahwa pesan penting terkait mitigasi bencana dapat tersampaikan secara cepat, akurat, dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan.

3 Target dan Penerimaan Oleh Masyarakat

Lembaga BMKG memiliki salah satu fungsi untuk melakukan pelayanan data dan penyampaian informasi serta peringatan dini kepada instansi dan pihak terkait serta masyarakat berkenaan dengan bencana karena faktor meteorologi, klimatologi, dan geofisika. Maka dari itu sebagai instansi yang memiliki peran penting dalam penyampaian informasi publik, BMKG perlu melakukan segmentasi terhadap target audiensnya sehingga segala informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan efektif. Dalam hal ini, BMKG Tanjung Perak yang berada pesisir Utara Kota Surabaya, Jawa Timur atau lebih tepatnya di Kecamatan Pabean Cantikan melakukan segmentasi audiens utama untuk masyarakat maritim di wilayah perairan Jawa Timur khususnya para nelayan pesisir Utara Surabaya seperti kelompok nelayan Kenjeran. Tidak hanya masyarakat pesisir, akan tetapi target sekunder dari BMKG Tanjung Perak ini juga meliputi masyarakat Surabaya dan Jawa Timur.

BMKG Tanjung Perak dalam memastikan penerimaan informasi yang telah diberikan ke masyarakat dapat diterima atau tidak masih menjadi sebuah tantangan. Sebagian besar sudah bisa menerima informasi yang disampaikan tetapi sebagian juga masih ada yang mengalami kesulitan dalam menerima informasi. Dalam penyampaian konten-konten yang ada di Instagram telah dibuat sederhana sehingga dapat mudah dimengerti masyarakat. Akan tetapi, tidak semua masyarakat bisa memahami grafik dari konten yang ada di Instagram BMKG Tanjung Perak. Maka dari itu, terobos baru yang dilakukan BMKG Tanjung Perak adalah dengan melakukan edukasi dan sosialisasi melalui program *Go to School* yang diadakan di awal tahun 2023. Selain itu, BMKG ini juga menyediakan pemaparan materi jika ada permintaan dari masyarakat. Tidak hanya melalui konten, BMKG Tanjung Perak juga berusaha memberikan informasi melalui platform lain seperti siaran radio dan memanfaatkan fitur *live streaming* TikTok. Kedua hal tersebut dilakukan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan penyampaian informasi yang lebih efektif dan mudah dimengerti.

4 Pemanfaatan Media Sosial untuk Edukasi

BMKG Tanjung Perak memiliki berbagai sosial media demi mendukung penyampaian informasinya ke masyarakat mulai dari Instagram, Twitter atau X, Tiktok, dan YouTube. Akan tetapi, pemanfaatan media sosial yang lebih ditekankan hanya kepada Instagram dan TikTok. Dua sosial media tersebut memiliki konten yang sama seputar video edukasi seperti konten tips menghadapi banjir, dokumentasi kegiatan sosialisasi dan juga konten prakiraan cuaca. Tidak hanya konten, akan tetapi BMKG Tanjung Perak juga memanfaatkan fitur *live streaming* yang dimiliki TikTok sehingga pada tahun 2023 di awal musim hujan mereka melakukan live streaming dan ditanggapi dengan baik oleh masyarakat. Selain itu, kedua media sosial tersebut yaitu Instagram dan tiktok dipilih dikarenakan memiliki pengguna yang cukup masif di Indonesia. Menurut survei yang dilaporkan oleh *We Are Social*, sekitar 49,9% atau sekitar 139 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial per Januari 2024. Kemudian total dari 139 juta penduduk sebesar 85,3% pengguna Instagram dan 73,5% pengguna TikTok (Lintang, 2024).

Tidak hanya media sosial, akan tetapi BMKG Tanjung Perak juga memiliki website resmi sebagai sumber informasi. Di dalam website ini informasi yang diberikan lebih lengkap dari pada yang ada di sosial media yang mereka miliki. Salah satu contohnya adalah adanya siaran langsung dari satelit mengenai pergerakan awan. Sehingga dengan kehadiran website ini,

telah melengkapi keseluruhan informasi yang bisa BMKG Tanjung Perak berikan ke masyarakat. Untuk sosial media Twitter atau X sebenarnya konten yang diunggah tidak jauh berbeda seperti prakiraan cuaca, akan tetapi tidak memiliki konten edukasi dan waktu unggahnya tidak konsisten. Sementara untuk YouTube, pengelolaan konten yang dihadirkan adalah seputar informasi BMKG. Akan tetapi, di tahun 2024 media sosial YouTube hanya ditujukan untuk mengunggah dokumentasi dari acara-acara resmi yang dilakukan BMKG Tanjung Perak.

5 Evaluasi dan Tantangan Komunikasi Publik

Evaluasi efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh BMKG Perak mencakup berbagai metode yang berorientasi pada analisis data kuantitatif dan kualitatif. Salah satu pendekatan yang diterapkan adalah analitik media sosial, di mana peningkatan jumlah pengikut (followers) pada platform seperti Instagram dan media sosial lainnya menjadi indikator utama keberhasilan. Jumlah ulasan (review) dari pengguna juga digunakan untuk menilai tingkat penerimaan publik terhadap pesan yang disampaikan. Selain itu, evaluasi dilakukan melalui feedback dari pimpinan BMKG pusat dan unit terkait, dengan memanfaatkan apresiasi atau tanggapan terhadap konten yang dihasilkan sebagai ukuran keselarasan strategi komunikasi dengan visi institusi. Pemantauan terhadap frekuensi dan konsistensi publikasi konten edukasi, seperti video YouTube dan posting lainnya, turut menjadi bagian dari evaluasi. Target internal, seperti produksi dua konten per minggu, menjadi acuan untuk menilai produktivitas tim komunikasi. Namun, terdapat kendala internal karena peran humas ini bukan merupakan tugas utama staf, sehingga strategi komunikasi seringkali harus disesuaikan dengan keterbatasan sumber daya. Ke depan, metode ini dapat dilengkapi dengan pendekatan tambahan, seperti survei kepuasan masyarakat untuk mendapatkan wawasan langsung tentang efektivitas komunikasi. Monitoring media juga dapat dilakukan untuk melacak eksposur informasi BMKG di media massa. Di samping itu, pengukuran tingkat keterlibatan (engagement rate) melalui analisis interaksi di media sosial, serta analisis sentimen terhadap respons masyarakat, dapat memberikan gambaran lebih komprehensif tentang persepsi publik. Dengan kombinasi pendekatan ini, evaluasi strategi komunikasi dapat menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam dan mendorong perbaikan yang berkesinambungan. Masyarakat, terutama di wilayah pesisir seperti Surabaya dan Jawa Timur, menunjukkan perhatian yang sangat tinggi terhadap isu megathrust, dengan tingkat kesadaran dinilai

mencapai 9 dari 10. Namun, isu ini sering memicu kepanikan karena megathrust diasosiasikan dengan tsunami yang berpotensi mengancam mata pencaharian, khususnya bagi nelayan dan pekerja pelabuhan. BMKG berupaya mengelola kekhawatiran ini melalui komunikasi yang menekankan kesiapsiagaan tanpa menciptakan kepanikan. Informasi mengenai potensi gempa disampaikan secara jelas untuk meningkatkan kesadaran publik dan mendorong pemerintah daerah mengambil langkah mitigasi yang lebih baik. Untuk mendukung kesiapsiagaan, BMKG bekerja sama dengan BNPB dan BPBD dalam simulasi seperti *tsunami drill*, yang rutin dilakukan di wilayah rawan. Latihan ini melibatkan masyarakat dalam penentuan jalur evakuasi dan persiapan pos pengungsian. BMKG juga menyediakan tas siaga bencana berisi kebutuhan dasar untuk bertahan selama tiga hari. Selain itu, BMKG memiliki sistem respons cepat yang mampu memberikan keputusan dalam waktu lima menit setelah gempa terjadi, menentukan apakah ada potensi tsunami. Pendekatan kolaboratif ini memastikan bahwa upaya mitigasi bencana tidak hanya mengandalkan BMKG, tetapi juga melibatkan sinergi antara pemerintah, masyarakat, dan lembaga terkait.

BMKG menghadapi tantangan besar dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, terutama terkait hoaks, rendahnya literasi digital, dan keterbatasan sumber daya. Hoaks sering memicu kebingungan publik, terutama dalam situasi darurat seperti bencana alam, sementara rendahnya literasi digital menghambat pemahaman masyarakat tentang informasi cuaca dan bencana. Selain itu, meskipun informasi telah didistribusikan melalui email, media sosial, dan telepon, minimnya feedback atau evaluasi dari penerima, seperti BNPB dan BPBD, menjadi kendala dalam menilai efektivitas komunikasi. Untuk mengatasi tantangan ini, BMKG mengupayakan peningkatan literasi digital melalui edukasi yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Salah satu inisiatifnya adalah *sekolah cuaca nelayan*, yang melatih nelayan memahami kondisi cuaca untuk keselamatan mereka. Selain itu, BMKG berencana meningkatkan frekuensi sosialisasi, khususnya untuk wilayah maritim seperti pesisir Jawa Timur, dengan pendekatan yang lebih inklusif. Strategi komunikasi akan diperluas melalui metode inovatif, seperti diskusi santai di warung kopi, untuk menjangkau kelompok dengan tingkat literasi rendah. Kolaborasi dengan komunitas lokal juga menjadi prioritas, agar informasi dapat tersebar lebih luas dan efektif melalui pendekatan *sharing knowledge*. Dengan langkah-langkah ini, BMKG bertujuan untuk memastikan bahwa setiap

lapisan masyarakat, termasuk mereka yang tidak familiar dengan teknologi, dapat mengakses informasi yang relevan.

6 Pengembangan Sistem dan Strategi Komunikasi Masa Mendatang

BMKG merencanakan pengembangan sistem komunikasi berbasis teknologi untuk meningkatkan efektivitas penyebaran informasi dan mitigasi bencana, terutama dengan memanfaatkan kecerdasan buatan (AI) dalam sistem peringatan dini. Teknologi ini dapat membantu mempercepat pengolahan dan distribusi data cuaca ekstrem serta memperkuat pengambilan keputusan dalam situasi darurat. Di sisi lain, strategi komunikasi multi platform terus diperkuat untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Penggunaan media sosial menjadi andalan untuk masyarakat umum yang familiar dengan teknologi, sementara pendekatan tradisional seperti sosialisasi langsung tetap diterapkan untuk komunitas seperti nelayan, yang masih terbatas dalam penggunaan gadget.

Pengembangan konten berbasis data juga menjadi prioritas, dengan fokus pada penyajian dalam format visual yang sederhana, seperti infografis atau video pendek, agar lebih mudah dipahami oleh berbagai kelompok masyarakat. Langkah ini diimbangi dengan strategi penggolongan audiens melalui *mapping* yang mendetail untuk menyesuaikan metode komunikasi berdasarkan karakteristik dan kebutuhan mereka. Selain itu, BMKG memperkuat kolaborasi lintas instansi, seperti dengan BNPB dan BPBD, untuk mengintegrasikan komunikasi dan meningkatkan jangkauan informasi mitigasi bencana. Kombinasi teknologi, pendekatan audiens yang spesifik, dan kolaborasi lintas sektor ini diharapkan dapat memaksimalkan dampak strategi komunikasi yang diterapkan.

Enam subbab yang telah dibahas di atas jika dihubungkan dengan konsep *Four Step Public Relation* dapat dilihat jika BMKG Tanjung Perak telah melakukan keempat tahapan PR tersebut. Meskipun tahapan pertama yaitu *Research* atau penelitian tidak banyak disinggung selama wawancara. Akan tetapi, BMKG Tanjung Perak mendapatkan informasi kondisi masyarakat melalui laporan atau aduan dari masyarakat dan juga dari BPBD Surabaya. Selain itu, untuk target audiens sendiri sudah tertera dalam bio Instagram BMKG Tanjung Perak telah tertulis sebagai tempat layanan informasi meteorologi maritim di Wilayah Perairan Jawa Timur.

Tahap kedua adalah *Action* atau tindakan yang dilakukan BMKG Tanjung Perak adalah melakukan seleksi data yang ditangkap satelit berupa pergerakan angin dan awan serta berbagai prakiraan cuaca untuk disampaikan ke masyarakat. Tahapan ini membutuhkan editing dalam pembuatan konten dan juga verifikasi data agar informasi yang diberikan valid. Tahapan ketiga yaitu *Communication* atau komunikasi yang dilakukan BMKG Tanjung Perak adalah dengan memanfaatkan media sosial khususnya Instagram dan TikTok. Penggunaan kedua media sosial tersebut didasarkan karena jumlah penggunanya yang cukup masif di Indonesia.

Tahapan terakhir yaitu *Evaluation* atau evaluasi. Evaluasi komunikasi BMKG Perak melibatkan analisis data kuantitatif dan kualitatif. Hal ini meliputi analitik media sosial seperti peningkatan followers dan ulasan pengguna untuk menilai penerimaan publik. Feedback dari pimpinan pusat dan unit terkait digunakan untuk mengukur keselarasan strategi dengan visi institusi. Dari hasil evaluasi tersebut nantinya akan ada perbaikan dan inovasi di masa mendatang untuk mendukung strategi komunikasi yang lebih efektif.

Kesimpulan

Media sosial sebagai hasil kemajuan teknologi dan internet telah menjadi sarana penting dalam komunikasi, termasuk edukasi. BMKG Tanjung Perak memanfaatkan platform seperti Instagram dan TikTok untuk menyampaikan informasi meteorologi maritim kepada masyarakat secara efektif. Strategi komunikasi mereka mengacu pada konsep Four Step Public Relations, yaitu:

1. *Research* melalui laporan masyarakat dan BPBD untuk memahami kebutuhan audiens, meskipun tahap ini belum maksimal.
2. *Action* berupa penyaringan, verifikasi data, serta penyajian informasi yang valid dan relevan.
3. *Communication* melalui konten edukatif dan informatif di media sosial.
4. *Evaluation* menggunakan analitik media sosial dan feedback dari pimpinan pusat untuk menilai efektivitas dan keselarasan strategi dengan visi institusi.

Langkah-langkah ini mencerminkan upaya BMKG Tanjung Perak dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat edukasi dan mitigasi bencana, dengan fokus pada perbaikan dan inovasi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi publik di masa depan.

Acknowledgements/Ucapan Terima Kasih (Calibri, size 13)

Kami menyampaikan rasa terima kasih kepada Tuhan yang maha Esa karena atas rahmat dan karunianya kami berhasil menyelesaikan penelitian ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada rekan rekan yang sudah mengerjakan penelitian ini, kami juga mengucapkan terima kasih kepada Dra. Diana Amalia M.Si selaku dosen pengampu dari mata kuliah riset dan audit humas. serta tak lupa kami ucapkan terima kasih kepada BMKG Kota Surabaya yang telah menjadi narasumber dari penelitian ini.

Referensi

- Damayanti, C., Yamko, A. K., Souisa, C. J., Barends, W., & Naroly, I. L. P. T. (2020). Pemodelan Segmentasi Mentawai-Pagai: Studi Kasus Gempa Megathrust di Indonesia. *Jurnal Geosains Dan Remote Sensing*, 1(2), 105–110. <https://doi.org/10.23960/jgrs.2020.v1i2.56>
- Hartono, H., Meylovsky, R., & Andry, J. F. (2020). Arsitektur Enterprise Pada Bmkg Dengan Framework Togaf Adm. *Infotech: Journal of Technology Information*, 6(2), 63–68. <https://doi.org/10.37365/jti.v6i2.92>
- Karine, D. D., Solahudin, D., & Cholidah, L. I. (2021). Strategi Media Relations Humas BMKG dalam Menjaga Hubungan Dengan Pers. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(November), 201–220.
- Natawidjaja, D. H. (2015). Siklus Mega-Tsunami Di Wilayah Aceh-Andaman Dalam Konteks Sejarah. *Jurnal Riset Geologi Dan Pertambangan*, 25(1), 49. <https://doi.org/10.14203/risetgeotam2015.v25.107>
- Prakasa, A., & Utami, F. D. (2019). Sistem Informasi Radar Cuaca Terintegrasi BMKG. *Journal of Telecommunication, Electronics, and Control Engineering (Jtece)*, 01, 86–96.
- Karine, D. D., Solahudin, D., & Cholidah, L. I. (2021). Strategi Media Relations Humas BMKG dalam Menjaga Hubungan Dengan Pers. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(November), 201–220.
- Mustafa, S. E., & Hamzah, A. (2020). Media sosial: tinjauan terhadap laman jaringan sosial dalam talian tempatan. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 12(2), 37–52. <http://ajba.um.edu.my/index.php/JPM/article/view/32615>
- Abadiningtyas, Dinda Maisie. (2018). *STRATEGI HUMAS CUTLIP AND CENTERKOMISI PEMILIHAN UMUM DENPASAR DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT PADA PILGUB BALI TAHUN 2018*. Undiknas Denpasar: journal.undiknas.ac.id.

Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>

Lutfiyah, M. F. (2017). Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus. Sukabumi: CV. Jejak.

Srisadono, W. (2018). Komunikasi Publik Calon Gubernur Provinsi Jawa Barat 2018 Dalam Membangun Personal Branding Menggunakan Twitter. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2), 213–227.

Arindra, Fairuza. (2024). THE SITUATIONAL CRISIS COMMUNICATION THEORY: STUDI LITERATUR. Universitas Negeri Malang: universitas PGRI adi buana.

Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/2957/1905>

Shinta, Y. A. (2019). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Blitar dalam Program Pemberdayaan Masyarakat. Universitas Negeri Surabaya.

Moleong, L. J. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.