

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @INFOBMKG SEBAGAI MEDIA
PUBLIKASI EDUKASI SIKLON TROPIS DALAM UPAYA
MENGANTISIPASI MISINFORMASI**

Razita Larasati¹, Pudji Muljono², Fahmi Fuad Cholagi³

¹²³Sekolah Vokasi IPB University

Alamat e-mail : (¹razitalaras@gmail.com), (²pudjimuljono@gmail.com),

(³lec_fuadcholagi@apps.ipb.ac.id)

Nomor HP : ¹08558039839, ²081316176464, ³085788881009

ABSTRACT

The development of social media encourages government institutions to utilize it as a public education tool, particularly in disaster contexts prone to misinformation. This study aims to analyze the use of Instagram @infobmkg as a medium for tropical cyclone education and its communication effects. This research employs a qualitative case study approach using interviews, observations, and documentation. The results show that social media management based on context, communication, collaboration, and connection has been implemented optimally. Furthermore, the educational content generates cognitive, affective, and behavioral effects, including increased understanding, emotional reassurance, and behavioral changes in filtering and sharing information. It is concluded that Instagram @infobmkg is effective as an educational medium to anticipate disaster-related misinformation.

Keywords: Misinformation, Social Media, Utilization

ABSTRAK

Perkembangan media sosial mendorong lembaga pemerintah memanfaatkannya sebagai sarana edukasi publik, termasuk dalam konteks kebencanaan yang rentan misinformasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis pemanfaatan Instagram @infobmkg sebagai media edukasi siklon tropis serta efek komunikasi yang ditimbulkan. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial berbasis context, communication, collaboration, dan connection telah berjalan optimal. Selain itu, konten edukasi menimbulkan efek kognitif, afektif, dan behavioral pada audiens, seperti peningkatan pemahaman, rasa tenang, serta perubahan perilaku dalam menyaring dan menyebarkan informasi. Disimpulkan bahwa Instagram @infobmkg efektif sebagai media edukasi dalam mengantisipasi misinformasi kebencanaan.

Kata Kunci: Media Sosial, Misinformasi, Pemanfaatan

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat memperoleh dan mengonsumsi informasi. Media sosial memiliki potensi besar dalam menyebarkan informasi kepada publik eksternal (Khoiri & Palupi 2019). Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai media untuk membangun kepercayaan, memperkuat legitimasi, serta mempererat hubungan antara pemerintah dan masyarakat (Yede & Hamdani 2025). Di antara berbagai *platform* media sosial yang ada, Instagram menjadi salah satu media yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia karena mengedepankan kekuatan visual, narasi singkat, serta fitur interaktif yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pengelola akun dan audiens.

Media sosial berguna untuk menyebarkan edukasi berkaitan dengan kebencanaan seperti siklon tropis. Rendahnya tingkat pemahaman mengenai siklon tropis sering memicu munculnya misinformasi, terutama di media

sosial. Situasi tercermin dari peristiwa banjir dan longsor di Sumatra akibat Siklon Tropis Senyar pada akhir 2025 yang memunculkan hoaks di media sosial, hoaks tersebut kemudian diklarifikasi BMKG melalui Instagram @infobmkg. Hal ini sejalan dengan Damayanti *et al.* (2024) yang menyampaikan bahwa peran suatu lembaga sebagai komunikator menuntut adanya integritas yang tinggi dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat yang berkaitan dengan penyebaran informasi. Seiring pergeseran pola konsumsi informasi ke media sosial, Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) menyesuaikan strategi komunikasinya dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana publikasi dan edukasi. Salah satu *platform* yang digunakan adalah Instagram melalui akun resmi @infobmkg, yang menyajikan konten edukatif terkait siklon tropis.

Pemanfaatan Instagram sebagai media edukasi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi, tetapi juga bagaimana informasi tersebut dikelola dan dikemas agar mudah dipahami serta dipercaya publik. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial menjadi aspek penting. Menurut Chris Heuer (Solis 2010), pengelolaan

media sosial mencakup empat aspek utama, yaitu *context* merujuk pada bagaimana pesan disusun, *communication* berkaitan dengan cara penyampaian pesan serta respons yang diberikan kepada audiens, *collaboration* menekankan adanya kerja sama dan keterlibatan berbagai pihak dalam proses penyebaran informasi, dan *connection* berkaitan dengan upaya membangun hubungan berkelanjutan dan kepercayaan antara pengelola akun dengan pengikutnya. Penerapan keempat aspek tersebut sejalan dengan Theo (2024) yang menyatakan bahwa pengelolaan media sosial yang baik dapat menentukan tercapainya tujuan lembaga.

Pemanfaatan Instagram sebagai media publikasi edukasi juga dapat dikaji melalui efek komunikasi yang ditimbulkan pada audiens. Ruliana & Lestari (2021) menyebutkan bahwa efek komunikasi massa mencakup perubahan psikologis khalayak yang meliputi efek kognitif berkaitan dengan peningkatan pengetahuan audiens, efek afektif berkaitan dengan sikap dan perasaan terhadap pesan yang diterima, serta efek behavioral berkaitan dengan perubahan perilaku setelah menerima informasi.

Rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini berfokus untuk menganalisis pemanfaatan Instagram berdasarkan aspek pengelolaan media sosial, serta mengkaji efek komunikasi yang muncul pada audiens. Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan masyarakat akan informasi dan edukasi yang akurat di tengah maraknya misinformasi kebencanaan, guna mendukung literasi informasi dan penyediaan informasi publik yang kredibel serta edukatif.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif melalui metode studi kasus. Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Pusat Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) yang berlokasi di Jakarta Pusat, dengan waktu pelaksanaan penelitian pada bulan Maret hingga April 2026. Subjek dalam penelitian ini terdiri dari Pranata Humas BMKG serta pengikut aktif akun Instagram @infobmkg. Objek penelitian difokuskan pada konten edukasi siklon tropis yang ada pada Instagram @infobmkg. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri

atas data primer yang diperoleh secara langsung melalui teknik wawancara mendalam dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yang mencakup jurnal ilmiah, *website*, buku referensi, dokumen, serta sumber informasi relevan lainnya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode, yaitu observasi, wawancara mendalam, studi pustaka, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini meliputi tiga tahapan, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pemanfaatan Media Sosial Instagram @infobmkg Sebagai Media Publikasi Edukasi Siklon Tropis dalam Upaya Mengantisipasi Misinformasi

Data yang diperoleh adalah data dari hasil penelitian yang dilakukan pada bulan Maret - April 2025. Data yang didapat adalah dari data hasil wawancara dan juga observasi yang dilakukan kepada MF dan RH sebagai Pranata Humas Badan Meteorologi, Klimatologi dan Geofisika (BMKG). RNS dan AA selaku Pengikut

Instagram @infobmkg. Dalam menganalisis pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh Humas BMKG terhadap Instagram sebagai media publikasi menggunakan teori pengelolaan media sosial dari Christ Heuer (Solis 2010) yang mempunyai empat aspek yaitu *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. sebagai berikut:

Context (Konteks)

Media sosial memungkinkan penyampaian pesan yang cepat, luas, dan interaktif. BMKG memanfaatkan Instagram melalui akun @infobmkg untuk menyampaikan informasi, termasuk edukasi siklon tropis. Edukasi ini penting karena masih rendahnya pemahaman masyarakat, yang berpotensi menimbulkan misinformasi. Berkaitan dengan hal tersebut maka bagaimana suatu instansi membingkai pesan agar sesuai dengan tujuan komunikasi, karakteristik audiens, serta situasi yang sedang berkembang menjadi hal yang penting.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MF selaku Pranata Humas BMKG, pemilihan Instagram sebagai media publikasi edukasi dilatarbelakangi oleh besarnya jumlah pengikut serta karakteristik audiens

yang dinilai relevan dengan tujuan edukasi. MF menyampaikan bahwa Instagram @infobmkg memiliki basis pengikut yang besar, yaitu mencapai 5,9 juta *followers*, dengan mayoritas pengguna berada pada rentang usia remaja hingga dewasa. Kelompok usia tersebut dinilai sudah memiliki kemampuan untuk memahami informasi yang disampaikan serta memiliki kecenderungan tinggi dalam mengakses informasi melalui media sosial dibandingkan media konvensional.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh RH yang menyatakan bahwa Instagram dipilih karena memiliki jumlah audiens yang besar serta format penyajian yang berbasis visual sehingga memudahkan proses edukasi kepada masyarakat. Hal ini sejalan dengan KemenPUPR (2022) yang menyatakan bahwa Instagram memiliki keunggulan berupa *platform* media sosial yang paling banyak digunakan dengan tingkat keaktifan paling tinggi, instagram juga memiliki banyak fitur menarik serta berfokus pada kualitas visual dan video. RH menambahkan bahwa Instagram merupakan *platform* dengan pengikut terbesar kedua setelah X, sehingga memiliki jangkauan luas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan MF, tujuan dipublikasikannya konten edukasi siklon tropis pada Instagram @infobmkg adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat agar tidak mengalami kepanikan, namun tetap memiliki kewaspadaan terhadap potensi bencana. Momentum Siklon Tropis Senyar pada akhir tahun 2025, dimanfaatkan sebagai titik masuk untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap fenomena tersebut, sekaligus untuk memberikan edukasi yang lebih luas melalui Instagram @infobmkg agar masyarakat dapat memahami fenomena tersebut secara lebih baik dan tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang tidak akurat. Hal ini sejalan dengan Papani *et al.* (2025) yang mengatakan bahwa media sosial jika dimaksimalkan penggunaannya dapat bermanfaat dan berkembang menjadi media edukasi publik (*public education*).

Lebih lanjut, berdasarkan wawancara dengan RH, tujuan publikasi konten edukasi tidak hanya sebatas memberikan informasi, tetapi juga mencakup upaya mitigasi dan pelurusan misinformasi yang beredar di masyarakat. Hal ini sejalan dengan

Damayanti *et al.* (2023) yang mengatakan bahwa media sosial digunakan untuk proses penyebaran informasi, memberikan edukasi secara digital berbasiskan *online* kepada masyarakat. Konteks penyusunan pesan terlihat dari upaya Humas BMKG menyederhanakan informasi teknis menjadi bahasa yang lebih humanis dan mudah dipahami. Berdasarkan wawancara dengan MF, hal ini dilakukan agar sesuai dengan karakteristik audiens yang menginginkan informasi cepat, jelas, dan mudah dipahami. RH menjelaskan bahwa selain penyederhanaan bahasa, penggunaan visual menarik juga penting dalam membangun konteks pesan karena membantu pemahaman sekaligus meningkatkan ketertarikan audiens terhadap konten edukasi.

Penyusunan konteks pesan juga didukung oleh adanya perencanaan konten yang sistematis. Berdasarkan hasil wawancara dengan MF, Humas BMKG menyusun *content planning* yang mencakup pembahasan siklon tropis secara menyeluruh. Penentuan waktu publikasi juga menjadi bagian dari pembentukan konteks pesan yaitu ketika perhatian publik terhadap siklon tropis sedang tinggi.

Communication (Komunikasi)

Media sosial menjadi *platform* daring yang mampu mengubah pola komunikasi menjadi lebih interaktif. Oleh karena itu, media sosial dinilai dapat memfasilitasi terjadinya interaksi serta mendukung berbagai aktivitas sosial di dalamnya (Hatta *et al.* 2024). Penting bagi humas pemerintah untuk mengidentifikasi pesan-pesan kunci yang dimaksudkan untuk disampaikan kepada masyarakat melalui media sosial. Menurut Girsang (2020) pengguna media sosial dapat mengidentifikasi gaya visual dan narasi yang unik, menemukan topik yang relevan dengan audiens, dan membuat konten di media sosial menjadi konten yang sukses. Berdasarkan hal tersebut aspek komunikasi ini menjadi hal yang harus diperhatikan, mencakup cara pengemasan pesan, pemilihan bahasa, bentuk konten, gaya komunikasi, penggunaan visual, serta interaksi yang dibangun antara pengelola akun dengan masyarakat.

Berdasarkan wawancara dengan MF, komunikasi edukasi siklon tropis diawali dengan penyederhanaan bahasa teknis menjadi lebih umum dan mudah dipahami. Selain itu, informasi

diringkas agar cepat dipahami, menyesuaikan karakteristik masyarakat digital yang cenderung mengonsumsi informasi secara singkat tanpa menghilangkan substansi utama. RH menegaskan bahwa Humas BMKG bertugas menyederhanakan bahasa teknis dengan memposisikan diri sebagai masyarakat awam. Informasi tidak hanya disajikan sebagai data, tetapi dikembangkan melalui *storytelling* agar lebih menarik dan mudah dipahami. Konten edukasi disusun bertahap, dari definisi, dampak, sejarah hingga mitigasi, sehingga komunikasi menjadi lebih naratif, tidak kaku, dan membantu audiens memahami isu secara komprehensif.

Aspek komunikasi terlihat dari pemilihan format konten di Instagram, seperti video reels dan carousel. RH menjelaskan bahwa format video reels efektif menjangkau audiens luas, termasuk non-pengikut, sedangkan carousel infografis membantu penyajian melalui kombinasi teks dan visual dalam beberapa *slide*. Hal ini sejalan dengan pendapat Fakhruroji *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa pengemasan media yang baik dapat dilakukan melalui berbagai gaya dan bentuk. RH menambahkan bahwa

produksi reels membutuhkan waktu lebih lama, sedangkan carousel lebih cepat sehingga sering digunakan untuk informasi mendesak. Karena itu, keduanya dijalankan secara paralel.

Visualisasi menjadi elemen penting dalam komunikasi. MF menyebutkan bahwa ilustrasi, warna, dan desain membantu memperjelas pesan, sementara RH menambahkan bahwa visual dapat memudahkan pemahaman akan informasi teknis. Penggunaan *voice over* dan *subtitle* juga mendukung inklusivitas. Hal ini menunjukkan BMKG tidak hanya fokus pada isi, tetapi juga pengalaman audiens dalam menerima informasi. Gaya komunikasi disampaikan secara ramah, sederhana, dan tetap serius karena berkaitan dengan isu bencana. MF menegaskan tidak menggunakan pendekatan yang terlalu santai, sementara RH menyebut gaya yang digunakan santai namun tetap santun.

Aspek komunikasi juga terlihat dari interaksi dua arah melalui komentar dan pesan langsung. MF menyebut masyarakat aktif bertanya dan memberi tanggapan, yang dimanfaatkan BMKG untuk membangun *engagement* dan menjawab kebingungan publik. Interaksi juga terjadi melalui *direct*

message, repost, dan penyebaran ke kanal lain, hal ini menunjukkan bahwa komunikasi berkembang menjadi percakapan digital antara lembaga dan masyarakat.

Collaboration (Kolaborasi)

Salah satu cara terbaik untuk meningkatkan penggunaan Instagram lembaga adalah dengan berkolaborasi. Menurut Novianti *et al.* (2020) media sosial adalah media daring yang memungkinkan penggunaanya untuk secara mudah berkolaborasi, serta menciptakan konten melalui berbagai *platform* yang tersedia. Hal ini sejalan dengan Pratidina & Mitha (2023) yang menjelaskan bahwa *platform* media sosial dapat membuka peluang terjadinya kerja sama dalam berbagai bidang, seperti pendidikan, bisnis, dan aktivisme. Pemanfaatan Instagram @infobmkg sebagai media publikasi edukasi siklon tropis menunjukkan bahwa BMKG menerapkan aspek kolaborasi secara nyata, baik melalui kerja sama dengan unit teknis internal maupun dengan lembaga eksternal.

Berdasarkan wawancara dengan MF, penyusunan konten edukasi dilakukan melalui kolaborasi intensif dengan unit teknis meteorologi sebagai penyedia data. Prosesnya

meliputi pengumpulan data, pengolahan menjadi naskah yang komunikatif, serta validasi ulang untuk memastikan kesesuaian dengan kaidah ilmiah. Pernyataan MF didukung oleh RH yang menegaskan bahwa Humas BMKG tidak dapat bekerja sendiri karena keterbatasan pemahaman teknis, sehingga kolaborasi dilakukan secara sistematis untuk menjaga akurasi informasi. Berdasarkan wawancara dengan RH, kolaborasi juga melibatkan pimpinan pada tahap akhir untuk persetujuan sebelum publikasi. Informasi yang diperoleh dari RH menunjukkan bahwa kolaborasi yang dilakukan tidak hanya bersifat horizontal antar tim, tetapi juga melibatkan koordinasi vertikal sebagai bentuk kontrol kualitas konten.



Gambar 1 Postingan Instagram

Kolaborasi juga terlihat dalam bentuk kerja sama eksternal dengan instansi lain. Berdasarkan hasil wawancara dengan MF, Humas

BMKG pernah melakukan kolaborasi postingan Instagram dengan Kementerian Pariwisata dalam menyebarkan informasi terkait siklon tropis. MF menambahkan bahwa kolaborasi tersebut dilakukan atas inisiatif pihak Kementerian Pariwisata yang menilai bahwa informasi dari BMKG memiliki relevansi terhadap sektor pariwisata, khususnya di wilayah yang terdampak siklon tropis. Pernyataan MF diperkuat oleh RH yang menyatakan bahwa kolaborasi tersebut bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, mengingat setiap instansi memiliki basis pengikut yang berbeda-beda.

Kolaborasi juga dilakukan dalam penanganan misinformasi. MF menyebut Humas BMKG bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Digital untuk mengidentifikasi, menandai, dan menurunkan konten hoaks. RH menambahkan koordinasi juga dilakukan Bersama dengan Kominfo dan Diskominfo guna mempercepat penanganan hoaks sekaligus memperkuat penyebaran informasi yang benar.

Connection (Koneksi)

Pemanfaatan Instagram @infobmkg menunjukkan bahwa

BMKG tidak hanya menggunakan media sosial sebagai alat publikasi, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan baik dengan masyarakat. Menurut Abidin & Soegiarto (2021) menjelaskan penggunaan media sosial melalui interaksi adalah pendekatan yang cukup efektif, dengan menyajikan konten yang informatif, organisasi dapat membuat interaksi yang baik dengan publik, yang dapat meningkatkan publikasi dan citra positif. Berkaitan dengan hal tersebut bagaimana suatu instansi membangun, menjaga, dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan audiens menjadi hal yang penting. Aspek ini tidak hanya berfokus pada interaksi sesaat, tetapi juga pada upaya menciptakan kedekatan emosional, kepercayaan, serta loyalitas audiens terhadap akun yang dikelola.

Berdasarkan wawancara dengan MF, hubungan dengan pengikut @infobmkg dibangun melalui respons aktif terhadap komentar. Humas berupaya membalas atau memberi tanda suka sebagai bentuk perhatian, yang berperan dalam meningkatkan *engagement*, menampung masukan, serta

membangun kepercayaan publik. Temuan ini sejalan dengan Ulayya *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa media sosial mendorong inovasi dalam cara layanan publik dan operasi pemerintah dijalankan.

MF menjelaskan bahwa komunikasi juga dilakukan melalui *direct message* dengan dukungan tim *contact center* yang bertugas merespons seluruh pertanyaan. Kepercayaan dibangun dengan menyajikan informasi yang akurat, cepat, dan dapat dipertanggungjawabkan. MF menyebut BMKG konsisten memberikan peringatan dini sejak fase awal siklon hingga berkembang. Pernyataan tersebut didukung oleh RH yang menyampaikan bahwa akurasi data merupakan kunci kepercayaan audiens, dengan tiga unsur utama yaitu kecepatan, akurasi, dan validitas informasi.

Connection diperkuat melalui edukasi yang disampaikan secara berulang. RH menyebut hal ini membantu masyarakat memahami dan mengingat pesan, sementara MF menambahkan bahwa edukasi sebelumnya memudahkan masyarakat membedakan informasi yang benar dan yang hoaks.

Kepercayaan yang terbentuk membuat masyarakat lebih cenderung merujuk akun resmi BMKG sebagai sumber informasi utama. *Connection* juga dibangun melalui ajakan untuk merujuk pada kanal resmi BMKG. RH menyebut penggunaan *call to action* secara konsisten dalam setiap konten, sementara MF menambahkan bahwa penyampaian informasi di berbagai kanal bertujuan memperluas jangkauan sekaligus memperkuat kepercayaan masyarakat.

Indikator keberhasilan dalam membangun *connection* juga dapat dilihat dari respons audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan MF, peningkatan jumlah *share*, *save*, *comment*, *like* menjadi tanda bahwa audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi juga merasa terlibat dan percaya terhadap konten yang disampaikan. Hal ini sejalan dengan KemenPUPR (2022) yang menyatakan bahwa cara mengukur jangkauan keberhasilan konten dilihat dari *likes*, *comment*, *view*, *save*, *share* dan jumlah *followers*. MF menambahkan audiens yang membagikan informasi menunjukkan adanya tingkat kepercayaan yang cukup tinggi terhadap instansi.

Efek Komunikasi dari Pemanfaatan Media Sosial Instagram @infobmkg Sebagai Media Publikasi Edukasi Siklon Tropis

Pemanfaatan Instagram @infobmkg sebagai media edukasi siklon tropis tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga menimbulkan efek komunikasi yang memengaruhi pemahaman, respons, dan tindakan audiens. Dalam komunikasi massa, efek ini menjadi indikator penting keberhasilan pesan, khususnya dalam edukasi publik dan pengendalian misinformasi. Menurut Ruliana & Lestari (2021) efek komunikasi diklasifikasikan menjadi tiga yaitu efek kognitif, efek afektif, dan efek behavioral. Berdasarkan hasil wawancara bersama pengikut Instagram @infobmkg dan observasi di media sosial Instagram @infobmkg, ditemukan bahwa:

Efek Kognitif

Dalam hal ini komentar yang dianalisa adalah dari postingan bulan November 2025 – Maret 2026. Komentar-komentar yang muncul di bawah postingan Instagram bisa memberikan gambaran tentang bagaimana pesan edukasi siklon tropis yang disampaikan oleh BMKG dipahami, diterima, dan diproses oleh

audiens. Efek kognitif dalam komunikasi massa merujuk pada perubahan yang terjadi dalam aspek pengetahuan dan pemahaman audiens setelah menerima pesan yang disampaikan melalui media.

Berdasarkan wawancara dengan RNS menyatakan bahwa sebelum mengikuti @infobmkg, pemahamannya tentang siklon tropis masih terbatas, namun setelah rutin mengakses konten edukasi, pemahamannya meningkat, terutama terkait proses terbentuknya, dampak, sejarah hingga mitigasi siklon tropis. Hal serupa disampaikan AA yang sebelumnya memiliki pemahaman keliru terhadap siklon tropis, namun setelah terpapar konten edukasi, ia memperoleh pengetahuan baru dan mampu memahami dampak dan mitigasi siklon tropis di Indonesia.

RNS juga menambahkan bahwa penggunaan bahasa yang sederhana serta didukung oleh visual seperti infografis membuat informasi lebih mudah dipahami. Hal ini diperkuat oleh pernyataan informan AA yang menyatakan bahwa elemen visual, warna, serta ilustrasi membantu memperjelas informasi yang sebelumnya dianggap kompleks dan sulit untuk di mengerti.



Gambar 2 Komentar Instagram

Berdasarkan observasi pada Instagram @infobmkg, respons audiens di kolom komentar menunjukkan peningkatan pemahaman tentang siklon tropis. Pengguna yang sebelumnya tidak memahami perbedaan bibit siklon menjadi lebih paham, serta yang awalnya hanya mengetahui istilahnya kini memiliki pemahaman yang lebih.



Gambar 3 Komentar Instagram

Berdasarkan observasi pada Instagram @infobmkg, efek kognitif terlihat dari munculnya pertanyaan lanjutan di kolom komentar, seperti dampak siklon di wilayah tertentu,

kondisi cuaca daerah, hingga potensi dampak di wilayah Indonesia lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga mulai berpikir kritis dan mendalami informasi yang disampaikan. Berdasarkan temuan penelitian, konten edukasi siklon tropis di Instagram @infobmkg memberikan efek kognitif berupa peningkatan pengetahuan, pemahaman yang lebih baik, serta munculnya rasa ingin tahu audiens melalui pertanyaan lanjutan.

Efek Afektif

Dalam hal ini komentar yang dianalisa adalah dari postingan bulan November 2025 – Maret 2026. Efek afektif ini berkaitan dengan bagaimana konten yang diunggah BMKG mempengaruhi perasaan, emosi, dan sikap pengikutnya terhadap isu-isu siklon tropis.

Berdasarkan wawancara RNS, menyampaikan konten edukasi dan klarifikasi siklon tropis di Instagram @infobmkg memberikan rasa tenang, karena informasi resmi dianggap lebih kredibel dibanding informasi lain. AA juga menyatakan bahwa pemahaman yang diperoleh dari konten edukasi mengurangi rasa khawatir akibat informasi yang tidak jelas.



Gambar 4 Komentar Instagram

Berdasarkan observasi pada Instagram @infobmkg, respons audiens di kolom komentar menunjukkan efek afektif berupa apresiasi dan perasaan positif terhadap konten edukasi. Hal ini terlihat dari komentar yang berisi ucapan terima kasih dan kepuasan.



Gambar 5 Komentar Instagram

Berdasarkan observasi pada Instagram @infobmkg, efek afektif juga terlihat dari munculnya rasa tenang setelah audiens membaca klarifikasi hoaks. Sebelumnya audiens merasa cemas akibat informasi yang tidak benar, lalu menjadi lebih tenang.

Efek Behavioral

Dalam hal ini komentar yang dianalisa adalah dari postingan bulan November 2025 – Maret 2026. Efek behavioral ini mengacu pada perubahan perilaku atau tindakan yang dapat dipicu oleh interaksi dengan konten yang disampaikan oleh BMKG melalui Instagram.

Berdasarkan wawancara dengan RNS, setelah menerima informasi edukasi dari @infobmkg ia terdorong untuk menyebarkan kembali konten tersebut ke orang lain, terutama melalui grup keluarga dan pertemanan di media sosial. Tindakan ini dilakukan agar orang di sekitarnya turut memahami fenomena siklon tropis. Hal serupa disampaikan AA yang tidak hanya membagikan informasi ke grup keluarga, tetapi juga menyampaikannya secara langsung kepada orang terdekat.

RNS menambahkan bahwa penyebaran informasi ini menjadi bentuk kontribusi dalam meningkatkan kesadaran lingkungan sekitar. RNS menyatakan bahwa setelah memahami dampak siklon tropis, ia terdorong melakukan mitigasi sederhana di lingkungan tempat tinggalnya, seperti kerja bakti untuk memangkas dahan pohon yang

berpotensi membahayakan. Hal ini diperkuat oleh AA yang setelah teredukasi mulai mempelajari jalur evakuasi mandiri jika terjadi bencana.



Gambar 6 Komentar Instagram

Berdasarkan observasi pada Instagram @infobmkg, respons audiens menunjukkan efek behavioral berupa keinginan dan tindakan membagikan informasi kepada orang lain, seperti ke grup keluarga dan teman. Audiens juga secara eksplisit menyatakan telah melakukan *sharing* setelah melihat konten edukasi sebagai bentuk kepedulian, sehingga menunjukkan bahwa konten tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga mendorong penyebaran informasi yang lebih luas.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, Instagram @infobmkg telah dimanfaatkan secara optimal sebagai media edukasi siklon tropis melalui pengelolaan yang mencakup empat

aspek yaitu *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. Humas BMKG mampu menyajikan informasi yang sederhana, visual, interaktif, dan mudah dipahami sehingga berhasil meningkatkan pemahaman, kepercayaan, serta perilaku mitigasi masyarakat terhadap informasi kebencanaan. Konten edukasi ini juga berhasil menimbulkan efek kognitif, afektif, dan behavioral pada audiens, seperti peningkatan pemahaman, rasa tenang, serta perubahan perilaku dalam menyaring dan menyebarkan informasi. Dengan demikian Instagram @infobmkg efektif sebagai media edukasi untuk mengantisipasi misinformasi kebencanaan. Humas BMKG disarankan menjaga konsistensi informasi, mengembangkan konten interaktif, memperluas kolaborasi, dan meningkatkan literasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin KZ, Soegiarto A. (2021). Pemanfaatan instagram sebagai media publikasi subbagian protokol pemerintah kota administrasi Jakarta Timur. *Jurnal Riset Komunikasi*. 12(2):238-252.
- Damayanti A, Delima ID, Suseno A. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan publikasi (Studi deskriptif kualitatif pada akun instagram

- @rumahkimkotatanggerang).
Jurnal PIMKA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media. 6(1):173-190.
- Damayanti S, Riyanto B, Sarungu LM. (2024). Pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi publik pada dinas komunikasi dan informatika Kabupaten Sragen. *SOLIDARITAS*. 8(1):1-10.
- Fakhruroji M, Rustandi R, Busro. (2020). Bahasa agama di media sosial: analisis framing pada media sosial "islam populer". *Jurnal Bimas Islam*. 13(2):203-234.
- Girsang CN. (2020). Pemanfaatan micro-influencer pada media sosial sebagai strategi public relations di era digital. *Ultimacomm*. 12(2):206-225.
- Hatta H, Nurjayanti N, Ulhaq MZ. (2024). Pemanfaatan instagram sebagai media informasi pengurus himpunan pelajar mahasiswa Massenrempulu Komisariat Uin Alauddin Makassar. *MITZAL*. 9(2):170-184.
- Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. (2022). *Panduan Pengelolaan Media Sosial di Lingkungan Kementerian PUPR*. Jakarta: Biro Komunikasi Publik Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat.
- Khoiri AF, Palupi R. (2019). Pemanfaatan media sosial Kotamadya Jakarta Utara sebagai media publikasi kepada publik eksternal. *Syntax Idea*. 1(6):16-28.
- Novianti E, Nugraha AR, Komalasari L, Komariah K, Rejeki DS. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi program pemerintah (studi kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Al Munir*. 11(1): 48-59.
- Papani YP, Komaruddin, Setiawan MA. (2025). Penggunaan media sosial sebagai media komunikasi publik Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan. *JTIK*. 16(1):90-99.
- Pratidina ND, Mitha J. (2023). Dampak penggunaan media sosial terhadap interaksi sosial masyarakat: studi literature. *JIUBJ*. 23(1):810-815.
- Ruliana P, Lestari P. (2021). *Teori Komunikasi*. Depok: RajaGrafindo Persada
- Solis B. (2010). *Engage! The Complete Guide for Brands dan Bussiness to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Theo I. (2024). Strategi komunikasi humas Pku Muhammadiyah Bantul dalam pengelolaan media sosial Komunikasi instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*. 9(4):1003-1016.
- Ulayya KN, Priharsari D, Perdanakusuma AR. (2022). Pemanfaatan media sosial untuk pemerintahan bagaimana dinas-dinas pemerintah kota menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan masyarakat. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. 6(5):2064-2071.
- Yede GF, Hamdani TC. (2025). Pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi program dinas sosial kota Bogor. *All Fields of Science J-LAS*. 5(2):225-231.