

Adopsi dan Kehadiran Media Sosial Untuk Penanggulangan Bencana

(Studi Pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Tingkat Provinsi di Indonesia)

Uuf Brajawidagda¹, Metta Santiputri²

^{1,2}Jurusan Teknik Informatika, Politeknik Negeri Batam, Indonesia

¹uuf@polibatam.ac.id, ²metta@polibatam.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Received 2025-07-14

Revised 2026-02-06

Accepted 2026-02-08

Corresponding Author:

Uuf Brajawidagda

Email: uuf@polibatam.ac.id



This is an open access article under the [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.

Abstract – Organizations need to adopt and actively use social media to leverage resources with the public through social media, thereby improving performance in achieving organizational goals. Although studies have been conducted on active public participation through social media in disaster management activities by national disaster agencies in Indonesia, there is still a lack of comprehensive understanding of the level of social media adoption and use by provincial disaster agencies. To address this gap in the literature, we analyzed the adoption and social media presence of provincial-level disaster management agencies (BPBD) across Indonesia. The results of the study based on 33 websites and social media accounts of provincial-level Regional Disaster Management Agency (BPBD)s in Indonesia revealed low levels of social media adoption, with 23 BPBDs in the Initiation Stage, 23 in the Coordination and Evaluation Stage, and none in the Institutionalization Stage. Meanwhile, social media presence varies, both in terms of the platforms used and the level of activity and interaction with the public.

Keywords: Adoption Stages, Disaster Management; Disaster; Government Social Media.

Abstrak – Organisasi perlu mengadopsi dan aktif menggunakan media sosial agar dapat memanfaatkan sumber daya masyarakat melalui media sosial sehingga dapat meningkatkan kinerja dalam mencapai tujuan organisasi. Walaupun studi mengenai partisipasi aktif masyarakat melalui media sosial dalam kegiatan penanggulangan bencana oleh lembaga kebencanaan tingkat nasional di Indonesia telah dilakukan, namun belum ada pemahaman menyeluruh mengenai tingkat adopsi dan penggunaan media sosial oleh lembaga kebencanaan tingkat provinsi. Untuk mengisi celah literatur tersebut, dianalisis tahapan adopsi dan kehadiran di media sosial BPBD tingkat provinsi di seluruh Indonesia. Hasil studi terhadap website dan akun media sosial 33 BPBD tingkat provinsi di Indonesia menunjukkan tahap adopsi media sosial yang rendah, ditandai dengan 23 BPBD berada di Tahap Inisiasi, 23 BPBD di Tahap Koordinasi dan Evaluasi, dan tidak ada BPBD yang telah berada di Tahap Insitusionalisasi. Sementara itu, tingkat kehadiran di media social bervariasi, baik platform yang digunakan maupun tingkat keaktifan dan interaksi dengan masyarakat.

Kata Kunci: Bencana, Media Sosial Pemerintah, Penanggulangan Bencana, Tahapan Adopsi

I. PENDAHULUAN

Adopsi dan kehadiran media sosial, yaitu aplikasi-aplikasi berbasis internet yang berbasis pada teknologi Web 2.0 yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran *user generated content* (UGC) [1], oleh berbagai lembaga penanganan bencana di berbagai negara telah mendatangkan banyak manfaat dalam meningkatkan kinerja organisasi. Beberapa manfaat kehadiran dan penggunaan media sosial pada situasi bencana adalah: kecepatan penyebaran informasi dini bencana, peningkatan kecepatan koordinasi antar lembaga penanganan bencana, peningkatan efektivitas pengelolaan pengetahuan dalam penanganan bencana, peningkatan kepedulian masyarakat terhadap resiko bencana dan terutama pelibatan berbagai pihak [2] [3] [4] [5] [6] [7].

Pelibatan banyak pihak dalam penanganan bencana adalah sebuah keniscayaan karena bencana sulit diprediksi kedatangannya, biasanya (atau selalu) berskala besar dan dampaknya membutuhkan penanganan lintas sektor serta partisipasi masyarakat. Untuk itu, lembaga penanganan bencana terus berupaya meningkatkan kehadirannya di berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, sehingga dapat melibatkan dan meningkatkan partisipasi berbagai pihak, terutama masyarakat, dalam upaya penanggulangan bencana.

Di Indonesia, media sosial telah diadopsi dan digunakan oleh individu dan banyak organisasi pemerintah, termasuk lembaga penanganan bencana, untuk berbagai macam keperluan seperti pertemanan, politik, hubungan masyarakat dan tentu saja kebencanaan. Indonesia termasuk di antara negara-negara dengan jumlah pengguna media sosial terbanyak di dunia. Paling tidak, hasil studi oleh sebuah lembaga riset di Prancis menunjukkan bahwa pada tahun 2012 Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah pengguna Twitter nomor 4 di dunia dengan Jakarta dan Bandung termasuk dalam 10 kota paling riuh di Twitter [8].

Dengan jumlah pengguna yang besar dan tingkat penggunaan yang intensif tersebut, lembaga penanganan bencana di Indonesia dapat memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, terutama dalam hal penanggulangan bencana. Beberapa studi terdahulu mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial oleh lembaga

terkait penanganan bencana di Indonesia bermanfaat bagi organisasi. Misalnya, penggunaan Twitter oleh Badan Meteorologi, Klimatologi dan Geofisika (BMKG) untuk penyebaran informasi dini tsunami pada saat gempa Sumatra 11 April 2012 telah terbukti dapat menjangkau publik dalam rentang waktu yang dapat diterima [3] [5] [9]. Jangkauan ini dapat dicapai melalui mekanisme *retweet* (mempublikasikan kembali atau melanjutkan) yang dilakukan oleh pengikut BMKG di Twitter. Artinya, melalui mekanisme *retweet*, atau mekanisme pertukaran informasi lain yang sejenis, masyarakat bisa turut berpartisipasi dalam meningkatkan efektivitas dan kualitas pelayanan publik melalui media sosial. Tantangannya adalah bagaimana lembaga kebencanaan mampu untuk mengajak masyarakat untuk berpartisipasi melalui media sosial. Untuk dapat mengajak masyarakat berpartisipasi dalam hal kebencanaan di media sosial, lembaga kebencanaan terlebih dahulu harus hadir dan aktif di media sosial untuk melibatkan masyarakat. Bahkan, penggunaan media sosial pada situasi bencana/darurat di Indonesia mulai dilaporkan pada tahun 2010 saat letusan Gunung Merapi di perbatasan Jawa Tengah dan Yogyakarta [15]. Pada waktu itu media sosial digunakan bersama-sama dengan radio komunitas dan media komunikasi lain untuk menggalang dan mengelola logistik bagi pengungsi korban letusan gunung tersebut. Penggunaan media sosial oleh lembaga penanganan bencana di Indonesia yang pertama kali dilaporkan adalah pada saat gempa 25 Oktober 2010 di Mentawai oleh BMKG [9]. Sesudahnya, BMKG juga dilaporkan menggunakan media sosial, dalam hal ini Twitter, sebagai media penyebaran peringatan dini tsunami pada saat gempa 5 September 2011 di Singkil dan 11 April 2012 di Simeulue [3][9].

Undang-Undang nomor 24 tahun 2007 (UU 24/2007) mengamanatkan pembentukan lembaga penanganan bencana di tingkat pemerintah pusat maupun daerah, baik di tingkat provinsi atau kabupaten/kota. Lembaga di tingkat pusat disebut sebagai Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), sedangkan di tingkat daerah disebut sebagai Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD). BNPB menggunakan media sosial untuk keperluan peningkatan kepedulian terhadap bencana pada waktu bencana letusan Gunung Sinabung 2014 [17]. Penggunaan Twitter oleh BPBD Jakarta dilaporkan pada saat bencana banjir Jakarta pada tahun 2014 [19]. BPBD Jakarta juga dilaporkan menggunakan Petajakarta, sebuah sistem berbasis informasi geolokasi Twitter, untuk keperluan penanganan banjir pada tahun 2014 [20]. Pada situasi darurat yang tidak terkait bencana alam, Badan SAR Nasional (Basarnas) dilaporkan menggunakan media sosial pada saat penanganan kecelakaan pesawat AirAsia QZ8501 [18]. Demikian juga Kepolisian Daerah (Polda) Metro Jaya aktif menggunakan media sosial pada saat penanganan serangan teror Jakarta pada tahun 2016 [21].

Di antara studi-studi tentang penggunaan media sosial oleh lembaga penanganan bencana tersebut, hanya 2 yang berada di tingkat daerah (BPBD Jakarta dan Polda Metro Jaya) dengan sisanya berada di tingkat pusat (BMKG, BNPB dan Basarnas). Jika diperhatikan lebih lanjut, organisasi-organisasi yang disebut pada studi berlokasi di Jakarta. Lebih spesifik, belum ada publikasi terkait penggunaan media sosial oleh lembaga kebencanaan di tingkat daerah, baik provinsi ataupun kota/kabupaten, di luar Jakarta. Studi ini ingin mengisi kekosongan literatur tersebut dengan menganalisis adopsi dan penggunaan media sosial di seluruh BPBD tingkat provinsi.

Tulisan ini adalah studi awal untuk mengetahui sejauh mana adopsi dan kehadiran BPBD tingkat provinsi di Indonesia di media sosial. Untuk memenuhi tujuan tersebut, tulisan ini menganalisis website serta kehadiran 33 BPBD tingkat provinsi di Indonesia di berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, YouTube dan Instagram. Analisis terhadap data dilakukan berdasar tiga tahap adopsi media sosial di lembaga pemerintah: Inisialisasi, Koordinasi dan Evaluasi dan Institusionalisasi. Kehadiran diukur dengan beberapa statistik dasar yang tersedia di platform media sosial. Tulisan ini diharapkan dapat berkontribusi untuk menambah pemahaman tentang tingkat kehadiran BPBD tingkat provinsi di Indonesia di media sosial serta sejauh mana tahap adopsi media sosial yang telah dilakukan. Tulisan ini juga diharapkan menjadi pertimbangan bagi para pengambil kebijakan, terutama BNPB, BPBD dan pemerintah daerah terkait peningkatan kinerja organisasi melalui pemanfaatan media sosial.

Tulisan ini disusun dalam 4 bagian, dimulai dari Bagian I Pendahuluan dan diakhiri Bagian IV Simpulan. Bagian II Metode menjelaskan mengenai sumber data, pengambilan data, dan bagaimana data tersebut dianalisis. Bab III Hasil dan Pembahasan menyajikan data yang diperoleh dari kegiatan observasi. Bab IV Simpulan yang juga menyertakan keterbatasan studi ini sekaligus agenda studi berikutnya.

II. METODE

A. Sumber Data

Tulisan ini adalah studi awal untuk mengetahui sejauh mana adopsi dan kehadiran BPBD tingkat provinsi di Indonesia di media sosial. Untuk memenuhi tujuan tersebut studi ini menganalisis data yang tercantum di website dan akun media sosial BPBD tingkat provinsi di Indonesia. Observasi data dilakukan pada tanggal 5-6 September 2016. Periode observasi ini cukup relevan karena jejak adopsi media sosial oleh lembaga penanggulangan bencana di Indonesia telah ada sejak tahun 2010. Selain itu, analisis terhadap data di website dan akun media sosial banyak digunakan pada penelitian-penelitian serupa, yang mengamati penggunaan media sosial di organisasi pemerintah [10][11].

B. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengetahui tahapan adopsi media sosial oleh BPBD tingkat provinsi di Indonesia, pertama, studi ini mengecek website BNPB (<http://bnpb.go.id/>) guna mengetahui daftar resmi BPBD tingkat provinsi. Data yang tersedia di BNPB meliputi dasar hukum, alamat, telepon, faksimili, email dan website BPBD tingkat provinsi. Berdasarkan data nasional tersebut, penelusuran alamat website BPBD dilakukan. Untuk alamat website yang masih terafiliasi di website blog, dilakukan pencarian ulang menggunakan mesin pencarian Google. Kata kunci yang digunakan adalah kombinasi BPBD dan nama provinsi, seperti “BPBD Sulut” atau “BPBD Sulawesi Utara”. Kombinasi pencarian ini perlu dilakukan karena konsistensi data masih bervariasi. Sebagai contoh, alamat website BPBD Sumatera Barat yang tercantum di website BNPB adalah <http://bpbprovsumbar.blogspot.com.au/> sedangkan hasil pencarian ulang menghasilkan alamat <http://bpbprovsumbar.go.id/>. Alamat website BPBD provinsi yang terafiliasi di domain go.id tentu lebih kredibel daripada yang terafiliasi di blogspot.

Kedua, dilakukan analisis terhadap adanya tautan ke akun media sosial di masing-masing website BPBD provinsi. Pemeriksaan apakah tautan-tautan tersebut terhubung dengan akun media sosial organisasi perlu dilakukan. Cara lain juga dilakukan, yaitu melakukan pengecekan keberadaan akun media sosial BPBD tingkat provinsi dengan menggunakan mesin pencarian Google. Platform media sosial yang dianalisis adalah Facebook, Twitter, YouTube dan Instagram. Keempat platform ini dipilih karena keempat platform tersebut adalah platform populer pada saat studi dilakukan. Untuk akun-akun yang ditemukan, namun tidak bisa diverifikasi melalui keberadaan tautan resmi ke website, dilakukan pemeriksaan konten/muatan yang diunggah di media sosial untuk memastikan bahwa akun-akun tersebut memang terasosiasi dengan BPBD tertentu. Pemeriksaan diantaranya meliputi keberadaan berita terkait organisasi atau bencana di wilayah yang bersangkutan.

C. Teknik Analisis

Berdasarkan informasi-informasi yang ada di website dan media sosial, dilakukan analisis penentuan tahapan adopsi media sosial. Studi ini mengadopsi 3 tahapan adopsi yang diusulkan oleh Mergel dan Bretschneider [27] dengan sedikit modifikasi berdasarkan usulan Pierce & Delbecq [26] yaitu: Tahap 1 Inisiasi, Tahap 2 Koordinasi dan Evaluasi, dan Tahap 3 Institusionalisasi [23] [27]. Tiga tahapan ini dipilih karena disertai beberapa atribut ukuran menjelaskan sejauh mana media sosial telah diadopsi oleh sebuah organisasi, lebih lengkap dibandingkan model tahapan adopsi lain seperti pre dan post adoption [24], ataupun model tahapan inisiasi, adopsi dan implementasi [25] [26] [23][22].

Tahap 1 Inisiasi, adalah tahap awal adopsi di mana individu anggota organisasi yang memiliki pengalaman dalam penggunaan media sosial bereksperimen membuat akun media sosial dan mengelola akun tersebut atas nama organisasi. Individu-individu ini berperan sebagai agen masuknya sebuah teknologi ke dalam organisasi. Tahap inisiasi ini bersifat sukarela, eksperimen dan informal. Sukarela karena tidak ada perintah dari atasan atau organisasi. Eksperimen karena masih dalam tahap eksplorasi tanpa informasi yang lengkap mengenai konsekuensi dari penggunaan media sosial. Informal karena karena pengelolaan media sosial tidak termasuk dalam pekerjaan yang terkait dengan struktur tertentu dalam organisasi. Karena itu, di sebuah organisasi mungkin terdapat beberapa inisiasi sejenis. Hal ini dimungkinkan karena mekanisme verifikasi pendaftaran akun media sosial jauh lebih longgar dibandingkan dengan pendaftaran domain internet misalnya. Beragamnya platform yang tersedia di media sosial semakin memperbesar kemungkinan duplikasi inisiasi ini. Lebih jauh lagi, akun media sosial dalam tahap ini biasanya tidak tertaut pada website resmi organisasi.

Tahap 2 Koordinasi dan Evaluasi, adalah tahap dimana organisasi mulai mengakui keberadaan akun media sosial dan sedang dalam proses evaluasi untuk menentukan keberlangsungan pengelolaan akun-akun tersebut. Ciri utama dari tahap ini adalah adanya campur tangan organisasi dalam pengelolaan media sosial oleh individu-individu walaupun organisasi belum menyediakan sumber daya untuk pengelolaan. Pimpinan atau organisasi memantau informasi yang ditampilkan di akun media sosial yang mengatasnamakan organisasi. Organisasi juga mulai membandingkan pengelolaan antar akun-akun media sosialnya dan juga dengan dengan pengelolaan media sosial organisasi lain. Pada akhirnya, organisasi akan melakukan evaluasi keberadaan akun-akun media sosial berdasarkan manfaat, platform yang digunakan, kebutuhan sumber daya, kesesuaian dengan tujuan organisasi dan pertimbangan lainnya. Konsolidasi akhir akan berujung pada keputusan terminasi/keberlanjutan akun-akun media sosial yang ada.

Tahap 3 Institusionalisasi, adalah tahap dimana pengelolaan media sosial sepenuhnya termasuk dalam lingkup pekerjaan organisasi. Ciri dari tahapan ini adalah adanya sumber daya untuk pengelolaan media sosial bagi organisasi dan seperangkat aturan menyangkut tata-kelola. Sumber daya dapat berupa anggaran, sumber daya manusia, peralatan dan lain sebagainya. Aturan menyangkut tata kelola ini dapat berupa strategi, kebijakan, prosedur ataupun panduan penggunaan media sosial yang mengatur hubungan antar sumber daya untuk pencapaian tujuan penggunaan media sosial oleh organisasi. Aturan menyangkut tata-kelola ini dapat dibuat secara khusus untuk pengelolaan media sosial ataupun tercantum dalam aturan-aturan yang sudah ada, misalnya aturan tentang humas, aturan tentang informasi publik, aturan tentang pengelolaan website dan sebagainya. Contoh aturan menyangkut tata kelola ini antara lain tentang bagaimana prosedur pembuatan akun media sosial baru bagi organisasi, aturan tentang pembagian wewenang operator maupun manajerial, klasifikasi informasi yang dapat secara bebas dibagikan ataupun bersifat rahasia, aturan tentang merespon informasi darurat dan aturan terkait lainnya.

Untuk studi ini, Tahap Inisiasi dicirikan adanya akun media sosial namun tidak tertaut ke website resmi. Tahap Koordinasi dan Evaluasi dicirikan adanya tautan menuju akun media sosial di website resmi dan masih adanya preferensi pribadi pada konten media sosial. Keberadaan preferensi pribadi diperiksa pada saat pengecekan konten untuk periode Agustus-September 2016. Tahap Inisialisasi dicirikan dengan adanya tautan menuju akun media sosial di website resmi, tidak adanya preferensi pribadi pada konten media sosial dan adanya aturan terkait penggunaan media sosial di website. Karena itu pada tahap ini juga dianalisis adanya informasi mengenai peraturan terkait penggunaan media sosial. Karena keterbatasan media observasi, studi awal ini tidak menggunakan faktor alokasi sumber daya organisasi ke dalam analisis.

Untuk mengetahui kehadiran BPBD tingkat provinsi di media sosial, metrik dasar media sosial di empat platform: Facebook, Twitter, YouTube dan Instagram juga dicatat. Jumlah *Friends*, *Followers* ataupun *Likes* di Facebook. *Friends* adalah jumlah teman di Facebook. *Followers* adalah Friends yang menerima informasi secara otomatis. *Likes* adalah jumlah penyuka sebuah *page* yang juga penerima informasi yang diposting oleh sebuah *page*. Di Twitter, jumlah *tweets*, *following* dan *followers* dicatat. Jumlah *tweet* adalah jumlah informasi, tanggapan ataupun informasi yang diteruskan. *Following* menunjukkan jumlah akun lain yang beritanya diikuti oleh sebuah akun. *Followers* menunjukkan jumlah akun lain yang memperoleh informasi yang dibuat ataupun diteruskan. Informasi yang dikumpulkan di YouTube adalah *upload*, *created playlists*, *liked video* dan *subscriptions*. *Upload* adalah jumlah video yang diunggah. *Created playlists* adalah jumlah daftar video yang dibuat. *Liked video* adalah video yang disukai. Terakhir, *subscriptions* adalah jumlah pelanggan video yang diupload oleh organisasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Website dan Akun Media Sosial

Hasil observasi terhadap website BPBD provinsi disajikan di Tabel 1. Secara umum, dari jumlah keseluruhan 33 BPBD tingkat provinsi di Indonesia tidak ditemukan keberadaan website 12 BPBD tingkat provinsi, yaitu BPBD Jambi, BPBD Kepulauan Riau, BPBD Lampung, BPBD Nusa Tenggara Barat, BPBD Nusa Tenggara Timur, BPBD Kalimantan Tengah, BPBD Sulawesi Tenggara, BPBD Gorontalo, BPBD Sulawesi Barat, BPBD Maluku, BPBD Maluku Utara dan BPBD Papua. Jumlah ini mencakup 36% dari keseluruhan BPBD tingkat provinsi. Hal ini juga cukup mengejutkan mengingat seluruh BPBD tersebut didirikan antara tahun 2008-2010. Dari 21 BPBD yang memiliki website, selanjutnya dilakukan penelusuran keberadaan tautan menuju akun media sosial di website. Terdapat 3 website yang tidak dapat dijangkau, yaitu website BPBD Sumatera Utara, BPBD Sulawesi Tengah dan BPBD Sulawesi Selatan. Untuk itu, hanya 18 website (atau 54.5%) yang selanjutnya dianalisis lebih lanjut.

Dari 18 website yang diamati, website BPBD Riau tidak menyediakan tautan ke media sosial. 7 website menyediakan ikon media sosial yang tidak merujuk ke tautan apapun, yaitu website BPBD Aceh, BPBD Sumatera Barat, BPBD Sumatera Selatan, BPBD Jawa Barat, BPBD Daerah Istimewa Yogyakarta, BPBD Bali dan BPBD Kalimantan Barat. Sementara itu 2 website menyediakan ikon yang merujuk pada tautan untuk berbagi isi website, yaitu BPBD Bengkulu dan BPBD Banten. Terakhir, hanya ada 8 website yang menyediakan tautan ke akun media sosial, yaitu BPBD Kepulauan Bangka Belitung, BPBD DKI Jakarta, BPBD Jawa Tengah, BPBD Jawa Timur, BPBD Kalimantan Selatan, BPBD Kalimantan Timur, BPBD Sulawesi Utara dan BPBD Papua Barat. 8 Website tersebut memiliki tautan ke Facebook. Sebagai catatan, tautan Facebook BPBD Papua Barat merujuk ke akun Facebook instansi lain. 7 Website menyediakan tautan ke Twitter. Tautan ke YouTube hanya disediakan oleh 2 website. Di antara 8 website tersebut, website BPBD Jawa Tengah menyediakan tautan ke empat platform media sosial, yaitu Facebook, Twitter, YouTube dan Instagram.

TABEL 1
 DAFTAR ALAMAT WEBSITE DAN KEBERADAAN TAUTAN KE AKUN MEDIA SOSIAL

No	BPBD Provinsi	Tahun Pembentukan BPBD	Website	Keterangan
1	Aceh	2010	http://bpba.acehprov.go.id/	Ada ikon Facebook, Twitter dan RSS tetapi tautan tidak terhubung
2	Sumatera Utara	2009	http://bpbid.sumutprov.go.id/	Website tidak dapat dijangkau
3	Sumatera Barat	2009	http://bpbid.sumbarprov.go.id/	Ada ikon Facebook, Twitter dan Google+ tetapi tautan tidak terhubung
4	Riau	2010	http://bpbid.riau.go.id/	Tidak ada tautan ke media sosial
5	Jambi	2009	-	Website tidak ditemukan
6	Sumatera Selatan	2009	http://bpbid.sumselprov.go.id/	Ada ikon Facebook, Twitter dan YouTube tetapi tautan tidak terhubung
7	Bengkulu	2011	http://bpbid.bengkuluprov.go.id/	Ada ikon untuk berbagi website ke Facebook dan Twitter
8	Lampung	2009	-	Website tidak ditemukan
9	Kepulauan Bangka Belitung	2010	http://bpbid.babelprov.go.id/	Ada tautan ke akun media sosial di Facebook, Twitter dan YouTube

No	BPBD Provinsi	Tahun Pembentukan BPBD	Website	Keterangan
10	Kepulauan Riau	2010	-	Website tidak ditemukan
11	DKI Jakarta	2011	http://bpbj.jakarta.go.id/	Ada tautan ke akun media sosial di Facebook dan Twitter
12	Jawa Barat	2009	http://bpbj.jabarprov.go.id/	Ada ikon Facebook, Twitter, Google+, Instagram dan YouTube tetapi tautan tidak terhubung
13	Jawa Tengah	2008	http://bpbj.jateng.info/	Ada tautan ke akun media sosial di Facebook, Twitter, YouTube dan Instagram
14	Daerah Istimewa Yogyakarta	2010	http://bpbj.jogjaprov.go.id/	Ada ikon Facebook, Twitter dan YouTube tetapi tautan tidak terhubung
15	Jawa Timur	2009	http://bpbj.jatimprov.go.id/	Ada tautan ke akun media sosial di Facebook dan Twitter
16	Banten	2010	http://bpbj.bantenprov.go.id/	Ada ikon untuk berbagi website ke Facebook, Twitter dan Google+
17	Bali	2011	http://balisafety.baliprov.go.id/	Ada ikon Facebook, Twitter dan RSS tetapi tautan tidak terhubung
18	Nusa Tenggara Barat	2009	-	Website tidak ditemukan
19	Nusa Tenggara Timur	2008	-	Website tidak ditemukan
20	Kalimantan Barat	2010	http://www.bpbdkalbar.info/	Ada ikon Facebook, Twitter dan Google+ tetapi tautan tidak terhubung
21	Kalimantan Tengah	2009	-	Website tidak ditemukan
22	Kalimantan Selatan	2009	http://www.bpbdkalselprov.info/	Ada tautan ke akun media sosial di Facebook dan Twitter
23	Kalimantan Timur	2009	http://bpbdkaltim.com/	Ada tautan ke akun media sosial di Facebook dan Twitter
24	Sulawesi Utara	2008	http://bpbj.sulutprov.go.id/	Ada tautan ke akun media sosial di Facebook
25	Sulawesi Tengah	2009	http://bpbj.sultengprov.go.id/	Website tidak dapat dijangkau
26	Sulawesi Selatan	2009	http://bpbj.sulselprov.go.id/	Website tidak dapat dijangkau
27	Sulawesi Tenggara	2009	-	Website tidak ditemukan
28	Gorontalo	2009	-	Website tidak ditemukan
29	Sulawesi Barat	2010	-	Website tidak ditemukan
30	Maluku	2011	-	Website tidak ditemukan
31	Maluku Utara	2011	-	Website tidak ditemukan
32	Papua Barat	2009	http://bpbj.papua Barat.com/	Ada tautan ke akun media sosial di Twitter dan Facebook.
33	Papua	2010	-	Website tidak ditemukan








Penelusuran keberadaan akun media sosial BPBD tingkat provinsi dilakukan dengan menggunakan mesin pencarian Google. Hasil pencarian media sosial tersebut disajikan di Tabel 2. Tabel 2 juga menyajikan informasi mengenai resume observasi Tabel 2 dan keberadaan aturan tata kelola di website. Karena itu, Tabel 3 berguna untuk menginterpretasikan tahapan adopsi sebuah BPBD tingkat provinsi. Satu hal yang belum tercantum di Tabel 3 untuk keperluan interpretasi tahapan adopsi adalah keberadaan analisis terhadap adanya preferensi pribadi. Keberadaan preferensi pribadi akan disajikan pada sub bab berikutnya yang membahas kehadiran di media sosial.

Seperti disajikan di Tabel 2, ditemukan akun media sosial untuk dua BPBD, yaitu BPBD Aceh dan BPBD Papua. Dari 12 BPBD yang websitenya tidak ditemukan, 11 di antaranya, kecuali BPBD Papua, memiliki akun media sosial. BPBD Jambi, BPBD Lampung, BPBD Kepulauan Riau, BPBD Nusa Tenggara Barat, BPBD Nusa Tenggara Timur, BPBD Kalimantan Tengah, BPBD Sulawesi Tenggara, BPBD Gorontalo, BPBD Sulawesi Barat, BPBD Maluku dan BPBD Maluku Utara hadir di Facebook, Twitter maupun YouTube. Tiga BPBD yang websitenya tidak dapat dijangkau, yaitu BPBD Sumatera Utara, BPBD Sulawesi Tengah dan BPBD Sulawesi Selatan juga hadir di Facebook atau Twitter. Dari 7 website menyediakan ikon media sosial yang tidak merujuk ke tautan apapun (kecuali BPBD Aceh), yaitu BPBD Sumatera Barat, BPBD Sumatera Selatan, BPBD Jawa Barat, BPBD Daerah Istimewa Yogyakarta, BPBD Bali dan BPBD Kalimantan Barat ternyata hadir di Facebook, Twitter, YouTube, ataupun Instagram. Demikian juga BPBD Riau yang tidak menyediakan tautan ke media sosial ternyata hadir di Facebook dan Instagram.

Dari 8 BPBD yang memiliki tautan ke akun media sosial, ditemukan akun media sosial yang tidak tertaut di website untuk 4 BPBD berikut: BPBD DKI Jakarta, BPBD Jawa Timur, BPBD Kalimantan Selatan dan BPBD Kalimantan Timur. BPBD tersebut tidak menyediakan tautan untuk akun media sosial di YouTube ataupun Instagram. Terhadap 8 BPBD tersebut dilakukan pencarian keberadaan aturan terkait tata kelola media sosial, ataupun bisa diadopsi untuk pengelolaan media sosial. Secara umum, tidak ditemukan keberadaan aturan yang secara khusus mengatur pengelolaan media sosial organisasi. BPBD DKI Jakarta dan BPBD Jawa Tengah memiliki peraturan yang

dapat diadopsi untuk pengelolaan media sosial, yaitu aturan tentang layanan 112 di BPBD DKI Jakarta dan aturan tentang klasifikasi informasi di BPBD Jawa Tengah. Namun demikian tidak ada penjelasan eksplisit mengenai relevansi keduanya terhadap pengelolaan media sosial.

TABEL 2
 RINGKASAN ATRIBUT TAHAPAN ADOPSI MEDIA SOSIAL

No	BPBD Provinsi	Akun media sosial <u>tidak</u> tertaut ke website				Akun media sosial tertaut ke website				Keberadaan aturan terkait tata kelola media sosial di website
										
1	Aceh									
2	Sumatera Utara	✓								
3	Sumatera Barat		✓							
4	Riau	✓			✓					
5	Jambi	✓	✓		✓					
6	Sumatera Selatan	✓	✓							
7	Bengkulu	✓	✓							
8	Lampung		✓							
9	Kepulauan Bangka Belitung					✓	✓	✓		Ada tautan ke peraturan, namun tidak ada yang terkait pengelolaan media sosial
10	Kepulauan Riau	✓	✓							
11	DKI Jakarta			✓	✓	✓	✓			Ada aturan tentang layanan 112 yang mungkin diadopsi untuk pengelolaan media sosial
12	Jawa Barat	✓	✓	✓						
13	Jawa Tengah					✓	✓	✓	✓	Ada aturan tentang klasifikasi informasi yang mungkin diadopsi untuk pengelolaan media sosial
14	Daerah Istimewa Yogyakarta	✓	✓		✓					
15	Jawa Timur			✓	✓	✓	✓			Ada tautan ke peraturan, namun diindikasikan tidak aman
16	Banten	✓								
17	Bali	✓	✓							
18	Nusa Tenggara Barat	✓								
19	Nusa Tenggara Timur	✓	✓							
20	Kalimantan Barat	✓		✓						
21	Kalimantan Tengah	✓								
22	Kalimantan Selatan				✓	✓	✓			Ada tautan ke peraturan, namun tidak ada yang terkait pengelolaan media sosial
23	Kalimantan Timur			✓		✓	✓			Ada tautan ke peraturan, namun tidak ada yang terkait pengelolaan media sosial
24	Sulawesi Utara					✓				Ada tautan ke peraturan, namun tidak ada yang terkait pengelolaan media sosial
25	Sulawesi Tengah	✓								
26	Sulawesi Selatan	✓	✓							
27	Sulawesi Tenggara	✓								
28	Gorontalo	✓	✓							
29	Sulawesi Barat	✓								
30	Maluku	✓								
31	Maluku Utara	✓								
32	Papua Barat							✓		
33	Papua			✓		✓	✓			

B. Kehadiran di Media Sosial

Hasil pengamatan terhadap kehadiran BPBD provinsi di Facebook disajikan di Tabel 3. Secara umum, 28 BPBD tingkat provinsi hadir di Facebook. Beberapa BPBD, seperti BPBD DKI Jakarta, BPBD Kalimantan Selatan, dan BPBD Sulawesi Utara menggunakan Facebook Page sedangkan lainnya menggunakan akun Facebook standard. Secara umum, BPBD DKI Jakarta memiliki jumlah *friends/followers/likes* terbanyak di antara BPBD lainnya, diikuti BPBD Kalimantan Timur dan BPBD Bangka Belitung. Ketiga BPBD ini mencantumkan tautan menuju akun

Facebook di website. Ada 4 akun Facebook BPBD tingkat provinsi yang mengandung preferensi pribadi karena adanya konten yang tidak sesuai dengan kegiatan BPBD atau penanggulangan bencana pada umumnya. Keempatnya, akun Facebook BPBD Kepulauan Riau, BPBD Banten, BPBD Kalimantan Tengah dan BPBD Maluku Utara, merupakan akun Facebook yang tidak tertaut ke website resmi organisasi.

TABEL 3
METRIK PENGGUNAAN DI FACEBOOK

No	BPBD Provinsi	Jumlah <i>friends/followers</i> di Facebook	Keberadaan preferensi pribadi
1	Sumatera Utara	97	
2	Riau	817	
3	Jambi	1.922	
4	Sumatera Selatan	2.286	
5	Bengkulu	1.145	
6	Kepulauan Bangka Belitung	4.808	
7	Kepulauan Riau	jumlah <i>friends</i> tidak dapat diakses	✓
8	DKI Jakarta	**11.093	
9	Jawa Barat	*1.009	
10	Jawa Tengah	775	
11	Daerah Istimewa Yogyakarta	4.971	
12	Jawa Timur	1.314	
13	Banten	1.657	✓
14	Bali	1.817	
15	Nusa Tenggara Barat	1.452	
16	Nusa Tenggara Timur	*532	
17	Kalimantan Barat	430	
18	Kalimantan Tengah	1.087	✓
19	Kalimantan Selatan	1.741	
20	Kalimantan Timur	4.985	
21	Sulawesi Utara	2.254	
22	Sulawesi Tengah	1603	
23	Sulawesi Selatan	*581	
24	Sulawesi Tenggara	333	
25	Gorontalo	318	
26	Sulawesi Barat	317	
27	Maluku	440	
28	Maluku Utara	231	✓

* *follower*, ** *likes*

Kehadiran di Twitter disajikan di Tabel 4. Secara umum, Twitter diadopsi oleh 19 BPBD tingkat provinsi. BPBD DKI Jakarta menunjukkan intensitas penggunaan yang tinggi, ditandai dengan jumlah tweet yang mencapai lebih dari 96 ribu tweet. Berikutnya, BPBD Jawa Timur dan BPBD Jawa Tengah memiliki intensitas cukup baik (hampir 4 ribu tweet), namun terpaut cukup jauh dibanding BPBD DKI Jakarta. BPBD Jawa Barat memiliki jumlah following paling banyak, lebih dari seribu, menunjukkan jumlah akun lain yang diikuti beritanya oleh BPBD Jawa Barat. Dari sisi jumlah followers, BPBD DKI kembali unggul jauh dibanding lainnya dengan lebih dari 160 ribu follower, diikuti BPBD Jawa Barat (lebih dari 5 ribu follower). Hal ini tidak aneh mengingat Jakarta dan Bandung (ibu kota provinsi Jawa Barat) termasuk 10 besar kota paling riuh di Twitter [8]. BPBD Daerah Istimewa Yogyakarta dan BPBD Jawa Timur memiliki jumlah follower yang cukup banyak, yaitu lebih dari 4 ribu. Namun demikian, BPBD Jawa Barat dan BPBD Daerah Istimewa Yogyakarta tidak mencantumkan tautan keberadaan akun Twitter di website. Hasil observasi menunjukkan ada empat akun, yaitu akun Twitter BPBD Sumatera Selatan, BPBD Kepulauan Bangka Belitung, BPBD Kepulauan Riau dan BPBD Papua Barat, yang memuat preferensi pribadi, karena penggunaan nama dan daftar following yang tidak sesuai dengan kegiatan kebencanaan. Sama seperti hasil di Facebook, akun Twitter yang memuat preferensi pribadi tidak tertaut di website resmi organisasi.

TABEL 4
METRIK KEHADIRAN DI TWITTER

No	BPBD Provinsi	Twitter			Keberadaan preferensi pribadi
		<i>Tweets</i>	<i>Following</i>	<i>Followers</i>	
1	Sumatera Barat	226	69	346	
2	Jambi	7	6	490	

No	BPBD Provinsi	Twitter			Keberadaan preferensi pribadi
		Tweets	Following	Followers	
3	Sumatera Selatan	1.648	373	987	✓
4	Bengkulu	128	104	157	
5	Lampung	3	11	61	
6	Kepulauan Bangka Belitung	0	36	10	✓
7	Kepulauan Riau	0	5	240	✓
8	DKI Jakarta	96.254	476	161.500	
9	Jawa Barat	1.813	1.067	5.337	
10	Jawa Tengah	3.733	89	3.845	
11	Daerah Istimewa Yogyakarta	2.126	514	4.095	
12	Jawa Timur	3.940	89	4.262	
13	Bali	52	17	215	
14	Nusa Tenggara Timur	50	224	441	
15	Kalimantan Selatan	294	104	1.099	
16	Kalimantan Timur	773	623	2.148	
17	Sulawesi Selatan	1	72	36	
18	Gorontalo	1	8	7	
19	Papua Barat	4	35	12	✓

Kehadiran BPBD tingkat provinsi di YouTube disajikan di Tabel 5. Terdapat 7 BPBD yang menggunakan YouTube. BPBD Jawa Tengah memiliki 59 video yang diunggah di akun YouTube. BPBD Jawa Timur dan BPBD Jawa Barat memiliki 15 dan 11 video yang diunggah. BPBD DKI Jakarta, BPBD Jawa Barat dan BPBD Jawa Timur memiliki beberapa playlist yang dibuat. BPBD DKI Jakarta, BPBD Jawa Barat dan BPBD Kalimantan Barat membuat beberapa Likes. Sementara itu hanya BPBD Kepulauan Bangka Belitung, BPBD DKI Jakarta dan BPBD Jawa Barat yang memiliki subscriptions. Itu pun dalam jumlah yang sedikit. Tiga akun YouTube, akun BPBD Kepulauan Bangka Belitung, BPBD DKI Jakarta dan BPBD Jawa Barat, teridentifikasi mengandung preferensi pribadi dalam bentuk Created Playlists, Liked videos maupun Subscriptions yang tidak sesuai dengan kegiatan penanggulangan bencana.

TABEL 5
 METRIK KEHADIRAN DI YOUTUBE

No	BPBD Provinsi	YouTube				Keberadaan preferensi pribadi
		Upload	Created playlists	Liked videos	Subscriptions	
1	Kepulauan Bangka Belitung	0	0	0	3	✓
2	DKI Jakarta	2	3	19	4	✓
3	Jawa Barat	11	2	253	3	✓
4	Jawa Tengah	59	0	0	0	
5	Jawa Timur	15	2	0	0	
6	Kalimantan Barat	2	0	2	0	
7	Kalimantan Timur	7	0	0	0	

Secara umum, kehadiran BPBD tingkat provinsi di Instagram disajikan di Tabel 6. Sama seperti di YouTube, terdapat 7 BPBD yang telah membuat akun di Instagram. BPBD DKI Jakarta memiliki paling banyak jumlah Post, Follower serta Following, disusul oleh BPBD Daerah Istimewa Yogyakarta. Secara umum, kehadiran BPBD tingkat provinsi di Instagram masih terbatas, ditandai dengan jumlah posting dan jumlah followers yang masih sedikit. Di Instagram, tidak ada akun yang menunjukkan adanya preferensi pribadi. Konten dua akun Instagram, yaitu BPBD Jambi dan BPBD Jawa Timur, tidak dapat diakses karena pengaturan privasi kedua akun tersebut.

TABEL 6
 METRIK KEHADIRAN DI INSTAGRAM

No	BPBD Provinsi	Instagram			Keberadaan preferensi pribadi
		Post	Followers	Following	
1	Riau	9	56	12	
2	Jambi	7	100	712	Konten tidak dapat diakses
3	DKI Jakarta	32	920	1.400	
4	Jawa Tengah	2	132	1	
5	Daerah Istimewa Yogyakarta	25	844	12	
6	Jawa Timur	1	353	12	Konten tidak dapat diakses
7	Kalimantan Selatan	0	55	1	

C. Evaluasi terhadap Tahapan Adopsi

Berdasarkan data website, keberadaan tautan dengan website resmi, preferensi pribadi pada konten media social, dan keberadaan aturan penggunaan media social, dilakukan pengelompokan setiap BPBD tingkat provinsi ke salah satu dari tiga tahapan adopsi. Dua BPBD, yaitu BPBD Aceh dan Papua, belum mengadopsi media social sehingga tidak diklasifikasikan ke salah satu dari tiga tahapan adopsi karena tidak adanya bukti kehadiran kedua BPBD tersebut di media sosial.

TABEL 7
 TAHAP ADOPTI MEDIA SOSIAL BPBD PROVINSI

Tahap Adopsi	BPBD
Belum Adopsi	BPBD Aceh, BPBD Papua
Tahap Inisiasi	BPBD Sumatera Barat, BPBD Riau, BPBD Sumatera Selatan, BPBD Jawa Barat, BPBD Daerah Istimewa Yogyakarta, BPBD Bali, BPBD Kalimantan Barat, BPBD Banten, BPBD Bengkulu, BPBD Sumatera Utara, BPBD Sulawesi Tengah, BPBD Sulawesi Selatan, BPBD Jambi, BPBD Lampung, BPBD Kepulauan Riau, BPBD Nusa Tenggara Barat, BPBD Nusa Tenggara Timur, BPBD Kalimantan Tengah, BPBD Sulawesi Tenggara, BPBD Gorontalo, BPBD Sulawesi Barat, BPBD Maluku dan BPBD Maluku Utara
Koordinasi dan Evaluasi	BPBD DKI Jakarta, BPBD Jawa Timur, BPBD Kalimantan Selatan, BPBD Kalimantan Timur, BPBD Kepulauan Bangka Belitung, BPBD Jawa Tengah, BPBD Sulawesi Utara, BPBD Papua Barat
Institusionalisasi	-

Dua puluh tiga BPBD tingkat provinsi dikelompokkan pada Tahap Inisiasi. Pengelompokan ini didasarkan pada keberadaan akun di media sosial yang tidak tercantum dalam tautan website organisasi. Ke 23 BPBD tersebut adalah BPBD Sumatera Barat, BPBD Riau, BPBD Sumatera Selatan, BPBD Jawa Barat, BPBD Daerah Istimewa Yogyakarta, BPBD Bali, BPBD Kalimantan Barat, BPBD Banten, BPBD Bengkulu, BPBD Sumatera Utara, BPBD Sulawesi Tengah, BPBD Sulawesi Selatan, BPBD Jambi, BPBD Lampung, BPBD Kepulauan Riau, BPBD Nusa Tenggara Barat, BPBD Nusa Tenggara Timur, BPBD Kalimantan Tengah, BPBD Sulawesi Tenggara, BPBD Gorontalo, BPBD Sulawesi Barat, BPBD Maluku dan BPBD Maluku Utara.

Empat BPBD tingkat provinsi dikelompokkan ke dalam tahap Koordinasi dan Evaluasi karena keberadaan tautan menuju akun media sosial di website BPBD, namun masih ada akun media sosial yang tidak tercantum dalam tautan di website. Adanya akun media sosial yang tidak tertaut di website menunjukkan bahwa organisasi belum sepenuhnya mengendalikan tata cara pembentukan akun media sosial baru. Keempat BPBD tersebut adalah BPBD DKI Jakarta, BPBD Jawa Timur, BPBD Kalimantan Selatan dan BPBD Kalimantan Timur. Ini mengindikasikan belum adanya aturan tata kelola untuk pengelolaan media sosial. Lebih lanjut, terdapat preferensi pribadi dalam pengelolaan akun YouTube BPBD DKI Jakarta.

Empat BPBD tingkat provinsi terakhir juga dikelompokkan ke dalam tahap Koordinasi dan Evaluasi walaupun seluruh akun media sosial tertaut di website dan tidak ada preferensi pribadi, namun tidak ada bukti untuk mengelompokkan ke tahap Institusionalisasi karena ketiadaan aturan terkait tata kelola media sosial. Keempat BPBD tersebut adalah BPBD Kepulauan Bangka Belitung, BPBD Jawa Tengah, BPBD Sulawesi Utara dan BPBD Papua Barat. Lebih lanjut, terdapat preferensi pribadi dalam pengelolaan akun Twitter BPBD Kepulauan Bangka Belitung dan BPBD Papua Barat. Secara umum, di antara 33 BPBD tingkat provinsi tidak ada yang dapat dimasukkan ke dalam tahap Institusionalisasi sesuai kriteria yang ditetapkan

D. Pembahasan

Tulisan ini adalah studi awal untuk mengetahui sejauh mana adopsi dan kehadiran BPBD tingkat provinsi di Indonesia di media sosial. Secara umum, berdasarkan data yang diperoleh, tingkat institusionalisasi media sosial terbilang rendah. Hal tersebut didukung dengan fakta bahwa 2 BPBD tingkat provinsi belum memasuki tahap adopsi, 23 BPBD tingkat provinsi dalam tahap Inisiasi, 8 BPBD tingkat provinsi dalam tahap Koordinasi dan Evaluasi dan belum ada BPBD tingkat provinsi yang berada di tahap Institusionalisasi. Berdasarkan kriteria yang diusulkan, belum ada BPBD yang dapat dikelompokkan ke dalam tahap Institusionalisasi disebabkan karena ketiadaan ketentuan terkait tata kelola.

Untuk mengukur kehadiran BPBD di tingkat provinsi di Indonesia di media sosial, studi ini menggunakan metrik yang disusun berdasarkan statistik yang tersedia di media sosial. Konsisten dengan jumlah pengguna Facebook dan Twitter di Indonesia, jumlah kehadiran BPBD tingkat provinsi di kedua platform ini cukup besar. 84% (28 dari 33 provinsi) BPBD tingkat provinsi hadir di Facebook dan 57% (19 dari 33 provinsi) hadir di Twitter. Sementara itu hanya 21% (7 dari 33 provinsi) BPBD tingkat provinsi hadir di YouTube dan Instagram.

Pengamatan lebih lanjut terhadap BPBD yang berada pada tahapan adopsi yang sama menunjukkan adanya tingkat variasi penggunaan media sosial. Sebagai contoh, BPBD DKI Jakarta sangat aktif di Twitter serta memperoleh Likes yang banyak di Facebook digolongkan ke dalam tahap Koordinasi dan Evaluasi. BPBD Papua Barat juga berada dalam tahap Koordinasi dan Evaluasi namun memiliki tingkat penggunaan media sosial yang rendah. Analisis lebih lanjut dengan alat bantu statistik untuk mengetahui hubungan antara tahapan adopsi dengan kehadiran dan tingkat penggunaan media sosial perlu dilakukan dan tidak termasuk dalam lingkup studi ini.

Mengingat tingginya potensi partisipasi masyarakat di media sosial dalam kegiatan penanggulangan bencana, BPBD tingkat provinsi sebaiknya mempercepat tingkat institusionalisasi media sosial untuk semakin meningkatkan pemanfaatan media sosial. Hal ini mutlak dilakukan untuk meningkatkan kapasitas penanggulangan organisasi melalui pelibatan masyarakat. Hasil studi terdahulu mengindikasikan bahwa keberhasilan penanggulangan bencana dipengaruhi oleh kemampuan berkolaborasi dengan masyarakat. Media sosial merupakan alat yang strategis bagi organisasi untuk membangun ikatan kolaborasi dengan masyarakat. Ikatan ini tidak terbentuk dengan serta-merta, melainkan melalui proses interaksi yang membutuhkan waktu. Pada saat bencana datang dengan tiba-tiba, organisasi yang sudah memiliki interaksi yang baik dengan masyarakat cenderung lebih mudah berkolaborasi dan memanfaatkan seluruh potensi yang ada di masyarakat.

Hasil studi ini juga konsisten dengan Peningkatan e-Government Indonesia (PeGI) tingkat provinsi [28], dimana secara umum kelembagaan dan perencanaan merupakan dua faktor dengan rerata terendah di antara 5 dimensi yang digunakan. Sesuai dengan definisi dimensi PeGI [29], kelembagaan terkait dengan keberadaan lembaga yang berwenang terhadap TIK. Dalam hal media sosial, masih terdapat perdebatan di sejumlah BPBD tingkat provinsi mengenai unit mana yang seharusnya mengelola media sosial. Perencanaan terkait dengan adalah dimensi yang terkait dengan tata kelola untuk pengelolaan teknologi informasi dan komunikasi yang terpadu dan berkesinambungan. Dalam hal media sosial, keberadaan aturan mengenai penggunaan media sosial tidak bisa ditemukan di antara informasi yang tersedia di website BPBD tingkat provinsi. Terlebih lagi, pengaturan mengenai komunikasi bencana di Indonesia secara umum memang masih minim.

IV. SIMPULAN

Studi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana adopsi dan kehadiran BPBD tingkat provinsi di Indonesia di media sosial. Berdasarkan analisis website dan akun media sosial pada 33 BPBD tingkat provinsi di Indonesia, hasil studi ini menunjukkan tingkat institusionalisasi media sosial yang cukup rendah dan adanya tingkat variasi kehadiran di media sosial. Studi ini memiliki beberapa keterbatasan di antaranya adalah: 1. Adanya subjektivitas dalam penentuan adanya preferensi pribadi pada konten media social yang dianalisis, 2. tidak adanya batasan yang tegas di antara ketiga tahapan adopsi yang digunakan, sehingga subjektivitas pengelompokan mungkin terjadi, dan terakhir 3. Studi ini sangat terbatas dalam menganalisis alokasi sumber daya organisasi untuk mengelola media sosial yang sangat diperlukan untuk penentuan Tahap Institusionalisasi. Namun demikian, studi ini bermanfaat bagi pengambil kebijakan terkait penanganan bencana, terutama BNPB, BPBD tingkat provinsi dan pemerintah daerah, untuk meningkatkan kemampuan dan kinerja organisasi dalam penanganan bencana terutama melalui pemanfaatan media sosial. Tulisan ini juga diharapkan dapat menyajikan data terkini mengenai kehadiran BPBD di Indonesia di media sosial serta sejauh mana tahap adopsi yang telah dilakukan. Di antara beberapa arah penelitian ke depan adalah wawancara untuk konfirmasi lebih lanjut mengenai faktor penghambat/pendorong adopsi dan penggunaan media sosial di BPBD tingkat provinsi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Kaplan dan M. Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," *Business Horizons*, vol. 53, no. 1, pp. 59-68, 2010.
- [2] D. Yates dan S. Paquette, "Emergency Knowledge Management and Social Media Technologies: A Case Study of the 2010 Haitian Earthquake," *International Journal of Information Management*, vol. 31, no. 1, pp. 6-13, 2011.
- [3] A. Chatfield dan U. Brajawidagda, "Twitter Tsunami Early Warning Network: A Social Network Analysis of Twitter Information Flows," dalam *ACIS 2012: Location, location, location: Proceedings of the 23rd Australasian Conference on Information Systems 2012*, Geelong, Australia, 2012.
- [4] S. Goggins, C. Mascaro dan S. Mascaro, "Relief Work after the 2010 Haiti Earthquake: Leadership in an Online Resource Coordination Network," dalam *Computer Supported Cooperative Work and Social Computing (CSCW)*, Seattle, Washington, USA, 2012, pp. 57-66.
- [5] A. Chatfield, H. Scholl dan U. Brajawidagda, "Tsunami Early Warnings Via Twitter in Government: Net-Savvy Citizens' Co-Production of Time-Critical Public Information Services," *Government Information Quarterly*, vol. 30, no. 4, pp. 377-386, 2013.
- [6] A. Chatfield dan U. Brajawidagda, "Crowdsourcing Hazardous Weather Reports from Citizens Via Twittersphere under the Short Warning Lead Times of Ef5 Intensity Tornado Conditions," dalam *System Sciences (HICSS), 47th Hawaii International Conference on*, Hawaii, USA, 2014.
- [7] A. Chatfield, H. Scholl dan U. Brajawidagda, "#Sandy Tweets: Citizens' Co-Production of Time-Critical Information During an Unfolding Catastrophe," dalam *System Sciences (HICSS), 47th Hawaii International Conference on*, Hawaii, USA, 2014.
- [8] SemioCast, "Twitter Reaches Half a Billion Accounts: More Than 140 Millions in the U.S.," 2012. [Online]. Available: http://semioCast.com/en/publications/2012_07_30_Twitter_reaches_half_a_billion_accounts_140m_in_the_US. [Diakses 30 August 2013].
- [9] A. Chatfield dan U. Brajawidagda, "Twitter Early Tsunami Warning System: A Case Study in Indonesia's Natural Disaster Management," dalam *System Sciences (HICSS), 46th Hawaii International Conference on*, Hawaii, USA, 2013.
- [10] M. Birowo, "Community Media and Civic Action in Response to Volcanic Hazards," dalam *Crisis Information Management: Communication and Technologies*, Oxford, UK, Chandos Publishing, 2011, pp. 139-153.
- [11] A. Chatfield, C. Reddick, D. Inan dan U. Brajawidagda, "E-Government, Social Media, and Risk Perception Communication at the Edge of Disaster: Findings from the Mt. Sinabung Eruption in Indonesia," dalam *Proceedings of the 15th Annual International Conference on Digital Government Research*, Aguascalientes, Mexico, 2014.
- [12] P. Oktafiani, A. Jariyah, S. Fitri dan H. Takako, "Social Media Analysis for Indonesian Language: Case Study Flood in Jakarta," dalam *Advanced Computer Science and Information Systems (ICACSIS), 2012 International Conference on*, Depok, Indonesia, 2012.
- [13] P. Perez, T. du Chemin, E. Turpin dan R. Clarke, "Citizen-Driven Flood Mapping in Jakarta: A Self-Organising Socio-Technical System," dalam *Self-Adaptive and Self-Organizing Systems Workshops (SASOW), 2015 IEEE International Conference on*, Cambridge, MA, USA, 2015.
- [14] U. Brajawidagda, A. Chatfield dan C. Reddick, "The Imperative of Government Transparency in Crisis Communication: The Case of Airasia Qz8501 Crash," dalam *Proceedings of the 16th Annual International Conference on Digital Government Research*, Phoenix, Arizona, 2015.
- [15] U. Brajawidagda, C. Reddick dan A. Chatfield, "Social Media and Urban Resilience: A Case Study of the 2016 Jakarta Terror Attack," dalam *Proceedings of the 17th International Digital Government Research Conference on Digital Government Research*, Shanghai, China, 2016.
- [16] H. Abdelsalam, C. Reddick, S. Gamal dan A. Al-shaar, "Social Media in Egyptian Government Websites: Presence, Usage, and Effectiveness," *Government Information Quarterly*, vol. 30, no. 4, pp. 406-416, 2013.
- [17] E. Bonsón, L. Torres, S. Royo dan F. Flores, "Local E-Government 2.0: Social Media and Corporate Transparency in Municipalities," *Government Information Quarterly*, vol. 29, no. 2, pp. 123-132, 2012.
- [18] I. Mergel dan S. Bretschneider, "A Three-Stage Adoption Process for Social Media Use in Government," *Public Administration Review*, vol. 73, no. 3, pp. 390-400, 2013.
- [19] J. Pierce dan A. Delbecq, "Organization Structure, Individual Attitudes and Innovation," *Academy of Management Review*, vol. 2, no. 1, pp. 27-37, 1977.
- [20] F. Damanpour dan M. Schneider, "Phases of the Adoption of Innovation in Organizations: Effects of Environment, Organization and Top Managers," *British Journal of Management*, vol. 17, no. 3, pp. 215-236, 2006.
- [21] E. Karahanna, D. Straub dan N. Chervany, "Information Technology Adoption across Time: A Cross-Sectional Comparison of Pre-Adoption and Post-Adoption Beliefs," *MIS Quarterly*, vol. 23, no. 2, pp. 183-213, 1999.
- [22] V. Thompson, "Bureaucracy and Innovation," *Administrative Science Quarterly*, vol. 10, no. 1, pp. 1-20, 1965.
- [23] PeGI, "Pegi Tingkat Provinsi Tahun 2015," 2015. [Online]. Available: http://pegi.layanan.go.id/download/tabel_peg_i_2015/2015_PROVINSI.PNG. [Diakses September 2016].
- [24] PeGI, "Dimensi Peningkatan E-Government Indonesia," 2015. [Online]. Available: http://pegi.layanan.go.id/tentang-peg_i/dimensi-peningkatan-e-government-indonesia/. [Diakses September 2016].
- [25] J. Kimberly dan M. Evanisko, "Organizational Innovation: The Influence of Individual, Organizational, and Contextual Factors on Hospital Adoption of Technological and Administrative Innovations," *Academy of Management Journal*, vol. 24, no. 4, pp. 689-713, 1981.
- [26] Y. Nugroho, "Citizens in @Ction: Collaboration, Participatory Democracy and Freedom of Information – Mapping Contemporary Civic Activism and the Use of New Social Media in Indonesia," *MIOIR and HIVOS*, 2011.
- [27] L. Palen, "Online Social Media in Crisis Events," *Educause Quarterly*, vol. 31, no. 3, pp. 76-78, 2008.
- [28] K. Starbird dan L. Palen, "Pass It On?: Retweeting in Mass Emergency," dalam *7th International Association for Information Systems for Crisis Response and Management (ISCRAM)*, Seattle, WA, USA, 2010.
- [29] J. Sutton, L. Palen dan I. Shklovski, "Backchannels on the Front Lines: Emergent Uses of Social Media in the 2007 Southern California Wildfires," dalam *5th International Association for Information Systems for Crisis Response and Management Conference (ISCRAM)*, Washington, DC, USA, 2008.