

Strategi Komunikasi BMKG Dalam Difusi Inovasi Mitigasi Bencana Alam Menggunakan Meme dan Vtuber Melalui Instagram @Stageof.Gowa

Fadil Chambali Mukti Wibowo¹⁾, Julyanto Ekantoro²⁾,

^{1,2}Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Bhayangkara Surabaya, Indonesia

Email: Fadilchambali77@gmail.com

Received: October 28, 2025 | Accepted: November 5, 2025 | Published: December 8, 2025

Abstrak

Mitigasi bencana merupakan aspek krusial dalam membangun kesiapsiagaan masyarakat dalam menghadapi risiko bencana yang semakin kompleks. Penyebaran inovasi mitigasi bencana diperlukan sebagai proses komunikasi yang terstruktur dan konsisten untuk menyebarluaskan pemahaman masyarakat tentang potensi bahaya dan mendorong adopsi langkah-langkah pencegahan yang inovatif dan efektif. Penyebaran inovasi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga meningkatkan kesadaran dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam mengadopsi teknologi, strategi, dan perilaku yang sesuai di era digital. Studi ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) melalui akun Instagram @stageof.gowa, dengan pendekatan kreatif menggunakan konten meme dan karakter VTuber sebagai media pendidikan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini mengadopsi Teori Difusi Inovasi Everett M. Rogers, dengan fokus pada tiga aspek utama: unsur-unsur inovasi, tahap-tahap proses pengambilan keputusan inovasi, dan karakteristik inovasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kreatif ini secara efektif menarik perhatian publik dan meningkatkan kesadaran akan bencana, terutama di kalangan audiens muda. Strategi ini juga menciptakan pola komunikasi yang adaptif dan memperluas jangkauan, sejalan dengan perilaku digital masyarakat saat ini.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Mitgasi Bencana, Meme, Vtuber,

Abstract

Disaster mitigation is a crucial aspect of building community preparedness in facing increasingly complex disaster risks. The diffusion of disaster mitigation innovations is necessary as a structured and consistent communication process to disseminate public understanding of potential hazards and promote the adoption of innovative and effective preventive measures. This innovation diffusion not only functions as an information delivery tool but also fosters awareness and encourages active public participation in adopting appropriate technologies, strategies, and behaviors in the digital age. This study aims to analyze the communication strategy of the Meteorology, Climatology, and Geophysics Agency (BMKG) through the Instagram account @stageof.gowa, using a creative approach with meme content and VTuber characters as educational media. This research uses a qualitative method with data collection techniques including in-depth interviews, observation, and documentation. It adopts Everett M. Rogers' Diffusion of Innovation theory, focusing on three main aspects: the elements of innovation, the stages of the innovation-decision process, and the characteristics of innovation. The results show that this creative strategy effectively captures public attention and enhances disaster awareness, especially among younger audiences. It also creates adaptive communication patterns and expands outreach, aligning with the digital behavior of today's society.

*Corresponding author.

E-mail: Fadilchambali77@gmail.com

Keywords: *Communication Strategy, Disaster Mitigation, Meme, Vtuber,*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang rawan terhadap bencana alam seperti gempa, tsunami dan letusan gunung berapi. Geografis yang dimiliki Indonesia berada dipertemuan tiga lempeng yaitu lempeng Indonesia-Australia, Euarasia dan Pasifik sehingga menjadikan negara ini sering mengalami bencana alam. Di Provinsi Sulawesi Selatan sendiri terjadi banyak kejadian alam pada tahun 2024, seperti banjir akibat curah hujan yang tinggi, tanah longsor didaerah pegunungan, cuaca ekstrem yang terjadi selama periode tahun 2024. Kejadian ini tidak hanya menyebabkan banyak kerugian material dan sangat mempengaruhi kehidupan sosial ekonomi masyarakat, khususnya daerah yang sering terdampak.



Gambar 1. Grafik Bencana di Sulawesi Selatan

Sumber: siandalan.sulselprov.go.id/data

Dari data yang dikutip oleh website Siandalan.sulselprov.go.id milik BPBD (Badan Penanggulangan Bencana Daerah) Sulawesi Selatan menunjukkan 1148 bencana alam terjadi yang selama tahun 2024 meliputi banjir, tanah longsor, puting beliung, gempa bumi, kebakaran hutan, dan lain-lainnya. Data tersebut menjelaskan tingginya frekuensi kejadian bencana alam yang

berpotensi signifikan terhadap kehidupan sosial, ekonomi dan lingkungan masyarakat Sulawesi Selatan termasuk di Kabupaten Gowa.

Mitigasi bencana memiliki peran krusial dalam upaya pengurangan risiko bencana dikarenakan dapat mengancam keselamatan jiwa, kerugian, materil, hingga kelangsungan pembangunan suatu daerah. Mitigasi bencana menurut (Fajarwati et al., 2023) istilah yang digunakan untuk menunjuk pada semua tindakan untuk mengurangi dampak dari satu bencana yang dapat dilakukan sebelum bencana terjadi, termasuk kesiapan serta tindakan pengurangan risiko jangka panjang.

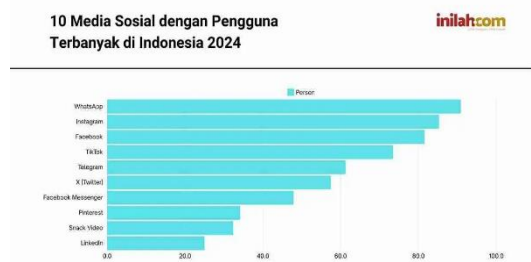
Melalui mitigasi, masyarakat dapat dibekali dengan pengetahuan, keterampilan, serta sistem peringatan dini yang dapat memungkinkan mereka merespons secara cepat dan tepat ketika bencana terjadi. Tanpa upaya mitigasi yang efektif, suatu wilayah akan lebih rentan terhadap kerusakan berulang dan pemulihan pascabencana akan menjadi lebih sulit dan mahal (Nurzam, 2023).

Mitigasi bencana tidak hanya bergantung pada keberadaan teknologi atau kebijakan saja, tetapi juga pada bagaimana inovasi tersebut diterima dan diadopsi oleh masyarakat yang menjadi ujung penerima manfaat. Difusi inovasi merupakan proses di mana suatu gagasan, praktik, atau produk baru disebarluaskan melalui saluran komunikasi dalam suatu sistem sosial selama periode waktu tertentu.

Penerapan difusi inovasi dalam mitigasi bencana memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana masyarakat

memperoleh pengetahuan tentang inovasi kebencanaan, melakukan evaluasi terhadap manfaatnya, dan akhirnya memutuskan untuk mengadopsi atau menolak inovasi tersebut (Nisrokha, 2020).

Banyak media informasi yang dapat digunakan oleh pemerintah, perusahaan maupun influencer untuk menjangkau audien yang luas dan beragam. Hal ini mencakup berbagai platform media sosial seperti Instagram, Twitter (X), Facebook, Tiktok, LinkedIn dan Youtube yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, interaktif, dan dapat menyesuaikan dengan karakteristik serta minat audiens yang beragam.



Gambar 2. Data Statistik Pengguna 10 Media sosial.

Sumber: Iniliah.com

Media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial yang proporsi penggunaannya sebesar 85,3% nomor dua setelah whatsapp menurut we are social media dikutip dari iniliah.com tahun 2024. Instagram merupakan media yang mempunyai fungsi untuk mempermudah penggunaannya dalam menyebarkan maupun berbagi foto dan video secara daring. Pada saat ini Instagram semakin kompleks sebab memiliki aplikasi pelengkap seperti story, Instagram Tv, Live streaming dan direct message. Story mempunyai fungsi untuk menyebarkan foto maupun video yang berdurasi 1 menit dan berlaku hanya 24 jam. Instagram

merupakan platform yang populer dan memiliki potensi besar untuk digunakan dalam strategi komunikasi mitigasi bencana.

Akun Instagram @Stageof.Gowa atau bisa disebut sebagai BMKG (Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika) Kabupaten Gowa berupaya memanfaatkan platform ini untuk menyampaikan informasi mengenai mitigasi bencana alam dengan cara yang menarik, mudah dipahami oleh masyarakat, khususnya kalangan anak muda atau bisa disebut Gen Z. Instagram @Stageof.Gowa telah diikuti lebih dari 58 ribu pengguna dan 868 postingan di Instagram. Di media sosialnya BMKG Gowa selalu aktif menyajikan informasi mengenai kegiatan yang dilakukan BMKG Gowa untuk masyarakat, memberikan informasi seputar mitigasi bencana dengan menggunakan konsep yang berbeda dari akun pemerintah yang

No	Jenis Konten / Visual	Topik Utama	Jumlah Tayangan	Jumlah Like	Catatan
1	Alat seismograf "Nanometrics"	Edukasi peralatan geofisika	1.368	43 like	Konten teknis, edukatif, respons sedang
2	Infografis Kemandirian (Bulanan)	Data gempa wilayah Sulselbar	471	5 like	Engagement rendah, informasi ilmiah
3	Edukasi Impangan (murid SD)	Sosialisasi kebencanaan	1.403	58 like	Engagement sedang, konten human interest
4	Infografis kemandirian (Mingguan)	Data gempa periode 17-23 Nov 2023	360	11 like	Informasi formal, jangkauan terbatas
5	Kegiatan penutupan pelatihan data science	Aktivitas internal instansi	1.292	36 like	Engagement menengah
6	Sistem InaTEWS (layar monitoring tsunami)	Edukasi sistem peringatan dini	1.572	47 like	Engagement tertinggi dari konten teknis

lain melalui akun Instagramnya @stageof.gowa.

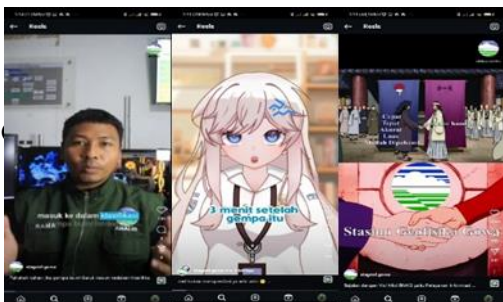
Gambar 3. Statistik Konten BMKG Gowa tahun 2023

Media Sosial Instagram digunakan oleh Stageof.Gowa sebagai salah satu sarana publikasi tidak hanya sekedar mempermudah penyebaran informasi, tetapi juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya kurangnya viewers dan audiens pada media sosial Instagram terhadap konten yang diupload @stageof.gowa. Konten terdahulu, sebelum

menggunakan meme dan Vtuber yang selalu membahas fenomena alam dengan bahasa ilmiah tinggi dan konten yang sama seperti akun BMKG yang lain cenderung kurang tersampaikan dengan baik. Akibatnya, tingkat keterlibatan audiens terhadap konten masih rendah. Pada periode ini, rata-rata unggahan hanya memperoleh sekitar 50 suka, dengan jumlah tayangan yang belum mencapai angka seribu. Hal ini menunjukkan bahwa penyajian informasi yang terlalu kaku dan kurang interaktif membuat pesan tidak tersampaikan secara efektif, terutama kepada pengguna media sosial dengan rentang usia muda yang menjadi mayoritas pengikut akun tersebut. Sebaliknya informasi yang telah diedit menggunakan meme dan Vtuber mendapatkan lebih banyak views, like dan komentar sehingga terjadi banyak interaksi didalam konten yang diunggah.

Sumber: Instagram @Stageof.gowa

Penggunaan meme dan Virtual Youtuber (VTuber) dalam penyampaian informasi mitigasi bencana merupakan inovasi yang unik dan belum ada di platform media sosial pemerintah yang lain. Meme dengan sifatnya yang humoris dan mudah dibagikan, membuat menarik perhatian dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya mitigasi bencana. Serta penggunaan Virtual Youtuber (VTuber) dapat



memberikan pengalaman yang lebih

interaktif dan personal dalam menyampaikan sosialisasi mengenai mitigasi bencana. Kombinasi antara Meme dan Vtuber dapat menciptakan pendekatan komunikasi yang lebih kreatif dan engaging, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diingat oleh masyarakat.

Keunggulan lainnya adalah fleksibilitas dalam penyampaian pesan, dimana meme dapat dengan cepat menyesuaikan diri dengan tren yang sedang berkembang sementara Vtuber dapat berinteraksi dengan audiens secara langsung melalui siaran langsung atau melalui konten video yang lebih mendalam. Oleh karena itu, penggunaan media sosial seperti Instagram yang mengakomodasi kedua jenis konten ini menjadi sangat strategis dalam memperkuat sosialisasi mitigasi bencana, meningkatkan keterlibatan publik, serta memperluas jangkauan pesan kepada berbagai segmen masyarakat dengan cara yang lebih menyenangkan, interaktif, dan mudah diakses.

Strategi komunikasi ini masih harus perlu diteliti lebih lanjut. Bahwasannya meme dan Virtual Youtuber (Vtuber) dapat digunakan secara optimal dalam Difusi Inovasi mitigasi bencana. Tentunya penggunaan dua metode ini dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat, dikarenakan menjadi nilai tambah jika dibandingkan dengan akun media sosial milik lembaga pemerintah lain yang cenderung menyajikan informasi dalam format yang monoton, formal, dan kurang menarik. Oleh karena itu, eksplorasi lebih lanjut terhadap strategi ini penting dilakukan, baik dari sisi efektivitas pesan, interaktivitas dengan audiens, maupun

kontribusinya terhadap literasi kebencanaan secara umum.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut (Moelong, 2021) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk memahami sebuah fenomena yang dialami objek maupun subjek penelitian seperti perilaku, tindakan, persepsi dan lain – lain dengan menggunakan bentuk deskripsi yang berupa kata – kata dan bahasa.

Pendekatan pada penelitian ini bersifat deskriptif yang bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi secara mendalam. Dengan mengidentifikasi pola, karakteristik serta faktor – faktor yang mempengaruhi Strategi Komunikasi Penyampaian informasi Mitigasi Bencana menggunakan Meme dan Vtuber (Virtual Youtuber) melalui media sosial Instagram.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan tiga metode utama yaitu, wawancara, observasi dan dokumentasi. Ketiga metode ini dipilih untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti, sehingga hasil penelitian dapat lebih valid dan terpercaya. Pertama, wawancara dengan pihak pengelola akun media Instagram BMKG untuk mendapatkan pemahaman yang lebih, mengenai Strategi Komunikasi Stage.of Gowa dalam memberikan informasi sosialisasi mitigasi bencana menggunakan meme dan Vtuber (Virtual Youtuber). Kedua, observasi guna memperoleh data empiris mengenai Strategi Komunikasi Stage of Gowa dalam difusi inovasi mitigasi bencana melalui akun media sosial

instagramnya @Stage.of gowa untuk mendukung data dari kegiatan wawancara. Ketiga, Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan topik yang dibahas. Dengan menelusuri dan menganalisis berbagai sumber tertulis baik dalam bentuk digital maupun cetak yang berkaitan dengan objek penelitian. Fokus Penelitian hanya pada strategi komunikasi BMKG Gowa dalam menyampaikan informasi mitigasi bencana alam menggunakan meme dan Virtual Youtuber (Vtuber) melalui instagram sejak diunggah pada bulan april 2024 – saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Badan Meteorologi, Klimatologi dan Geofisika (BMKG) merupakan sebuah institusi yang memiliki peran vital dalam penyampaian informasi kebencanaan, cuaca, dan perubahan iklim, selalu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan dinamika perilaku audiens. Salah satu bentuk inovasi komunikasi digital yang menonjol dalam akun instagram @Stageof.gowa yang dikelola oleh Stasiun Geofisika dibawah naungan BMKG Wilayah IV Makassar. Akun ini mengusung pendekatan yang unik dan kekinian dalam menyampaikan informasi seputar gempa bumi, cuaca ekstrem dan sosialisasi mitigasi bencana. Keunikan @Stageof.gowa terletak pada kombinasi Meme dan Karakter Virtual Youtuber (Vtuber) bernama Shinna sebagai sarana media komunikasi.

Berlandaskan Teori Difusi Inovasi oleh rogers dalam (Mulyati et al., 2023) dikarenakan dalam teori ini, media massa memiliki peran penting dalam menyebarkan penemuan atau ide baru kepada masyarakat luas.

Inovasi yang dilakukan oleh BMKG melalui akun @stageof.gowa, dengan menampilkan karakter VTuber Shinna serta penggunaan Meme sebagai sarana penyampaian informasi dan sosialisasi, merupakan bentuk adaptasi terhadap perilaku digital masyarakat saat ini. Sebagaimana Rogers ungkapkan, penemuan baru tersebut berkaitan erat dengan perilaku manusia, di mana sejauh mana ide objektif dapat diterima atau diukur bergantung pada reaksi masyarakat terhadap ide tersebut. (Rieka Yulita Widaswara, Ida Bagus Kade, 2022)

1. Elemen Difusi Inovasi

Dalam proses difusi inovasi, terdapat empat elemen utama yang saling berkaitan dan menjadi faktor penentu keberhasilan penyebaran suatu inovasi, yaitu inovasi itu sendiri, saluran komunikasi, jangka waktu, dan sistem sosial

Inovasi, penggunaan Meme dan VTuber sebagai media sosialisasi mitigasi bencana, merupakan sebuah inovasi baru dalam lembaga pemerintah. Pendekatan ini menunjukkan upaya serius BMKG Gowa untuk menyelaraskan cara berkomunikasi dengan kebiasaan dan pola konsumsi informasi masyarakat. Biasanya informasi ataupun sosialisasi mitigasi bencana dari instansi BMKG disampaikan dalam bentuk formal, dengan gaya visual dan terkesan kaku. Namun melalui inovasi ini, BMKG Gowa mencoba mendekati masyarakat dengan gaya komunikasi yang lebih santai, unik dan menghibur tanpa mengurangi substansi informasi.

Saluran Komunikasi, BMKG Gowa memanfaatkan media sosial khususnya Instagram sebagai saluran utama dalam menyebarkan inovasi pemanfaatan Meme dan VTuber sebagai media sosialisasi mitigasi

bencana. Pola penyebaran pesan atas keberadaan inovasi menggunakan meme dan VTuber sebagai media sosialisasi mitigasi bencana dilakukan dengan berbagai media yaitu komunikasi massa dan komunikasi interpersonal atau kelompok. Dengan memanfaatkan konten dan fitur live stream yang ada pada instagram untuk memperkuat kesan bahwa informasi yang disampaikan bukan sekadar formalitas, tapi benar-benar ditujukan untuk didengar dan dipahami oleh publik.

Jangka Waktu, Waktu mencakup tidak hanya durasi sejak suatu inovasi diperkenalkan, hingga diadopsi oleh individu atau kelompok, tetapi juga keseluruhan proses keputusan adopsi yang dilalui inovator dan audiensnya. BMKG Gowa melalui akun Instagramnya menunjukkan bagaimana proses inovasi dijalankan secara bertahap karena setiap langkah yang diambil mencerminkan pertimbangan atas waktu yang tepat dan kesiapan audiens dalam menerima pendekatan yang tergolong belum umum digunakan oleh lembaga pemerintah. Strategi ini telah mulai dipikirkan sejak tahun 2023. Implementasinya baru dijalankan secara bertahap pada April 2024. Langkah awal mereka dimulai dari sesuatu yang sederhana yaitu konten meme. Dalam waktu kurang dari satu minggu setelah konten meme pertama dirilis, akun ini langsung menerima respons positif dari audiens.

Sistem Sosial, memegang peran penting dalam menentukan apakah suatu inovasi akan berhasil atau diterima oleh masyarakat. Sistem sosial mengacu pada jaringan individu, kelompok atau institusi yang saling terhubung dan membentuk norma, nilai serta pola komunikasi

yang mempengaruhi pengambilan keputusan.



Gambar 5. Jumlah followers Instagram @Stageof.gowa

Sumber: Instagram @Stageof.gowa

Menunjukkan bahwa difusi inovasi tidak hanya terjadi dalam ruang digital, tetapi juga terhubung langsung dengan aktivitas sosial di dunia nyata. Interaksi antara BMKG Gowa sebagai inovator dan masyarakat sebagai audiens menjadi bagian dari sistem sosial yang dinamis dan partisipatif. Kolaborasi tim internal, respon aktif dari masyarakat, serta kehadiran langsung di lingkungan sekolah menjadikan proses difusi lebih bermakna karena didukung oleh jaringan sosial yang hidup dan terlibat secara langsung dalam proses pembelajaran maupun sosialisasi mitigasi bencana.

2. Proses Putusan Inovasi

Proses pengambilan keputusan terhadap sebuah inovasi merupakan perjalanan yang dilalui oleh seseorang atau suatu pihak dalam memutuskan apakah akan menerima atau menolak ide baru tersebut. Proses ini dimulai dari tahap mengenal inovasi, lalu berlanjut ke tahap evaluasi dan pertimbangan, hingga akhirnya menghasilkan keputusan. Menurut Rogers dalam (Khatami & Nurjanah, 2022)

Tahap Knowledge, Pada tahap ini, audiens belum terlibat secara aktif dalam pengambilan keputusan

untuk menerima atau menolak inovasi, tetapi sedang berada pada tahap eksplorasi awal mengenal, memahami, dan menilai apakah inovasi tersebut relevan dan layak untuk diperhatikan lebih lanjut. Sebelumnya BMKG Gowa telah rutin menyampaikan informasi dan sosialisasi mitigasi bencana menggunakan cara lama yang masih menggunakan format yang cenderung formal seperti infografis resmi, tulisan panjang berisi istilah teknis, atau video bergaya birokratis. Informasinya memang penting, bahkan sering kali mendesak. Melalui platform Instagram, BMKG Gowa berupaya menghadirkan pendekatan baru dalam menyampaikan edukasi kebencanaan kepada masyarakat secara daring. BMKG Gowa pun memutuskan untuk secara resmi mengadopsi penggunaan meme edukatif dan karakter VTuber Shinna sebagai wajah baru dalam penyampaian informasi kebencanaan. Tujuan utama dari langkah ini yaitu mengenal adanya sebuah inovasi.

Tahap Persuasion, Pada tahap persuasi ini, individu yang menjadi calon pengadopsi mulai menunjukkan ketertarikan dan secara aktif mencari informasi lebih mendalam tentang inovasi tersebut. BMKG Gowa melihat contoh-contoh sukses dari komunitas maupun perusahaan lain yang berhasil menyampaikan pesan-pesan serius dengan cara yang lebih visual dan menarik. Setelah melihat keberhasilan pendekatan ini di tempat lain, banyak anggota tim mulai menyadari potensi dan manfaat besar yang bisa diperoleh. Dengan pendekatan ini, mereka akhirnya yakin bahwa penyampaian pesan tentang kebencanaan dapat dilakukan dengan cara yang lebih menarik dan tetap mempertahankan substansi yang penting.

Tahap Decision, Pada tahap ini, merupakan proses pengambilan keputusan mengenai penerimaan atau penolakan terhadap inovasi, yang akan menentukan apakah inovasi tersebut akan diterapkan dalam praktik atau tidak. BMKG Gowa berupaya memproduksi konten dengan memanfaatkan meme dan VTuber, dengan pengemasan yang unik dan berbeda dari yang lain, serta membagi jenis konten sesuai dengan kebutuhan audiens. BMKG Gowa tidak hanya bertindak sebagai sumber informasi, tetapi juga tampil sebagai mitra komunikasi yang mampu memahami gaya hidup digital dan cara berinteraksi masyarakat saat ini. Melalui konten yang ringan dan emosional, mereka berhasil membangun hubungan yang lebih dekat, meningkatkan rasa kebersamaan, serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pesan-pesan kebencanaan yang disampaikan. Edukasi yang diberikan tidak hanya menasar aspek kognitif, tetapi juga menyentuh aspek afektif menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang berakar pada empati, kedekatan sosial, dan kepekaan terhadap konteks budaya audiens

Tahap Implementation, tahap implementasi dalam difusi inovasi merupakan fase di mana ide atau strategi baru mulai diterapkan secara nyata, dan hasil dari penerapan tersebut mulai tampak melalui interaksi langsung dengan audiens



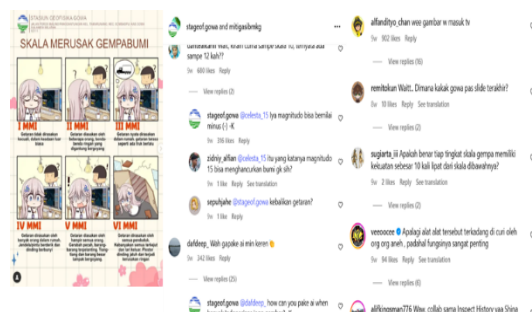
sasaran.

Gambar 6. Jumlah Like, Comment dan Views Konten Meme dan Vtuber

Sumber: Instagram @Stageof.gowa

Bahwa proses implementasi di BMKG Gowa tidak terpaku pada satu pola saja. Sebaliknya, implementasi berlangsung secara dinamis dan penuh penyesuaian, menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan perkembangan situasi. Strategi komunikasi yang mereka terapkan terus diperbarui berdasarkan tanggapan audiens dan perubahan tren yang bergerak cepat di dunia digital. Konten Meme memiliki 137 ribu suka, 631 komentar, 3 ribu dibagikan dan jumlah penonton 3,9 juta sedangkan konten VTuber memiliki 61 ribu suka, 2 ribuan komentar, 19 ribu dibagikan dan jumlah penonton sekitar 930 ribu. Hal ini memperlihatkan bahwa mereka benar-benar menerapkan prinsip umpan balik berkelanjutan (feedback loop), di mana respons dari audiens menjadi bahan evaluasi penting untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas konten berikutnya.

Tahap Confirmation, tahap dimana organisasi meninjau kembali keputusan yang telah diambil terkait penerapan suatu inovasi. Dalam fase ini, fokus utamanya adalah menilai apakah inovasi tersebut benar-benar diterima oleh audiens dan apakah efektivitasnya cukup untuk dilanjutkan atau dikembangkan lebih jauh lagi. Bagi BMKG Gowa, konfirmasi tidak hanya dilihat dari angka keterlibatan saja. Mereka juga memperhatikan bagaimana audiens merespons secara emosional dan intelektual terhadap konten-konten



yang disajikan

Gambar 7. Interaksi Audiens BMKG Gowa

Sumber: Instagram @Stageof.gowa

Indikator ini membantu memberikan gambaran yang lebih utuh tentang bagaimana audiens merespons konten yang dibagikan. Jumlah penonton menunjukkan seberapa banyak orang yang menjangkau dan memilih untuk melihat konten tersebut. Sementara itu, jumlah suka dan komentar yang melibatkan interaksi antara BMKG Gowa dengan audiens, menjadi indikator penting untuk melihat tingkat interaksi positif yang berjumlah 33 ribu suka serta bentuk apresiasi atau masukan dari audiens yaitu dengan komentar positif "wah gapake ai min" maupun pertanyaan yang dijawab oleh langsung oleh admin instagram BMKG Gowa. Sedangkan tingkat berbagi (share) sejumlah 3496 menggambarkan sejauh mana audiens merasa konten tersebut layak untuk diteruskan kepada orang lain, memperluas jangkauan pesan secara organik dan membangun efek domino dalam penyebaran informasi.

3. Karakteristik Inovasi

Dalam proses difusi inovasi, keputusan seseorang atau kelompok untuk mengadopsi suatu inovasi tidak terjadi secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh sejumlah atribut atau karakteristik dari inovasi itu sendiri. Rogers dan Shoemaker dalam (Hasanah Pusparini, 2022) menyebutkan bahwa terdapat lima faktor yang berpengaruh terhadap suatu adopsi.

Keuntungan Relatif, merujuk pada sejauh mana sebuah inovasi dipandang lebih unggul dibandingkan dengan pendekatan atau cara yang

telah ada sebelumnya. Inovasi akan lebih mudah diadopsi apabila masyarakat melihat adanya nilai tambah, baik dari segi efektivitas, efisiensi, maupun kemudahan. Dalam hal ini BMKG Gowa menggunakan meme sebagai medium penyampain informasi publik. Meme dikenal luas sebagai media visual yang sederhana, lucu, dan sering kali satir. Namun di tangan BMKG Gowa, meme diolah secara strategis untuk menyampaikan informasi penting dengan gaya yang ringan dan relevan dengan konteks kekinian. Penggunaan meme dan VTuber membawa keuntungan tambahan bagi BMKG Gowa dalam menjangkau audiens lebih luas. Salah satu keuntungan terbesar adalah kemudahan konten tersebut untuk menjadi viral. Hal ini membuat pesan yang ingin disampaikan oleh BMKG Gowa bisa tersebar lebih cepat, bahkan kepada audiens yang sebelumnya kurang peduli dengan isu kebencanaan. Selain itu, pendekatan ini juga memberikan citra positif bagi BMKG Gowa.

Kesesuain Inovasi, Kesesuaian merujuk pada sejauh mana suatu inovasi dianggap sesuai dengan nilai-nilai yang ada, kebutuhan, serta pengalaman masa lalu dari anggota sistem sosial. Semakin tinggi tingkat kesesuaian sebuah inovasi maka semakin besar pula peluangnya untuk diterima dan diadopsi. BMKG Gowa memperkenalkan dua bentuk inovasi yang menarik perhatian dengan menggunakan karakter VTuber bernama Shinna dan pemanfaatan konten meme sebagai media penyampaian informasi cuaca dan kebencanaan. Keduanya merupakan pendekatan yang relatif baru dalam ranah komunikasi institusi pemerintah, terutama dalam menjangkau generasi muda di era digital. memastikan

bahwa inovasi yang diterapkan sesuai dengan fakta, prinsip-prinsip yang berlaku, serta dapat diterima oleh berbagai kelompok usia agar mudah dipahami oleh audiens. Upaya ini dilakukan untuk memastikan bahwa konten yang disajikan memberikan dampak positif dan tetap relevan bagi audiens.

Kerumitan Inovasi, Kerumitan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi adopsi sebuah ide atau teknologi. Semakin rumit suatu inovasi dirasakan, semakin besar kemungkinan orang atau organisasi akan merasa ragu untuk mengadopsinya. Dibalik karakter VTuber Shinna yang ceria dan meme yang menggelitik, ada proses panjang dan penuh pertimbangan yang membuat inovasi ini tidak semudah kelihatannya. Inovasi ini menggabungkan elemen-elemen visual dan teknologi yang membutuhkan waktu, riset, serta ketelitian dalam eksekusinya. Pembuatan konten meme dan Vtuber memerlukan proses yang tidak sederhana. Meme harus mampu menyampaikan pesan edukatif secara menghibur tanpa menyinggung khalayak, sehingga membutuhkan kreativitas dan sensitivitas tinggi. Sementara itu, pemanfaatan Vtuber seperti Shinna menghadirkan tantangan teknis yang kompleks, karena memerlukan perangkat lunak khusus agar karakter dapat berinteraksi secara natural dan responsif dengan audiens.

Kemungkinan Uji Coba, Setiap inovasi, meskipun penuh dengan ide baru, tetap membutuhkan waktu untuk diuji dan dipahami sebelum akhirnya diterima oleh banyak orang. Ketika pertama kali memutuskan untuk menggunakan pendekatan visual seperti meme dan VTuber Shinna untuk menyampaikan edukasi

kebencanaan, tim tidak serta-merta langsung meluncurkan strategi secara penuh. BMKG Gowa memulainya dengan cara yang hati-hati dengan mencoba perlahan, mengamati, dan terus mengevaluasi respon publik. Setiap konten yang diunggah menjadi semacam jembatan awal untuk memahami lebih dalam apa yang disukai, apa yang membuat audiens bertahan, dan kapan saat yang tepat untuk menyisipkan edukasi yang lebih serius. Konten pertama mendapatkan antusias positif dan mengindikasikan bahwa BMKG Gowa telah berhasil menjalin hubungan yang kuat dengan audiens.

Pengamatan, merujuk pada sejauh mana hasil dari suatu inovasi dapat dilihat atau diamati oleh orang lain. Semakin mudah hasil inovasi tersebut diamati secara nyata oleh masyarakat, maka kemungkinan



adopsinya semakin besar. Dalam Strategi komunikasi BMKG Gowa juga tercermin dari bagaimana respons publik terhadap konten-konten yang dipublikasikan.

Gambar 8. Jumlah peningkatan Followers @Stageof.gowa

Sumber: Instagram @Stageof.gowa

Dengan jumlah pengikut yang terbatas, respons terhadap konten masih minimal. Setelah eksperimen dengan berbagai jenis konten dan pendekatan yang lebih kreatif, mereka berhasil mencapai lebih dari 60 ribu pengikut dan pada bulan Juni 2024

masih mendapat 19 ribu pengikut. Peningkatan ini menunjukkan bahwa audiens merasa konten yang disajikan tidak hanya menarik, tetapi juga memberikan informasi yang bermanfaat mengenai mitigasi bencana. Proses ini membuktikan bahwa penggunaan media sosial yang lebih interaktif dan menarik dapat meningkatkan keterlibatan audiens. Audiens yang sebelumnya sedikit kini mulai menyebarkan konten tersebut ke lebih banyak orang, memperluas dampak dari pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, dukungan yang ditunjukkan oleh audiens, seperti pembuatan fan art karakter VTuber Shinna, mempererat hubungan antara BMKG Gowa dan audiens mereka, menjadikan pendekatan ini lebih personal dan dekat dengan pengikut mereka.

4. Pemanfaatan Instagram

BMKG Gowa memanfaatkan akun Instagram @Stageof.Gowa sebagai media strategis dalam menyosialisasikan informasi mitigasi bencana kepada masyarakat, khususnya kelompok usia muda yang aktif di media sosial. Pemanfaatan media sosial ini tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi juga sebagai bentuk adaptasi dan strategi komunikasi terhadap perkembangan teknologi dan perilaku audiens. Melalui optimalisasi fitur-fitur Instagram seperti feed, reels, story, dan collaboration, BMKG Gowa menyajikan konten edukatif yang dikemas dengan pendekatan komunikatif dan visual yang menarik.

Melalui pendekatan meme dan vtuber informasi mengenai kewaspadaan terhadap cuaca ekstrem, potensi gempa bumi, hingga sosialisasi mitigasi bencana, dapat tersampaikan secara lebih efektif dan diterima dengan baik oleh masyarakat.

Strategi ini menunjukkan bahwa media sosial, jika digunakan secara inovatif dan disesuaikan dengan karakteristik audiens, dapat menjadi alat komunikasi publik yang relevan dan berdampak dalam membangun kesadaran serta kesiapsiagaan terhadap risiko bencana.

KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh BMKG Gowa melalui akun Instagram @stageof.gowa dengan memanfaatkan konten meme dan karakter VTuber Shinna merupakan bentuk inovasi komunikasi yang adaptif terhadap perkembangan budaya digital, khususnya di kalangan generasi muda. Strategi ini terbukti efektif dalam menyampaikan pesan mitigasi bencana secara lebih ringan, menarik, dan mudah dipahami.

Keberhasilan inovasi ini dianalisis melalui perspektif teori difusi inovasi Everett Rogers, yang menunjukkan bahwa seluruh elemen utama yaitu inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial telah terpenuhi secara optimal. Inovasi ditunjukkan melalui penggunaan media kreatif yang tidak konvensional dalam komunikasi kebencanaan sedangkan Instagram dipilih sebagai saluran komunikasi yang sesuai dengan kebiasaan konsumsi media target audiens. Penyampaian informasi dilakukan secara konsisten dan real-time, serta mendapatkan respons sosial yang tinggi melalui interaksi pengguna, yang menandakan penerimaan positif terhadap inovasi tersebut. Sedangkan proses putusan inovasi, dapat dilihat dari aspek hasil konfirmasi yang menunjukkan bahwa penggunaan Meme dan VTuber diterima dengan baik oleh audiens. Dengan adanya respons positif yang terlihat pada suka, komentar, share, dan jumlah views.

Karakteristik inovasi yang diadopsi BMKG Gowa juga menunjukkan keunggulan dalam aspek keuntungan relatif, kompatibilitas dengan nilai dan budaya digital audiens, tingkat kompleksitas yang berhasil diatasi, serta tingkat keterlihatan inovasi yang tinggi. Dengan kata lain, strategi ini berhasil mengubah persepsi publik terhadap komunikasi lembaga pemerintah menjadi lebih inklusif, relevan, dan engaging.

Dengan demikian, BMKG Gowa telah menunjukkan bahwa inovasi komunikasi melalui media sosial berbasis konten kreatif seperti meme dan VTuber dapat menjadi sarana efektif dalam mendukung upaya edukasi dan mitigasi bencana. Keberhasilan ini dapat menjadi model strategis bagi lembaga-lembaga pemerintah lainnya dalam menyusun pendekatan komunikasi publik yang lebih kontekstual, partisipatif, dan berorientasi pada audiens.

DAFTAR PUSTAKA

Fajarwati, A., Setiawati, E., & Yurdiana, Y. (2023). Mitigasi Bencana Alam Melalui Permainan Tradisional Pada Anak Usia Dini. *JEA (Jurnal Edukasi AUD)*, 9(1), 9. <https://doi.org/10.18592/jea.v9i1.7334>

Hasanah Pusparini. (2022). *Analisis Difusi Inovasi Pada Strategi Komunikasi Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Dalam Pelestarian Budaya*. UIN

YOGYAKARTA.

Khatami, M. I., & Nurjanah, A. (2022). Difusi Inovasi dalam Penerapan Komunikasi Bencana pada Masa Mitigasi oleh Forum Pengurangan Risiko Bencana (FPRB). *Jurnal Audiens*, 3(3), 121–130.

<https://doi.org/10.18196/jas.v3i3.13152>

Moelong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). PT Remaja Rosdakarya.

Mulyati, I., Mansyuruddin, M., Adrianus, A., Bahari, Y., & Warneri, W. (2023). Proses Difusi Inovasi dalam Penerapan Metode Pengajaran Baru. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(6), 2425–2433. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v5i6.5769>

Nisrokha. (2020). *DIFUSI INOVASI DALAM TEKNOLOGI PENDIDIKAN Nisrokha 1*. 10, 173–184.

Nurzam, M. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PENANGGULANGAN BENCANA DAERAH DALAM MITIGASI BENCANA ALAM DI KOTA PAREPARE. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.

Rieka Yulita Widawara, Ida Bagus Kade, Y. P. (2022). *DIFUSI INOVASI DAN ADOPSI MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DI ERA PEMBELAJARAN DARING*. 2(3), 310–324.