



Jurnal BADATI

Vol 6 No 1 April 2024

P-ISSN : 1907 – 5340

E-ISSN : 2722 - 3248

Halaman : 15 - 33

ANALISIS PENGARUH KOMUNIKASI KRISIS TERHADAP PERUBAHAN PRILAKU DI ERA DIGITAL 4.0

¹Hasdiyanto Hafied, ²Hafied Cangara

^{1,2}Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Hasanuddin.

Email: hafiedanto3@gmail.com

cangara_hafied@yahoo.com

Abstrack

The aim of this research is to determine the influence of the communication crisis on millennial life and to determine the influence of the communication crisis on human behavior in the Digital Era. A descriptive scientific approach was taken in conducting this research. The goal of a qualitative approach is to investigate, characterize, and understand a phenomenon from a central perspective. In-depth interviews with two key individuals in each business tasked with managing the crisis were used to collect primary data. key informant interviews, observation and documentation. . This analysis technique basically consists of three components, namely: data reduction, data presentation and drawing and testing conclusions. Research results Crisis communication is very important for efficient crisis management because it not only reduces or ends the crisis but also, in many cases, restores the reputation of the organization to the same level. Stephane Koch explains that social media can become an emotional network in times of crisis where facts are conveyed through emoticons, special signals for emotions. Communicating the facts is a priority for some experts, while others who rely on behavioral research note that values and emotions can be key drivers for increasing risk awareness in society and for strengthening preparedness.

Keywords: Crisis, Communication and Behavior

A. Pendahuluan

Kehidupan saat ini sangat dipengaruhi oleh teknologi. Teknologi digunakan dalam segala hal untuk mempermudah berbagai tugas. Teknologi komunikasi merupakan salah satu bidang teknologi yang saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Peradaban-peradaban baru bermunculan sebagai hasil dari berbagai terobosan dan penemuan teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi kini menawarkan keuntungan yang tak terbayangkan sebelumnya berkat era digital yang sangat modern. Namun kemajuan teknologi komunikasi modern juga dibayangi oleh sejumlah dampak buruk. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang luar biasa telah mengubah gaya hidup manusia modern. teknologi kontak dan informasi tidak hanya memfasilitasi kontak antar individu di berbagai belahan dunia, namun juga sangat membantu pekerjaan kita yang beragam. Namun, ada permasalahan tambahan yang berkembang di masyarakat saat ini, seperti bangkitnya masyarakat yang semakin mandiri. Kepribadian individualistik membawa dampak negatif terhadap kehidupan kelompok atau masyarakat. Konsekuensinya sangat rumit. Evolusi teknologi ponsel pintar yang menumbuhkan individualisme berdampak pada komunikasi interpersonal atau kelompok. Ponsel pintar telah menyebabkan dilema komunikasi sosial, khususnya di kalangan generasi muda.

Menurut Carl Iver Hovland mendefinisikan komunikasi sebagai “proses mengubah perilaku orang lain”. Menurut Everett M Rogers, komunikasi adalah penyampaian ide atau maksud dari satu sumber ke sumber lain dengan tujuan mempengaruhi perilaku penerimanya. Istilah "komunikasi" mengacu pada "pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami". Konsep mendasar dari komunikasi adalah untuk membimbing seseorang atau kelompok menuju saling pengertian dan kerjasama. Komunikasi sangat penting dalam hidup bersama. Segala sesuatu perlu

dikomunikasikan agar maksud atau gagasan, gagasan dan informasi seseorang dapat dipahami oleh orang lain. Komunikasi menjadi penting ketika suatu organisasi menghadapi krisis karena, antara lain, krisis ditandai dengan ketidakpastian, konflik kepentingan, kompleksitas, dan emosi. pertunangan. Ketika krisis terjadi, biasanya terdapat kebutuhan yang besar akan informasi. Informasi yang cepat dan tepat akan mengurangi ambiguitas.

Dalam komunikasi krisis, ada tiga prinsip utama yang harus diikuti: mengkomunikasikan pesan dengan cepat atau segera, konsisten, dan jujur . Penyampaian komunikasi secara cepat berarti memberikan kesempatan kepada pemangku kepentingan, khususnya media, untuk mengetahui apa yang sebenarnya terjadi. Ketika krisis berkembang, tujuannya adalah untuk mengisi kesenjangan informasi. Respons yang lambat justru memungkinkan pihak lain, terutama pihak yang ingin merugikan reputasi organisasi atau perusahaan, mengisi kekosongan informasi tersebut dengan spekulasi atau informasi yang tidak benar. Respons yang tepat waktu juga akan memberikan kesan kepada khalayak bahwa korporasi atau organisasilah yang mengendalikan situasi. Namun, respons cepat ini memiliki kelemahan (Wilujeng Nurani, 2021). Dasar-dasar komunikasi krisis mencakup reaksi cepat terhadap suatu krisis dan mengkomunikasikan pesan yang jujur dan transparan kepada semua pihak yang terlibat, baik mereka yang terkena dampak langsung maupun tidak langsung. Menurut perspektif tambahan Coombs (dikutip dari Kyhn, 2008), komunikasi krisis sangat penting dalam manajemen krisis dan berfungsi sebagai “sumber kehidupan” dari semua inisiatif manajemen krisis.

Untuk mengatasi suatu krisis diperlukan suatu rencana khusus yang dapat merespon, menghadapi, dan menangani permasalahan secara cepat dan tepat, dengan pertimbangan komunikasi memegang peranan penting dalam penyelesaian krisis. Opini publik yang berkembang dapat dimitigasi dengan taktik komunikasi yang dapat diandalkan, ambiguitas, konflik kepentingan, dan keterlibatan emosional, sehingga tidak meningkat menjadi ketidakpercayaan publik yang dapat

merusak organisasi (Satlita, 2013). Krisis komunikasi didefinisikan oleh kelangkaan sumber daya komunikasi yang dapat memberikan informasi mengenai kondisi terkini di lokasi bencana. Selain itu, bencana komunikasi terjadi ketika terputusnya jalur komunikasi masyarakat akibat rusaknya prasarana dan sarana komunikasi akibat bencana. Gangguan komunikasi bencana alam mengakibatkan kurangnya informasi mendasar, apalagi dapat diandalkan, mengenai keadaan darurat bencana. Krisis ini telah menciptakan situasi ketidakpastian. Aturan hukum formal adanya Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Pengelolaan Komunikasi Krisis di Lingkungan Instansi Pemerintah (Masry, 2019).

Kemajuan teknologi digital membawa dampak yang luar biasa terhadap krisis komunikasi. Ada dua hal yang perlu dipertimbangkan dalam situasi ini: saluran komunikasi penyebaran informasi; Pada era sebelumnya, ketika media sosial belum ada, penyebaran komunikasi krisis hanya terfokus pada media tradisional seperti televisi, radio, atau surat kabar yang informasinya masih memiliki jeda waktu. sebelum masyarakat terpapar dan bereaksi terhadap suatu krisis (Akhyar and Pratiwi, 2019). Persepsi risiko dan komunikasi secara intrinsik terikat satu sama lain: persepsi risiko menentukan cara komunikasi ditangani dan sebaliknya. Cara risiko dan krisis dikomunikasikan kepada masyarakat akan mempengaruhi persepsi terhadap kejadian saat ini dan di masa depan. Komunikasi risiko berfokus pada kemungkinan terjadinya peristiwa risiko di masa depan dan keputusan apa serta bagaimana yang harus diambil untuk mengelola risiko tersebut. Komunikasi krisis, di sisi lain, berkaitan dengan peristiwa yang telah terjadi, baik yang bersifat segera maupun yang lebih lama kebutuhan jangka pendek akan informasi dan tindakan mitigasi.

Komunikasi krisis selalu dipengaruhi oleh faktor kontekstual dan situasional yang tidak selalu dapat dikendalikan atau diperkirakan. Menurut Wynne

(1992) dalam (Palenchar, 2020) segala sesuatu termasuk risiko, merupakan produk dari kerangka institusi atau budaya tertentu, yang sarat dengan implikasi politik dan moral dan dikelilingi oleh pertanyaan mendasar tentang identitas. Faktor-faktor kontekstual ini mempunyai dampak pada cara budaya risiko berkembang dan bagaimana risiko dirasakan di dalamnya, sedangkan pada saat yang sama budaya risiko itu sendiri akan mempengaruhi konteks dimana risiko dan krisis muncul. Budaya risiko yang berbeda mempunyai implikasi yang berbeda pula manajemen krisis, krisis komunikasi dan komunikasi risiko. Tergantung pada budaya risiko masing-masing, kesimpulan yang berbeda perlu diambil untuk menjawab asumsi mendasar dari budaya risiko yang dominan dan pejabat yang bertugas menangani komunikasi krisis harus menyadari dan mempertimbangkan ketika mengembangkan strategi komunikasi dan peringatan (Dressel, 2015).

Masalah yang dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh krisis komunikasi terhadap kehidupan generasi milenial dan bagaimana pengaruh krisis komunikasi terhadap perilaku manusia di Era Digital? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh krisis komunikasi terhadap kehidupan generasi milenial dan untuk mengetahui pengaruh krisis komunikasi terhadap perilaku manusia di Era Digital.

B. Literatur Review

1. Konsep Dasar Krisis Komunikasi

Krisis mempunyai tiga makna berbeda dalam literatur ilmu komunikasi. Definisi asli krisis adalah tragedi, kesulitan, atau bahaya yang terjadi secara tiba-tiba. Krisis ini disebabkan oleh kekuatan non-manusia yang ada di luar sistem dan tidak dapat diprediksi, seperti wabah penyakit, bencana alam, dan sebagainya. Kedua, krisis dipandang sebagai ancaman yang berulang karena respons yang tepat belum pernah dilakukan. Penyebab bencana ini sama, unsur-unsurnya berada di

luar kendali manusia, namun kedatangannya dapat diprediksi. Banjir, tanah longsor, dan kebakaran hutan merupakan contoh bencana yang disebabkan oleh manusia. Ketiga, krisis dicirikan sebagai ledakan serangkaian kelainan yang terabaikan dan menjadikan sistem tidak berdaya (W *et al.*, 2020). Mengingat bahwa efikasi diri dianggap sebagai nilai sentral dalam budaya risiko yang berorientasi pada individu dan bahwa kepercayaan pada pihak berwenang dianggap berada pada tingkat sedang hingga tinggi, manajemen krisis perlu menerapkan gagasan bahwa negara, bagaimanapun juga, adalah nilai yang penting. , di sana bahwa masyarakat tidak sendirian dan terdapat tata kelola krisis yang siap untuk mengatasi bencana yang pada prinsipnya dapat dihindari atau dicegah sampai tingkat tertentu. Berbeda dengan dua tipe lainnya, tipe fatalistik tidak memandang krisis sebagai hal yang dapat dicegah, oleh karena itu komunikasi krisis pertama-tama perlu menyampaikan gagasan bahwa ‘sesuatu dapat dilakukan’ baik oleh individu atau oleh otoritas manajemen yang bertanggung jawab. Bahkan bencana yang parah, setidaknya pada tingkat tertentu, dapat dihindari atau diatasi dengan strategi dan upaya yang tepat tindakan yang diterapkan baik oleh negara maupun oleh warga negara. Komunikasi krisis menghadapi dua tantangan utama yang perlu ditangani dan diperhitungkan:

1. Untuk menemukan cara yang tepat untuk mengatasi rendahnya kepercayaan terhadap otoritas publik di satu sisi
2. Untuk bereaksi terhadap perasaan umum individu bahwa mereka tidak dalam posisi untuk melakukan tindakan pencegahan atau tindakan individu.

Media korespondensi dimanfaatkan masyarakat pada masa Komputerisasi 4.0. Kebanyakan sudah beralih ke barang-barang yang terkomputerisasi atau yang dikenal dengan media komunikasi informal atau hiburan virtual. Di Indonesia, anak muda, khususnya remaja putri, merupakan klien hiburan virtual yang paling dinamis; banyak dari mereka memiliki catatan berbeda di situs seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Hiburan virtual digunakan untuk membangun koneksi dan

berhubungan dengan masyarakat, bahkan lintas lini publik. Banyak juga yang memanfaatkan hiburan berbasis web untuk kegiatan sosial dan transaksi online. Perkembangan teknologi Komunikasi ini dikhawatirkan akan mengubah etika komunikasi. Hal ini termasuk perkembangan kepribadian individual dan, khususnya pada usia muda, potensi mengganggu komunikasi sosial. Para peneliti terdorong oleh permasalahan di atas untuk mengkaji bagaimana remaja di era industri 4.0 mengembangkan penggunaan teknologi komunikasi, khususnya remaja perempuan. Selain itu, esai ini akan mengkaji praktik komunikasi media sosial remaja putri. Esai ini bertujuan untuk membahas moralitas dalam berinteraksi dengan remaja putri di media sosial dalam konteks Era Digital 4.0 (Rosita Dewi, 2020).

Manusia mengungkapkan sebagian pengetahuan duniawinya dan mengambil pengetahuan dari orang lain selama berkomunikasi. Dalam proses komunikasi terjadi dialektika antara eksternalisasi dan globalisasi pengetahuan. Alat bantu bahasa dalam pengorganisasian proses komunikasi. Manusia berinteraksi satu sama lain di dalamnya, menghasilkan dan memperbanyak hubungan sosial dan kemasyarakatan. Manusia adalah hewan yang mudah bergaul dan berkembang biak sebagai hasilnya. Revolusi industri keempat ditandai dengan kemajuan teknis yang cepat yang mengubah pola komunikasi sosial. Krisis komunikasi merupakan permasalahan yang mulai muncul di kalangan sosial. Salah satu contohnya adalah cara masyarakat berinteraksi di lingkungan sosialnya yang mudah dipengaruhi oleh teknologi. Kejadian yang muncul adalah ketika listrik padam dan masyarakat keluar. Setelah listrik menyala kembali, orang-orang kembali ke dalam rumah dan menghabiskan waktu mereka menggunakan perangkat mereka bermain internet, mengakses media sosial, dan duduk untuk berbicara dengan tetangga secara langsung. Manusia belum terbiasa berinteraksi langsung dalam berkomunikasi di Industri 4.0. Misalnya, ketika seorang anak merantau untuk mencari ilmu dan ingin berbincang dengan orang tuanya, tidak

perlu lagi berinteraksi secara langsung melainkan berinteraksi menggunakan teknologi yaitu telepon atau ponsel.

Media atau instrumen yang digunakan untuk menyebarkan pesan disebut saluran korespondensi. Menurut Berlo (1960), ada beberapa cara untuk mengetahuinya: a) sebagai pengangkut; b) sebagai saluran yang dilalui kurir; c) sebagai media kendaraan yang memungkinkan kurir melalui jalan atau saluran yang hendak dilaluinya; dan d) sebagai media atau wahana yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan korespondensi, seperti pertemuan dan pameran. Hiburan berbasis web semacam ini terkenal karena keunggulannya, termasuk kemampuan memposting foto dan segmen komentar. Hiburan online digunakan untuk kehadiran diri selain penyampaian.

3. Etika Komunikasi dan Etika Media

Istilah "etika" berasal dari kata Yunani "ethos". "Adat atau adat istiadat" adalah arti dari istilah tunggal ini. "Ta etha" atau "ta ethe" adalah versi jamak dari kata "custom", yang berarti "baik dan buruk". Oleh karena itu, etika merupakan teori tentang bagaimana aktivitas manusia dinilai berdasarkan baik dan buruknya, atau merupakan ilmu yang melihat perilaku baik dan buruk dengan mempertimbangkan akal (Mufid, 2012). Oleh karena itu, etika komunikasi merupakan bidang keilmuan yang mengkaji strategi komunikasi yang efektif dan tidak efektif. Kejujuran, hubungan yang harmonis, pesan yang dapat diterima, tidak melakukan kecurangan, konsistensi antara isyarat verbal dan non-verbal, dan apakah komedian menyela diskusi atau tidak, semuanya merupakan aspek penting dari etika komunikasi.

Wengner mendefinisikan komunitas sebagai sekelompok orang yang mempunyai koneksi umum atau kecintaan terhadap suatu topik, serta berbagi isu, masalah, dan lingkungan. Ucapan yang baik hanyalah salah satu aspek etika komunikasi; kita juga menyimpang dari niat jujur yang mendasari ketenangan,

toleransi, dan empati kita saat berkomunikasi (Corry, 2014). agar modus komunikasi ini dapat menumbuhkan percakapan dua arah yang bercirikan adanya pertimbangan, rasa hormat, dan dukungan antar pihak yang terlibat. Kode etik jurnalistik, misalnya, dikembangkan untuk menjaga integritas jurnalis dan profesional media dengan menetapkan standar profesional jurnalisme yang harus dipatuhi. Oleh karena itu, etika media lebih bersifat institusional dibandingkan etika publik.

4. Era Digital 4.0

Era digital yang kita jalani saat ini adalah era dimana kesenjangan ruang telah dijembatani oleh teknologi informasi. Internet, jaringan teknologi komunikasi dan informasi terpadu yang banyak digunakan, merupakan ciri khas era digital. Dengan jutaan pengguna di seluruh dunia, Internet adalah jaringan longgar yang terdiri dari ribuan jaringan komputer terpisah. Tujuan awalnya adalah memberi akademisi cara mengambil data dari sumber daya perangkat keras komputer yang mahal dan langka. Namun, internet telah menyimpang jauh dari tujuan awalnya karena telah berkembang menjadi alat komunikasi yang sangat cepat dan efisien. Kita tidak bisa mengabaikan internet saat ini karena internet telah berkembang menjadi media komunikasi dan informasi yang luas dan efektif (LaQuey, 1997).

Yang membedakan jaringan dan internet dalam peristiwa komunikasi. Masalah lebih lanjut yang dihadapi teknologi komunikasi tradisional di seluruh dunia adalah kecepatan dan tingkat keterlibatan pengguna dalam penyiaran pesan. Saat ini belum ada media yang memungkinkan untuk berbicara dengan ratusan bahkan jutaan orang di seluruh dunia secara bersamaan dan instan. Anda mungkin menganggap internet sebagai cairan yang terus berubah. Begitu ilmu disebarluaskan, akan muncul banyak pandangan, kritik, saran, atau apa pun sebutannya. Jumlah orang yang menggunakan internet semakin bertambah, begitu

pula beragam aplikasi yang tersedia. Berbagai kesulitan dapat diatasi dengan pemanfaatan internet dalam berbagai bentuknya (Setiawan, 2019).

5. Prilaku

Isu yang muncul dengan munculnya teknologi adalah bentuk komunikasi baru, atau dunia maya. Contohnya adalah ketika kita menemukan tuduhan terhadap seseorang, bisnis, atau kualitas suatu barang atau jasa di blog, situs web, milis, atau artikel di Facebook. Meski begitu, masih mustahil untuk menentukan apakah klaim ini benar (Millar dan Heath, 2004). Bahkan di dunia maya saat ini, rumor merupakan isu yang unik karena sifatnya yang semakin provokatif. Menurut Weiner (dikutip Holmes, 2011: 4), berikut gambaran krisis era media baru: Kamera sudah berada di lokasi sebelum perusahaan mengetahui kejadian tersebut. Organisasi tidak dapat bereaksi secara berarti tanpa adanya informasi yang akurat. Namun hal ini tidak menghentikan media untuk memberitakannya secara langsung, menit demi menit.

Aspek sosial budaya kehidupan manusia masih terkena dampak kemajuan teknologi komunikasi. Perubahan komunikasi akan mempengaruhi cara orang berpikir, bertindak, dan maju menuju gelombang teknologi berikutnya dalam sejarah manusia. Teknologi komunikasi buatan manusia pada akhirnya akan berdampak pada kehidupan manusia itu sendiri. Dunia maya, atau situs web, adalah salah satu cara teknologi komunikasi dapat berdampak pada komponen sosial dan budaya suatu kelompok masyarakat. Seseorang biasanya akan menghabiskan waktu berjam-jam untuk berbincang dengan teman atau kenalannya jika terlalu asyik dengan teknologi, seperti dunia maya. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi kini turut mempengaruhi kebudayaan Indonesia. Yang memprihatinkan, dampak dari kemajuan teknis yang cepat ini berdampak buruk pada perilaku sosial. Hal ini disebabkan karena sebagian besar masyarakat Indonesia tidak lagi memiliki budaya yang sama, karena pesatnya kemajuan

teknologi informasi telah banyak mengubah cara hidup masyarakat, baik disengaja maupun tidak. Kehidupan masyarakat dipengaruhi oleh kemajuan dan perubahan teknologi komunikasi dalam berbagai cara, baik secara positif maupun negatif. Ketersediaan dan kemajuan teknologi komunikasi memudahkan akses terhadap pendidikan dan mendekatkan masyarakat dengan sumber informasi; Namun, teknologi yang sama juga mempunyai dampak negatif, berpotensi mendorong masyarakat menuju sumber-sumber yang kurang bermanfaat (Yoga, 2019).

Karena kemampuan telematika untuk beradaptasi dan mampu menyusup ke setiap elemen kehidupan manusia, dampak sosial dari kemajuan teknologi, khususnya di bidang informasi multimedia dan telekomunikasi, akan berdampak signifikan terhadap transformasi hubungan sosial dan struktur organisasi. Keadaan ini akan terlihat jelas dalam pergeseran yang terjadi di bidang politik, sosiokultural, ideologi, dan keamanan suatu negara. Luasnya dampak sosial teknologi komunikasi mencakup semua dimensi, seperti kecepatan adopsi inovasi, kegunaan teknologi, penerapannya, dan dampaknya terhadap masyarakat. Dalam proses komunikasi, dampak dan akibat memiliki arti yang sangat berbeda. Efek komunikasi lebih terfokus pada modifikasi perilaku individu (pengetahuan, sikap, dan dampak komunikasi terhadap khalayak.

Menurut Rogers, Klasifikasi Dampak Sosial Teknologi Komunikasi adalah Desired Effect: Unexpected Effect. Pengaruh ini sebagian besar terfokus pada bagaimana suatu inovasi digunakan oleh seseorang atau suatu struktur sosial. Efek ini membuat inovasi yang dilakukan oleh masyarakat atau sistem sosial menjadi tidak berfungsi. dampak langsung Efek Tidak Langsung Masyarakat atau struktur sosial bereaksi terhadap inovasi dengan cepat atau seketika. Individu atau sistem sosial mengalami perubahan setelah adanya dampak langsung. Efek yang Diharapkan Efek Tak Terduga. Karena individu-individu dalam sistem sosial menyadari atau mengakui inovasi tersebut, perubahan dapat diharapkan. Karena

inovasi tidak diakui atau diakui sebelumnya oleh anggota sistem sosial, maka perubahan yang terjadi tidak dapat diramalkan.

Telah terjadi kemerosotan moral di kalangan generasi muda tertentu akibat pengaruh negatif kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di masyarakat. Ciri-ciri kebudayaan Timur yang sebenarnya telah terkabur dengan kemunduran kebudayaan Indonesia yang terkenal santun dan menjunjung nilai-nilai gotong royong, toleransi, dan nilai-nilai luhur lainnya. Interaksi bebas antara remaja dan anak usia sekolah disebarluaskan melalui berbagai saluran informasi dan komunikasi, khususnya platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Blackberry Messenger. Komunikasi risiko dan krisis yang diuji secara cermat dapat membantu meningkatkan kesiapsiagaan dan respons darurat, mengurangi biaya bencana, meningkatkan transparansi keputusan, dan meningkatkan potensi penerimaan hasil.

Komunikasi risiko dan krisis sangat berharga untuk meningkatkan kesiapsiagaan dan respons ketika hal tersebut membantu untuk meningkatkan tingkat kesadaran warga negara dan kapasitas mereka untuk mengambil tindakan yang tepat. Radio, televisi, surat kabar, kertas dinding, facebook, twitter, dan saluran lainnya dapat digunakan untuk menyebarkan informasi yang sangat berharga kepada sebanyak mungkin orang. Internet saat ini dapat mempercepat komunikasi dan kesadaran, melampaui strategi komunikasi risiko dan krisis tradisional karena memungkinkan komunikasi real-time.. Aspek-aspek perilaku ini juga merupakan komponen kunci dari ekonomi perilaku yang baru, dimana pemerintah harus “mendorong” warganya untuk membantu meningkatkan pengambilan keputusan mengenai kesehatan, keselamatan dan kesejahteraan.

C. Metode Penelitian

Pendekatan ilmiah deskriptif diambil dalam melakukan penelitian ini. Tujuan pendekatan kualitatif adalah untuk menyelidiki, mengkarakterisasi, dan

memahami suatu fenomena dari perspektif sentral. Dengan kata lain, suatu topik dipelajari, dianalisis, dan diteliti dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif hingga ditemukannya. Wawancara mendalam dengan dua individu penting di setiap bisnis yang bertugas mengelola krisis digunakan untuk mengumpulkan data primer. wawancara informan kunci, observasi, dan dokumentasi dengan menggunakan snowboling. Sementara itu, berita di media cetak, web, dan penyiaran menyediakan data sekunder. Teknik triangulasi digunakan untuk menguji keabsahan data, dan reduksi data, pemodelan, dan pengambilan kesimpulan digunakan untuk analisis. Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen yakni: reduksi data, penyajian data dan penarikan serta pengujian kesimpulan .

D. Hasil dan Diskusi

Ada banyak jenis kemudahan akses informasi yang tersedia di era Industri Manusia 4.0. Berbagai bentuk informasi, seperti berita dan foto, hanya bisa kita akses lintas batas negara melalui media komunikasi seperti ponsel atau laptop pintar. Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lainnya merupakan alat komunikasi yang populer saat ini di masyarakat, khususnya di kalangan remaja. Media sosial dimanfaatkan untuk eksistensi diri dan komunikasi. Ada 3 keadaan umum yang muncul selama krisis komunikasi . Hal-hal tersebut, menurut Argenti (2009: 259), adalah aspek-aspek yang sifatnya tidak terduga, pengetahuan yang kurang memadai, dan kecepatan terjadinya dinamika. Namun, Millar & Heath (2004) berpendapat bahwa dalam suatu krisis, informasi dapat mengalir begitu cepat sehingga manajemen mungkin menjadi lumpuh sebelum mereka dapat mengambil tindakan efektif untuk mengendalikan situasi. Ketika menghadapi tantangan, perusahaan perlu merespons dengan cepat dan tegas untuk menjaga nama baik. Bagaimanapun, krisis mempunyai kekuatan untuk menodai reputasi terbaik bahkan dari perusahaan yang paling bereputasi.

Jaringan antara komunikasi interpersonal dan media, sistem komunikasi yang tidak seimbang, dan kandungan emosional yang kuat dalam komunikasi krisis. Keterikatan manusia terhadap media massa akhir-akhir ini meningkat secara signifikan. Keterikatan manusia kini terbatas pada jejaring sosial serta media arus utama di era media baru dan media sosial. Jejaring sosial ini juga akan menyebabkan peningkatan jaringan komunikasi interpersonal. Agar dapat berkomunikasi secara efektif selama krisis, penting untuk melakukannya dengan cepat, secara konsisten, dan transparan. Penyebaran pesan yang cepat berarti memberikan kesempatan kepada pihak-pihak yang berkepentingan khususnya media untuk mengetahui kebenaran tentang apa yang sebenarnya terjadi. Ketika krisis muncul, tujuannya adalah untuk menutup kesenjangan informasi.

Dalam suatu krisis, mustahil bagi seorang individu untuk berbicara mewakili keseluruhan perusahaan atau organisasi. Namun tim komunikasi Krisis perlu memastikan bahwa beberapa juru bicara akan menyampaikan pesan yang sama. Transparansi. Menurut penafsiran pertama, keterbukaan menunjukkan bahwa pihak-pihak dalam organisasi yang diperbolehkan mengeluarkan pernyataan selalu bersedia dan siap berbicara dengan pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya media. Jika suatu perusahaan enggan berinteraksi dengan pemangku kepentingannya, perusahaan tersebut mungkin akan dianggap terlalu tertutup, menyembunyikan informasi, atau tidak mampu mengelola krisis. Komunikasi krisis, menurut Coombs merupakan “sumber kehidupan” dari upaya manajemen krisis dan sangat penting di setiap kesempatan. Komunikasi krisis sangat penting untuk manajemen krisis yang efisien karena tidak hanya mengurangi atau mengakhiri krisis tetapi juga, dalam banyak kasus, mengembalikan reputasi organisasi ke tingkat yang sama.

Agar pemanfaatan media sosial oleh organisasi atau perusahaan baik itu dalam komunikasi krisis mau pun kegiatan komunikasi yang lainnya bisa optimal, maka diperlukan perubahan pola pikir. Stephane Koch menjelaskan bahwa media

sosial dapat menjadi jaringan emosional pada saat krisis dimana fakta disampaikan melalui emoticon, sinyal khusus untuk emosi. Campuran fakta dan nilai yang dibagikan dengan nada dan kosa kata baru ini menjadi area penelitian baru. Mengkomunikasikan fakta merupakan prioritas bagi sebagian ahli, sementara pakar lain yang mengandalkan penelitian perilaku mencatat bahwa nilai-nilai dan emosi dapat menjadi pendorong utama untuk meningkatkan kesadaran risiko di masyarakat dan untuk memperkuat kesiapsiagaan. Keberadaan berbagai media sosial dan saluran komunikasi meningkatkan potensi instrumentalisasi.

Kemungkinan kesalahan dan pemberian informasi yang tidak akurat. Kesalahan dapat terjadi seperti pemberian informasi yang tidak akurat atau tidak dapat dipahami, kesalahan penanganan informasi sensitif. Mengurangi kesalahan-kesalahan ini merupakan sebuah tantangan besar. Bias budaya Komunikasi risiko dan krisis bervariasi tergantung budayanya. Dalam konteks global, risiko dan krisis dirasakan secara berbeda di berbagai negara dan komunitas. Komunikasi risiko dan krisis perlu disesuaikan dengan jenis risiko dan krisis yang dihadapi masyarakat menghadapinya, karena tidak ada pendekatan yang universal. Misalnya saja, komunikasi perlu memisahkan paparan risiko secara sukarela dengan paparan risiko lainnya. Pemaparan risiko secara sukarela dilakukan dengan pengetahuan penuh tentang konsekuensi yang mungkin terjadi dan dengan demikian menyiratkan tanggung jawab masyarakat, sebuah elemen yang perlu ditangani dalam komunikasi. Untuk risiko lainnya, masyarakat mungkin tidak bertanggung jawab, namun masyarakat tetap ingin diberi informasi mengenai tindakan perbaikan. Komunikasi risiko dan krisis juga dapat berbeda antara risiko alam dan risiko akibat ulah manusia karena dampak sosialnya dapat berbeda.

Penelitian menyimpulkan bahwa masyarakat menggunakan jalan pintas kognitif untuk memproses informasi, dan bahwa persepsi dapat sangat berbeda karena adanya ekspektasi, yang menyebabkan reaksi berlebihan, ketidakpercayaan, dll. Komunikasi risiko dan krisis dikembangkan sebagai strategi untuk membuat

perilaku masyarakat menjadi lebih “rasional”. sehingga mereka dapat membuat keputusan yang tepat (Wendling, Radisch and Jacobzone, 2013). Media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan komunikasi risiko dan krisis dalam beberapa cara. Pertama, mereka bersifat kolaboratif dan partisipatif. Diskusi online dapat meningkatkan kesadaran situasi. Kedua, mereka terdesentralisasi. Ketiga, media sosial populer dan mudah diakses. Layanan darurat dapat memperluas jangkauannya saat mengirimkan informasi atau peringatan. Terakhir, media sosial dapat menyediakan data yang dapat dilacak secara geografis atau temporal.

Peningkatan inovasi korespondensi harus dibarengi dengan penerapan moral dalam korespondensi dan moral media. Moral korespondensi sangat penting ketika disampaikan secara lokal, khususnya melalui hiburan berbasis web, yang sifatnya sangat heterogen. Oleh karena itu, moralitas korespondensi sangat penting dalam memanfaatkan hiburan berbasis web, jika tidak dilaksanakan maka akan timbul potensi konflik dan perpecahan. Selain itu, jika tidak mengikuti wacana yang baik, dapat membuat orang lain merasa tidak enak dan menimbulkan rasa jijik yang dapat memicu konflik ucapan. Telah terjadi kemerosotan moral di kalangan generasi muda tertentu akibat pengaruh negatif kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di masyarakat. Ciri-ciri kebudayaan Timur yang sebenarnya telah terkabur dengan kemunduran kebudayaan Indonesia yang terkenal santun dan menjunjung nilai-nilai gotong royong, toleransi, dan nilai-nilai luhur lainnya. Remaja dan anak usia sekolah dapat dengan bebas berinteraksi satu sama lain melalui media informasi dan komunikasi serta saluran lainnya, khususnya platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Blackberry Messenger. erubahan dalam lanskap politik, sosial budaya, ideologi, dan keamanan suatu negara merupakan indikator dari suatu negara. Dalam proses komunikasi, dampak dan akibat memiliki arti yang sangat berbeda. Yang terakhir ini lebih terfokus pada bagaimana komunikasi mempengaruhi perilaku individu, seperti perubahan pengetahuan, sikap, dan tindakan yang disebabkan oleh penyebaran pesan komunikasi.

E. Kesimpulan

Kemajuan teknologi komunikasi dan media informasi sepanjang sejarah tidak mungkin bisa ditolak. Semua pihak harus berupaya memanfaatkan teknologi sebagai metode dan media untuk meningkatkan kualitas pengetahuan karena teknologi merupakan pilihan yang masuk akal sehingga masyarakat dapat memanfaatkannya secara maksimal. Kearifan budaya beserta seluruh nilai-nilainya akan dilestarikan dengan cara ini. Perkembangan media dan teknologi komunikasi berkaitan dengan perubahan sosial akibat pengaruh media, meskipun hal ini tidak selalu berarti perubahan struktur sosial. Hal yang sama juga berlaku dalam hubungan interpersonal dan sisi kehidupan keagamaan. Kenyataannya, kehidupan sosial dan budaya seharusnya semakin berkembang seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi.

Reference

- Akhyar, D.M. and Pratiwi, A.S. (2019) ‘Media Sosial dan Komunikasi Krisis : Pelajaran dari Industri Telekomunikasi di Indonesia’, *Jurnal Ilmu Komunikasi ULTIMACOMM*, 11(1), pp. 35–52.
- Corry, A. (2014) ‘Etika berkomunikasi dalam penyampaian aspirasi’, *ETIKA BERKOMUNIKASI DALAM PENYAMPAIAN ASPIRASI*, 1.
- Dressel, K. (2015) ‘Risk culture and crisis communication’, *International Journal of Risk Assessment and Management*, 18(2), pp. 115–124. Available at: <https://doi.org/10.1504/IJRAM.2015.069020>.
- LaQuey, T. (1997) ‘Sahabat Internet’, *Bandung: ITB* [Preprint].
- Masry, D. (2019) ‘MANAJEMEN KOMUNIKASI KRISIS PEMERINTAH DALAM ANTISIPASI BENCANA GEMPA BUMI DAN TSUNAMI DI SUMATERA BARAT DEDY’, pp. 1–21.
- Mufid, M. (2012) *Etika dan filsafat komunikasi*. Prenada Media.
- Palenchar, M.J. (2020) ‘Historical trends of risk and crisis communication’, in *Handbook of risk and crisis communication*. Routledge, pp. 31–52.
- Rosita Dewi, M.S. (2020) ‘KOMUNIKASI SOSIAL DI ERA INDUSTRI 4.0 (Studi Pada Etika Komunikasi Remaja Perempuan Melalui Media Sosial di Era Industri 4.0)’, *Research Fair Unisri*, 4(1). Available at: <https://doi.org/10.33061/rsfu.v4i1.3388>.
- Satlita, L. (2013) ‘Strategi Komunikasi dalam Menangani Krisis Organisasi’, *Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta* [Preprint].
- Setiawan, T. (2019) ‘Komunikasi Krisis di Era Digital’, *INTELEKTIVA : Jurnal*

Ekonomi, Sosial & Humaniora, 1(2), pp. 50–61. Available at:

<https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/26>.

W, R.W.A. *et al.* (2020) ‘Potret Generasi Milenial Pada Era Revolusi Industri 4.0’, *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(2), p. 187. Available at:

<https://doi.org/10.24198/focus.v2i2.26241>.

Wendling, C., Radisch, J. and Jacobzone, S. (2013) ‘The Use of Social Media in Risk and Crisis Communication’, *OECD Working Papers on Public Governance No. 24*, (24), pp. 1–42. Available at: [http://www.oecd-](http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/5k3v01fskp9s.pdf?expires=1437723999&id=id&accname=guest&checksum=4E069BB53BB433F036EF6A777899ADFC)

[ilibrary.org/docserver/download/5k3v01fskp9s.pdf?expires=1437723999&id=id&accname=guest&checksum=4E069BB53BB433F036EF6A777899ADFC](http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/5k3v01fskp9s.pdf?expires=1437723999&id=id&accname=guest&checksum=4E069BB53BB433F036EF6A777899ADFC).

Wilujeng Nurani (2021) ‘Advokasi Public Relationship SALT Entertainment Dalam Komunikasi Krisis Skandal Kim Seon Ho’, *AMERTA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* [Preprint]. Available at:

<https://ejournal.amertamedia.co.id/index.php/amerta/article/view/2>.

Yoga, S. (2019) ‘Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia Dan Perkembangan Teknologi Komunikasi’, *Jurnal Al-Bayan*, 24(1), pp. 29–46.

Available at: <https://doi.org/10.22373/albayan.v24i1.3175>.