

## **PENGEMBANGAN MODEL PEMASARAN SOSIAL SIAGA BENCANA DI DAERAH RAWAN LONGSOR**

(Social Marketing Model Development of Disaster Preparedness in Landslides  
Prone Areas)

**Diah Krisnatuti, Retnaningsih, Irni Rahmayani Johan**  
Dep. Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, IPB.

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan mengembangkan model pemasaran social untuk mendukung percepatan internalisasi pendidikan siaga bencana, khususnya bagi masyarakat di daerah rawan bencana longsor. Penelitian dilakukan selama satu tahun di wilayah Kabupaten Bandung, dengan desain kuasi eksperimental, melibatkan 200 keluarga di dua kecamatan sebagai contoh. Hasil penelitian menunjukkan hampir keseluruhan contoh mampu mengakses informasi melalui televisi, dan acara yang disukai adalah sinetron dan berita. Dalam hal pengetahuan kebencanaan yang dimiliki contoh, lebih dari separuhnya terkategori sedang, sebagian besar contoh memiliki sikap yang baik terhadap program siaga bencana yang ada. Contoh membuat penahan longsor dan terasering untuk menghindari terjadinya bencana, namun masih terdapat contoh yang memiliki kebiasaan menebang pohon. Umur suami dan istri yang lebih muda cenderung memiliki pengetahuan dan sikap yang lebih baik mengenai siaga bencana. Semakin lama pendidikan yang dimiliki istri maka pengetahuan yang dimiliki juga lebih tinggi mengenai bencana. Sebagian besar contoh menyatakan belum pernah mendapatkan informasi kebencanaan dari manapun. Oleh karena itu sosialisasi model pemasaran perlu dilakukan mencakup berbagai sasaran yakni: (1) Masyarakat umum dan Anak sekolah; (2) Perangkat desa dan petugas penyuluhan serta Guru sekolah dan guru ngaji/ustadz; (3) Pemerintah, perguruan tinggi serta LSM setempat. Agar pesan dapat lebih diterima seluruh sasaran dan tersimpan dalam memori jangka panjang, maka perlu dilakukan juga penyuluhan serta distribusi media komunikasi massa berupa leaflet, poster, rambu lalu lintas, kalender dan komik sesuai dengan karakteristik sasaran.

Kata kunci: Model pemasaran sosial, siaga bencana longsor.

### **ABSTRACT**

The objective of this study was to develop a model of social marketing to support the acceleration of educational internalization of disaster preparedness, especially for those who live in landslides prone areas. The research was conducted for one year in Bandung regency with a quasi experimental design involving 200 families in two sub-districts as samples. The result of the study showed that almost all the samples were able to access information through television, and their favorite programs were sinetron and news. In terms of disaster knowledge which the samples had, more than half were in a medium category, the majority of the samples had a good attitude towards their readiness to face a disaster. The samples made landslides protectors and terraced lands, but some still had the habit of cutting down trees. Younger couples had a tendency to have better knowledge and attitude related to disaster preparedness. The longer a wife's education period, the more knowledge she had concerning natural disasters. Most samples said that they had never got any information about disaster-related matters from anywhere. Therefore, the socialization of a marketing model should be done to include various targets, such as: (1) general public and students; (2) village officials, information and counseling officers and school teachers and religious teachers; (3) the government, universities, and local

NGOs. So that the messages can be received by all targets, it is also necessary to carry out the counseling and to distribute mass communication media like leaflets, posters, traffic signs, calendars and comics adjusted to the characteristics of the targets.

Keywords: Social marketing model, landslide preparedness.

## **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan daerah rawan bencana. Sekitar 644 kejadian bencana di Indonesia pada tahun 2010 sebagian besar (81,5%) atau 517 kejadian merupakan bencana hidrometeorologi. Dari tahun ke tahun bencana hidrometeorologi seperti banjir, kekeringan, tanah longsor, puting beliung dan gelombang terjadi rata-rata hampir 70% dari total bencana di Indonesia (Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), 2010). Perubahan iklim global, perubahan penggunaan lahan dan meningkatnya jumlah penduduk makin memperbesar ancaman risiko bencana di Indonesia. Bencana tersebut telah menimbulkan kerugian secara moril maupun materi dalam jumlah besar.

Berdasarkan data kejadian gerakan tanah dari Pusat Vulkanologi dan Mitigasi Bahaya Geologi dari tahun 2001-2009 tercatat bahwa Provinsi Jawa Barat dan Banten merupakan daerah kejadian gerakan tanah terbanyak di Indonesia. Di Provinsi Jawa Barat tercatat setidaknya 121 lokasi yang tergolong memiliki potensi longsor menengah-tinggi tersebar di 11 kota, diantaranya Bogor, Sukabumi, Cianjur, Bandung, Garut, Purwakarta, Subang, Sumedang, Tasikmalaya, Ciamis, Majalengka dan Cirebon. Seiring anomali cuaca yang terjadi di Indonesia diperkirakan kejadian bencana longsor dari tahun ketahun terus meningkat.

Hidup bersama dengan bencana membuat masyarakat harus meningkatkan ketrampilan dan kemampuan agar terhindar dari resiko bencana. Menyadari tingginya kerentanan terhadap bencana, tidak ada pilihan lain bagi masyarakat Indonesia untuk bersiaga mengantisipasi terjadinya bencana. Minimnya pengetahuan untuk memulai gerakan siaga bencana yang lebih terlembaga dalam masyarakat adalah penyebab utama tingginya korban. Hal ini semestinya mendorong pemerintah untuk segera menerapkan pendidikan kebencanaan secara intensif.