Analisis Pemberitaan dan Perbincangan Banjir Sumatera 2025



CMCI
Center for Communication, Media, Culture, and Information System

ACTANT initiative

Kata Pengantar

Laporan studi “Analisis Pemberitaan dan Perbincangan Banjir Sumatera 2025” ini disusun oleh tim peneliti dari Actant Initiative dan Pusat Studi Komunikasi, Media, Budaya, dan Sistem Informasi (*Centre for Communication, Media, Culture, and Information System*/CMCI) Fikom Unpad. Actant Initiative adalah organisasi non-profit yang dibentuk oleh peneliti dan profesional di bidang media, serta berfokus pada penelitian terapan dan implementasi komunikasi untuk kepentingan publik. CMCI adalah lembaga riset yang berada di bawah naungan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Kajian CMCI berupaya menempatkan komunikasi sebagai bidang studi yang bersifat multidisipliner dengan beragam pendekatan metodologis. Actant Initiative dan CMCI berkolaborasi untuk mengembangkan kajian komunikasi yang berkontribusi pada konstruksi pengetahuan dalam penyelesaian isu-isu publik, serta menjadi landasan bagi pengambilan kebijakan. Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung seluruh proses pelaksanaan dan penyusunan laporan studi ini.

Penulis:

Detta Rahmawan

Justito Adiprasetio

S. Kunto Adi Wibowo

Pengolah data:

Dzikrifa Ningtyas Aliifa

Rudi Dwi Hartanto

Daftar Isi

Ringkasan Eksekutif 4

I. Pendahuluan 8

II.Metode Penelitian 13
- Analisis Media *Online* 14
- Analisis Media Sosial 16
- Wawancara Mendalam 17
- Limitasi Penelitian 17

III.Analisis Data Media *Online* dan Media Sosial 19
- Analisis Media *Online* 20
  - Dominasi Pemberitaan Episodik 22
  - Narasi Penyebab Bencana 22
  - Penyebutan Lokasi Bencana 24
  - Isu yang Dibahas 25
  - Sentimen Terhadap Pemerintah 26
  - Sentimen Terhadap Perusahaan 27
  - Penyebutan & Narasumber Kelompok Aktor 29
- *Crisis Frame* pada Pemberitaan Banjir Sumatera 33
- Analisis Media Sosial 38
  - Jenis Akun 41
  - Penyebab Bencana 42
  - Penyebutan Lokasi Bencana 43
  - Isu yang dibahas 44
  - Sentimen terhadap Pemerintah & Perusahaan 46
- *Crisis Frame* pada Konten Top 100 Tiktok dan X 47
- Analisis Konten *Cross-Post* 51

IV. Diskusi 56
- Struktur Akses, Kontrol Informasi dan Status "Bencana Nasional" 57
- Narasi Bantuan/Donasi dan Depolitisasi Bencana 59
- Media Sosial dan *Cross-Post* sebagai Infrastruktur Narasi Tandingan 60
- Refleksi 63

V. Kesimpulan & Rekomendasi 65
- Kesimpulan 66
- Rekomendasi 68

Daftar Pustaka 70



Sumatra Utara, Indonesia, 30 November 2025: Warga terlihat bermain air di tengah bencana banjir yang terjadi akibat cuaca ekstrem. (Shutterstock/Ardy Dwi Prayoga)

Ringkasan Eksekutif

Laporan ini menganalisis bagaimana Banjir Sumatera 2025 direpresentasikan dalam media *online* dan media sosial. Penelitian ini menganalisis 36.847 berita media *online* yang dikumpulkan melalui CISION pada periode 17 November 2025–31 Januari 2026, dengan 1.051 berita digunakan sebagai sampel untuk analisis mendalam. Untuk media sosial, laporan ini menganalisis 100 konten dengan interaksi tertinggi di TikTok dan 100 konten dengan interaksi tertinggi di X, dilengkapi pemantauan kualitatif terhadap Instagram serta wawancara mendalam dengan jurnalis, koordinator liputan, *influencer*, dan aktor yang mengawal isu Banjir Sumatera.

Temuan pertama menunjukkan bahwa **pemberitaan Banjir Sumatera sangat dipengaruhi oleh struktur akses, kontrol informasi, dan sensitivitas politik mengenai status "Bencana Nasional"**. Sejak awal, jurnalis menghadapi keterbatasan akses ke wilayah yang terdampak. Jalur darat terputus, sebagian jurnalis lokal ikut terdampak bencana, dan jurnalis dari Jakarta tidak selalu memiliki pengetahuan medan maupun dukungan kontributor lokal yang memadai. Dalam situasi tersebut, akses media sangat bergantung pada fasilitasi BNPB, aparat, rombongan pejabat, atau visual yang diberikan institusi resmi. Ketergantungan ini membuat informasi yang masuk ke media lebih banyak berasal dari aktor negara, bukan dari pengalaman warga atau investigasi independen di lapangan.

Ketegangan semakin kuat ketika isu status "Bencana Nasional" dan bantuan asing muncul. Sejumlah aktor lokal, media, dan organisasi masyarakat sipil mendorong agar banjir ditetapkan sebagai bencana nasional karena skala kerusakan, jumlah korban, dan luas wilayah terdampak. Namun, status ini menjadi sensitif karena dianggap berkaitan dengan kapasitas negara, kemungkinan masuknya bantuan asing, serta citra pemerintah dalam mengendalikan krisis. Hasil wawancara menunjukkan bahwa isu bantuan dari Malaysia sempat menjadi titik ketegangan yang berdampak pada pembatasan akses jurnalis untuk ikut terbang ke lokasi terdampak. Dengan alasan fokus pada pengiriman bantuan, ruang gerak media semakin menyempit. Akibatnya, jurnalis semakin sulit memperoleh informasi di luar narasi resmi mengenai distribusi logistik dan penanganan darurat.

Kontrol informasi juga bekerja melalui pengondisian. Ketika jurnalis menemukan kayu gelondongan dengan nomor seri perusahaan dan mencoba mengarahkannya sebagai isu investigatif, muncul arahan agar pemberitaan kembali difokuskan pada penanganan bencana. Dalam kasus lain, jurnalis mengalami perampasan alat kerja dan penghapusan karya jurnalistik disertai intimidasi. Wawancara juga menunjukkan bahwa representasi visual penanganan dikonstruksi secara selektif. Seorang jurnalis menyebut bahwa tenda dan dapur umum baru tersedia menjelang kedatangan Presiden Prabowo, sementara warga di sekitar lokasi masih membangun tenda darurat sendiri dari terpal di depan rumah yang rusak. Hal ini memperlihatkan jarak antara ruang yang ditampilkan kepada pejabat dan media dengan ruang hidup warga terdampak. **Dengan demikian, persoalan utama bukan hanya sulitnya akses, tetapi juga bagaimana akses dan visual bencana dikondisikan agar selaras dengan narasi bahwa negara hadir dan situasi terkendali**.

Temuan kedua menunjukkan bahwa **media *online* secara dominan membingkai Banjir Sumatera sebagai krisis bantuan/donasi, bukan sebagai krisis ekologis-politik**. Dari 1.051 berita yang dianalisis, isu bantuan/donasi menjadi tema paling dominan dengan 450 penyebutan, jauh melampaui isu pemulihan pascabencana, regulasi pemerintah, data korban, status bencana nasional, pertambangan, kerusakan DAS, sawit, dan perkebunan. Pemberitaan bantuan banyak berisi penyaluran logistik, distribusi bantuan tunai, kunjungan pejabat, kehadiran pemerintah di lapangan, serta kontribusi perusahaan melalui CSR. Narasi ini membuat bencana lebih sering tampil sebagai keadaan darurat yang membutuhkan respons cepat, solidaritas, dan dukungan sosial, bukan sebagai krisis yang menuntut penelusuran akar masalah.

Narasi bantuan tentu penting dalam situasi bencana. Informasi tentang logistik, evakuasi, kebutuhan korban, dan distribusi bantuan memang sangat mendesak. Namun, persoalan muncul ketika bantuan mendominasi bingkai utama; perhatian publik terserap pada siapa yang datang membantu, bukan pada mengapa bencana terjadi, siapa yang memperparah risiko ekologis, dan bagaimana tata kelola lahan gagal melindungi warga. **Dalam hal ini, bantuan berfungsi sebagai mekanisme depolitisasi**. Negara tetap hadir secara politis, tetapi melalui bahasa kemanusiaan: kunjungan pejabat, instruksi presiden, distribusi logistik, pembukaan akses, pengerahan aparat, dan pernyataan bahwa situasi sedang ditangani.

Pola ini juga menjelaskan mengapa sentimen terhadap pemerintah di media *online* cenderung positif. Dari 772 berita yang menyebut pemerintah, 444 berita bernada positif, 251 netral, dan 77 bernada negatif. **Pemerintah lebih sering tampil sebagai aktor yang hadir, bekerja, dan memberikan solusi**. Kritik tetap muncul, terutama terkait lambatnya respons, penolakan status bencana nasional, atau ketidaksesuaian antara klaim resmi dan kondisi di lapangan. Namun, kritik tersebut tidak menjadi narasi dominan karena tertutup oleh sirkulasi berita bantuan, rilis resmi, dan pernyataan pejabat. Hal serupa terjadi pada perusahaan. Perusahaan dapat tampil positif melalui bantuan, donasi, dan CSR, termasuk BUMN dan korporasi yang dekat dengan agenda negara. Pada saat yang sama, pertanyaan tentang peran korporasi dalam deforestasi, sawit, tambang, dan kerusakan Daerah Aliran Sungai (DAS) tetap berada di pinggir diskursus.

Temuan ketiga menunjukkan bahwa **media sosial dan *cross-post* membentuk infrastruktur narasi tandingan**. Ketika akses jurnalis terbatas dan infrastruktur komunikasi formal terganggu, informasi awal tentang skala bencana banyak muncul melalui unggahan warga, story Instagram, video TikTok, dan konten relawan. Wawancara dengan *in uencer* lokal Aceh menunjukkan bahwa pada fase awal bencana, jaringan listrik dan internet lumpuh, sehingga warga baru dapat memahami skala banjir

ketika mereka berada di titik yang masih memiliki koneksi dan membuka media sosial. Media sosial tidak selalu bekerja secara *real-time* karena dokumentasi warga seringkali baru menjadi ramai/ viral beberapa hari kemudian akibat buruknya jaringan. Namun, ketika konten tersebut akhirnya terungkap, ia menjadi sumber penting untuk memperlihatkan kondisi yang tidak selalu tampak di media nasional.

TikTok dan X memiliki fungsi yang berbeda. **TikTok lebih kuat dalam membangun narasi personal dan *human interest***. Dari 100 konten TikTok teratas, 51 konten berfokus pada perspektif korban/individu, dan secara framing, 86 konten menggunakan bingkai *human interest*. TikTok menampilkan penderitaan korban, proses evakuasi, kondisi rumah, kebutuhan logistik, serta cerita para penyintas. Platform ini tidak selalu menyampaikan kritik politik secara eksplisit, tetapi visual dan pengalaman personalnya sering kali menjadi koreksi terhadap klaim resmi bahwa situasi sudah membaik. Sebaliknya, **X lebih kuat sebagai ruang kritik dan akuntabilitas**. Dari 100 konten X teratas, 35 konten membahas status bencana nasional, 81 konten menggunakan *attribution of responsibility*, dan 45 konten menggunakan *conflict frame*. Dari 60 konten X yang membahas pemerintah, 48 bernada negatif. Ini menunjukkan bahwa X menjadi ruang utama untuk mempertanyakan lambannya respons pemerintah, penolakan status bencana nasional, serta kontradiksi antara klaim resmi dan pengalaman warga.

Praktik *cross-post* memperkuat sirkulasi narasi tandingan tersebut. **Media *online* menggunakan konten media sosial sebagai sumber visual, bahan berita, atau pemicu agenda liputan. Sebaliknya, aktor media sosial menggunakan berita *online* sebagai bukti, sumber legitimasi, dan perlindungan dari tudingan hoaks**. Dalam media *online*, Instagram menjadi sumber konten *cross-post* terbanyak, diikuti TikTok dan X. Di media sosial, sekitar 30% konten TikTok dan X menggunakan atau mengutip konten dari pihak lain. *Cross-post* tidak hanya memindahkan konten, tetapi juga memindahkan audiens dan mengubah berita institusional menjadi percakapan sosial. **Dengan demikian, arus informasi bencana tidak lagi linear dari media ke publik, melainkan bergerak secara sirkular: dari warga ke media, dari media ke *influencer*, dari Instagram ke TikTok, dari TikTok ke X, lalu kembali ke media *online***.



Aceh Tamiang, Indonesia, 20 Desember 2025:

Orang-orang berjalan di jalan yang tergenang banjir setelah hujan deras, jalan berlumpur dengan puing-puing dan kendaraan. Adegan bencana nyata yang menunjukkan ketahanan, banjir perkotaan, dan dampak iklim.

(Shutterstock/Rumaisha Project)

I

Pendahuluan

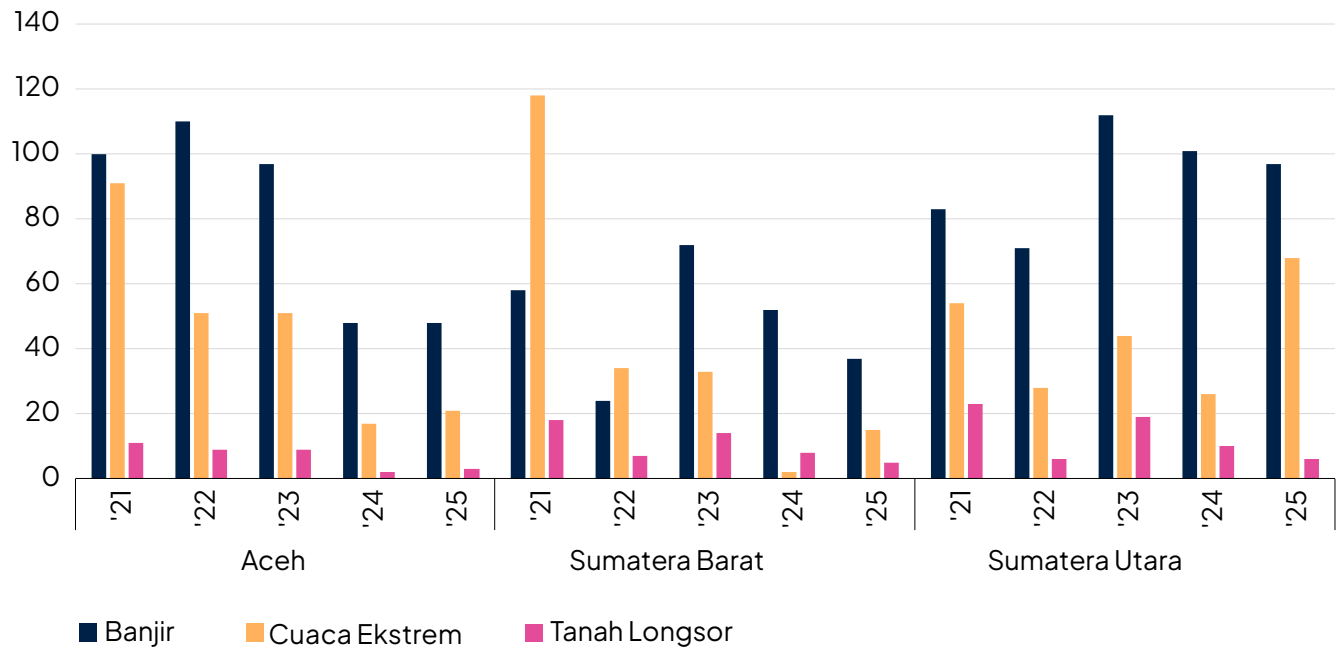


Perdebatan mengenai tidak ditetapkannya Banjir Sumatera 2025 sebagai "bencana nasional" menjadi salah satu titik awal penting untuk memahami bagaimana bencana ini diperebutkan secara naratif. Status tersebut merupakan penanda politik tentang skala krisis, kapasitas negara, legitimasi respons pemerintah, serta pengakuan terhadap penderitaan warga terdampak. Ketika pemerintah menyatakan situasi masih terkendali, sebagian publik, organisasi masyarakat sipil, jurnalis, dan pengguna media sosial justru membaca banjir ini sebagai krisis besar yang memerlukan respons khusus. Di sinilah bencana juga menjadi arena kontestasi wacana, yang direproduksi di media *online* dan media sosial.

Banjir besar yang melanda Aceh, Sumatera Utara, dan Sumatera Barat pada akhir November 2025 terjadi dalam konteks kerentanan ekologis yang telah lama terbentuk. Cuaca ekstrem akibat Siklon Tropis Senyar memang menjadi pemicu langsung, tetapi dampak bencana tidak dapat dilepaskan dari deforestasi, alih fungsi lahan, ekspansi perkebunan sawit, pertambangan, kerusakan daerah aliran sungai, serta lemahnya tata kelola lingkungan. Dengan korban jiwa yang sangat besar, Banjir Sumatera memperlihatkan bahwa bencana hidrometeorologi tidak dapat lagi dibaca sebagai kejadian alam yang berdiri sendiri. Ia merupakan hasil pertemuan antara ancaman iklim, kerusakan ekologis, keputusan politik, dan kegagalan dalam mitigasi.

Data BNPB (sebagaimana dikutip dalam Badan Pusat Statistik, 2024) menunjukkan bahwa ketiga provinsi terdampak tersebut memiliki tren kejadian banjir, cuaca ekstrem, dan tanah longsor yang relatif tinggi dalam lima tahun terakhir. Hal ini menandakan bahwa banjir besar November 2025 bukan peristiwa yang berdiri sendiri, melainkan terjadi di wilayah dengan tingkat kerentanan bencana yang telah lama berlangsung. Eks-Kepala BMKG, Dwikorita Karnawati, menyebut rangkaian banjir bandang tersebut sebagai dampak dari kombinasi berbagai faktor yang memicu bencana geo-hidrometeorologi berantai, dengan intensitas dan skala yang jauh melampaui kejadian-kejadian sebelumnya (Hasyim, 2025).

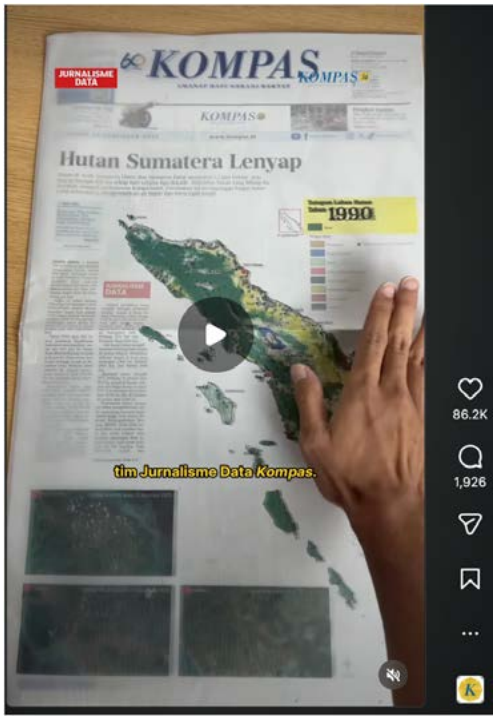
Figure 1. *Tren Bencana Hidrometeorologi di Aceh, Sumatera Barat, dan Sumatera Utara (Sumber: Badan Pusat Statistik)*



Hingga Januari 2026, total terdapat lebih dari 1000 korban jiwa akibat bencana banjir tersebut (Ridwan, 2026). Banyaknya korban jiwa akibat bencana, membuat Banjir Sumatera menjadi bencana "alam" paling mematikan semenjak gempa dan tsunami Sulawesi 2018. Di samping akibat cuaca ekstrem, deforestasi dan alih fungsi lahan menjadi perkebunan sawit dan pertambangan yang masif mengakibatkan hilangnya vegetasi di daerah hulu. Di media sosial, video potongan gelondongan kayu yang mengapung dan terbawa banjir di Sumatera menjadi sorotan publik. Hal ini memperlihatkan bahwa kerusakan ekologis yang terjadi di Sumatera telah memperparah dampak bencana.

Dalam kondisi ini, pemerintah acap kali mengeluarkan pernyataan-pernyataan yang memicu reaksi negatif dari publik. Hal ini direspons oleh pihak *Civil Society Organization* (CSO) yang kemudian juga cukup vokal mengkritisi pemerintah serta menjadikan isu banjir sebagai alarm dari kerusakan ekologi. Selain CSO, beberapa *influencer* juga turut menyuarakan isu banjir dengan *call to action* berupa *crowdfunding*, seperti yang digagas oleh Ferry Irwandi. Keberhasilan dalam menggalang dana pascabencana juga menjadi bagian dari kritik terhadap pemerintah yang dianggap lalai dan lamban dalam menangani bencana Banjir Sumatera. Kritik lain muncul terhadap tidak adanya penetapan status "Bencana Nasional" hingga ancaman terhadap kebebasan pers ketika liputan bencana. Di samping itu, adanya intimidasi terhadap konten kreator yang mengkritik penanganan bencana Banjir Sumatera juga mendapatkan atensi dari publik.

Isu terkait sawit menjadi perhatian berbagai pihak. Misalnya, CELIOS membuat kajian soal dampak kerugian ekonomi banjir, maupun Harian Kompas yang membuat liputan mendalam tentang deforestasi akibat sawit di Pulau Sumatera, dalam bentuk edisi khusus bertajuk "Hutan Sumatera Lenyap" yang juga ramai diperbincangkan di media sosial.



Gambar 1: *"Hutan Sumatera Lenyap"*
Sumber: Instagram Harian Kompas

Merespons ramainya isu sawit, pemerintah kemudian tercatat melakukan investigasi terhadap beberapa perusahaan sawit yang diduga menjadi salah satu penyebab banjir. Selain itu, perbincangan terkait sawit di media sosial juga menyita perhatian, terlebih mengenai pernyataan Presiden yang mengunggulkan komoditas sawit di tengah bencana banjir, yang menuai polemik dan kritik. **Isu sawit kemudian berkembang menjadi "*meme*" baru di media sosial dengan istilah "nyawit", sebuah istilah bernada kritik dan sindiran yang ditujukan kepada tokoh politik, terutama Prabowo dan konteks industri sawit yang seringkali diagung-agungkan dalam berbagai kesempatan**. Istilah ini juga kemudian menyiratkan adanya pengeluaran sumber daya yang dianggap boros atau tidak bermanfaat.

Dalam situasi bencana, **media memainkan peranan penting dalam melakukan "pembingkaian bencana"** secara lebih spesifik, politis dan kontekstual (Lahsen et al., 2020). Namun di sisi lain, sebagian besar pemberitaan lebih banyak berfokus pada peristiwa bencana itu sendiri dibandingkan isu yang lebih besar mengenai bagaimana dan mengapa peristiwa itu terjadi (Horsley, 2016). Penelitian sebelumnya terkait empat bencana banjir terbesar di tahun 2020–2021 menunjukkan bahwa media cenderung mereduksi aktivitas manusia sebagai penyebab banjir dan menonjolkan faktor alam – salah satunya diakibatkan oleh pengaruh dimensi dan ekonomi politik dalam dapur redaksi media itu sendiri (Adiprasetio et al., 2024).

Di media sosial, topik perbincangan berkembang dari sekadar *update* laporan bencana menjadi sorotan kritis terhadap bencana itu sendiri. Narasi yang merentang dalam beberapa waktu setelah terjadinya banjir sendiri tidak hanya berfokus pada peristiwa bencana, namun juga pada penyebab yang melibatkan faktor manusia seperti deforestasi dan krisis iklim, serta wacana soal kerusakan ekologis. Narasi lain yang juga muncul adalah soal lambannya respons pemerintah serta berbagai klaim yang penuh kontradiksi. Isu lain yang juga muncul adalah mengemukanya diskursus terkait perusahaan-perusahaan yang berkontribusi terhadap penggundulan hutan, termasuk di antaranya perusahaan milik Presiden Prabowo Subianto.

Perkembangan diskursus di media sosial tersebut tidak berhenti di ruang digital, melainkan berpindah dan direproduksi melalui media *online* arus utama, **salah satunya melalui praktik *cross-posting* – membagikan informasi yang sama di dua atau lebih platform**. Penelitian menunjukkan bahwa konten yang sama tidak selalu disajikan dengan cara yang sama di setiap platform, namun tetap dapat meningkatkan *engagement* secara signifikan yang mungkin dapat membuka diskursus publik (Farahbakhsh et al., 2016).

Penelitian ini berusaha menganalisis bingkai pemberitaan dan narasi terkait bencana Banjir Sumatera di media *online* dan media sosial. Analisis *framing* membantu mengidentifikasi bagaimana penyebab banjir dikonstruksikan serta kepada siapa tanggung jawab atas bencana tersebut diarahkan, baik terkait faktor alam, kebijakan pemerintah, aktivitas korporasi, hingga tata kelola lingkungan. Dengan berfokus pada bagaimana isu, aktor, dan sentimen terhadap pihak tertentu muncul dan berkembang sepanjang fase pra-, saat, dan pascabencana, penelitian ini berusaha memahami dinamika pembingkaian banjir Sumatera sebagai krisis ekologis yang diproduksi serta diperdebatkan melalui narasi media *online* dan respons publik di media sosial, termasuk bagaimana media maupun publik memantulkannya melalui praktik *cross-posting* konten ke berbagai platform media sosial yang berkontribusi pada perluasan, penguatan, dan sentimen dalam diskursus publik.



Aceh Tamiang, Indonesia - 20 Desember 2025:

Seorang warga memanjat tumpukan puing setelah banjir atau tanah longsor. Menunjukkan upaya pemulihan, dampak bencana, dan respons masyarakat.

(Shutterstock/Rumaisha Project)

II

Metode Penelitian



Analisis Media *Online*

Pengumpulan data terkait bencana Banjir Sumatera dilakukan pada periode 17 November 2025 s.d 31 Januari 2026[1] dengan menggunakan *crawling engine* CISION. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian merupakan serangkaian kata kunci yang berkaitan dengan jenis bencana dan daerah yang terdampak bencana Banjir Sumatera 2025[2]. Total terdapat 46.242 berita yang kami kumpulkan. Pada tahap selanjutnya, kami melakukan proses pembersihan dan reduksi data untuk menghapus artikel dari media *agregator*, artikel duplikat, maupun dari blog. Setelah dua kali tahap pembersihan, total berita menjadi 36.847 data yang kemudian menjadi populasi penelitian (N=36.847).

Dari total berita yang menjadi populasi, kami melakukan analisis awal untuk mengetahui tren pemberitaan per minggu serta mengidentifikasi media yang paling banyak memberitakan bencana Banjir Sumatera. Setelah itu, kami melakukan analisis pemberitaan secara lebih detil dengan memilih secara acak sejumlah sampel berita menggunakan teknik *stratified random sampling* per minggu pemberitaan. Kerangka sampel ditentukan dengan *Margin of Error* (MoE) sebesar 5% dan *Confidence Interval* 95%. Hasilnya, terdapat 1.051 berita yang kemudian dianalisis secara mendalam. Secara khusus, minggu pertama (17–23 November 2025) tidak diambil secara proporsional, melainkan diambil seluruhnya (total sampling) dengan pertimbangan bahwa periode tersebut merupakan fase awal pemberitaan bencana dan penting untuk dianalisis sebagai *framing* awal media. Saat pengecekan, kami menemukan tiga berita yang tidak dapat diakses sehingga ada penyesuaian total sampel akhir.

Table 1. *Populasi dan Sampel Analisis Media Online*

Week	Date	Total	Sample 3%
1	17/11/25 - 23/11/25	16	13
2	24/11/25 - 30/11/25	3480	98
3	01/12/25 - 07/12/25	10908	308
4	08/12/25 - 14/12/25	6546	184
5	15/12/25 - 21/12/25	5344	150
6	22/12/25 - 28/12/25	3401	96
7	29/12/25 - 04/01/26	2966	84
8	05/01/26 - 11/01/26	1588	45
9	12/01/26 - 18/01/26	1200	34
10	19/01/26 - 25/01/26	783	22
11	26/01/26 - 01/02/26	615	17

[1] Periode dipilih dari awal mula peringatan BMKG terkait Bencana Hidrometeorologi di Pulau Sumatera hingga masa akhir tanggap bencana Provinsi Aceh.

[2] Kata Kunci terdapat di lampiran

Penelitian ini menggunakan *framework* yang sama dengan studi sebelumnya (Adiprasetio et al., 2024), dengan beberapa tambahan kategori sebagai berikut:

1. ***Crisis Framework Semetko & Valkenburg's* (2000) yang terdiri dari:**
   - ***Attribution of Responsibility:*** menyoroti tanggung jawab individu, kelompok, atau pemerintah dalam menyelesaikan suatu masalah. Dalam konteks pemberitaan bencana, frame ini dapat digunakan untuk menunjukkan siapa yang harus bertanggung jawab, baik dalam pencegahan, penanganan, maupun akibat bencana tersebut.
   - ***Human Interest:*** menyoroti bagaimana media menghadirkan aspek emosional dari suatu isu, memberikan wajah manusia pada berita dan menekankan dampak personal dari suatu peristiwa atau masalah.
   - ***Conflict:*** berfokus kepada elemen konflik dalam isu tertentu, seperti pertikaian antara dua pihak atau lebih. *Frame* ini menekankan perbedaan pendapat dan ketegangan yang ada pada suatu isu.
   - ***Morality:*** menganalisis isu melalui lensa nilai-nilai moral atau ajaran agama. Frame ini sering digunakan untuk mengevaluasi tindakan berdasarkan norma-norma etika.
   - ***Economic Consequences:*** menyoroti suatu masalah dengan menekankan dampak ekonominya terhadap individu, kelompok, atau masyarakat secara keseluruhan. Dalam pemberitaan bencana, *frame* ini dapat digunakan untuk menyoroti biaya kerusakan, alokasi anggaran bantuan, atau dampak ekonomi jangka panjang bagi masyarakat dan pemerintah.

2. ***News Framework Iyengar (1990)***
   - ***Episodic:*** berita berfokus pada individu atau melihat peristiwa bencana sebagai masalah tunggal.
   - ***Thematic:*** berita berfokus pada konteks yang lebih luas, digeneralisasikan kepada masyarakat atau pemerintah dengan menjelaskan konteks yang sesuai secara historis, geografis atau pada dampaknya yang lebih luas.

3. **Penyebab banjir**
   - ***Natural disaster:*** Bencana disebabkan oleh kejadian alam (curah hujan, siklon tropis).
   - ***Human made:*** Bencana disebabkan kelalaian manusia, termasuk masalah tata kelola mulai dari: perencanaan, mitigasi, pengelolaan, tanggap darurat, dan pemulihan. (con: deforestasi, pertambangan masif, perubahan alih fungsi lahan, dsb).

4. **Lokasi Bencana**

   Pemetaan secara induktif lokasi bencana yang disebutkan secara eksplisit dalam pemberitaan, mulai dari tingkat kota/kabupaten hingga kepulauan/Kawasan.

5. **Isu yang dibahas**

   Pemetaan isu-isu yang dibahas dalam pemberitaan secara induktif, lalu mengelompokkannya ke dalam beberapa kategori tema.

6. ***News Mentioned & News Source***

   Pemetaan aktor yang disebut dalam pemberitaan (*news mentioned*) serta aktor yang dijadikan narasumber (*news source*) secara induktif berdasarkan kategori aktor yang telah ditetapkan, yaitu pemerintah pusat, pemerintah daerah, legislatif, politisi/partai, aparat, *Civil Society Organization* (CSO)/organisasi/komunitas, ilmuwan/pakar/akademisi, industri/perusahaan, aktivis, warga negara, serta aktor lainnya.

7. **Sentimen terhadap pemerintah**

   Kami menganalisis nada pemberitaan terkait banjir terhadap pemerintah. Analisis ini dilakukan hanya kepada pemberitaan yang membahas atau mencantumkan pemerintah. Sentimen ini mencerminkan sikap evaluatif media yang tidak hanya dapat membentuk opini individu, tetapi juga memengaruhi narasi masyarakat yang lebih luas mengenai peran, akuntabilitas, dan efektivitas pemerintah, terutama dalam situasi krisis. Sentimen pemberitaan ini dikodekan dengan nilai -1 (negatif), 0 (Netral), 1 (Positif).

8. **Sentimen terhadap perusahaan**

   Serupa dengan sentimen terhadap pemerintah, analisis ini dilakukan hanya kepada pemberitaan yang membahas atau mencantumkan perusahaan dalam pemberitaannya. Sentimen pemberitaan ini dikodekan dengan nilai -1 (negatif), 0 (Netral), 1 (Positif).

9. ***Cross Post***

   Kami mengidentifikasi pemberitaan yang menggunakan praktik *cross-posting*, atau menggunakan konten dari platform lain dalam pemberitaannya. Beberapa analisis *cross-posting* yang kami lakukan antara lain:

   - ***Creator username:*** Nama akun/*Username* yang menyebarkan ulang konten
   - ***Source username:*** Nama Akun atau entitas/ *username* pemilik konten asli
   - ***Source platform:*** Platform asal/awal konten (Instagram, X , Facebook, Thread, TikTok, Laman website, *Online* News, *Press Release*, Youtube).
   - ***Cross-post type:*** jenis *cross-post* terdiri dari: *video reupload*, *screenshots*, *quote text*, *narrative adaptation, directed link.*
   - ***Attribution status:*** berkaitan dengan pencantuman atribusi terhadap konten asli yang terdiri dari *full attribution* (ada nama akun sumber & platform/*link* sumber), *partial* (hanya menyebutkan salah satu antara akun sumber atau platform/*link* sumber), *none* (sama sekali tidak menyertakan atribusi).

Analisis Media Sosial

Proses pengumpulan data media sosial TikTok dan X dilakukan menggunakan *crawling engine* Zeeschuimer dan 4CAT (Stijn Peeters, 2024). Dikarenakan adanya keterbatasan API dan *crawling engine*, maka periode pengumpulan data untuk media sosial ditentukan mulai dari 1 Desember 2025 s.d 31 Januari 2026. Serangkaian kata kunci yang digunakan dalam proses pengumpulan data media sosial berkaitan dengan jenis bencana yang dikombinasikan dengan daerah-daerah yang terdampak bencana serta *hashtag* #PrayforSumatera.

Analisis media sosial dilakukan berdasarkan Top 100 konten yang memiliki *engagement* tinggi pada masing-masing *platform*. Pada analisis media sosial, kami menggunakan beberapa bingkai yang serupa dengan media *online*, selain itu kami juga mengidentifikasi jenis akun serta aktor secara induktif.

Seluruh *frame* yang digunakan dalam analisis media *online* dan media sosial telah diuji melalui uji reliabilitas untuk memastikan kesepakatan serta mengukur konsistensi antar-*coder* dalam menerapkan protokol penelitian sesuai dengan kategori konten yang telah ditetapkan. Terdapat tiga *coder* yang telah mendapatkan pelatihan terkait protokol penelitian yang digunakan. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *percent of agreement* berkisar 97%-100% dan Krippendorff alpha yang berkisar antara 0.70–0.80, yang menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas antar-coders dapat diterima dengan baik.

Wawancara Mendalam

Untuk mempertajam analisis media *online* dan media sosial serta menggali lebih dalam konteks Banjir Sumatera 2025, kami melakukan serangkaian wawancara mendalam dengan jurnalis dan *content creator*. Wawancara dilakukan secara daring melalui platform *Zoom* pada 11 April s.d 9 Mei 2026. Nama para narasumber kami rahasiakan untuk menjaga privasi mereka.

Table 2. *Daftar Informan Wawancara Mendalam*

Narasumber	Afiliasi
AA	Jurnalis Media *Mainstream*
DD	Koordinator Liputan Daerah Media *Mainstream*
VA	*Content Creator/*
IW	Jurnalis Media Mainstream
NY	*Content Creator/*

Limitasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan serangkaian kata kunci serta periode waktu yang spesifik, dengan metode analisis isi dan data utama yang berasal dari pemberitaan serta konten media sosial terkait Banjir Sumatera 2025. Oleh karena itu, temuan penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk menggambarkan narasi banjir maupun bencana di Indonesia secara umum. Di samping itu, ketersediaan data historis media sosial yang dapat diakses juga memiliki keterbatasan, sehingga belum dapat menangkap seluruh narasi yang berkembang secara menyeluruh dan teridentifikasi secara komprehensif. Selain itu, karena adanya pembatasan dalam penarikan data media sosial Instagram, kami secara khusus melakukan analisis kualitatif terhadap konten terkait banjir di Sumatera yang dihimpun melalui pencarian manual di Instagram.



Tapanuli Utara, Sumatera Utara, Indonesia, 29 Desember 2025:
Seorang wanita lanjut usia Indonesia, pengungsi bencana, mengenakan penutup kepala tradisional berwarna hijau dengan kemeja biru. Dia berbicara tentang seberapa besar banjir yang terjadi.
(Shutterstock/Gilang Rachmat Riyadi)

III

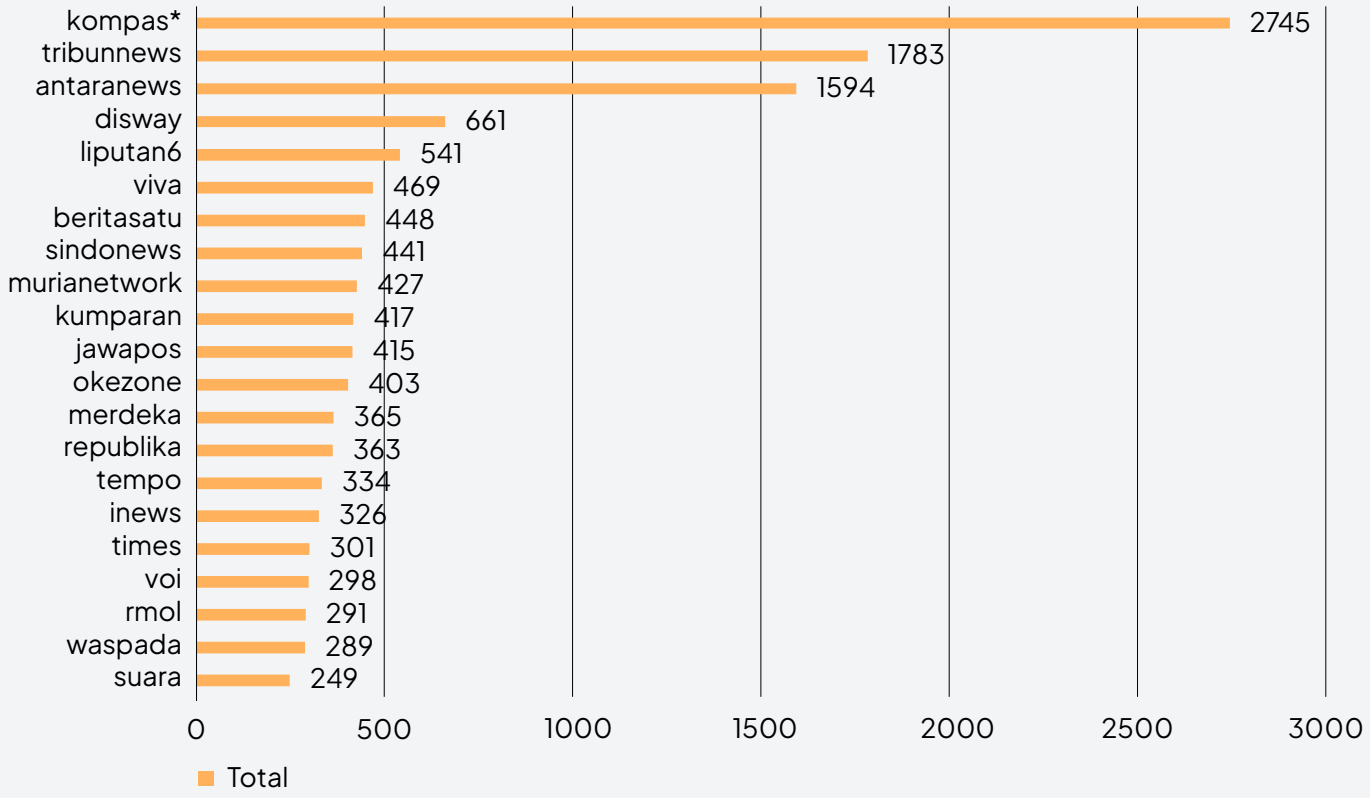
Analisis Data Media *Online* dan Media Sosial



Analisis Media *Online*

Berdasarkan total populasi data sebanyak 36.847 berita (N=36.847), 20 media dengan jumlah **pemberitaan terbanyak terkait Banjir Sumatera 2025 menunjukkan dominasi media nasional arus utama**. Kompas - yang dihitung secara agregat mencakup Kompas.id dan KGNow - menjadi media dengan jumlah pemberitaan tertinggi, yakni sekitar 2.745 berita. Posisi berikutnya ditempati Tribunnews dengan sekitar 1.783 berita dan Antaranews sebanyak 1.594 berita.

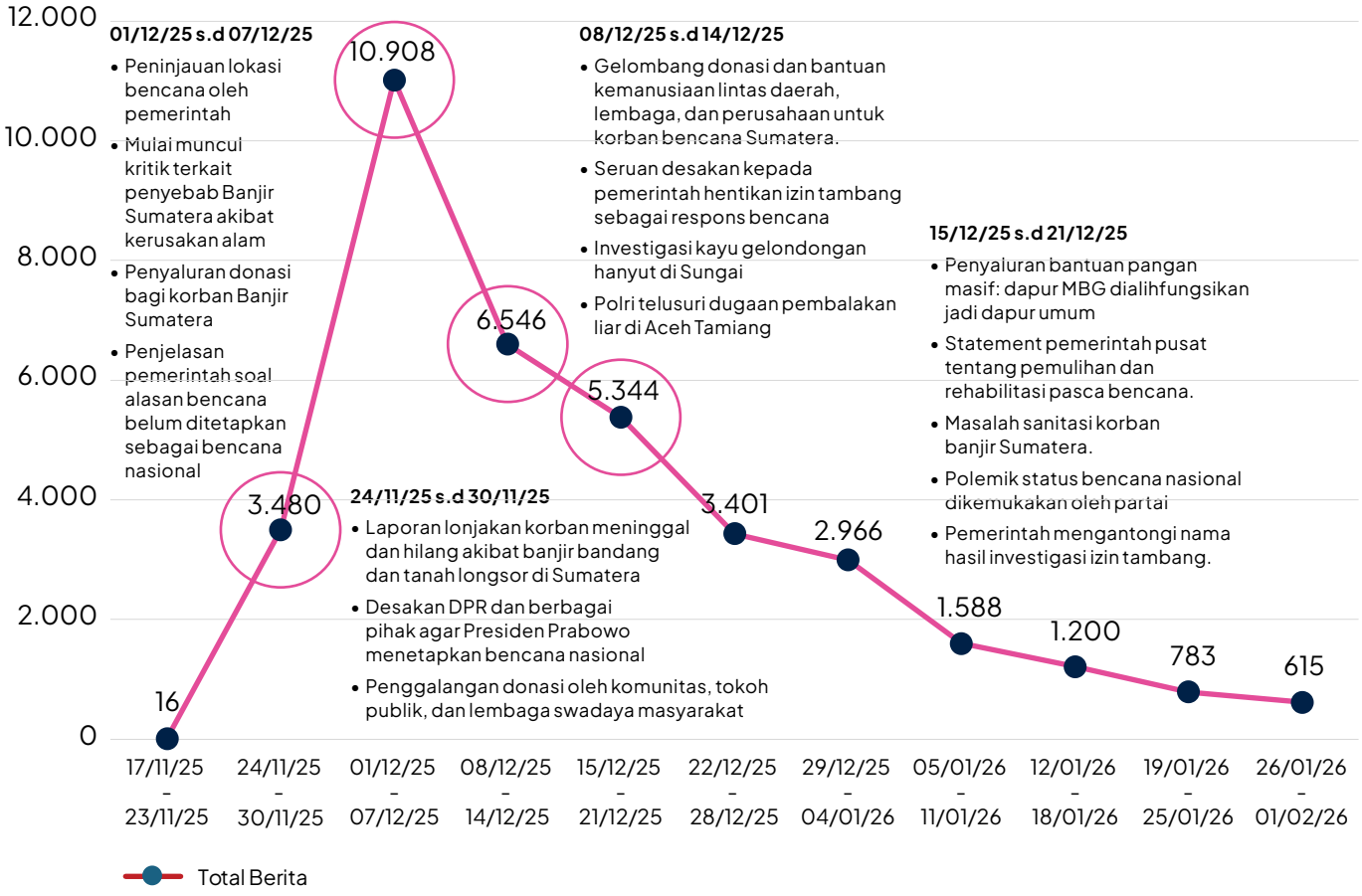
Figure 2. *Top 20 Media Outlet*



Sejumlah media nasional besar lainnya juga memiliki intensitas liputan yang cukup tinggi, seperti Liputan6 (541 berita), Viva (469 berita), Beritasatu (448 berita), SindoNews (441 berita), Kumparan (417 berita), Jawapos (415 berita), Okezone (403 berita), dan Merdeka (365 berita). Sementara itu, terdapat pula portal berita nasional dan jaringan media Disway yang memiliki jumlah pemberitaan tinggi (661 berita). Hal ini menunjukkan bahwa pemberitaan mengenai Banjir Sumatera 2025 masih didominasi oleh media nasional besar.

Jika dilihat berdasarkan volume dan tren pemberitaan, pada awal fase prabencana pemberitaan masih sangat minim dengan 16 berita, namun pada periode 24–30 November 2025, jumlah pemberitaan meningkat menjadi 3.480 berita. Pada fase awal ini, pemberitaan masih banyak berfokus pada kerusakan pascabanjir, proses evakuasi korban, serta pembaruan data korban bencana. Isu pemulihan, rehabilitasi, dan rekonstruksi masih relatif sedikit mendapat perhatian. Selain itu, media juga menyoroti lonjakan korban meninggal dan hilang akibat banjir bandang serta tanah longsor di Sumatera, disertai penggalangan donasi oleh komunitas, tokoh publik, dan lembaga swadaya masyarakat, hingga bantuan dan donasi dari pemerintah. Wacana mengenai status bencana nasional mulai muncul, meski intensitasnya belum dominan. Pada periode ini juga terdapat sejumlah sorotan mengenai kriminalitas di tengah situasi bencana.

Figure 3. *Volume Pemberitaan Banjir Sumatera 2025 Berdasarkan Data Populasi*



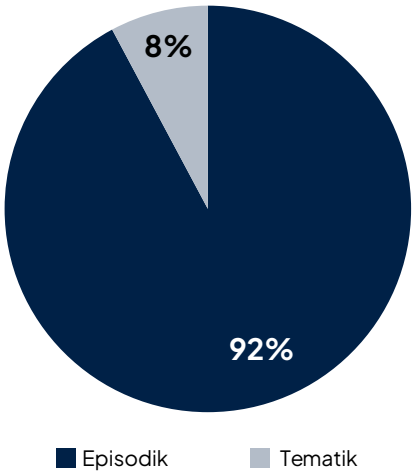
Puncak pemberitaan media terjadi pada periode 1–7 Desember 2025 dengan total 10.908 berita, menjadi titik tertinggi sepanjang periode tersebut. Fokus pemberitaan masih didominasi oleh isu fase tanggap darurat, seperti peninjauan lokasi bencana oleh pemerintah, penyaluran donasi bagi korban, dan perkiraan dampak bencana. Pada saat yang sama, mulai muncul isu lingkungan, terutama kritik yang mengaitkan banjir dengan kerusakan alam dan tata kelola lingkungan. Namun demikian, nada kritik terhadap pemerintah masih terbatas, sementara isu penetapan status bencana nasional juga tetap mencuat, disertai alasan pemerintah terkait belum ditetapkannya Banjir Sumatera sebagai Bencana Nasional, meskipun mendapat desakan dari berbagai pihak.

Memasuki periode 8–14 Desember 2025, volume pemberitaan mulai menurun menjadi 6.546 berita. Pada periode ini, perhatian media mulai bergeser dari tanggap darurat menuju rehabilitasi, pemulihan, dan rekonstruksi. Beberapa pejabat pemerintah yang menonjol dalam pemberitaan antara lain Abdul Muhari dan AHY, terutama terkait respons pemulihan pascabencana. Selain itu, muncul isu kebijakan seperti UKT gratis bagi mahasiswa terdampak. Bersamaan dengan itu, gelombang donasi dan bantuan kemanusiaan dari lintas daerah, lembaga, dan perusahaan masih sangat menonjol.

Pada periode 15–21 Desember 2025, jumlah pemberitaan menurun menjadi 5.344 berita, namun isu kebijakan dan tata kelola justru menjadi dominan. Media banyak menyoroti penyaluran bantuan pangan masif, alih fungsi dapur MBG menjadi dapur umum, serta pernyataan pemerintah pusat mengenai agenda pemulihan dan rehabilitasi pascabencana. Selain itu, muncul perhatian terhadap masalah sanitasi korban banjir, polemik status bencana nasional yang kembali diangkat, serta narasi terkait pemerintah yang mengklaim mengantongi hasil investigasi terkait izin tambang.

Dominasi Pemberitaan Episodik

Figure 4. *Frame Pemberitaan Episodik vs Tematik*



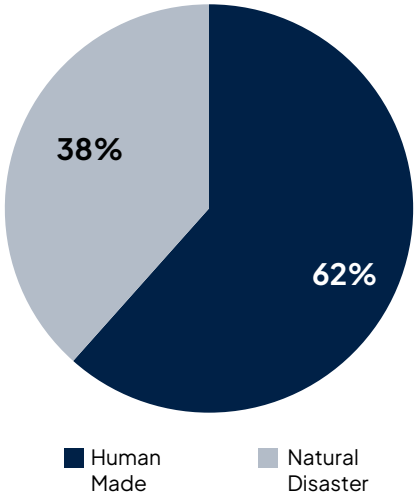
Dari total sampel yang dianalisis (n=1.051), kami menemukan sebanyak 969 berita menggunakan bingkai episodik, sedangkan hanya 82 berita yang menggunakan bingkai tematik. Perbandingan ini menunjukkan ketimpangan proporsi yang sangat besar, di mana pemberitaan episodik mendominasi secara signifikan sementara bingkai tematik hanya muncul dalam porsi yang sangat kecil.

Temuan ini menggambarkan bahwa liputan media mengenai banjir lebih banyak diarahkan pada kejadian-kejadian spesifik, seperti peristiwa banjir itu sendiri, korban terdampak, kerusakan, evakuasi, maupun perkembangan situasi harian di lapangan. Sebaliknya, hanya sedikit pemberitaan yang menempatkan banjir dalam kerangka yang lebih luas, misalnya dengan membahas faktor struktural, persoalan tata kelola lingkungan, kebijakan pemerintah, pola berulang bencana, atau analisis jangka panjang lainnya. Dalam hal ini **terdapat kecenderungan bahwa media cenderung memprioritaskan liputan yang berorientasi pada peristiwa langsung dibandingkan pendekatan yang lebih analitis dan kontekstual.**

Narasi Penyebab Bencana

Terkait bagaimana media membingkai penyebab Banjir Sumatera 2025, **kami menemukan hanya terdapat 151 berita yang secara eksplisit menyebutkan atau menjelaskan faktor penyebab bencana**. Jumlah tersebut relatif kecil jika dibandingkan dengan keseluruhan 1.051 berita yang dianalisis, sehingga hanya sekitar 14% pemberitaan yang membahas penyebab sebagai salah satu fokus pemberitaan, ini menunjukkan bahwa pembahasan mengenai akar persoalan bencana masih minim dibanding isu korban, dampak, bantuan, dan respons pemerintah.

Figure 5. *Pemberitaan dengan narasi penyebab bencana (n=151)*



Dari pemberitaan yang membahas penyebab bencana, mayoritas mengaitkan banjir dengan faktor ulah manusia sebanyak 101 berita, sementara 63 berita mengaitkannya dengan faktor alam. **Dominasi kategori penyebab akibat ulah manusia menunjukkan bahwa media menyoroti adanya keterkaitan antara bencana banjir di Sumatera dengan aktivitas manusia.**

Pada kategori penyebab alam, pemberitaan cenderung tidak substantif. Media jarang memberikan penjelasan teknis mengenai faktor hidrometeorologi, mekanisme cuaca ekstrem, atau fenomena seperti Siklon Tropis Senyar. Penjelasan mengenai hujan lebat pun umumnya muncul dalam konteks prakiraan cuaca atau peringatan dini untuk potensi bencana berikutnya, bukan sebagai narasi penyebab yang membantu publik memahami mengapa banjir terjadi.

Sementara itu, pada kategori penyebab akibat manusia, beberapa berita memang menyebut aktor atau faktor secara lebih jelas, misalnya deforestasi, pertambangan, alih fungsi lahan, serta lemahnya tata kelola lingkungan. Akan tetapi, sebagian besar pemberitaan masih berhenti pada pernyataan umum seperti “aktivitas perusahaan”, “kerusakan lingkungan”, “kerusakan oleh manusia”, tanpa penelusuran lebih jauh mengenai siapa aktornya, dan sejauh mana kontribusinya terhadap bencana. Akibatnya, penyebab yang melibatkan manusia lebih sering hadir sebagai narasi normatif ketimbang hasil investigasi yang mendalam.

Secara keseluruhan, media mulai menempatkan manusia sebagai faktor penting dalam terjadinya banjir. Namun demikian, penjelasan mengenai sebab bencana masih bersifat normatif dan minim data, serta jarang menyebut pihak yang dapat dimintai pertanggungjawaban secara spesifik. Kondisi ini membuat isu akuntabilitas menjadi kabur, baik bagi pemerintah maupun sektor swasta. **Media lebih dominan memberitakan konsekuensi bencana daripada menelusuri akar masalahnya, sehingga narasi terkait penyebab struktural dalam bencana masih belum optimal.**

Penyebutan Lokasi Bencana

Dalam pemetaan lokasi bencana yang paling sering disebut dalam pemberitaan media, memperlihatkan bahwa **penyebutan lokasi paling dominan berada pada tingkat provinsi**, dengan Aceh sebagai wilayah yang paling sering disebut sebanyak 464 kali, diikuti Sumatera Utara (391 kali) dan Sumatera Barat (379 kali). Selain itu, penyebutan Sumatera sebagai kawasan atau pulau juga cukup tinggi, yakni 276 kali.

Table 3. *Penyebutan lokasi bencana dalam pemberitaan*

No	Lokasi	Level Wilayah	Frekuensi
1	Aceh	Provinsi	464
2	Sumatera Utara	Provinsi	391
3	Sumatera Barat	Provinsi	379
4	Sumatera	Pulau/Kawasan	276
5	Aceh Tamiang	Kab/Kota	56
6	Agam	Kab/Kota	21
7	Tapanuli Tengah	Kab/Kota	20
8	Kota Padang	Kab/Kota	19
9	Aceh Utara	Kab/Kota	19
10	Tapanuli Selatan	Kab/Kota	19
11	Pidie Jaya	Kab/Kota	17
12	Kota Sibolga	Kab/Kota	13
13	Padang Pariaman	Kab/Kota	12
14	Kota Medan	Kab/Kota	10

Pada level kabupaten/kota, wilayah yang paling banyak mendapat sorotan adalah Aceh Tamiang dengan 56 kali penyebutan. Sementara daerah lain seperti Agam, Kota Padang, Tapanuli Tengah, Aceh Utara, dan sejumlah wilayah terdampak lainnya muncul dengan frekuensi yang lebih sedikit.

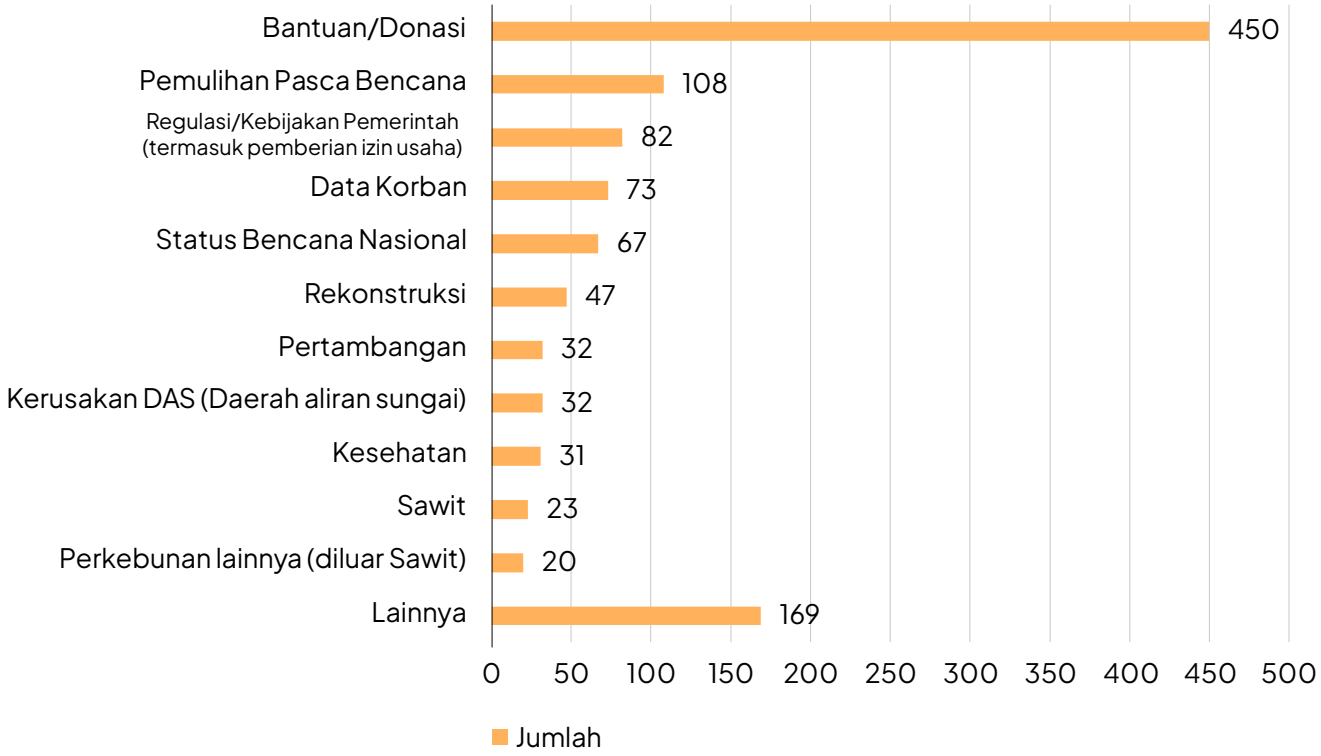
Pemetaan lokasi bencana ini menunjukkan bahwa media cenderung membingkai Banjir Sumatera 2025 sebagai krisis berskala regional atau provinsi, bukan sebagai rangkaian peristiwa lokal yang berbeda di tiap daerah. Penggunaan label wilayah besar seperti provinsi atau pulau membuat keragaman kondisi sosial, ekologis, serta kapasitas penanganan setiap kabupaten/kota menjadi kurang terlihat dalam pemberitaan.

Tingginya jumlah pemberitaan mengenai Aceh Tamiang mengindikasikan bahwa daerah ini kerap diangkat dalam narasi media terkait Banjir Sumatera. Hal tersebut kemungkinan berkaitan dengan posisi Aceh Tamiang sebagai salah satu wilayah yang dianggap paling parah terdampak bencana banjir.

Isu yang Dibahas

Dalam pemetaan isu-isu utama yang muncul dalam pemberitaan Banjir Sumatera 2025 berdasarkan analisis terhadap 1.051 berita, temuan utama menunjukkan **bahwa isu bantuan/donasi menjadi topik yang paling dominan dengan 450 penyebutan, jauh melampaui isu lainnya**. Dalam kategori ini, berita tentang bantuan/donasi termasuk dari pemerintah, perorangan, hingga dari perusahaan maupun program CSR. Isu ke dua yang cukup menonjol adalah pemulihan pasca bencana (108), kemudian regulasi atau kebijakan pemerintah termasuk izin usaha (82), data korban (73), dan status bencana nasional (67). Isu lain yang juga muncul tetapi dalam intensitas lebih kecil meliputi rekonstruksi (47), pertambangan (32), kerusakan DAS (32), kesehatan (31), sawit (23), serta perkebunan non-sawit (20). Sementara itu, kategori lainnya mencatat 169 penyebutan.

Figure 6. *Kategori isu yang dibahas dalam pemberitaan*



Liputan terkait bantuan atau donasi banyak berisi penyaluran logistik, distribusi bantuan tunai, kunjungan pejabat, kehadiran pemerintah di lapangan, hingga kontribusi perusahaan melalui program sosial maupun CSR. Adapun berdasarkan pemetaan kategori aktor, pemerintah pusat menjadi yang paling sering disebut dalam isu ini sebanyak 122 kali, diikuti pemerintah daerah (118 kali), serta industri/perusahaan (91 kali). Setelah itu terdapat CSO atau organisasi masyarakat (78 kali) dan aparat (53 kali).

Temuan ini memperlihatkan bahwa **pemberitaan media sangat terkonsentrasi pada narasi respons kemanusiaan, terutama bantuan dan solidaritas kepada korban**. Banjir lebih sering dibingkai sebagai keadaan darurat yang membutuhkan aksi cepat, pengumpulan donasi, dan dukungan sosial, dibanding sebagai krisis yang menuntut penelusuran akar masalah.

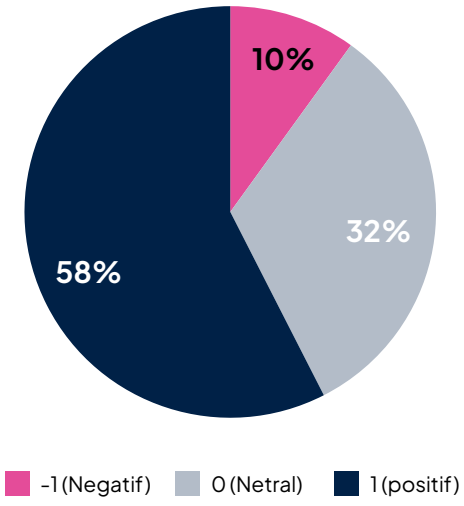
Isu mengenai status bencana nasional juga cukup menonjol dan memperlihatkan adanya narasi terkait persoalan kemanusiaan dan perdebatan kebijakan, meskipun belum cukup kuat untuk menggeser fokus media dari respons jangka pendek menuju evaluasi tata kelola jangka panjang. Meski demikian, isu-isu yang bersifat struktural tetap hadir, seperti kebijakan pemerintah, pertambangan, kerusakan daerah aliran sungai, dan ekspansi perkebunan, walaupun proporsi pemberitaannya jauh lebih kecil dibandingkan dengan isu bantuan. Hal ini menandakan bahwa persoalan lingkungan dan tata kelola tidak muncul sebagai kerangka utama dalam pemberitaan terkait Banjir Sumatera.

Besarnya kategori lainnya juga menunjukkan bahwa banyak isu tersebar secara sporadis tanpa membentuk satu narasi dominan. Kategori ini mencakup beragam isu seperti tanggap darurat, kerugian bencana, rehabilitasi, tinjauan/kunjungan pemerintah, kriminalitas, pendidikan, hingga isu keagamaan dan persepsi masyarakat. Meskipun masing-masing muncul dengan intensitas rendah, hal ini menunjukkan bahwa diskursus media masih cenderung terfragmentasi.

Sentimen Terhadap Pemerintah

Berdasarkan 772 berita yang menyebutkan atau membahas pemerintah, secara umum, hasil analisis menunjukkan bahwa sentimen positif sangat mendominasi, disusul sentimen netral, sementara sentimen negatif muncul dalam porsi paling kecil. Dominasi sentimen positif terhadap pemerintah perlu dibaca dalam kaitannya dengan pola isu yang telah dibahas sebelumnya, akibat dari efek struktur produksi berita.

Figure 7. *Sentimen Terhadap Pemerintah*



Sentimen positif banyak berkaitan dengan berbagai bantuan dan langkah respons pemerintah yang diposisikan sebagai bentuk komitmen serta solusi atas bencana. Pemberitaan banyak menyoroti penyaluran bantuan logistik, pengerahan personel, kunjungan pejabat, serta upaya penanganan di lapangan. Melalui narasi semacam ini, sentimen positif paling dominan karena pemerintah diposisikan sebagai pihak yang bertanggung jawab, mampu merespons situasi, dianggap berkomitmen untuk menyelesaikan persoalan, serta berkaitan dengan penggambaran empati, kepedulian, dan kehadiran bagi korban bencana.

Hasil wawancara dengan penulis dari salah satu media arus utama nasional menunjukkan bahwa **dominasi sentimen positif terhadap pemerintah juga berkaitan dengan sistem produksi berita *online***. Dalam praktiknya, media *online* memiliki tim penulis yang bertugas memproduksi berita dalam jumlah besar dengan cepat. Bahan tulisan mayoritas berasal dari tayangan video media yang berada dalam jejaring redaksi yang sama, laporan reporter lapangan, serta rilis atau pernyataan resmi dari pemerintah, pejabat, maupun BNPB. Informan yang kami wawancarai menyebut bahwa ia memiliki target sekitar 15 berita per hari. Dalam situasi kerja semacam ini, muncul kecenderungan pragmatis: informasi yang sudah tersedia dan berasal dari sumber resmi akan lebih cepat dikonversi menjadi berita. Akibatnya, rilis pemerintah atau pernyataan pejabat sering menjadi bahan utama pemberitaan, sementara proses verifikasi silang atau pengayaan melalui sumber lain jarang dilakukan secara memadai.

Kondisi tersebut juga menjelaskan mengapa pemberitaan tentang pemerintah cenderung menimbulkan sentimen positif. **Di sisi lain, laporan dari jurnalis yang turun langsung ke lokasi juga tidak sepenuhnya bebas dari hambatan**, karena akses mereka ke wilayah terdampak sering kali bergantung pada fasilitasi pemerintah, BNPB, atau aparat, yang kemudian memengaruhi bingkai pemberitaan dari lapangan.

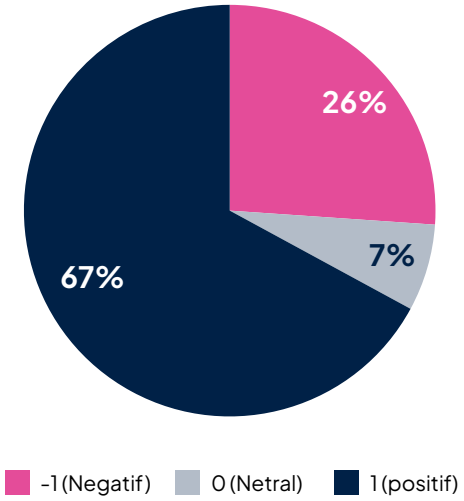
Sentimen negatif terhadap pemerintah tetap muncul, meskipun dalam jumlah yang lebih terbatas. Nada kritis umumnya terlihat dalam pemberitaan yang membahas kebijakan pemerintah, polemik terkait tidak ditetapkannya status bencana nasional, lambannya respons, atau ketidaksesuaian antara klaim resmi dan pengalaman warga terdampak. Namun, kritik tersebut lebih sering diarahkan pada keputusan atau tindakan tertentu, bukan pada evaluasi menyeluruh terhadap pemerintah sebagai aktor yang bertanggung jawab atas tata kelola bencana.

Dengan demikian, pemberitaan Banjir Sumatera cenderung **menempatkan pemerintah sebagai aktor utama dengan citra yang relatif positif**, terutama melalui bingkai tanggung jawab, kepedulian, dan solusi. Kritik terhadap pemerintah tetap hadir, tetapi lebih banyak muncul sebagai koreksi atas kebijakan atau respons tertentu, bukan sebagai delegitimasi menyeluruh terhadap pemerintah. Dominasi sentimen positif ini memperlihatkan bahwa citra pemerintah dalam pemberitaan tidak hanya dibentuk oleh isi peristiwanya, tetapi juga oleh cara kerja produksi berita, ketersediaan sumber resmi, tekanan, kecepatan, dan keterbatasan akses terhadap narasi alternatif dari lapangan.

Sentimen Terhadap Perusahaan

Berdasarkan pemetaan sentimen pemberitaan terhadap perusahaan dalam konteks banjir di Sumatera, terdapat 161 berita yang menyebut atau membahas perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa sentimen positif mendominasi pemberitaan mengenai perusahaan, sementara sentimen negatif muncul dalam porsi yang lebih kecil.

Figure 8. *Sentimen Terhadap Perusahaan*



Sentimen positif (108 pemberitaan) terutama berkaitan dengan peran perusahaan dalam memberikan bantuan, donasi, dan program CSR kepada korban bencana. Banyak pemberitaan menyoroti perusahaan yang menyalurkan bantuan logistik, memberikan dana kemanusiaan, membuka posko bantuan, atau terlibat dalam pemulihan pasca bencana. **Sentimen positif muncul ketika perusahaan digambarkan ikut bertanggung jawab melalui bantuan dan dukungan kemanusiaan.** Dalam konteks ini, perusahaan dibingkai sebagai aktor yang responsif, peduli, dan ikut berkontribusi pada solusi di tengah krisis.

Dominasi sentimen positif ini perlu dibaca dalam konteks narasi besar pemberitaan bencana yang sejak awal sudah sangat terkonsentrasi pada bantuan dan donasi. Ketika bingkai dominan media adalah respons kemanusiaan, maka perusahaan memiliki ruang yang luas untuk masuk melalui bahasa *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan menyalurkan bantuan, perusahaan dapat tampil sebagai aktor solutif, bahkan ketika sektor-sektor korporasi tertentu pada saat yang sama juga dipersoalkan terkait kerusakan lingkungan. Dalam konteks ini, narasi bantuan memungkinkan perusahaan "menumpang" pada situasi bencana.

Hal ini juga berlaku bagi BUMN maupun perusahaan yang memiliki kedekatan dengan agenda negara. Pemberitaan mengenai bantuan dari perusahaan atau BUMN sering kali menggunakan nada yang mirip dengan pemberitaan bantuan pemerintah. **Akibatnya, batas antara respons kemanusiaan dan pencitraan institusional menjadi kabur**. Dalam wawancara dengan penulis dari media arus utama, disebutkan bahwa rilis dari perusahaan atau badan tertentu kadang memang masuk ke ruang redaksi dan, dalam beberapa kasus, harus ditulis karena berkaitan dengan kerja sama atau agenda tertentu. Informan juga menyebut bahwa rilis perusahaan biasanya memiliki bahasa yang sangat humas, sehingga perlu disesuaikan kembali dengan gaya jurnalistik. Namun, meskipun bahasanya diedit, struktur narasinya tetap menempatkan perusahaan sebagai pemberi bantuan.

Sebaliknya, sentimen negatif (42 pemberitaan) muncul ketika perusahaan dikaitkan sebagai penyebab atau bagian dari akar masalah bencana, serta diposisikan sebagai pihak yang memiliki tanggung jawab atas kerusakan lingkungan. Kritik banyak muncul dalam pemberitaan yang menyinggung pertambangan, perkebunan sawit, kerusakan daerah aliran sungai (DAS), eksploitasi sumber daya alam, maupun lemahnya regulasi pemerintah terhadap aktivitas korporasi. Dalam konteks ini, perusahaan diposisikan sebagai pihak yang berkontribusi terhadap kerusakan ekologis yang memperparah banjir. Misalnya, menteri lingkungan hidup memberhentikan sejumlah perusahaan yang beroperasi di hulu sungai Tapanuli Utara, ketika sidak penyebab banjir Sumatera. Pemberitaan juga menyoroti gugatan terhadap enam perusahaan "dalang" banjir Sumatera, keenam perusahaan tersebut dituntut atas hilangnya 2.516,39 hektare fungsi ekologis di DAS Batang Toru dan DAS Garoga, Sumatera Utara. Berita tematik dari kompas.id juga menyoroti aktivitas dan tata kelola pertambangan di daerah Sumatera yang mengeksploitasi sumber daya alam dan membawa dampak negatif salah satunya banjir bandang Sumatera.

Penyebutan & Narasumber Kelompok Aktor

Dalam pemetaan kelompok aktor yang paling sering disebut dalam pemberitaan Banjir Sumatera 2025 serta aktor yang paling sering dijadikan narasumber oleh media, menunjukkan bahwa **pemerintah pusat menjadi aktor yang paling dominan, disusul oleh pemerintah daerah**. Kedua kelompok ini menempati posisi teratas baik dari sisi penyebutan maupun sebagai narasumber. Hal ini menandakan bahwa informasi mengenai banjir lebih banyak bersumber dari pernyataan resmi negara.

Table 4. *Actor Mentioned & Actor Source*

Kelompok Aktor	Actor Mentioned	Narasumber
Pemerintah Pusat	**470**	**377**
Pemerintah Daerah	**225**	**187**
Legislatif	86	74
Politisi/Partai	36	34
Aparat	**129**	97
CSO/Organisasi	**156**	**126**
Ilmuan/Pakar/Akademisi	70	61
Industri/Perusahaan	**141**	**112**
Pegiat lingkungan/*influencer*	42	39
Warga Negara	98	70
Aktor Lainnya	82	63

Selain pemerintah, aktor yang cukup sering muncul adalah CSO atau organisasi masyarakat sipil serta industri/perusahaan. Pemberitaan terkait CSO banyak berkaitan dengan desakan penetapan status bencana nasional, kritik atas penyebab struktural dalam bencana Banjir Sumatera seperti deforestasi dan kerusakan ekologis, serta mobilisasi bantuan dan solidaritas sosial. Sedangkan pemberitaan terkait industri/perusahaan mayoritas menyoroti terkait pemberian bantuan atau donasi serta program CSR perusahaan. Namun demikian kami menemukan pemberitaan yang menyoroti perusahaan sebagai pihak yang dianggap bertanggungjawab dalam bencana banjir berkaitan dengan investigasi pemerintah serta beberapa organisasi lingkungan juga turut serta diangkat dalam pemberitaan tersebut.

Sementara itu, warga negara, ilmuwan atau pakar, pegiat lingkungan,dan kelompok lainnya muncul dalam porsi yang lebih kecil. Secara keseluruhan, hal ini menunjukkan bahwa **pembingkaian media terhadap Banjir Sumatera 2025 cenderung institusional dan elitis, di mana legitimasi informasi, respons, dan solusi lebih banyak datang dari pemerintah sebagai aktor utama**. Sebaliknya, pengalaman warga terdampak dan pandangan pakar maupun kelompok lainnya relatif kurang menonjol dalam ruang pemberitaan.

Table 5. *Aktor Pemerintah Pusat sebagai News Source*

Nama	Jabatan	Narasumber
Prabowo Subianto	Presiden RI	50
Abdul Muhari	Kepala Pusat Data BNPB	34
Suharyanto	Kepala BNPB	23
Teddy Indra Wijaya	Sekretaris Kabinet	18
Bahlil Lahadalia	Menteri ESDM	17
Tito Karnavian	Mendagri	16
Saifullah Yusuf	Menteri Sosial	15
Raja Juli Antoni	Menteri Kehutanan	15
Pratikno	Menko PMK	14
Andi Amran Sulaiman	Menteri Pertanian	13
Hanif Faisol Nurofiq	Menteri Lingkungan Hidup	12
Dony Oskaria	Kepala BP BUMN	10
Prasetyo Hadi	Mensesneg	8
Abdul Mu'ti	Mendikdasmen	8

Pada pemberitaan terkait pemerintah pusat, nama Presiden RI Prabowo Subianto merupakan aktor pemerintah pusat yang paling dikutip (50 penyebutan). Narasi terkait Prabowo Subianto banyak dikaitkan dengan pernyataan & janji Prabowo kepada korban bencana banjir ketika lawatan Prabowo ke lokasi bencana. Prabowo membawa narasi "Kita tak akan biarkan saudara pikul beban sendiri", "Keadaan terkendali, saya cek terus", hingga seruan antikorupsi "Suka enggak kalau maling negara saya sikat?" di tengah lokasi banjir. Ada pula pemberitaan terkait instruksi dan keputusan kebijakan Prabowo sebagai pihak otoritatif saat bencana. Selain itu, media juga menyoroti "justifikasi" Prabowo dalam keputusannya yang tidak menetapkan Status Bencana Nasional, di mana Prabowo muncul sebagai narasumber untuk menjelaskan alasan pemerintah tidak menetapkan status tersebut, dengan pernyataan "situasi terkendali" sebagai respons terhadap kritik soal status bencana nasional.

Selain Presiden, narasumber yang paling banyak dikutip oleh media didominasi oleh pejabat dan kementerian terkait seperti BNPB, Kementerian Sosial, Kementerian Dalam Negeri, Sekretaris Kabinet, Kementerian Lingkungan Hidup, dan Kementerian Kehutanan. Ada pula lembaga yang dikutip sebagai narasumber, namun tidak menyebutkan nama pejabat seperti BMKG, BNPB, Kementerian Komdigi, dan Kementerian PU. Walaupun lembaga tersebut memiliki peran besar, narasi media lebih sering disuarakan lewat figur pejabat, memperkuat komunikasi yang tersentralisasi terhadap pemerintah dalam pemberitaan banjir Sumatera.

Table 6. *Pemerintah Daerah sebagai News Source*

Nama	Jabatan	Narasumber
Bobby Nasution	Gubernur Sumatera Utara	9
Muzakir Manaf	Gubernur Aceh	8
Zulkifli	Plt Sekda Kab. Nagan Raya	8
M. Nasir	Sekda Aceh	7
Mahyeldi Ansyarullah	Gubernur Sumatera Barat	5
Rico Waas	Walikota Medan	4
Ahmad Qosbi	Kakanwil Kemenag Sumatera Utara	4
Jihan Nurlela	Wagub Lampung	4
Agus	Dishub Palembang	4
Khofifah Indar Parawansa	Gubernur Jawa Timur	3
Surya	Wagub Sumatera Utara	3
Ismail A. Jalil	Bupati Aceh Utara	3
Armia Fahmi	Bupati Aceh Tamiang	3
Andi Sudirman Sulaiman	Gubernur Sulawesi Selatan	3
Murthalamuddin	Jubir Posko Tanggap Darurat Bencana Aceh	3
Emil E. Dardak	Wagub Jawa Timur	3

Di sisi lain, dalam level pemerintah daerah, sosok gubernur Sumatera Utara – Bobby Nasution menjadi yang paling banyak dikutip oleh media (9 pemberitaan). Pemberitaan Bobby Nasution banyak dikaitkan dengan bantuan/donasi yang diserahkan kepada pemerintah Sumatera Utara, *update* soal korban banjir, hingga kebijakan terkait anggaran Bencana dan kerugian yang dicapai ketika Bencana.

Nama pemimpin daerah lainnya yang muncul adalah Gubernur Aceh, Muzakir Manaf dengan 8 pemberitaan yang mengutip nama Muzakir Manaf. Pemberitaan terkait Muzakir Manaf didominasi terkait *update* situasi dan kondisi Aceh yang kian mencekam serta permohonan bantuan untuk mobilisasi percepatan penanganan bencana. Ada pula nama Plt Sekertaris Daerah Kabupaten Nagan Raya, Zulkifli dengan 8 pemberitaan, di mana narasinya terkait dengan fenomena gelembung gas di lokasi bekas Banjir Aceh.

Di sisi lain, CSO atau organisasi masyarakat sipil muncul sebagai aktor yang cukup penting, tetapi jumlah kemunculannya tetap cukup banyak dibanding pemerintah. CSO/organisasi disebut sebanyak 156 kali dan menjadi narasumber dalam 126 berita. Jumlah ini menunjukkan bahwa suara masyarakat sipil memang hadir dalam pemberitaan, tetapi belum menjadi pusat narasi. Kehadiran CSO menjadi bagian dari perspektif yang lebih kritis untuk merespons dan mengoreksi narasi resmi pemerintah.

Table 7. *CSO/Organisasi sebagai News Source*

Nama	Jabatan	Narasumber
Rianda Purba	Direktur Eksekutif WALHI Sumatera Utara	5
Wilson Lalengke	Ketua Umum PPWI	3
Alfian	Masyarakat Transparansi Aceh	3
A. Afif Amrullah	Ketua LAZISNU	3
Abdul Hakim Mahfudz	Ketua PWNU Jatim	3
Jaka Kelana Damanik	Manajer Advokasi WALHI Sumatera Utara	2
Iqbal Damanik	Manajer Iklim & Energi Greenpeace	2
Ahmad Sobri Lubis	Ketua SC Reuni 212	2
Amir Faisal	Owner Atjeh Connection Foundation	2
Jusuf Kalla	Ketua Umum PMI	2
Riyan Beltra Delza	Ketua DPP IMM	2
Sabarudin	Ketua Umum Serikat Petani Kelapa Sawit / Aliansi Pemuda Peduli Bencana Aceh	2
Iskandar	Koordinator Lapangan Yayasan Geutanyoe	2

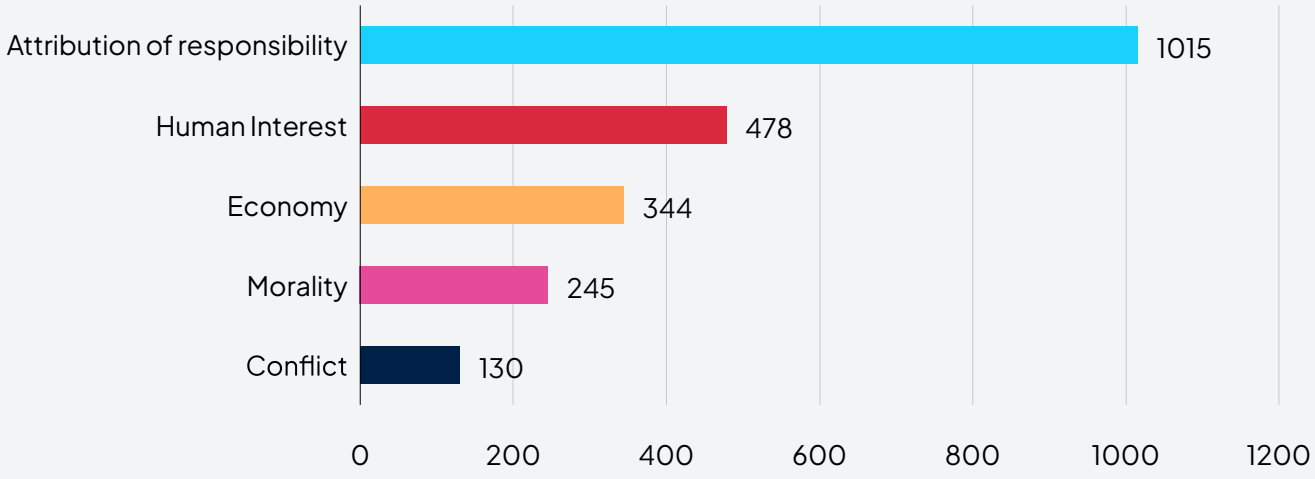
Berdasarkan pemetaan tersebut, CSO yang muncul dalam pemberitaan tidak homogen. Beberapa merupakan organisasi bantuan, keagamaan, dan kemanusiaan yang terlibat dalam mobilisasi donasi, logistik, dan solidaritas sosial. Sebagian lainnya adalah organisasi lingkungan atau advokasi yang mencoba membawa isu bencana ke arah yang lebih struktural, seperti deforestasi, kerusakan ekologis, tata kelola ruang, dan desakan penetapan status bencana nasional.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa keterbatasan ruang CSO dalam pemberitaan bukan hanya disebabkan lemahnya koneksi institusional CSO ke ruang redaksi. Penulis dari media arus utama menjelaskan bahwa rilis CSO kadang masuk dan dapat ditulis, terutama jika memiliki pernyataan yang kuat. Namun, rilis CSO tidak dominan. Akses CSO ke media sering bergantung pada apakah mereka memiliki hubungan dengan editor, jurnalis senior, atau dapat mengadakan konferensi pers yang cukup jelas untuk diliput. Wawancara dengan jurnalis lapangan juga menunjukkan bahwa hubungan antara media dan CSO di lokasi tidak selalu berjalan dekat. Dalam kondisi darurat, jurnalis dan CSO sering memiliki agenda masing-masing, seperti jurnalis yang harus meliput ke lokasi tertentu, sedangkan organisasi perlu menuju lokasi lain, atau bisa juga merupakan pihak yang juga terdampak. Hal ini menyebabkan koordinasi antara keduanya sulit dilakukan karena situasi.

Crisis Frame Pada Pemberitaan Banjir Sumatera

Kami menganalisis pemberitaan terkait Banjir Sumatera dengan bingkai yang digunakan media berdasarkan 1.051 berita, dengan berfokus kepada lima jenis bingkai krisis sekaligus merinci bagaimana masing-masing bingkai bekerja sebagai pola narasi yang paling dominan.

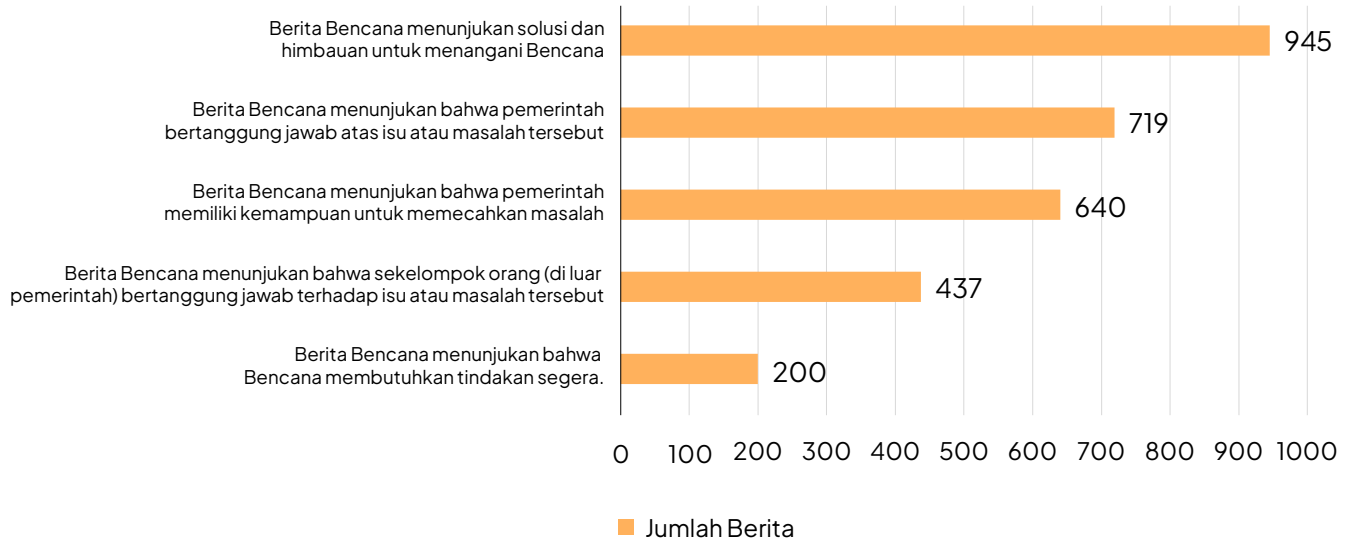
Figure 9. *Crisis Frame dalam Pemberitaan Banjir Sumatera (n=1.051)*



Temuan utama menunjukkan bahwa bingkai *attribution of responsibility* merupakan bingkai yang paling banyak digunakan (1015 berita), jauh melampaui bingkai lainnya. Setelah itu, bingkai *human interest* menempati posisi kedua (478 berita), disusul *economy* (344 berita), sementara *morality* (245 berita) dan *conflict* (130 berita) muncul dalam porsi yang lebih sedikit.

Dominasi bingkai *attribution of responsibility* menunjukkan bahwa **pemberitaan Banjir Sumatera sangat berorientasi pada pertanyaan tentang siapa yang harus bertindak, siapa yang memiliki kapasitas menangani krisis, dan bagaimana solusi ditampilkan kepada publik**. Dalam konteks ini, pemerintah memang kerap diposisikan sebagai aktor utama yang memiliki tanggung jawab untuk memimpin penanganan bencana, mengoordinasikan bantuan, serta memastikan pemulihan bagi warga terdampak.

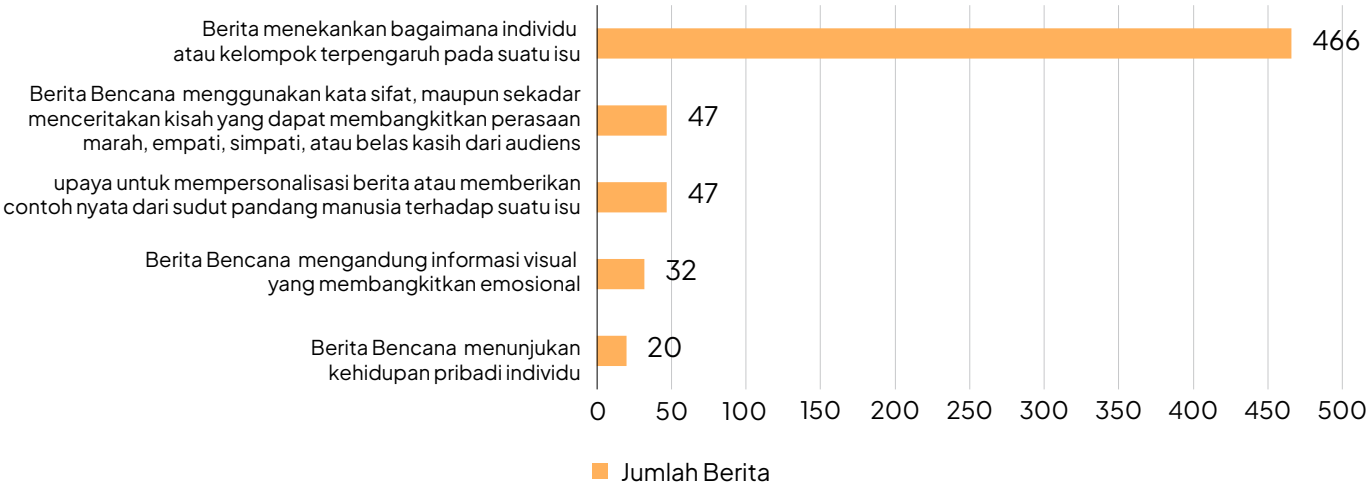
Figure 10. *Bingkai Attribution of Responsibiliity dalam Pemberitaan (n=1051)*



Namun, dominasi bingkai ini tidak otomatis berarti bahwa media secara konsisten menuntut pertanggungjawaban pemerintah atas kegagalan tata kelola bencana. Pendalaman terhadap 1.015 berita menunjukkan bahwa unsur yang paling kuat justru adalah penampilan solusi, imbauan, dan tindakan penanganan bencana, yang muncul dalam 945 berita. Pemerintah juga sering digambarkan memiliki tanggung jawab dalam penanganan bencana (719 berita) sekaligus memiliki kapasitas untuk mengatasi situasi (640 berita). Seperti dalam pemberitaan dengan tajuk "Distribusi Bantuan Bencana Aceh dipercepat, BNPB gunakan jalur darat, laut udara" atau dalam pemberitaan terkait respons presiden yang bergerak cepat menangani banjir Sumatera dengan mengerahkan kapal besar setiap hari untuk membawa pasokan dan bantuan. Dengan demikian, "tanggung jawab" dalam pemberitaan lebih sering berarti tanggung jawab untuk merespons dan membantu, bukan tanggung jawab untuk menjelaskan mengapa bencana terjadi dan bagaimana kegagalan mitigasi, tata kelola lahan, deforestasi, atau kerusakan ekologis memungkinkan bencana menjadi begitu parah.

Hal ini penting karena pada saat yang sama, seperti telah ditunjukkan sebelumnya, narasi bantuan/donasi juga sangat dominan dalam pemberitaan. Akibatnya, bingkai *attribution of responsibility* lebih banyak bekerja dalam bentuk atribusi tanggung jawab kemanusiaan dan administratif: siapa yang menyalurkan bantuan, siapa yang membuka akses, siapa yang mengerahkan personel, siapa yang memberi instruksi, dan siapa yang menjanjikan pemulihan. Pemerintah diposisikan sebagai aktor yang harus hadir dan bertindak, tetapi kehadiran itu terutama dibaca melalui distribusi bantuan dan respons darurat. Dengan kata lain, **media memang menempatkan pemerintah sebagai penanggung jawab, tetapi tanggung jawab tersebut lebih sering diterjemahkan sebagai kewajiban memberi bantuan, bukan kewajiban menjawab kegagalan tata kelola.**

Figure 11. *Bingkai Human Interest dalam Pemberitaan (n=478)*

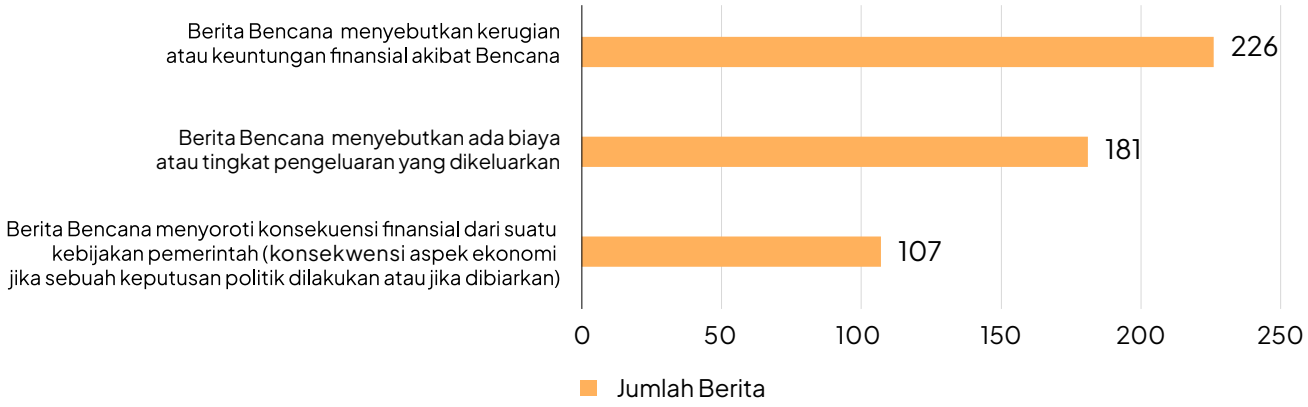


Bingkai human interest yang berada di posisi kedua menandakan kekuatan narasi kemanusiaan dalam pemberitaan. Media banyak menyoroti pengalaman manusia, emosi, dan dampak personal dari suatu peristiwa, sehingga **bencana tidak hanya dipahami sebagai kejadian alam, tetapi juga sebagai tragedi yang dialami individu dan komunitas.**

Pola pemberitaan menunjukkan bahwa bingkai *human interest* digunakan secara luas untuk menggambarkan bagaimana individu atau kelompok terdampak langsung oleh banjir (466 berita). Pemberitaan banyak menyoroti warga yang kehilangan rumah, keluarga yang mengungsi, kesulitan memperoleh kebutuhan dasar, hingga perjuangan masyarakat untuk bertahan di tengah situasi darurat. Dengan menampilkan pengalaman konkret korban, media mencoba membangun kedekatan emosional dengan peristiwa yang diberitakan.

Selain itu, pemberitaan juga kerap menggunakan narasi emosional yang bertujuan membangkitkan empati, simpati, dan belas kasih. Seperti halnya dalam pemberitaan bertajuk "kisah pilu Korban Banjir Aceh Tamiang", "cerita penyintas banjir bandang dan longsor Aceh Tamiang, sempat mengira banjir biasa", "Viral! Ibu-ibu Korban Bencana Aceh 'Menyala' Pakai Baju Persit, Senyum Bahagia di Tengah Masa Pemulihan". Kisah-kisah warga terdampak bencana menjadi contoh bagaimana media mempersonalisasi bencana melalui sudut pandang para korban. Aspek visual seperti foto dan video juga turut mendukung pembingkaian ini, meskipun porsinya lebih kecil dibandingkan dengan penekanan pada dampak langsung terhadap kehidupan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa bingkai *human interest* juga berperan penting dalam menggeser perhatian publik dari isu penyebab ke isu kemanusiaan. Dengan kata lain, media lebih banyak mengajak publik untuk merasakan dampak bencana dan merespons secara emosional, ketimbang mendorong pembahasan yang lebih kritis mengenai faktor-faktor struktural di balik terjadinya banjir.

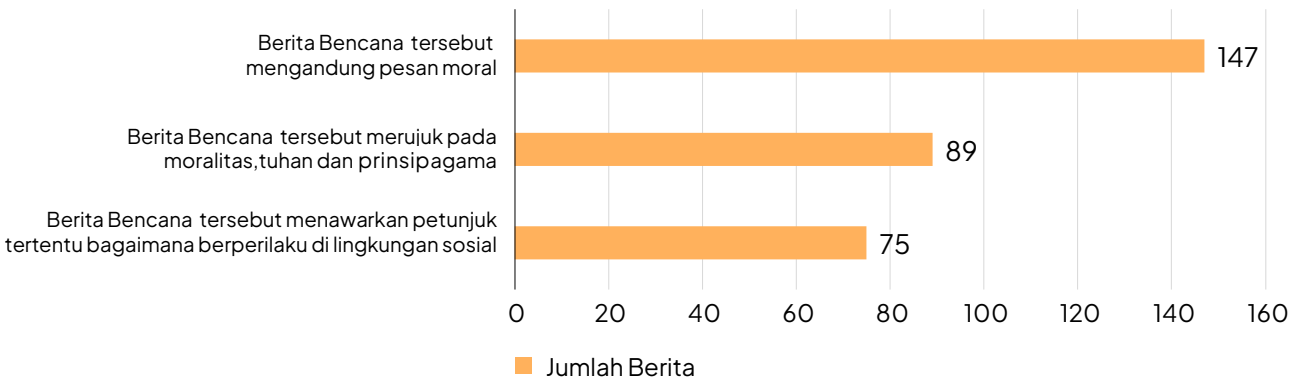
Figure 12. *Bingkai Economy dalam pemberitaan (n=344)*



Sementara itu, bingkai economy menyoroti dampak ekonomi, biaya penanganan, kerugian material, serta konsekuensi kebijakan yang muncul akibat bencana. Pola yang paling dominan adalah penyebutan kerugian atau keuntungan finansial akibat bencana (226 berita). Media banyak menyoroti kerusakan rumah, rusaknya infrastruktur, serta kerugian ekonomi yang dialami warga dan daerah terdampak. Kedua, pemberitaan juga menyinggung biaya atau pengeluaran yang dibutuhkan untuk penanganan bencana (181 berita), seperti jumlah bantuan, dana yang dibutuhkan untuk penanganan bencana, serta jumlah yang dikeluarkan. Ketiga, sebagian berita menyoroti konsekuensi ekonomi dari kebijakan pemerintah, misalnya dampak fiskal atau implikasi dari keputusan tertentu dalam penanganan bencana.

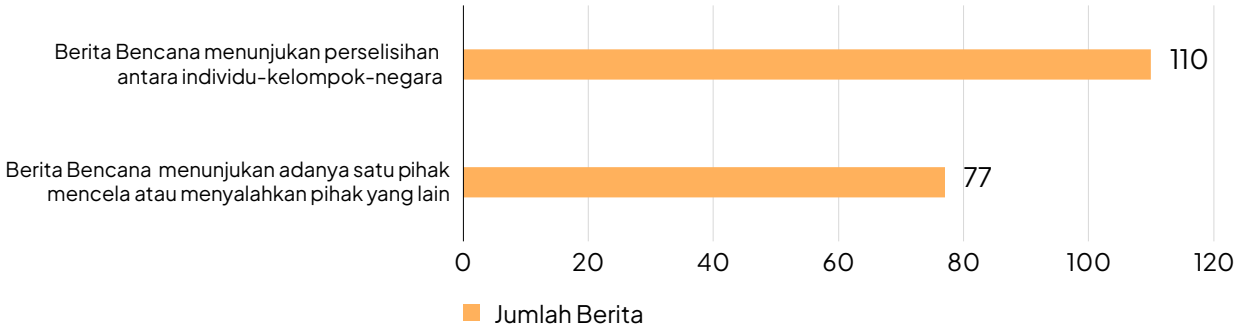
Meskipun begitu, kami menemukan bahwa transparansi pemerintah terkait anggaran bencana masih terbatas. Dana yang berasal dari APBN memang kerap disebut dalam pemberitaan, tetapi nominal, rincian penggunaan, dan alokasi anggarannya jarang dijelaskan secara mendalam. Akibatnya, dampak ekonomi dalam pemberitaan cenderung dinarasikan secara umum, bukan sebagai analisis berbasis data anggaran. Hal ini menjadi penting mengingat, di saat bersamaan, terdapat sentimen tentang konteks pemborosan anggaran negara melalui proyek-proyek yang bermasalah maupun desakan realokasi anggaran untuk penanganan bencana. Pemberitaan menyoroti anggaran BNPB yang dipangkas ditengah bencana banjir, meskipun pemerintah berdalih anggaran tersebut cukup. Kajian CELIOS menunjukkan adanya dampak pemangkasan anggaran tersebut terhadap penanganan Bencana Banjir Sumatera, akibat efisiensi untuk pembiayaan program MBG. Laporan CELIOS ini diamplikasi juga di media sosial, banyak yang mendesak realokasi anggaran MBG untuk pemulihan bencana Banjir Sumatera secara total.

Figure 13. *Bingkai morality dalam pemberitaan (n=245)*



Di sisi lain, bingkai morality muncul dalam proporsi yang lebih sedikit melalui narasi solidaritas, kepedulian, dan kewajiban membantu sesama. Pesan moral, seperti ajakan untuk berempati kepada korban, menunjukkan kepedulian, dan memperkuat solidaritas sosial menjadi narasi yang paling dominan (147 berita). Media banyak menampilkan narasi terkait moralitas yang mendorong masyarakat untuk ikut merasakan penderitaan korban dan membantu sesama. Kedua, muncul rujukan moralitas atau agama (89 berita), misalnya doa bersama, ungkapan ketuhanan, serta penggunaan simbol religius untuk memberi makna atas bencana yang terjadi. Seperti halnya dalam berbagai pemberitaan mengenai pergelaraan doa bersama untuk para korban, misalnya ditunjukkan pada berita "Peduli Korban Bencana Nasional, Polres Maros Gelar Sholat Gaib Dan Doa Bersama", "Gelar Lelang Amal dan Doa Bersama untuk Korban Banjir Sumatera-Aceh" Ketiga, terdapat petunjuk perilaku sosial (75 berita), yakni dorongan kepada masyarakat untuk berdonasi, menjadi relawan, menyalurkan bantuan, dan berpartisipasi dalam aksi kemanusiaan, misalnya seperti ditunjukkan dalam pemberitaan "Bandung Kirim Relawan dan Bantuan Besar untuk Korban Bencana Sumatera", "Kemenkes kembali melepas relawan kesehatan ke lokasi bencana Aceh". Pola ini menunjukkan bahwa bingkai moralitas memperkuat pembingkaian banjir sebagai peristiwa kemanusiaan dan etis, bukan semata persoalan ekologis, atau kebijakan. Media mengarahkan perhatian publik pada pentingnya tindakan baik, solidaritas, dan tanggung jawab sosial sebagai respons terhadap krisis. Narasi moralitas ini juga berperan dalam memperkuat legitimasi aksi sebagai kewajiban moral.

Figure 14. *Bingkai Conflict dalam Pemberitaan (n=130)*



Adapun bingkai *conflict* lebih sering digunakan ketika media memberitakan kritik terhadap kebijakan, polemik status bencana nasional, atau perdebatan mengenai penanganan pemerintah. Narasi yang paling menonjol adalah perselisihan antar kelompok atau aktor, baik antara masyarakat, pemerintah, maupun elit politik (110 berita). Beberapa pemberitaan menyoroti bahwa bencana banjir terjadi akibat kebijakan pemerintah yang tidak tegas yang membiarkan usaha tanpa izin di daerah hulu sungai, adapula narasi mengenai lalu ada pula narasi mengenai desakan terhadap pemerintah dalam menanggulangi bencana sumatera ditengah anggaran yang menipis. Narasi lain yang menonjol adala satu pihak menyalahkan pihak lain (77 berita), misalnya, kritik terhadap pernyataan ketua BNPB yang menyakiti hati korban bencana, ataupun sikap pemerintah terkait dinamika status darurat nasional bencana sumatera yang disorot . Isu terkait konflik yang paling dominan berkaitan dengan penetapan status bencana nasional. Banyak kritik diarahkan kepada pemerintah yang dianggap lamban, enggan menetapkan status tersebut, atau dinilai tidak sejalan antara pernyataan resmi dengan kondisi nyata di lapangan. Dalam banyak kasus, konflik karena desakan publik, tekanan organisasi masyarakat sipil, serta kritik dari oposisi politik.

Rendahnya proporsi bingkai konflik juga menandakan bahwa media cenderung lebih memilih narasi solusi, tanggung jawab, dan kemanusiaan dibanding konfrontasi terbuka. Kritik terhadap negara hadir, tetapi tidak menjadi kerangka dominan dalam keseluruhan pemberitaan. Sebaliknya, kritik lebih sering muncul secara selektif pada isu-isu kebijakan tertentu, terutama ketika menyangkut keputusan pemerintah yang diperdebatkan publik.

Secara keseluruhan, *frame* pemberitaan menegaskan bahwa narasi media terkait bencana Banjir Sumatera **berpusat pada tanggung jawab dan kapasitas negara dalam merespons krisis, dibandingkan analisis kritis terhadap penyebab, kebijakan, hingga penanganan.**

Analisis Media Sosial

Media sosial memainkan peran signifikan dalam dinamika informasi Banjir Aceh/Sumatera 2025. Peran ini tidak hanya terlihat dari tingginya interaksi pada konten-konten TikTok dan X, tetapi juga dari **hasil wawancara yang menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang awal penyebaran informasi, koreksi terhadap narasi media arus utama, sekaligus kanal mobilisasi bantuan dan kritik** publik. Pada bagian ini kami melakukan analisis pada masing-masing 100 konten dengan interaksi tertinggi yang berkaitan dengan bencana Banjir Sumatera 2025. Kami juga mengelaborasi analisis dengan analisis kualitatif terhadap konten terkait Banjir Sumatera yang dihimpun melalui pencarian manual di Instagram.

Dari hasil pemetaan kami, 10 konten teratas di platform TikTok mencatat total interaksi lebih dari 1,9 juta, dengan mayoritas unggahan berasal dari akun media dan *influencer*. Dominasi konten ini menunjukkan bahwa perhatian publik di media sosial lebih banyak tertuju pada konten yang menampilkan kondisi terkini pascabanjir serta informasi mengenai penggalangan donasi dan bantuan.

Influencer lokal yang kami wawancarai menjelaskan bahwa pada fase awal bencana, akses informasi formal sangat terbatas karena listrik dan internet lumpuh. Ia baru mulai memahami skala bencana setelah membuka media sosial di titik yang masih memiliki koneksi internet. Ia mengatakan: "*Jadi di sana saya pakai Wi-Fi, saya buka media sosial dan di situ sudah ramai. Aceh Tamiang dulu awalnya... Ternyata kalau saya perhatikan, wah, ini sudah sampai atap rumah. Tiba-tiba di story kita dapat Pray for Sumatera, baru saya cari tahu ternyata satu Sumatera kenapa*." Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai kanal informasi krisis ketika infrastruktur komunikasi dan media lokal tidak bekerja secara optimal.

Dalam konteks Aceh, media sosial juga menjadi penting karena terdapat jeda antara kejadian bencana, dokumentasi warga, dan tersebarnya informasi. Informan yang kami wawancarai menyebut bahwa dokumentasi asli dari warga, seperti video dari atas atap atau rekaman banjir di wilayah terdampak, baru viral beberapa hari setelah kejadian karena jaringan sangat buruk. Ia menjelaskan bahwa "*buat nge-upload itu dengan kondisi jaringan yang buruk. Tanggal 28 November baru viralnya, mungkin dia upload-nya malam, tapi baru viral tanggal 28 November.*" Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial tidak selalu bekerja secara *real-time* dalam situasi bencana, tetapi tetap menjadi kanal utama ketika informasi dari lokasi terdampak akhirnya dapat tersalurkan.

Saat jurnalis sudah berhasil ke lokasi bencana, media sosial tetap menjadi alat yang signifikan dalam menyebarkan informasi dan menjadi medium untuk meresonansi laporan-laporan jurnalistik. Laporan jurnalistik, potongan video, unggahan warga, dan konten saling bersirkulasi di berbagai platform. Dalam situasi ini, **media sosial tidak hanya menjadi ruang penyebaran informasi dari warga, tetapi juga ruang amplifikasi bagi liputan media arus utama**. Informasi yang sebelumnya muncul dalam bentuk laporan televisi, artikel berita, atau dokumentasi lapangan dapat memperoleh jangkauan yang lebih luas ketika dipotong, diunggah ulang, dikomentari, dan disebarkan melalui TikTok, Instagram, maupun X.

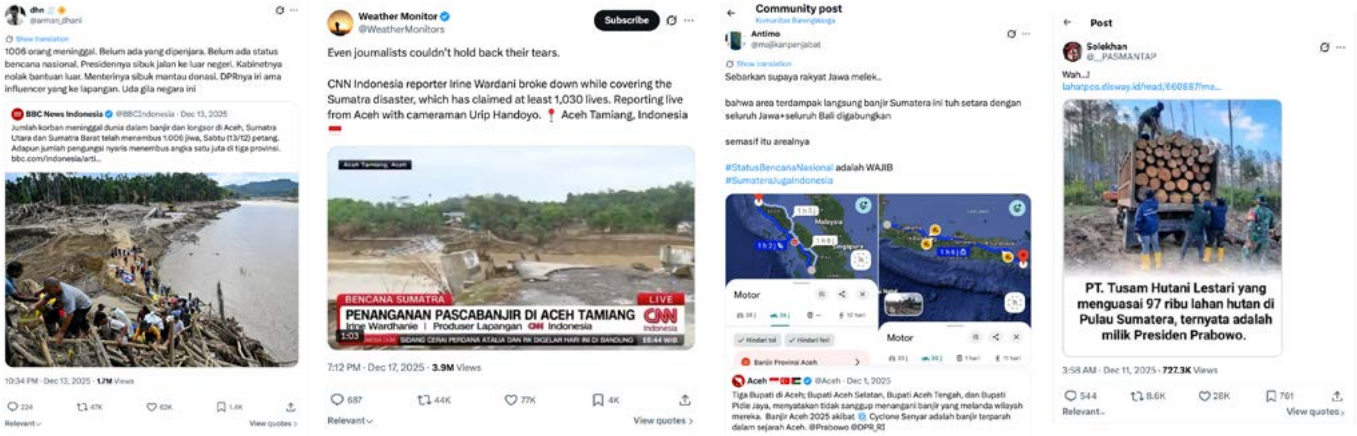
Gambar 2. *Contoh Top 10 konten TikTok berdasarkan total interaksi*



Secara naratif, **konten-konten TikTok yang kami lihat dominan, umumnya menggunakan sudut pandang emosional yang menonjolkan keprihatinan dan empati terhadap korban**. Gaya penyampaiannya cenderung personal dan berbasis *storytelling*, terutama melalui penuturan pengalaman warga terdampak, kisah warga yang kehilangan anggota keluarganya, proses evakuasi, serta perjuangan masyarakat menghadapi dampak bencana. Pendekatan *human interest* menjadi elemen utama yang mendorong tingginya keterlibatan *audiens*, karena mampu menghadirkan bencana sebagai pengalaman manusia yang konkret dan menyentuh.

Di sisi lain, **Konten Top 10 berdasarkan interaksi di X terkait Banjir Sumatera didominasi oleh kritik terhadap lambatnya respons pemerintah serta persoalan akuntabilitas dalam penanganan bencana**. Percakapan publik di platform ini banyak menempatkan pemerintah sebagai objek evaluasi dan kritik, terutama terkait kecepatan respons, koordinasi penanganan, dan keputusan kebijakan selama masa krisis. Selain itu, unggahan dengan interaksi tinggi juga sering menyoroti dampak banjir, penyebab struktural seperti deforestasi dan kerusakan lingkungan, serta skala luas wilayah terdampak. Hal ini menunjukkan bahwa diskursus di X tidak hanya berfokus pada peristiwa banjir itu sendiri, tetapi juga pada konteks kebijakan dan faktor penyebab yang lebih luas. Salah satu hal yang juga kemudian banyak muncul adalah soal deforestasi, isu sawit, dan istilah "nyawit", yang kemudian memicu percakapan yang lebih luas dan kritis.

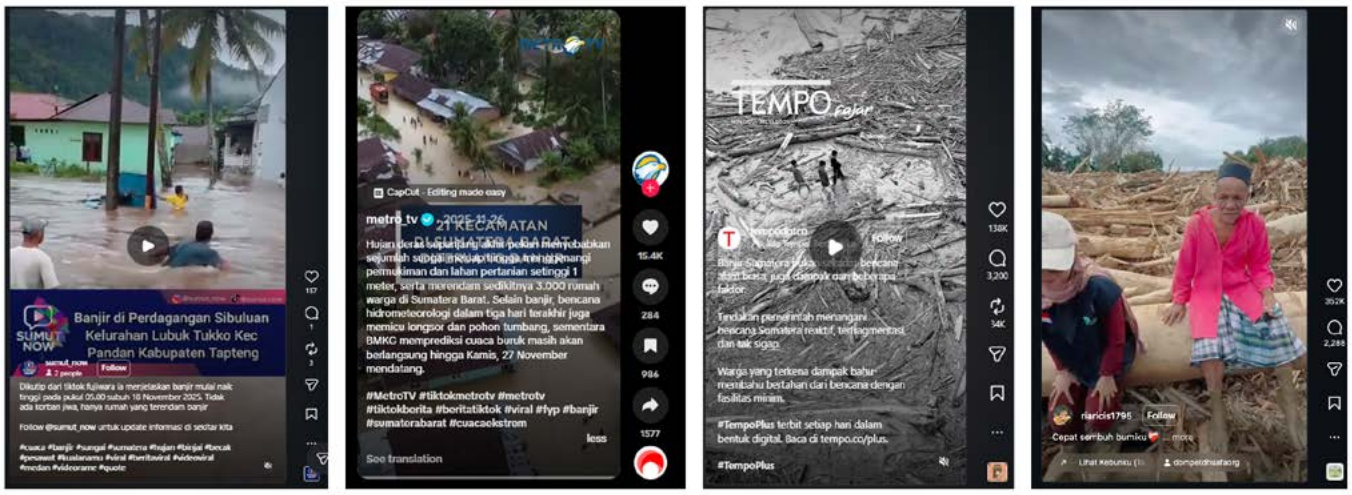
Gambar 3. *Top 10 Konten X berdasarkan total interaksi*



Meskipun terdapat beberapa konten yang mengangkat sisi kemanusiaan dan solidaritas, mayoritas tone percakapan cenderung bernuansa kemarahan, kritik, hingga ironi. Gaya penyampaian konten juga relatif lebih analitis dan argumentatif, sering kali menggunakan kutipan pernyataan pejabat, data, tangkapan layar berita, serta visualisasi kerusakan untuk memperkuat kritik yang disampaikan. Dalam hal ini, platform X lebih memperlihatkan fungsinya sebagai ruang artikulasi kritik publik dan debat kebijakan terkait penanganan Banjir Sumatera.

Pola narasi serupa juga kami temukan di media sosial Instagram, berdasarkan data yang kami kumpulkan secara manual. Beberapa konten dengan *engagement* tertinggi di Instagram didominasi oleh sisi kemanusiaan dan *human interest*. Beberapa konten menunjukkan situasi banjir, kondisi korban melalui format *reels, feeds*, hingga *template stories "add yours"* dengan kekuatan visual dan *storytelling* yang singkat. Di sisi lain, kami juga menemukan konten yang memuat kritik terhadap pemerintah dan merespons kebijakan. Beberapa di antaranya, mengkritik terkait status bencana nasional, kontroversi kebijakan/pernyataan pejabat, hingga mengaitkan banjir dengan deforestasi dan perkebunan sawit.

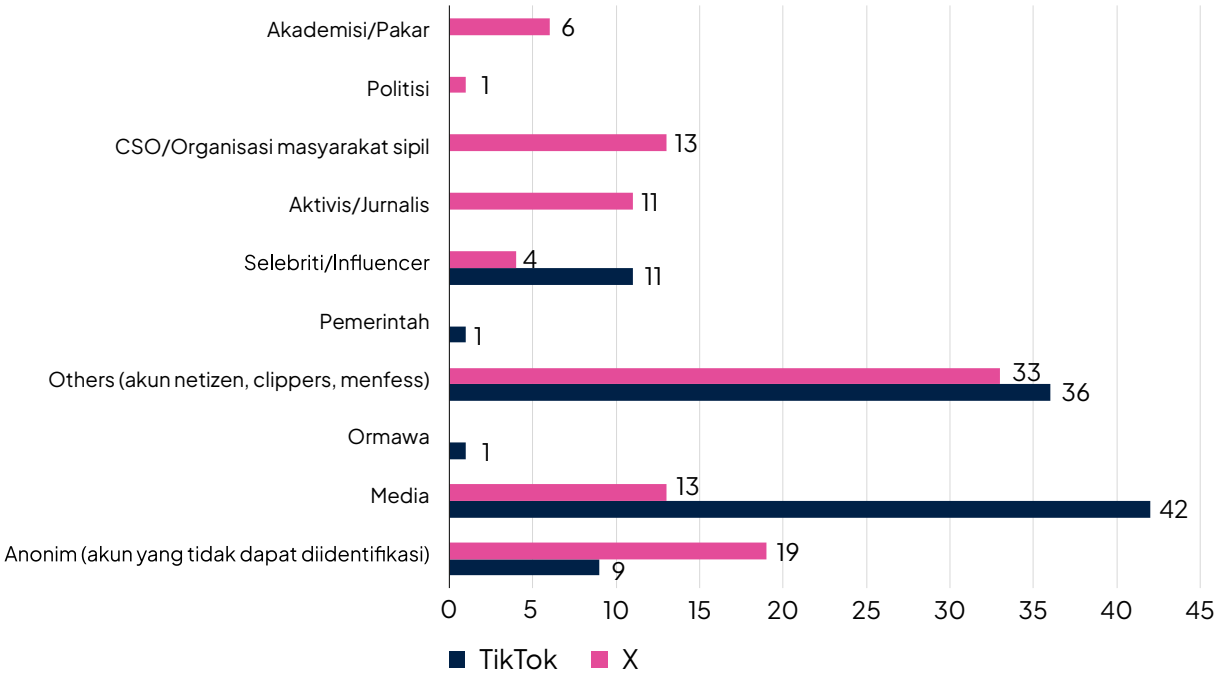
Gambar 4. *Konten Instagram dengan interaksi tinggi*



Jenis Akun

Dilihat dari jenis akun, secara umum, kami menemukan bahwa konten top 100 cukup banyak didominasi oleh akun terverifikasi, dengan 58% akun centang biru di X dan 44% akun di TikTok. Berdasarkan hasil identifikasi, konten TikTok yang memiliki *interaction* tinggi berasal dari akun-akun penyedia informasi seperti media, serta akun figur publik. Sementara itu, di X akun yang muncul lebih beragam, dengan kehadiran akun netizen dengan pengikut besar, akun anonim, *base account* (akun yang berfungsi sebagai wadah komunitas untuk berbagi informasi, berdiskusi, atau mengirim pesan secara anonim, seperti @tanyarlfes) hingga CSO/organisasi masyarakat, serta aktivis/jurnalis yang mendorong opini dan advokasi.

Figure 15. *Jenis Akun Pada Konten Top 100 TikTok dan X*



Di TikTok, beberapa akun yang teridentifikasi antara lain akun media @inilahcom, @antaranews, @tempo.co, hingga @detik.com. Ada pula kategori others yang menempati urutan kedua (36 konten) adalah akun seperti: @duniapunyacerita_, hingga akun user TikTok yang terdampak bencana seperti @psya_57, @aniisatumorang, @pajiroo3. Ada pula akun selebriti/ yang kerap membagikan informasi terkait kondisi bencana serta membuka bantuan donasi seperti @williesalim, @vilmeiijuga, hingga @attahalilintar.

Di X persebaran jenis akun lebih beragam dengan didominasi oleh jenis akun others (33 konten) seperti @arman_dhani, @kaptenAmercia, @Marimar_Aauw. Ada juga akun base seperti @tanyarlfes atau @tanyakanrl, serta akun pop seperti @iPopBase dan @intinyadeh. Selain kategori others, konten X juga didominasi oleh akun anonim yang tidak bisa teridentifikasi (19 konten), seperti halnya akun @ _ riverheaven, @SemutMerah2024, @majikanpenjabat, @ sharpandshark. Pada posisi ketiga, konten banyak ditemukan dari akun media (13 konten) dengan akun @BBCIndonesia, @kompascom, @NarasiNewsroom, @ tempodotco, hingga akun luar nengeri seperti @WeatherMonitors, dan @volcaholic1 yang kerap melakukan update terkait isu lingkungan.

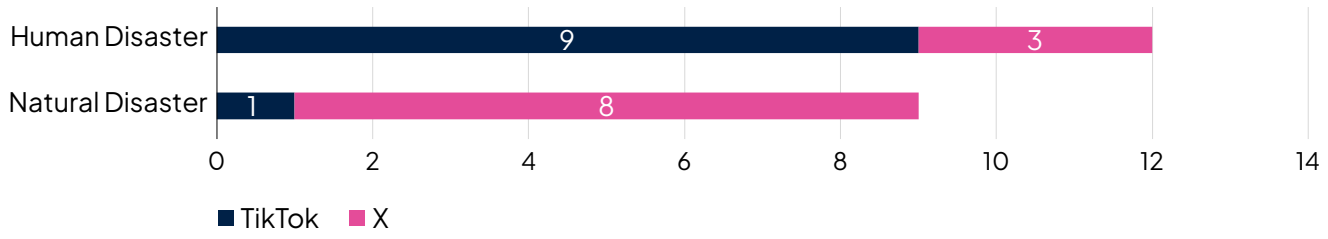
Kategori CSO/Organisasi Masyarakat Sipil juga cukup banyak muncul (13 konten), akun @humaniesproject memiliki konten terbanyak (8 konten), akun-akun lain yang muncul misalnya @barengwarga, @LBH_Jakarta, @YLBHI, hingga @TrendAsia_org. Akun-akun CSO ini banyak memberikan pandangan terkait catatan kritik terhadap penanganan banjir sumatera, desakan status bencana nasional, hingga pemberian bantuan dan tanggap darurat di lokasi bencana seperti yang dilakukan Humanies. Selain itu, akun aktivis/jurnalis juga ditemukan pada platform X (11 konten). Terdapat akun-akun berbasis lokasi atau kedaerahan yang juga cukup vokal dan banyak muncul seperti @iindepenSumatera, @Aceh yang kerap menyebarkan informasi mengenai Banjir Sumatera, serta akun seperti @erlanishere hingga @tang_kira. Meskipun proporsinya tidak besar, namun konten dari akademisi/pakar seperti @BivitriS, @dinopattidjalal, serta @ardisatriawan juga muncul di platform X.

Berdasarkan temuan kami di platform Instagram, terdapat empat kelompok aktor utama yang mendominasi konten Instagram. Media seperti Tempo, Kompas, hingga *Homeless Media* yang sering menginformasikan terkait bencana dan beberapa di antaranya menggunakan data dan visualisasi nyata. Akun CSO yang kerap melakukan advokasi isu lingkungan dengan menekankan isu struktural seperti akar masalah deforestasi. Ada pula akun yang mengedepankan *storytelling* personal dan mendorong donasi serta solidaritas, juga akun lokal/warga setempat.

Penyebab Bencana

Secara keseluruhan, terdapat 10 konten TikTok dan 7 konten X (Twitter) yang secara eksplisit menyebutkan penyebab terjadinya Banjir Sumatera. Jumlah ini menunjukkan bahwa di kedua platform, pembahasan mengenai akar penyebab bencana masih relatif terbatas.

Figure 16. *Penyebutan Penyebab Bencana pada konten Top 100 di TikTok dan X*



Di TikTok, penyebab bencana yang dikaitkan dengan aktivitas manusia lebih banyak muncul. Mayoritas konten menyoroti isu deforestasi, alih fungsi lahan, penebangan pohon, sawit, hingga tambang dan eksploitasi lingkungan sebagai faktor yang memperparah banjir. Adapula yang mengaitkannya dengan kayu gelondongan yang hanyut saat banjir dan adapula pembahasan terkait perusahaan yang dituduh sebagai penyebab banjir. Menariknya, narasi semacam ini umumnya disampaikan melalui format video singkat yang emosional dengan kritik terhadap kerusakan lingkungan sering dibingkai sebagai penjelasan langsung atas tragedi yang terjadi.

Sementara itu, di X penyebutan penyebab bencana lebih banyak mengarah pada faktor alam, terutama fenomena cuaca seperti Siklon Senyar, curah hujan ekstrem, dan gangguan hidrometeorologi lainnya. Meskipun begitu, narasi penyebab bencana akibat faktor alam lebih banyak bernuansa kritik terhadap pemerintah yang tidak mengindahkan himbauan BMKG terkait

munculnya siklon senyar. Hal ini menunjukkan bahwa percakapan di X lebih sering memosisikan banjir dalam konteks bagaimana penyebab alam seharusnya dapat dimitigasi oleh pemerintah.

Di Instagram, konten harian Kompas yang membuat liputan mendalam deforestasi akibat sawit di Pulau Sumatera, dalam bentuk edisi khusus bertajuk "Hutan Sumatera Lenyap". Melalui visualisasi pemetaan hutan dari tahun ke tahun, konten tersebut memberikan gambaran deforestasi yang diduga sebagai penyebab bencana menarik atensi yang juga ramai diperbincangkan di media sosial.

Penyebutan Lokasi Bencana

Dari konten TikTok dan X yang menyebutkan lokasi bencana, Aceh Tamiang menjadi daerah yang paling banyak disoroti di kedua platform. Wilayah ini muncul dalam 27 konten di TikTok dan 11 konten di X, menunjukkan bahwa Aceh Tamiang diposisikan sebagai salah satu lokasi utama dalam narasi digital mengenai Banjir Sumatera. Tingginya perhatian terhadap wilayah ini kemungkinan berkaitan dengan kondisi Aceh Tamiang yang merupakan salah satu daerah yang mengalami dampak paling parah, sehingga sering dijadikan representasi dari krisis banjir yang lebih luas.

Table 3. *Penyebutan lokasi bencana dalam pemberitaan*

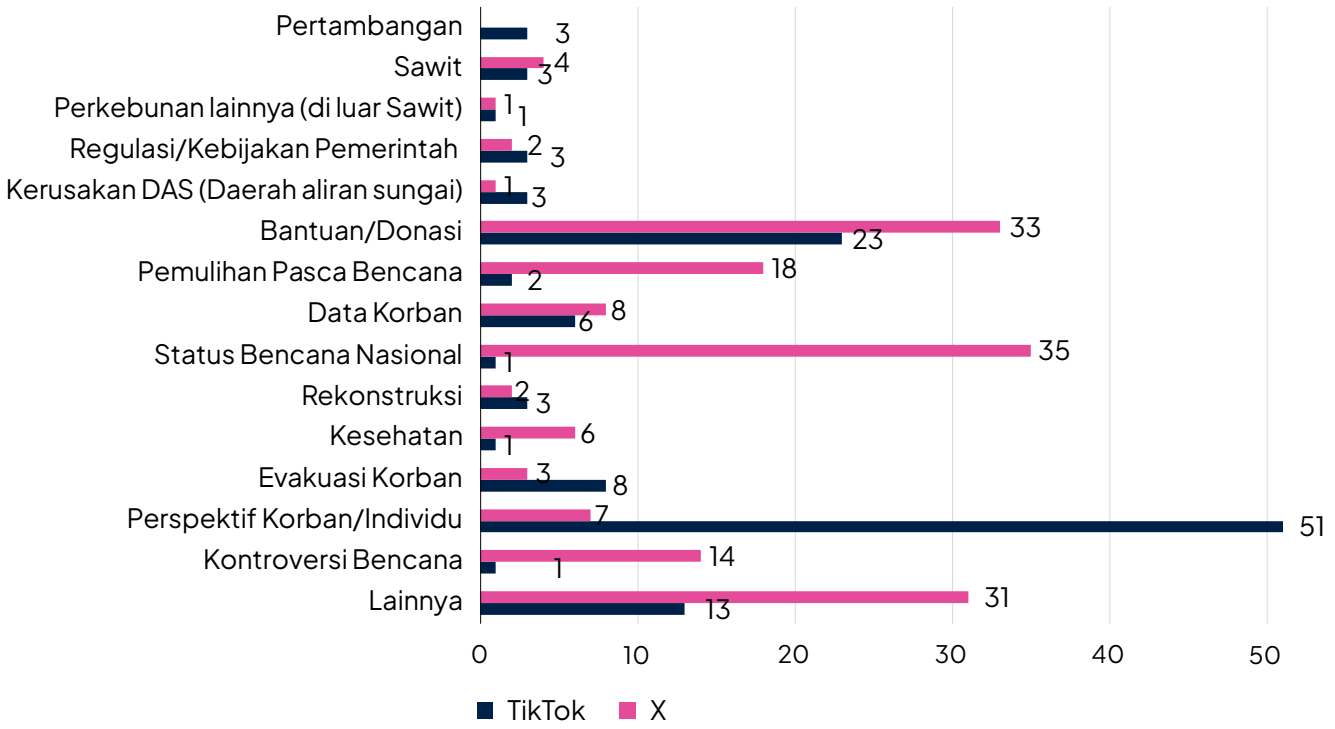
No	Lokasi	TiKTok	X
1	Aceh	21	16
2	Aceh Barat	1	0
3	**Aceh Tamiang**	**27**	**11**
4	Aceh Tengah	2	0
5	Agam	1	2
6	Langkat	1	0
7	Padang	1	0
8	Palembayan	1	0
9	Pidie Jaya	4	0
10	Sibolga	3	0
11	**Sumatera**	**17**	**52**
12	Sumatera Barat	8	9
13	Sumatera Utara	10	10
14	Tanah Datar	1	0
15	Tanah Rencong	1	0
16	Tapanuli Selatan	5	1
17	Tapanuli Tengah	6	2
18	Tapanuli Utara	1	0
19	Aceh Timur	0	2
20	Aceh Utara	0	3

Di sisi lain, penyebutan Sumatera sebagai kawasan atau kepulauan juga sangat dominan, terutama di platform X, dengan 52 konten, sementara di TikTok tercatat 17 konten. Pola ini menunjukkan bahwa X lebih sering membingkai bencana dalam skala makro sebagai krisis regional yang mencakup seluruh Sumatera.

Isu yang dibahas

Secara umum, kedua platform menunjukkan fokus percakapan yang berbeda, baik dari sisi tema dominan maupun narasi yang berkembang. Di TikTok, isu yang paling menonjol adalah perspektif korban/individu dengan 51 konten, jauh lebih tinggi dibandingkan kategori lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa **TikTok sangat didominasi oleh narasi personal yang menampilkan pengalaman warga terdampak, kisah penyintas, kondisi di lapangan, serta sudut pandang emosional korban bencana**. Setelah itu, isu bantuan/donasi juga cukup tinggi dengan 23 konten, menandakan kuatnya konten solidaritas dan ajakan membantu untuk masyarakat terdampak.

Figure 17. *Isu yang dibahas pada konten Top 100 TikTok dan X*



Dominasi perspektif korban/individu di TikTok sejalan dengan hasil wawancara pada lokal yang menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang penting bagi warga dan *influencer* untuk menampilkan pengalaman langsung yang tidak selalu muncul dalam media arus utama. *influencer* lokal Aceh yang kami wawancarai menyebut bahwa informasi yang paling terasa akurat justru datang dari masyarakat sendiri, terutama melalui unggahan video dan cerita warga terdampak. Ia menjelaskan bahwa pada awal bencana, dokumentasi warga dari lokasi terdampak baru bisa *viral* setelah beberapa hari karena jaringan internet yang buruk, tetapi ketika akhirnya tersebar, konten tersebut memberi gambaran konkret tentang skala banjir, kondisi warga, dan keterbatasan bantuan. Dalam konteks ini, TikTok berfungsi sebagai ruang visual dan emosional yang memungkinkan penderitaan korban ditampilkan secara lebih dekat, personal, dan mudah dibagikan.

Pola ini juga tampak dalam wawancara dengan *influencer* nasional yang datang dengan inisiatif untuk mendokumentasikan dan menyalurkan bantuan ke Aceh. Ia menyebut bahwa sejak awal ia memperoleh informasi dari jaringan warga dan mahasiswa Aceh, sementara kondisi tersebut belum banyak diliput oleh media nasional. Ketika ia turun ke desa-desa yang sulit dijangkau, ia melihat realitas di lapangan yang kontras dengan narasi yang muncul di televisi. Ia menyebut bahwa ia bersyukur atas banyaknya relawan, content creator, yayasan, dan CSO yang turun langsung sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih nyata tentang kondisi warga.

Isu bantuan/donasi yang cukup tinggi di TikTok juga perlu dipahami dalam konteks fungsi media sosial sebagai kanal mobilisasi. Di TikTok, bantuan/donasi lebih sering tampil sebagai dokumentasi penyaluran bantuan, atau cerita tentang kebutuhan warga. Konten semacam ini memiliki daya sebar tinggi karena menggabungkan visual penderitaan dan narasi personal, dan ajakan tindakan yang jelas. Dalam wawancara, informan yang merupakan nasional menyebut bahwa setelah ia membuka donasi, dukungan publik berkembang sangat cepat dan dalam waktu kurang dari sepuluh hari, donasi terkumpul dalam jumlah besar. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok dan Instagram tidak hanya menjadi ruang konsumsi informasi, tetapi juga infrastruktur solidaritas yang menghubungkan banyak pihak.

Sebaliknya, di X, isu yang paling dominan adalah status bencana nasional (35 konten), diikuti dengan bantuan/donasi (33 konten), dan kategori lainnya (31 konten). Tingginya pembahasan mengenai status bencana nasional menunjukkan bahwa percakapan di X lebih banyak bergerak ke ranah kebijakan, tuntutan politik, dan evaluasi terhadap respons pemerintah. **X tidak hanya berfungsi sebagai ruang solidaritas, tetapi juga sebagai arena perdebatan politik tentang bagaimana negara mendefinisikan dan menangani bencana.**

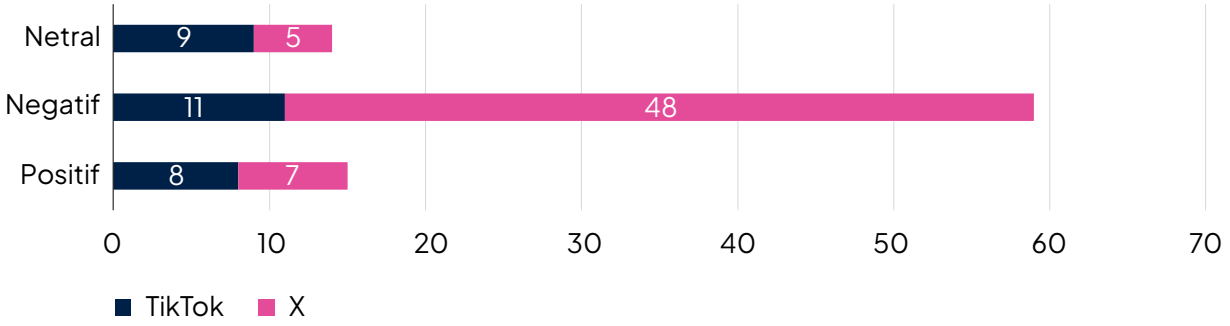
Tingginya pembahasan mengenai status bencana nasional di X sejalan dengan hasil wawancara jurnalis dan *influencer*. Dalam wawancara dengan jurnalis dan *Influencer*, terungkap bahwa isu status bencana nasional menjadi salah satu titik ketegangan utama. Beberapa media progresif disebut mendorong penggunaan istilah tersebut dengan merujuk pada dasar hukum dan skala bencana, tetapi narasi ini ditolak oleh pemerintah pusat, dan mendapat resistensi dari aparat di lapangan. Seperti yang telah disebutkan ketegangan tersebut berkaitan dengan implikasi politik dari status bencana nasional, termasuk kekhawatiran terhadap bantuan asing dan citra kapasitas negara dalam mengendalikan krisis.

Selain itu, isu kontroversial terkait bencana juga cukup tinggi di X (14 konten), memperlihatkan bahwa platform ini menjadi ruang kritik dan perdebatan publik. Beberapa isu lingkungan dan struktural, seperti pertambangan, sawit, kerusakan Daerah Aliran Sungan/DAS, dan regulasi pemerintah, muncul di kedua platform, tetapi jumlahnya relatif kecil. Meski begitu, X cenderung sedikit lebih aktif membahas isu-isu kebijakan dan struktural dibandingkan TikTok.

Secara umum, isu terkait bantuan/donasi menjadi paling banyak dibicarakan baik di TikTok dan X, namun keduanya memiliki *point of view* yang berbeda. Di TikTok bantuan/donasi lebih banyak sebagai ajakan ataupun pemberian bantuan, sedangkan di X isu donasi/bantuan lebih banyak bercerita mengenai laporan bantuan yang telah digalakkan oleh akun seperti Humanies dan Ferry Irwandi. Di samping itu, TikTok lebih banyak memunculkan konten dengan perspektif individu, seperti fokus pada kisah mereka yang terdampak, sedangkan di X, perbincangan terkait status bencana nasional dan desakan terhadap pemerintah lebih mendominasi.

Sentimen terhadap Pemerintah & Perusahaan

Figure 18. *Sentimen terhadap Pemerintah pada konten Top 100 TikTok dan X*

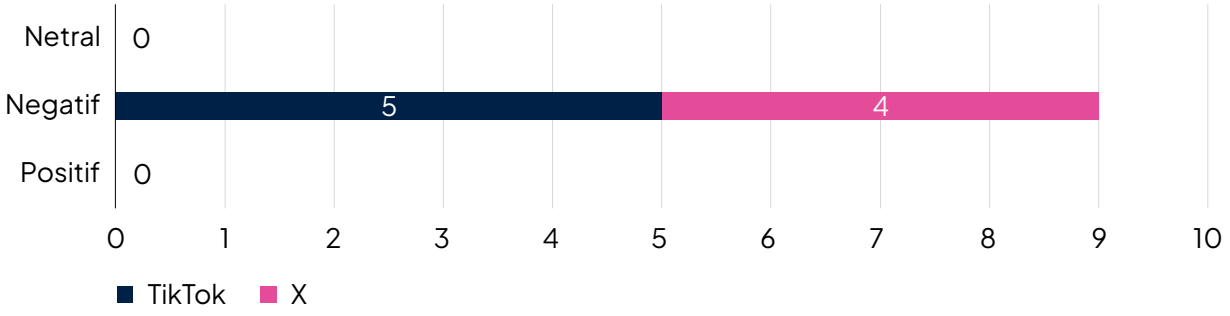


Terdapat 28 konten TikTok dan 60 konten X yang membahas terkait pemerintah, dengan mayoritas bernada negatif. Konten dengan sentimen negatif terbanyak ditemukan di X dengan 48 konten, sedangkan hanya 11 konten bernada negatif yang ditemukan di TikTok. Konten dengan sentimen negatif mayoritas menyoroti penolakan terhadap status bencana nasional oleh pemerintah serta ketidakhadiran pemerintah dalam upaya penanganan secara cepat dan masif.

Berbeda dengan media *online* yang narasinya sangat kuat terpengaruh oleh bingkai pemerintah akibat proses reproduksi pemberitaan dan pengkondisian dari peliputan di lapangan, **narasi di media sosial cenderung lebih organik, dan memiliki nuansa resistensi yang kuat terhadap bingkai pemerintah**. Media sosial tidak hanya menyebarkan informasi tentang bencana, tetapi juga menghadirkan pengalaman warga terdampak sebagai dasar untuk memberikan kritik.

Di X, resistensi terhadap *frame* pemerintah tampak lebih eksplisit dan politis. Percakapan publik tidak hanya menampilkan penderitaan korban, tetapi juga mempertanyakan keputusan pemerintah, terutama terkait status bencana nasional dan respons yang dianggap lambat. Hasil wawancara dengan nasional juga menunjukkan **bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang untuk mengoreksi narasi resmi**. Ia menyebut adanya kontras antara apa yang muncul di televisi dan apa yang ia temukan di desa-desa yang sulit dijangkau. Menurutnya, unggahan relawan, *content creator*, CSO, dan warga justru membantu memperlihatkan realitas yang tidak tergambar dalam media nasional.

Figure 19. *Sentimen terhadap Perusahaan pada konten Top 100 TikTok dan X*

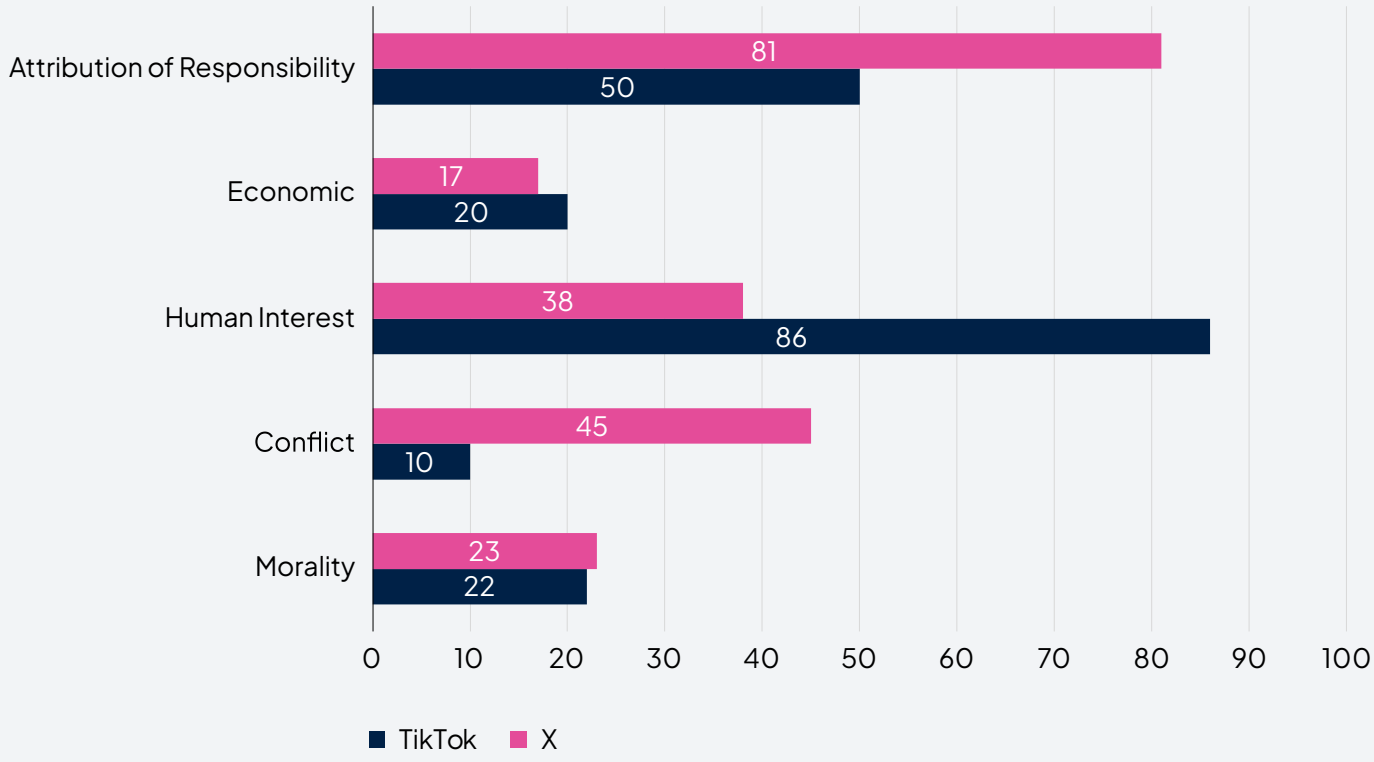


Di sisi lain, hanya sedikit konten yang menyinggung keterlibatan perusahaan dalam bencana banjir di Sumatera. 5 konten TikTok dan 4 konten X yang menyinggung perusahaan bernada negatif dengan menekankan perusahaan sebagai salah satu penyebab banjir. Tidak ditemukan konten bernada positif maupun netral. Jumlah yang terbatas sendiri disebabkan oleh pengguna media sosial yang cenderung terfokus pada pemerintah.

Crisis Frame Pada Konten Top 100 TikTok dan X

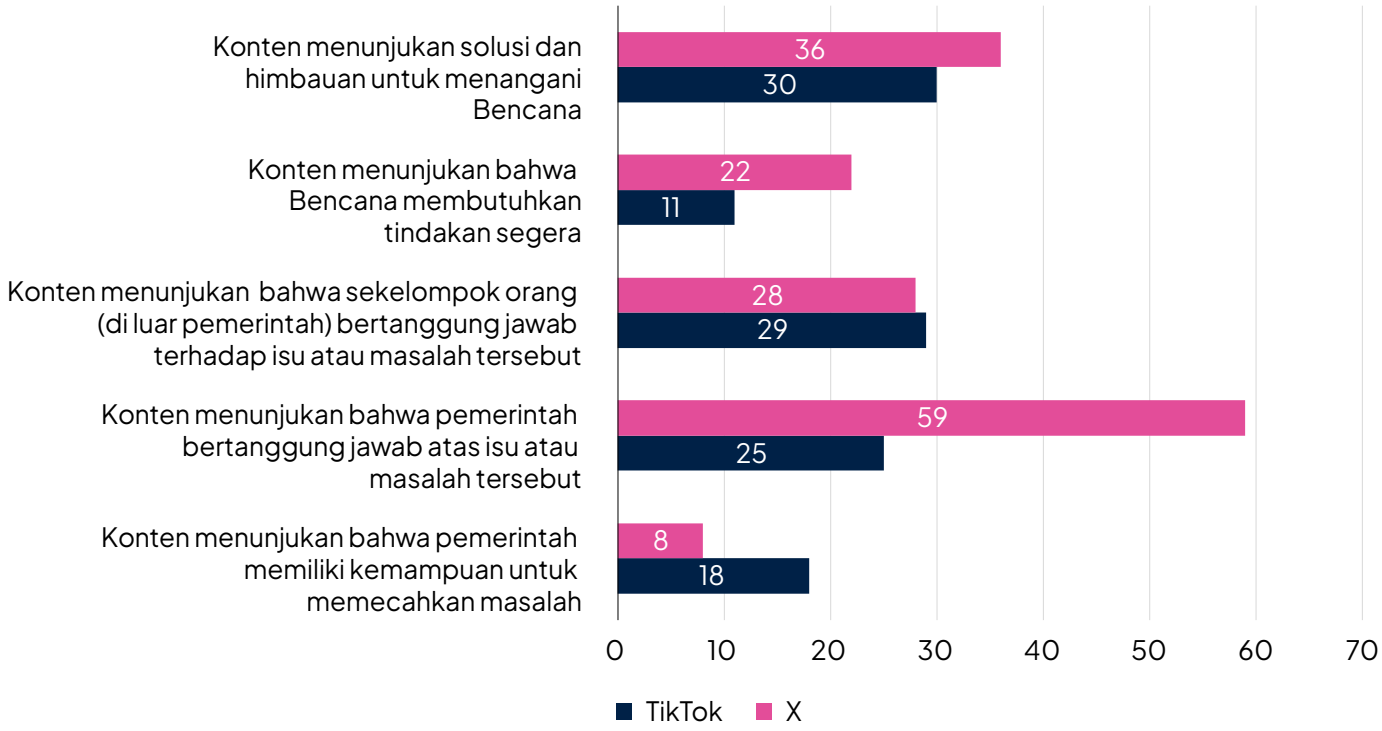
Berkaitan dengan bingkai krisis, terdapat perbedaan yang cukup menonjol dalam penekanan bingkai pada konten Top 100 di platform TikTok dan X. Di TikTok, konten *human interest* lebih mendominasi (86 konten) dengan narasi kemanusiaan, penderitaan korban, kisah penyintas, dan empati terhadap masyarakat terdampak. Di susul dengan konten *attribution of responsibility* (50 konten) yang membahas terkait penekanan terhadap tanggung jawab, lalu konten *morality* (22 konten), konten *economic consequences* (20 konten), dan yang *frame conflict* (10 konten).

Figure 20. *Crisis Frame pada konten Top 100 TikTok dan X*



Di X, konten didominasi dengan penekanan terhadap tanggung jawab serta bernada konfrontatif yang ditunjukkan dengan tingginya bingkai *attribution of responsibility* (81 konten) dan *conflict* (45 konten) yang lebih banyak jika dibandingkan dengan konten TikTok. Konten dengan *frame human interest* berada pada posisi ketiga (38 konten), kemudian konten *morality* (23 konten), dan konten ekonomi (17 konten). **Secara umum, temuan ini menunjukkan bahwa TikTok lebih berperan dalam membangun empati dan kedekatan emosional, sedangkan X lebih menjadi arena diskusi terkait akuntabilitas pemerintah, kritik, dan kontestasi narasi terkait krisis.**

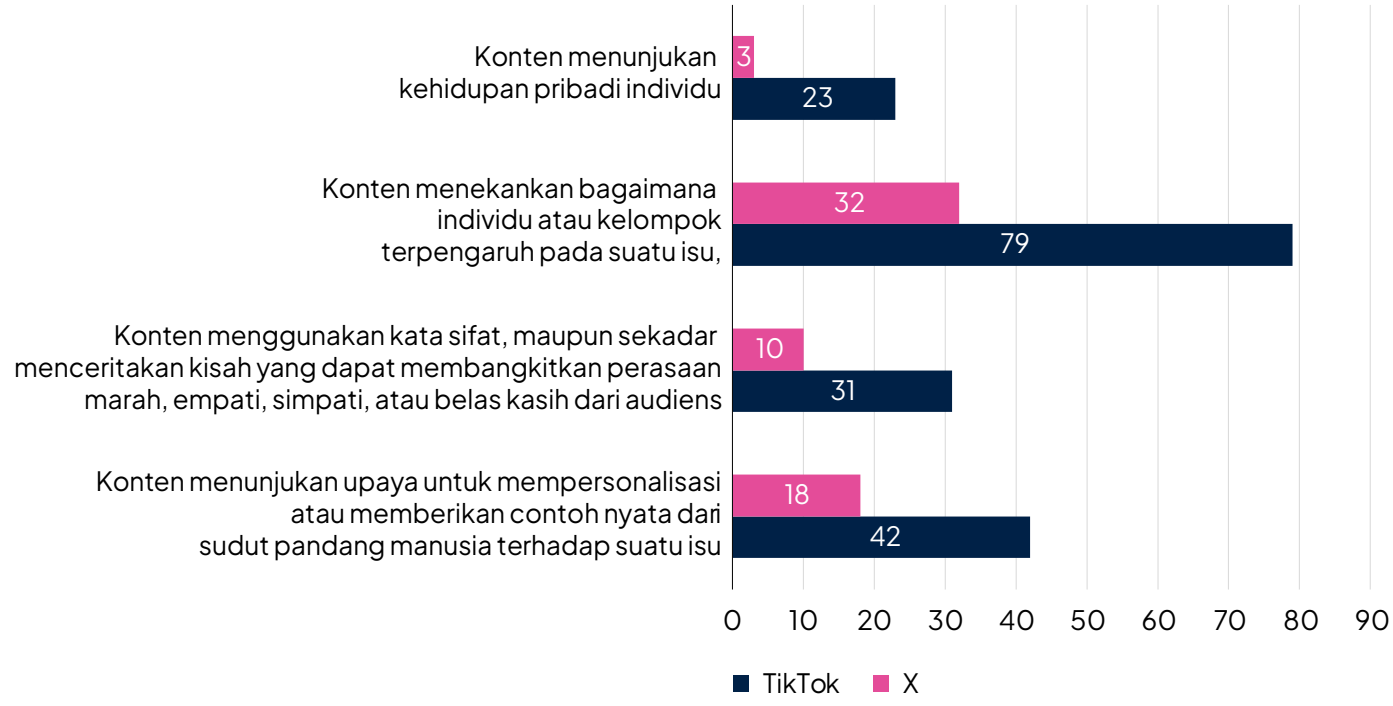
Figure 21. *Bingkai Attribution of Responsibility pada konten Top 100 TikTok dan X*



Terdapat penekanan narasi terkait tanggung jawab yang sedikit berbeda antara kedua platform. Di TikTok, mayoritas konten menekankan solusi atau apa yang bisa dilakukan untuk mengatasi bencana (30 konten). Hal ini terlihat dari konten terkait pengerahan bantuan ketika bencana, seperti bantuan yang disalurkan oleh TNI ke wilayah terisolasi akibat banjir dan longsor di Tapanuli Tengah dan Medan.

Di X, konten terkait kritik terhadap pemerintah lebih mendominasi perbincangan yang menunjukkan pemerintah sebagai pihak yang dinilai paling bertanggungjawab atas peristiwa tersebut (59 konten). Hal ini terlihat dari narasi terkait usaha pemerintah pusat untuk mempercepat evakuasi, distribusi dan bantuan, hingga kritik terkait kegagalan pemerintah dalam penanganan bencana.

Figure 22. *Bingkai Human Interest pada konten Top 100 TikTok dan X*

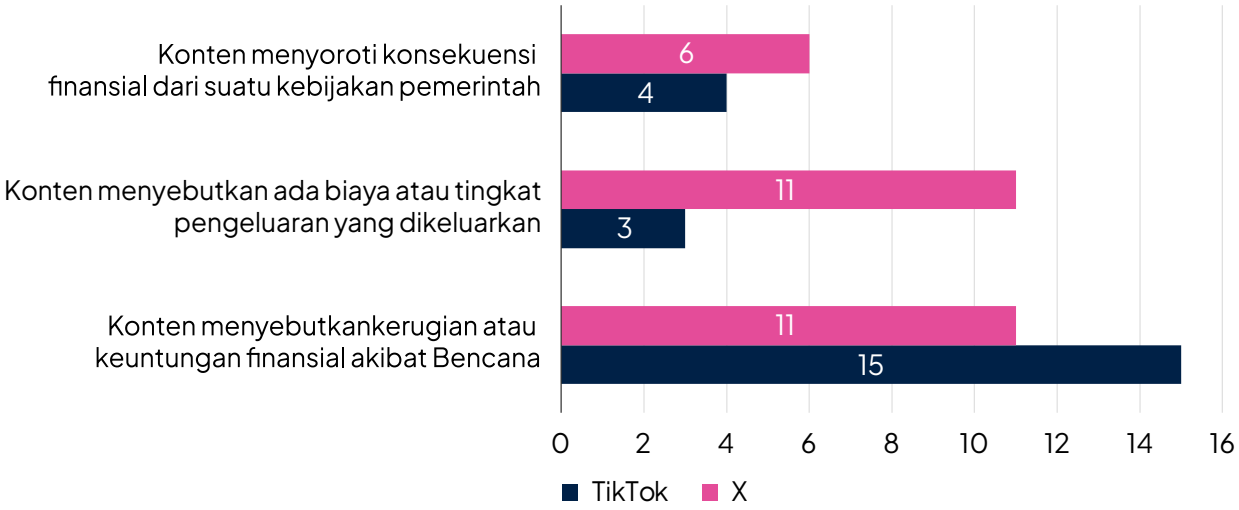


Berkaitan dengan bingkai *human interest*, platform TikTok menunjukkan penggunaan bingkai yang lebih dominan dalam hampir seluruh indikator dibandingkan dengan X. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok lebih kuat dalam membingkai bencana melalui pengalaman personal, emosi, dan dampak langsung terhadap kehidupan masyarakat.

Kategori yang paling menonjol adalah konten yang menekankan bagaimana individu atau kelompok terdampak oleh suatu isu, dengan 79 konten di TikTok dan 32 konten di X. Temuan ini menunjukkan bahwa narasi mengenai korban, warga terdampak, penyintas, dan kondisi masyarakat menjadi pusat perhatian, terutama di TikTok. Kategori lainnya adalah konten yang mempersonalisasi isu atau memberikan contoh nyata dari sudut pandang manusia, dengan 42 konten di TikTok dan 18 konten di X. Misalnya dengan menghadirkan cerita konkret melalui sudut pandang individu, ada pula konten seperti rekaman langsung dari lokasi, atau pengalaman personal kreator yang berada di wilayah terdampak.

Secara keseluruhan, TikTok menjadi platform yang sangat kuat dalam membingkai bencana sebagai tragedi kemanusiaan personal melalui visual, *storytelling*, dan emosi, sedangkan di X, konten *human interest* lebih cenderung berfokus pada dampaknya terhadap individu atau kelompok.

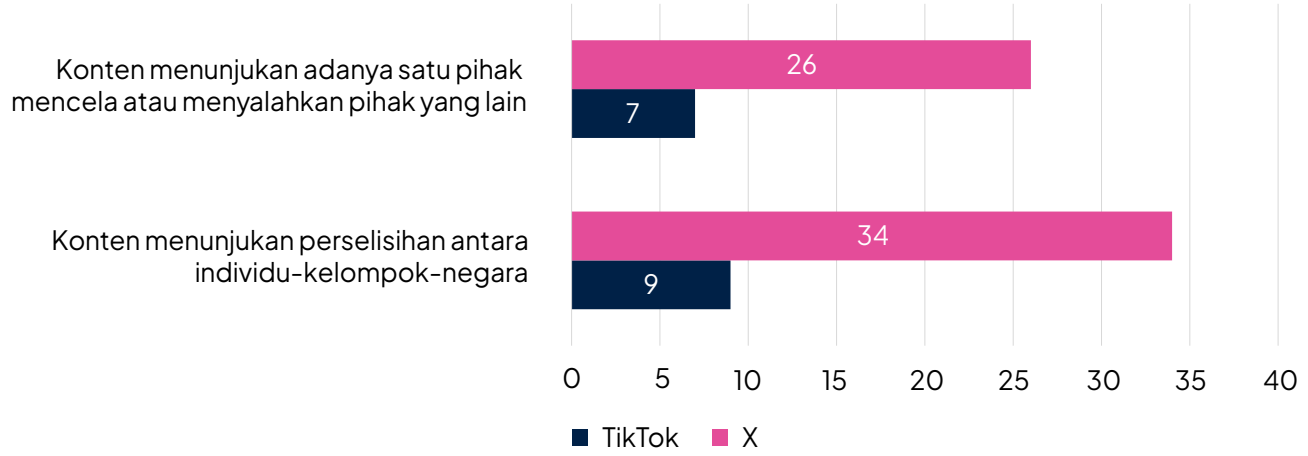
Figure 23. *Bingkai Economy pada konten Top 100 TikTok dan X*



Konten dengan bingkai ekonomi tidak banyak dibicarakan di kedua platform. Kategori yang paling dominan adalah konten yang menyebutkan kerugian finansial akibat bencana. Pada kategori ini, terdapat 15 konten di TikTok, lebih tinggi dibandingkan X (11 konten). Konten terkait dampak ekonomi di X ditunjukkan dengan konten yang bernada kritik seperti perbandingan anggaran MBG dengan kerugian bencana Banjir Sumatera, untuk menggambarkan skala dampak ekonomi yang ditimbulkan.

Beberapa konten terkait ekonomi, contohnya, konten terkait keberhasilan donasi yang dilakukan Ferrry Irwandi diklaim sebagai keberhasilan dalam penanggulangan dana bagi korban banjir di Sumatera. Konten lain di TikTok juga menyoroti dampak atau tingkat kerusakan yang ditimbulkan oleh video real time kondisi bencana banjir di Sumatera. Konten terkait donasi lebih didominasi oleh pendistribusian donasi yang dilakukan oleh konten kreator. Secara umum, TikTok lebih banyak membingkai ekonomi dari sudut pandang kerugian nyata yang dialami warga, sedangkan X lebih sering membahas ekonomi dalam konteks biaya publik dan konsekuensi kebijakan pemerintah.

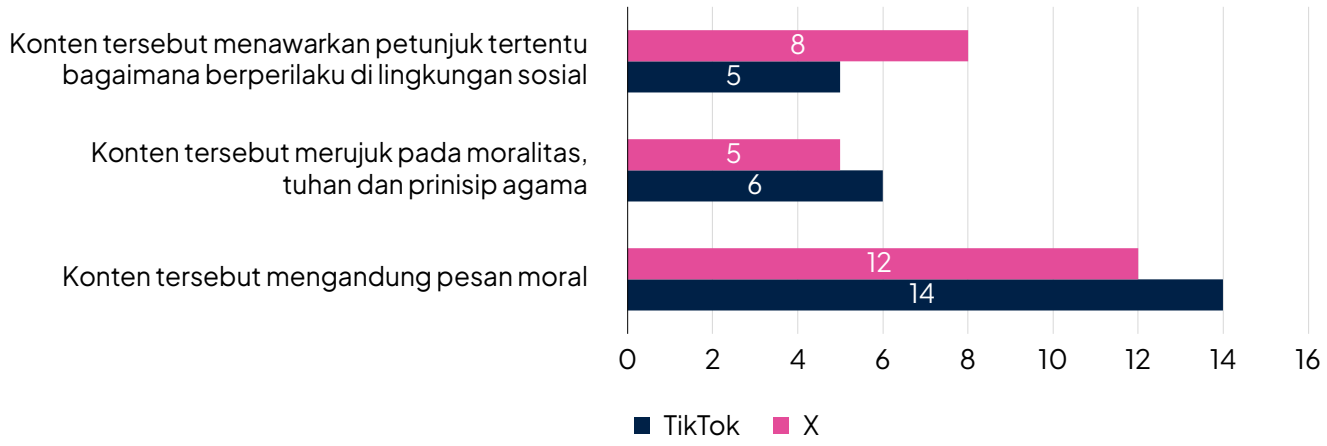
Figure 24. *Bingkai Conflict pada konten Top 100 TikTok dan X*



Berkaitan dengan *frame conflict*, secara umum, X jauh lebih dominan dalam menggunakan bingkai konflik dibandingkan TikTok. Konten yang menunjukkan perselisihan antara individu, kelompok, dan negara menjadi jenis konten konflik paling dominan, dengan X mencatat 34 konten, jauh lebih tinggi dibandingkan di TikTok (9 konten). Temuan ini menunjukkan bahwa percakapan di X lebih banyak berisi perdebatan antara warga dengan pemerintah, kritik terhadap kebijakan negara, maupun benturan kepentingan antar aktor dalam penanganan bencana. Salah satu perbincangan yang paling banyak ditemukan di X terkait penekanan terhadap pengabaian suara rakyat yang menuntut pemerintah menetapkan status bencana nasional.

Konten yang menunjukkan adanya satu pihak yang mencela atau menyalahkan pihak lain juga lebih banyak muncul di X dengan 26 konten, sedangkan di TikTok hanya 7 konten. Pola ini menandakan bahwa X lebih sering digunakan untuk mengkritik aktor tertentu, atau menuntut pertanggungjawaban atas penyebab dan penanganan banjir.

Figure 25. *Bingkai Morality pada konten Top 100 TikTok dan X*



Bingkai moralitas merujuk pada konten yang menonjolkan pesan etis, nilai sosial, rujukan agama, serta ajakan untuk berperilaku baik terhadap sesama dalam merespons bencana. Secara umum, baik TikTok maupun Twitter sama-sama menggunakan bingkai ini, meskipun dengan penekanan yang sedikit berbeda.

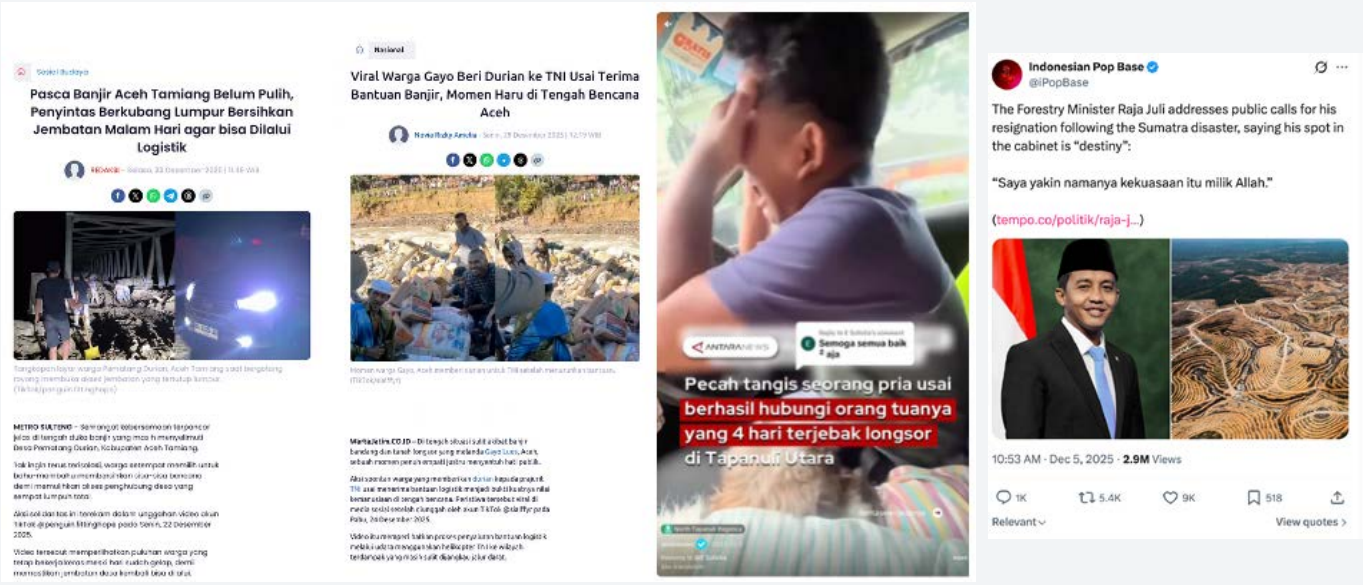
Kategori yang paling dominan di kedua platform adalah konten yang mengandung pesan moral. Pada kategori ini, TikTok mencatat 14 konten, sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan X sebanyak 12 konten. Temuan ini menunjukkan bahwa konten narasi tentang pentingnya kepedulian, solidaritas, empati, dan tanggung jawab sosial terhadap korban banjir cukup banyak muncul. Di TikTok, pesan moral umumnya disampaikan melalui video emosional dukungan kepada warga terdampak, narasi personal, atau visual penderitaan korban yang mendorong audiens untuk peduli. Sementara di X, pesan moral lebih sering hadir dalam bentuk opini, seruan publik, atau komentar normatif. Temuan ini menandakan bahwa nilai-nilai religius tetap hadir dalam narasi bencana di kedua platform, meskipun tidak menjadi tema dominan.

Analisis Konten *Cross-post*

Analisis konten *cross-post* dilakukan untuk mengetahui praktik *cross-post*—perpindahan konten dari satu platform ke platform lain—yang ditemukan dalam data media *online* dan media sosial. Bentuk *cross-post* bisa beragam, mulai dari konten (berita, UGC, laporan CSO) yang berpindah antara media sosial, *citizen journalism*, dan media massa.

Dalam analisis media *online*, kami menemukan 46 media yang menggunakan konten *cross-post* dalam pemberitaannya. Meskipun demikian, penggunaannya masih terbatas. Kompas Group, Cakrakrisna dan Soerakarta memuat 2 artikel, sedangkan beritasatu, jawapos, kumparan, liputan6, republika, tempo masing-masing hanya memuat 1 artikel. Sedangkan pada analisis media sosial, kami menemukan sekitar 30% konten TikTok (39 konten) dan X (31 konten) yang mengutip atau menggunakan konten lain dalam narasinya. Di TikTok, akun yang paling banyak mempraktikkan *cross-post* adalah akun media seperti inilah.com, antara dan officialinews. Di X, praktik ini ditemukan di akun seperti independenSumatera, Aceh, dan akun media tempodotco, hingga akun seperti iPopBase.

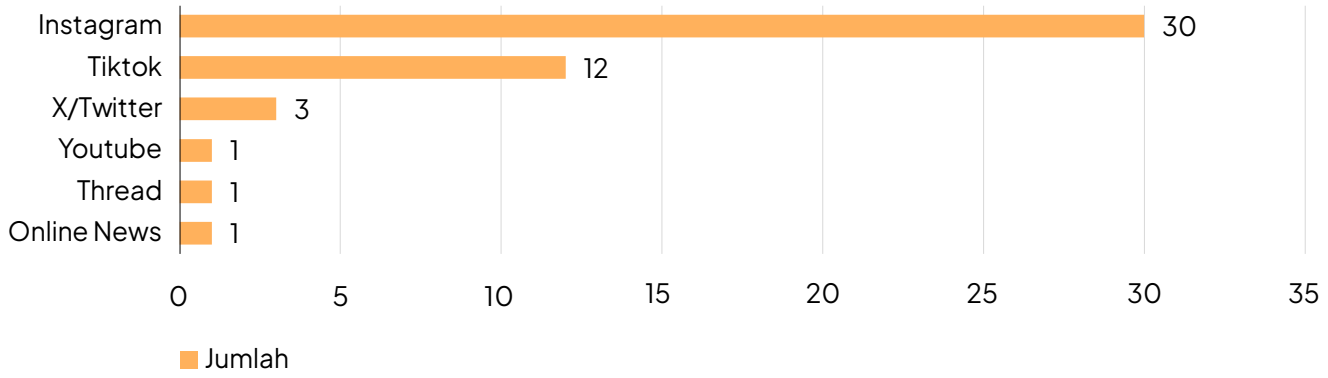
Gambar 5. *Berbagai contoh konten cross-post di media online dan media sosial*



Temuan ini menunjukkan bahwa arus informasi tentang Banjir Sumatera juga cukup dibentuk oleh proses sirkulasi ulang lintas platform. *Cross-post* menjadi penting karena bencana ini terjadi dalam kondisi akses informasi yang tidak merata: jaringan internet terganggu, sebagian wilayah sulit dijangkau, mobilitas jurnalis terbatas, sementara warga dan relawan di lapangan tetap menghasilkan dokumentasi visual. **Dalam situasi seperti ini, konten yang berpindah dari satu platform ke platform lain berfungsi untuk memperpanjang umur informasi, memperluas jangkauan isu, dan memberikan legitimasi tambahan bagi narasi tertentu.**

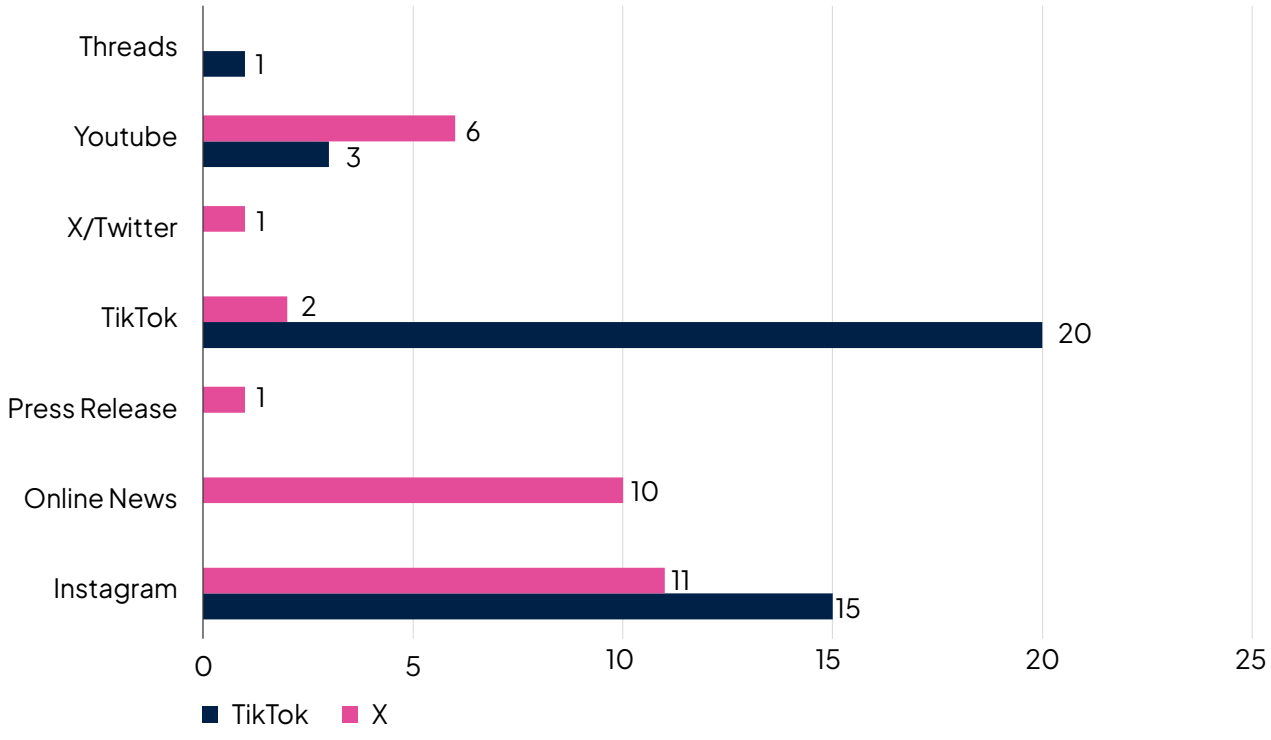
Hasil wawancara memperkuat pembacaan ini. Penulis dari media arus utama menjelaskan bahwa beberapa isu memang bermula dari media sosial, seperti video kayu gelondongan, lalu menjadi ramai, diangkat ke televisi, dan setelah itu dikonversi lagi menjadi artikel *online*. Namun, proses ini tidak berlangsung begitu saja; media arus utama tetap melakukan kurasi dan biasanya merasa lebih aman menulis isu media sosial setelah isu tersebut naik di kanal televisi atau sudah dikonfirmasi oleh editor.

Figure 26. *Source Platform pada konten cross-post di media online*



Konten yang paling banyak dikutip oleh media adalah konten audiovisual, terlihat dari Instagram sebagai sumber konten *cross-post* terbanyak (30 berita), diikuti oleh TikTok (12 berita). Ada pula konten *creator* @Sabrina_Djuan menjadi akun yang paling banyak dikutip oleh media. Dominasi Instagram sebagai sumber *cross-post* menunjukkan bahwa platform ini berperan sebagai semacam "arsip visual" bagi media *online*. Banyak konten warga, dan relawan pertama kali muncul atau dikonsolidasikan di Instagram melalui *story, reels*, atau unggahan visual, lalu digunakan kembali oleh media.

Figure 27. *Source Platform pada konten cross-post di TikTok dan X*

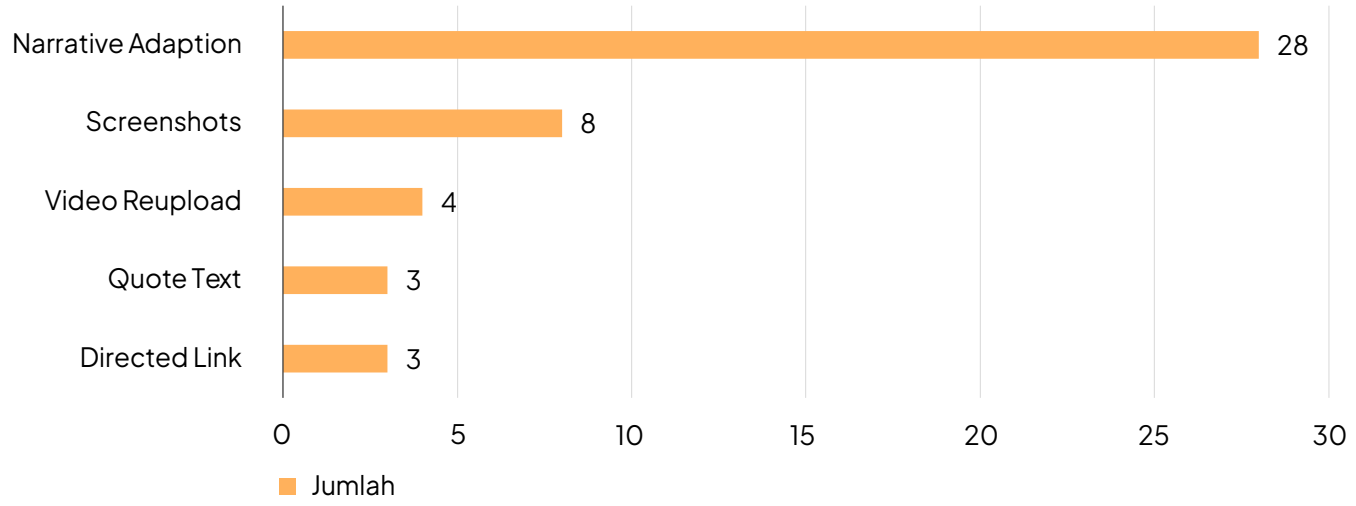


Pada data X dan TikTok, secara umum, pola *cross-posting* menunjukkan bahwa kedua platform sama-sama banyak mengambil referensi dari platform media sosial lain, terutama Instagram, yang menjadi sumber terbesar baik di TikTok (15) maupun X (11). Hal ini menandakan bahwa Konten Instagram sering tersebar ulang lintas platform. Meskipun begitu, Di TikTok, sumber *cross-posting* terbesar berikutnya berasal dari TikTok sendiri (20), menunjukkan tingginya praktik daur ulang dari konten yang telah beredar dan banyak dilakukan oleh akun media.

Hasil wawancara dengan *influencer* juga menunjukkan bahwa *cross-post* digunakan secara strategis untuk membangun kredibilitas. *Influencer* yang kami wawancarai menjelaskan bahwa ia sering memasukkan tangkapan layar berita atau konten lain dalam unggahannya bukan sekadar untuk mengulang informasi, tetapi agar klaim yang ia sampaikan tidak mudah dianggap *hoaks*. Ia menyebut bahwa tujuan utama menaruh berita dalam unggahannya adalah untuk memberi kredibilitas, menunjukkan bahwa isu yang ia bicarakan memang memiliki basis pemberitaan. Dalam konteks ini, ***cross-post* menjadi strategi perlindungan sekaligus legitimasi bagi aktor non-media yang berbicara di ruang publik digital.**

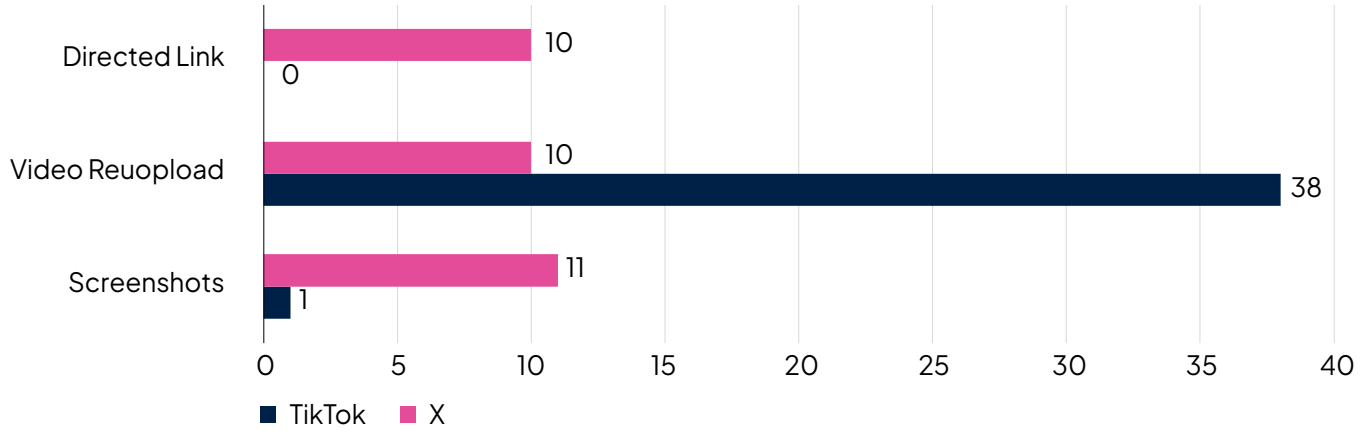
Hal ini penting karena aktor media sosial yang kritis sering menghadapi tuduhan *hoaks* dan *framing* negatif. Informan kami menjelaskan bahwa kontennya pernah dituduh *hoaks* ketika membahas bantuan yang tidak masuk. Karena itu, penggunaan *cross-post* dari berita atau sumber lain menjadi cara untuk memperkuat narasi yang sedang dibangun dan mengurangi risiko delegitimasi.

Figure 28. *Cross-post Type pada konten cross-post di media online*



Berkaitan dengan jenis *cross-post*, mayoritas media menulis ulang kembali konten sumber *cross-post* dengan gaya baru (28 berita), beberapa di antaranya menampilkan *screenshots* konten atau *reupload* video dalam pemberitaannya. Mayoritas media juga memberikan atribusi pada sumber konten *cross-post* secara utuh dengan menyertakan nama akun sumber, platform hingga tautan konten (40 berita), namun ada 6 berita yang hanya menyertakan nama akun saja.

Figure 29. *Cross-post Type pada konten cross-post di TikTok dan X*



Berbeda dengan media *online* yang menunjukkan bentuk *cross-post* lebih beragam, **pada analisis media sosial hanya ditemukan tiga jenis *cross-post* utama,** yaitu *video reupload*, *directed link*, dan *screenshot*. Di TikTok, jenis *cross-post* yang paling banyak ditemukan adalah mengunggah video dalam berbagai bentuk, baik secara penuh maupun potongan singkat (*clips*), dengan 38 konten. Di X, praktik yang paling banyak digunakan adalah mengambil tangkapan layar (*screenshot*) dari platform lain, dengan 11 konten.

Perbedaan ini mencerminkan karakter masing-masing platform. TikTok mengandalkan video sebagai bentuk utama distribusi, sehingga *cross-post* lebih sering muncul sebagai unggahan ulang (*reupload*) atau potongan visual. X lebih berbasis teks, debat, dan argumentasi, sehingga *screenshot* lebih sering digunakan sebagai bukti, arsip, atau bahan untuk menyampaikan kritik. Dalam konteks Banjir Sumatera, *screenshot* berita, pernyataan pejabat, atau unggahan dari platform lain menjadi materi penting untuk membangun argumen publik tentang lambannya respons, status bencana nasional, atau ketimpangan bantuan.

Secara umum, mayoritas konten *cross-post* di media sosial sudah memiliki atribusi yang cukup jelas. Praktik ini ditemukan pada 34 konten TikTok dan 24 konten X. Namun, di TikTok masih terdapat 23 konten yang tidak menyertakan atribusi asal konten, sementara di X masih terdapat 16 konten yang hanya menyebutkan atribusi secara parsial. Ini menunjukkan adanya ambivalensi dalam praktik *cross-post*. Di satu sisi, *cross-post* memperluas jangkauan informasi dan mempercepat penyebaran isu. **Di sisi lain, praktik ini juga membawa risiko penghilangan konteks, pengaburan sumber, dan potensi misinformasi jika konten diedarkan ulang tanpa atribusi yang memadai.**

Hasil wawancara dengan lokal Aceh juga menunjukkan mengapa *cross-post* menjadi penting bagi audiens muda. Ia menjelaskan bahwa informasi dari media nasional seperti CNN atau KompasTV baru akan benar-benar dibicarakan oleh generasi muda jika potongannya diunggah ulang di TikTok atau media sosial lainnya. Jika hanya muncul di televisi, informasi tersebut mungkin hanya diketahui sekilas; tetapi ketika "*di-up*"(diunggah) lagi ke TikTok, ia menjadi bahan perbincangan. Ini menunjukkan bahwa *cross-post* tidak hanya memindahkan konten, tetapi juga memindahkan audiens. Ia mengubah berita dari informasi institusional menjadi percakapan sosial.

Dengan demikian, *cross-post* dalam kasus Banjir Sumatera memperlihatkan hubungan timbal balik antara media *online* dan media sosial. Media *online* menggunakan konten media sosial sebagai sumber visual, bahan berita, atau pemicu agenda liputan. Sebaliknya, aktor media sosial menggunakan berita *online* sebagai sumber legitimasi, bukti, dan perlindungan dari tudingan hoaks. Arus informasi bergerak dua arah: dari warga ke media, dari media ke *influencer*, dari Instagram ke TikTok, dari TikTok ke X, lalu kembali ke media *online*.



Aceh Tamiang, Indonesia, 15 Desember 2025:

Kotak-kotak berisi makanan dan air minum ditumpuk di depan sebuah rumah yang digunakan sebagai tempat penampungan sementara bagi korban banjir di Aceh. Para sukarelawan dan warga berkumpul untuk mengelola bantuan kemanusiaan selama bencana alam.

(Shutterstock/Alwi imagine)

IV

Diskusi



Struktur Akses, Kontrol Informasi dan Status "Bencana Nasional"

Hasil wawancara dengan jurnalis nasional yang meliput langsung ke Aceh dan jurnalis lokal menunjukkan bahwa **dominasi narasi respons kemanusiaan juga berkaitan erat dengan struktur akses dan kontrol informasi dalam peliputan bencana.** Sejak awal, akses jurnalis ke lokasi terdampak sangat terbatas. Sebagian jurnalis lokal juga terdampak langsung oleh bencana, atau memiliki anggota keluarga yang menjadi korban, sehingga kapasitas mereka untuk meliput ikut terganggu. Di sisi lain, jurnalis dari Jakarta tidak memiliki pengetahuan medan yang memadai dan tidak selalu mendapatkan dukungan yang memadai dari kontributor lokal. Akibatnya, pergerakan jurnalis nasional sangat bergantung pada akses yang difasilitasi oleh BNPB maupun aparat.

> **"Karena kan jalur darat itu terputus, Ya (jurnalis tidak bisa mendapat informasi), kecuali dibawa dengan rombongan menteri ke lokasi ataupun visual visual yang diberikan oleh pihak kepolisian dari Udara, distribusi bantuan oleh TNI gitu. (Yang dapat akses) ya, pemerintah gitu, sedangkan media sendiri belum mendapatkan akses gitu." – DA**

Setelah puncak banjir, sejumlah jurnalis juga tertahan di posko bencana karena transportasi lebih diprioritaskan untuk pengiriman bantuan. Dalam situasi semacam ini, bantuan menjadi objek liputan yang paling mudah diakses.

Dominasi narasi bantuan/donasi juga berkaitan dengan penyempitan ruang liputan setelah munculnya ketegangan terkait status "bencana nasional" dan bantuan asing. Sejak periode awal bencana, sejumlah aktor lokal dan media mendorong agar banjir tersebut ditetapkan sebagai bencana nasional dengan merujuk pada skala kerusakan dan luas wilayah yang terdampak pascabencana. Secara hukum, penetapan status dan tingkatan bencana diatur dalam UU No. 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, khususnya Pasal 7, yang menyebutkan bahwa indikator penetapan status bencana meliputi jumlah korban, kerugian harta benda, kerusakan sarana dan prasarana, cakupan wilayah terdampak, serta dampak sosial-ekonomi. Namun, dalam praktiknya, status ini menjadi sensitif karena dianggap dapat membuka ruang bagi masuknya bantuan asing sekaligus memperlihatkan keterbatasan kapasitas negara dalam menangani krisis.

Wawancara menunjukkan bahwa penolakan atau kehati-hatian terhadap istilah "bencana nasional" tidak hanya diproduksi oleh pemerintah pusat, tetapi juga direproduksi oleh aparat pemegang otoritas di tingkat lokal. Dalam narasi aparat, bantuan asing dikaitkan dengan kekhawatiran akan pemetaan wilayah dan kecurigaan terhadap aktor luar. Padahal, secara hukum, bantuan asing dalam situasi bencana tidak otomatis dilarang. PP No. 23 Tahun 2008 mengatur peran lembaga internasional dan lembaga asing non-pemerintah dalam penanggulangan bencana, termasuk selama masa tanggap darurat, sepanjang berada dalam koordinasi dengan BNPB. Dalam konteks Aceh, UU No. 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh juga memberi ruang bagi Pemerintah Aceh untuk menjalin kerja sama dengan lembaga atau badan di luar negeri, selama tidak melampaui kewenangan Pemerintah Pusat. Perdebatan tentang bantuan asing tidak hanya bersifat legal-formal, tetapi juga menyangkut tafsir politik keamanan nasional dan kontrol pemerintah pusat terhadap narasi bencana, terutama di daerah yang sensitif seperti Aceh.

Ketegangan tersebut berdampak langsung pada ruang gerak media. Dalam wawancara, jurnalis nasional mencatat bahwa bantuan dari Malaysia menjadi isu sensitif dan berujung pada pembatasan akses jurnalis untuk ikut terbang ke lokasi terdampak, dengan alasan fokus pada pengiriman bantuan. Akibatnya, jurnalis semakin sulit memperoleh informasi di luar narasi resmi tentang distribusi bantuan dan penanganan darurat. **Dalam kondisi ini, pemberitaan media menjadi semakin terkonsentrasi pada hal-hal yang dapat dilihat, diakses, dan dikonfirmasi melalui aktor resmi.**

Jurnalis nasional dan lokal yang diwawancarai juga menyebut adanya tekanan, pengondisian, bahkan represi langsung ketika liputan bergerak keluar dari narasi penanganan bencana. Salah satu kasus yang muncul adalah perampasan alat kerja jurnalis serta penghapusan karya jurnalistik yang disertai intimidasi. Kasus lain terjadi ketika jurnalis yang kami wawancarai menemukan kayu gelondongan dengan nomor seri perusahaan di lokasi bencana dan mencoba mengarahkannya sebagai isu investigatif. Ketika hal ini hendak digali lebih dalam, muncul arahan agar pemberitaan kembali difokuskan pada penanganan bencana. Ini menunjukkan bahwa isu penyebab struktural tidak sepenuhnya absen karena tidak diketahui, melainkan karena ditempatkan sebagai isu yang sensitif. Dengan demikian, dominasi bantuan/donasi dapat dibaca sebagai efek depolitisasi bencana yang berpengaruh signifikan terhadap pemberitaan.

Kontrol atas representasi bencana juga tampak dalam penggambaran visual situasi yang "baik-baik saja". Dalam wawancara, jurnalis nasional menjelaskan bahwa ketika ia pertama kali menginjak Aceh Tamiang pada minggu ketiga setelah bencana, tenda darurat belum tersedia dalam jumlah yang memadai. Namun, menjelang kedatangan Presiden Prabowo, fasilitas darurat tiba-tiba dibangun. Ia menyebutkan, "*Prabowo mau datang. Tenda baru berdiri. Mas,*" dan menambahkan bahwa setelah itu "*tiba-tiba ada dapur umum milik polisi*." Kesaksian ini menunjukkan bahwa sebagian infrastruktur penanganan tidak hanya berfungsi sebagai fasilitas bantuan, tetapi juga sebagai bagian dari panggung representasi negara.

Namun, representasi tersebut tidak sejalan dengan kondisi warga di sekitar lokasi. Narasumber kami menjelaskan bahwa tenda resmi berada di lokasi bagian atas, dekat area yang menjadi titik kunjungan, sementara warga yang lokasinya berada di bawah jembatan justru membangun tenda darurat sendiri dari terpal di depan rumah yang rusak. Ia juga menyebut bahwa presiden diarahkan untuk melihat ke arah sungai, bukan ke arah warga yang tinggal di bawah dalam kondisi darurat. Menurutnya, warga masih tinggal di sekitar gelondongan kayu dan membangun tempat tinggal sementara dari bahan seadanya. **Kesaksian ini memperlihatkan adanya jarak antara ruang yang ditampilkan kepada pejabat dan media dengan ruang hidup warga terdampak.**

Kontrol informasi juga tidak hanya dirasakan oleh jurnalis, tetapi juga oleh *influencer* yang kami wawancarai. **Salah satu *influencer* bahkan mengalami represi secara langsung.** VA menyebut bahwa setelah membuat konten emosional tentang kondisi Aceh dan klaim pemerintah bahwa situasi membaik, ia mengalami rangkaian teror. Ia bercerita bahwa setelah pulang ke Jakarta, sinyal teleponnya bermasalah. Ia merasa diikuti oleh mobil tidak dikenal, menerima pesan dari nomor asing, keluarganya ikut disasar, dan akun WhatsApp adiknya diretas. Ia juga menyebut dirinya di-*framing* memiliki kepemilikan usaha sawit oleh *buzzer*, sebelum kemudian apartemennya didatangi orang tidak dikenal dan ban mobilnya dirusak. Dalam kasus lain, narasumber *influencer* lainnya yang kami wawancarai mengaku mendapat tawaran untuk membuat konten mengenai narasi bahwa Aceh baik-baik saja pada saat banjir di Sumatera terjadi.

> **“Awalnya dia langsung telepon bicara, lalu dia deskripsi bahwa bisa enggak buat konten tentang bencana alam ini, tetapi bilang Aceh baik-baik saja. Aceh sudah menjadi lebih baik daripada sebelumnya. Terus mereka juga tanya apakah aku ada akses ke sana […] Saya awalnya bertanya dulu, boleh enggak saya masukin beberapa cuplikan yang kurang baik. Katanya “enggak, jangan Kak kalau bisa cuplikan yang sudah membaik, seperti akses jembatan yang sudah ada, rumah yang sudah tidak terlumpur, atau warga yang sudah makan bersama atau segala macam”. – NY**

Meski demikian, isu status bencana nasional juga masih merembes dalam banyak pemberitaan. Hal yang menunjukkan bahwa pemberitaan tidak sepenuhnya terlepas dari perdebatan kebijakan. Isu ini memperlihatkan adanya ketegangan antara narasi kemanusiaan, kapasitas negara, dan kebutuhan untuk mengevaluasi tata kelola bencana. Namun, intensitasnya belum cukup kuat untuk menggeser fokus utama media dari respons jangka pendek ke evaluasi struktural jangka panjang. Isu-isu seperti kebijakan pemerintah, pertambangan, kerusakan DAS, sawit, dan perkebunan tetap hadir, tetapi proporsinya jauh lebih kecil dibandingkan isu bantuan.

Diskursus media sendiri masih cenderung terfragmentasi. Banyak isu muncul secara sporadis, tetapi tidak berkembang menjadi narasi dominan yang mampu menandingi *frame* bantuan/donasi. Dengan kata lain, **pemberitaan tentang Banjir Sumatera 2025 memperlihatkan bagaimana krisis bencana dikelola terutama sebagai krisis kemanusiaan jangka pendek, sementara dimensi ekologis, politik, dan tata kelolanya tetap berada di pinggir wacana utama.**

Narasi Bantuan/Donasi dan Depolitisasi Bencana

Temuan penting dalam laporan ini adalah bagaimana Banjir Sumatera 2025 secara dominan dibingkai sebagai krisis bantuan. Dalam pemberitaan media *online*, isu bantuan/donasi menjadi isu yang paling banyak muncul, jauh melampaui isu lain seperti regulasi pemerintah, status bencana nasional, pertambangan, kerusakan DAS, sawit, maupun perkebunan. Pola ini menunjukkan bahwa perhatian media lebih banyak terarah pada hal-hal yang harus segera dilakukan setelah bencana terjadi. Bencana lebih sering tampil sebagai persoalan respons kemanusiaan jangka pendek, bukan sebagai persoalan ekologis-politik yang menuntut pembacaan terhadap kegagalan mitigasi, dan struktur tata kelola lingkungan.

Narasi bantuan tentu tidak dapat dianggap sebagai sesuatu yang tidak mendesak. Dalam situasi krisis, informasi mengenai logistik, evakuasi, kebutuhan korban, dan distribusi bantuan tentu sangat penting. Persoalannya terletak pada dominasi narasi tersebut. Ketika bantuan menjadi bingkai utama, perhatian publik hanya terfokus pada respons. Di sisi lain, terdapat upaya pembentukan agenda oleh pemerintah yang sangat kentara, yaitu penolakan terhadap status “bencana nasional”, sekalipun hal tersebut akan membuka pintu bantuan dan menunjukkan urgensi dalam penanganannya.

Dalam hal ini, bantuan berfungsi sebagai bentuk depolitisasi. Depolitisasi tidak berarti bahwa bencana sama sekali kehilangan dimensi politik. Politik tetap bekerja dalam bingkai narasi negara, tetapi melalui cara yang lebih halus: dengan mengarahkan perhatian pada kehadiran aktor-aktor institusional sebagai penolong. Pemerintah tampil melalui kunjungan pejabat, instruksi presiden, distribusi logistik, pembukaan akses, pengerahan aparat, serta pernyataan bahwa situasi sedang ditangani.

Pola ini juga menjelaskan mengapa sentimen terhadap pemerintah di media *online* cenderung positif. Pemberitaan menyoroti pemerintah yang banyak bergerak di sekitar bantuan, komitmen penanganan, evakuasi, serta langkah-langkah darurat. Dalam bingkai semacam ini, pemerintah terutama diposisikan sebagai aktor yang hadir dan bekerja. Kritik tetap muncul, terutama terkait lambannya respons, polemik status bencana nasional, atau ketidaksesuaian antara klaim resmi dan kondisi lapangan. Namun, kritik itu tidak menjadi narasi yang dominan, mengingat, seperti yang dijelaskan pada bagian sebelumnya, hal tersebut terpinggirkan oleh sirkulasi dan reproduksi pemberitaan yang bergantung pada rilis resmi pemerintah.

Media Sosial dan *Cross-post* sebagai infrastruktur Narasi Tandingan

Dalam kasus Banjir Sumatera 2025, media sosial menjadi salah satu kanal tercepat bagi publik untuk mengetahui skala bencana. Ketika akses jurnalis, terganggu, informasi awal justru banyak muncul melalui unggahan warga berupa *story* Instagram, video TikTok dan lokasi banjir. Dari potongan-potongan inilah publik mulai memahami bahwa banjir tidak hanya terjadi di satu titik, melainkan juga meluas ke banyak wilayah di Sumatera.

Kutipan wawancara dengan *influencer* lokal Aceh memperlihatkan fungsi ini dengan jelas. Ia menjelaskan bahwa pada fase awal bencana, akses terhadap informasi formal sangat terbatas karena listrik dan internet lumpuh. Ia baru mulai memahami skala banjir setelah berada di titik yang masih memiliki koneksi internet dan membuka media sosial

> **"Jadi di sana saya pakai Wi-Fi, saya buka media sosial dan di situ sudah ramai. Aceh Tamiang dulu awalnya... Ternyata kalau saya perhatikan, wah, ini sudah sampai atap rumah. Tiba-tiba di story kita dapat Pray for Sumatera, baru saya cari tahu ternyata satu Sumatera kenanya." – NY**

Namun, media sosial dalam konteks bencana tidak selalu bekerja secara *real-time*. Informan yang sama menjelaskan bahwa dokumentasi asli dari warga, seperti video dari atas atap atau rekaman banjir di wilayah terdampak, baru *viral* beberapa hari setelah kejadian karena jaringan komunikasi sangat buruk. Ia menyebut bahwa mengunggah video dalam kondisi jaringan yang buruk sangat sulit, sehingga beberapa konten baru menyebar luas setelah koneksi internet memadai. Artinya, keterlambatan *viralitas* tidak berarti absennya pengalaman warga. Pengalaman itu sudah terjadi, bahkan sudah direkam, tetapi belum dapat keluar dari wilayah terdampak karena infrastruktur komunikasi juga lumpuh. Di sini, **media sosial memperlihatkan paradoksnya: ia menjadi ruang penyebaran cepat, tetapi tetap bergantung pada kondisi material seperti listrik, sinyal, perangkat, dan kemampuan warga untuk mengunggah konten**.

Dalam data laporan, TikTok dan X menunjukkan dua bentuk narasi alternatif yang berbeda. TikTok lebih banyak bekerja melalui emosi, visual, dan pengalaman personal korban. Konten-konten ini menampilkan pengalaman warga terdampak, proses evakuasi, kondisi rumah, kebutuhan logistik, serta cerita penyintas. Secara *framing*, TikTok juga sangat kuat dalam bingkai *human interest*. Platform ini membuat bencana tampil sebagai pengalaman manusia yang dekat, konkret, dan mudah dibagikan. Ia tidak selalu menyampaikan kritik politik secara eksplisit, tetapi ia menunjukkan realitas lapangan yang sering kali lebih kuat daripada pernyataan resmi

Pada konteks ini peran *influencer* menjadi penting. *Influencer* membawa kamera, jaringan pengikut, kemampuan *storytelling*, dan kapasitas untuk memobilisasi yang tidak selalu dimiliki oleh warga terdampak. Dalam laporan ini disebutkan bahwa beberapa *influencer* turut menyuarakan isu banjir melalui *call to action* dan *crowdfunding*, termasuk penggalangan dana. Keberhasilan *influencer* dalam menggalang dana pasca bencana juga menjadi bagian dari kritik terhadap pemerintah yang dianggap lamban atau tidak cukup hadir dalam penanganan Banjir Sumatera.

Di X, narasi alternatif bergerak dengan gaya yang berbeda. Jika TikTok memperkuat kedekatan emosional, X lebih banyak menjadi arena kritik, debat kebijakan, dan akuntabilitas. Dalam laporan, isu status bencana nasional menjadi salah satu isu paling dominan di X. Percakapan di platform ini tidak hanya membahas bantuan, tetapi juga mempertanyakan bagaimana negara mendefinisikan bencana, mengapa status "bencana nasional" tidak ditetapkan, dan apakah klaim pemerintah tentang situasi yang terkendali sesuai dengan kondisi di lapangan.

Dengan demikian, X berfungsi sebagai ruang resistensi yang lebih eksplisit terhadap *frame* pemerintah. **Di platform ini, pengalaman korban tidak berhenti sebagai cerita kemanusiaan, tetapi ditarik ke dalam pertanyaan tentang tanggung jawab negara**. Percakapan publik di X menggunakan tangkapan layar berita, pernyataan pejabat, data korban, visual kerusakan, dan *thread* kritik untuk membangun argumen bahwa bencana tidak dapat diperlakukan sekadar sebagai urusan bantuan. Ia menjadi persoalan legitimasi negara, terutama ketika klaim pemerintah berbeda dengan pengalaman warga di lapangan.

Wawancara dengan *influencer* nasional memperkuat pembacaan ini. **Informan menyebut adanya kontras antara apa yang muncul di televisi dan apa yang ia temukan saat memasuki desa-desa yang sulit dijangkau**. Menurutnya, unggahan relawan, *content creator*, CSO, dan warga justru membantu memperlihatkan realitas yang tidak tergambar dalam media nasional. Hal ini menunjukkan bahwa *influencer* tidak hanya menjalankan fungsi amplifikasi, tetapi juga fungsi koreksi. Mereka memperlihatkan celah antara representasi media arus utama dan pengalaman langsung warga.

> **"Saya sangat melihat kontras apa yang ada di TV Sama apa yang ada di Instagram, sih. Itulah saya bersyukur banget. Banyak relawan yang turun, konten kreator, relawan. Saya dan banyak orang ikut dalam meng-capture realitas yang sesungguhnya. Jadi kita melihat langsung betapa parahnya dan itu yang tidak tergambar di TV dan bahkan di media-media nasional" – VA**

> **"Kalau lihat berita-berita sudah ada dan sesuai atau tidak (dengan situasi? Sesuai (beritanya) dalam jangka sebelum (bulan) Desember, sebelum Prabowo mengatakan masih bisa dikendalikan. Salah satu influencer dia langsung terjun ke sana buat nunjukin. Enggak begini loh ternyata, yang ditampilkan itu kayak hampir semuanya tuh (di)buat-buat kayak gitu. Kayak ada kan logistik yang datang ke sana. Benar, (itu) dikasih. Tapi itu untuk dokumentasi saja ternyata." – NY**

Namun, posisi *influencer* juga memiliki kendala. Mereka dapat memperluas perhatian publik, tetapi juga harus terus membuktikan kredibilitasnya. Dalam laporan ini, **salah satu informan menyebut bahwa kontennya pernah dituduh hoaks saat membahas bantuan yang tidak masuk ke daerah terdampak bencana**. Tuduhan semacam ini menunjukkan bahwa aktor media sosial yang kritis tidak bergerak dalam ruang yang netral. Mereka menghadapi risiko delegitimasi, terutama ketika narasi yang mereka bawa bertentangan dengan klaim resmi atau mengganggu citra institusi tertentu. Karena itu, banyak *influencer* dan aktor media sosial menggunakan *cross-post* sebagai strategi untuk melindungi narasi yang hendak disampaikan. Mereka memasukkan tangkapan layar berita, potongan video, atau sumber lain bukan sekadar untuk mengulang informasi, tetapi untuk memperkuat klaim dan mengurangi risiko dianggap menyebarkan *hoaks*.

Di TikTok, *cross-post* sering muncul dalam bentuk video reupload atau potongan visual. Di X, *cross-post* lebih sering hadir sebagai screenshot, tautan, atau arsip yang digunakan untuk memperkuat argumen. Perbedaan ini mencerminkan karakter masing-masing platform. Kutipan wawancara dengan *influencer* lokal Aceh juga menunjukkan bahwa *cross-post* penting untuk memindahkan audiens. Ia menjelaskan bahwa informasi dari media nasional seperti CNN atau KompasTV baru benar-benar menjadi perbincangan di kalangan anak muda ketika potongannya diunggah ulang di TikTok atau media sosial lainnya. Jika hanya muncul di televisi, informasi tersebut mungkin hanya diketahui sekilas. Namun, ketika diunggah kembali ke TikTok, ia menjadi bahan perbincangan yang lebih luas. Ini menunjukkan bahwa *cross-post* bukan hanya memindahkan konten, tetapi juga mengubah cara publik menerima konten. Berita institusional berubah menjadi percakapan sosial.

> **"Tetap informasi yang sangat-sangat efektif itu ada di Media sosial. Saya lihat, itu sangat impact-impact nya lebih besar, jauh lebih besar […]. Mungkin kalau kami tahu generasi kami lihat sudah kami sekedar tahu ada ini, tapi ketika ini di Up lagi ke TikTok, itu akan lebih boom. Dan itu akan dibahas pada akhirnya. Tetapi kalau misal cuma lewat di TV enggak akan dibahas. Cuma sekedar tahu." – NY**

Pola ini membuat narasi bencana menjadi lebih sulit dikendalikan oleh negara. Dalam laporan ini, video potongan kayu yang terbawa banjir disebut sebagai salah satu sorotan publik di media sosial, karena ia memberi bentuk visual pada dugaan kerusakan ekologis yang memperparah bencana.

Refleksi

Temuan penelitian ini beresonansi sekaligus memperkuat temuan penelitian sebelumnya yang kami lakukan mengenai empat banjir besar pada tahun 2021 (Adiprasetio et.al,2024). Pada studi kami yang membandingkan antara pemberitaan banjir Jakarta dengan banjir Lebak (Banten), Luwu (Sulawesi Selatan) dan Kalimantan Selatan (melibatkan 11 dari 13 kabupaten kota di Kalimantan Selatan), menunjukkan bagaimana peliputan dan akses terhadap bencana di luar Jakarta mendapatkan perhatian yang timpang bila dibandingkan dengan bencana yang terjadi di Jakarta. Hal yang disebabkan oleh infrastruktur media Indonesia yang sangat terpusat di Jakarta, dan di saat yang sama media lokal di wilayah-wilayah rentan tidak memiliki fundamental yang kuat untuk melaporkan situasi. **Temuan di studi ini dan studi sebelumnya tersebut menunjukkan bagaimana pentingnya fundamental media lokal di wilayah rentan bencana.**

Selain itu, temuan sebelumnya, serupa dengan studi ini di mana terdapat kecenderungan untuk mendepolitisasi narasi bencana. Sekalipun apabila dibandingkan **narasi banjir Sumatera pada tahun 2025 cenderung lebih progresif, karena terdapat narasi cukup kuat terkait kerusakan ekologis, deforestasi, sawit, pertambangan yang menyebabkan banjir**, misalnya dibandingkan dengan pemberitaan banjir besar di Kalimantan Selatan pada tahun 2021 yang tidak bisa ditampik disebabkan oleh pertambangan dan sawit.

Temuan yang mirip lainnya, adalah pemerintah masih menjadi sumber utama dalam pemberitaan, **menandakan adanya ketergantungan sumber informasi "resmi" di mana narasi bencana tidak dapat dipisahkan dari narasi yang dominan dari para pembuat kebijakan**. Pola ini terlihat dalam pemberitaan Banjir Sumatera. Keterbatasan akses jurnalis, kontrol informasi sangat nampak salah satunya terkait dengan narasi status bencana nasional serta narasi bantuan ataupun donasi, hal yang tidak banyak disadari dalam banyak pemberitaan bencana. Kontrol informasi serta sikap apatis pejabat terhadap desakan status bencana nasional menunjukkan adanya pengondisian narasi bahwa telah dan sedang ditangani oleh negara, meskipun kondisi di lapangan menyatakan sebaliknya. Di sisi lain, masifnya informasi terkait bantuan atau donasi memperlihatkan bahwa adanya depolitisasi bencana sebagai suatu krisis kemanusiaaan di mana perhatian publik lebih diarahkan pada respons dan solidaritas daripada pada analisis penyebab struktural dan akuntabilitas.



Aceh Tamiang, Indonesia, 13 Desember 2025: Wilayah Kabupaten Aceh Tamiang terdampak banjir bandang dan semburan lumpur. (Shutterstock/RAF.Kontributor)

V

Kesimpulan & Rekomendasi



Kesimpulan

Laporan ini menunjukkan bahwa Banjir Sumatera 2025 bukan hanya memperlihatkan kegagalan ekologis dan kemanusiaan, tetapi juga bagaimana pemerintah berupaya merekayasa makna bencana. Dalam pemberitaan media *online*, pemerintah tampil dominan sebagai sumber informasi, aktor penanganan, dan pusat legitimasi narasi. Melalui rilis resmi, pernyataan pejabat, data BNPB, kunjungan ke lokasi bencana, distribusi bantuan, serta narasi bahwa situasi "terkendali", negara berhasil membingkai bencana terutama sebagai krisis tanggap darurat yang membutuhkan bantuan dan koordinasi, bukan sebagai krisis tata kelola yang menuntut pertanggungjawaban struktural.

Dalam proses ini, media *online* memainkan peran yang ambivalen (bertentangan). Di satu sisi, media *online* dengan jurnalis yang mereka miliki menjadi ujung tombak peliputan di lapangan. Namun, di sisi lain, media *online* juga ikut mereproduksi narasi pemerintah karena sangat bergantung pada sumber resmi, rilis pemerintah, pernyataan pejabat, dan akses lapangan yang difasilitasi oleh otoritas negara. **Ambivalensi ini membuat media *online* sekaligus berfungsi sebagai kanal informasi publik dan sebagai medium yang sering kali tanpa intensi eksplisit, ikut menormalkan *frame* pemerintah.**

Pola tersebut membuat tanggung jawab negara dipersempit. Pemerintah memang diposisikan sebagai aktor yang bertanggung jawab, tetapi tanggung jawab itu lebih banyak dimaknai sebagai kewajiban untuk menyalurkan bantuan, membuka akses, mengirim personel, dan memulihkan situasi. Kehadiran pemerintah tidak sepenuhnya menghilangkan bingkai tanggung jawab, tetapi mengarahkannya ke ranah respons kemanusiaan jangka pendek, bukan pada akuntabilitas politik-ekologis jangka panjang.

Dalam kondisi ini, narasi bantuan berfungsi sebagai mekanisme depolitisasi. Bantuan membuat negara, aparat, pejabat, dan bahkan perusahaan dapat tampil sebagai aktor yang hadir dan peduli. Perusahaan, termasuk BUMN dan korporasi yang masuk melalui CSR, dapat menumpang pada bingkai solidaritas bencana, sementara pertanyaan tentang peran korporasi dalam deforestasi, sawit, pertambangan, dan kerusakan DAS tidak menjadi fokus. Bencana yang seharusnya membuka perdebatan tentang ekonomi ekstraktif dan kegagalan tata kelola justru lebih sering diarahkan menjadi cerita tentang donasi, empati, dan pemulihan.

Namun, ambivalensi media *online* juga berarti bahwa ruang kritik tidak sepenuhnya tertutup. Sejumlah media tetap memuat isu status bencana nasional, kerusakan ekologis, deforestasi, sawit, pertambangan, serta kritik dari CSO. Media *online* juga sesekali menyerap informasi dari media sosial, *citizen journalism*, dan dokumentasi warga melalui praktik *cross-post*. Artinya, media *online* tidak sepenuhnya menjadi perpanjangan negara, tetapi juga perlu diperkuat agar menjadi kekuatan yang secara konsisten menantang narasi negara. **Ia berada di antara dua posisi: membuka ruang informasi, tetapi sering kali gagal mendorong akuntabilitas struktural dengan lebih tajam**. Salah satu momentum penting peran media muncul ketika liputan dari Harian Kompas tentang "Hutan Sumatera Lenyap" ramai diperbincangkan, dan kontennya tersirkulasi ke berbagai media sosial.

Laporan ini juga menunjukkan bahwa narasi negara tidak sepenuhnya hegemonik. Konten yang dipublikasikan lewat media sosial dari warga terdampak, *influencer*, jurnalis lokal, dan CSO membangun ruang resistensi terhadap *frame* resmi tersebut. TikTok memperlihatkan pengalaman korban secara personal dan emosional, sementara X menjadi ruang kritik yang lebih eksplisit terhadap lambannya respons pemerintah, penolakan status bencana nasional, serta kontradiksi antara klaim resmi dan kondisi di lapangan. Di ruang digital, klaim negara tentang situasi yang terkendali diuji oleh video warga, kesaksian relawan, dokumentasi dari wilayah terisolasi, serta data dari organisasi masyarakat sipil.

Temuan kami juga memperlihatkan berbagai konten visual yang memperkuat narasi masifnya kerusakan lingkungan, seperti video gelondongan kayu, dampak kerusakan akibat banjir, penggambaran hutan gundul, dan lainnya. Selain itu, sentimen negatif terhadap industri sawit dan istilah "nyawit" juga muncul dan digunakan sebagai istilah yang erat kaitannya dengan kritik terhadap pemerintah. **Berbagai konten yang muncul dan ramai di media sosial tersebut menjadi catatan penting tentang bagaimana memunculkan diskusi kritis terkait bencana yang dikaitkan dengan ulah manusia, bukan sekadar peristiwa alam belaka.**



Sumatra Barat, Indonesia, 28 November 2025: Anak-anak berjalan di jalan yang penuh lumpur setelah banjir yang melanda di malam hari. (Shutterstock/manthofana)

Rekomendasi

Temuan laporan ini menunjukkan bahwa salah satu persoalan utama dalam peliputan Banjir Sumatera 2025 adalah **ketergantungan media arus utama pada sumber resmi**. Ketika akses jurnalis ke wilayah terdampak bergantung pada fasilitasi negara, narasi yang muncul cenderung mengikuti jalur informasi resmi. Hal ini tetapi, juga dipengaruhi oleh persoalan akses informasi yang terjadi di saat krisis terjadi. Oleh karena itu, rekomendasi yang dapat diberikan adalah perlunya investasi untuk memperkuat media independen dan media alternatif di wilayah yang rentan bencana.

Pengalaman Banjir Sumatera menunjukkan bahwa media lokal tidak memiliki kapasitas yang kuat saat krisis terjadi. **Karena itu, penguatan media lokal tidak bisa hanya berupa pelatihan jurnalistik sesaat**, tetapi harus mencakup dukungan kelembagaan berupa pendanaan, serta perlu memikirkan mitigasi terkait kebutuhan akses informasi saat terjadi krisis seperti bencana.

CSO dan organisasi masyarakat sipil memiliki peran penting dalam membawa narasi bencana keluar dari bingkai bantuan dan mengarahkannya pada isu akuntabilitas struktural. Namun, laporan ini menunjukkan bahwa suara CSO masih relatif terbatas dibandingkan dengan suara pemerintah. **Momentum bencana dapat menjadi saat yang tepat untuk mengemas ulang berbagai kajian dari CSO, maupun liputan investigasi media dalam berbagai bentuk**. Di media, nama WALHI menjadi CSO yang paling banyak dikutip, yang menunjukkan bahwa CSO dapat menjadi narasumber penting dalam konteks bencana dengan memperkuat strategi komunikasi publik serta membangun relasi dengan para pelaku ekosistem komunikasi lainnya, seperti dengan media lokal, jurnalis independen, *content creator*, akademisi, serta komunitas warga.

Dengan adanya temuan soal potensi represi dan kontrol informasi oleh berbagai pihak pemerintah terkait situasi riil saat bencana, **CSO juga dapat menyinggung perlunya publik luas untuk turut mendukung media dalam memberitakan bencana**. Dengan demikian, publik pun dapat turut berkontribusi dalam pengawasan terhadap kerusakan lingkungan. Dalam konteks riuhnya ekspresi kemarahan publik terkait lambannya respons pemerintah dan perdebatan soal skala dan status bencana yang muncul secara organik, isu kepemilikan perusahaan dan kepemilikan lahan di berbagai area yang terdampak bencana berpotensi didorong kembali dengan menggunakan data hasil kajian yang telah ada sebelumnya.

CSO juga perlu menyiapkan "paket informasi krisis" yang siap digunakan oleh jurnalis dan publik. Paket ini dapat berisi peta wilayah terdampak, data konsesi, riwayat bencana, daftar perusahaan terkait, kronologi kebijakan, kontak narasumber lokal, serta penjelasan sederhana tentang hubungan antara kerusakan ekologis dan risiko banjir. Formatnya tidak harus selalu laporan panjang, tetapi bisa berupa infografik, *short brief*, video pendek, *thread X*, *template* TikTok, atau materi visual praktis yang dapat digunakan dan disebar ulang oleh media dan masyarakat. Data dan arsip soal kerusakan lingkungan juga dapat ditampilkan melalui visualisasi data menggunakan peta dan data citra satelit, serta foto Google Earth, sebagai visualisasi dampak bencana yang beberapa kali mendapatkan *engagement* cukup tinggi sebagai konten yang menjelaskan dampak bencana. Ke depannya, CSO juga perlu lebih serius membangun jaringan dengan komunitas lokal sebelum bencana terjadi. Respons setelah bencana penting, tetapi advokasi yang efektif juga membutuhkan infrastruktur sosial yang sudah terbentuk sebelumnya.



Babo, Aceh Tamiang, Indonesia, 8 Desember 2025:
Foto anak dan orang tua penyintas banjir bandang di Babo, Aceh Tamiang, Indonesia.
(Shutterstock/andreirawan313)

Daftar Pustaka

Adiprasetio, J., Rahmawan, D., Wibowo, K. A., Aliifa, D. N., & Hartanto, R. D. (2024). The ignorance of human cause: *Online* news framing on floods in Indonesia. Media Practice and Education, 1–19. https://doi.org/10.1080/25741136.2024.2443864

Farahbakhsh, R., Cuevas, Á., & Crespi, N. (2016). Characterization of *cross-posting* activity for professional users across Facebook, Twitter and Google+. Social Network Analysis and Mining, 6(1), 33. https://doi.org/10.1007/s13278–016–0336–y

Hasyim, I. (2025). Eks Kepala BMKG: Banjir Sumatera Bagian dari Bencana Berantai | tempo.co. Tempo. https://www.tempo.co/lingkungan/eks-kepala-bmkg-banjir-sumatera-bagian-dari-bencana-berantai-2098314

Horsley, J. S. (2016). Media Framing of Disasters: Implications for Disaster Response Communicators. In A. Schwarz, M. W. Seeger, & C. Auer (Eds.), The Handbook of International Crisis Communication Research (1st ed., pp. 155–164). Wiley. https://doi.org/10.1002/9781118516812.ch15

Iyengar, S. (1990). Framing responsibility for political issues: The case of poverty. Political Behavior, 12(1), 19–40. https://doi.org/10.1007/BF00992330

Ridwan, A. (2026, January 7). 1.178 Orang Meninggal karena Bencana Sumatra (7 Januari 2026) | Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia | Databoks. Katadata. https://databoks.katadata.co.id/lingkungan/statistik/695da7f825795/1178–orang-meninggal-karena-bencana-sumatra-7–januari-2026

Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. Journal of Communication.

Stijn Peeters. (2024). Zeeschuimer (Version v1.11.0) [Computer software]. Zenodo. https://doi.org/10.5281/ZENODO.13928612

ACTANT INITIATIVE DAN PUSAT STUDI
KOMUNIKASI MEDIA, BUDAYA, DAN SISTEM
INFORMASI (CMCI) FIKOM UNPAD