

Persepsi Risiko Bencana Alam pada Pendaki Pemula: Analisis Komunikasi Risiko Berdasarkan Model *Crisis and Emergency Risk Communication* (CERC)

Muthia Cinta Cahyani¹, Jasmine Diandra Adriani², Nudia Izza Tanzila³, Nazwa Azzahra Jaelani⁴

Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga,
Surabaya, Indonesia

Corresponding Author Email: 176221085@fisip.unair.ac.id

Abstract

Indonesia is one of the countries with the highest disaster risk due to its geographical location on the Pacific Ring of Fire. Mountain climbing has become increasingly popular, particularly among young people and university students. However, novice climbers often possess limited knowledge regarding disaster mitigation and emergency preparedness. This study aims to analyze novice climbers' perceptions of natural disaster risks and examine how risk communication influences those perceptions using the Crisis and Emergency Risk Communication (CERC) framework. A qualitative descriptive approach was employed through in-depth interviews with five novice climbers in Surabaya selected using purposive sampling. The findings reveal that risk perception is shaped by personal experience, emotional responses, media exposure, and trust in information sources. Social media serves as the primary source of information because of its accessibility and speed, although official sources remain more credible. The study also indicates that risk communication among novice climbers has not been fully effective in encouraging preparedness behaviors. Applying the CERC principles demonstrates the importance of timely, accurate, credible, empathetic, and action-oriented communication to improve disaster awareness among novice climbers. The findings contribute to the development of more participatory and community-based disaster risk communication strategies.

Keywords: disaster risk perception; novice climbers; risk communication; CERC; disaster mitigation

Abstrak

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat risiko bencana tertinggi di dunia karena berada pada kawasan Ring of Fire. Meningkatnya minat masyarakat, khususnya mahasiswa, terhadap aktivitas pendakian gunung belum sepenuhnya diimbangi dengan pemahaman mengenai mitigasi bencana dan kesiapsiagaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi risiko bencana alam pada pendaki pemula serta mengkaji peran komunikasi risiko berdasarkan model *Crisis and Emergency Risk Communication* (CERC). Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam terhadap lima pendaki pemula di Kota Surabaya yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko dibentuk oleh pengalaman pribadi, faktor emosional, paparan media, serta tingkat kepercayaan terhadap sumber informasi. Media sosial menjadi sumber informasi utama karena mudah diakses dan cepat, meskipun sumber resmi dinilai lebih kredibel. Penelitian juga

menemukan bahwa komunikasi risiko yang diterima pendaki belum sepenuhnya mampu mendorong perilaku kesiapsiagaan. Penerapan prinsip-prinsip CERC menunjukkan bahwa komunikasi yang cepat, akurat, kredibel, empatik, dan mendorong tindakan nyata memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran risiko bencana pada pendaki pemula. Temuan ini diharapkan menjadi dasar pengembangan strategi komunikasi risiko berbasis komunitas yang lebih efektif.

Kata kunci: persepsi risiko; pendaki pemula; komunikasi risiko; CERC; mitigasi bencana

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat risiko bencana alam tertinggi di dunia karena berada pada pertemuan tiga lempeng tektonik utama serta termasuk dalam kawasan *Pacific Ring of Fire*. Kondisi geografis tersebut menyebabkan Indonesia memiliki intensitas kejadian bencana yang tinggi, mulai dari gempa bumi, tsunami, banjir, tanah longsor, hingga erupsi gunung api. Berdasarkan data Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), bencana hidrometeorologi dan aktivitas vulkanik masih mendominasi kejadian bencana nasional dalam beberapa tahun terakhir. Kondisi ini menunjukkan bahwa upaya mitigasi bencana harus menjadi perhatian bersama, tidak hanya melalui pembangunan infrastruktur, tetapi juga melalui peningkatan kapasitas masyarakat dalam memahami dan mengelola risiko bencana.

Salah satu kawasan yang memiliki tingkat risiko tinggi adalah kawasan pegunungan. Indonesia memiliki lebih dari 120 gunung api aktif yang tidak hanya berpotensi mengalami erupsi, tetapi juga memunculkan ancaman sekunder seperti longsor, hujan abu vulkanik, aliran lahar, cuaca ekstrem, hingga hipotermia. Di sisi lain, aktivitas pendakian gunung mengalami peningkatan signifikan, khususnya di kalangan generasi muda dan mahasiswa. Pendakian tidak lagi dipandang sebagai aktivitas olahraga ekstrem semata, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup, rekreasi, dan eksplorasi alam. Kondisi tersebut menyebabkan semakin banyak pendaki pemula yang memasuki kawasan pegunungan dengan tingkat pengalaman dan kesiapsiagaan yang beragam.

Meningkatnya jumlah pendaki juga diikuti oleh meningkatnya berbagai insiden kecelakaan di gunung. Berbagai kasus seperti tersesat, hipotermia, cedera akibat medan pendakian, hingga korban akibat perubahan cuaca ekstrem menunjukkan bahwa faktor manusia masih menjadi penyebab utama tingginya risiko pendakian. Sebagian besar kejadian tersebut berkaitan dengan rendahnya kesiapsiagaan, kurangnya pengetahuan mengenai mitigasi bencana, serta kesalahan dalam menilai tingkat bahaya yang dihadapi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pengurangan risiko bencana tidak hanya ditentukan oleh faktor alam, tetapi juga oleh bagaimana individu mempersepsikan risiko yang ada.

Dalam kajian komunikasi risiko, persepsi risiko merupakan faktor penting yang memengaruhi bagaimana seseorang mengambil keputusan ketika menghadapi situasi berbahaya. Slovic (2000) menjelaskan bahwa persepsi risiko tidak hanya dibentuk oleh informasi objektif, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, kondisi emosional, nilai sosial, budaya, serta tingkat kepercayaan terhadap sumber informasi. Oleh karena itu, individu dengan tingkat pengetahuan yang sama dapat menunjukkan respons yang berbeda ketika menghadapi ancaman yang serupa. Pada konteks pendakian gunung, persepsi risiko menentukan apakah seseorang akan mempersiapkan diri dengan baik, mengabaikan potensi bahaya, atau bahkan mengambil keputusan yang berisiko tinggi.

Selain persepsi individu, komunikasi risiko menjadi komponen penting dalam proses mitigasi bencana. Komunikasi risiko bertujuan menyampaikan informasi mengenai potensi bahaya, langkah mitigasi, serta tindakan yang harus dilakukan sebelum, saat, dan setelah bencana terjadi. Komunikasi yang efektif harus mampu menyampaikan informasi secara cepat, akurat, mudah dipahami, serta berasal dari sumber yang dipercaya oleh masyarakat. Dalam konteks kebencanaan, model *Crisis and Emergency Risk Communication* (CERC) yang dikembangkan oleh Reynolds dan Seeger (2005) menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi sangat dipengaruhi oleh enam prinsip utama, yaitu *Be First, Be Right, Be Credible, Express Empathy, Promote Action*, dan *Show Respect*. Keenam prinsip tersebut menjadi dasar dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap informasi kebencanaan sehingga mampu mendorong perilaku mitigatif.

Meskipun penelitian mengenai persepsi risiko maupun komunikasi kebencanaan telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada masyarakat yang tinggal di wilayah rawan bencana, tenaga kebencanaan, ataupun korban bencana. Penelitian yang secara khusus mengkaji persepsi risiko pada pendaki pemula masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian sebelumnya umumnya hanya membahas persepsi risiko atau efektivitas komunikasi secara terpisah, sehingga hubungan antara persepsi risiko dengan penerapan model CERC pada aktivitas pendakian gunung belum banyak dieksplorasi. Kondisi tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan mengintegrasikan teori Persepsi Risiko dan model *Crisis and Emergency Risk Communication* (CERC) untuk menganalisis bagaimana komunikasi risiko membentuk persepsi risiko bencana pada pendaki pemula. Pendekatan ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara pengalaman pendaki, sumber informasi, kredibilitas komunikasi, serta kesiapsiagaan dalam menghadapi potensi bencana di kawasan pegunungan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi risiko bencana alam pada pendaki pemula serta menjelaskan bagaimana komunikasi risiko berdasarkan model CERC berperan dalam membentuk kesadaran, sikap, dan perilaku kesiapsiagaan pendaki. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik terhadap pengembangan kajian komunikasi risiko kebencanaan, sekaligus menjadi rekomendasi praktis bagi pengelola kawasan pendakian, komunitas pecinta alam, serta lembaga kebencanaan dalam menyusun strategi komunikasi risiko yang lebih efektif dan partisipatif.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Persepsi Risiko (*Risk Perception*)

Persepsi risiko merupakan penilaian subjektif individu terhadap kemungkinan terjadinya suatu bahaya beserta konsekuensi yang mungkin ditimbulkannya. Menurut Slovic (1987), persepsi risiko tidak hanya dipengaruhi oleh probabilitas terjadinya suatu bencana, tetapi juga oleh faktor psikologis, sosial, budaya, serta pengalaman individu. Oleh karena itu, dua individu yang menghadapi ancaman yang sama dapat memiliki tingkat kewaspadaan dan respons yang berbeda.

Dalam konteks kebencanaan, persepsi risiko berperan penting dalam menentukan perilaku mitigasi. Individu yang memiliki persepsi risiko tinggi cenderung lebih siap melakukan tindakan pencegahan dibandingkan individu yang menganggap ancaman tersebut kecil atau tidak mungkin terjadi. Sebaliknya, persepsi risiko yang rendah sering

menyebabkan pengabaian terhadap prosedur keselamatan sehingga meningkatkan potensi terjadinya kecelakaan.

Pada aktivitas pendakian gunung, persepsi risiko dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman mendaki, kondisi lingkungan, kemampuan fisik, informasi yang diterima, hingga pengaruh kelompok pendaki. Rahmi dan Djunaidi (2021) menjelaskan bahwa pengalaman langsung menghadapi situasi berbahaya mampu meningkatkan kesadaran individu terhadap risiko sehingga memengaruhi perilaku dalam melakukan persiapan sebelum pendakian.

Menurut Bodemer dan Gaissmaier (2015), pembentukan persepsi risiko dipengaruhi oleh lima dimensi utama, yaitu *Dread Risk*, *The Role of Affect*, *Availability Heuristic*, *Optimism Bias*, dan *Media Exposure*.

Dread Risk

Dread Risk menggambarkan tingkat ketakutan seseorang terhadap suatu bahaya yang dianggap memiliki konsekuensi serius dan sulit dikendalikan. Semakin besar rasa takut terhadap suatu ancaman, semakin tinggi pula persepsi risiko yang dimiliki individu sehingga kecenderungan melakukan tindakan pencegahan juga meningkat.

The Role of Affect

Dimensi ini menjelaskan bahwa emosi menjadi faktor awal dalam proses penilaian risiko. Perasaan takut, cemas, maupun pengalaman traumatis sering kali memengaruhi keputusan seseorang bahkan sebelum melakukan pertimbangan secara rasional. Dengan demikian, pengalaman emosional memiliki kontribusi besar dalam pembentukan persepsi risiko.

Availability Heuristic

Availability Heuristic menjelaskan bahwa seseorang cenderung menilai suatu risiko berdasarkan kemudahan mengingat pengalaman atau informasi mengenai peristiwa tersebut. Semakin sering suatu kejadian diberitakan atau dialami secara langsung, semakin tinggi kemungkinan individu menganggap ancaman tersebut sebagai risiko yang nyata.

Optimism Bias

Optimism bias merupakan kecenderungan seseorang meyakini bahwa kejadian buruk lebih mungkin menimpa orang lain dibanding dirinya sendiri. Bias ini dapat menyebabkan individu mengabaikan prosedur keselamatan karena merasa dirinya tidak akan mengalami kecelakaan ataupun bencana.

Media Exposure

Media memiliki peran penting dalam membentuk persepsi risiko masyarakat. Informasi yang disampaikan media massa maupun media sosial dapat meningkatkan kesadaran terhadap bahaya, tetapi juga berpotensi menimbulkan persepsi yang keliru apabila informasi yang disampaikan tidak akurat atau bersifat sensasional.

2.2 Crisis and Emergency Risk Communication (CERC)

Penelitian ini menggunakan model *Crisis and Emergency Risk Communication (CERC)* yang dikembangkan oleh Reynolds dan Seeger (2005). Model ini mengintegrasikan komunikasi risiko (*risk communication*) dan komunikasi krisis (*crisis communication*) ke dalam satu kerangka komunikasi yang digunakan sebelum, saat, dan setelah bencana terjadi.

Berbeda dengan komunikasi informasi biasa, CERC menekankan bahwa keberhasilan komunikasi kebencanaan tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kecepatan penyampaian, kredibilitas sumber, empati komunikator, serta kemampuan komunikasi tersebut mendorong masyarakat untuk mengambil tindakan yang tepat.

Model CERC terdiri atas lima tahapan komunikasi, yaitu *Pre-crisis*, *Initial Event*, *Maintenance*, *Resolution*, dan *Evaluation*. Dalam penelitian ini, fokus analisis berada pada tahap *Pre-crisis*, yaitu komunikasi yang dilakukan sebelum pendakian melalui briefing, media sosial, komunitas pendaki, maupun informasi resmi dari pengelola kawasan gunung.

Selain tahapan komunikasi, Reynolds dan Seeger (2005) menjelaskan enam prinsip utama komunikasi risiko yang efektif, yaitu:

1. ***Be First***, yaitu menyampaikan informasi secara cepat agar masyarakat memperoleh informasi yang benar sebelum muncul rumor atau informasi yang menyesatkan.
2. ***Be Right***, yaitu memastikan seluruh informasi yang disampaikan akurat, konsisten, dan berdasarkan fakta.
3. ***Be Credible***, yaitu membangun kepercayaan publik melalui sumber informasi yang memiliki otoritas dan kredibilitas tinggi.
4. ***Express Empathy***, yaitu menunjukkan kepedulian terhadap kondisi psikologis maupun emosional masyarakat sehingga komunikasi menjadi lebih mudah diterima.
5. ***Promote Action***, yaitu mendorong masyarakat melakukan tindakan nyata untuk mengurangi risiko bencana.
6. ***Show Respect***, yaitu menyampaikan pesan dengan menghargai audiens sehingga tercipta hubungan komunikasi yang saling percaya.

Dalam penelitian ini, keenam prinsip tersebut digunakan sebagai kerangka analisis untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi risiko yang diterima pendaki pemula sebelum melakukan aktivitas pendakian.

2.3 Kerangka Konseptual Penelitian

Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa persepsi risiko pendaki pemula dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, kondisi emosional, paparan media, serta tingkat kepercayaan terhadap sumber informasi. Faktor-faktor tersebut kemudian membentuk cara individu menilai tingkat bahaya yang dihadapi selama pendakian.

Selanjutnya, efektivitas komunikasi risiko dianalisis menggunakan model CERC untuk mengetahui sejauh mana komunikasi yang dilakukan oleh pengelola gunung, komunitas pendaki, maupun media digital mampu meningkatkan kesadaran risiko dan mendorong perilaku kesiapsiagaan. Dengan demikian, penelitian ini memandang komunikasi risiko sebagai variabel yang berperan dalam membentuk persepsi risiko sekaligus perilaku mitigasi pada pendaki pemula.

3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai persepsi risiko bencana alam pada pendaki pemula serta peran komunikasi risiko dalam membentuk persepsi tersebut. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi pengalaman, pandangan, dan interpretasi informan terhadap fenomena yang diteliti secara kontekstual.

Lokasi penelitian berada di Kota Surabaya, dengan pertimbangan bahwa kota tersebut memiliki banyak komunitas pendaki dan mahasiswa yang aktif melakukan kegiatan pendakian gunung. Penelitian dilaksanakan pada periode Oktober–Desember 2025, meliputi tahap persiapan instrumen, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan laporan penelitian.

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria informan meliputi:

- pendaki pemula yang telah melakukan pendakian minimal satu kali dalam dua tahun terakhir;
- mahasiswa atau masyarakat umum yang aktif mengikuti kegiatan pendakian;
- bersedia menjadi informan dan mengikuti proses wawancara secara sukarela.

Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian melibatkan lima orang pendaki pemula sebagai informan utama. Jumlah tersebut dianggap memadai karena data yang diperoleh telah menunjukkan keterulangan informasi (*data saturation*) sehingga mampu menjawab fokus penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur. Teknik ini dipilih agar informan memiliki keleluasaan menjelaskan pengalaman mereka mengenai risiko pendakian, persepsi terhadap bencana alam, sumber informasi yang digunakan, serta bentuk komunikasi risiko yang dianggap efektif. Seluruh

wawancara direkam dengan persetujuan informan dan ditranskripsikan secara verbatim sebagai bahan analisis.

Selain data primer, penelitian juga memanfaatkan studi dokumentasi melalui telaah berbagai literatur, antara lain buku, artikel ilmiah, laporan lembaga pemerintah, serta dokumen kebencanaan yang relevan. Studi dokumentasi digunakan untuk memperkuat landasan teoritis sekaligus membandingkan hasil penelitian dengan temuan penelitian sebelumnya.

Analisis data mengacu pada model *Miles, Huberman, dan Saldaña (2014)* yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi tematik sehingga hubungan antarkategori dapat diidentifikasi dengan lebih jelas. Tahap terakhir dilakukan melalui interpretasi data untuk memperoleh kesimpulan mengenai persepsi risiko pendaki pemula serta efektivitas komunikasi risiko berdasarkan model *Crisis and Emergency Risk Communication (CERC)*.

Untuk menjamin kredibilitas penelitian, dilakukan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara antar-informan dan berbagai sumber literatur. Selain itu, peneliti juga menerapkan *member checking*, yaitu mengonfirmasi kembali hasil interpretasi kepada beberapa informan agar makna yang diperoleh sesuai dengan pengalaman yang mereka sampaikan.

Seluruh proses penelitian dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip-prinsip etika penelitian. Sebelum wawancara dilakukan, setiap informan memperoleh penjelasan mengenai tujuan penelitian dan memberikan persetujuan secara sukarela (*informed consent*). Identitas informan dijaga kerahasiaannya dan seluruh data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Informan

Penelitian melibatkan lima orang pendaki pemula yang berasal dari Kota Surabaya dengan pengalaman pendakian antara satu hingga tiga kali. Seluruh informan merupakan mahasiswa yang pernah melakukan pendakian dalam dua tahun terakhir sehingga dianggap memiliki pengalaman langsung dalam menghadapi berbagai kondisi di kawasan pegunungan. Meskipun frekuensi pendakian masih relatif rendah, seluruh informan pernah menerima informasi mengenai keselamatan pendakian baik melalui media sosial, komunitas pendaki, maupun pengarahan dari petugas basecamp.

Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa informan berada pada fase awal pembentukan pengalaman sehingga persepsi risiko mereka masih sangat dipengaruhi oleh pengalaman pertama, informasi dari lingkungan sosial, dan komunikasi risiko yang diterima sebelum melakukan pendakian.

4.2 Persepsi Risiko Pendaki Pemula terhadap Bencana Alam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan menyadari bahwa aktivitas pendakian gunung memiliki tingkat risiko yang tinggi. Risiko yang paling sering disebutkan meliputi cuaca ekstrem, hipotermia, longsor, kebakaran hutan, serta erupsi gunung api. Namun demikian,

tingkat kewaspadaan masing-masing informan berbeda sesuai pengalaman yang pernah mereka alami.

Informan yang pernah mengalami kejadian berbahaya seperti badai, hujan deras, maupun menyaksikan korban hipotermia menunjukkan persepsi risiko yang lebih tinggi dibandingkan informan yang hanya memperoleh informasi melalui media sosial. Pengalaman langsung membuat mereka lebih berhati-hati dalam mempersiapkan perlengkapan, memperhatikan prakiraan cuaca, serta mempertimbangkan kondisi fisik sebelum melakukan pendakian.

Sebaliknya, informan yang belum pernah mengalami kondisi ekstrem cenderung memahami risiko berdasarkan cerita teman maupun konten digital. Walaupun mereka tetap menyadari adanya ancaman, tingkat urgensi terhadap risiko tersebut relatif lebih rendah dibandingkan informan yang memiliki pengalaman langsung.

Temuan ini memperlihatkan bahwa persepsi risiko tidak hanya dibentuk oleh pengetahuan mengenai bahaya, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman personal yang memberikan dampak emosional terhadap individu.

Hasil tersebut mendukung teori Slovic (2000) yang menyatakan bahwa persepsi risiko merupakan konstruksi subjektif yang dipengaruhi oleh pengalaman, nilai sosial, dan faktor psikologis. Penelitian ini juga sejalan dengan Rahmi dan Djunaidi (2021) yang menemukan bahwa pengalaman pendakian memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan perilaku keselamatan pendaki.

4.3 Faktor-faktor yang Membentuk Persepsi Risiko

Analisis berdasarkan teori Bodemer dan Gaissmaier menunjukkan bahwa lima dimensi persepsi risiko muncul pada seluruh informan.

Dread Risk

Rasa takut muncul terutama pada informan yang pernah mengalami badai, hujan deras, kebakaran hutan, maupun melihat korban hipotermia. Ketakutan tersebut justru meningkatkan kewaspadaan mereka terhadap kondisi alam sehingga mendorong perilaku yang lebih berhati-hati ketika melakukan pendakian berikutnya.

Temuan ini menunjukkan bahwa *dread risk* memiliki fungsi adaptif dalam membangun perilaku mitigasi bencana.

The Role of Affect

Faktor emosional terbukti menjadi salah satu unsur utama dalam pembentukan persepsi risiko. Informan yang mengalami kepanikan ketika cuaca berubah secara tiba-tiba mengaku lebih menghargai pentingnya persiapan dibandingkan sebelum mengalami kejadian tersebut.

Sebaliknya, pengalaman positif berupa keberhasilan mencapai puncak tanpa hambatan tidak menghilangkan kesadaran terhadap risiko, tetapi justru memperkuat keyakinan bahwa keberhasilan pendakian dipengaruhi oleh kesiapan yang matang.

Temuan ini memperlihatkan bahwa emosi negatif maupun positif sama-sama berkontribusi terhadap pembentukan persepsi risiko.

Availability Heuristic

Sebagian besar informan lebih mudah mengingat kejadian ekstrem yang pernah mereka alami atau lihat melalui media sosial.

Video mengenai pendaki tersesat, hipotermia, maupun perubahan cuaca ekstrem menjadi referensi utama ketika mereka memperkirakan tingkat bahaya suatu gunung.

Hal tersebut memperlihatkan bahwa informasi yang mudah diingat memiliki pengaruh besar terhadap cara individu mempersepsikan risiko.

Optimism Bias

Penelitian menemukan bahwa optimism bias relatif rendah.

Mayoritas informan menyadari bahwa kecelakaan dapat terjadi kepada siapa saja sehingga mereka tidak sepenuhnya menganggap dirinya aman.

Namun demikian, beberapa informan masih menunjukkan kecenderungan menyepelekan risiko ketika kondisi cuaca dianggap "masih memungkinkan" untuk melakukan pendakian.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa optimism bias tetap muncul meskipun dalam tingkat yang rendah.

Media Exposure

Media sosial merupakan sumber informasi utama seluruh informan.

Platform seperti *TikTok*, *Instagram*, dan *YouTube* menjadi media yang paling sering digunakan untuk memperoleh informasi mengenai jalur pendakian, kondisi cuaca, hingga pengalaman pendaki lain.

Walaupun demikian, sebagian informan tetap menganggap informasi dari petugas basecamp maupun lembaga resmi memiliki tingkat kredibilitas yang lebih tinggi dibandingkan media sosial.

Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai media peningkatan kesadaran awal, sedangkan sumber resmi menjadi dasar pengambilan keputusan ketika melakukan pendakian.

4.4 Analisis Komunikasi Risiko Berdasarkan Model CERC

Analisis menggunakan model *Crisis and Emergency Risk Communication (CERC)* menunjukkan bahwa komunikasi risiko yang diterima pendaki pemula belum sepenuhnya memenuhi seluruh prinsip komunikasi risiko yang efektif.

Be First

Media sosial menjadi media yang paling cepat memberikan informasi mengenai kondisi gunung.

Namun kecepatan tersebut belum selalu diikuti oleh validitas informasi sehingga pendaki tetap membutuhkan konfirmasi dari sumber resmi.

Be Right

Informasi yang berasal dari BMKG maupun petugas basecamp dianggap lebih akurat dibandingkan informasi yang beredar di media sosial.

Meskipun demikian, tidak seluruh gunung memberikan briefing keselamatan yang sama sehingga masih terdapat kesenjangan informasi.

Be Credible

Seluruh informan menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap petugas basecamp, senior pendaki, dan komunitas pecinta alam.

Sebaliknya, konten media sosial tanpa sumber yang jelas dianggap kurang dapat dipercaya.

Hal ini memperlihatkan bahwa kredibilitas komunikator menjadi faktor utama dalam keberhasilan komunikasi risiko.

Express Empathy

Pendaki lebih mudah menerima pesan keselamatan yang disampaikan melalui pengalaman nyata dibandingkan himbauan formal.

Cerita mengenai korban hipotermia maupun kecelakaan pendakian dinilai lebih membangun kesadaran daripada sekadar daftar larangan.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa pendekatan komunikasi yang bersifat humanis memiliki efektivitas yang lebih tinggi.

Promote Action

Walaupun seluruh informan memahami pentingnya membawa perlengkapan keselamatan, belum semua memiliki rencana mitigasi ketika menghadapi situasi darurat.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi risiko yang diterima masih lebih banyak meningkatkan pengetahuan dibandingkan mendorong perubahan perilaku.

Show Respect

Pendaki menilai komunikasi dua arah yang dilakukan petugas basecamp maupun senior komunitas jauh lebih efektif dibandingkan komunikasi yang bersifat menggurui.

Pendekatan dialogis membuat pendaki merasa dihargai sehingga lebih terbuka menerima informasi mengenai keselamatan.

4.5 Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko pendaki pemula merupakan hasil interaksi antara pengalaman pribadi, kondisi emosional, paparan media, serta kualitas komunikasi risiko yang diterima. Pengalaman langsung menjadi faktor yang paling kuat dalam meningkatkan kesadaran risiko karena memberikan pembelajaran yang bersifat personal dan emosional.

Selain itu, komunikasi risiko berbasis komunitas terbukti memiliki pengaruh yang besar terhadap pembentukan perilaku keselamatan. Pendaki cenderung lebih mempercayai informasi dari senior komunitas maupun sesama pendaki dibandingkan lembaga formal. Temuan ini memperlihatkan bahwa strategi komunikasi risiko perlu mengintegrasikan pendekatan komunitas dengan sumber informasi resmi agar pesan keselamatan dapat diterima secara lebih efektif.

Berdasarkan analisis model CERC, penelitian ini menemukan bahwa prinsip *Be Credible*, *Express Empathy*, dan *Show Respect* merupakan aspek yang paling berpengaruh dalam membangun persepsi risiko pendaki pemula. Sebaliknya, prinsip *Promote Action* masih menjadi kelemahan karena komunikasi yang ada belum sepenuhnya mampu mendorong perubahan perilaku kesiapsiagaan secara konkret.

Hasil penelitian ini memperluas kajian komunikasi risiko dengan menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kecepatan penyampaian informasi, tetapi juga oleh kredibilitas komunikator, pendekatan yang empatik, dan keterlibatan komunitas sebagai agen komunikasi risiko.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko bencana alam pada pendaki pemula merupakan hasil interaksi antara pengalaman pribadi, faktor emosional, paparan media, serta kualitas komunikasi risiko yang diterima sebelum melakukan pendakian. Pengalaman langsung menghadapi situasi berbahaya terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kewaspadaan dan membentuk perilaku mitigasi. Sementara itu, media sosial berperan sebagai sumber informasi utama karena kemudahan akses dan kecepatan penyebaran informasi, meskipun tingkat kredibilitasnya masih berada di bawah informasi yang disampaikan oleh petugas basecamp maupun lembaga resmi.

Analisis menggunakan model *Crisis and Emergency Risk Communication (CERC)* menunjukkan bahwa komunikasi risiko pada pendaki pemula telah memenuhi beberapa prinsip dasar, terutama *Be First*, *Be Credible*, dan *Show Respect*. Namun demikian, implementasi prinsip *Promote Action* masih belum optimal karena sebagian besar komunikasi yang diterima baru mampu meningkatkan pengetahuan, tetapi belum sepenuhnya mendorong perubahan perilaku kesiapsiagaan yang konkret.

Temuan penelitian ini memberikan implikasi bahwa strategi komunikasi risiko di kawasan pendakian perlu dikembangkan secara lebih partisipatif dengan melibatkan komunitas pendaki sebagai mitra komunikasi. Integrasi antara informasi resmi dari pengelola kawasan konservasi,

BPBD, BMKG, dan Basarnas dengan pendekatan komunikasi berbasis komunitas diyakini mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan keselamatan kepada pendaki pemula.

Secara akademis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi risiko dengan mengintegrasikan teori Persepsi Risiko dan model CERC dalam konteks aktivitas pendakian gunung. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan jumlah informan yang lebih besar, membandingkan pendaki pemula dengan pendaki berpengalaman, serta mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif (*mixed methods*) agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pembentukan persepsi risiko pada aktivitas pendakian.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengikuti proses wawancara dan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga atas dukungan akademik selama proses penyusunan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan sebagai bagian dari pemenuhan tugas akademik pada mata kuliah Komunikasi Risiko dan Kebencanaan.

Daftar Pustaka

- Acosta, J. D., Chandra, A., & Madrigano, J. (2018). An agenda to advance integrative resilience research and practice. RAND Corporation.
- Bodemer, N., & Gaissmaier, W. (2015). Risk communication in health. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 7(2), 161–192.
- Centers for Disease Control and Prevention. (2018). Crisis and Emergency Risk Communication (CERC) Manual. U.S. Department of Health and Human Services.
- Covello, V. T., & Sandman, P. M. (2001). Risk communication: Evolution and revolution. In A. Wolbarst (Ed.), *Solutions to an Environment in Peril* (pp. 164–178). Johns Hopkins University Press.
- Heimisdóttir, Þ., Sæþórsdóttir, A. D., & Gísladóttir, G. (2019). The sublime attraction of active volcanoes: An exploration of tourists' experiences during a long-distance hiking route in Iceland. *Tourist Studies*, 19(3), 258–275.
- Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral. (2023). PVMBG pantau 24 jam peningkatan aktivitas gunung api di Indonesia.
- Lindell, M. K., & Perry, R. W. (2004). *Communicating Environmental Risk in Multiethnic Communities*. Sage Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Mu, Y., & Nepal, S. (2016). High mountain adventure tourism: Trekkers' perceptions of risk and death in Mt. Everest Region, Nepal. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(5), 500–511.
- Rahmi, M., & Djunaidi, Z. (2021). Persepsi risiko keselamatan dalam kegiatan pendakian gunung. *Jurnal Dunia Kesmas*, 10(2), 229–241.
- Reynolds, B., & Seeger, M. W. (2005). Crisis and Emergency Risk Communication as an Integrative Model. *Journal of Health Communication*, 10(1), 43–55.
- Slovic, P. (1987). Perception of Risk. *Science*, 236(4799), 280–285.
- Slovic, P. (2000). *The Perception of Risk*. Earthscan.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Tamitiadini, D., Adila, I., & Dewi, W. (2019). *Komunikasi Bencana: Teori dan Pendekatan Praktis Studi Kebencanaan di Indonesia*. UB Press.

Yuniawati, Y., Ridwanudin, O., & Pancawati, D. (2019). An Investigation into Hiking Motivation. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 9(3), 782–788.