

## ABSTRAK

Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) merupakan sebuah lembaga pemerintah dengan fungsi mengatur informasi kebencanaan di Indonesia. Informasi yang dikeluarkan tidak luput dari edukasi terkait mitigasi bencana dalam bentuk konten pada media sosial resmi milik BMKG, salah satunya adalah akun Instagram @infoBMKG. Bagian Hubungan Masyarakat atau yang biasa disebut Humas berperan untuk menjaga hubungan dan citra instansi kepada masyarakat, pers, dan media. Humas BMKG dalam praktiknya memiliki berbagai tahapan dan proses di balik layar dalam membuat konten mitigasi bencana. Sebelum membuat dan meng-*upload* konten, tentunya diperlukan perencanaan terlebih dahulu agar informasi bisa diterima dengan baik oleh masyarakat. Tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah untuk mengetahui strategi perencanaan konten Instagram @infoBMKG sebagai sarana komunikasi mitigasi bencana. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode pemilihan informan menggunakan *Purposive Sampling*. Data yang diambil dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara, observasi serta dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan konsep *POST Method* dan Komunikasi Bencana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Humas BMKG bekerja sama dengan staf BMKG daerah untuk mengelola media sosial masing-masing badan wilayah, menggunakan konsep *entertaining*, dan mendayagunakan bagian jejaring atau *cyber troops* sebagai bagian dari strategi perencanaan konten mitigasi bencana. Di lain sisi, peneliti juga menemukan adanya suatu aktivitas yang sudah dicita-citakan oleh Humas BMKG, namun belum dapat dilaksanakan. Hal ini berkaitan dengan riset mendalam pada prinsip *Audience/ Customer Focus* dan aspek *People*. Humas BMKG berkeinginan untuk melakukan riset lebih mendalam, bukan hanya sekedar riset media sosial saja.

**Kata Kunci:** Humas, Strategi Perencanaan Konten, Komunikasi Bencana, *POST Method*, BMKG

## ABSTRACT

Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) is a government agency whose function is to regulate disaster information in Indonesia. The information released does not escape education related to disaster mitigation in the form of content on BMKG's official social media, one of which is the Instagram account @infoBMKG. The Public Relations Section or what is commonly called Public Relations has a role in maintaining the relationship and image of the institution to the public, the press and the media. BMKG Public Relations in practice has various stages and processes behind the scenes in creating disaster mitigation content. Before creating and uploading content, planning is needed in advance so that the information can be well received by the public. The purpose of the research to be conducted is to find out the Instagram @infoBMKG content planning strategy as a means of disaster mitigation communication. This study uses a qualitative descriptive method with the method of selecting informants using purposive sampling. The data taken in this study were conducted by interview, observation and documentation, then analyzed using the POST Method and Disaster Communication concepts. The results of this study indicate that BMKG Public Relations works together with regional BMKG staff to manage each of their social media, using the concept of entertainment, and utilizing the network section or cyber troop as part of a disaster mitigation content planning strategy. On the other hand, researchers also found an activity that the BMKG Public Relations had aspired to, but had not been able to implement. This is related to in-depth research on the Audience/Customer Focus principle and the People aspect. BMKG Public Relations wishes to conduct more in-depth research, not just social media research.

**Keywords: Public Relations, Content Planning Strategy, Disaster Communication, POST Method, BMKG**