



Eksplorasi Respon Netizen di Tiktok Terhadap Berita Bencana Alam di Sumatera Utara dan Aceh Tahun 2025

Exploring Netizens' Responses on TikTok to Natural Disaster News in North Sumatra and Aceh in 2025

Mhd Rafi Zhafran*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Hasan Sazali, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

ABSTRACT

The increasing use of TikTok as a platform for public interaction during natural disasters has transformed the way disaster-related information is disseminated and interpreted, yet studies examining the characteristics of netizen responses in this context remain limited. This study explores the patterns of netizen responses on TikTok to natural disasters in North Sumatra and Aceh in 2025. A qualitative descriptive approach was employed through virtual observation, digital documentation, and literature review, with primary data obtained from comments and viral content related to the Aceh Tamiang flood. Data were analyzed using the Computer-Mediated Communication and Stimulus-Organism-Response frameworks. The findings reveal diverse response patterns, including affective responses (empathy and solidarity), cognitive responses (criticism of government disaster management), and conative responses (encouragement of humanitarian action). The comments section functioned as a discursive space for shaping public opinion, while word cloud visualization and sentiment analysis highlighted dominant narratives of humanity and solidarity alongside institutional criticism. The novelty of this study lies in integrating qualitative digital discourse analysis with sentiment mapping to explain how TikTok facilitates participatory disaster communication and public opinion formation. The study concludes that TikTok plays a significant role in interactive disaster communication while simultaneously increasing the risk of misinformation in digital environments.

ARTICLE HISTORY

Received 15/06/2026
Revised 30/06/2026
Accepted 08/07/2026
Published 19/07/2026

KEYWORDS

Aceh; disaster communication; natural disasters; North Sumatra; TikTok.

*CORRESPONDING AUTHOR

✉ mhdrafi0603221016@uisu.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.30743/mkd.v10i2.13820>

PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2025, kehidupan masyarakat di Sumatera Utara dan Aceh terguncang akibat rentetan bencana alam yang membawa dampak serius. Berbagai peristiwa seperti gempa bumi, banjir bandang, hingga tanah longsor yang terjadi secara beruntun di kedua wilayah tersebut tidak hanya merenggut ratusan nyawa, tetapi juga memaksa ribuan warga mengungsi (Jones et al., [2022](#)). Situasi krisis tersebut mendorong masyarakat memanfaatkan TikTok sebagai media sosial utama untuk menyebarkan informasi, berbagi pengalaman, serta mengekspresikan respons emosional terhadap bencana.

Fenomena ini menunjukkan pergeseran komunikasi kebencanaan di era digital, ketika masyarakat tidak lagi berperan sebagai penerima informasi secara pasif, tetapi juga sebagai pembentuk narasi dan opini publik. Dengan jumlah pengguna global mencapai 1,7 miliar dan 109,9 juta pengguna di Indonesia pada tahun 2024 (Kemp, [2024](#)), TikTok telah mengubah pola komunikasi digital secara signifikan. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya mengkaji karakteristik respons netizen terhadap berita bencana sebagai permasalahan utama penelitian ini karena respons tersebut berpotensi memengaruhi pembentukan opini publik dan perilaku masyarakat pada situasi krisis.

Media sosial berperan penting selama banjir, kebakaran, badai, dan berbagai bencana lainnya untuk menyampaikan peringatan, meningkatkan kesadaran situasional, serta menjadi ruang berbagi emosi, meskipun pemanfaatannya oleh lembaga resmi masih terbatas dan sering dihadapkan pada

rumor maupun informasi yang saling bertentangan (Khan et al., [2023](#)). Perkembangan komunikasi bencana melalui media sosial dalam satu dekade terakhir telah mengubah pola komunikasi dari model satu arah menjadi komunikasi partisipatif yang melibatkan banyak pihak, bahkan sebanyak 78% korban bencana kini mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi utama pada situasi darurat.

TikTok menawarkan karakteristik yang berbeda melalui format video pendek dan dukungan algoritma yang memungkinkan konten menyebar secara luas dalam waktu singkat (Hautea et al., [2021](#)). Tingkat *engagement rate* konten kebencanaan di TikTok tercatat 3,5 kali lebih tinggi dibandingkan platform media sosial lainnya (Horstman et al., [2023](#)). Kecepatan penyebaran informasi tersebut sekaligus meningkatkan risiko misinformasi dan menimbulkan beragam respons netizen, mulai dari empati, dukungan, hingga skeptisisme terhadap informasi yang beredar (Pierri et al., [2022](#)). Kompleksitas respons tersebut memperlihatkan perlunya kajian yang mampu menjelaskan pola interaksi digital masyarakat dalam komunikasi kebencanaan secara lebih mendalam.

Posisi geografis Sumatera Utara dan Aceh yang berada pada jalur subduksi *Sunda Megathrust* memberikan urgensi tersendiri bagi penelitian ini. Data Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika mencatat sebanyak 247 gempa berkekuatan di atas 5,0 SR terjadi di wilayah Sumatera sepanjang tahun 2024, sehingga kedua provinsi tersebut memiliki tingkat kerentanan yang tinggi terhadap berbagai bencana geologi. Memori kolektif masyarakat terhadap tragedi tsunami Aceh tahun 2004 yang menewaskan lebih dari 230.000 jiwa juga membentuk cara masyarakat menerima, menafsirkan, dan menyebarkan informasi kebencanaan. Temuan Nuriman dan IKom menunjukkan bahwa kewaspadaan masyarakat Aceh terhadap informasi bencana lebih tinggi dibandingkan wilayah lain, dengan 65% responden aktif mencari dan membagikan informasi melalui media sosial (Nuriman & IKom, [2023](#)). Nilai gotong royong dan solidaritas yang kuat di Sumatera Utara dan Aceh turut memengaruhi pola interaksi digital masyarakat sehingga menghadirkan dinamika komunikasi kebencanaan yang khas dan layak dikaji secara akademis.

Tinjauan terhadap penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kajian komunikasi bencana di media sosial masih didominasi oleh penelitian pada platform Twitter dan Facebook, sedangkan penelitian yang secara khusus menjadikan TikTok sebagai objek utama hanya mencapai sekitar 12% (Dylian et al., [2025](#)). Penelitian Ferdaus et al. ([2024](#)) lebih berfokus pada penyebaran informasi bencana tanpa mengkaji karakteristik respons emosional maupun kognitif netizen, sementara penelitian M. Rahman et al. ([2023](#)) belum menganalisis karakteristik TikTok yang memiliki algoritma dan format konten berbeda dibandingkan platform media sosial lainnya. Sebagian besar penelitian terdahulu juga menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga belum mampu menjelaskan secara komprehensif proses pembentukan makna, opini publik, dan dinamika sosial yang muncul dalam kolom komentar. Kondisi tersebut menunjukkan adanya *research gap* terkait pemahaman pola respons netizen terhadap berita bencana pada TikTok, khususnya di Indonesia dan pada wilayah rawan bencana seperti Sumatera Utara dan Aceh. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis kualitatif terhadap respons afektif, kognitif, dan konatif netizen di TikTok dalam konteks berita bencana alam tahun 2025, sehingga penelitian ini diharapkan dapat melengkapi literatur komunikasi kebencanaan digital sekaligus memperluas penerapan teori komunikasi pada ruang interaksi media sosial.

Urgensi penelitian ini berangkat dari semakin dominannya media sosial, khususnya TikTok, sebagai ruang utama masyarakat dalam memperoleh sekaligus merespons informasi kebencanaan, termasuk di wilayah Sumatera Utara dan Aceh yang memiliki tingkat kerawanan bencana tinggi. Respons netizen yang muncul tidak hanya mencerminkan kepedulian publik, tetapi juga berpotensi membentuk opini, mempercepat penyebaran informasi yang belum terverifikasi, serta memengaruhi tindakan kolektif masyarakat pada situasi krisis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa belum

optimalnya pemahaman mengenai karakteristik respons netizen dapat meningkatkan risiko misinformasi, kepanikan, maupun apatisisme sosial. Penelitian ini memfokuskan permasalahan pada bagaimana pola respons netizen terbentuk dan berkembang dalam ruang interaksi TikTok ketika masyarakat menghadapi berita bencana alam. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan dasar ilmiah bagi pengembangan strategi komunikasi kebencanaan yang lebih efektif, adaptif, dan berorientasi pada perilaku audiens di era digital.

Penelitian Stimpson et al. (2025) menganalisis penggunaan TikTok sebagai media komunikasi krisis pada peristiwa kebakaran hutan Maui di Amerika Serikat melalui metode *content analysis* terhadap konten yang dipublikasikan selama satu tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok mampu meningkatkan keterlibatan publik sekaligus memperkuat penyampaian pesan emosional dan advokasi kebencanaan. Penelitian tersebut masih terbatas pada konteks global sehingga belum merepresentasikan karakteristik masyarakat Indonesia, khususnya di wilayah rawan bencana seperti Sumatera Utara dan Aceh. Penelitian tersebut juga belum membandingkan karakteristik respons netizen berdasarkan konteks lokal yang dipengaruhi kondisi sosial dan budaya masyarakat.

Amriza dan Ngafidin (2021) mengkaji pengaruh platform media sosial terhadap intensi individu dalam menyebarkan informasi bencana menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS)* berbasis survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor altruisme dan efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap niat individu untuk membagikan informasi kebencanaan. Penelitian tersebut belum memusatkan perhatian pada platform TikTok sebagai media komunikasi bencana yang berkembang pesat. Penelitian tersebut juga belum mengeksplorasi bentuk respons netizen yang muncul melalui narasi komentar maupun interaksi langsung pada konten kebencanaan.

K. A. Rahman et al. (2025) meneliti peran media sosial, khususnya Instagram, dalam membangun budaya mitigasi bencana melalui pendekatan netnografi. Penelitian tersebut membuktikan bahwa media sosial mampu meningkatkan kesadaran masyarakat dan memperkuat penyebaran pesan mitigasi bencana. Fokus penelitian masih terbatas pada Instagram sehingga belum menggambarkan dinamika komunikasi yang berkembang pada TikTok dengan karakteristik algoritma dan pola interaksi yang berbeda. Kajian tersebut juga belum menganalisis pola respons netizen terhadap berita kebencanaan melalui komentar sebagai ruang pembentukan opini publik.

Tohira dan Yahya (2024) menganalisis penggunaan bahasa sarkasme dalam komentar netizen terhadap isu sosial Rohingya di TikTok menggunakan metode *content analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sarkasme mendominasi interaksi netizen pada isu sosial tersebut. Fokus penelitian masih berada pada isu kemanusiaan nonkebencanaan sehingga belum menjelaskan karakteristik respons masyarakat terhadap berita bencana alam. Penelitian tersebut juga belum mengkaji respons netizen berdasarkan dimensi afektif, kognitif, dan konatif yang menjadi bagian penting dalam komunikasi kebencanaan.

Fahrudin dan Wulandari (2025) mengkaji dinamika opini publik di TikTok melalui pendekatan *mixed methods* yang memadukan analisis sentimen dan *framing* terhadap fenomena sosial budaya. Hasil penelitian menunjukkan adanya dominasi sentimen tertentu serta pengaruh algoritma dalam memperkuat narasi yang berkembang di ruang digital. Penelitian tersebut belum mengangkat isu bencana alam maupun mempertimbangkan karakteristik wilayah rawan bencana seperti Sumatera Utara dan Aceh. Sintesis penelitian terdahulu menunjukkan adanya *research gap* pada kajian mengenai pola respons netizen terhadap berita bencana di TikTok dalam konteks lokal Indonesia. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis kualitatif terhadap respons afektif, kognitif, dan konatif netizen di TikTok pada berita bencana alam di Sumatera Utara dan Aceh tahun 2025, sehingga

memberikan kontribusi baru bagi pengembangan kajian komunikasi kebencanaan digital berbasis perilaku audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pola respons netizen di TikTok terhadap berita bencana alam yang terjadi di Sumatera Utara dan Aceh pada tahun 2025. Penelitian ini mengidentifikasi bentuk respons afektif, kognitif, dan konatif yang muncul dalam interaksi digital, menganalisis dinamika pembentukan opini publik melalui kolom komentar dan fitur interaktif TikTok, serta menjelaskan bagaimana respons tersebut mencerminkan perilaku komunikasi masyarakat dalam situasi kebencanaan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi digital dan menjadi dasar dalam penyusunan strategi komunikasi kebencanaan yang lebih efektif, partisipatif, dan adaptif terhadap karakteristik audiens di media sosial.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat tanpa menguji hipotesis maupun hubungan sebab-akibat secara statistik (Syahrizal & Jailani, [2023](#)). Penelitian memfokuskan kajian pada pola respons netizen terhadap berita bencana alam di TikTok, khususnya bagaimana respons tersebut muncul, berkembang, dan membentuk interaksi dalam ruang digital. Peneliti memilih pendekatan ini karena mampu mengungkap makna, konteks, serta dinamika komunikasi yang tidak dapat dijelaskan secara memadai melalui pendekatan kuantitatif. Penelitian dilaksanakan dengan mengamati aktivitas pengguna TikTok secara langsung pada konten berita bencana, kemudian mengidentifikasi bentuk-bentuk respons yang muncul selama proses pengamatan.

Penelitian mendeskripsikan beberapa aspek utama, yaitu pola respons netizen terhadap konten bencana, bentuk respons kognitif, afektif, dan konatif, dinamika interaksi pada kolom komentar maupun fitur *stitch* dan *duet*, serta persamaan dan perbedaan respons netizen terhadap berita bencana di Sumatera Utara dan Aceh. Peneliti mengelompokkan setiap respons berdasarkan karakteristiknya untuk memperoleh gambaran yang lebih sistematis mengenai perilaku komunikasi masyarakat di media sosial. Proses pengelompokan dilakukan melalui pembacaan berulang terhadap komentar dan interaksi yang relevan agar setiap kategori benar-benar merepresentasikan fenomena yang diamati. Langkah tersebut memungkinkan penelitian tidak hanya mengidentifikasi isi komentar, tetapi juga menjelaskan bagaimana emosi, opini, dan tindakan sosial terbentuk dalam ekosistem media sosial.

Penelitian dilaksanakan pada platform TikTok dengan memfokuskan pengamatan pada akun-akun berita lokal serta konten yang menggunakan tagar populer, seperti #BanjirMedan2025, #GempaAceh, dan #PrayForSumut. Peneliti memilih lokasi penelitian tersebut karena aktivitas pengguna dalam mendiskusikan isu kebencanaan sangat tinggi sehingga menyediakan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pengumpulan data dimulai sejak proposal penelitian disusun pada 20 Januari hingga seluruh proses penelitian selesai. Rentang waktu tersebut memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengamati perubahan respons netizen secara berkelanjutan sesuai perkembangan peristiwa bencana yang terjadi.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui tangkapan layar (*screenshot*) komentar netizen, transkrip video seperti *stitch*, serta hasil observasi terhadap interaksi yang berlangsung pada kolom komentar. Data sekunder diperoleh dari jurnal, artikel ilmiah, dan berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Peneliti mengumpulkan data melalui observasi virtual (*cyber-observation*) dengan memantau konten yang muncul pada halaman *For You Page* (FYP) maupun melalui pencarian menggunakan kata kunci tertentu, kemudian

mendokumentasikan seluruh data secara digital dan melengkapinya dengan studi pustaka sebagai dasar penguatan analisis.

Peneliti menjaga keabsahan data melalui triangulasi sumber, triangulasi waktu, dan reflektivitas peneliti. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan respons netizen yang muncul pada akun berita resmi dan akun kreator individu, sedangkan triangulasi waktu dilakukan dengan mengamati perubahan respons pada waktu yang berbeda. Peneliti juga menerapkan reflektivitas selama proses analisis untuk meminimalkan subjektivitas dalam menafsirkan data. Penerapan ketiga teknik tersebut menghasilkan temuan yang lebih kredibel dan memberikan pemahaman yang mendalam mengenai dinamika respons netizen dalam komunikasi kebencanaan di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial telah menjadi ruang utama dalam penyebaran dan konsumsi informasi publik di era digital, salah satunya melalui platform TikTok. Platform ini memungkinkan pengguna mengakses, memproduksi, dan merespons informasi secara cepat melalui format video pendek yang didukung fitur interaktif, seperti komentar, *like*, *share*, *duet*, dan *stitch*. Dalam konteks komunikasi kebencanaan, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media distribusi informasi, tetapi juga sebagai ruang diskursif tempat masyarakat membangun makna, mengekspresikan emosi, dan membentuk opini terhadap suatu peristiwa. Temuan ini memperlihatkan bahwa TikTok menjadi medium penting untuk memahami bagaimana masyarakat merespons berita bencana secara *real-time* dan kolektif (Papani, 2025).

Penelitian ini memfokuskan pembahasan pada pemberitaan banjir di Sumatera Utara dan Aceh, khususnya banjir Aceh Tamiang tahun 2025 yang memperoleh perhatian luas di TikTok. Konten yang beredar umumnya menampilkan kondisi korban, aktivitas relawan, serta narasi kemanusiaan yang mendorong keterlibatan emosional audiens. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa respons netizen tidak bersifat homogen, tetapi mencakup empati, solidaritas, kritik terhadap pemerintah, kekhawatiran mengenai distribusi bantuan, hingga ekspresi kemarahan yang mengarah pada politisasi bencana. Variasi respons tersebut menunjukkan bahwa komunikasi kebencanaan di media sosial berlangsung secara dinamis dan dipengaruhi oleh pengalaman, persepsi, serta cara pengguna menafsirkan informasi yang diterima. Temuan ini menggambarkan kompleksitas pola respons netizen terhadap berita bencana dalam konteks penelitian yang dilakukan (Tumanggor & Sazali, 2025).

Respons dan interaksi audiens terhadap pemberitaan banjir Aceh Tamiang di TikTok tidak hanya tercermin melalui jumlah tayangan, tanda suka, maupun jumlah *share*, tetapi juga melalui komentar yang ditinggalkan pengguna. Perspektif *Computer-Mediated Communication* (CMC) menjelaskan bahwa kolom komentar menjadi ruang komunikasi yang dimediasi teknologi sehingga individu dapat mengekspresikan pendapat tanpa dibatasi ruang dan waktu, bahkan anonimitas tertentu dapat memperkuat kebebasan berekspresi. Interaksi tersebut membentuk jaringan makna kolektif yang berkembang secara dinamis sesuai isu yang sedang diperbincangkan. Pendekatan *Stimulus-Organism-Response* (SOR) melengkapi penjelasan tersebut dengan memandang konten video bencana sebagai *stimulus* yang memengaruhi proses internal pengguna (*organism*), kemudian menghasilkan berbagai bentuk respons berupa komentar, dukungan, kritik, maupun penolakan (Sugiarto et al., 2022).

Analisis menggunakan perspektif CMC dan SOR menunjukkan bahwa komentar netizen merupakan hasil proses komunikasi digital yang melibatkan aspek emosional, kognitif, dan perilaku secara bersamaan. Konten yang menampilkan penderitaan korban atau aksi kemanusiaan mendorong munculnya respons afektif berupa empati, simpati, doa, dan dukungan moral. Sebagian pengguna

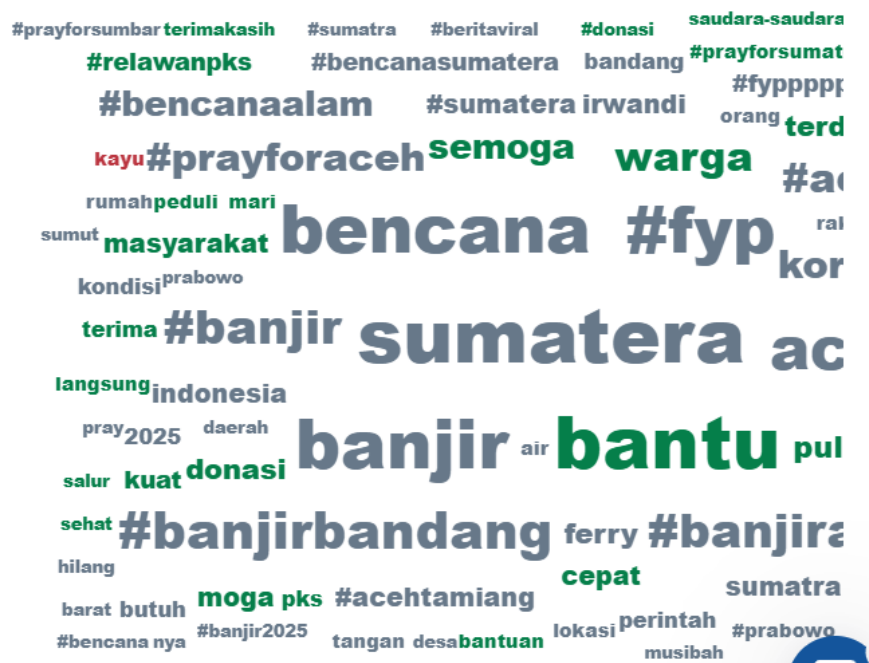
juga memberikan respons kognitif melalui evaluasi kritis terhadap pemerintah maupun mekanisme distribusi bantuan, sedangkan pengguna lain memperlihatkan respons konatif berupa keinginan untuk berdonasi atau terlibat langsung dalam kegiatan kemanusiaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pola respons netizen tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik pesan yang diterima, tetapi juga oleh kondisi psikologis dan sosial masing-masing pengguna dalam ruang komunikasi digital. Penelitian ini mendeskripsikan kecenderungan respons yang ditemukan pada data sehingga interpretasi hasil tetap berada dalam ruang lingkup temuan penelitian dan tidak dimaksudkan untuk menggeneralisasi seluruh perilaku pengguna TikTok. Berikut merupakan kategorisasi pola respons netizen terhadap pemberitaan banjir Aceh Tamiang di TikTok berdasarkan pendekatan CMC dan SOR:

Tabel 1. Pola Respon Netizen terhadap Postingan Banjir Aceh Tamiang di TikTok (2025)

No	Kategori Respon (CMC & SOR)	Karakteristik Komentar	Representatif Komentar	Makna Respon
1	Respons Afektif-Emosional	Ekspresi empati, doa, dukungan moral, apresiasi terhadap relawan	“Terimakasih bang Ferry atas bantuannya”, “MasyaAllah orang-orang baik”, “Semoga Allah balas kebbaikannya”	Stimulus berupa konten kemanusiaan memicu emosi positif (organism) yang menghasilkan respons dukungan
2	Respons Konatif-Partisipatif	Dorongan untuk ikut membantu atau terlibat	“Pengen bantu tapi gak punya biaya”, “Open donasi lagi bang”	Stimulus memunculkan niat tindakan sosial sebagai bentuk partisipasi audiens
3	Respons Kognitif-Kritis	Kritik terhadap pemerintah atau sistem	“Rakyat bantu rakyat karena pemerintah sibuk”, “Negara udah bantu apa?”	Audiens memproses informasi secara rasional dan menghasilkan evaluasi kritis
4	Respons Kognitif-Reflektif	Dukungan disertai kekhawatiran terhadap distribusi bantuan	“Semoga bantuan tepat sasaran”, “Takut ada oknum”	Respons menunjukkan kombinasi empati dan kehati-hatian dalam menilai situasi
5	Respons Oposisional-Institusional	Penolakan terhadap narasi atau simbol negara	“Wapres ngapain aja?”, “Presiden bikin kecewa tiap hari”	Stimulus memicu ketidakpercayaan terhadap institusi
6	Respons Emosional-Politis	Kemarahan kolektif dan politisasi bencana	“Pemerintah serakus itu”, “Negara juara bantu luar tapi rakyat sendiri tidak”	Bencana dimaknai sebagai simbol ketidakadilan sosial dan politik

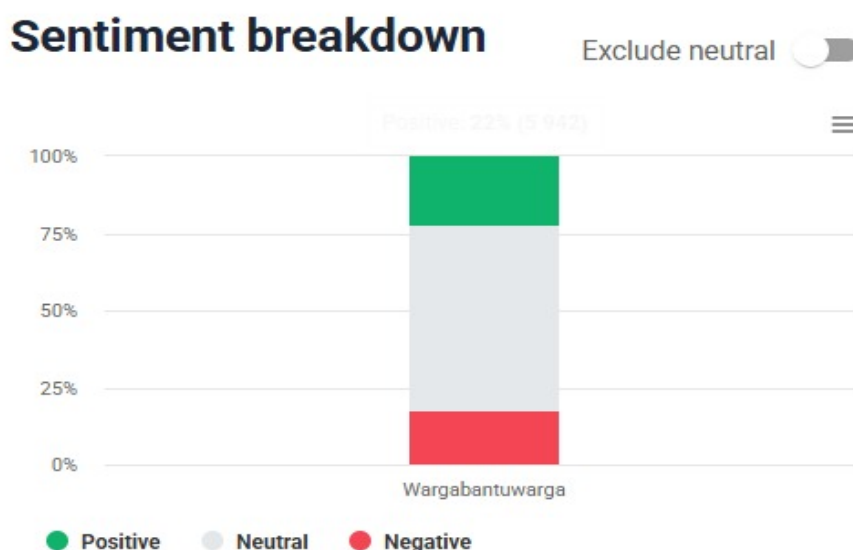
Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026.

Pola respons netizen terhadap berita bencana di TikTok menunjukkan bahwa komunikasi kebencanaan di era digital berkembang dari pola komunikasi satu arah menjadi interaktif dan partisipatif. Perspektif *Computer-Mediated Communication* (CMC) dan *Stimulus-Organism-Response* (SOR) menjelaskan bahwa setiap respons merupakan hasil interaksi antara konten sebagai *stimulus* dengan kondisi psikologis dan sosial audiens sebagai *organism*. Proses tersebut menghasilkan beragam bentuk respons, mulai dari dukungan, kritik, hingga ajakan berpartisipasi dalam kegiatan kemanusiaan. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan opini publik dan interaksi sosial dalam konteks komunikasi kebencanaan. Interpretasi tersebut disusun berdasarkan data yang diperoleh selama penelitian sehingga mencerminkan karakteristik respons netizen pada konteks yang diamati.



Gambar 1. *Word Cloud* Brand24 Konten Bencana Banjir TikTok (2025)
Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026.

Visualisasi *word cloud* menunjukkan bahwa diskursus banjir Aceh Tamiang di ruang digital didominasi oleh istilah yang berkaitan dengan bencana, solidaritas, dan ajakan kemanusiaan, seperti "banjir", "bencana", "bantu", dan "donasi", yang memiliki frekuensi kemunculan tinggi. Tagar seperti #fyp, #prayforaceh, dan #banjirbandang memperlihatkan upaya pengguna untuk meningkatkan visibilitas konten melalui mekanisme algoritma TikTok sehingga informasi menjangkau audiens yang lebih luas. Hasil tersebut sejalan dengan analisis konten yang menunjukkan bahwa narasi kemanusiaan dipadukan dengan visual yang kuat untuk membangun empati dan solidaritas publik. Temuan ini mengindikasikan bahwa unsur emosional berperan penting dalam penyebaran konten kebencanaan di TikTok, meskipun penelitian ini tidak mengukur secara langsung efektivitas algoritma maupun dampaknya terhadap perilaku pengguna. Interpretasi tersebut dibatasi pada pola komunikasi yang teridentifikasi dalam data penelitian.



Gambar 2. Sentimen terhadap Konten Banjir Aceh Tamiang di TikTok (2025)
Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026.

Visualisasi sentimen menunjukkan bahwa percakapan publik mengenai tema *warga bantu warga* pada peristiwa banjir Aceh dan Sumatera Utara didominasi oleh sentimen netral dan positif, sedangkan sentimen negatif muncul dalam proporsi yang lebih kecil. Dominasi sentimen netral menunjukkan bahwa sebagian besar percakapan berfungsi sebagai penyampaian informasi, dokumentasi aktivitas bantuan, dan distribusi perkembangan situasi di lapangan. Sentimen positif mencerminkan empati masyarakat, apresiasi terhadap relawan, serta dukungan moral kepada para korban, sedangkan sentimen negatif lebih banyak mengarah pada kritik terhadap institusi dan tata kelola penanganan bencana. Hasil tersebut menunjukkan bahwa TikTok menjadi ruang artikulasi berbagai pandangan masyarakat terhadap peristiwa bencana, bukan hanya sebagai media penyebaran informasi. Temuan ini mendukung hasil analisis penelitian mengenai keberagaman respons netizen, tetapi tidak digunakan sebagai dasar untuk menyimpulkan perubahan sikap masyarakat secara umum karena penelitian hanya berfokus pada analisis interaksi yang muncul dalam data yang dikumpulkan (Nasution & Sazali, [2025](#)).

Penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok telah berkembang menjadi ruang komunikasi kebencanaan yang bersifat interaktif, partisipatif, dan dinamis dalam konteks bencana alam di Sumatera Utara dan Aceh tahun 2025. Pola respons netizen yang teridentifikasi tidak bersifat tunggal, tetapi mencakup berbagai bentuk respons, mulai dari empati, solidaritas, kritik, hingga kemarahan kolektif. Temuan tersebut menunjukkan bahwa netizen tidak lagi hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai aktor yang berpartisipasi dalam membangun, menegosiasikan, dan memengaruhi narasi kebencanaan di ruang digital. Hasil penelitian ini mendukung pandangan bahwa komunikasi kebencanaan di era media sosial telah mengalami pergeseran dari model satu arah menuju komunikasi yang lebih partisipatif dan melibatkan publik secara luas (Adhitya & Aji, [2019](#)).

Pendekatan *Computer-Mediated Communication* (CMC) membantu menjelaskan bagaimana interaksi digital terbentuk melalui karakteristik media yang digunakan. TikTok tidak hanya menjadi saluran penyampaian informasi, tetapi juga menyediakan ruang komunikasi yang dipengaruhi oleh anonimitas, kecepatan distribusi informasi, dan algoritma yang meningkatkan visibilitas konten tertentu. Karakteristik tersebut terlihat pada kolom komentar yang menjadi ruang diskursif bagi pengguna untuk menyampaikan dukungan, kritik, maupun pandangan yang berbeda terhadap peristiwa bencana. Temuan penelitian menunjukkan bahwa interaksi digital berperan dalam membentuk makna kolektif mengenai peristiwa kebencanaan, meskipun penelitian ini tidak mengukur secara langsung pengaruh algoritma terhadap perilaku pengguna (Swarna et al., [2024](#)).

Pendekatan *Stimulus-Organism-Response* (SOR) menjelaskan proses terbentuknya respons netizen setelah menerima paparan konten kebencanaan di TikTok. Video yang menampilkan kondisi korban maupun aktivitas kemanusiaan berfungsi sebagai *stimulus* yang memengaruhi proses internal pengguna, baik berupa emosi, persepsi, maupun penilaian kognitif. Proses tersebut menghasilkan berbagai bentuk respons, seperti komentar, dukungan, kritik, dan ajakan untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial. Variasi respons afektif, kognitif, dan konatif yang ditemukan menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya bereaksi secara emosional, tetapi juga melakukan interpretasi terhadap informasi yang diterima sesuai pengalaman dan sudut pandang masing-masing (Sugiarto et al., [2022](#)).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pola respons netizen dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan pengalaman masyarakat di Sumatera Utara dan Aceh. Ekspresi empati dan solidaritas mencerminkan kuatnya nilai kolektivitas, sedangkan kritik terhadap pemerintah dan politisasi bencana menunjukkan adanya perbedaan persepsi masyarakat terhadap penanganan bencana. TikTok sebagai platform dengan karakteristik penyebaran informasi yang cepat turut memperluas jangkauan informasi maupun berbagai opini yang berkembang di ruang digital. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pemerintah dan lembaga kebencanaan untuk menyusun strategi

komunikasi yang lebih responsif, transparan, dan sesuai dengan karakteristik komunikasi masyarakat di media sosial (Ibrahim et al., [2025](#)).

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil. Analisis hanya difokuskan pada konten dan interaksi netizen di TikTok dalam konteks bencana di Sumatera Utara dan Aceh sehingga hasil penelitian tidak dimaksudkan untuk mewakili seluruh perilaku pengguna media sosial ataupun seluruh jenis bencana di Indonesia. Penelitian ini juga mendeskripsikan pola respons berdasarkan pendekatan kualitatif sehingga belum mengukur hubungan kausal maupun tingkat pengaruh setiap bentuk respons terhadap perilaku masyarakat. Keterbatasan tersebut membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif serta membandingkan pola respons pada berbagai platform media sosial dan konteks kebencanaan yang berbeda.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi analisis respons netizen di TikTok menggunakan pendekatan kualitatif berbasis teori *Computer-Mediated Communication* (CMC) dan *Stimulus-Organism-Response* (SOR) dalam konteks komunikasi kebencanaan di Indonesia, khususnya di Sumatera Utara dan Aceh. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih banyak berfokus pada platform media sosial lain atau menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini mengkaji makna interaksi digital secara mendalam berdasarkan konteks lokal. Penelitian ini juga menawarkan kategorisasi pola respons netizen yang mencakup dimensi afektif, kognitif, dan konatif sebagai dasar untuk memahami dinamika komunikasi kebencanaan di media sosial. Kontribusi tersebut memperkaya kajian komunikasi digital sekaligus memberikan perspektif baru mengenai pembentukan opini publik pada situasi kebencanaan di era media sosial.

SIMPULAN

Penelitian ini berhasil mencapai tujuan untuk mengeksplorasi pola respons netizen di TikTok terhadap berita bencana alam di Sumatera Utara dan Aceh tahun 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa respons netizen tidak bersifat tunggal, melainkan mencakup dimensi afektif berupa empati dan solidaritas, dimensi kognitif berupa kritik dan evaluasi terhadap penanganan bencana, serta dimensi konatif berupa dorongan untuk berpartisipasi dalam aksi kemanusiaan. Analisis menggunakan pendekatan *Computer-Mediated Communication* (CMC) dan *Stimulus-Organism-Response* (SOR) menunjukkan bahwa respons tersebut terbentuk melalui interaksi antara karakteristik konten sebagai *stimulus* dengan proses psikologis dan sosial audiens dalam ruang komunikasi digital. Temuan ini menegaskan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan opini publik yang berpotensi memperkuat solidaritas sosial sekaligus memunculkan kritik, politisasi, maupun risiko penyebaran misinformasi. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa pemerintah, lembaga kebencanaan, dan pengelola komunikasi publik perlu menyusun strategi komunikasi yang lebih adaptif, transparan, dan sesuai dengan karakteristik perilaku audiens di media sosial.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menganalisis respons netizen pada platform TikTok dalam konteks pemberitaan bencana alam di Sumatera Utara dan Aceh selama periode penelitian, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan untuk seluruh platform media sosial maupun seluruh peristiwa bencana di Indonesia. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif sehingga belum mengukur hubungan kausal ataupun tingkat pengaruh setiap bentuk respons terhadap perilaku masyarakat. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan kajian dengan membandingkan berbagai platform media sosial, melibatkan wilayah bencana yang lebih beragam, serta menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika komunikasi kebencanaan di ruang digital.

REFERENSI

- Adhitya, R. Y., & Aji, G. G. (2019). *Implementasi government public relations digital untuk membangun komunikasi dua arah: Studi kasus program Sapawarga Pemerintah Kota Surabaya*. *The Commercium*, 1(2). <https://doi.org/10.26740/tc.vii2.26746>
- Amriza, R. N. S., & Ngafidin, K. N. M. (2021). Analisis pengaruh platform sosial media terhadap penyebaran informasi bencana. *JSiI (Jurnal Sistem Informasi)*, 8(2), 82–87. <https://10.30656/jsii.v8i2.3639>
- Silvia, M., Roust, D., Gilrandy, D., & Irwansyah. (2022). Application of Computer-Mediated Communication theory in online learning. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 11(2), 104–117. <https://doi.org/10.7454/jkmi.viii2.1032>
- Dylian, R. O., Nurmandi, A., & Younus, M. (2025). Crisis communication transformation through global digital news platforms. *Jurnal ASPIKOM*, 10(1), 51–66. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v10i1.1641>
- Fahrudin, A., & Wulandari, L. (2025). Dinamika opini publik di media sosial TikTok: Analisis sentimen netizen terhadap wisuda ala sarjana SMK Citra Bangsa Mandiri Purwokerto pada @republikajogja. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi (JUITIK)*, 5(2), 150–162. <https://doi.org/10.55606/juitik.v5i2.1156>
- Ferdous, F., Wijaya, T., Wibawa, A., & Pratama, P. A. (2024). Pelatihan pemanfaatan media sosial dalam promosi wisata Desa Kiluan Negeri, Kecamatan Kelumbayan, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. *Jurnal Pengabdian Dharma Wacana*, 5(1), 35–45. <https://doi.org/10.37295/jpdw.v5i1.519>
- Hautea, S., Parks, P., Takahashi, B., & Zeng, J. (2021). Showing they care (or don't): Affective publics and ambivalent climate activism on TikTok. *Social Media + Society*, 7(2). <https://doi.org/10.1177/20563051211012344>
- Horstman, H. K., Pedro, A., Goldschmidt, T., Watson, O., & Butauski, M. (2023). Exploring resilience and communicated narrative sense-making in South Africans' stories of apartheid. *International Journal of Communication*, 17, 3207–3225.
- Ibrahim, F. E., F. E., & Sukmana, O. (2025). Peran media sosial dalam pola komunikasi Generasi Z. *Comserva: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 4(11). <https://doi.org/10.59141/comserva.v4i11.2999>
- Jones, R. L., Guha-Sapir, D., & Tubeuf, S. (2022). Human and economic impacts of natural disasters: Can we trust the global data? *Scientific Data*, 9, Article 572. <https://doi.org/10.1038/s41597-022-01667-x>
- Kemp, S. (2024, February 21). *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal. [Digital 2024: Indonesia](https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia/)
- Khan, S. M., Shafi, I., Butt, W. H., De, I., Diez, T., Flores, L. A. M., Galán, J. C., & Ashraf, I. (2023). A systematic review of disaster management systems: Approaches, challenges, and future directions.
- Nuriman, D. A. (2023). *Komunikasi risiko menghadapi bencana alam tsunami melalui stakeholder engagement*. Damara Press.
- Nasution, M. S., & Sazali, H. (2025). Regulasi media sosial dan penanganan disinformasi: Analisis komparatif kebijakan komunikasi di Indonesia dan ASEAN. *FIKRUNA: Jurnal Ilmiah Kependidikan dan Kemasyarakatan*, 7(3). <https://doi.org/10.56489/fik.v7i3.339>
- Papani, Y. (2025). Penggunaan media sosial sebagai media pembelajaran. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(2). <https://10.31764/jces.v3i2.2310>
- Pierri, F., Perry, B. L., DeVerna, M. R., Yang, K.-C., Flammini, A., Menczer, F., & Bryden, J. (2022). Online misinformation is linked to early COVID-19 vaccination hesitancy and refusal. *Scientific Reports*, 12(1), Article 5966. <https://doi.org/10.1038/s41598-022-10070-w>

- Rahman, K. A., Nayiroh, L., Nurkinan, N., & Baihaqi, A. (2025). Membangun budaya mitigasi bencana di media sosial. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 14(2), 319–337. <https://doi.org/10.35508/jikom.v14i2.9679>
- Rahman, M., Nursyabilah, I., Astuti, P., Syam, M. I., Mukramin, S., & Kurnawati, W. O. I. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran. *Journal on Education*, 5(3), 10646–10653. <https://10.31004/joe.v5i3.1890>
- Rambe, K. A., & Fatimah, S. (2026). Nurcholis Majid's study of thought for the civilization of science: A critical reflection on the basic values of struggle in the context of Islam and Indonesianness. *LANGGAM: International Journal of Social Science Education, Art and Culture*, 5(2), 1–6. <http://doi.org/10.24036/langgam>
- Stimpson, J. P., Srivastava, A., Tamirisa, K., Kaholokula, J. K., & Ortega, A. N. (2025). Crisis communication about the Maui wildfires on TikTok: Content analysis of engagement with Maui wildfire-related posts over 1 year. *JMIR Formative Research*, 9, e67515. <http://doi:10.2196/67515>
- Sugiarto, A., Lee, C. W., Huruta, A. D., Dewi, C., & Chen, A. P. S. (2022). Predictors of pro-environmental intention and behavior: A perspective of *Stimulus–Organism–Response* theory. *Sustainability*, 14(23), 16047. <https://doi.org/10.3390/su142316047>
- Swarna, M. F., Rumardani, A., Saputra, E. A., Nuryadi, D. P., Al-Mufid, M. D., & Amalia, N. (2024). Dampak penggunaan media sosial terhadap pola komunikasi interpersonal. *Karimah Tauhid*, 3(1). <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i1.11841>
- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-jenis penelitian dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.61104/jq.viii.49>
- Tohira, S., & Yahya, A. H. (2024). Analisis bahasa sarkasme pada komentar netizen terhadap pemberitaan Rohingya di akun TikTok Tribun Bogor. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik*, 1(4), 652–661. <https://10.62379/jiksp.vii4.1038>
- Tumanggor, T., & Sazali, H. (2025). Etika regulasi dan kebijakan media digital: Meningkatkan kesadaran publik di era informasi. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 6(3). <https://doi.org/10.63447/jimik.v6i3.1565>