



Dari Empati Online ke Aksi Nyata: Peran Media Sosial Dalam Menggerakkan Solidaritas Korban Bencana Alam di Sumatera

From Online Empathy to Real Action: The Role of Social Media in Mobilizing Solidarity for Natural Disaster Victims in Sumatra

Febi Yushari

Universitas Islam Negeri Sultanah Nahrasiyah Lhokseumawe, Aceh, Indonesia

Email : febiysr0894@gmail.com

Article Info

Article history :

Received : 05-01-2026

Revised : 07-01-2026

Accepted : 09-01-2026

Pulished : 11-01-2026

Abstract

This study aims to analyze the role of social media in transforming digital empathy into concrete acts of social solidarity in the flood disaster in Sumatra. This study uses a qualitative method with a literature review approach enriched by digital case studies of community responses on social media. The analysis was conducted using Social Change Theory to understand the process of change from awareness, empathy, to collective action. The results show that social media plays a crucial role in building collective awareness, mobilizing resources, and encouraging collaboration between citizens, communities, and institutions, so that online empathy can be transformed into concrete humanitarian action.

Keywords : Social Media, Social Change, Natural Disasters

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis peran media sosial dalam mewujudkan empati digital menjadi aksi nyata solidaritas sosial pada kasus bencana banjir di Sumatera. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kajian kepustakaan yang diperkaya studi kasus digital terhadap respons masyarakat di media sosial. Analisis dilakukan menggunakan Social Change Theory untuk memahami proses perubahan dari kesadaran, empati, hingga tindakan kolektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam membangun kesadaran kolektif, memobilisasi sumber daya, serta mendorong kolaborasi antara masyarakat, komunitas, dan lembaga, sehingga empati daring dapat bertransformasi menjadi aksi kemanusiaan yang konkret.

Kata Kunci : Media Sosial, Perubahan Sosial, Bencana Alam

PENDAHULUAN

Peristiwa bencana alam yang terjadi di setiap belahan dunia tidak hanya berdampak pada aspek fisik dan lingkungan, tetapi juga mengguncang struktur sosial masyarakat. Indonesia merupakan negara yang sering dilanda bencana karhutla, khususnya pada bagian barat yang kaya akan lahan gambut seperti Pulau Sumatera dan Pulau Kalimantan (Nuha, 2025). Selain itu wilayah Sumatera juga kerap kali mengalami bencana alam seperti banjir besar, longsor, dan aktivitas vulkanik, sehingga respons masyarakat menjadi salah satu faktor penting dalam proses pemulihan. (Setiawab et al, 2022). Pada akhir November 2025 lalu, banjir bandang dan longsor melanda wilayah Sumatera. Yakni di Provinsi Aceh, Provinsi Sumatera Barat, dan Provinsi Sumatera Utara. Bencana tersebut dapat dikategorikan sebagai salah satu bencana hidrometeorologi dengan tingkat kerusakan tertinggi dalam satu dekade terakhir yang terjadi di Indonesia. Sebagaimana data yang dirilis oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) dan laporan media internasional



seperti Reuters menunjukkan bahwa dampak dari bencana tersebut sangatlah luas, baik dari aspek kemanusiaan, infrastruktur, sekaligus menguji kapasitas pemerintah dalam penanganan serta pemulihan pascabencana. Kemajuan teknologi komunikasi telah mengubah cara masyarakat dalam merespons bencana: mulai dari ketergantungan pada media konvensional menjadi keterlibatan aktif melalui media sosial sebagai ruang komunikasi publik yang dinamis dan partisipatif.

Media sosial seperti Twitter/X, Facebook, Instagram, Tiktok, dan lain sebagainya menjadi wadah utama terhadap penyebaran empati dan penggalangan dana serta bantuan bagi korban. Beberapa tagar-tag ar trending sebagai bentuk simpati dan empati dari masyarakat, seperti #SumateraBerduka dan #PrayForSumatera yang bahkan sempat menduduki posisi kedua trending di Twitter/X dengan 102.000 lebih pengguna. Demikian juga tagar lain seperti #SumateraFloodRelief dan #PeduliBanjirSumatera yang juga berisi informasi kondisi korban, doa, ajakan donasi, unggahan foto/vidio lokasi bencana, bahkan narasi emosional korban serta saksi mata yang semakin menyentuh dan memicu aksi bersama.

Dapat dilihat bahwa media sosial tidak lagi hanya sekedar berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, melainkan juga menjadi ruang pembentukan kesadaran kolektif. Ketika peristiwa bencana terjadi, publik dengan cepat membangun narasi empati melalui unggahan foto, video, testimoni korban, serta ajakan bantuan yang tersebar luas di berbagai platform digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa komunikasi massa di era digital tidak hanya memproduksi pengetahuan tentang bencana, tetapi juga membentuk iklim emosional yang memengaruhi sikap dan perilaku antar masyarakat.

Perubahan pola komunikasi ini mencerminkan prinsip utama Teori Perubahan Sosial (Social Change Theory), yang memandang komunikasi sebagai alat strategis dalam mendorong perubahan sosial. Dalam konteks ini, pesan-pesan yang beredar di media sosial dapat mengubah posisi masyarakat dari sekedar pengamat pasif menjadi aktor sosial yang secara langsung terlibat dalam aksi solidaritas, seperti penggalangan dana, sukarelawan digital, dan koordinasi bantuan kemanusiaan antar wilayah. Proses ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak berhenti pada tingkat wacana, tetapi bertransformasi menjadi praktik sosial yang nyata.

Namun, dinamika demikian juga menimbulkan tantangan. Aliran informasi yang masif berpotensi menimbulkan kepanikan, disinformasi, atau empati sesaat yang tidak berkelanjutan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara kritis bagaimana media sosial membentuk mekanisme perubahan sosial, terutama dalam menggalang solidaritas komunitas untuk korban bencana di Sumatera. Studi ini relevan dengan disiplin ilmu komunikasi massa karena secara konkret menunjukkan hubungan antara pesan, media, dan transformasi perilaku sosial.

Berdasarkan deskripsi di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam mengubah empati digital menjadi tindakan konkret solidaritas di kalangan masyarakat terhadap korban bencana alam di Sumatera dengan menggunakan perspektif Teori Perubahan Sosial (Social Change Theory), sehingga memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang fungsi strategis komunikasi massa dalam proses perubahan sosial di era digital



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode kajian kepustakaan (library research) yang kemudian diperkaya dengan studi kasus digital (digital case study). Pemilihan pendekatan ini dilakukan untuk memahami secara mendalam bagaimana empati yang bermunculan di media sosial dapat bertransformasi menjadi sebuah aksi nyata solidaritas sosial terhadap korban banjir di wilayah Sumatera pada Novembar 2025 melalui perspektif Social Change Theory. Kajian kepustakaan (library research) digunakan untuk membangun kerangka konseptual mengenai media sosial, empati publik, komunikasi, dan perubahan sosial. Sementara itu, studi kasus digital dimanfaatkan untuk memberikan konteks empiris berupa fenomena empati, simpati, dan mobilisasi bantuan yang terekam dalam media sosial selama dan setelah bencana berlangsung. Penelitian ini terdiri dari sumber data sekunder yang meliputi literatur ilmiah, berupa buku dan jurnal komunikasi massa, artikel akademik, dan penelitian terdahulu terkait komunikasi bencana. Kemudian data digital kontekstual, berupa artikel berita daring, laporan lembaga kemanusiaan, dokumentasi kampanye solidaritas, serta unggahan publik.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur secara sistematis, pengumpulan dokumentasi digital dari media sosial dan media daring, dan pemilihan kasus digital berdasarkan relevansi, visibilitas publik, dan keterkaitannya dengan mobilisasi solidaritas. Kemudian data dianalisis menggunakan analisis tematik kualitatif dengan tahapan reduksi data, kategorisasi tema, dan sintesis antara teori perubahan sosial dan temuan kasus digital

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Media Sosial Perspektif Komunikasi Massa

Media sosial tergolong suatu bentuk perkembangan media massa di era digital yang memungkinkan proses komunikasi berlangsung secara lebih cepat, interaktif, dan partisipatif. Hal ini terbukti bahwa media sosial memenuhi ciri sebagai media massa, di mana ia bersifat terbuka, dapat diakses banyak orang, melampaui batas geografis dan ideologis, serta mampu membentuk opini publik dengan sangat cepat (Munfida, 2023). Ini tentu sangat berbeda dengan media massa konvensional yang hanya bersifat satu arah, di mana media sosial memungkinkan khalayak tidak hanya berposisi sebagai penerima pesan namun juga sebagai produsen dan distributor informasi.

Jika dilihat dalam konteks komunikasi massa, diketahui bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang publik digital yang memfasilitasi pertukaran pesan, pembentukan opini publik, serta mobilisasi kesadaran sosial (Silviyanti, 2024). Meski menawarkan manfaat yang cukup signifikan, media sosial baru dinyatakan bersifat konstruktif apabila penggunaannya disertai regulasi, etika komunikasi, serta literasi digital yang memadai (Amril, 2025). Karakteristik utama dari media sosial seperti kecepatan penyebaran informasi, jangkauan yang luas, dan kemampuan membangun jejaring sosial menjadikannya medium strategis dalam merespons isu-isu sosial, termasuk isu bencana alam. Melalui unggahan, komentar, dan fitur berbagi, pesan kemanusiaan dapat tersebar secara masif dan membentuk kesadaran kolektif dalam waktu yang tergolong singkat.



2. Media Sosial dan Komunikasi Bencana

Dalam kajian komunikasi bencana (disaster communication), media sosial dipahami sebagai alat penting dalam penyebaran informasi krisis, sebagaimana yang dilakukan oleh instansi penanggulangan bencana melalui Instagram, Twitter/X, dan lainnya untuk menginformasikan peringatan, kondisi terkini, dan intruksi keselamatan secara cepat (Andi, 2024). Kemudian koordinasi bantuan dan dukungan komunitas yang diakui efektif dalam mobilisasi bantuan logistik, relawan serta advokasi dan perhatian global. Pada kondisi tersebut, media sosial juga digunakan untuk menyebarkan informasi tanggap darurat dan mengidentifikasi kebutuhan medis, fisik, dan emosional korban bencana (Muniz, 2020). Fakta tersebut membuktikan bahwa media sosial memungkinkan informasi darurat disampaikan secara real-time, baik oleh otoritas resmi, lembaga kemanusiaan, maupun masyarakat terdampak secara langsung. Dalam konteks banjir di Sumatera, media sosial menjadi medium utama yang mempertemukan kebutuhan korban dengan potensi bantuan dari publik.

3. Empati Digital dan Solidaritas Sosial dalam Ruang Media Sosial

Empati digital merupakan suatu kemampuan untuk merasakan dan merespons emosi orang lain melalui interaksi online atau teknologi komunikasi seperti media sosial, sementara solidaritas sosial merujuk pada rasa kebersamaan dan saling membantu yang muncul dalam komunitas digital. Keduanya merupakan landasan penting bagi hubungan sosial dan gerakan kolektif di media sosial saat ini. Di mana digital empathy terbukti mampu membantu regulasi emosi, memperkuat hubungan, serta memberi dukungan sosial terutama pada situasi krisis. Secara kognitif, empati dapat disampaikan secara efektif melalui bahasa, simbol, dan narasi digital, tetapi empati afektif sering terhalang oleh keterbatasan dalam isyarat non-verbal dan konteks. Selain itu, algoritma dan ruang gema mendorong empati selektif, yang berpotensi melemahkan empati universal dan kohesi sosial dalam jangka panjang. Dalam konteks bencana alam, empati digital muncul dalam bentuk unggahan simpati, penggunaan tagar solidaritas, penyebaran informasi korban, serta dukungan simbolik dari pengguna media sosial. Ekspresi empati ini menjadi respons awal masyarakat terhadap penderitaan kelompok terdampak. Namun, empati digital tidak berhenti pada dimensi emosional semata. Dalam ruang media sosial, empati berpotensi berkembang menjadi solidaritas sosial ketika ekspresi kepedulian tersebut mendorong tindakan kolektif. Solidaritas sosial digital tercermin dalam penggalangan dana dalam jaringan, koordinasi relawan, serta distribusi bantuan yang dimobilisasi melalui platform digital.

Peralihan dari empati digital menuju solidaritas sosial menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai ruang ekspresi emosi, tetapi juga sebagai sarana mobilisasi sosial. Interaksi antar pengguna, didukung oleh narasi kemanusiaan dan visibilitas publik, memungkinkan terbentuknya aksi bersama yang melampaui batas geografis. Dengan demikian, empati digital dan solidaritas sosial dalam ruang media sosial merupakan dua tahap yang saling terkait dalam proses perubahan sosial

4. Social Change Theory

Teori perubahan sosial (Social Change Theory) menjelaskan bahwa perubahan sosial terjadi secara bertahap yang melibatkan transformasi kesadaran, interaksi sosial, nilai, dan



tindakan kolektif (Melia, 2025). Perubahan tersebut tentunya tidak terjadi secara instan, melainkan dipicu oleh interaksi sosial yang intens dan berkelanjutan. Dalam perspektif ini, komunikasi berperan sentral sebagai sarana penyebaran gagasan dan mbilisasi masyarakat. Perkembangan teknologi digital, media sosial tentunya mempercepat proses perubahan sosial dengan arus informasi yang cepat, partitipatif, dan lintas batas georafis (Oktavia, 2025).

Berdasarkan kerangka Social Change Theory, komunikasi dipahami sebagai motor penggerak perubahan, sebab mampu menghubungkan individu dengan isu sosial secara emosional dan kognitif. Seperti media sosial, di mana ia tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian pesan, namun juga sebagai ruang publik digital tempat dibangun dan dinegosiasikannya wacana sosial, yang mana interaksi tersebut mampu membangun empati publik menjadi kesadaran kolektif, yang kemudian akan memicu solidaritas dan tindakan bersama. Proses ini menunjukkan bahwa perubahan sosial di era digital seringkali dimulai dari empati dan kepedulian yang dimediasi oleh teknologi komunikasi. Sejumlah penelitian juga mnunjukkan bahwa media sosial sangat berkontribusi dalam mendorong mobilisasi sosial dan aksi nyata, terutama dalam konteks isu kemanusiaan dan bencana. Media sosial sangat memungkinkan individu dan kelompok untuk mengorganisasi dukungan, menggalang sumber daya, dan mengoordinasikan aksi nyata tanpa harus bergantung pada struktur organisasi atau lembaga formal. Dengan demikian, social change theory dalam konteks media sosial menegaskan bahwa perubahan sosial kontemporer semakin hari semakin bersifat horizontal, berbasis jaringan, dan digerakkan oleh partisipasi publik yang luas. Dalam kasus bencana alam, hal ini terlihat dari bagaimana empati digital dapat bertransformasi menjadi solidaritas sosial dan aksi kemanusiaan yang pasti.

Berdasarkan kajian teoritis di atas, kerangka konseptual yang dapat dibentuk adalah sebagai berikut: Media Sosial → Empati Digital → Kesadaran Kolektif → Solidaritas Sosial → Aksi Nyata. Dengan menggabungkan konsep komunikasi massa, komunikasi bencana, empati digital, solidaritas sosial, dan Social Change Theory, kajian teoretis ini menjadi landasan analitis untuk memahami bagaimana media sosial berperan dalam menggerakkan solidaritas kemanusiaan. Kerangka ini digunakan untuk membaca bahwa fenomena banjir Sumatera tidak hanya sebagai peristiwa alam, tetapi juga sebagai proses perubahan sosial melalui komunikasi digital.

5. Pola Representasi Bencana Banjir di Media Sosial

Masa era digital seperti saat ini telah mengubah banyak hal, khususnya dalam hal akses informasi secara instan dan layanan cepat ke seluruh dunia. Media sosial telah mampu mengambil posisi sebagai ruang penyelamat informasi, di mana kondisi/keterangan lapangan dapat tersebar dengan sangat cepat hanya lewat unggahan pengguna (terutama influencer dan para relawan). Dalam peristiwa bencana banjir Sumatera, media sosial telah menjadi ruang utama dalam merepresentasikan peristiwa tersebut. Di mana representasi ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi faktual, namun juga sebagai pembentukan makna sosial terhadap bencana tersebut. Melihat dalam banyak unggahan di media sosial, banjir direpresentasikan melalui visualisasi kondisi korban, kerusakan infrastruktur, hingga narasi personal yang menunjukkan penderitaan dan bantuan yang mendesak. Pola seperti ini memperlihatkan bahwa media sosial cenderung menempatkan kondisi tersebut dalam bingkai



kemanusiaan (human interest frame), yang mana secara psikologis lebih mudah memicu perhatian dan empati publik secara langsung.

Dalam situasi krisis, media sosial berfungsi sebagai ruang narasi kolektif, di mana masyarakat tidak hanya menjadi konsumen dari informasi yang muncul, namun juga sebagai produsen makna sosial melalui unggahan dan interaksi digital. Demikian dalam konteks banjir Sumatera, di mana unggahan dari korban, relawan, dan berbagai organisasi kemanusiaan telah membentuk ekosistem informasi yang saling melengkapi, meskipun terkadang terjadi tumpang tindih baik informasi maupun fragmentasi narasi. Namun demikian, ketajaman unggahana yang tinggi justru memperkuat visibilitas isu bencana alam di ruang digital.

Representasi bencana Sumatera di media sosial menunjukkan adanya perbedaan prosedur/alur yang memengaruhi sebaran konten. Dapat dilihat bahwa konten yang lebih bersifat emosional, visual, dan dramatis cenderung memperoleh jangkauan yang lebih luas dibandingkan dengan laporan yang bersifat teknis atau administratif. Ini menunjukkan bahwa interpretasi dan pemahaman bencana di media sosial tidak sepenuhnya netral, melainkan dipengaruhi oleh mekanisme platform dan preferensi audiens. Sehingga berdasarkan kerangka komunikasi massa, kondisi ini memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya cermin realitas, tetapi juga aktor aktif dalam membentuk persepsi publik terhadap bencana.

6. Empati Digital sebagai Fondasi Solidaritas Sosial di Media Sosial

Empati digital merupakan pendekatan komunikasi yang berkaitan dengan penggunaan teknologi digital untuk memahami dan merespons pikiran, perasaan, dan pengalaman orang lain, atau kemampuan memahami perasaan orang lain dengan bertindak dan beretika yang baik di media digital. Pendekatan dalam empati digital dapat melalui 4 tahap yakni mendengar, integrasi, berbagi, dan evaluasi (Leadership Navigation). Melihat bagaimana respon publik terhadap peristiwa bencana melalui media sosial menunjukkan bahwa empati digital sangat berperan dalam pembentukan kesadaran bersama.

Empati kognitif muncul ketika pengguna berbagi informasi dengan menyampaikan simpati baik melalui komentar atau reaksi, serta ikut menyuarakan narasi korban kepada jaringan mereka. Dalam beberapa kasus, narasi tersebut diperkuat oleh penggunaan simbol-simbol visual seperti emoji, stiker, atau video yang menunjukkan kondisi nyata di lapangan yang mampu meningkatkan keterlibatan emosional khalayak. Studi sosiologis tentang solidaritas komunitas lokal menunjukkan bahwa media sosial berpotensi memperluas jaringan interaksi, meningkatkan kepercayaan melalui transparansi konten visual, serta menciptakan norma baru yang berorientasi pada kepedulian dan tanggung jawab kolektif antar warga digital. Namun media sosial tidak menggantikan interaksi fisik, melainkan empati yang dibangun melalui media sosial/secara daring menjadi dasar bagi pergerakan solidaritas yang lebih konkret.

Jika empati digital berposisi sebagai kemampuan individu untuk memahami dan merespon kondisi emosional individu melalui media sosial, maka solidaritas sosial merepresentasikan bentuk keterlibatan kolektif yang lahir dari kesadaran bersama berdasarkan persoalan sosial. Dalam konteks banjir Sumatera misalnya, di mana media sosial berperan sebagai ruang awal terbentuknya empati digital yang kemudian berkembang menjadi solidaritas sosial berbasis jaringan. Sehingga sedikitnya mampu meringankan kekhawatiran korban dan kebutuhan



bantuan langsung tersorot masyarakat luas, dari sini dapat dilihat bahwa empati yang muncul di dunia maya tidak hanya sekedar empati, melainkan aksi nyata.

7. Dari Solidaritas Digital ke Aksi Nyata Kemanausiaan

Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial telah memberikan kontribusi dalam konteks bencana alam Sumatera, di mana ia mampu menjembatani solidaritas digital dengan aksi nyata. Diantara aksi tersebut ialah pengumpulan donasi, distribusi logistik, hingga keterlibatan langsung sebagai relawan. Studi manajemen bencana menunjukkan bahwa media sosial berperan secara signifikan dan fase respons dan pemulihan, terutama dalam hal koordinasi dan komunikasi antar aktor. Merujuk kepada kerangka social change theory, aksi nyata ini merepresentasikan tahap lanjut dari proses perubahan sosial, di mana kesadaran dan solidaritas berubah menjadi tindakan kolektif yang berdampak langsung pada struktur sosial. Solidaritas sosial digital dalam konteks bencana alam tidak hanya hadir sebagai bentuk ekspresi simbolik di media sosial, namun juga terwujud melalui berbagai praktik nyata. Berikut beberapa contoh aksi nyata yang muncul berdasarkan hasil yang diorganisasi melalui platform media sosial.

a. Kampanye bantuan kemanusiaan

Munculnya kampanye bantuan kemanusiaan umumnya memanfaatkan fitur unggahan, story, dan tagar untuk menyebarkan informasi mengenai kebutuhan korban, mekanisme donasi, hingga update laporan distribusi bantuan. Berbagai kampanye bantuan terus bermunculan di berbagai platform media sosial. Influencer, organisasi dan lembaga menginisiasi penggalangan dana publik secara daring. Misalnya, Ferry Irwandi (pendiri Malaka Project) yang menggalang dana melalui platform Kitabisa dengan mengajak warganet menyumbang. Hasilnya, dalam waktu 24 jam dana terkumpul lebih dari Rp10,3 miliar dari 87.605 donatur. Fenomena serupa juga banyak di berbagai kanal media sosial, di mana pengguna menggalang donasi, menyebar link donasi, atau berkolaborasi dengan lembaga kemanusiaan.

Banyak lembaga (seperti Rumah Kepemimpinan, PMI, dan masjid/pondok pesantren, organisasi mahasiswa) ikut membuka rekening donasi online untuk bantuan sembako, obat-obatan, pakaian, dan selimut. Bahkan di platform e-commerce dan aplikasi donasi, program seperti Tokopedia Salam atau Kitabisa ramai memfasilitasi sedekah untuk korban. Meski demikian, pemerintah mengingatkan agar penggalangan dana massal dilakukan dengan izin resmi agar transparan. Strategi komunikasi semacam ini sangat berperan dalam membangun kepercayaan publik dan mendorong partisipasi yang lebih luas. Penelitian Rofiyanti menyatakana bahwa penggunaan media sosial sebagai platform komunikasi kebencanaan dapat mempercepat penyebaran informasi, meningkatkan koordinasi bantuan, serta memperluas keterlibatan masyarakat dalam respon bencana. Fenomena ini menunjukkan bahwa solidaritas sosial tidak bersifat spontan. Melainkan berkembang melalui proses interaksi di ruang digital.

b. Produksi dan Distribusi Informasi Kebencanaan oleh warga

Diantara bentuk produksi dan distribusi kebencanaan tersebut ialah informasi lokasi pengungsian, kebutuhan mendeksa korban, dan jalur pendistribusian bantuan. Viralitas informasi kebencanaan di ruang digital dapat mempercepat respon publik sehingga



meningkatkan efektivitas bantuan. Aksi nyata masyarakat dalam membantu korban banjir di Sumatera terlihat dari berbagai inisiatif distribusi bantuan di lapangan dari berbagai pihak. Misalnya, sejumlah organisasi dan komunitas mendistribusikan paket sembako, air bersih, serta kebutuhan dasar kepada warga terdampak melalui pos-pos pengungsian di Medan dan Aceh. Distribusi bantuan ini melibatkan berbagai pihak, termasuk lembaga masyarakat sipil serta relawan yang bekerja sama dengan aparat keamanan untuk memastikan bantuan sampai kepada penerima yang membutuhkan. Dalam satu operasi kemanusiaan, Tim Natal Nasional menyalurkan ratusan paket sembako di beberapa titik pengungsian di Medan pada akhir November 2025, sebagai respons cepat terhadap kebutuhan dasar korban banjir. Selain itu, bantuan logistik berupa air minum, makanan, dan perlengkapan lainnya juga disalurkan ke berbagai daerah terdampak melalui kolaborasi lembaga swadaya masyarakat dan organisasi bantuan. Aksi kolektif semacam ini mencerminkan bagaimana solidaritas masyarakat terwujud dalam bentuk bantuan nyata dan terkoordinasi di tengah krisis, memperkuat hubungan sosial dan dukungan antar warga.

KESIMPULAN

Media sosial memiliki peran strategis dalam menggerakkan solidaritas sosial masyarakat pada peristiwa bencana banjir di Sumatera November 2025. Media sosial tidak lagi berfungsi semata sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang publik digital yang membentuk kesadaran kolektif, menyalurkan empati, serta memfasilitasi aksi kemanusiaan secara cepat dan luas. Representasi bencana yang beredar di media sosial, terutama melalui narasi visual dan emosional, terbukti efektif dalam menarik perhatian publik dan membangun empati digital.

Empati digital yang muncul di ruang media sosial menjadi fondasi penting bagi lahirnya solidaritas sosial berbasis jaringan. Melalui interaksi daring, masyarakat terdorong untuk berpartisipasi dalam berbagai bentuk aksi nyata, seperti penggalangan dana, distribusi bantuan logistik, produksi dan penyebaran informasi kebencanaan, serta keterlibatan sebagai relawan. Proses ini menunjukkan bahwa empati yang dimediasi teknologi komunikasi dapat melampaui batas geografis dan sosial, serta bertransformasi menjadi tindakan kolektif yang berdampak langsung bagi korban bencana.

Dalam perspektif Social Change Theory, fenomena ini merefleksikan proses perubahan sosial yang berlangsung secara bertahap, dimulai dari kesadaran emosional individu, berkembang menjadi kepedulian bersama, dan akhirnya menghasilkan reorganisasi sosial melalui kolaborasi lintas aktor. Media sosial berperan sebagai motor penggerak perubahan dengan memfasilitasi mobilisasi sumber daya, memperkuat jejaring sosial, dan menciptakan pola partisipasi publik yang lebih horizontal dan inklusif. Dengan demikian, solidaritas digital dalam konteks bencana alam dapat dipahami sebagai bagian dari proses perubahan sosial di era digital, di mana komunikasi massa tidak hanya membentuk opini, tetapi juga mengarahkan tindakan sosial. Namun demikian, temuan ini juga menunjukkan pentingnya pengelolaan informasi, etika komunikasi, dan literasi digital agar empati dan solidaritas yang muncul tidak bersifat sesaat atau terdistorsi oleh disinformasi. Oleh karena itu, ke depan diperlukan sinergi antara masyarakat, media, platform digital, dan pemerintah untuk memastikan bahwa peran media sosial dalam penanganan bencana dapat berjalan secara efektif, berkelanjutan, dan berorientasi pada kepentingan kemanusiaan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul mueez, Mardiana O, Rosliza A.M. “Role of Social Media in Disaster Management.” *International Journal of Public Health and Clinical Sciences* 6, no. 2 (2019): 77. <https://doi.org/10.32827/ijphcs.6.2.77>.
- Aji, Noviyanto. “Tagar PrayForSumatera Jadi Trending Topik X, Pemerintah Didesak Penanganan Cepat Bencana Laporan : Noviyanto Aji Artikel Ini Telah Tayang Di Rmoljatim.Id Dengan Judul Tagar PrayForSumatera Jadi Trending Topik X, Pemerintah Didesak Penanganan Cepat Bencana.” *Rmoljatim.id*, 2025. <https://www.rmoljatim.id/category/opini>.
- Aldi, Nizar. “Panitia Natal Nasional Salurkan Bantuan Untuk Korban Banjir Di Medan.” *detiksumut*, 2025. https://www.detik.com/sumut/berita/d-8234557/panitia-natal-nasional-salurkan-bantuan-untuk-korban-banjir-di-medan?utm_source=chatgpt.com.
- Alfiansyah, I., & Anshori, I. “Jejaring Sosial: Transformasi Komunikasi Dalam Era DigitalNo Title.” *Sosiohumaniora Fakultas Komunikasi*, 2021. https://www.e-journal.umc.ac.id/index.php/SFK/article/view/4333?utm_source=chatgpt.com.
- Amril, and Hasan Sazali. “Krisis Etika Komunikasi Di Media Sosial: Analisis Multidisipliner Terhadap Peran Algoritma, Literasi Digital, Dan Regulasi Dalam Mewujudkan Ruang Publik Digital Yang Bertanggung Jawab.” *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi* 6, no. 2 (2025): 1342–52. <https://doi.org/10.63447/jimik.v6i2.1424>.
- Andi, Adrianus, Siti Zaenab, and Ni Luh Sinar Ayu Ratna Dewi. “Transformasi Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi Dan Edukasi Dalam Mitigasi Bencana Di Lombok Nusa Tenggara Barat.” *Jurnal Ilmu Komunikasi : Gelis* 1, no. 2 (2024): 122–38. <https://doi.org/10.63577/lis.v1i2.125>.
- Andi Subhan Amir, Yanti Hermawati, Syamsuddin Aziz, Retno Setiawati, Lutfiatul Khamidah, Agus Digdo Nugroho, Ibnu Zubair, Serly Silvianti Soepratikno. *Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Opini Publik*. 1st ed. Makassar: PT Nas Media Indonesia, 2024.
- Arif Riadi, Asqiya Aniatul Hidayah, Syayid Afif Mudhofar. “Ketentuan Penetapan Status Bencana Nasional Pada Kasus Longsor Dan Banjir Bandang Di Sumatra” 16, no. 2 (2025): 2821–30. <https://ejournal.cibinstitut.com/index.php/causa/article/view/4797>.
- Čekić, Elvira. “Virtual Empathy: A Systematic Review of the Impact of Digital Communication on Interpersonal Relationships and Social Dynamics.” *International Journal of Psychology* 10, no. 2 (2025): 11–29. <https://doi.org/10.47604/ijp.3320>.
- Dompot Dhuafa. “Dompot Dhuafa Distributes 10,000 Liters of Clean Water, Flood Victims in Medan Still Have Difficulty Accessing Water,” 2025. https://www.dompetdhuafa.org/en/dompot-dhuafa-distributes-10000-liters-of-clean-water-flood-victims-in-medan-still-have-difficulty-accessing-water/?utm_source=chatgpt.com.
- Dwitania, Fidha Syaumi, and Aprilianti Pratiwi. “Media Sosial Sebagai Media Penyebaran Informasi Covid-19 Oleh Diskominfo Kota Depok.” *Jurnal Sains Terapan* 12, no. 1 (2022): 1–20. <https://doi.org/10.29244/jstsv.12.1.1-20>.
- Jupriono, D., Ambar Andayani, and Bambang Sigit Pramono. “Perubahan Sosial Akibat Media Sosial.” *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (e-ISSN: 2807-6818) 4, no. 01 (2024): 18–25. <https://doi.org/10.69957/relasi.v4i01.1400>.
- Kristianto, Kristianto, Abdul Basith Ramadhan, and Fernandito Dikky Marsetyo. “Media Sosial Dan Connective Action: Studi Kasus Penggunaan Twitter Sebagai Ruang Solidaritas Selama



- Pandemi COVID-19.” *Journal of Social Development Studies* 2, no. 1 (2021): 1–13. <https://doi.org/10.22146/jsds.1037>.
- Latifa Fitriani, Abdullah Sahal Abu Nida, Slame. “Penanaman Empati Digital Di Era Social Society 5.0.” *Jurnal Pendidikan Riset Dan Konseptual* 6, no. 4 (2022): 584–92. https://doi.org/https://doi.org/10.28926/riset_konseptual.v6i4.573.
- Melia, Yenni, and Romi Mesra. “Transformasi Nilai-Nilai Budaya Dan Identitas Sosial Di Era Globalisasi: Perspektif Sosiologis.” *COMTE: Journal of Sociology Research and Education* 1, no. 6 (2025): 268–76. <https://doi.org/10.64924/09z86417>.
- Munfida, Nuris Sabilatul, Iwan Rachmad Soetijono, and Rosita Indrayati. “Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Kampanye Dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum Dan Pemilihan Kepala Daerah.” *Jurnal Kajian Konstitusi* 3, no. 2 (2023): 161. <https://doi.org/10.19184/j.kk.v3i2.41193>.
- Muniz-Rodriguez, Kamalich, Sylvia K. Ofori, Lauren C. Bayliss, Jessica S. Schwind, Kadiatou Dlalio, Manyun Liu, Jingjing Yin, Gerardo Chowell, and Isaac Chun Hai Fung. “Social Media Use in Emergency Response to Natural Disasters: A Systematic Review with a Public Health Perspective.” *Disaster Medicine and Public Health Preparedness* 14, no. 1 (2020): 139–49. <https://doi.org/10.1017/dmp.2020.3>.
- Nuha, Izzan Muhammad. “Pengelolaan Kebakaran Hutan Dan Lahan Sumatera Selatan: Analisis Kerawanan Dan Lokasi Optimal Pemadam Kebakaran.” *Indonesian Journal of Geography Information Science* 2, no. 1 (2025): 105–24. <https://ejournal.upi.edu/index.php/IJGIS/article/view/77324>.
- Octavia, Nur, Dian Rahayuningsih, Syamsuddin Aziz, and Muh Akbar. “Digital Activism and Social Change: A Systematic Literature Review of Social Media Movements.” *Jurnal Spektrum Komunikasi (JSK)* 13, no. 13 (2025): 367–91. <http://spektrum.stikosa-aws.ac.id/index.php/spektrum%7CE:spektrum@stikosa-aws.ac.id>.
- Prasetyo Harisandi, S.M., M.M. Buku Ajar Media Sosial. Edited by Yusril Nur Maulana S.Kom. Bekasi, Jawa Barat: ALUNGCIPTA, 2025.
- Rachmawati. “Rekonstruksi Modal Sosial Di Era Masyarakat Digital: Analisis Sosiologis Atas Peran Media Sosial Dalam Memperkuat Solidaritas Komunitas Lokal Di Kabupaten Sidoarjo,.” *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 2025. https://jurnal.intekom.id/index.php/njms/article/view/1682?utm_source=chatgpt.com.
- Rofiyanti, Eka, Dwi Agustina, and Mohammad Firzah. “Analisis Peran Media Sosial Sebagai Platform Komunikasi Dan Penyebaran Informasi Kebencanaan Di DKI Jakarta.” *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi* 6, no. 2 (2023): 192–201. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v6i2.3366>.
- S, Muhammad Ridlo. “Profil Dan Sosok Ferry Irwandi Yang Galang Dana Rp10,3 Miliar Dalam 24 Jam Untuk Korban Bencana Sumatera.” *Unikma.ac.id*, 2025. <https://unikma.ac.id/2025/12/03/profil-dan-sosok-ferry-irwandi-yang-galang-dana-rp103-miliar-dalam-24-jam-untuk-korban-bencana-sumatera/>.
- Setiawan, I Nyoman, Dewi Krismawati, Setia Pramana, and Erwin Tanur. “Klasterisasi Wilayah Rentan Bencana Alam Berupa Gerakan Tanah Dan Gempa Bumi Di Indonesia.” *Seminar Nasional Official Statistics* 2022, no. 1 (2022): 669–76. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2022i1.1538>.