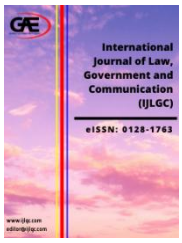
International Journal of Law, Government and Communication
IJLGC
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937



INTERNATIONAL JOURNAL OF LAW, GOVERNMENT AND COMMUNICATION (IJLGC)
www.gaexcellence.com/ijlgc

KOMUNIKASI BENCANA OLEH AGENSI KERAJAAN: STRATEGI PENYAMPAIAN MELALUI MEDIA SOSIAL

DISASTER COMMUNICATION BY GOVERNMENT AGENCIES: DISSEMINATION STRATEGIES THROUGH SOCIAL MEDIA

Nor Haliza Lyana Nefaly[1]*, Nor'izah Ahmad[2]

[1]Faculty Of Business & Communication, Universiti Malaysia Perlis, Malaysia
halizalyana98@gmail.com https://orcid.org/0009-0008-6193-7741
[2]Faculty Of Business & Communication, Universiti Malaysia Perlis, Malaysia
izah@unimap.edu.my https://orcid.org/0000-0003-1203-5289
*Corresponding Author

Article Info:

Article history:
Received date: 22.07.2026
Revised date: 18.08.2026
Accepted date: 27.09.2026
Published date: 30.09.2026

To cite this document:

Nefaly, N. H. L., & Ahmad, N. (2026). Komunikasi Bencana Oleh Agensi Kerajaan: Strategi Penyampaian Melalui Media Sosial. *International Journal of Law, Government and Communication, 11*(45), 921-937.

Abstrak:

Kemajuan teknologi komunikasi dalam era digital telah mengubah secara signifikan kaedah agensi kerajaan menyampaikan maklumat semasa bencana, dengan media sosial muncul sebagai saluran utama bagi penglibatan awam. Walaupun perkembangan ini membawa banyak manfaat, masih wujud cabaran berterusan seperti kelewatan penyampaian mesej, ketidakselarasan maklumat, dan kekurangan interaktiviti yang terus menjejaskan keberkesanan komunikasi rasmi. Kajian ini meneliti strategi komunikasi bencana yang digunakan oleh lima agensi kerajaan di Malaysia melalui media sosial dengan menggunakan Teori Kekayaan Media (Media Richness Theory, MRT) sebagai kerangka panduan. Pendekatan kajian kes kualitatif telah digunakan, melibatkan temu bual separa berstruktur bersama wakil daripada Agensi Pengurusan Bencana Negara (NADMA), Jabatan Penerangan Malaysia (JaPen), Jabatan Meteorologi Malaysia (MET Malaysia), Jabatan Kerja Raya (JKR), dan Jabatan Pengairan dan Saliran (JPS). Analisis tematik mengenal pasti tiga strategi utama: (1) penyesuaian kandungan berdasarkan situasi dan sumber, (2) komunikasi dua hala yang responsif, dan (3) penilaian keberkesanan komunikasi melalui metrik penglibatan digital dan ulasan pasca bencana. Dapatan kajian menegaskan bahawa penggunaan strategik media sosial yang sejajar dengan prinsip kekayaan media dapat meningkatkan kejelasan mesej, kredibiliti organisasi, dan keupayaan respons masa nyata dalam komunikasi bencana. Kajian ini menyumbang kepada peluasan aplikasi MRT dalam konteks komunikasi digital sektor awam, di samping menawarkan pandangan

International Journal of Law, Government and Communication
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937

teori dan cadangan praktikal bagi memperkukuh dasar komunikasi risiko di Malaysia.

DOI: 10.35631/IJLGC.1145058

Kata Kunci:

Agensi Kerajaan, Komunikasi Bencana, Media Sosial, Penyampaian Maklumat, Teori Kekayaan Media

Abstract:

The advancement of communication technology in the digital era has significantly transformed the way government agencies disseminate information during disasters, with social media emerging as a primary channel for public engagement. While these developments bring numerous benefits, persistent challenges remain—such as delays in message delivery, inconsistency of information, and a lack of interactivity—that continue to undermine the effectiveness of official communication. This study examines the disaster communication strategies employed by five government agencies in Malaysia through social media, using Media Richness Theory (MRT) as its guiding framework. A qualitative case study approach was adopted, involving semi-structured interviews with representatives from the National Disaster Management Agency (NADMA), the Department of Information Malaysia (JaPen), the Malaysian Meteorological Department (MET Malaysia), the Public Works Department (JKR), and the Department of Irrigation and Drainage (JPS). Thematic analysis identified three main strategies: (1) content adaptation based on situation and resources, (2) responsive two-way communication, and (3) evaluation of communication effectiveness through digital engagement metrics and post-disaster reviews. The findings emphasise that the strategic use of social media aligned with the principles of media richness can enhance message clarity, organisational credibility, and real-time response capability in disaster communication. This study contributes to expanding the application of MRT within the context of public sector digital communication, while offering theoretical insights and practical recommendations for strengthening risk communication policy in Malaysia.

Keyword:

Disaster Communication, Government Agencies, Information Dissemination, Media Richness Theory, Social Media

© The authors (2026). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/), which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. For commercial re-use, please contact ijlgc@gaexcllence.com

International Journal of Law, Government and Communication
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937

Pengenalan

Perkembangan teknologi komunikasi dalam era Revolusi Industri 4.0 telah mengubah lanskap penyampaian maklumat semasa bencana, menjadikan media sosial sebagai medium utama bagi agensi kerajaan berinteraksi secara langsung dan pantas dengan masyarakat. Di Malaysia, platform seperti Facebook, Twitter (X), Instagram dan WhatsApp telah digunakan secara aktif oleh agensi penyelaras seperti Agensi Pengurusan Bencana Negara (NADMA), Jabatan Penerangan Malaysia (JaPen), Jabatan Meteorologi Malaysia (METMalaysia), Jabatan Kerja Raya (JKR) dan Jabatan Pengairan dan Saliran (JPS) dalam menyampaikan amaran awal, status bencana serta arahan keselamatan kepada orang awam (Aida Filzah Ramli et al., 2021; Shahbazi & Bunker, 2024).

Namun begitu, keberkesanan komunikasi melalui media sosial masih menjadi persoalan kritikal, khususnya apabila berlakunya insiden berskala besar yang mencabar keupayaan agensi untuk menyalurkan maklumat secara tepat, kontekstual dan bersifat dua hala. Tragedi letupan saluran paip gas di Putra Heights pada tahun 2025 misalnya, memperlihatkan kelewatan penyampaian maklumat rasmi oleh agensi berkaitan yang menyebabkan berlakunya kekeliruan dan penyebaran maklumat tidak sahih dalam kalangan masyarakat (Astro Awani, 2025). Begitu juga dengan insiden banjir besar yang berulang antara Disember 2021 hingga Januari 2022 yang turut memperlihatkan ketidakkonsistenan mesej dan kelewatan amaran yang disiarkan melalui media sosial rasmi agensi (Nurul Ashikin Mabahwi & Nakamura, 2024).

Isu kelewatan, pertindihan mesej, penggunaan istilah teknikal yang sukar difahami serta kekurangan komunikasi dua hala telah dikenalpasti sebagai antara faktor utama yang menjejaskan keberkesanan penyampaian maklumat semasa bencana (Kitazawa & Hale, 2021; Mohammed Zain et al., 2023; Ross et al., 2024). Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahawa kebergantungan terhadap platform semata-mata tanpa disertai dengan strategi komunikasi yang responsif dan berorientasikan khalayak hanya akan melemahkan sistem penyampaian maklumat dalam situasi krisis.

Berdasarkan perkembangan ini, penilaian terhadap strategi penyampaian maklumat menjadi semakin penting dalam memastikan maklumat bencana sampai secara berkesan kepada khalayak sasaran. Kajian terdahulu banyak memberi tumpuan kepada aspek pemilihan platform (Aida Filzah Ramli et al., 2021; Dorasamy et al., 2013; Houston et al., 2015), namun kurang meneliti bagaimana strategi komunikasi itu dirangka dan dilaksanakan oleh agensi penyampai maklumat. Dalam konteks ini, pemahaman terhadap pemilihan bentuk mesej, gaya penyampaian, masa hantaran, serta keberadaan interaktiviti dan kejelasan visual adalah elemen penting yang wajar dikaji secara lebih mendalam.

Untuk itu, Teori Kekayaan Media (Media Richness Theory, MRT) oleh Daft dan Lengel (1986) digunakan sebagai kerangka teoritikal untuk menilai sejauh mana strategi komunikasi yang digunakan oleh agensi kerajaan memenuhi ciri-ciri kekayaan media iaitu keupayaan sesuatu medium untuk menyampaikan pelbagai petunjuk sosial, maklum balas segera, mesej diperibadikan dan disesuaikan dengan konteks penerima. Kajian-kajian seperti oleh (Adiwinoto et al., 2025) dan Shahbazi dan Bunker (2024) turut menegaskan bahawa pemilihan medium komunikasi yang sejajar dengan kompleksiti situasi amat penting dalam meningkatkan pemahaman serta tindakan yang tepat dalam kalangan penerima.

International Journal of Law, Government and Communication
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937

Justeru, artikel ini memfokuskan kepada objektif khusus kajian iaitu menganalisis strategi penyampaian maklumat oleh lima agensi kerajaan semasa bencana melalui media sosial. Analisis ini bukan sekadar mengenalpasti platform yang digunakan tetapi meneliti dengan mendalam bagaimana strategi tersebut digerakkan mengikut prinsip kekayaan media dalam konteks penyampaian mesej semasa krisis. Artikel ini diharap dapat memberikan sumbangan bermakna kepada penambahbaikan dasar komunikasi risiko negara, serta menyediakan panduan praktikal kepada agensi dalam membentuk strategi penyampaian maklumat yang lebih responsif, inklusif dan berkesan.

Pernyataan Masalah

Namun begitu, keberkesanan komunikasi melalui media sosial masih menjadi persoalan kritikal, khususnya apabila berlakunya insiden berskala besar yang mencabar keupayaan agensi untuk menyalurkan maklumat secara tepat, kontekstual dan bersifat dua hala. Tragedi letupan saluran paip gas di Putra Heights pada tahun 2025 misalnya, memperlihatkan kelewatan penyampaian maklumat rasmi oleh agensi berkaitan yang menyebabkan berlakunya kekeliruan dan penyebaran maklumat tidak sahih dalam kalangan masyarakat (Astro Awani, 2025). Begitu juga dengan insiden banjir besar yang berulang antara Disember 2021 hingga Januari 2022 yang turut memperlihatkan ketidakkonsistenan mesej dan kelewatan amaran yang disiarkan melalui media sosial rasmi agensi (Nurul Ashikin Mabahwi & Nakamura, 2024).

Isu kelewatan, pertindihan mesej, penggunaan istilah teknikal yang sukar difahami serta kekurangan komunikasi dua hala telah dikenalpasti sebagai antara faktor utama yang menjejaskan keberkesanan penyampaian maklumat semasa bencana (Kitazawa & Hale, 2021; Mohammed Zain et al., 2023; Ross et al., 2024). Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahawa kebergantungan terhadap platform semata-mata tanpa disertai dengan strategi komunikasi yang responsif dan berorientasikan khalayak hanya akan melemahkan sistem penyampaian maklumat dalam situasi krisis.

Berdasarkan perkembangan ini, penilaian terhadap strategi penyampaian maklumat menjadi semakin penting dalam memastikan maklumat bencana sampai secara berkesan kepada khalayak sasaran. Kajian terdahulu banyak memberi tumpuan kepada aspek pemilihan platform (Aida Filzah Ramli et al., 2021; Dorasamy et al., 2013; Houston et al., 2015), namun kurang meneliti bagaimana strategi komunikasi itu dirangka dan dilaksanakan oleh agensi penyampai maklumat. Dalam konteks ini, pemahaman terhadap pemilihan bentuk mesej, gaya penyampaian, masa hantaran, serta keberadaan interaktiviti dan kejelasan visual adalah elemen penting yang wajar dikaji secara lebih mendalam.

Untuk itu, Teori Kekayaan Media (Media Richness Theory, MRT) oleh Daft dan Lengel (1986) digunakan sebagai kerangka teoritikal untuk menilai sejauh mana strategi komunikasi yang digunakan oleh agensi kerajaan memenuhi ciri-ciri kekayaan media iaitu keupayaan sesuatu medium untuk menyampaikan pelbagai petunjuk sosial, maklum balas segera, mesej diperibadikan dan disesuaikan dengan konteks penerima. Kajian-kajian seperti oleh (Adiwinoto et al., 2025) dan Shahbazi dan Bunker (2024) turut menegaskan bahawa pemilihan medium komunikasi yang sejajar dengan kompleksiti situasi amat penting dalam meningkatkan pemahaman serta tindakan yang tepat dalam kalangan penerima.

International Journal of Law, Government and Communication
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937

Objektif dan Persoalan Kajian

Justeru, artikel ini memfokuskan kepada objektif khusus kajian iaitu menganalisis strategi penyampaian maklumat oleh lima agensi kerajaan semasa bencana melalui media sosial. Analisis ini bukan sekadar mengenalpasti platform yang digunakan tetapi meneliti dengan mendalam bagaimana strategi tersebut digerakkan mengikut prinsip kekayaan media dalam konteks penyampaian mesej semasa krisis. Artikel ini diharap dapat memberikan sumbangan bermakna kepada penambahbaikan dasar komunikasi risiko negara, serta menyediakan panduan praktikal kepada agensi dalam membentuk strategi penyampaian maklumat yang lebih responsif, inklusif dan berkesan (Astro Awani, 2025)(Nurul Ashikin Mabahwi & Nakamura, 2024).

Bagi mencapai objektif tersebut, kajian ini dipandu oleh tiga persoalan kajian yang berikut:

- PK1: Bagaimanakah agensi kerajaan menyesuaikan kandungan dan bentuk mesej mengikut situasi bencana serta sumber yang ada dalam penyampaian maklumat melalui media sosial?
- PK2: Bagaimanakah agensi kerajaan melaksanakan komunikasi dua hala yang responsif dengan khalayak melalui media sosial semasa bencana?
- PK3: Bagaimanakah agensi kerajaan menilai keberkesanan komunikasi bencana dan menambah baik strategi berdasarkan pembelajaran pasca-bencana?

Sorotan Literatur

Teori Kekayaan Media (Media Richness Theory, MRT) dalam Konteks Komunikasi Bencana Pemilihan kerangka teori yang sesuai merupakan elemen penting dalam memahami keberkesanan penyampaian maklumat semasa bencana. Teori Kekayaan Media (MRT) yang diperkenalkan oleh Daft dan Lengel (1986) telah menjadi salah satu teori komunikasi organisasi yang paling banyak diaplikasikan dalam menilai keberkesanan medium komunikasi, khususnya dalam situasi yang bercirikan ketidakpastian dan ambiguiti yang tinggi seperti bencana. MRT berpendapat bahawa keberkesanan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh platform yang digunakan, tetapi juga oleh "kekayaan" medium, iaitu sejauh mana ia dapat menyampaikan pelbagai petunjuk sosial, memberikan maklum balas segera, menyampaikan maklumat dalam pelbagai bentuk simbolik seperti teks, imej dan video, serta memperibadikan mesej mengikut konteks penerima (Dennis & Kinney, 1998; Ishii et al., 2019; Shahbazi & Bunker, 2024).

Dalam konteks komunikasi bencana, media sosial mempunyai potensi besar sebagai medium "kaya" kerana ia menyokong pelbagai format mesej, menawarkan interaktiviti dua hala, membolehkan penyebaran segera, serta mempunyai capaian khalayak yang luas (Kitazawa & Hale, 2021; Silver, 2019). Namun, potensi ini hanya dapat dimanfaatkan sepenuhnya jika strategi penyampaian maklumat dirancang dengan mengambil kira keperluan khalayak yang pelbagai, tahap literasi yang berbeza, sensitiviti konteks bencana, dan keperluan maklum balas masa nyata. Sejajar dengan ciri-ciri kekayaan media seperti yang dihuraikan dalam MRT, strategi komunikasi bencana yang berkesan perlu bersifat adaptif, konteks-spesifik dan mesra pengguna (Ross et al., 2024).

International Journal of Law, Government and Communication
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937

Strategi Komunikasi Bencana dalam Penyelidikan Terdahulu

Kajian-kajian lepas menunjukkan bahawa strategi komunikasi yang efektif semasa bencana dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, termasuk pemilihan bahasa yang mudah difahami, penggunaan visual yang padat dan informatif, masa hantaran yang strategik, serta kewujudan saluran maklum balas dua hala (Carley et al., 2016; Houston et al., 2015; Silver, 2019). Sebagai contoh, Shahbazi dan Bunker (2024) menegaskan bahawa agensi yang berjaya menangani komunikasi krisis bukan sahaja menyampaikan maklumat, tetapi turut memberi perhatian kepada kefahaman khalayak dan reaksi mereka terhadap mesej yang disampaikan. Begitu juga, Adiwinoto et al. (2025) mendapati bahawa strategi yang menggabungkan visualisasi data, bahasa tempatan dan interaksi responsif dapat meningkatkan keyakinan masyarakat terhadap saluran rasmi.

Kajian Lokal: Pendekatan "User-Centric" vs "Agency-Centric"

Di Malaysia, kajian kritikal yang meneliti strategi penyampaian maklumat oleh agensi kerajaan dalam konteks bencana masih terhad. Sebahagian besar kajian terdahulu menumpukan kepada perspektif pengguna (user-centric) iaitu capaian, penggunaan dan interaksi masyarakat di platform media sosial, berbanding menganalisis strategi komunikasi dari sudut agensi sebagai penyampai maklumat (agency-centric). Sebagai contoh, Aida Filzah Ramli et al. (2021) mengkaji penggunaan Facebook oleh agensi kerajaan semasa banjir dan memberikan sumbangan penting dalam memahami capaian platform, namun tidak mengupas secara mendalam aspek strategi seperti pemilihan kandungan, masa hantaran atau gaya bahasa yang digunakan. Mustakeng et al. (2022) pula meneliti interaksi pengguna terhadap mesej bencana di media sosial, tetapi tidak secara khusus membincangkan dimensi perancangan mesej oleh agensi berdasarkan prinsip komunikasi berkesan.

Selain itu, beberapa kajian tempatan telah mengenal pasti kelemahan dalam penyampaian maklumat semasa bencana oleh agensi kerajaan, termasuk penggunaan istilah teknikal yang sukar difahami, kekurangan visualisasi maklumat seperti infografik, pertindihan mesej antara agensi, serta kelewatan atau ketiadaan maklum balas terhadap pertanyaan awam (Ross et al., 2024; Siti Salbiah Norazan et al., 2024; Widyastuti, 2021). Nurfashareena Muhamad dan Husna Aini Shaidin (2022) turut mendapati bahawa mesej yang bersifat satu hala dan terlalu umum menyukarkan masyarakat membuat keputusan pantas dalam situasi banjir, manakala Houston et al. (2015) menekankan bahawa komunikasi berasaskan data sahaja tidak mencukupi tanpa interaksi aktif dan kandungan yang diperibadikan.

Kajian Antarabangsa: Integrasi Teori dalam Strategi Komunikasi

Di peringkat antarabangsa, kajian oleh Silver (2019) dan Kitazawa dan Hale (2021) menunjukkan bahawa agensi yang mengaplikasikan kerangka teori seperti MRT lebih berkesan dalam menyampaikan mesej kerana strategi komunikasi mereka lebih menyeluruh dan berorientasikan khalayak. Elemen seperti ketepatan masa hantaran (timeliness), pemilihan bentuk mesej (teks, infografik, video), gaya bahasa (formal atau mesra), dan kehadiran elemen komunikasi dua hala menjadi faktor utama dalam membina kepercayaan serta memastikan tindakan masyarakat selari dengan arahan pihak berkuasa semasa krisis.

International Journal of Law, Government and Communication
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937

Jurang Kajian dan Keperluan Penyelidikan

Walaupun wujudnya pelbagai kajian berkaitan komunikasi bencana, terdapat jurang ketara dalam kajian tempatan yang mengaplikasikan MRT secara sistematik untuk menganalisis strategi penyampaian maklumat oleh agensi kerajaan. Sebahagian besar dapatan adalah bersifat deskriptif dan tidak menelusuri secara menyeluruh bagaimana aspek seperti pemilihan bahasa, penggunaan visual, waktu hantaran mesej, dan pelaksanaan komunikasi dua hala dirancang atau dilaksanakan oleh agensi seperti NADMA, JaPen, MET Malaysia, JPS, dan JKR.

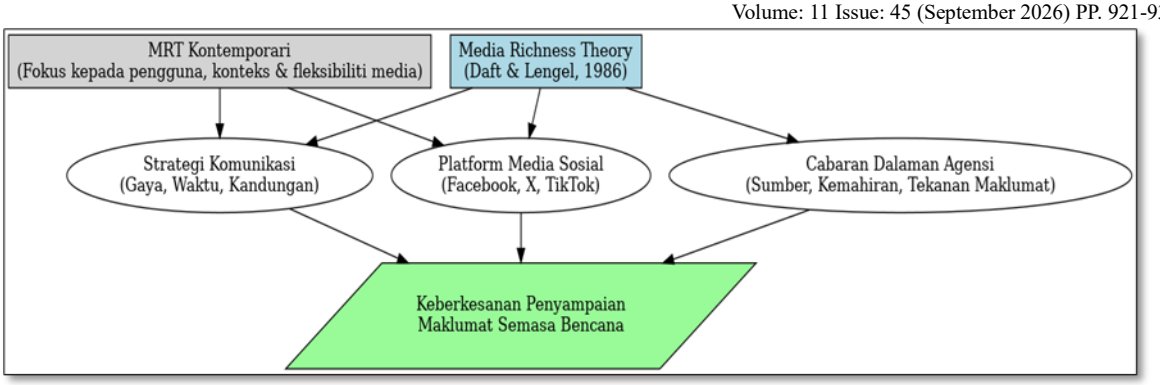
Oleh itu, kajian ini berhasrat untuk mengisi jurang tersebut dengan menganalisis secara mendalam strategi penyampaian maklumat oleh lima agensi kerajaan utama di Malaysia dalam konteks bencana berpandukan kerangka MRT. Kajian ini memberi tumpuan kepada proses pembinaan dan penyampaian mesej melalui media sosial serta menilai sejauh mana prinsip kekayaan media diaplikasikan secara strategik. Dapatan yang dihasilkan dijangka menyumbang kepada pengembangan literatur akademik dalam bidang komunikasi risiko dan bencana, selain memberikan panduan praktikal kepada agensi untuk merangka pelan komunikasi yang lebih responsif, mesra khalayak dan berkesan.

Kerangka Konseptual

Kajian ini berlandaskan Teori Kekayaan Media (Media Richness Theory, MRT) yang diperkenalkan oleh Daft dan Lengel (1986), yang menegaskan bahawa keberkesanan komunikasi bergantung kepada tahap "kekayaan" medium dalam menyampaikan maklumat yang bersifat tidak menentu atau kompleks. Tahap kekayaan ini diukur melalui keupayaan medium untuk menyediakan maklum balas segera, memaparkan petunjuk sosial, memperibadikan mesej, serta menggunakan bahasa yang jelas dan mudah difahami. Pendekatan MRT kontemporari turut diintegrasikan, dengan mengambil kira faktor konteks, persepsi pengguna, dan fleksibiliti fungsi platform media sosial (Dennis & Kinney, 1998; Ishii et al., 2019).

Berdasarkan asas teori ini, kerangka konseptual kajian dibangunkan dengan menggabungkan tiga komponen utama: (i) platform media sosial sebagai saluran penyampaian, (ii) strategi komunikasi sebagai mekanisme pengolahan dan penyebaran mesej, dan (iii) cabaran dalaman agensi sebagai faktor pengaruh terhadap keberkesanan komunikasi. Ketiga-tiga komponen ini saling berinteraksi dalam menentukan keberhasilan penyampaian maklumat semasa bencana, dengan penekanan kepada keupayaan agensi menyesuaikan medium dan mesej mengikut keperluan khalayak serta dinamika situasi krisis.

International Journal of Law, Government and Communication
IJLGC
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937



Rajah 1. Kerangka Konseptual Kajian

Metodologi

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan reka bentuk kajian kes bagi meneroka secara mendalam strategi penyampaian maklumat oleh agensi kerajaan semasa bencana melalui media sosial. Reka bentuk ini membolehkan penyelidik memahami konteks, proses dan cabaran komunikasi bencana secara holistik. Pemilihan pendekatan ini sejajar dengan pandangan bahawa kajian kes sesuai untuk meneliti fenomena semasa dalam konteks sebenar, khususnya apabila sempadan antara fenomena dan konteks tidak jelas (Yin, 2013). Reka bentuk kualitatif berasaskan kajian kes turut dilihat relevan dalam penyelidikan komunikasi bencana kerana ia membolehkan dimensi strategik, operasi dan sosial diteliti secara serentak (Creswell & Creswell, 2018).

Kajian ini memfokuskan lima agensi utama yang terlibat secara langsung dalam pengurusan dan penyampaian maklumat bencana di Malaysia, iaitu Agensi Pengurusan Bencana Negara (NADMA), Jabatan Penerangan Malaysia (JaPen), Jabatan Meteorologi Malaysia (MET Malaysia), Jabatan Kerja Raya (JKR) dan Jabatan Pengairan dan Saliran (JPS). Pemilihan agensi dibuat melalui persampelan bertujuan (purposive sampling) berdasarkan keterlibatan langsung mereka dalam penyampaian maklumat di pelbagai peringkat. Kaedah ini memastikan hanya agensi dan responden yang mempunyai peranan strategik serta pengalaman praktikal dipilih, sekali gus menghasilkan data yang kaya dan relevan dengan konteks kajian (Etikan et al., 2016; Patton, 2015).

Jadual 1: Profil Informan Kajian

Kod	Agensi	Jawatan / Fungsi Utama	Pengalaman	Justifikasi Pemilihan
A	Jabatan Penerangan Malaysia (JaPen)	Pegawai Media dan Komunikasi Korporat	7 tahun	Mengurus hebahan maklumat rasmi semasa krisis
B	Agensi Pengurusan Bencana Negara (NADMA)	Pegawai Unit Komunikasi Korporat	6 tahun	Menyelaras penyebaran maklumat rasmi bencana

International Journal of Law, Government and Communication
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937

C	Jabatan Meteorologi Malaysia (MET Malaysia)	Ketua Unit Komunikasi Korporat	10 tahun	Menyelaras komunikasi amaran cuaca dan bencana
D	Jabatan Kerja Raya (JKR)	Komander Bilik Gerakan Bencana	8 tahun	Menyelaras maklumat infrastruktur dan siaran agensi
E	Jabatan Pengairan dan Saliran (JPS)	Penolong Pengarah, Bahagian Pengurusan Maklumat	5 tahun	Bertanggungjawab terhadap maklumat banjir dan hebahan awam

Berdasarkan kriteria persampelan bertujuan, seramai lima orang pegawai yang terlibat secara langsung dalam pengendalian komunikasi rasmi di media sosial semasa bencana telah ditemu bual, iaitu seorang wakil bagi setiap agensi (Informan A hingga Informan E). Bilangan ini dianggap memadai apabila proses temu bual mencapai tahap ketepuan data (data saturation), iaitu apabila maklumat yang diperoleh mula berulang dan tidak lagi menghasilkan tema baharu yang signifikan (Guest et al., 2006; Merriam, 1998).

Pengumpulan data dilakukan melalui temu bual separa berstruktur dengan wakil rasmi setiap agensi yang bertanggungjawab terhadap penyebaran maklumat di media sosial semasa bencana. Soalan temu bual dibina berdasarkan objektif kajian dan berteraskan dimensi Teori Kekayaan Media (Daft & Lengel, 1986), meliputi strategi kandungan, bentuk penyampaian, penggunaan visual, pemilihan waktu hantaran dan amalan komunikasi dua hala. Setiap temu bual dirakam dengan kebenaran responden dan ditranskripsi secara verbatim bagi menjamin ketepatan data. Kaedah separa berstruktur dipilih kerana ia mengimbangi panduan soalan yang konsisten dengan fleksibiliti untuk meneroka isu yang timbul sepanjang sesi (Kvale & Brinkmann, 2009).

Kesemua sesi temu bual dijalankan secara bersemuka di premis rasmi agensi dalam tempoh Januari hingga Mac 2025. Setiap sesi mengambil masa antara 45 hingga 90 minit dan dirakam secara audio dengan izin responden, di samping catatan nota lapangan bagi menangkap isyarat bukan lisan serta konteks organisasi. Sebelum digunakan, protokol temu bual telah disemak oleh dua orang pakar bidang bagi menilai kejelasan, kesesuaian bahasa dan keselarasannya dengan objektif kajian, kemudian diuji melalui kajian rintis bersama dua orang pegawai yang mempunyai ciri hampir serupa dengan responden sebenar (Castillo-Montoya, 2016).

Data dianalisis menggunakan kaedah analisis tematik seperti yang disarankan oleh Braun dan Clarke (2006) melalui enam fasa utama, iaitu:

1. Pengenalan data (familiarization with data)
2. Penjanaan kod awal (generating initial codes)
3. Pencarian tema (searching for themes)
4. Semakan tema (reviewing themes)
5. Penamaan tema (defining and naming themes)
6. Penulisan laporan (producing the report)

Proses ini dilaksanakan dengan bantuan perisian *Atlas.ti* untuk memastikan pengekodan dan pengurusan data lebih sistematik.

International Journal of Law, Government and Communication
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937

Bagi menjamin kebolehpercayaan dan kesahan dapatan, kajian ini menerapkan empat kriteria kepercayaan Lincoln dan Guba (1985), iaitu kredibiliti, kebolehpindahan, kebolehsandaran dan kebolehsahan, melalui triangulasi sumber, semakan responden (member checking), penyimpanan jejak audit dan catatan reflektif sepanjang proses analisis (Nowell et al., 2017). Dari sudut etika, kebenaran rasmi terlebih dahulu diperoleh daripada ketua jabatan atau unit komunikasi setiap agensi sebelum temu bual dijalankan, manakala responden diberikan helaian maklumat kajian dan borang persetujuan termaklum (informed consent) selaras dengan garis panduan penyelidikan universiti. Identiti responden dilindungi menerusi penggunaan kod A hingga E, dan semua data disimpan dengan selamat serta digunakan untuk tujuan akademik semata-mata.

Dapatan Kajian

Kajian ini mengenal pasti tiga strategi utama yang digunakan oleh agensi kerajaan dalam menyampaikan maklumat semasa bencana melalui media sosial. Ketiga-tiga strategi ini disusun berdasarkan dapatan temu bual bersama lima agensi utama, iaitu NADMA, JaPen, MET Malaysia, JKR dan JPS. Perbincangan ini turut dipandu oleh kerangka Teori Kekayaan Media (Daft & Lengel, 1986) yang menekankan ciri komunikasi berkesan seperti penyampaian isyarat pelbagai, maklum balas segera, dan mesej yang diperibadikan serta kontekstual.

Strategi Kandungan Berasaskan Situasi Dan Sumber

Dalam konteks komunikasi bencana, strategi kandungan yang responsif terhadap situasi semasa dan sumber yang tersedia merupakan faktor penentu keberkesanan penyampaian maklumat kepada khalayak. Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa agensi kerajaan mengamalkan pendekatan kandungan yang bersifat dinamik, adaptif dan terstruktur, yang disesuaikan mengikut tahap krisis, jenis maklumat, serta keperluan penerima. Pendekatan ini selari dengan prinsip Teori Kekayaan Media (Daft & Lengel, 1986), yang menegaskan bahawa komunikasi berkesan dalam situasi berisiko tinggi memerlukan medium dan mesej yang kaya dari segi kejelasan, konteks, dan keupayaan memberi maklum balas segera.

Salah satu amalan utama yang dikenal pasti ialah penyesuaian mesej mengikut tahap krisis. Jabatan Pengairan dan Saliran (JPS), misalnya, memanfaatkan sistem amaran automatik berasaskan pengesanan risiko banjir untuk menghasilkan mesej berbeza bagi peringkat amaran awal, fasa kritikal, dan pasca-bencana. Menurut Informan E (JPS), *"PRABN kita ni dia boleh detect kawasan-kawasan berisiko, dan dia akan automatik blast out… Bila dah keluar tu kita akan monitor, kalau air naik kita bagi warning, dan kalau sampai kritikal, kita keluarkan amaran.*" Penyesuaian kandungan ini memperkukuh dimensi situational relevance dengan memastikan mesej awal ringkas dan segera, manakala mesej pada fasa kritikal lebih terperinci dan berorientasikan tindakan.

Pendekatan berasaskan hierarki kandungan turut diamalkan oleh Jabatan Meteorologi Malaysia (METMalaysia) yang memanfaatkan analisis data ramalan cuaca untuk menentukan tahap maklumat yang disebarkan. Menurut Informan C, *"Biasanya kami akan tengok dahulu analisis model-model ramalan kami… Kalau masih belum kuat, kita akan keluarkan Nasihat Cuaca. Kalau dah melepasi threshold, kita akan keluarkan Amaran Cuaca Buruk.*" Peralihan kandungan daripada "nasihat" kepada "amaran" bukan sahaja mencerminkan pengelasan risiko, malah sejajar dengan premis MRT bahawa maklumat yang semakin kompleks dan mendesak memerlukan bentuk mesej yang lebih kaya, tepat, dan tuntas.

International Journal of Law, Government and Communication
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937

Integrasi maklumat daripada pelbagai sumber turut menjadi strategi penting untuk menjamin ketepatan dan kebolehpercayaan kandungan. NADMA, misalnya, melaksanakan penilaian silang sebelum maklumat disiarkan kepada umum. Menurut Informan B, *"Kita akan ambil maklumat daripada agensi teknikal seperti JPS, MET… kemudian kita akan tapis, nilai, dan barulah kita salur kepada umum ikut tahap.*" Pendekatan ini meningkatkan media richness dengan menggabungkan data teknikal daripada pelbagai agensi, menapisnya untuk kesesuaian konteks, dan mempersembahkannya dalam bentuk yang jelas serta mudah difahami oleh khalayak.

Bagi fasa pasca-bencana, fokus kandungan beralih kepada pemulihan dan pelaporan statistik. Jabatan Penerangan Malaysia (JaPen) menumpukan kepada maklumat seperti jumlah mangsa, status pusat pemindahan, dan perkembangan bantuan, diselaraskan dengan data NADMA dan pihak daerah. Menurut Informan A, *"Selepas bencana, kita akan keluarkan update berkala tentang jumlah mangsa, pusat pemindahan, dan langkah bantuan… Ini semua kita susun ikut maklumat dari NADMA dan daerah."* Kandungan ini memberikan panduan logistik yang relevan serta memperkukuh kepercayaan masyarakat terhadap sumber rasmi.

Secara keseluruhannya, penyesuaian kandungan berdasarkan dinamika situasi bencana dan keperluan khalayak yang diamalkan oleh kelima-lima agensi kerajaan adalah konsisten dengan prinsip utama MRT. Pendekatan ini bukan sahaja mempercepatkan tindakan masyarakat, malah memperkukuh kredibiliti maklumat rasmi serta mengurangkan potensi penyebaran maklumat palsu.

Komunikasi Dua Hala dan Responsif

Dalam era komunikasi digital, komunikasi dua hala telah menjadi teras keberkesanan penyampaian maklumat semasa bencana. Dapatan kajian mengenal pasti tiga komponen utama pelaksanaannya: (i) interaksi langsung dengan pengguna, (ii) pemantauan sentimen awam dan maklumat palsu, serta (iii) tindakan susulan terhadap salah faham dan penyelewengan maklumat. Kesemua elemen ini mencerminkan aplikasi prinsip media richness melalui maklum balas segera, komunikasi pelbagai arah, dan keupayaan menangani mesej kompleks dengan pantas dan tepat.

Keupayaan memberi respons segera menjadi indikator utama. NADMA, misalnya, menetapkan tempoh maksimum empat jam bagi mengeluarkan maklumat kritikal. Menurut Informan B, *"Kalau kita dapat pick up seawal yang mungkin kita akan post dan kita target paling lewat dalam tempoh 4 jam."* JaPen pula berperanan sebagai penapis komen masyarakat sebelum disalurkan kepada agensi berkaitan, manakala JPS menggabungkan interaksi manual di Facebook dengan maklumat automatik untuk menjawab pertanyaan spesifik. JKR menggunakan pengesahan teknikal daripada jurutera lapangan sebelum memberikan maklum balas di ruang komen. Kesemua amalan ini menepati prinsip responsiveness dalam MRT yang menekankan kepentingan kejelasan dan maklum balas masa nyata dalam situasi berisiko tinggi. Selain interaksi langsung, pemantauan sentimen awam dilakukan secara manual bagi mengekalkan elemen human judgement dalam penapisan maklumat. NADMA menekankan pengesahan maklumat dengan Pos Kawalan Tempat Kejadian (PKTK), manakala JaPen menapis komen yang berpotensi mencetuskan spekulasi dan hanya bertindak terhadap pertanyaan atau aduan yang relevan. Pendekatan ini meningkatkan ketepatan mesej dan mengukuhkan kredibiliti sumber, sejajar dengan keperluan mengurangkan ambiguiti seperti yang digariskan dalam MRT.

International Journal of Law, Government and Communication
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937

Ketiga, tindakan susulan terhadap maklumat salah dan salah faham juga menjadi keutamaan. NADMA memastikan tiada kenyataan dikeluarkan tanpa pengesahan, manakala JaPen mengaplikasikan narrative reframing untuk mengubah persepsi awam. Strategi ini memperlihatkan tahap media richness yang tinggi kerana ia melibatkan proses interpretasi semula mesej, penyampaian penjelasan dalam pelbagai bentuk (verbal dan visual), serta interaksi berterusan.

Secara kolektif, pelaksanaan komunikasi dua hala yang responsif oleh agensi-agensi ini menunjukkan keberkesanan pendekatan berasaskan MRT dalam meningkatkan keyakinan masyarakat, mengurangkan risiko maklumat tidak sahih, dan memastikan penyampaian mesej kekal relevan dengan konteks dinamik bencana.

Penilaian Keberkesanan dan Pembelajaran Berterusan

Penilaian keberkesanan penyampaian maklumat dan pembelajaran berterusan muncul sebagai elemen kritikal dalam komunikasi bencana moden. Dapatan kajian menunjukkan bahawa agensi kerajaan tidak hanya menumpukan kepada penyiaran maklumat, tetapi turut mengaplikasikan metrik digital dan refleksi pasca-bencana sebagai asas pengukuhan strategi masa depan.

Penggunaan metrik digital seperti jumlah like, share, komen, retweet, dan impressions menjadi indikator utama keberkesanan komunikasi. Data keterlibatan (engagement data) digunakan untuk menilai penerimaan, kefahaman, dan kepercayaan khalayak terhadap mesej. JKR, misalnya, menilai keberkesanan berdasarkan kadar engagement, *"...engagement dia terlalu tinggi... dalam satu masa itu 14 ribu, 13 ribu... kami akan melihat engagement masyarakat melalui repost dan juga retweet."* Pendekatan berasaskan data ini menandakan peralihan daripada komunikasi sehala kepada model interaktif yang mengintegrasikan reaksi khalayak dalam proses penambahbaikan.

Metrik digital juga memberikan dimensi kualitatif yang penting, iaitu sejauh mana mesej bukan sahaja dilihat, tetapi juga dipercayai dan ditindak balas oleh masyarakat. Dalam kerangka MRT, penggunaan indikator ini meningkatkan keupayaan medium untuk menyesuaikan mesej dengan tahap penerimaan dan keperluan penerima.

Selain penilaian berasaskan data, pembelajaran berterusan melalui refleksi pasca-bencana menjadi komponen strategik. NADMA, sebagai contoh, melaksanakan latihan dan bengkel penyelarasan komunikasi selepas banjir Sri Muda dan tanah runtuh Batang Kali. Pembaharuan prosedur, termasuk penetapan autoriti komunikasi rasmi di peringkat daerah, dilaksanakan bagi mengelakkan percanggahan maklumat seperti insiden pelaporan angka mangsa yang tidak tepat di Batang Kali.

Langkah-langkah ini menunjukkan kesedaran terhadap kelemahan komunikasi terdahulu dan komitmen untuk meningkatkan keberkesanan strategi masa hadapan. Dari perspektif MRT, inisiatif ini meningkatkan media richness melalui pemurnian mesej, kejelasan sumber, dan penyesuaian kandungan berdasarkan maklum balas pengguna.

Keseluruhannya, penilaian keberkesanan dan pembelajaran berterusan yang diamalkan oleh agensi-agensi ini menegaskan bahawa komunikasi bencana yang responsif, kredibel, dan berkesan memerlukan integrasi data analitik dengan refleksi kritikal. Strategi ini bukan sekadar

International Journal of Law, Government and Communication
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937

memastikan mesej sampai, tetapi juga menjamin ia difahami, dipercayai, dan ditindaklanjuti oleh masyarakat.

Perbincangan

Dapatan kajian ini boleh ditafsirkan secara langsung melalui lensa Teori Kekayaan Media (Daft & Lengel, 1986). Menurut teori ini, keberkesanan komunikasi bergantung pada keselarasan antara tahap kekayaan sesuatu medium dengan tahap ketidakpastian dan kekaburan situasi yang dihadapi. Semakin tinggi kekaburan maklumat, semakin tinggi kekayaan medium yang diperlukan, iaitu keupayaan menyampaikan pelbagai isyarat sosial, memberikan maklum balas segera, mempelbagaikan bentuk simbolik serta memperibadikan mesej. Perbincangan berikut menghubungkan ketiga-tiga strategi yang dikenal pasti dengan premis tersebut, sekali gus memperlihatkan sumbangan dan sekali gus batasan aplikasi teori ini dalam konteks komunikasi bencana sektor awam.

Strategi kandungan berasaskan situasi dan sumber mencerminkan usaha agensi menyelaraskan kekayaan mesej dengan tahap kekaburan situasi. Peralihan kandungan daripada nasihat cuaca kepada amaran cuaca buruk, serta penggredan mesej mengikut fasa amaran awal, fasa kritikal dan fasa pemulihan, menunjukkan bahawa agensi tidak menyampaikan maklumat secara seragam sebaliknya menaikkan kekayaan dan perincian mesej apabila situasi menjadi lebih mendesak. Amalan penilaian silang maklumat teknikal antara NADMA, MET Malaysia dan JPS sebelum penyiaran turut memperkukuh fungsi pengurangan kekaburan yang menjadi teras MRT, kerana ia menapis dan mentafsir data mentah menjadi mesej yang jelas serta boleh ditindak lanjuti oleh khalayak.

Strategi komunikasi dua hala pula memperlihatkan dimensi maklum balas segera dan kepelbagaian isyarat yang menjadi penanda utama medium yang kaya. Penetapan tempoh respons maksimum empat jam oleh NADMA, pemantauan sentimen secara manual, serta pembingkaian semula naratif oleh JaPen menunjukkan bahawa interaktiviti tidak berlaku secara automatik tetapi dikawal secara sedar bagi mengekalkan ketepatan dan kredibiliti. Penglibatan pertimbangan manusia dalam menapis komen dan mengesahkan maklumat memperlihatkan bahawa kekayaan media dalam konteks bencana bukan sekadar fungsi teknologi platform, malah bergantung pada keupayaan organisasi mentafsir dan bertindak balas terhadap mesej yang kompleks.

Strategi penilaian keberkesanan dan pembelajaran berterusan pula memperluas aplikasi MRT ke peringkat organisasi. Penggunaan metrik penglibatan seperti perkongsian, komen dan retweet berfungsi sebagai saluran maklum balas tidak langsung yang membolehkan agensi menilai penerimaan khalayak dan melaraskan mesej susulan. Refleksi pasca-bencana seperti bengkel penyelarasan dan penetapan autoriti jurucakap rasmi selepas insiden banjir Sri Muda dan tanah runtuh Batang Kali boleh difahami sebagai peningkatan kekayaan media secara struktural, iaitu penambahbaikan sumber, kejelasan mesej dan protokol komunikasi bagi menghadapi krisis akan datang.

Walaupun begitu, dapatan turut mendedahkan beberapa ketegangan yang mencabar andaian mudah MRT. Pertama, wujud pertukaran nilai (trade-off) antara kepantasan dengan kekayaan mesej, kerana amaran awal yang ringkas dan berkekayaan rendah kadangkala lebih diutamakan atas alasan kesegeraan, walaupun MRT menyarankan medium yang lebih kaya bagi situasi berkekaburan tinggi. Kedua, pergantungan pada pemantauan manual mengehadkan keupayaan

International Journal of Law, Government and Communication
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937

agensi bertindak balas secara meluas apabila jumlah interaksi melonjak, sebagaimana diakui oleh JKR ketika penglibatan mencecah belasan ribu dalam satu masa. Ketiga, metrik penglibatan yang tinggi tidak semestinya bermakna mesej difahami atau dipercayai, kerana bilangan tontonan dan perkongsian tidak mengukur kefahaman sebenar khalayak. Ketegangan ini menunjukkan bahawa kekayaan medium yang tinggi bukan jaminan mutlak keberkesanan komunikasi, sebaliknya perlu diseimbangkan dengan kepantasan, kapasiti organisasi dan tahap kefahaman penerima.

Secara keseluruhan, perbincangan ini memperlihatkan bahawa strategi komunikasi bencana agensi kerajaan di Malaysia sebahagian besarnya selari dengan prinsip MRT, tetapi pelaksanaannya turut dibentuk oleh kekangan organisasi dan realiti platform digital. Sumbangan teori kajian ini terletak pada peluasan MRT daripada konteks organisasi tradisional kepada komunikasi risiko sektor awam dalam talian, dengan menegaskan bahawa kekayaan media wajar difahami sebagai keupayaan yang diurus secara strategik dan bukannya ciri tetap sesuatu platform.

Kesimpulan

Kajian ini telah mengenal pasti serta menganalisis strategi penyampaian maklumat oleh agensi kerajaan semasa bencana melalui media sosial, berasaskan dapatan temu bual mendalam dengan lima agensi utama berkaitan pengurusan bencana di Malaysia. Melalui analisis tematik yang dilaksanakan, tiga strategi teras telah dikenal pasti, iaitu:

i. Strategi Kandungan Berasaskan Situasi dan Sumber
Agensi menyesuaikan bentuk, jenis, dan tahap perincian maklumat berdasarkan jenis bencana, tahap kritikal situasi, serta keperluan masyarakat setempat. Penyesuaian ini merangkumi pemilihan bahasa yang mudah difahami, penyampaian mesej secara ringkas, penggunaan elemen visual seperti infografik atau peta, dan penyusunan maklumat secara teratur untuk memenuhi keperluan khalayak daripada pelbagai latar belakang sosio-demografi.

ii. Komunikasi Dua Hala dan Responsif
Pendekatan ini melibatkan interaksi langsung dengan masyarakat melalui pelbagai saluran komunikasi digital, termasuk ruang komen, mesej langsung, serta pemantauan sentimen awam. Agensi turut bertindak balas terhadap penyebaran maklumat palsu dengan pantas, selain memberikan penjelasan atau pengesahan maklumat secara terbuka. Keupayaan memberikan maklum balas masa nyata bukan sahaja meningkatkan ketepatan maklumat, tetapi juga membina kepercayaan awam terhadap sumber rasmi.

iii. Penilaian Keberkesanan dan Pembelajaran Berterusan
Agensi menilai keberkesanan komunikasi bencana menggunakan data keterlibatan digital (*engagement metrics*) seperti bilangan perkongsian, tanda suka, komen, dan jangkauan capaian. Data ini digunakan bagi menilai tahap penerimaan dan pemahaman khalayak terhadap mesej yang disampaikan. Selain itu, refleksi pascabencana turut dilaksanakan untuk mengenal pasti kelemahan strategi terdahulu dan merumuskan penambahbaikan yang lebih relevan. Pendekatan ini mencerminkan anjakan ke arah komunikasi bencana yang adaptif, berasaskan bukti, dan responsif terhadap maklum balas awam.

International Journal of Law, Government and Communication
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937

Ketiga-tiga strategi ini menunjukkan bahawa media sosial tidak lagi berperanan semata-mata sebagai saluran penyiaran maklumat satu hala, sebaliknya telah berkembang menjadi medium komunikasi bencana yang bersifat interaktif, dinamik, dan kolaboratif. Melalui pendekatan berlapis dan kontekstual ini, agensi mampu memastikan maklumat kritikal disampaikan kepada khalayak secara tepat, pantas, dan meyakinkan, sejajar dengan prinsip-prinsip utama Teori Kekayaan Media yang menekankan kejelasan, kelengkapan, dan keberkesanan mesej dalam situasi berisiko tinggi.

Penghargaan:	Penghargaan ini juga ditujukan kepada semua pihak yang terlibat secara langsung mahupun tidak langsung dalam memberikan kerjasama, sumbangan idea serta bantuan sepanjang pelaksanaan kajian ini.
Penyataan Pembiayaan:	Kajian ini tidak menerima sebarang pembiayaan.
Pernyataan Konflik Kepentingan:	Penulis mengisytiharkan bahawa tiada konflik kepentingan berkaitan penerbitan kertas kerja ini. Semua penulis telah menyumbang kepada kajian ini dan telah meluluskan versi akhir manuskrip untuk penyerahan kepada International Journal of Law, Government and Communication (IJLGC).
Pernyataan Etika:	Kajian ini tidak melibatkan sebarang responden manusia, haiwan, atau data sensitif yang memerlukan kelulusan etika. Penulis mengesahkan bahawa penyelidikan ini telah dijalankan selaras dengan prinsip integriti akademik dan piawaian etika penerbitan yang diterima umum.
Pernyataan Sumbangan Penulis:	Semua penulis telah menyumbang secara signifikan terhadap pembangunan manuskrip ini. Nor Haliza Lyana Nefaly bertanggungjawab terhadap pengkonsepan, sorotan literatur. metodologi, mengendalikan pengumpulan data, analisis serta tafsiran dapatan kajian. Prof Madya Dr Nor'izah menyumbang kepada semakan kritikal manuskrip dan penyeliaan keseluruhan kajian. Semua penulis telah membaca dan meluluskan versi akhir manuskrip sebelum penyerahan.

International Journal of Law, Government and Communication
EISSN : 0128-1763
Volume: 11 Issue: 45 (September 2026) PP. 921-937

Rujukan

Abdulhamid, N. G., Ayoung, D. A., Kashefi, A., & Sigweni, B. (2021). A survey of social media use in emergency situations: A literature review. Information Development, 37(2), 274-291. https://doi.org/10.1177/0266666920913894.

Adiwinoto, R., Prasetya, V., Najmasari, N., Sudarta, J., Putri, F., Garianto, E., Rasyida, A., & Diarsvitri, W. (2025). Narrative Review on AI-Driven and Social Media-Enhanced Early Detection, Mitigation, and Public Health Preparedness in Natural Disaster-Prone Areas. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, *1473*(1), 012020. https://doi.org/10.1088/1755-1315/1473/1/012020.

Ahmad, M., Farrukh, M., Wafik, H. M. A., & Gabriel, P. A. (2025). Crisis communication strategies in the age of social media (pp. 191-214). https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3579-6.ch008.

Aida Filzah Ramli, Mohammad Rezal Hamzah, & Nor'izah Ahmad. (2021). Disaster Information Seeking During Disaster: A Survey on How Public Use National Disaster Management Agency Malaysia's (NADMA) Social Media. *Journal of Human Development and Communication*, *10*, 71–77.

Alenzi, H. A. A., & Miskon, S. (2024). Government to citizens communication via social media platforms: Literature review. International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences, 14(5). https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i5/21610.

Astro Awani. (2025, April 21). *Kebakaran gas Putra Heights: Penduduk dakwa tidak diberi penjelasan pelan tindakan* . https://www.astroawani.com/berita-malaysia/kebakaran-gas-putra-heights-penduduk-dakwa-tidak-diberi-penjelasan-pelan-tindakan-517458.

Boersma, K., Clark, N., Larruina, R., & Roeloffs, E. (2024). Utilizing social media and crowdsourcing for crisis management and communication: Proposing an integrative framework. Proceedings of the International ISCRAM Conference, 21. https://doi.org/10.59297/r8cw6c60.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, *3*(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Castillo-Montoya, M. (2016). Preparing for interview research: The interview protocol refinement framework. The Qualitative Report, 21(5), 811-831. https://doi.org/10.46743/2160-3715/2016.2337.

Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. *Management Science*, *32*(5). https://doi.org/10.1287/mnsc.32.5.554

Dennis, A. R., & Kinney, S. T. (1998). Testing Media Richness Theory in the New Media: The Effects of Cues, Feedback, and Task Equivocality. *Information Systems Research*, *9*(3). https://doi.org/10.1287/isre.9.3.256.

Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. Field Methods, 18(1), 59-82. https://doi.org/10.1177/1525822X05279903.

Ishii, K., Lyons, M. M., & Carr, S. A. (2019). Revisiting media richness theory for today and future. *Human Behavior and Emerging Technologies*, *1*(2). https://doi.org/10.1002/hbe2.138

Kitazawa, K., & Hale, S. A. (2021). Social media and early warning systems for natural disasters: A case study of Typhoon Etau in Japan. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, *52*. https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2020.101926

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. SAGE Publications.

Merriam, S. B. (1998). *Qualitative research and case study applications in education*. Jossey-Bass Publishers.

Mohammed Zain, R., Mohd Zahari, H., & Mohd Zainol, N. A. (2023). Inter-agency information sharing coordination on humanitarian logistics support for urban disaster management in Kuala Lumpur. *Frontiers in Sustainable Cities*, *5*. https://doi.org/10.3389/frsc.2023.1149454

Mustakeng, N. N., Maarop, N., Hasniza Illias, N., Narayana Samy, G., Magalingam, P., & Kamaruddin, N. (2022). TOWARDS CONCEPTUAL MODEL OF SOCIAL MEDIA USE FOR FLASH FLOOD PREPAREDNESS IN KLANG VALLEY. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, *100*(18), 5481–5491. www.jatit.org

Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, *16*(1). https://doi.org/10.1177/1609406917733847

Nurfashareena Muhamad, & Husna Aini Shaidin. (2022). Assessment of Flood Events in Selangor, Malaysia. *Journal of Advanced Geospatial Science & Technology*, *2*(2), 42–55. https://jagst.utm.my/index.php/jagst/article/view/40

Nurul Ashikin Mabahwi, & Nakamura, H. (2024). Catastrophic flooding in Pahang, Malaysia: What went wrong with the flood response? *Journal of Malaysian Institute of Planners*, *22*(6), 249–260. https://www.planningmalaysia.org/index.php/pmj/article/view/1627/1306

Ross, A. D., Siebeneck, L., Wu, H.-C., Kopczynski, S., Nepal, S., & Sauceda, M. (2024). Seven Challenges for Risk Communication in Today's Digital Era: The Emergency Manager's Perspective. *Sustainability*, *16*(24), 11306. https://doi.org/10.3390/su162411306

Shahbazi, M., & Bunker, D. (2024). Social media trust: Fighting misinformation in the time of crisis. *International Journal of Information Management*, *77*. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102780

Siti Salbiah Norazan, Suhaimee Saahar @ Saabar, & Wardatul Hayat Adnan. (2024). Social media as mediator in crisis communication and reputation management during Malaysia's COVID-19 pandemic. *Quantum Journal of Social Sciences and Humanities*, *5*(5), 97–108. https://doi.org/10.55197/qjssh.v5i5.431

Widyastuti, D. A. R. (2021). Using New Media and Social Media in Disaster Communication. *Komunikator*, *13*(2). https://doi.org/10.18196/jkm.12074

Yin, R. K. (2013). Applications of case study research. *Applied Social Research Methods Series*, *34*. https://doi.org/10.1097/FCH.0b013e31822dda9e.