

Pengemasan Informasi pada Konten Instagram dalam Mengkomunikasikan Pesan Kebencanaan

Dandi Putra Nugraha*, Yulianti

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*dandiputran@gmail.com, yuli.fikom.unisba@gmail.com

Abstract. Information technology advances that make it easier for humans to carry out social activities, have an impact on the attitudes and social behavior of Indonesian people, especially users of social media, such as the spread of hoax (fake) news. This study describes the process of packaging Instagram social media information carried out by Jabar Saber Hoaks in distributing Instagram social media content. The research methodology in this research is quantitative research with a descriptive approach. The information packaging model is used as the basis for the theory and concepts in this study, which was put forward by Sturges (1994): instruction information, adjusting information, and internalizing information in information packaging by @jabarsaberhoaks. data collection in this study used interviews, observation, and literature study. The results of this study were, (1) Instruction information, the Jabar Saber Hoaks team conveyed information with appeals and self-protection in evacuating the public from the spread of hoax news in the midst of a natural disaster. (2) adjusting information, the Jabar Saber Hoaks team conveys information in a persuasive, educative and recreational way in the recovery effort amid natural disaster situations. (3) internalizing information, Jabar Saber Hoaks packages information by increasing the quality of reputation in the provision and service of information. Therefore the packaging of information carried out by Jabar Saber Hoaks can be found through Instagram content @jabarsaberhoaks, one of which is in delivering instructional information that can be assessed fast, actual, and consistent, namely by delivering messages of self-protection and messages of appeal to anticipate the spread of hoax news. Besides that, aspects of adjusting information and internalizing can also be found in @jabarsaberhoaks content.

Keywords: *Advertising, Brand Awareness, Le Minerale.*

Abstrak. Kemajuan teknologi informasi yang memudahkan manusia untuk menjalankan aktivitas sosial, berdampak terhadap sikap dan perilaku sosial masyarakat Indonesia terutama pengguna media sosial, seperti penyebaran berita hoaks (palsu). Penelitian ini menjabarkan proses pengemasan informasi media sosial Instagram yang dilakukan oleh Jabar Saber Hoaks dalam mendistribusikan konten media sosial Instagram. Metodologi penelitian dalam penelitian ini ialah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Model kemasan informasi digunakan sebagai landasan teori dan konsep dalam penelitian ini, yang dikemukakan oleh Sturges (1994): instruction information, adjusting information, dan internalizing information dalam pengemasan informasi oleh @jabarsaberhoaks. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Hasil dari penelitian ini yaitu, (1) Instruction information, tim jabar saber hoaks menyampaikan informasi dengan himbauan dan perlindungan diri dalam mengevakuasi masyarakat dari penyebaran berita hoaks di tengah situasi bencana alam. (2) adjusting information, tim Jabar Saber Hoaks menyampaikan informasi secara persuasif, edukatif, dan rekreatif dalam upaya pemulihan di tengah situasi bencana alam. (3) internalizing information, Jabar Saber Hoaks mengemas informasi dengan meningkatkan kualitas reputasi dalam penyediaan dan pelayanan informasi. Oleh karena itu pengemasan informasi yang dilakukan oleh Jabar Saber Hoaks yakni dapat ditemukan melalui konten Instagram @jabarsaberhoaks, yang salah satunya dalam menyampaikan instruction information dapat dinilai cepat, aktual, dan konsisten, yakni dengan penyampaian pesan perlindungan diri dan pesan himbauan untuk mengantisipasi penyebaran berita hoaks. Selain itu aspek adjusting information dan internalizing juga dapat ditemukan pada konten @jabarsaberhoaks.

Kata Kunci: *Pengemasan, Konten, Hoaks*

A. Pendahuluan

Melihat banyaknya fenomena berita hoaks yang terjadi di Indonesia, penyebaran berita hoaks juga sering terjadi di tengah kondisi bencana alam. Seperti menurut Lestari (2019:1) bencana alam adalah bencana alam yang disebabkan oleh alam dan mengakibatkan perubahan suatu peristiwa, seperti gunung meletus, tsunami, gempa bumi, tanah longsor, gunung meletus, banjir, kekeringan, dan angin topan. Peristiwa bencana alam tidak dapat diketahui oleh manusia, namun bencana alam hanya dapat di prediksi kedatangannya. Dampak yang terjadi juga umumnya tidak hanya bentuk fisik saja, tetapi kejahatan informasi di tengah krisis bencana sering terjadi. Hal ini dapat dipengaruhi oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab untuk kepentingan pribadi atau kelompok tertentu dalam mengkarang suatu informasi yang tidak benar ditengah situasi krisis bencana. Menurut Silviani (2020: 218) fenomena penyebaran hoaks di tengah situasi krisis bencana pada proses komunikasi ini tidak dapat dihindari, namun dapat diantisipasi. Untuk menghadapi dan mencegah pengaruh negatif dari situasi krisis bencana, maka manajemen krisis berperan penting untuk mempersiapkan berbagai strategi dan taktik untuk menghadapi krisis dalam mengkomunikasikan informasi yang efektif dan efisien

Atas fenomena negatif tersebut pemerintah Indonesia sangat berupaya untuk menanggulangi penyebaran berita hoaks di Indonesia. Salah satunya pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat yang menginisiasikan suatu tim khusus dalam memberantas atau mengatasi penyebaran berita hoaks di Jawa Barat yang bernama Jabar Saber Hoaks. Penyebaran berita hoaks di tengah krisis bencana tersebut menandakan ultimatum pada situasi krisis bencana. Oleh karena itu peranan media sosial Jabar Saber Hoaks sebagai media klarifikasi merupakan suatu langkah efektif dalam menangani dan memutus penyebaran berita hoaks.

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian tersebut, peneliti akan menganalisa pengemasan informasi pada konten Instagram yang dilakukan oleh Jabar Saber Hoaks (@jabarsaberhoaks) dalam mengkaji dan mendistribusikan konten klarifikasi hoaks sehingga peneliti dapat mengetahui proses pengemasan informasi pada konten Instagram Jabar Saber Hoaks dalam memberantas penyebaran berita hoaks ditengah krisis bencana di Jawa Barat. Jabar Saber Hoaks bertugas dan bertanggung jawab untuk memvalidasi suatu isu atau berita terkini yang belum jelas faktanya (valid) yang menimbulkan keresahan di tengah masyarakat. Proses validasi terhadap informasi mempengaruhi masyarakat dilakukan dengan cara investigasi, serta berkolaborasi dalam mengolah data terkait sumber-sumber terkini dan terpercaya seperti buku atau referensi yang kredibel

B. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian dalam penelitian ini ialah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang hasil temuannya dapat diterapkan secara umum karena menggambarkan atau menjelaskan suatu persoalan. Namun, data yang dianalisis pada penelitian ini berupa data kualitatif yang diperoleh secara deskriptif yang digunakan sebagai sarana untuk memahami realitas, serta untuk memperoleh peluang untuk lebih memahami fenomena yang akan dikaji. Seperti yang dijelaskan oleh Mulyana (2008: 7) menjelaskan, sebagian ilmuwan menerjemahkan penelitian kualitatif sekadar penelitian deskriptif, tanpa usaha untuk membangun proposisi, model, atau teori (secara induktif) berdasarkan data yang diperoleh di lapangan dengan menggabungkan penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif tersebut dapat dikombinasikan.

Dengan demikian peneliti tidak terlalu fokus pada kedalaman data atau analisis. Agar data penelitian atau populasi dianggap sepenuhnya mewakili populasi, peneliti disarankan untuk memperhatikan intensitas data atau analisis. Dalam penelitian kuantitatif, peneliti harus objektif dan independen dari temuan (Hariwijaya, 2017: 47).

Sebagaimana yang dijelaskan Siregar dan Harahap (2019: 6) Penelitian dengan teknik kuantitatif dilakukan apabila data yang digunakan dalam analisis data adalah data kualitatif. Selanjutnya judul penelitian menjelaskan variabel-variabel yang harus dimasukkan, termasuk variabel acak dan dapat diprediksi (terikat) disesuaikan dengan karakteristik penelitian kuantitatif. judul penelitian ini secara eksplisit mengidentifikasi variabel-variabel yang akan diteliti, khususnya variabel independen dan dependen, yang memerlukan penjelasan terhadap

paradigma. Oleh karena itu, judul penelitian akan singkat dalam penelitian (Siregar dan Harahap, 2019: 11).

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis studi deskriptif. Penelitian deskriptif muncul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti, namun belum ada kerangka teoritis untuk menerangkannya. Menurut Issac dan Michael (1981) Peneliti tidak mencari atau menganalisis hubungan, menguji atau mengevaluasi hipotesis, serta membuat prediksi. Beberapa penulis mengembangkan penelitian deskriptif dalam semua studi yang bukan penelitian historis dan eksperimental. Mereka menyebut metode ini sebagai metode penelitian lapangan deskriptif atau metode penelitian observasional. Penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk menyusun deskripsi atau penjelasan secara sistematis, faktual, dan akurat terkait realitas dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (dalam Hariwijaya, 2017: 35).

Penggunaan studi deskriptif pada penelitian ini pada memfokuskan konsep sebagai operasionalisasi pengemasan informasi pada akun media sosial Instagram @jabarsaberhoaks yang meliputi, model kemasan informasi, Sturges (1994): instruction information, adjusting information, dan internalizing information pada konten media sosial Instagram yang berupa konten klarifikasi yang bersifat edukatif dan informatif terhadap implementasinya yang diteliti oleh pendekatan deskriptif.

Pendekatan ini akan menggabungkan atau menyatukan informasi tentang seperti apa pengemasan informasi pada konten media sosial Instagram yang dilakukan oleh Jabar Saber Hoaks pada akun media sosial Instagram-nya (@jabarsaberhoaks) di tengah krisis dan bencana. Kemudian metode kuantitatif digunakan sebagai indikator dalam menguji bagaimana pengemasan-pengemasan informasi yang termasuk ke dalam model kemasan informasi yang diimplementasikan oleh Jabar Saber Hoaks yang dilakukan melalui konten klarifikasi dan literasi digital. Selain itu juga data yang digunakan ialah data kualitatif juga bertujuan untuk menggambarkan secara deskriptif berdasarkan hasil dan temuan peneliti.

Berdasarkan pemilihan populasi dan sampel pada penelitian kuantitatif dengan penggunaan metode deskriptif ini akan mengumpulkan informasi tentang seperti apa pengemasan informasi pada konten yang dilakukan oleh Jabar Saber Hoaks melalui platform media sosial Instagram dalam menyampaikan pesan di tengah situasi krisis bencana alam sehingga pesan atau informasi dapat diterima oleh masyarakat. Populasi pada penelitian ini adalah jumlah dari seluruh praktisi media planner/spesialis media (media specialist) yang berada di unit kerja Jabar Saber Hoaks dalam melakukan proses pengemasan informasi pada konten media sosial Instagram yang berjumlah empat orang di antaranya dua koordinator perencanaan dan satu pelaksana media, serta satu pakar komunikasi bencana.

Teknik sampling purposive dipilih oleh peneliti karena penentuan sampel dengan tidak berdasarkan random dan mempertimbangkan pada fokus tertentu pada sampel sumber datanya orang/individu atau kelompok yang sesuai dan kredibel..

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Aspek *Instructing Information* dalam Pengemasan Informasi pada Konten Instagram @jabarsaberhoaks

Pada aspek *instruction information* yang ditujukan sebagai kebutuhan publik dalam upaya meminimalisir risiko terjadinya mis-informasi dan dis-informasi yang terjadi secara signifikan di tengah situasi bencana alam. Ketika situasi krisis bencana alam menjadi penting untuk diperhatikan, maka penyampaian informasi perlu dilakukan secara cepat, aktual, dan konsisten. Perencanaan komunikasi menjadi hal penting pada setiap komponen informasi yang akan disampaikan dan ditangani dalam mengendalikan situasi bencana alam. Seperti yang dijelaskan oleh Sturges (1994: 309), pada saat situasi krisis terjadi, penekanan pesan beralih kepada tindakan spesifik untuk menginstruksikan informasi terhadap persiapan masyarakat untuk merespons dan menindaklanjuti terhadap informasi yang di terima di tengah situasi krisis.

Selain itu juga penekanan pesan harus berorientasi pada instruksi sebagai kebutuhan untuk mendorong sikap dan perilaku yang meningkat secara dramatis.

Pada saat penyebaran berita hoaks terjadi secara signifikan di tengah situasi krisis bencana alam, pesan instruksi menjadi penting untuk dilakukan agar dapat membantu dan

melindungi masyarakat dari banyaknya isu atau informasi palsu yang beredar di media sosial. Pesan instruksi juga berguna dalam mendorong perilaku masyarakat dalam menerima informasi tentang apa yang sebenarnya terjadi sehingga masyarakat dapat mengevakuasi diri dari banyaknya informasi yang diterima.

Selain itu menurut Silviani (2020: 239) juga menjelaskan, pesan instruksional berisi informasi tentang panduan atau petunjuk tentang apa yang harus dilakukan orang di saat krisis. Informasi dinilai sangat penting karena publik membutuhkan arah yang jelas untuk langkah-langkah mereka selanjutnya selama masa krisis.

Aspek *Adjusting information* dalam Pengemasan Informasi pada Konten Instagram @jabarsaberhoaks

Pada aspek kemasan informasi selanjutnya adalah aspek *adjusting information* ditujukan sebagai alat untuk mengontrol atau mengendalikan emosional dan psikologis masyarakat publik dalam mengatasi besarnya suatu krisis yakni situasi bencana alam. Pada aspek ini perencanaan komunikasi perlu disesuaikan pada setiap tahap untuk membantu emosional dan psikologis masyarakat agar mengurangi tingkat ketakutan dan kecemasan akibat penyebaran berita hoaks yang terjadi di tengah situasi bencana alam. Seperti menurut Ndela (2019) *adjusting information* merupakan informasi yang membantu seseorang secara psikologis dalam mengatasi besarnya suatu krisis (dalam Shania, 2020: 15).

Aspek kemasan informasi ini dapat membantu masyarakat yang terdampak akibat situasi bencana alam yang resah dengan adanya penyebaran berita hoaks, penyesuaian informasi ini dapat membantu korban untuk dapat mengurangi kemungkinan terulangnya dampak berita hoaks yang banyak beredar di media sosial. Pada pengemasan informasi perlu dilakukan secara cermat, sebab informasi yang akan disampaikan bersifat persuasif terhadap upaya untuk meyakinkan masyarakat dengan memperhatikan setiap sifat dan tujuan informasi yang perlu untuk disampaikan dalam mengatasi keresahan atau kecemasan selama atau setelah krisis bencana alam itu terjadi.

Pengemasan informasi yang dilakukan oleh tim Jabar Saber Hoaks juga terbagi menjadi beberapa jenis informasi yang telah dianalisis oleh peneliti, jenis kemasan *adjusting information* tersebut yakni pesan persuasif (mengendalikan dan meyakinkan), pesan edukatif (mendorong dan mengajak), serta pesan rekreatif (menghibur) guna membantu masyarakat secara emosional dan psikologis. Pada pengemasan informasi yang dilakukan oleh tim Jabar Saber Hoaks melalui konten Instagramnya yakni dengan melakukan pengolahan dan penyampaian pesan dalam mengabungkan informasi yang disampaikan oleh pihak-pihak yang memiliki kapasitas dalam meyakinkan dan mengantisipasi keraguan masyarakat terhadap informasi yang diterima (persuasif). Pada pengemasan informasi (edukatif) yang dilakukan oleh tim Jabar Saber Hoaks dalam meluruskan informasi dengan mengumpulkan data dan fakta berdasarkan investigasi yang telah dilakukan oleh pihak-pihak berwenang. Pada konten-konten yang telah dijabarkan, dapat terlihat pada informasi yang disampaikan tim Jabar Saber Hoaks yakni dengan memadukan informasi edukasi kepada masyarakat yang disampaikan oleh pihak-pihak terkait dalam meluruskan atau menginformasikan suatu arahan.

Konten yang dipublikasikan oleh Jabar Saber Hoaks yakni dengan memberikan informasi yang dapat menghibur psikologis masyarakat melalui kemasan konten yang menarik dan mengedukasi dalam penyampaian informasi yang bersifat menghibur (rekreatif). Selain itu juga informasi yang dikemas dan didistribusikan oleh tim Jabar Saber Hoaks mendukung dengan adanya konten yang disajikan untuk membantu masyarakat secara psikologis yakni dengan informasi yang dapat menghibur masyarakat melalui konten yang menarik dan tetap mengedukasi. Konten yang dipublikasikan oleh Jabar Saber Hoaks yakni dengan memberikan informasi yang dapat menghibur psikologis masyarakat melalui kemasan konten yang menarik dan mengedukasi dalam penyampaian informasi yang bersifat menghibur (rekreatif). Oleh karena itu tim Jabar Saber Hoaks dapat dikatakan cukup tanggap dan berperan penting dalam melakukan upaya pemulihan dan pendampingan kepada masyarakat dengan mengurangi tingkat kecemasan dan keresahan terhadap banyaknya informasi yang diterima.

Aspek *Internalizing information* dalam Pengemasan Informasi pada Konten Instagram @jabarsaberhoaks

Pada aspek kemasan informasi selanjutnya adalah aspek *internalizing information* yang berperan sebagai sarana dalam meningkatkan kepercayaan publik atau masyarakat di tengah situasi bencana alam terhadap reputasi lembaga/organisasi. Karena pada saat terjadinya situasi bencana alam kepercayaan publik sangat berpengaruh terhadap informasi yang disampaikan oleh suatu lembaga/organisasi dapat diterima dan dipercaya oleh masyarakat. Seperti menurut Struges (1994: 308) yang menjelaskan, *internalizing information* merupakan informasi yang akan digunakan orang untuk merumuskan gambaran tentang organisasi. Pada aspek ini akan mendukung tentang apa yang dilakukan oleh lembaga/organisasi dalam membangun penilaian publik terhadap sebuah reputasinya untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Struges (1994: 308) juga menyampaikan bahwa kebijakan dan perencanaan komunikasi krisis perlu menyadari setiap komponen yang harus ditangani pada setiap tahap krisis, meskipun tujuan yang ditekankan dalam setiap pesan krisis berubah seiring berjalannya krisis. Sebelum krisis atau selama penumpukan krisis, misalnya, pesan mungkin harus menekankan internalisasi (*internalizing information*) informasi untuk memberi prasyarat audiens ke posisi organisasi terkait ke situasi krisis.

Dari relasi tanda melalui kata kunci tersebut terdapat makna motivasi yaitu untuk tetap semangat dalam menjalani prosesnya dan akan ada kebahagiaan jika sudah tercapai, narasumber merasa pada bait ini ia termotivasi untuk jangan memikirkan hal yang sudah terjadi, tetap fokus apa yang ada didepan dan hadapi kembali jangan melihat kebelakang kembali.

Berdasarkan ungkapan diatas, aspek kemasan *internalizing information* dilakukan pada saat sebelum terjadinya situasi bencana alam. Karena hal ini berguna untuk agar keperluan masyarakat pada informasi yang dibutuhkan dapat berjalan dengan baik di tengah situasi bencana alam. Adapun upaya yang dilakukan oleh tim Jabar Saber Hoaks menginternalisasi informasi ini yakni dengan menginformasikan tentang pelayanan dan penyediaan informasi kebencanaan terhadap kebutuhan masyarakat, sehingga penyajian informasi yang disampaikan haruslah benar (*valid*). Hal ini dilakukan untuk membangun kepercayaan dan penilaian masyarakat terhadap citra Jabar Saber Hoaks.

Hal ini juga dapat diketahui bahwa Jabar Saber Hoaks sudah tepat dalam mengkomunikasikan pesan kebencanaan terhadap upaya untuk meningkatkan reputasi atau image yang dimiliki Jabar Saber Hoaks sebagai badan yang mengelola dan meluruskan informasi sehingga masyarakat dapat menaruh kepercayaan terhadap Jabar Saber Hoaks untuk memilih dan menjadikan sumber informasi yang tepat. Hal ini dapat dilihat pada konten yang dipublikasikan oleh tim Jabar Saber Hoaks pada media sosial Instagram-nya dengan mendistribusikan konten yang menggambarkan kegiatan kerja tim Jabar Saber Hoaks dalam upaya memperkuat kolaborasi dan penanggulangan penyebaran berita hoaks di media sosial dengan pihak-pihak yang berperan dalam menanggulangi penyebaran berita hoaks. Hal ini akan dapat membangun kepercayaan masyarakat yang didukung dengan upaya pengolahan (*penyediaan*) informasi agar menjadi ideal dengan adanya kegiatan tersebut dalam mengolah dan menyalurkan sebuah fakta.

Jabar Saber Hoaks juga melakukan pengemasan informasi melalui unggahan konten Instagram feeds mengenai press release pelaksanaan sosialisasi dengan pelatihan cek fakta kepada masyarakat melalui acara seminar, workshop, dan talkshow. Hal ini juga dapat dikategorikan sebagai bentuk pelayanan informasi

kepada masyarakat dalam menyampaikan informasi secara langsung. Namun kegiatan ini dilakukan diluar situasi bencana alam atau dengan kata lain tidak ada kaitannya dengan penyebaran berita hoaks yang disebabkan oleh bencana alam, tetapi peneliti mencoba mengamati bahwa kegiatan ini dapat menjalin kedekatan masyarakat terhadap upaya yang dilakukan tim Jabar Saber Hoaks, selain itu juga kegiatan ini dapat meminimalisir terjadinya penyebaran berita hoaks apabila sewaktu-waktu terjadi kembali di tengah situasi bencana alam yang terlepas pada kegiatan sosialisasi ini dilakukan juga pada wilayah-wilayah yang rentan terjadi bencana alam. Hal ini dapat menjadi sebuah persiapan masyarakat yang memiliki pengetahuan tentang literasi media.

Selain itu juga pengemasan informasi yang dilakukan oleh tim Jabar Saber Hoaks sebagai bentuk pelayanan informasi ialah menjalin hubungan dengan followers maupun masyarakat dengan memanfaatkan fitur pada platform media sosial Instagram seperti penggunaan hastag, mention, dan share agar dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara luas. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan peran aktif tim Jabar Saber Hoaks untuk selalu berusaha dan menjaga kepercayaan, serta meningkatkan kualitas pelayanannya dalam penyediaan dan penyebaran informasi pada masyarakat guna membangun rasa kepercayaan masyarakat.

D. Kesimpulan

Implementasi pada aspek *instruction information* dalam pengemasan informasi pada konten @jabarsaberhoaks dapat dinilai cepat, aktual, dan konsisten. Pengemasan informasi ini salah satunya berupa pesan himbuan untuk memberikan peringatan dan edukasi sebagai langkah terhadap bagaimana masyarakat perlu melakukan evakuasi dari banyaknya informasi yang diterima, seperti menghimbau masyarakat untuk bijak dalam menggunakan media sosial.

Implementasi pada aspek *adjusting information* dalam pengemasan informasi pada konten @jabarsaberhoaks dinilai sudah tepat dan tanggap dalam mendistribusikan konten yang dapat mempengaruhi tindakan masyarakat, mengajak dan membangun dukungan masyarakat, serta dapat menghibur masyarakat guna mengurangi keresahan dan ketakutan terhadap situasi yang sedang terjadi. Hal ini dapat dilihat pada konten yang dipublikasikan melalui media sosial Instagram @jabarsaberhoaks dengan mendistribusikan konten dengan pengemasan pesan persuasif (mengendalikan dan meyakinkan), pesan edukatif (mendorong dan mengajak), serta pesan rekreatif (menghibur) guna membantu masyarakat dalam pemulihan psikologis di tengah situasi krisis bencana alam.

Implementasi pada aspek *internalizing information* dalam pengemasan informasi pada konten @jabarsaberhoaks dapat diketahui bahwa Jabar Saber Hoaks sudah tepat dalam meningkatkan reputasi atau *image* yang dimiliki Jabar Saber Hoaks sebagai badan yang mengelola dan meluruskan informasi sehingga masyarakat dapat menaruh kepercayaan terhadap Jabar Saber Hoaks untuk memilih dan menjadikan sumber informasi yang tepat.

Daftar Pustaka

- [1] Akbar, M Fikri., Evadiani, Yuli., Immawati Asniar. 2021. Public Relations. Yogyakarta: Ikatan Guru Indonesia DIY
- [2] Danar, Oscar Radyan. 2020. Disaster Governance. Yogyakarta: Diva Press
- [3] Hafidz, Siti Saadah., Istiqomah, Nurul, dkk. 2022. Book Capter Komunikasi Pemasaran Pariwisata. Surabaya: Unitomo Press
- [4] Tis'ah, J Anhar Rabi Hamsah. 2022. Kejahatan Berbahasa (Language Crime). Tasikmalaya: Langgam Pustaka
- [5] Hariwijaya, M. 2017. Metodologi dan Teknik Penulisan Skripsi, Tesis Desertasi. Yogyakarta: Elmatra Publishing
- [6] Kaihatu, Thomas S. 2014. Manajemen Pengemasan. Yogyakarta: CV Andi Offset
- [7] Lestari, Puji. 2019. Perspektif Komunikasi Bencana. Yogyakarta: PT Kanisius
- [8] Mulyana, Deddy., Solatun. 2008. Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- [9] Muqsith, Munadhil Abdul. 2022. Pesan Politik di Media Sosial. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing
- [10] Nasrullah, Rulli. 2021. Manajemen Komunikasi Digital: Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi. Jakarta: Kencana
- [11] Porouw, Hasnawatty Surya., Yulianingsih, Endah., dkk. 2021. Buku Ajar Komunikasi dan Konseling Dalam Praktik Kebidanan. Yogyakarta: Deepublish Publisher
- [12] Prehanto, Dedy Rahman. 2020. Buku Ajar: Konsep Sistem Informasi. Surabaya: Scopindo Media Pustaka

- [13] Priyono, Kuswaji Dwi. 2022. Geomorfologi Kebencanaan: Wilayah Pesisir dan Pengelolaannya. Surakarta: UMS Press (MUP)
- [14] Purba, Budiman. 2021. Model Perencanaan Komunikasi. Medan: Undhar Press
- [15] Purwanto, Harry, dkk. 2021. Media Sosial Bebas Awal Kebablas: Kumpulan Opini. Surabaya: Media Karya
- [16] Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Intergrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- [17] Fajrullah, Mochamad Rifky., Yulianti, Yulianti. 2021. “Fungsi Media Sosial dan Penyajian Informasi Terkait Pandemi Covid-19,” dalam Jurnal Prosiding Manajemen Komunikasi. Volume 7, Nomor 1, Tahun 2021, (hlm. 1-5)
- [18] Faridah, Dedeh., Darmawan, Ferry., Rinawati, Rini dkk. 2020. “Media Literacy for Dissemination Anticipated Fake News on Social Media”, dalam Mediator Jurnal Komunikasi. Volume 13, Nomor 2, Tahun 2020, (hlm. 278-289)
- [19] Sturges, D.L. (1994). “Communicating through crisis: A strategy for organizational survival”. Dalam Management Communication Quarterly. Volume 7, Nomor 3, (297–316)
- [20] Syadhana, Jamine Putri., Perbawasari, Susie., Hanny Hafiar. 2020. “Perencanaan Strategi Media Sosial Akun Instagram @Peopleattiket Oleh PT. Global Tiket Network,” dalam Jurnal Manajemen Komunikasi. Volume 5, Nomor 9, Tahun 2020, (hlm. 36-59)
- [21] Yulianti, Yulianti., Putri, Dian Widya dkk. 2020. “Perilaku Bermedia Saat Pandemi Covid-19: Studi Pada Masyarakat Muslim Jawa Barat,” dalam Jurnal Media dan Komunikasi. Volume 3, Nomor 2, Tahun 2020, (hlm. 117-126)
- [22] Yulianti, Yulianti., Aldy, Ilham. 2019. “Penggunaan Instagram sebagai Media Pormosi Vaksin Difteri PT Bio Farma (Persero),” dalam Prosiding Manajemen Komunikasi. Volume 5, Nomor 1, Tahun 2019, (hlm. 286-292)