

Media Tracking Jabar Saber Hoaks sebagai Upaya Mengendalikan Hoaks

Annisa Permata Sari *, Neni Yulianita

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*annisapermataas@gmail.com, yulianita.neni@gmail.com

Abstract. The rapid development of technology and the rapid growth of internet users, especially social media in Indonesia, has made hoax information more easily spread. The spread of hoaxes will harm society and the country, the impact will be chaos in the government and the process of developing the country will be difficult. So that the government requires action in the form of controlling and monitoring existing hoaxes. This research will discuss "Media Tracking Jabar Saber Hoaks as an Effort to Control Hoaxes (Case Study on Social Media of the Government of West Java Province). The purpose of this research is to find out media tracking activities carried out by Jabar Saber Hoaks and the West Java Provincial Government in monitoring the spread of hoaxes on social media Twitter and the West Java Provincial Government's anticipation of hoaxes. The method used in this study is a qualitative method, with a case study approach. The subjects in this study included two key informants and one supporting informant from Jabar Saber Hoaks. Data collection techniques used are in-depth interviews, observation, documentation and literature study. Data analysis techniques are data reduction, data presentation and making conclusions. The results of this study are that the spread of hoaxes on social media Twitter is not much different from other social media. The spread is accompanied by modified images or manipulated, then added with provocative narratives. Media tracking is used by Jabar Saber Hoaks in hoax monitoring activities, but not as the main system. The anticipation that was carried out by the Provincial Government of West Java and Jabar Saber Hoaks in hoaxes was by clarifying and educating them which were distributed through social media and the official Jabar Saber Hoaks website.

Keywords: *media tracking, anticipation of hoaxes, spread of hoaxes.*

Abstrak. Pesatnya perkembangan teknologi dan pesatnya pengguna internet khususnya media sosial di Indonesia saat ini membuat informasi hoaks menjadi semakin mudah tersebar. Penyebaran hoaks akan merugikan masyarakat maupun negara, dampaknya akan terjadi kekacauan dalam pemerintahan dan proses pembangunan negara akan sulit dilakukan. Sehingga pemerintah memerlukan tindakan berupa pengendalian dan pemantauan terhadap hoaks yang ada. Dalam penelitian ini akan dibahas "Media Tracking Jabar Saber Hoaks Sebagai Upaya Mengendalikan Hoaks (Studi Kasus di Media Sosial Pemerintah Provinsi Jawa Barat)". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan media tracking yang dilakukan oleh Jabar Saber Hoaks dan Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam memantau penyebaran hoaks di media sosial Twitter sertaantisipasi Pemerintah Provinsi Jawa Barat terhadap hoaks. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan pendekatan studi kasus. Subjek dalam penelitian ini meliputi dua informan kunci dan satu informan pendukung dari Jabar Saber Hoaks. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan membuat kesimpulan. Hasil penelitian ini adalah penyebaran hoaks di media sosial Twitter tidak jauh berbeda dengan media sosial lainnya. Penyebarannya disertai gambar yang sudah dimodifikasi atau dimanipulasi, kemudian ditambah dengan narasi-narasi yang provokatif. Media tracking digunakan oleh Jabar Saber Hoaks dalam kegiatan pemantauan hoaks, namun bukan sebagai sistem utama. Antisipasi yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat dan Jabar Saber Hoaks dalam hoaks adalah dengan melakukan klarifikasi dan edukasi yang disebarkan melalui media sosial dan laman resmi Jabar Saber hoaks.

Kata Kunci: *media tracking, antisipasi hoaks, penyebaran hoaks.*

A. Pendahuluan

Hoaks merupakan informasi yang direkayasa untuk menutupi informasi sebenarnya baik untuk keuntungan pribadi maupun kelompok tertentu. Penyebaran hoaks sudah terjadi sejak zaman dahulu, melalui komunikasi langsung. Seiring berkembangnya zaman, berkembang pula penyebaran hoaks. Salah satu faktornya adalah dengan adanya kehadiran new media. New media menurut (Creeber & Martin, 2009) adalah “produk komunikasi melalui teknologi yang berdampingan dengan komputer digital”. Produk komunikasi dapat berupa *website*, media sosial, dan lain-lain. Selain itu, new media menurut (Mondry, 2008), ialah “media berbasis internet, fleksibel, berpotensi interaktif, media online berbasis teknologi yang dapat berfungsi baik secara pribadi maupun publik”.

Dengan adanya *new media*, penyebaran hoaks sudah memasuki media sosial.

“Media sosial ialah mengenai menjadi orang biasa yang memberikan ide, bersekutu, dan berkolaborasi agar dapat berpikir, menciptakan suatu kreasi, berdebat, dan menemukan teman (Anton Mayfield, 2008)”. Kekuasaan dalam memberikan ide di media sosial yang menjadikan hoaks dapat tersebar di sana. mempermudah penggunaannya untuk berbagi informasi kepada orang lain. Kekuasaan tersebut dapat mempermudah pengguna media sosial untuk menyebarkan ide-ide dan informasi yang diinginkan mereka kepada orang lain. (Neni Yulianita, Nurrahmawati, Tresna Wiwitan, 2017) mengatakan bahwa “media sosial merupakan sarana efektif dan efisien dalam menyampaikan suatu informasi kepada pihak lain.” Pendapat tersebut serupa dengan yang dikemukakan (Carr dan Hayes, 2015) dimana media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri dengan khalayak luas. Karena itulah, seperti yang dikatakan oleh (Yulianita dkk, 2022) bahwa kehadiran media sosial telah membawa pengaruh tersendiri bagi masyarakat.

Pengaruh tersebut tidak hanya bersifat positif, sebagai media untuk berkomunikasi, menyampaikan informasi, atau mencari teman. Namun, apabila tidak digunakan secara baik dan benar, dapat membawa pengaruh negatif. Sebagai contoh, apabila dalam menyampaikan informasi, namun informasi tersebut tidak dapat disaring terlebih dahulu, akan menyebabkan informasi tidak benar atau hoaks dapat tersampaikan secara luas. Itulah yang akan membahayakan masyarakat.

Hoaks memiliki tujuan yang beragam, namun biasanya dilakukan untuk menggiring opini masyarakat akan suatu hal, menciptakan keresahan, *black campaign*, atau melakukan penipuan terhadap masyarakat. Berita hoaks cenderung lebih dipercaya jika informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki orang tersebut. Sebagai contoh, apabila seseorang tidak menyukai artis A, ketika melihat berita negatif yang berhubungan dengan artis A maka orang tersebut kemungkinan besar akan langsung percaya dan bahkan menyebarkannya. Sedangkan Adipresatio dkk, (2017) mengungkapkan bahwa masyarakat cenderung memilih informasi yang berisi opini ketimbang berita yang menyandarkan diri pada objektivitas. Penyebaran hoaks (menurut Dedi Rianto, 2017) akan menjadi parah apabila orang tersebut memiliki pengetahuan yang minim mengenai media atau informasi yang diterimanya. Sehingga akan terus menyebarkan tanpa mengetahui dampaknya akan seperti apa. Sejalan dengan pendapat Susanto (2011) yang mengatakan bahwa masalah dalam media sosial adalah bagaimana menyaring informasi sehingga berguna bagi orang yang membaca.

Apabila hoaks sudah menyebar, maka harus segera dilakukan tindakan pengendalian dan pemantauan agar tidak semakin menyebar dan merugikan masyarakat maupun negara. Salah satunya dengan bantuan *media tracking*. (Gunawan dan Annisa, 2020) mengatakan bahwa “kegiatan media monitoring adalah suatu kegiatan oleh para profesional humas sebagai proses evaluasi terkait media.” Media tracking merupakan kegiatan yang dilakukan dalam media monitoring untuk melihat jejak masyarakat dan berita yang beredar pada media online dan sosial.

Provinsi Jawa Barat, sebagai salah satu provinsi dengan pengguna media sosial dan internet terbanyak di Indonesia melakukan pemantauan terhadap masyarakat Jawa Barat dalam bermedia sosial. Pemerintah Provinsi Jawa Barat dibantu oleh Jabar Saber Hoaks yang merupakan satuan unit tugas di bawah Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang bekerja untuk untuk

memverifikasi informasi yang tidak jelas dan rumor yang tersebar luas di masyarakat. Informasi ini kemudian divalidasi melalui proses validasi dan kompilasi, dan pemrosesan data-data dari sumber atau referensi terpercaya.

Dalam kinerjanya, Jabar Saber Hoaks dibantu oleh *media tracking*. Jabar Saber Hoaks memantau berbagai media sosial, salah satunya adalah Twitter. Twitter sendiri, sebagai layanan micro-blogging adalah salah satu alat yang efektif menyebarkan berita dari orang ke orang di kecepatan yang sebanding dengan media massa konvensional (Situngkir, 2017).

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik melakukan penelitian mengenai “Media Tracking Jabar Saber Hoaks Sebagai Upaya Pengendalian Hoaks”.

Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana penyebaran hoaks di media sosial Twitter?
2. Mengapa Jabar Saber Hoaks memilih menggunakan media tracking dalam melihat hoaks?
3. Bagaimana antisipasi Pemprov Jabar alam menghadapi berita hoaks yang beredar?

B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. “Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang terpengaruh oleh pandangan, pemikiran, dan pengetahuan orang yang meneliti (Prof. Dr. Conny R. Semiawan, 2010)”. Kemudian, dalam pengumpulan data untuk penelitian ini, peneliti menggunakan empat teknik, yaitu wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Wawancara mendalam dilakukan kepada Jabar Saber Hoaks, dengan narasumber:

1. Alfianto Yustinova selaku Ketua Jabar Saber Hoaks
2. Shafira Putri selaku Staff Divisi Pengelola Layanan Aduan dan Pengecekan Fakta di Jabar Saber Hoaks
3. Gofur selaku Staff Media Monitoring

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penyebaran Hoaks di Media Sosial Twitter

Media sosial memiliki ciri-ciri yang sama, sehingga membuat penyebaran media sosial satu dengan yang lainnya pun hampir serupa. Dalam pengklasifikasiannya, Jabar Saber Hoaks tidak membedakan hoaks ke dalam bentuk penyebarannya, namun lebih kepada bentuk hoaks itu sendiri, yaitu:

1. Satir atau parodi (*Satire or parody*)
Informasi ini tidak memiliki tujuan yang jahat, namun dapat mengecoh orang lain yang membacanya. Biasanya bertujuan untuk menyindir pihak tertentu.
2. Konten menyesatkan (*Misleading content*)
Konten atau informasi ini memiliki tujuan untuk menyesatkan pembacanya dan menggiring opini masyarakat.
3. Konten tiruan (*Imposter content*)
Konten ini biasanya berisikan pernyataan atau menirukan tokoh-tokoh yang penting, sehingga membuat masyarakat berpikir bahwa tokoh tersebut menyebarkan informasi yang dibuat.
4. Konten palsu (*Fabricated content*)
Konten palsu berisikan tentang hal yang sepenuhnya tidak benar dan tanpa merujuk pada suatu fakta dan disebar dengan niat yang jahat.
5. Koneksi yang salah (*False connection*)
Konten ini biasanya memiliki judul atau gambar yang tidak sesuai dengan isi konten.
6. Konteks yang salah (*False context*)
Konten ini biasanya disebar dengan narasi atau teks yang salah. Biasanya berisi suatu kejadian yang sudah pernah terjadi, namun disebar kembali dengan konteks yang tidak sesuai.
7. Konten manipulasi (*Manipulation content*)
Biasanya konten ini berisikan informasi yang disebar oleh media yang kredibel,

namun dimanipulasi dengan cara diedit untuk mengecoh masyarakat.

Jabar Saber Hoaks dalam melakukan pemantauan membagi hoaks yang menyebar ke dalam bentuk-bentuk tersebut. Dari pemantauan peneliti, bentuk-bentuk hoaks di atas pun terjadi di media sosial Twitter. Twitter sendiri merupakan media sosial yang bersifat bebas dan memiliki banyak fitur, sehingga semua bentuk hoaks tersebut dapat terjadi di sana. (PN. Howard dan M.R Parks, 2012) mengungkapkan bahwa “media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu: Infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media. Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital. Kemudian yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri.”

Berdasarkan teori di atas, Twitter dianggap sebagai *platform* yang memfasilitasi penggunaannya untuk membagikan gagasan ataupun ide-ide mereka kepada publik. Konten yang didistribusikan di Twitter merupakan pesan-pesan pribadi yang dibuat oleh individu maupun organisasi. Pesan tersebut dibuat berdasarkan gagasan ataupun ide-ide sehingga besar kesempatan bagi orang lain untuk menyebarkan berita hoaks. Berita hoaks dituangkan sebagai bentuk gagasan yang kemudian akan mempengaruhi pengguna lainnya yang turut membaca dan mengkonsumsi hoaks tersebut.

Penggunaan Media Tracking Dalam Melihat Hoaks

Jabar Saber Hoaks menggunakan media tracking untuk mengetahui pemberitaan yang beredar terkait Pemprov Jawa Barat dengan menggunakan kata kunci atau topik pada topik tertentu. Sebagai contoh ketika akan menganalisis suatu pemberitaan terkait bansos Jabar Saber Hoaks akan membuat suatu kata kunci seperti “Jawa Barat” AND “Bansos” ketika sudah membuat kata kunci, pengguna dapat memasukkan kata kunci ke dalam *search box* mengenai isu yang ingin ditelusuri. Setelah itu, tools akan mencoba untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan topik pencarian.

Berita yang telah dipilah, kemudian dianalisis dengan menggunakan *Artificial Intelligence* (AI) dan *machine learning* dengan pendekatan NLP (*Natural Language Processing*) untuk mendapatkan insight yang dibutuhkan oleh Jabar Siber Hoaks seperti sentiment analysis, emotion analysis, trending analysis, top person, top hashtag dan kata kunci.

Tools pada media monitoring yang di gunakan untuk melihat pemberitaan yang beredar terkait pemberitaan Bansos tersebut menggunakan *Sentiment Analysis* yaitu sistem yang dapat mengubah dan menggabungkan informasi di internet berupa opini dalam format blog, grup, media online dan media sosial menjadi data yang lebih terstruktur. Analisis sentimen bertujuan untuk mendeteksi pemberitaan positif, netral, atau negatif dari teks.

Menurut Jabar Saber Hoaks, penggunaan *media tracking* tidak efektif dalam kegiatan pengendalian hoaks, meski begitu, *media tracking* tetap dianggap sebagai langkah pelengkap dalam kegiatan tersebut. Langkah-langkah tersebut meliputi:

1. Penerimaan Aduan
Jabar Saber Hoaks setiap harinya menerima aduan dari masyarakat mengenai berita yang dikhawatirkan oleh mereka adalah berita hoaks. Dalam hal ini, Jabar Saber Hoaks memfasilitasi masyarakat dengan kanal aduan di media sosial agar masyarakat dapat dengan mudah menyampaikan aduannya.
2. Pengecekan Konten
Setelah menerima aduan, tim Jabar Saber Hoaks langsung memproses berita tersebut. Konten tersebut dicek oleh tim secara manual, kemudian dengan bantuan Google atau Google Reverse untuk melihat keaslian konten yang diunggah. Kemudian digunakan *media tracking* untuk melihat sudah seberapa viral hoaks tersebut menyebar.
3. Pembuatan Klarifikasi
Apabila berita sudah dicek, maka segera dilakukan klarifikasi oleh tim Jabar Saber Hoaks.
4. Pemantauan Kembali
Setelah dilakukan klarifikasi, Jabar Saber Hoaks kemudian melakukan pemantauan

kembali secara manual dan dengan menggunakan *media tracking* untuk melihat apakah hoaks yang sudah dilakukan klarifikasi masih diperbincangkan oleh masyarakat atau tidak dan dijadikan sebagai acuan untuk tindakan lebih lanjut. Kemudian dilakukan pemantauan terhadap hoaks-hoaks yang baru.

Antisipasi Pemerintah Provinsi Jawa Barat Dalam Berita Hoaks

Hoaks adalah salah satu ancaman terbesar pemerintah dalam mewujudkan pembangunan dan kemajuan masyarakat karena hoaks dapat menciptakan perpecahan antar masyarakat maupun dengan pemerintah. Provokasi kepada masyarakat melalui hoaks, disebarkan secara masif dengan tak jarang menjatuhkan pemerintah agar masyarakat tidak percaya dengan kinerja maupun program yang sedang dijalankan oleh pemerintah.

Itulah mengapa hoaks di media sosial sangat berbahaya. Sifat yang dimiliki oleh media sosial lebih bebas dibandingkan media massa lain. Penggunaannya dapat mengunggah apa saja tanpa melihat apakah hal yang diunggah betul atau tidak, menimbulkan masalah atau tidak. Oleh karena itu, hoaks merupakan hal penting yang harus ditangani oleh pemerintah.

Penyebaran hoaks melalui media sosial cenderung tidak mempertimbangkan dampak harmoni sosial yang ditimbulkan. Penyebaranluasan konten negatif seperti hoaks di media sosial semakin masif karena masyarakat khususnya di Jawa Barat lebih mudah menerima sentimen negatif personal khususnya pemerintahan di bandingkan fakta yang beredar. Gadamer menjelaskan teori pemahaman dalam Hermeunetika yang terbagi menjadi dua, yaitu *truth content* dan *intention*. Dalam pemahaman *truth content* dijelaskan bahwa “memahami *truth content* artinya orang memahami teori pokok yang terdapat dalam sebuah teks”. Yang mana dalam penyebaran hoaks, orang yang percaya dan ikut menyebarkan tidak termasuk, sebab mereka tidak paham dengan isi teks tersebut. Apabila orang memahami isi pokok dan hal-hal penting dari sebuah teks, maka orang tersebut tidak akan mudah percaya pada berita hoaks. Kemudian terdapat pemahaman *intention*, yang berarti “orang memahami alasan dari tindakan tersebut dibuat”. Sebagai contoh, orang yang percaya menyebarkan berita hoaks mengenai COVID-19 adalah tanpa latar belakang pendidikan kesehatan, sehingga mudah percaya.

Jabar Saber Hoaks, dalam mengantisipasi hoaks sudah melakukan dua kegiatan yaitu memberikan klarifikasi dan memberikan konten edukasi kepada masyarakat. Kedua kegiatan tersebut merupakan hal yang tepat, karena apabila mengacu kembali kepada teori Hermeunetika Gadamer, ketika melihat suatu berita, masyarakat harus memahami isi berita tersebut, melakukan *crosscheck* dengan berita-berita lain dan fakta-fakta yang ada. Inilah yang harus menjadi dasar masyarakat ketika membaca, agar masyarakat tidak mudah terseret arus dan terpengaruh dengan berita-berita hoaks yang ada, bahkan menyebarkannya kembali. Untuk mewujudkan masyarakat yang memenuhi kriteria tersebut, dibantu dengan konten klarifikasi oleh Jabar Saber Hoaks sehingga masyarakat dapat dengan mudah melakukan *crosscheck* sendiri terhadap berita-berita yang dibacanya. Kemudian, konten edukasi yang diberikan oleh Jabar Saber Hoaks akan membentuk karakter masyarakat yang paham dan tidak mudah terpengaruh oleh hoaks.

D. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan yang sudah dilakukan, maka dapat penulis tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penyebaran hoaks di media sosial Twitter tidak jauh berbeda dengan media sosial lainnya. Penyebarannya disertai gambar yang sudah dimodifikasi atau dimanipulasi, kemudian ditambah dengan narasi-narasi yang provokatif. Kemudian hoaks yang sudah dibuat, diunggah dan menyebar kepada pengguna lainnya. Yang membedakan hoaks hanyalah jenisnya saja, yaitu: Satir atau parodi (*Satire or parody*), Konten menyesatkan (*Misleading content*), Konten tiruan (Imposter content), Konten palsu (Fabricated content), Koneksi yang salah (*False connection*), Konteks yang salah (*False context*), Konten manipulasi (*Manipulation content*)
2. Dalam melakukan pemantauan hoaks, Jabar Saber Hoaks menggunakan media

monitoring atau media tracking, namun tidak sebagai sistem utama. Sebab, menurut narasumber, setelah digunakan pada awal Jabar Saber Hoaks beroperasi, dirasa kurang efektif karena media monitoring atau media tracking harus menggunakan kata kunci dalam pelaksanaannya, sedangkan dalam melihat hoaks, sulit menggunakan kata kunci karena hoaks yang beredar banyak dan berbeda-beda setiap waktunya. Namun, media monitoring atau media tracking tetap digunakan hingga sekarang, hanya saja tidak pada tahap pengklarifikasian hoaks, melainkan dalam tahap pemantauan untuk melihat apakah berita hoaks yang beredar masih diperbincangkan, seberapa viral berita hoaks tersebut di kalangan masyarakat, dan bagaimana sentimen masyarakat terhadap berita tersebut.

3. Antisipasi yang dilakukan oleh Jabar Saber Hoaks dan Pemerintah Provinsi Jawa Barat hanya sebatas mengklarifikasi dan melakukan edukasi. Pada laman resminya, Jabar Sabar Hoaks terus memberikan klarifikasi terhadap berita-berita hoaks yang menyebar. Klarifikasi tersebut disertai dengan fakta dari sumber yang kredibel, penjelasan oleh ahli, dan sumber darimana berita hoaks tersebut berasal. Namun, Jabar Saber Hoaks tidak bisa menangkap orang yang menyebarkan hoaks tersebut meski mengetahui darimana hoaks tersebut berasal, karena bukanlah ranah dari Jabar Saber Hoaks, namun kepolisian dan penegak hukum. Ranah Jabar Saber Hoaks untuk penyebarannya hanyalah memberi sanksi permintaan maaf dan tanda tangan di atas materai.

Acknowledge

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh narasumber yang sudah memberikan informasi mengenai pembahasan ini.

Daftar Pustaka

- [1] Adiprasetyo dkk. *Hoax, Reproduksi, dan Persebaran: Suatu Penelusuran Literatur, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 1, No. 4, 2017.
- [2] Ahmad Setiadi. *Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi, Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*. Vol. 16 No. 2, 2016
- [3] Carr, Caleb T. and Hayes, Rebecca A. *Social Media: Defining, Developing, and Divining, Atlantic Journal of Communication*. 2015.
- [4] Gunawan, Aditya Ilham, Renata Anisa. *Kegiatan Media Monitoring Humas Pemerintah Kota Cimahi, Jurnal Ilmu Komunikasi: Ekspresi dan Persepsi*. Vol. 3 No.2, 2020.
- [5] Howard, P.N. and Parks, M.R. *Social Media and Political Change Capacity, Constraint, and Consequences. Journal of Communication*. Vol. 62 No. 2. 2012
- [6] Juditha, Christiany. *Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation, Jurnal Pekommas*. Vol. 3, No. 1, 2018.
- [7] Kau, Sofyan A. P. *Hermeneutika Gadamer dan Relevansinya dengan Tafsir, Jurnal Farabi*. Vol. 11, No. 2, 2014.
- [8] Maulida, Mia Rizqi, Tresna Wiwitan. *Aktivitas Media Monitoring Biro Humas Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Prosiding Hubungan Masyarakat*. Vol. 6, No. 2, 2020.
- [9] Rianto, Dedi. *Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 5, No. 1, 2017.
- [10] Semiawan, Conny R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- [11] Situngkir, H. *Spread of hoax in Social Media: A Report on Empirical Case, Journal of Economic Perspective*. Vol. 31, No. 2, 2017.
- [12] Susanto, E.H. dkk. 2011. *Komunikasi Bencana*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo. Watie, Errika Dwi. *Komunikasi dan Media Sosial, The Messenger*. Vol. 3, No. 1, 2011.
- [13] Yulianita, Neni., Nurrahmawati, & Tresna Wiwitan. *Pemahaman Dosen Universitas Islam Bandung Tentang Makna Hoax di Media Sosial WhatsApp, Jurnal WACANA*. Vol. 16, No. 2, 2017.
- [14] Yulianita, Neni dkk. *Social Media in the Context of Online Business Communication*,

- Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. Vol. 658, p.380-384.
- [15] Widiantara, I Komang Agus (2022). *Ekspresi Warganet Merespon PPKM Darurat: Studi Kritis terhadap Komunikasi Publik Gubernur Bali*. *Jurnal Riset Public Relation* 2(2). 93-104.