

## Strategi Jabar Saber Hoaks Sebagai Media Klarifikasi Hoaks Melalui Pengelolaan Konten Pada Media Sosial Instagram @jabarsaberhoaks

Mutiaranisa Nur Fadjriah<sup>1</sup>, Trie Damayanti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received April 22, 2024

Revised April 27, 2024

Accepted May 02 2024

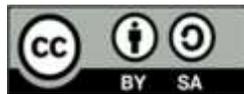
Available online May 03, 2024

#### Keywords

Jabar Saber Hoaks, hoaks, strategi komunikasi, humas, pengelolaan kont

#### Keywords:

Jabar Saber Hoaks, hoax, communication strategy, public relations, content management



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.  
Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi Jabar Saber hoaks dalam menyampaikan informasi klarifikasi hoaks sebagai program kerja Jabar Saber Hoaks, serta bagaimana keterkaitan program kerja Jabar Saber Hoaks mengenai pengelolaan konten pada media sosial Instagram @jabarsaberhoaks dengan lingkup kerja kehumasan. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian eksploratif yang merupakan sebuah penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data untuk menjawab persoalan yang menjadi minat dari peneliti. Kegiatan yang dilakukan oleh Jabar Saber Hoaks adalah pengelolaan konten infografis yang kemudian diupgrade menjadi konten short video yang diunggah pada media sosial Instagram @Jabarsaberhoaks melalui proses media monitoring hoaks, fact check, pengemasan konten, serta publikasi konten ke Instagram resmi @jabarsaberhoaks. Tujuan Jabar Saber Hoaks selaras dengan tujuan humas menurut kamus terbitan Institute of Public Relations (IPR) yaitu untuk memastikan bahwa niat baik dan kemajuan instansi yang bersangkutan senantiasa dimengerti oleh publiknya, dan Jabar Saber Hoaks juga menjalankan program kerjanya dalam hal komunikasi informasi hoaks secara terencana dan berkesinambungan. Humas harus dapat beradaptasi serta berbaur dengan perkembangan teknolog, selaras dengan Jabar Saber Hoaks yang berupaya beradaptasi dengan

perkembangan teknologi, dengan mengembangkan bentuk komunikasinya dari hanya informasi klarifikasi berbentuk konten infografis berkembang menjadi informasi klarifikasi yang dikemas dalam bentuk konten short video, dan kemudian diunggah melalui media sosial Instagram @jabarsaberhoaks.

### ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how Jabar Saber Hoaks strategy in delivering hoax clarification information as Jabar Saber Hoaks work program, and how Jabar Saber Hoaks work program is related to content management on Instagram social media @jabarsaberhoaks with the scope of public relations work. This research method uses an exploratory research method which is a study that aims to collect data to answer problems that are of interest to researchers. Exploratory research conducts exploration or introduction to certain research symptoms. The activity carried out by Jabar Saber Hoaks is the management of infographic content which is then upgraded to short video content uploaded on Instagram social media @ Jabarsaberhoaks through the hoax media monitoring process, fact check, content packaging, and content publication to the official Instagram @jabarsaberhoaks. Jabar Saber Hoaks' objectives are in line with the objectives of public relations according to the dictionary published by the Institute of Public Relations (IPR), namely to ensure that the goodwill and progress of the agency concerned are always understood by its public, and Jabar Saber Hoaks also carries out its work program in terms of communication of hoax information in a planned and sustainable manner. Public Relations must be able to adapt and blend with technological developments, in line with Jabar Saber Hoaks which seeks to adapt to technological developments, by developing its form of communication from only clarifying information in the form of infographic content to developing clarifying information packaged in the form of short video content, and then uploaded via Instagram social media @jabarsaberhoaks.

### PENDAHULUAN

Humas merupakan bagian yang berperan sebagai garda terdepan dalam hal penyampaian informasi, yaitu sebagai pihak yang memfasilitasi untuk menjadi jembatan antara instansi dengan publiknya, dan dituntut supaya dapat membangun citra positif sebuah instansi. Peran humas sangat dibutuhkan oleh seluruh instansi yang bersifat komersial atau instansi tidak komersial, perusahaan industri, organisasi sosial budaya sampai ke instansi pemerintah. Humas adalah Humas merupakan ujung tombak atau sebagai corong yang harus dapat menghubungkan baik pihak internal, maupun pihak eksternal di pemerintahan itu sendiri (Sani et al., 2020). Pada dasarnya, humas memiliki fungsi sebagai

\*Corresponding author

Email: [Mutiaranisa20001@mail.unpad.ac.id](mailto:Mutiaranisa20001@mail.unpad.ac.id), [Trie.damayanti@unpad.ac.id](mailto:Trie.damayanti@unpad.ac.id)

alat penyebaran informasi, menumbuhkan kepercayaan publik, memelihara kepercayaan publik, membangun hubungan harmonis dengan publiknya, termasuk untuk membangun citra positif instansi.

Citra positif sebuah instansi adalah hal yang dapat menjadi kekuatan serta hal dasar yang harus dimiliki sebuah instansi. Citra positif sebuah instansi adalah harta yang sangat berharga untuk instansinya karena citra merupakan bagaimana cara pandang publik kepada instansi itu sendiri atau bagaimana persepsi publik terhadap instansi. Citra dibentuk dari bagaimana instansi *membranding* dirinya yang akhirnya menghasilkan kesan baik untuk publik. Informasi sebagus apapun, seefektif apapun, senyata apapun tentunya masih kurang jika citra positif instansi tidak terawat dengan baik (Oktavianingsih T & Rusfian, 2012). Jika citra positif instansi berhasil terbangun dengan baik, maka akan memudahkan instansi tersebut kedepannya untuk memberikan informasi kepada publik, citra yang positif akan menjadi sebuah magnet publik.

Mewujudkan citra positif instansi dapat dilakukan dengan memberikan pemahaman kepada publik melalui sebuah informasi yang mudah dipahami, informasi yang menarik, memuat fakta, dan informasi yang masuk akal supaya dapat dipercayai oleh publik. Namun, membangun sebuah citra juga tidak bisa dilakukan dengan asal-asalan, harus ada strategi khusus yang disiapkan secara matang disesuaikan dengan kondisi yang sedang terjadi. Seperti pada masa kini, dimana kemajuan teknologi semakin berkembang, perkembangan teknologi ini menghasilkan internet serta media sosial, maka pembangunan citra harus disesuaikan dengan penggunaan teknologi yang semakin berkembang supaya dapat selaras dengan keadaan.

Di era perkembangan teknologi yang menjadi era serba digital ini, muncul internet yang dapat menghidupkan beragam media sosial dan banyak digunakan orang untuk menjalankan aktifitasnya. Kehadiran media sosial tentunya membawa perubahan dalam kehidupan bermasyarakat. Kehadiran media sosial mengubah masyarakat menjadi lebih tertarik berkomunikasi dan mencari informasi melalui media sosial dibandingkan dengan media konvensional. Pada era media sosial ini maka akan semakin banyak juga alat atau cara yang digunakan oleh humas untuk menyampaikan informasi dan membangun citra antara instansi dengan publik yang juga saat ini publik lebih tertarik untuk menggunakan media sosial. Dari kondisi tersebut maka tentunya peran humas harus ikut berubah menyesuaikan dengan kondisi yang sedang terjadi, peran humas harus lebih *update* dan mulai meninggalkan strategi konvensional. Strategi yang dilakukan oleh humas juga tentunya harus bermanfaat untuk instansi dan berdampak positif untuk publik supaya informasi yang disampaikan kepada publik dapat tersampaikan dengan baik. Salah satu cara yang dapat humas gunakan untuk memberikan informasi serta membangun citra positifnya adalah dengan melalui pengelolaan konten yang dikemas secara kreatif.

Diskominfo Provinsi Jawa Barat Unit Jabar Saber Hoaks adalah salah satu instansi yang menggunakan strategi pengelolaan konten sebagai media komunikasi untuk menjalankan program kerja yaitu mengkomunikasikan klarifikasi hoaks melalui konten-konten di Instagram, sekaligus membangun citra positif publik kepada Jabar Saber Hoaks. Di era perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, Tim Jabar Saber Hoaks memandang bahwa gerakan edukasi literasi digital adalah salah satu strategi yang efektif dalam ikhtiar meminimalisir banyaknya penyebaran informasi keliru atau hoaks (Jabar Saber Hoaks, 2023)



**Gambar 1.** Instagram Resmi Jabar Saber Hoaks  
Sumber : Instagram @jabarsaberhoaks

Saat ini Instagram @Jabarsaberhoaks memiliki pengikut sebanyak 71.000 orang dan memiliki sebanyak 7.050 postingan berisikan klarifikasi hoaks dalam bentuk infografis atau berupa konten kreatif. Jabar Saber Hoaks berperan sebagai jembatan antara Diskominfo Provinsi Jawa barat dengan publiknya untuk memberikan informasi mengenai klarifikasi berita hoaks melalui teknologi digital yaitu media sosial Instagram. Jabar Saber Hoaks menerima aduan hoaks dari masyarakat yang informasi klarifikasi hoaksnya dapat dilihat pada *website* resmi Jabar Saber Hoaks. Klarifikasi hoaks tersebut didapatkan

melalui proses *media monitoring*. Kemudian, upaya yang dilakukan Jabar Saber Hoaks selanjutnya adalah *fact check* yang merupakan kegiatan pencarian dan memeriksa fakta dari banyaknya hoaks yang tersebar, yang kemudian klarifikasi dari hoaks tersebut akan dikomunikasikan melalui *website* resmi serta Instagram resmi Jabar Saber Hoaks. Publikasi konten klarifikasi hoaks yang dikomunikasikan melalui Instagram dikemas dalam dua bentuk, awalnya hanya dalam bentuk infografis, kemudian dikembangkan dalam bentuk konten *short video* atau konten kreatif karena mayoritas konten video menggunakan unsur komedi.

Sesuai dengan penjelasan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi Jabar Saber hoaks dalam menyampaikan informasi klarifikasi hoaks sebagai program kerja Jabar Saber Hoaks, serta bagaimana keterkaitan program kerja Jabar Saber Hoaks mengenai pengelolaan konten pada media sosial Instagram @jabarsaberhoaks dengan lingkup kerja kehumasan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Humas Pemerintah**

Humas Pemerintahan adalah Humas yang menjalankan tugas dan fungsinya di ranah pemerintahan Humas Pemerintah merupakan sebuah pihak yang bertindak untuk menjembatani kepentingan pemerintahan dengan kepentingan masyarakat. Bagian Humas pada institusi Pemerintah terbentuk dengan tujuannya yaitu untuk mengkomunikasikan bagaimana kebijakan pemerintah dan menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat mengenai pemerintahan, juga bertujuan untuk menyediakan sarana supaya bisa memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi. Humas pemerintah juga berupaya untuk menciptakan hubungan yang positif dengan lembaga atau instansi dengan publiknya serta memberikan pengertian kepada publiknya mengenai apa yang dikerjakan oleh instansi pemerintah (Lani & Handayani, 2021). Peran Humas pemerintah di era kemajuan teknologi sekarang bukan lagi sebagai penyampai informasi, lebih dari itu, tapi Humas Pemerintahan menjadi salah pihak dalam mendukung kesuksesan pelaksanaan program pemerintah, terutama menciptakan reputasi kinerja pemerintahan yang baik (*good governance*) di mata masyarakat melalui media sosial.

### **Fungsi Humas Pemerintah**

Humas pemerintahan tentunya memiliki fungsi khusus dalam menjalankan program kerjanya. Fungsi utama humas pemerintah adalah menciptakan serta mengembangkan hubungan baik antara instansi dengan publik internal maupun publik eksternalnya dengan tujuan menanamkan serta menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik agar dapat menciptakan iklim yang harmonis (Lani & Handayani, 2021). Fungsi pokok humas adalah mengatur beragam informasi internal dan eksternal, yaitu dengan cara menyajikan informasi serta penjelasan seluas mungkin kepada publik beserta dengan kebijakan, program, serta tindakan-tindakan dari instansi tersebut supaya bisa dengan mudah dipahami dan pada akhirnya dapat menghasilkan memperoleh dukungan dari publik. Dari fungsi-fungsi diatas, dapat disimpulkan bahwa humas pemerintahan memiliki fungsi untuk menciptakan dan meningkatkan hubungan baik antara seluruh publik, entah itu publik internal maupun eksternal. Humas pemerintah juga berfungsi untuk mengatur arus informasi mengenai program serta tindakan dari instansi supaya mendapat dukungan dari publik.

### **Strategi Humas Pemerintahan**

Strategi humas pemerintahan adalah sebuah langkah yang dilakukan humas pemerintahan dalam rangka mensukseskan program kerjanya. Pemerintah yang berperan sebagai pemilik informasi menyangkut dengan banyak orang dimana humas pemerintahan harus memiliki strategi informasi dalam bentuk *offline* dan *online* karena bentuk informasi *offline* dan *online* membutuhkan pengetahuan, pengalaman dan keterampilan untuk meningkatkan pengelolaan komunikasi dan menjalin hubungan baik antara instansi dengan publiknya. Humas pemerintahan harus dapat mengimbangi perkembangan teknologi, maka dari itu strategi yang dilakukan oleh humas pemerintahan juga harus berbasis teknologi, seperti pengelolaan konten sebagai bentuk informasi yang diunggah melalui media sosial Instagram (Nugraha et al., 2022).

### **Hoaks**

Hoaks merupakan informasi yang belum ada kebenarannya. Hoaks merupakan sebuah informasi, kabar, berita yang palsu atau bohong (Diskominfo, 2018). Menurut Diskominfo Bandung, ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menangkal terjadinya hoaks, yaitu mencermati alamat situs yang dikunjungi, jangan hanya membaca judul berita, periksa dulu faktanya, cek keaslian foto, mengikuti grup diskusi (Diskominfo, 2022). Hoaks memiliki tujuh tipe yang berbeda-beda, diantaranya adalah *satire content* atau konten yang mengandung unsur parodi, *manipulated content* yaitu konten manipulasi, *false context* adalah konten yang memuat konteks keliru, *misleading content* adalah konten yang menyesatkan, *imposter content* yang merupakan konten tiruan, *false connection* adalah konten berisikan koneksi yang salah, *fabricated content* merupakan konten palsu (Jabar Saber Hoaks, 2023).

## Media Sosial

Media sosial adalah sebuah alat yang saat ini mayoritas orang menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan sosial atau kebutuhan hidupnya. Media sosial adalah sebuah media online, dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, serta menciptakan sesuatu diantaranya seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial mendukung kegiatan interaksi sosial dengan menggunakan teknologi berbasis web yang bisa mengubah sebuah komunikasi menjadi dialog interaktif (Liedfray et al., 2022). Kemudian terdapat pendapat lain mengenai media sosial yang diambil menurut *Cambridge Dictionary*, yang menyatakan bahwa : “Websites & computer programs that allow people to communicate and share information on the internet using a computer or mobile phone. Companies are increasingly making use of social media in order to market their goods.” (Cambridge, 2023). Yang artinya media sosial merupakan sebuah situs web & program komputer yang memungkinkan orang untuk berkomunikasi dan berbagi informasi pada internet menggunakan komputer atau ponsel, dan saat ini perusahaan atau instansi semakin memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk mereka.

## Instagram

Instagram adalah sebuah media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh orang. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memiliki kemampuan untuk membuat, memanipulasi, dan berbagi foto dengan keluarga, rekan kerja, dan orang lain yang tertarik untuk melihat gambar digital berwarna, bukan sekedar untuk membagikan foto atau video, namun perusahaan Instagram memposisikan perusahaannya sebagai jejaring sosial untuk berinteraksi (Luttrell, 2018). Instagram memiliki berbagaimacam fitur yang dapat digunakan oleh penggunanya, diantaranya seperti fitur *reels video* dimana pengguna dapat mengunggah video sesuai dengan minatnya, membagikan foto dan video melalui fitur Instagram stories atau melalui fitur *feeds*, berkomunikasi melalui fitur pesan *messenger*, melihat postingan orang lain, dan melakukan *live streaming*.

## METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian eksploratif. Penelitian eksploratif merupakan sebuah penelitian yang berupaya untuk memaparkan atau menggambarkan suatu fenomena dimana peneliti belum memiliki arah atau peta penjelasan tentang fenomena yang dihadapinya. Penelitian eksploratif merupakan sebuah penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data untuk menjawab persoalan yang menjadi minat dari peneliti. Penelitian eksploratif mengadakan penjajakan atau pengenalan terhadap gejala penelitian tertentu. Dalam penelitian dengan metode eksploratif belum diperlukan rujukan teori (Mudjiyanto, 2018)

Pada Penelitian eksploratif, peneliti hanya mencari ide-ide serta hubungan-hubungan yang baru, sehingga tidak ada sebuah perencanaan yang formal untuk penelitian tersebut, maka pelaksanaannya tergantung pada kepandaian serta daya imajinasi dari *research worker* yang bersangkutan. Penelitian eksploratif memiliki tujuan yaitu adalah untuk memproduksi generalisasi yang diturunkan dari proses induktif tentang grup, proses, aktivitas, atau situasi yang dipelajari (Given, n.d.)

## HASIL

Kegiatan yang dilakukan oleh Diskominfo Provinsi Jawa Barat Unit Jabar Saber Hoaks adalah pengelolaan konten infografis dan konten *short video* yang diunggah pada media sosial Instagram @Jabarsaberhoaks. Konten tersebut merupakan konten informasi klarifikasi hoaks, yang hoaks tersebut didapatkan melalui proses media monitoring berita hoaks di seluruh media online atau melalui pantauan dari *website* resmi Jabar Saber Hoaks, kemudian setelah berita hoaks ditemukan tahap selanjutnya adalah memverifikasi hoaks atau mencari dan mengecek fakta sesungguhnya dari hoaks tersebut melalui sumber data yang kredibel. Setelah hoaks berhasil diverifikasi, tahap selanjutnya adalah mengkomunikasikan klarifikasi hoaks kepada publik yang diunggah melalui *website* resmi Jabar Saber Hoaks, lalu Jabar Saber Hoaks mengembangkan cara komunikasinya dari bentuk infografis, bertambah melalui konten *short video* yang diunggah melalui media sosial Instagram @Jabarsaberhoaks. Pengelolaan konten pada media sosial Instagram @Jabarsaberhoaks ini menjadi media komunikasi antara Jabar Saber Hoaks dengan publiknya dan dapat dijadikan wadah penting bagi para publik sebagai media informasi klarifikasi hoaks yang sedang beredar, supaya publik dapat lebih sadar mengenai berita mana yang memuat fakta dan berita mana yang memuat hoaks. Pengelolaan konten ini juga diharapkan dapat membuat publik lebih dan peduli mengenai pentingnya kebenaran informasi. Pengelolaan konten ini bertujuan untuk membangun pola pikir publik yang bijak dalam mengatasi berita hoaks, menumbuhkan ketertarikan publik untuk menjadi pihak yang dapat memberikan perubahan baik pada dunia digital dalam hal memberantas hoaks, dan menciptakan wadah penting bagi para mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan dalam menyaring informasi, menghadapi tantangan informasi palsu atau berita hoaks.

Tahap detail dari kegiatan Jabar Saber Hoaks yang pertama adalah *media monitoring*. Konten yang akan diunggah melalui Instagram @jabarsaberhoaks merupakan konten klarifikasi hoaks, maka dari

itu harus diketahui dulu hoaks apa yang akan diklarifikasi. *Media monitoring* berita hoaks merupakan tahap dasar dari pengelolaan konten yang dilakukan dengan menelusuri seluruh media online untuk mencari berita-berita hoaks, seperti pada blog, atau seluruh media sosial. Jabar Saber Hoaks banyak menemukan berita hoaks pada media sosial seperti Facebook, Twitter, Whatsapp, YouTube dan Instagram dengan klasifikasi hoaks yang beragam, mulai dari hoaks mengenai politik, kesehatan, fenomena, penipuan, dan masih banyak lagi. Kemudian, berita-berita hoaks tersebut dikumpulkan sebanyak-banyaknya untuk diklarifikasi oleh tim Jabar Saber Hoaks



**Gambar 2.** Contoh Informasi Hoaks  
Sumber : YouTube

Gambar diatas merupakan salah satu contoh hoaks yang didapatkan dari hasil *media monitoring* pada media sosial Youtube, dengan klasifikasi politik. Setelah dilakukan media monitoring dan mendapatkan berita-berita hoaks, tahap selanjutnya adalah dilakukannya *fact check* atau pemeriksaan dan pengecekan fakta yang dilakukan melalui pencarian data-data yang kredibel untuk mengklarifikasi berita hoaks melalui sumber-sumber terpercaya.

Hasil dari *fact check* kemudian dituangkan ke dalam file klarifikasi yang memuat apa judul hoaks, sumber hoaks, jenis konten hoaks, tanggal *media monitoring*, klasifikasi hoaks, *screen shoot* berita hoaks, kronologi hoaks, fakta dari hoaks yang berupa narasi, sumber rujukan data klarifikasi, serta nama dari siapa yang memeriksa fakta.

*Brainstorming* adalah hal yang harus dilakukan dalam perencanaan kegiatan apapun, supaya program kerja dapat terealisasi dengan baik dan pada akhirnya informasi dapat tersampaikan kepada publik dengan maksimal. Pengelolaan konten harus dipersiapkan dengan matang, maka dari itu *brainstorming* dengan rekan kerja perlu dilakukan, mulai dari mendiskusikan bagaimana pengemasan konten, apa isi informasi yang akan disampaikan kepada publik, apa pesan yang ingin disampaikan, bagaimana kira-kira supaya publik dapat tertarik dan paham dalam menyerap informasi dengan baik melalui konten tersebut. Pemilihan kalimat, adegan pada *scene* konten video kreatif, lokasi *shooting* klarifikasi hoaks, dan pemeran pada konten juga sangat diperhatikan supaya tidak mengundang kesalah pahaman atau *misperception*.

Infografis adalah bentuk pertama yang Jabar Saber Hoaks upayakan dalam penyampaian informasi yang dikemas dalam bentuk gambar berisikan informasi klarifikasi hoaks serta gambar-gambar pendukung yang berkaitan dengan berita hoaks.

Konten video kreatif adalah bentuk kedua dalam penyampaian klarifikasi hoaks. Jika seluruh proses persiapan telah dilakukan, tahap selanjutnya adalah melakukan proses *shooting* yang sesuai dengan hasil dari *brainstorming*, dan sesuai alur yang telah ditentukan pada saat *brainstorming*.

Sebelum melakukan *shooting* para pemeran konten video yang dipilih tentunya harus berlatih *public speaking* untuk menginformasikan klarifikasi hoaks, supaya klarifikasi hoaks dapat tersampaikan dengan maksimal kepada publik. Kemudian, proses *editing* adalah tahap yang dilakukan setelah proses *shooting* selesai yang menggunakan aplikasi edit video seperti Adobe, Capcut, atau Inshoot. Proses *editing* harus dilakukan dengan tepat dan benar supaya publik tertarik untuk melihat informasi tersebut.

Publikasi konten infografis dan konten video dipublikasikan ke media sosial Instagram @Jabarsaberhoaks. Konten infografis diunggah ke dalam *feeds* foto, serta konten video kreatif diunggah ke dalam *reels video* yang diunggah pada media sosial Instagram @Jabarsaberhoaks sesuai *prime time* Instagram. Penambahan *caption* dari konten juga merupakan hal yang harus diperhatikan dan ditentukan.

## PEMBAHASAN

Unit Jabar Saber Hoaks merupakan pihak yang menjadi jembatan komunikasi antara Diskominfo Provinsi Jawa Barat dengan publiknya khususnya masyarakat Jawa Barat, dengan melaksanakan fungsi

kehumasannya yaitu menyampaikan informasi khususnya informasi komunikasi klarifikasi hoaks yang ditargetkan untuk seluruh masyarakat Jawa Barat. Jabar Saber Hoaks *mengupdate* bentuk komunikasinya, yaitu humas harus dapat beradaptasi serta berbaur dengan perkembangan teknologi, serta mengetahui bentuk informasi seperti apa yang saat ini digemari oleh masyarakat. Maka dari itu Jabar Saber Hoaks mengembangkan bentuk komunikasinya dari hanya informasi klarifikasi berbentuk konten infografis berkembang menjadi informasi klarifikasi yang dikemas dalam bentuk konten kreatif dan diunggah melalui media sosial Instagram @jabarsaberhoaks. Jabar Saber Hoaks mengupayakan pengelolaan konten sebagai media komunikasi khususnya untuk Gen Z yang saat ini lebih tertarik pada penyampaian informasi yang dikemas dengan unik, menarik, tidak monoton, serta yang dapat dilihat saat ini adalah Gen Z yang mulai meninggalkan media konvensional atau bentuk informasi yang *basic* dan mulai beralih ke media sosial, khususnya Instagram.

Tidak hanya mengubah bentuk informasi menjadi lebih *terupdate*, Jabar Saber Hoaks juga menjalankan program kerjanya dalam hal komunikasi informasi hoaks secara terencana dan berkesinambungan. Seperti menurut definisi dari kamus *terbitan Institute for Public Relation (IPR)*, humas merupakan keseluruhan upaya yang dilaksanakan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan rasa saling pengertian antara suatu instansi dengan segenap publiknya (*Institute For Public Relations, n.d.*). Jadi humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang terorganisasi sedemikian rupa dalam hal menjalankan program kerjanya, dan itu semua berlangsung secara berkesinambungan dan beraturan. Seperti yang dilakukan oleh Jabar Saber Hoaks dalam rangka menyampaikan informasi klarifikasi hoaks dengan bentuk konten infografis dan short video yang direncanakan berkesinambungan mulai dari kegiatan *media monitoring, fact finding, brainstorming*, proses *shooting* dan *editing*, serta melakukan publikasi informasi melalui Instagram resmi @Jabarsaberhoaks, yang kemudian memastikan informasi klarifikasi hoaks dapat tersampaikan dengan baik kepada publik.

Tujuan Jabar Saber Hoaks juga selaras dengan tujuan humas menurut kamus terbitan *Institute of Public Relations (IPR)* yaitu untuk memastikan bahwa niat baik dan kemajuan instansi yang bersangkutan senantiasa dimengerti oleh publiknya. Tujuan lain dari Jabar Saber Hoaks juga adalah untuk membangun citra positif instansi dimata publik melalui penyajian informasi yang disiapkan secara matang melalui proses *brainstorming* pengelolaan konten, karena dengan citra yang positif maka akan memudahkan proses komunikasi dengan publik karena citra yang baik akan membangun kepercayaan publik.

Dalam hal menjalankan program kerjanya, yaitu pengelolaan konten sebagai media informasi komunikasi, Jabar Saber Hoaks memerlukan sumber daya manusia yang dapat membantu upaya-upaya memberantas hoaks melalui media digital. Dalam kondisi seperti ini, sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dan ketertarikan pada media digital atau dalam hal pengelolaan media sosial, apalagi saat ini semakin banyak tantangan pada media sosial karena media sosial semakin disalah gunakan oleh masyarakat, seperti penggunaan media sosial untuk menyebarkan berita hoaks. Sumber daya manusia pada Jabar Saber Hoaks dituntut supaya dapat menguasai media digital serta media sosial dalam memberantas hoaks yang semakin merajalela. Keterampilan, ketelitian, daya daya pikir kritis, dan kekreatifan Jabar Saber Hoaks tentunya teruji. Jabar Saber Hoaks turut menjalankan upaya-upayanya dalam memberantas hoaks. Mekanisme kerja yang dilakukan Jabar Saber Hoaks cukup efektif sebagai media informasi pencegahan hoaks yang tersebar pada media digital atau media sosial.

## SIMPULAN

Humas memiliki tugas salah satunya menjaga citra positif instansi. Mewujudkan citra positif instansi dapat dilakukan dengan memberikan sebuah informasi yang mudah dipahami, informasi yang menarik, memuat fakta, dan informasi yang masuk akal supaya dapat dipercayai oleh publik. Tetapi, harus ada strategi khusus yang disiapkan secara matang untuk membangun citra, dan disesuaikan dengan kondisi yang sedang terjadi pada saat ini. Seperti pada masa kini, melesatnya kemajuan teknologi yang menghasilkan internet yang dapat menghidupkan berbagai macam media sosial, maka citra harus terbangun dengan disesuaikan kepada penggunaan teknologi supaya dapat selaras dengan keadaan.

Di era media sosial ini semakin banyak juga alat dan cara yang digunakan oleh humas untuk menyampaikan informasi dan membangun citra antara instansi dengan publiknya, yang dimana saat ini juga publik lebih tertarik untuk menggunakan media sosial. Dari kondisi tersebut maka tentunya peran humas harus ikut berubah menyesuaikan dengan kondisi yang sedang terjadi, humas harus bisa menyesuaikan, peran humas harus lebih *update* dan mulai mengurangi atau meninggalkan strategi konvensional. Strategi yang dilakukan oleh humas juga tentunya harus bermanfaat untuk instansi itu sendiri dan berdampak positif pula untuk publik, supaya informasi yang disampaikan kepada publik bisa sampai dengan maksimal. Salah satu cara yang dapat humas lakukan untuk memberikan informasi dan membangun citra positifnya adalah dengan melalui pengelolaan konten video yang dikemas secara kreatif dan diunggah ke media sosial, khususnya Instagram yang saat ini digemari oleh masyarakat.

Diskominfo Provinsi Jawa Barat Unit Jabar Saber Hoaks merupakan sebuah instansi yang memanfaatkan media sosial untuk memaksimalkan penyampaian informasinya kepada publik, dengan mengikuti perkembangan teknologi. Jabar Saber Hoaks merupakan pihak yang menjadi jembatan komunikasi antara Diskominfo Provinsi Jawa Barat dengan publiknya khususnya masyarakat Jawa Barat, dengan melaksanakan fungsi kehumasannya yaitu menyampaikan informasi khususnya informasi komunikasi klarifikasi hoaks yang targetnya adalah untuk seluruh masyarakat Jawa Barat. Jabar Saber Hoaks beradaptasi serta berbaur dengan perkembangan teknologi, serta mengetahui bentuk informasi seperti apa yang saat ini digemari oleh masyarakat. Maka dari itu Jabar Saber Hoaks mengembangkan bentuk komunikasinya ke informasi klarifikasi hoaks yang dikemas dalam bentuk konten kreatif dan diunggah melalui media sosial Instagram @jabarsaberhoaks. Jabar Saber Hoaks mengupayakan pengelolaan konten sebagai media komunikasi khususnya untuk Gen Z yang saat ini lebih tertarik pada penyampaian informasi yang dikemas dengan unik, menarik, tidak monoton, serta yang dapat dilihat saat ini adalah Gen Z yang mulai meninggalkan media konvensional atau bentuk informasi yang *basic* dan mulai beralih ke media sosial, khususnya Instagram. Tidak hanya mengubah bentuk informasi menjadi lebih *terupdate*.

Tujuan Jabar Saber Hoaks selaras dengan tujuan humas menurut kamus terbitan *Institute of Public Relations* (IPR), yaitu untuk memastikan bahwa niat baik dan kemajuan instansi yang bersangkutan senantiasa dimengerti oleh publiknya. Seperti yang dilakukan oleh Jabar Saber Hoaks dalam rangka menyampaikan informasi klarifikasi hoaks dengan bentuk konten infografis dan *short video* yang direncanakan berkesinambungan mulai dari kegiatan *media monitoring*, *fact finding*, *brainstorming*, proses *shooting* dan *editing*, serta melakukan publikasi informasi melalui Instagram resmi @jabarsaberhoaks, yang kemudian memastikan informasi klarifikasi hoaks dapat tersampaikan dengan baik kepada publik.

Tujuan lain dari Jabar Saber Hoaks juga adalah untuk membangun citra positif instansi dimata publik melalui penyajian informasi yang disiapkan secara matang melalui proses *brainstorming* pengelolaan konten, karena dengan citra yang positif maka akan memudahkan proses komunikasi dengan publik karena citra yang baik akan membangun kepercayaan publik.

## SARAN

Terdapat saran yang dapat menjadi masukan untuk Jabar Saber Hoaks. Sebaiknya Jabar Saber Hoaks dapat memaksimalkan penggunaan media sosial semaksimal mungkin dengan mengembangkan cara informasi komunikasi dengan bentuk yang beragam, karena seiring dengan berjalannya waktu publik akan merasa bosan jika konten yang dikemas dengan bentuk yang sama setiap harinya. Selain itu, Jabar Saber Hoaks bisa memanfaatkan *influencer* atau *media partner* lainnya untuk *mensupport* strategi-strategi penyampaian informasi klarifikasi hoaks kepada publiknya, supaya informasi klarifikasi hoaks dapat tersebar lebih luas lagi dan tentunya dengan memanfaatkan *influencer* serta *media partner* akan menambah warna konten yang disajikan oleh Jabar Saber Hoaks supaya lebih berwarna dan beragam. Jabar Saber Hoaks harus terus mengembangkan dirinya supaya selalu ada kebaruan dalam penyampaian informasi karena selalu ada tren baru setiap waktu yang digemari oleh publik.

## REFERENSI

- Cambridge. (2023). *Social Media*. Cambridge Dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media>
- Diskominfo. (2018). *Apa itu Hoaks?* Diskominfo Kabupaten Bandung. <https://diskominfo.badungkab.go.id/artikel/18202-apa-itu-hoax-#:~:text=Menurut%20Kamus%20Be.sar%20Bahasa%20Indonesia,berita%20yang%20tidak%20saya%20sukai>
- Diskominfo. (2022). *Pengertian Hoax dan Cara Menangkalnya*. Diskominfo Kabupaten Bandung. <https://diskominfo.badungkab.go.id/artikel/42985-pengertian-hoax-dan-cara-menangkalnya>
- Given, L. M. (n.d.). *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*.  
*Institute For Public Relations*. (n.d.).  
*Jabar Saber Hoaks*. (2023).
- Lani, O. P., & Handayani, B. (2021). Peranan Humas Pemerintahan (Government Public Relations) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 9(2). [https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/4071/1889#:~:text=Humas%20pemerintah%20bertugas%20memberikan%20informasi,memberikan%20pengertian%20kepada%20publiknya%20\(masyarakat\)](https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/4071/1889#:~:text=Humas%20pemerintah%20bertugas%20memberikan%20informasi,memberikan%20pengertian%20kepada%20publiknya%20(masyarakat))
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/38118>

- Luttrell, R. (2018). *Social Media : How to Engage, Share. and Connect.*
- Mudjiyanto, B. (2018). *TIPE PENELITIAN EKSPLORATIF KOMUNIKASI EXPLORATORY RESEARCH IN COMMUNICATION STUDY.* <https://media.neliti.com/media/publications/261103-none-9c12c00f.pdf>
- Nugraha, A. R., Sjoraida, F. D., & Novianti, E. (2022). Analisis Strategi Humas Pemerintah Era Milenial dalam Menghadapi Tata Kelola Informasi Publik. *Jurnal PProfesi Humas, Volume 6, No. 2*(hlm. 286-310). <https://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/37095>
- Oktavianingsih T, & Rusfian, E. Z. (2012). *Peran Humas Lembaga Negara dalam menjaga reputasi organisasi (studi pada peran Humas DPR RI dalam menjaga reputasi kinerja Anggota DPR RI).* <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20300085&lokasi=lokal>
- Sani, A., Universitas PadjadjaranJl Raya Bandung Sumedang, Mik. K., Jatinangor, K., Sumedang, K., Barat, J., Hidayat, M., & Asri Sjafrinah, N. (2020). *Pemahaman petugas kehumasan Kementerian Dalam Negeri tentang peran Humas Pemerintah.* 4(2), 215–236. <https://doi.org/10.24198/prh.v4i2.23528>