

**STRATEGI MEDIA MONITORING PADA
PEMBERITAAN COVID-19 DI MEDIA DARING
(Langkah Preventif Biro Humas Pemprov Jabar Dalam
Mendeteksi Berita Hoax Mengenai Covid-19)**

Meliana Sandra Dewi^{1*}, Itca Istia Wahyuni²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

*Email: melianasandradowi183@gmail.com

ABSTRAK

Setiap instansi pemerintahan perlu memantau setiap berita yang disebarkan oleh media. Baik itu media cetak, media massa, ataupun media daring/online. Kegiatan *media monitoring* sendiri merupakan salah satu cara untuk memantau dan menganalisis berbagai pemberitaan, yang disebarkan oleh media melalui *tools* media yang dipilih. Akibat maraknya berbagai pemberitaan *hoax* di berbagai media, maka pemantauan media melalui kegiatan *media monitoring* ini perlu dilakukan. Pemberitaan mengenai Covid-19 seiring meningkatnya penyebaran virus ini di tahun 2020, membuat publik takut untuk menerima informasi mengenai hal tersebut. Provinsi Jawa Barat sendiri merupakan provinsi kelima di Indonesia, yang menduduki penyebaran berita *hoax* terbanyak. Oleh karena itu, pada penelitian ini menekankan pada strategi *media monitoring* dalam mendeteksi pemberitaan *hoax* mengenai Covid-19. Biro Hubungan Masyarakat Pemerintah Provinsi Jawa Barat terpilih untuk mewakili penelitian pada masalah ini sebagai bentuk preventif penyebaran berita *hoax* di media daring. Penelitian ini pun bertujuan untuk mendeteksi berita *hoax* mengenai Covid-19 yang tersebar di media.

Kata kunci : *Public relations, Media monitoring, Hoax, Covid-19*

**MEDIA MONITORING STRATEGY ON ONLINE NEWS OF COVID-19
(Preventive Steps for the Bureau of Public Relations of the West Java Provincial
Government in Detecting Hoax News Regarding Covid-19)**

ABSTRACT

Every government agency needs to check every news spread by the media. Be it print media, mass media, or online/online media. Media monitoring activity itself is one way to check and analyze various news, which spread by media through the selected media tools. Due to the rise of various hoax reports in various media, media monitoring through media monitoring activities needs to be carried out. The news about COVID-19 along with the increasing spread of this virus in 2020, makes the public afraid to receive information about it. West Java Province itself is the fifth province in Indonesia, which occupies the largest distribution of hoax news. Therefore, this study emphasizes the media monitoring strategy in detecting hoax news about COVID-19. The West Java Provincial Government of Department Public relations chosen to represent research on this issue as a form of preventing the spread of hoax news in online media. This study also aims to detect hoax news about COVID-19 that spread in the media.

Keywords: *content analysis, Instagram, governor, posting, political branding*

Korespondensi: Meliana. Universitas Telkom. Jl. Telekomunikasi No.1 Terusan Buah Batu Sukapura Kec. Dayeuh Kolot Kab. Bandung Jawa Barat Kode Pos: 40257 No. Hp: +62857-9819-7042 Email: melianasd@student.telkomuni.ac.id

PENDAHULUAN

Berita merupakan sumber informasi yang didapat melalui media-media. Menurut Winarni dan Lestari (2019) berita sendiri merupakan suatu produk utama dari jurnalistik untuk memenuhi kebutuhan manusia yang terkadang ingin tahu terhadap informasi tentang suatu peristiwa. Berita seringkali diterima oleh publik melalui berbagai media, baik itu media cetak, media massa, atau media daring/*online*.

Pada tahun 2020 hingga sekarang, marak adanya wabah penyakit di dunia hingga dirasakan di Indonesia. Wabah penyakit tersebut bernama Coronavirus Disease (Covid-19). Karena maraknya kasus Covid-19 yang terus meningkat, khususnya di Indonesia. Membuat semua masyarakat waspada terhadap wabah penyakit ini.

Pemberitaan mengenai Covid-19 beragam adanya, melalui media-media masyarakat mampu menerima berbagai informasi mengenai perkembangan Covid-19 secara mudah. Namun pada pemberitaan Covid-19 sendiri terkadang ditemukannya berita palsu atau *hoax*. Menurut Ahyad (2017) akibat dari adanya penyebaran berita palsu atau *hoax* tersebut, memang sangat merugikan banyak pihak.

Adapun menurut Septiajii (2020) Ketua Masyarakat Anti Fitnah Indonesia dalam artikel Kompas, ia berkata bahwa Indonesia sendiri merupakan negara kelima terbesar di dunia yang seringkali menyebarkan stigma, teori-teori konspirasi, dan rumor untuk disebarluaskan kepada masyarakat lainnya. Termasuk Indonesia sendiri merupakan negara kelima, yang menyebarkan informasi palsu atau *hoax* mengenai Covid-19.

Hal ini pun memberikan catatan kepada setiap provinsi di Indonesia, bahwa mereka harus menyiapkan strategi untuk mencegah berita palsu atau *hoax* mengenai Covid-19 ini dapat dicegah. Salah satunya Provinsi Jawa Barat, yakni Provinsi Jawa Barat termasuk kedalam 12 provinsi di Indonesia yang rawan akan tersebarnya berita *hoax*. Menurut Abhan sendiri pada artikel Media Indonesia (2018) bahwa Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi yang sering ditemukannya berita *hoax*

Oleh karena itu, pencegahan dari instansi pemerintahan daerah Provinsi Jawa Barat perlu dilakukan untuk mencegah berita *hoax* diberbagai media terjadi. Adapun alasan Provinsi Jawa Barat sendiri termasuk kepada 12 provinsi yang berpotensi pada pemberitaan *hoax*, karena masyarakatnya sendiri masih massif dan masih tidak bijak dalam menggunakan media sosial (Abhan, 2018).

Pemerintah Provinsi Jawa Barat memiliki berbagai macam strategi, salah satunya yang dilakukan oleh Biro Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat dengan melakukan *media monitoring*. Hal ini pun bertujuan untuk mencegah terjadi adanya penyebaran berita *hoax* di media-media. Adapun media platform yang digunakan oleh Biro Humas Pemprov Jabar yakni menggunakan IMM (Intelligence Monitoring Media).

Disamping memantau secara dini, menggunakan aplikasi berbasis *website*. *Media tools* yang digunakan pun tidak menjadi salah satu cara untuk mencegah penyebaran berita *hoax*. Sebagai *Public*

relations Provinsi Jawa Barat, Biro Humas Pemprov Jabar pun mengimplementasikan berbagai kegiatan *Public relations* yakni diantaranya dengan mengadakan *press conference* dan mengeluarkan *press release*.

Dari penjelasan diatas, peneliti ingin membahas mengenai strategi *media monitoring* yang dilakukan oleh Biro Humas Pemprov Jabar dalam pemberitaan Covid-19 sebagai langkah preventif penyebaran berita *hoax* di media daring.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi *media monitoring* yang dilakukan oleh Biro Humas Pemprov Jabar dalam mendeteksi berita Covid-19 ini sebagai langkah preventif penyebaran berita *hoax* melalui media daring.

Hubungan Masyarakat (*Public relations*)

Public relations ialah suatu proses untuk membangun suatu keyakinan, kedekatan, serta kerja sama antara orang yang satu dengan yang lainnya atau organisasi dengan publiknya melalui program atau strategi komunikasi secara dialogis serta partisipatif (Kriyantono, 2014).

Disamping itu juga sebagai praktisi *Public relations* harus mampu menguasai berbagai pengetahuan, anggapan serta motif yang diperlukan oleh publiknya sendiri. Adapun tujuan humas atau *Public relations* menurut Kriyantono (Suprawoto, 2018: 56) adalah sebagai berikut:

- a. Menciptakan pemahaman (mutual understanding) antara perusahaan dengan publiknya sendiri
- b. Membangun citra korporat
- c. Mampu membangun opini publik yang favorable
- d. Mampu membentuk good will serta kerja sama

Adapun tujuan humas atau *Public relations* pada pemerintah menurut Modercai Lee (Suprawoto, 2018: 57) terdapat delapan tujuan, yakni sebagai berikut:

- a. Media Relations, maksudnya disini banyak bekerja sama dengan wartawan langsung, karena biasanya media akan lebih tertarik untuk bekerja sama dengan mendapatkan informasi yang menarik.
- b. Public Reporting, tujuan humas pemerintah sendiri yakni melaporkan segala kegiatan yang dilakukan kepada masyarakat, melalui berbagai media.
- c. Resposiveness to the Public, komunikasi yang digunakan oleh humas pemerintah yakni komunikasi timbal-balik. Sehingga pemerintah sendiri harus mampu mendengarkan segala kritikan serta masukan kepada pemerintah.
- d. Increasing the Utilization of Service and Product, pemerintah sendiri harus meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, sehingga publik merasa terlayani dengan baik.
- e. Public Education and Public Service Campaigns, humas pemerintah sendiri juga harus mampu memberikan edukasi kepada masyarakat.
- f. Seeking Voluntary Public Compliance with Law and Regulations, dalam kegiatan bersosialisasi kepada masyarakat humas pemerintah harus berjalan efektif serta efisien.

- g. Using the Public as the Eyes and Ears of an Agency, humas juga harus memanfaatkan masyarakat untuk mempermudah kerja humas pemerintah itu sendiri.
- h. In Creasing Public Support, humas pemerintah juga harus terus bekerja keras untuk meningkatkan dukungan dari masyarakat.

Konsep Strategi Humas

Dalam strategi pemecahan masalah pada *Public relations* ada beberapa tahap yang harus dilalui untuk memecahkan dari sebuah masalah hingga pada tahap evaluasi (Cutlip, Center dan Broom, 2009: 320), diantaranya sebagai berikut:

- a) Mendefinisikan problem (atau peluang), pada tahap ini penyelidikan dan memantau pengetahuan, opini, sikap serta perilaku pihak-pihak yang terkait, pada dasar ini hal yang dipengaruhi oleh tindakan dan kebijakan organisasi.
- b) Perencanaan dan pemrograman, pada tahap ini informasi yang telah dikumpulkan pada tahap pertama digunakan untuk membuat suatu keputusan mengenai program publik, strategi tujuan, tindakan dan komunikasi, taktik, dan sasaran.
- c) Mengambil tindakan dan berkomunikasi, pada tahap ini harus mampu mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang ditunjuk untuk mencapai tujuan spesifik masing-masing publik dalam rangka mencapai tujuan bersama.
- d) Mengevaluasi program, pada tahap terakhir ini proses yang dilakukan adalah melakukan penilaian atas persiapan, implementasi, dan hasil dari program. Evaluasi dari program atas umpan balik tentang bagaimana program yang dilaksanakan berhasil atau tidak.

Media monitoring

Kegiatan *media monitoring* memiliki istilah lainnya yakni content analysis yakni tentang penerapan prosedur sistematis untuk menentukan secara objektif tentang yang dilaporkan oleh media (Cutlip, Center, dan Broom, 2009: 345). Pada setiap humas atau *Public relations* perlu menghadirkan kegiatan *media monitoring* ini, guna memantau sejak dini terhadap isu atau pemberitaan yang tersebar di media-media.

Suatu organisasi tertentu yang memiliki sistematis dalam klipng pers atau laporan pemantauan siaran, biasanya semua informasi yang dimiliki telah tersedia dilayanan komersial. Mengidentifikasi pada analisis isi terhadap klipng koran memberikan suatu pengukuran terhadap pesan yang ditempatkan di media.

Dalam pengaplikasiannya, yang perlu diketahui ialah bagaimana suatu media dapat memberikan informasi kepada khayalak terhadap krisis isu suatu organisasi atau perusahaan. Maka cara yang bisa dilakukan yakni dengan mengadakan kegiatan *media monitoring* guna mengetahui bagaimana media memberitakan suatu organisasi atau perusahaan di berbagai media.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif guna mengetahui strategi dari Biro Humas Pemprov Jabar dalam mencegah penyebaran berita *hoax* melalui media daring mengenai Covid-19. Adapun riset penelitian kualitatif sendiri memiliki tujuan yakni untuk menjelaskan suatu fenomena sedalam-dalamnya dengan pengumpulan data yang sedalam-dalamnya juga (Kriyantono, 2006: 56).

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dimana ciri dari deskriptif kualitatif sendiri menekankan pada hasil dari observasi dan suasana yang alamiah (Elvinaro, 2010: 60). Adapun paradigma yang digunakan pada penelitian ini yakni paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme menurut Pujileksno (2015: 28) melihat bagaimana cara pandang kita terhadap suatu realita yang dibentuk oleh adanya latar belakang sebagai bentuk konstruk terhadap realita yang ada.

Subjek yang dituju pada penelitian ini yakni Pemerintah Provinsi Jawa Barat, khususnya Biro Humas Pemprov Jabar pada bagian Pelayanan Media. Objek yang diteliti media *tools* yang digunakan, yakni IMM (*Intelligence Monitoring Media*). Pada teknik pengumpulan data sendiri menggunakan data primer yakni wawancara mendalam (*Depth Interview*). Sedangkan untuk data sekunder, penelitian ini menggunakan referensi buku, skripsi dan jurnal, internet searching dan dokumentasi.

Untuk menguji keabsahan data pada penelitian ini, maka teknik yang digunakan menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber secara garis besarnya yakni dilakukan dengan cara memeriksa data yang telah diperoleh dari beberapa sumber (Sugiyono, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan metode wawancara, maka penelitian ini pun mampu mengetahui strategi dari kegiatan *media monitoring* yang dilakukan oleh Biro Humas Pemprov Jabar dalam mendeteksi pemberitaan Covid-19 sebagai langkah preventif penyebaran berita *hoax* melalui media daring. Adapun penelitian ini menemukan beberapa strategi PR dalam pemecahan masalah yang dihadapi untuk mendeteksi isu Covid-19 melalui kegiatan *media monitoring* yang dilakukan seperti berikut:

1. Mendefinisikan Problem.

a. Mencari Tahu Masalah dan Peluang yang Terjadi.

Sebelum dilakukan kegiatan *media monitoring* biasanya Biro Humas Pemprov Jabar harus mencari tahu terlebih dahulu berbagai permasalahan yang terjadi di lapangan serta isu sentiment yang terdapat di media. Adapun media yang dipantau oleh Biro Humas Pemprov Jabar yakni media massa, media cetak, media online, dan media TV. Kegiatan monitoring yang dilakukan dengan mengumpulkan berita-berita di media tersebut, dengan menyesuaikan kata kunci (keyword) yang telah disepakati Bersama. Diantaranya yakni Gubernur, Wakil Gubernur, Pemprov Jabar dan Jawa Barat. Namun karena kini pandemi Covid-19 sedang banyak diperbincangkan oleh publik, maka Covid-19

dimasukkan juga ke dalam keyword tersebut. Kegiatan monitoring media ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi berbasis *website* yakni IMM (Intelligence Monitoring Media). Berita yang sudah terkumpulkan, sudah langsung otomatis terbagi dalam tone positif, negatif, dan netral.

b. Menganalisis Situasi Internal dan Eksternal.

Untuk menganalisis situasi internal dan eksternal disini, maka yang perlu diperhatikan pada kegiatan monitoring media yang dilakukan oleh Biro Humas Pemprov Jabar. Tujuan dari dilakukannya monitoring media ini untuk mendeteksi lebih dini isu serta pemberitaan yang tersebar di media mengenai Jawa Barat. Aplikasi berbasis *website* IMM ini juga membantu Biro Humas Pemprov Jabar untuk memperkaya monitoring media yang dilakukan. Dalam praktik *public relations* tidak pernah jauh dari kata menjalin relasi dengan berbagai pihak, Pemprov Jabar pun bekerja sama dengan media-media, dinas-dinas, serta masyarakat untuk membangun reputasi dari Pemprov Jabar sendiri. Untuk situasi internalnya sendiri, bisa dilihat dari penambahan keyword Covid-19 pada monitoring media. Lalu untuk situasi eksternalnya, bisa dilihat melalui jalinan kerja sama dengan media dan juga masyarakat.

2. Perencanaan dan Pemrograman.

a. Mendefinisikan Tujuan Program

Tujuan dilakukannya kegiatan *media monitoring* diharapkan mampu mendeteksi dan memantau lebih dini terhadap isu atau berita yang tersebar di media. Dalam kegiatan monitoring media, Biro Humas Pemprov Jabar melakukan *breakdown* isu ke dalam empat *keyword* tadi. Fokus utama mereka yakni isu atau berita negatif atau sentiment. Adapun aplikasi yang digunakan, IMM ini juga mampu mendeteksi berita atau isu positif, negatif, netral yang diperbincangkan oleh media ataupun publik. Untuk berita negatif sendiri, langsung terdeteksi melalui IMM ini termasuk berita mengenai Covid-19.

b. Menentukan Publik Sasaran

Setelah ditentukannya tujuan program, maka perlu juga Biro Humas Pemprov Jabar untuk menentukan publik sasaran. Hal ini bertujuan untuk tersampainya informasi yang ingin disampaikan kepada media dan publik. Publik sasaran disini terfokuskan pada masyarakat yang menerima informasi yang diberikan melalui *press release*. Pempublikasian informasi ini disampaikan mengenai berbagai kegiatan program kerja yang dilakukan oleh Pemprov Jabar dan dinas-dinas yang dinaunginya. Media daring atau media *online* dipilih oleh Biro Humas Pemprov Jabar, untuk dipantau karena dianggap *up to date* dan selalu berkembang di masyarakat. Pemilihan media sebagai sasaran untuk bekerja sama juga sangat penting, maka dari itu Pemprov Jabar akan bekerja sama dengan media jikalau mendapatkan berita atau isu negatif (*hoax*).

c. Menjabarkan Alasan dari Sasaran yang Telah Ditentukan

Pada kegiatan monitoring media sendiri, sasaran yang telah ditentukan berguna untuk membentuk opini publik. Membuat opini publik ini bisa dibuat melalui *release* yang dikeluarkan oleh

Biro Humas Pemprov Jabar atau media-media yang memberitakan mengenai program kerja dari Pemprov Jabar. Biro Humas Pemprov Jabar sendiri menjalin kerja sama dengan media massa, karena media massa disini dianggap valid informasinya untuk mempublikasikan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Pemprov Jabar. Untuk pemberitaan Covid-19 jika ditemukan terdapat berita atau isu yang negatif, maka pencegahan yang dilakukan oleh Biro Humas Pemprov Jabar sendiri dengan membuat *release*, mengadakan konferensi pers, atau membuat kegiatan yang berinovasi lainnya.

3. Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi

a. Menentukan Strategi Aksi yang Dilakukan

Pada umumnya pola kegiatan *media monitoring* yang dilakukan oleh Biro Humas Pemprov Jabar yakni dengan mengumpulkan berita, menganalisis, lalu melaporkan hasil pantauan berita itu kepada pimpinan. Maka untuk selanjutnya pimpinan yang akan merumuskan strategi yang pas untuk dilakukan untuk menghadapi isu yang berkembang di masyarakat. Pengimplementasian aksi ini perlu adanya terjun langsung ke lapangan, untuk langsung meninjau isu yang sedang berkembang di masyarakat. Untuk kasus Covid-19 sendiri para pimpinan yang akan terjun langsung ke lapangan untuk pengimplementasian strategi aksi untuk mencegah adanya berita negatif yang menyebar.

b. Menentukan Strategi Komunikasi yang Dilakukan

Jika dalam kegiatan *media monitoring* yang dilakukan mengenai Covid-19, maka akan sesegera mungkin dilakukan pembuatan *press release* guna menyebarkan informasi ke internal Pemprov Jabar sendiri atau pun eksternal Pemprov Jabar. Dari hasil *press release* tersebut biasanya strategi komunikasi yang dilakukan oleh Biro Humas Pemprov Jabar yakni mengadakan konferensi pers dengan mengundang narasumber dan awak media untuk menghadiri acara tersebut. Kegiatan itu dilakukan untuk mencegah penyebaran berita *hoax*, baik di media massa, media cetak, media *online* atau daring.

c. Mengidentifikasi Pengimplementasian Program

Pengimplementasian program yang dilakukan oleh Biro Humas Pemprov Jabar dapat dilihat melalui kegiatan *media monitoring* mampu menghindari pemberitaan negative (*hoax*). Melalui sosialisasi, Pemprov Jabar sendiri mampu memberikan edukasi serta pemahaman kepada masyarakat, untuk bisa mencegah berita *hoax* menyebar. Khususnya mengenai pemberitaan Covid-19, karena tidak banyak masyarakat membuat masyarakat khususnya di Jawa Barat merasa ditakut-takuti oleh berita Covid-19. Langkah yang dilakukan oleh Biro Humas Pemprov Jabar dalam pengimplementasian program ini bekerja sama dengan tim Jabar *Cyber Hoax* dan media-media. Hal ini pun bertujuan untuk menghindari penyebaran berita *hoax* mengenai Covid-19.

4. Mengevaluasi Program

a. Menentukan Parameter Keberhasilan dalam Tujuan dan Sasaran

Kegiatan *media monitoring* yang dilakukan oleh Biro Humas Pemprov Jabar dikatakan berhasil jika rekomendasi atau strategi yang dilakukan dapat terlaksana dengan baik. Lalu ketika program kegiatan yang dilakukan oleh Pemprov Jabar dapat terlaksana dan terpublikasikan dengan baik juga. Maka hal tersebut dapat dikatakan berhasil untuk menentukan tujuan dan sasaran yang diinginkan.

b. Menjabarkan Feedback yang Diterima untuk Hasil yang Lebih Maksimal

Feedback yang diterima oleh Biro Humas Pemprov Jabar sendiri yakni adanya jalinan relasi dengan pihak eksternal. Baik itu dengan media atau pun masyarakat Jawa Barat, yang ikut andil dan juga berpartisipasi dalam keberlangsungan kegiatan yang dilakukan oleh Pemprov Jabar. Hasil *press release* juga berpengaruh pada opini masyarakat guna menghindari penyebaran berita *hoax* mengenai Pemprov Jabar.

SIMPULAN

Pada kegiatan *media monitoring* yang dilakukan oleh Biro Humas Pemprov Jabar, memiliki strategi untuk pencegahan penyebaran berita *hoax* mengenai Covid-19 yakni melalui tiga tahapan, diantaranya yakni dengan pengumpulan berita, lalu memilah berita dan menganalisisnya, setelah itu baru akan dilaporkan kepada pimpinan untuk dijadikan rekomendasi. Rekomendasi yang dimaksud yakni adanya rekomendasi aksi, komunikasi, serta kebijakan yang perlu dijadikan pilihan dalam menjaga reputasi terhadap publik. Karena hal tersebut mampu mendukung tugas dari *public relations* sendiri. Pada kegiatan *media monitoring* ini dibantu oleh adanya IMM dan Digivla, dimana dua *tools* tersebut dipilih oleh Biro Humas Pemprov Jabar untuk menjadi alat bantu dalam memantau media.

IMM dan Digivla ini merupakan temuan baru, untuk memperkaya dalam kegiatan *media monitoring*. Artificial Intelligence (AI) ini dianggap sebagai bentuk revolusi untuk media *tools public relations*. Karena melalui *tools* tersebut mampu mempercepat kerja Biro Humas Pemprov Jabar dalam pemantauan media. Disamping itu juga Biro Humas Pemprov Jabar dalam kegiatan *media monitoring* ini mampu membangun relasi dengan media dan para perangkat dinas yang sudah terintegrasi. Namun hal lain yang mendukung keberlangsungan kegiatan *media monitoring* yang dilakukan oleh Biro Humas Pemprov Jabar melalui aplikasi *E-Clip*, untuk mengumpulkan berita-berita yang terpantau oleh Biro Humas Pemprov Jabar.

Untuk pemberitaan atau isu *hoax* atau negatif mengenai Covid-19 jarang ditemukan pada media massa, karena media massa biasanya telah terikat pada komitmen melalui dewan pers. Namun pemberitaan atau isu *hoax* atau negatif mengenai Covid-19 ini banyak ditemukan di media *online* atau media sosial. Sehingga Pemprov Jabar melalui langkah preventif penyebaran berita *hoax* tersebut, dengan mengadakan *press conference* secara tematik dan regular. Disamping itu juga, membuat sasana *press conference* tersebut tidak lagi kaku, tetapi lebih menghidupkan suasana santai dan non-formal untuk membangun chemistry dengan para wartawan atau awak media. Kata kunci yang digunakan pun tidak hanya dalam tiga keyword

saja, tetapi pada masa pandemi ini didukung dengan menambahkan keyword Covid-19 untuk mempermudah pemantauan beritanya.

Jika memang ditemukannya pemberitaan atau isu yang negatif, maka Biro Humas Pemprov Jabar mempunyai strategi lain yakni dengan membuat isu pembandingan. Maksudnya disini ialah, membuat *release* pemberitaan dengan klarifikasi melalui program kerja JAPRI (Jabar Punya Informasi). Untuk evaluasinya sendiri, Biro Humas Pemprov Jabar menerima berbagai kritikan dan juga saran dari publik guna menjaga reputasi dari tugas *public relations*. Karena Biro Humas Pemprov Jabar sendiri diberi tugas hanya untuk dalam ruang lingkup pemantauan serta rekomendasi yang perlu dilakukan, untuk keputusan rekomendasi tersebut juga bergantung pada pilihan pimpinan dalam menentukannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyad, M. Ravii Marwan. 2017. "Analisa Penyebaran Berita Hoax Di Indonesia."
- Ardianto, E. 2010. Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Cutlip, Scott. M., Center Allen H. & Broom. Glen. M. 2009. Effective Public Relations, Ed. 9. Jakarta: Kencana.
- Kompas.com. (2020). Indonesia Peringkat 5 Produsen Hoax di Dunia. Diakses dari : <https://www.kompas.tv/article/103346/indonesia-peringkat-5-produsen-hoax-di-dunia-rosi>
- Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknis Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Panamedia Group
- Kriyantono, Rachmat. 2014. Public Relations, Issue, & Crisis Management Edisi Kedua. Jakarta: Prenadamedia Group
- Mediaindonesia.com. (2018). 12 Provinsi Rawan Penyebaran Hoax. Diakses dari: <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/143254/12-provinsi-rawan-penyebaran-hoax>
- Pujileksono, Sugeng. 2015. Metode Penelitian Kualitatif. Malang: Intrans Publishing
- Suprawoto. 2018. Government Public Relations. Jakarta: Prenadamedia Group
- Winarni, Nfn, and Rani Dwi Lestari. 2019. "Netizen News Sources in the Journalistic Ethics Perspective (Case Study in Online Media Jogja.Tribunnews.Com)." Journal Pekommas 4(1): 85.