

**Hubungan Terpaan Hoax Covid-19, Kompetensi Komunikasi Juru Bicara Covid-19
Dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Kinerja Pemerintah Pusat Dalam
Menangani Covid-19**

Audrey Nathania Priscilla Karundeng, Agus Naryoso
audreykrndng@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407

Faksimile (024) 7465405 Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the correlation between Covid-19 hoax exposure, the communication competence of the Covid-19 spokesperson, and the level of public trust in the performance of the central government in dealing with Covid-19. This research uses Mass Media Effect Theory and Source Credibility Theory. To determine the sample, this study uses a non-probability sampling technique. The number of samples that used in this study is 50 people, male/female, aged 35-50 years, domiciled in Bandar Lampung who actively accessed Covid-19 information and had watched the press conference of the Covid-19 spokesperson. The results showed that Covid-19 hoax exposure with the level of public trust in the performance of the central government has no correlation. Furthermore, the communication competence of the Covid-19 spokesperson with the level of public trust in the performance of the central government has a significant correlation.

Keywords: hoax exposure, communication competence, public trust, Covid-19

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara terpaan hoax Covid-19, kompetensi komunikasi juru bicara Covid-19, dan tingkat kepercayaan masyarakat pada kinerja pemerintah pusat dalam menangani Covid-19. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Efek Media Massa dan *Source Credibility Theory*. Untuk menentukan sampel, penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*. Jumlah sampel yang diteliti berjumlah 50 orang dengan karakteristik laki – laki/perempuan, usia 35 – 50 tahun, domisili Bandar Lampung yang aktif mengakses informasi terkait Covid-19 dan pernah menonton press conference juru bicara Covid-19. Hasil penelitian menunjukkan terpaan hoax Covid-19 dengan

tingkat kepercayaan masyarakat pada kinerja pemerintah pusat tidak memiliki hubungan. Selanjutnya, kompetensi komunikasi juru bicara Covid-19 dengan tingkat kepercayaan masyarakat pada kinerja pemerintah pusat memiliki hubungan yang signifikan.

Kata Kunci : Terpaan Hoax, Kompetensi Komunikasi, Kepercayaan Masyarakat, Covid-19

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di awal 2020, World Health Organization (WHO) Internasional menemukan sebuah virus baru yang dinamakan Covid-19 di Wuhan. Virus ini tersebar dengan sangat cepat, sehingga WHO meningkatkan status wabah Covid-19 menjadi pandemi global pada tanggal 11 Maret 2020 (<https://www.kompas.tv>, diakses pada 5 Mei 2020). Kasus COVID-19 di Indonesia pertama kali teridentifikasi tanggal 2 Maret 2020 dan terus mengalami peningkatan hingga menembus angka ratusan ribu. Berdasarkan data, jumlah pasien positif corona sudah menyentuh angka 483.518 orang hingga 19 November 2020. Sedangkan pasien yang dinyatakan sembuh mencapai 406.612 orang dan yang meninggal dunia mencapai 15.600 orang (<https://health.detik.com>, diakses pada 19 November 2020).

Pandemi Covid-19 berdampak pada semakin meningkatnya penggunaan internet oleh masyarakat. Namun, peningkatan ini tidak diiringi dengan literasi digital dari masyarakat itu sendiri. Bersamaan dengan peningkatan penggunaan internet di masyarakat, fenomena penyebaran informasi *hoax* pun juga meningkat terutama informasi seputar Covid-19. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informasi, total jumlah konten *hoax* terkait Covid-19 berjumlah 1.028 konten yang tersebar di media sosial, dengan rincian Facebook 1.403 konten, Instagram 20 konten, Twitter 478 konten, dan Youtube 20 konten

terhitung dari bulan Januari 2020 hingga bulan Agustus 2020 (<https://www.cnnindonesia.com>, diakses pada 21 November 2020). Salah satu isi *hoax* yang tersebar di masyarakat adalah terkait kebijakan pemerintah dalam menangani Covid-19, diantaranya adalah dikeluarkannya Kartu Corona Indonesia Sehat untuk menangani wabah Covid-19, kerjasama antara pemerintah dan seluruh provider untuk pemberian kuota gratis sebesar 100GB kepada masyarakat, kuota gratis sebesar Rp 10 GB, kuota gratis 20 GB selama 60 bulan, bantuan dana sebesar Rp 4 juta bagi anggota BPJS, bantuan dana sebesar Rp 2 juta bagi seluruh masyarakat Indonesia, bantuan dana Rp 2,5 juta dari Keminfo, hukuman penjara selama 2 minggu jika tidak menggunakan masker, dan pemberlakuan lockdown. Hal ini menimbulkan ambiguitas di masyarakat dan tidak sedikit masyarakat yang percaya akan informasi tersebut.

Selain itu, juru bicara Covid-19 menyampaikan pernyataan mengenai “kaya dan miskin” yang kemudian menimbulkan kontroversi di masyarakat. Pernyataan ini mendapat kritik dari banyak pihak, termasuk politikus, *influencer*, dan masyarakat itu sendiri karena pernyataan tersebut dianggap tidak layak untuk disampaikan oleh seorang jubi pemerintah yang memiliki peran sebagai perwakilan suara pemerintah. Pernyataan kontroversial tersebut berdampak pada citra pemerintah di masyarakat dan bagaimana persepsi masyarakat terhadap pemerintah terutama dalam penanganan Covid-19.

Kontributor Gallup, Kristjan Archer dan Ilana Ron-Levey menulis sebuah artikel

yang berjudul "*Trust in Government Lacking on Covid-19's Frontlines*" (2019). Dalam artikel tersebut, dinyatakan bahwa dalam menangani virus Corona, modal yang paling penting dimiliki oleh pemerintah adalah kepercayaan masyarakat. Jika masyarakat tidak percaya, solusi yang ditawarkan oleh pemerintah tidak berguna karena masyarakat tidak akan mematuhi pemerintah (<https://news.gallup.com>, diakses pada 5 Juni 2020). Namun, kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dalam menangani Covid-19 mengalami penurunan seiring jumlah kasus Covid-19 di Indonesia yang terus bertambah. Hal ini dikarenakan kebijakan yang tidak konsisten, bantuan sosial yang lama didistribusikan, tidak akuratnya data yang menerima bantuan, penanganan yang lambat dan kebijakan yang tidak sesuai antara presiden dan pembantunya (<https://www.suara.com>, diakses pada 5 Juni 2020). Respons negatif masyarakat terhadap kinerja pemerintah pusat juga dapat dilihat melalui tagar #IndonesiaTerserah yang merupakan pendapat masyarakat yang disampaikan melalui sindiran karena melihat pemerintah kurang tegas dalam penanganan wabah Corona yang mengakibatkan semakin meningkatnya angka kasus positif Covid-19. Tagar ini sempat *trending* di Twitter dan Instagram (<https://www.tempo.co>, diakses pada 14 Juni 2020).

Berdasarkan data empiris yang ada, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah "Apakah terdapat Hubungan antara Terpaan Hoax Covid-19, Kompetensi Komunikasi Juru Bicara Covid-19, dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kinerja Pemerintah Pusat dalam Menangani Covid-19?"

KERANGKA TEORI

Teori Efek Media Massa

Efek komunikasi massa terdiri atas dua istilah, yakni "efek" dan "komunikasi massa". Definisi dari efek itu sendiri adalah semua jenis perubahan yang terjadi dalam

diri penerima, setelah menerima pesan dari suatu sumber. Perubahan tersebut meliputi perubahan pengetahuan, perubahan sikap, dan perubahan perilaku nyata (Wiryanto, 2000 : 39).

Menurut Steven M. Chaffe (Ardianto dkk, 2004 : 49) efek media massa dapat dilihat dari perubahan yang terjadi pada diri khalayak yaitu berupa perubahan sikap, perasaan, dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif, dan behavioral. Efek kognitif berkaitan dengan pikiran atau penalaran, perubahan sikap, agenda-setting, dan pengembangan kepercayaan. Efek ini akan berkenaan langsung dengan pikiran komunikan tentang apa yang harus diketahuinya. Efek afektif berkaitan dengan perasaan. Akibat dari membaca suatu berita di media massa misalnya, timbul perasaan tertentu pada diri khalayak. Efek ini berkenaan dengan perasaan maka perasaan yang ditimbulkan bermacam-macam, seperti senang, sedih, gembira, dan sebagainya. Efek behavioral atau yang sering disebut juga dengan efek konatif tidak langsung timbul akibat dari terpaan media massa, melainkan didahului oleh efek kognitif dan efek afektif. Efek behavioral ini berupa kecenderungan seseorang untuk melakukan sesuatu setelah memperoleh informasi dari media massa.

Source Credibility Theory

Teori ini menyatakan bahwa seseorang akan lebih mudah dipengaruhi jika sumber persuasinya kredibel. Sumber yang memiliki kredibilitas tinggi berdampak besar terhadap opini audiens daripada sumber yang memiliki kredibilitas rendah (Hovland, 2007 : 270).

Dua komponen kredibilitas yang paling penting adalah (Rakhmat, 2008 : 260):

1. Keahlian, yaitu kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang memiliki keahlian yang tinggi adalah komunikator yang cerdas, ahli, tahu banyak, berpengalaman dan terlatih.

- Kepercayaan, yaitu watak komunikator, seperti jujur, tulus, bermoral, adil, sopan dan etis.

Secara nyata, teori ini menjelaskan semakin kredibel sumber atau komunikator maka akan semakin mudah mempengaruhi cara pandang audiens atau komunikan. Kredibilitas seseorang mempunyai peranan yang penting dalam mempersuasi audiens untuk menentukan pandangannya.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian ini adalah eksplanatoris yang bertujuan untuk melihat hubungan dua variabel independen yaitu Terpaan Hoax Covid-19 (X1) dan Kompetensi Komunikasi Juru Bicara Covid-19 (X2) terhadap variabel dependen yaitu Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kinerja Pemerintah Pusat dalam Menangani Covid-19 (Y). Penelitian ini menggunakan metode angket, dimana responden akan mengisi sendiri setiap pertanyaan yang tercantum dalam kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah laki – laki dan perempuan dengan usia 35 – 50 tahun, berdomisili di Bandar Lampung yang aktif mengakses informasi terkait Covid-19 dan pernah menonton press conference juru bicara Covid-19 dengan sampel yang diambil sebanyak 50 responden. Hal ini dikarenakan menurut Roscoe, ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 (Sekaran, 2003 : 295).

TERPAAN HOAX COVID-19

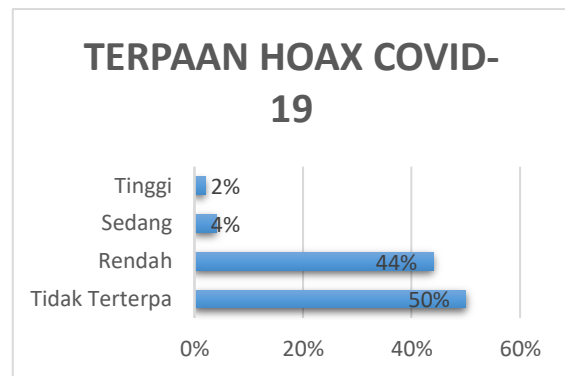
Terpaan hoax Covid-19 dapat diukur melalui kemampuan responden menyebutkan berbagai informasi terkait kebijakan atau keputusan pemerintah dalam penanganan Covid-19 yang pernah di dengar / lihat / baca selama pandemic Covid-19 berlangsung (Maret 2020 – sekarang).

Berikut penjelasan mengenai hasil penelitian terpaan hoax tersebut.

Grafik 1. Terpaan Hoax Covid-19

Setelah melakukan pengukuran terhadap beberapa indikator diatas, ditemukan

bahwa mayoritas responden tidak terpaan



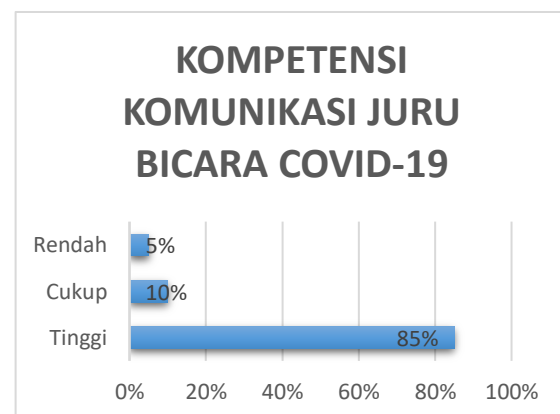
hoax terkait kebijakan pemerintah dalam penanganan Covid-19. Hanya sedikit responden yang mendapat terpaan tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengingat informasi – informasi terkait Covid-19 yang beredar, namun hanya sedikit yang menerima dan dapat mengingat, serta menyebut hoax yang beredar.

KOMPETENSI KOMUNIKASI JURU BICARA COVID-19

Kompetensi komunikasi juru bicara Covid-19 dapat diukur melalui 3 indikator, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Berikut penjelasan mengenai hasil penelitian kompetensi komunikasi tersebut.

Grafik 2. Kompetensi Komunikasi Juru Bicara Covid-19

Setelah melakukan pengukuran terhadap



beberapa indikator diatas, maka dapat dinyatakan bahwa mayoritas responden menilai Tim Komunikasi Publik Covid-19 memiliki kompetensi komunikasi tinggi.

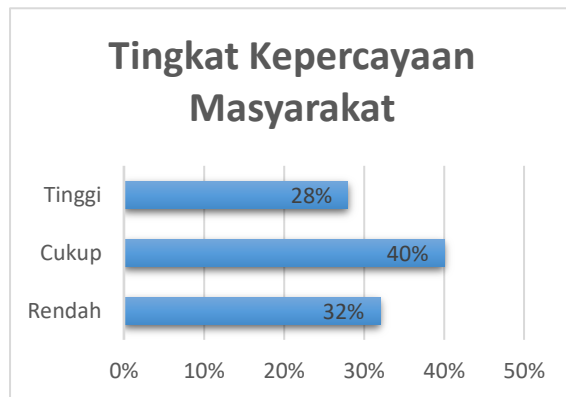
Hal ini menunjukkan bahwa Tim Komunikasi Publik Covid-19 telah menerapkan aspek *ethos*, *pathos*, *logos* saat menyampaikan informasi kepada publik.

TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT

Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah pusat dalam menangani Covid-19 dapat diukur melalui penilaian responden terkait pemenuhan tugas pemerintah pusat dalam menangani Covid-19, seperti penyediaan fasilitas kesehatan, penyediaan sarana pencegahan penularan Covid-19, pembuatan kebijakan penanganan Covid-19, dan penyediaan sarana deteksi virus Covid-19. Berikut merupakan hasil penelitian dari variabel tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah pusat dalam menangani Covid-19.

Grafik 3. Tingkat Kepercayaan Masyarakat

Hasil pengukuran beberapa indikator



menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat kepercayaan yang cukup pada pemerintah pusat, hal ini karena masih banyaknya responden yang menilai bahwa penyediaan sarana deteksi virus seperti Rapid Test dan Swab Test PCR oleh pemerintah pusat belum memadai. Sedangkan kedua terbanyak memiliki tingkat kepercayaan yang rendah terhadap pemerintah pusat, dan lainnya memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap pemerintah pusat. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah pusat memenuhi tugasnya dalam menangani

Covid-19 sehingga responden memiliki kepercayaan terhadap kinerja pemerintah pusat.

PEMBAHASAN

Hubungan Terpaan Hoax Covid-19 Dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Kinerja Pemerintah Pusat Dalam Menangani Covid-19

Berdasarkan uji korelasi Kendall tau_b, untuk korelasi antara terpaan hoax Covid-19 (X1) dengan tingkat kepercayaan masyarakat pada kinerja pemerintah pusat (Y), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,260 yang dapat diartikan **tidak signifikan** karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan antara Terpaan Hoax Covid-19 dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kinerja Pemerintah Pusat dalam Menangani Covid-19 **ditolak**. Hal ini berarti tidak terdapat hubungan antara Terpaan Hoax Covid-19 dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat.

Hal ini menunjukkan bahwa Teori Efek Media Massa mengenai efek komunikasi massa yang dapat dilihat dari perubahan yang terjadi pada diri khalayak yaitu berupa perubahan sikap, perasaan, dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif, dan tidak berlaku dalam penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa hoax terkait kebijakan yang dibuat oleh pemerintah pusat dalam menangani Covid-19 hanya sampai pada efek kognitif saja, yaitu masyarakat yang semula tidak mengetahui informasi tersebut menjadi tau. Namun, informasi tersebut tidak membentuk atau merubah kepercayaan orang yang menerimanya.

Tidak terdapatnya hubungan antara terpaan *hoax* dengan tingkat kepercayaan dapat dijelaskan menggunakan *Limited Effect Theory* yang dikembangkan oleh Paul Lazarsfeld dan Carl Hovland pada tahun 1960. Kemudian Joseph Klapper mengukuhkan teori ini melalui bukunya, *The Effect of Mass Communication* (1960).

Klapper berpendapat bahwa komunikasi massa tidak berfungsi sebagai penyebab yang cukup dalam memberikan dampak kepada audiens. Terdapat faktor – faktor penengah yang menjadi agen kontributor dalam memberikan dampak kepada audiens. Faktor – faktor penengah tersebut meliputi proses selektif (persepsi selektif, penerimaan selektif, dan daya ingat selektif), proses kelompok, norma – norma kelompok, dan kepemimpinan kelompok. Ini berarti media massa memang berkontribusi dalam memberikan dampak kepada audiens, tetapi bukan satu – satunya penyebab (Severin & Tankard, 2017 : 315).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa tingkat kepercayaan khalayak tidak hanya terbentuk melalui terpaan informasi yang diterima, namun terdapat faktor lain, seperti khalayak selektif dalam mempercayai informasi yang diterima. Selain itu juga terdapat faktor luar yang dapat mendukung tingkat kepercayaan masyarakat, seperti faktor keluarga, teman, ataupun lingkungan sekitar.

Hubungan Kompetensi Komunikasi Juru Bicara Covid-19 Dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Kinerja Pemerintah Pusat Dalam Menangani Covid-19

Berdasarkan uji korelasi Kendall Tau_b, untuk korelasi antara kompetensi komunikasi juru bicara Covid-19 (X2) dengan tingkat kepercayaan masyarakat pada kinerja pemerintah pusat (Y), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 yang berarti **sangat signifikan** karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,01, maka hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan antara Kompetensi Komunikasi Juru Bicara Covid-19 dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kinerja Pemerintah Pusat dalam Menangani Covid-19 **diterima**. Hal ini berarti terdapat hubungan antara Kompetensi Komunikasi Juru Bicara Covid-19 dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat. Koefisien

korelasi sebesar 0,435 yang berarti memiliki tingkat hubungan sedang dan positif.

Hal ini sesuai dengan kajian teori *Source Credibility Theory* yang dikembangkan oleh Hovland, Janis dan Kelley, yang memiliki asumsi bahwa kredibilitas seseorang mempunyai peranan yang penting dalam mempersuasi audiens untuk menentukan pandangannya. Kredibilitas memiliki dua komponen yang paling penting, yaitu keahlian yang merupakan kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan dan kepercayaan yang merupakan watak komunikator, seperti jujur, tulus, bermoral, adil, sopan dan etis dan kepercayaan. Dalam hal ini, kompetensi komunikasi juru bicara Covid-19 akan membentuk cara pandang khalayak terhadap kinerja pemerintah pusat dalam menangani Covid-19.

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa Kompetensi Komunikasi Juru Bicara Covid-19 memiliki hubungan dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kinerja Pemerintah Pusat dalam menangani Covid-19. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar responden menilai juru bicara Covid-19 memiliki kompetensi komunikasi yang tinggi. Responden menilai juru bicara Covid-19 menerapkan aspek *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam menyampaikan informasi terkait Covid-19 saat *press conference*. *Ethos* mengacu pada karakter pribadi dan kredibilitas juru bicara itu sendiri. Dalam hal ini, juru bicara menunjukkan kredibilitasnya dan meyakinkan khalayak bahwa ia dapat dipercaya. *Pathos* mengacu pada karakter pribadi dan daya tarik pembicara terhadap emosi khalayak. Sedangkan *logos* dapat dilihat dari juru bicara menunjukkan bukti – bukti yang terpercaya dari informasi yang disampaikannya.

Ketiga aspek tersebut dapat dilihat dari responden menilai juru bicara Covid-19 menyampaikan informasi dan data terkait

Covid-19 dengan jelas dan sesuai kenyataan yang terjadi di lapangan. Responden juga menilai juru bicara Covid-19 menunjukkan semangatnya dalam mengedukasi masyarakat terkait pencegahan dan penanganan Covid-19 dan menggunakan tutur kata yang sopan saat menyampaikan informasi atau data terkait Covid-19. Selain itu, responden juga menilai informasi yang disampaikan oleh juru bicara Covid-19 didukung dengan data yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Berdasarkan temuan tersebut, dapat dilihat juru bicara Covid-19 memiliki dua komponen penting dalam kredibilitas, yaitu keahlian dan kepercayaan. Oleh karena itu, dapat dikatakan juru bicara Covid-19 merupakan seorang yang kredibel sehingga dapat membentuk kepercayaan khalayak terhadap kinerja pemerintah pusat.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Hasil uji hipotesis, terpaan hoax Covid-19 dan tingkat kepercayaan masyarakat pada kinerja pemerintah pusat dalam menangani Covid-19 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,260 yang dapat diartikan tidak signifikan. Maka hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan antara Terpaan Hoax Covid-19 dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kinerja Pemerintah Pusat dalam Menangani Covid-19 ditolak. Hal ini berarti tidak terdapat hubungan antara Terpaan Hoax Covid-19 dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat.
2. Hasil uji hipotesis kompetensi komunikasi juru bicara Covid-19 dengan tingkat kepercayaan masyarakat pada kinerja pemerintah pusat dalam menangani Covid-19 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 yang berarti **sangat signifikan** karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,01,

maka hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan antara Kompetensi Komunikasi Juru Bicara Covid-19 dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Kinerja Pemerintah Pusat dalam Menangani Covid-19 **diterima**. Hal ini berarti terdapat hubungan antara Kompetensi Komunikasi Juru Bicara Covid-19 dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat. Koefisien korelasi sebesar 0,435 yang berarti memiliki tingkat hubungan sedang dan positif.

Saran

1. Untuk juru bicara Covid-19, sebagai perantara komunikasi pemerintah kepada masyarakat, disarankan untuk lebih memperhatikan aspek *ethos* dalam menyampaikan data/informasi terkait Covid-19, agar dapat menjaga dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah pusat dalam menangani Covid-19. Saran ini didasarkan atas temuan masih banyak responden yang menilai data yang disampaikan oleh juru bicara Covid-19 tidak sesuai kenyataan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiawarman, Mac, Rafli, Yessy Marzona. (2019). *Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya*. Padang: Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia Tonggak Tuo
- Ardianto, Elvinaro, dkk. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Barclay, Donald A. (2018). *Fake News, Propaganda, and Plain Old Lies*. Lanham: Rowman & Littlefield
- Bungin, Burhan. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- DeVito, Joseph A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Dwiyanto, Agus. (2011). *Mengembalikan Kepercayaan Publik*

melalui Reformasi Birokrasi. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Greifeneder, Rainer, Mariela Jaffe, Eryn Newman, Norbert Schwats. 2020. *The Psychology of Fake News: Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation*. New York: Routledge

Herlina, Vivi. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Hovland, Carl L. (2007). *Definisi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Kriyantono, Rakhmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group

Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss, John G. Oetzel. (2017). *Theories of Human Communication* (11th ed.). USA: Waveland Press, Inc

Lubis, Asri. (1994). *Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan*. Medan : UPT Perpustakaan UNIMED.

Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Rakhmat, Jalaludin. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Riyanto, Slamet, Aglis Andhita Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher

Sekaran, Uma. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (4th ed.). USA: John Wiley & Sons, Inc.

Silviani, Irene. (2020). *Public Relations sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka

Simarmata, Janner, Muhammad Iqbal, Muhammad Said Hasibuan, Tonni Limbong, Wahyuddin Albra. (2019). *Hoaks dan Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Medan: Yayasan Kita Menulis

Subiakto, Henry dan Rachmah Ida. (2012). *Komunikasi Politik, Media, dan*

Demokrasi. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Supratman, Lucy Pujasari dan Adi Bayu Mahadian. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish Publisher

Suprawoto. (2018). *Government Public Relations: Perkembangan & Praktik di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group

Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Garsindo