

ABSTRAK

Tiara Syafriana: Kampanye *Public Relations* Literasi Digital Cek Fakta Mandiri Upaya Pencegahan Penyebaran Hoaks (Studi Deskriptif Kualitatif pada Jabar Saber Hoaks)

Perkembangan teknologi digital yang pesat menyebabkan perubahan signifikan dalam cara masyarakat memperoleh informasi. Namun, kemajuan ini juga menghadirkan tantangan berupa maraknya penyebaran informasi palsu atau hoaks, yang dapat memengaruhi stabilitas sosial. Jawa Barat merupakan salah satu provinsi dengan tingkat penyebaran hoaks yang tinggi. Menyikapi hal tersebut, Pemerintah Provinsi Jawa Barat membentuk unit kerja Jabar Saber Hoaks yang memiliki salah satu program utama berupa kampanye literasi digital melalui "Cek Fakta Mandiri".

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kampanye Public Relations oleh Jabar Saber Hoaks dalam upaya pencegahan penyebaran hoaks melalui tahapan *Information Gathering, Planning, Communication, dan Evaluation* (IPCE). Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Landasan teori utama dalam penelitian ini adalah konsep IPCE menurut Joseph R. Dominick.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye yang dilakukan telah dirancang secara terstruktur dengan menggunakan konsep kampanye *public relations* sebagai berikut: Pertama, tahap pengumpulan informasi dengan melakukan kajian strategis berbasis data, isu aktual, dan 4 pilar literasi digital dan pemanfaatan data terverifikasi dan terkini dari sumber kredibel dalam menentukan sumber informasi yang akurat. Kedua, tahap perencanaan, Perencanaan ini mencakup empat poin utama, edukasi pada masyarakat sebagai program kampanye literasi digital melalui strategi jangka panjang, penguatan literasi digital untuk membentuk generasi yang edukatif dalam mencapai tujuan jangka Panjang, pembagian tugas yang terstruktur dalam pelaksanaan kampanye literasi digital, serta manajemen anggaran dan perizinan sebagai landasan operasional kampanye. Ketiga, tahap Komunikasi, yaitu pemanfaatan media komunikasi online untuk menjangkau audiens dalam pelaksanaan kampanye, penyajian konten kreatif melalui *storytelling* dengan penyampaian interaktif, sosialisasi interaktif lintas generasi didukung oleh pelatihan internal serta praktik langsung di media sosial. Keempat, tahap evaluasi yaitu Indeks Literasi Digital sebagai indikator keberhasilan pelaksanaan kampanye serta *feedback* dari masyarakat melalui kuesioner serta media sosial Jabar Saber Hoaks.

Kata Kunci: Kampanye Public Relations, Literasi Digital, Cek Fakta Mandiri, IPCE, Jabar Saber Hoaks

ABSTRACT

Tiara Syafriana: *Public Relations Campaign for Digital Literacy through Independent Fact-Checking as an Effort to Prevent the Spread of Hoaxes (A Descriptive Qualitative Study on Jabar Saber Hoaks)*

The rapid advancement of digital technology has significantly transformed the way people access information. However, this development also presents challenges, particularly in the widespread dissemination of false information or hoaxes, which can impact social stability. West Java is one of the provinces with a high rate of hoax circulation. In response, the West Java Provincial Government established the Jabar Saber Hoaks unit, with one of its main programs being the digital literacy campaign "Cek Fakta Mandiri" (Independent Fact-Checking).

This study aims to explore the implementation of the Public Relations campaign by Jabar Saber Hoaks in preventing the spread of hoaxes through the stages of Information Gathering, Planning, Communication, and Evaluation (IPCE). The research employs a descriptive qualitative approach within a constructivist paradigm. The theoretical foundation is based on Joseph R. Dominick's IPCE model.

The results of the study show that the campaign carried out has been designed in a structured manner using the concept of a public relations campaign as follows: First, the information gathering stage by conducting strategic studies based on data, current issues, and the 4 pillars of digital literacy and the use of verified and current data from credible sources in determining accurate sources of information. Second, the planning stage, this planning includes four main points, education in the community as a digital literacy campaign program through a long-term strategy, strengthening digital literacy to form an educational generation in achieving long-term goals, structured division of tasks in implementing the digital literacy campaign, and budget and licensing management as the operational basis of the campaign. Third, the Communication stage, namely the use of online communication media to reach audiences in implementing the campaign, presenting creative content through storytelling with interactive delivery, interactive socialization across generations supported by internal training and direct practice on social media. Fourth, the evaluation stage, namely the Digital Literacy Index as an indicator of the success of the campaign implementation and feedback from the community through questionnaires and Jabar Saber Hoaks social media.

Keywords: *Public Relations Campaign, Digital Literacy, Independent Fact-Checking, IPCE, Jabar Saber Hoaks*