

## **Efektivitas Penyampaian Informasi Digital dalam Menangani Hoax Melalui Instagram @Diskominfo\_Sukabumikota**

**Nashira Dautia Aghisna<sup>1</sup>, Vivien Febri Astuti<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Sekolah Vokasi IPB University, Indonesia

Email: [nashiradautia@apps.ipb.ac.id](mailto:nashiradautia@apps.ipb.ac.id)<sup>1</sup>, [vivien-fas@apps.ipb.ac.id](mailto:vivien-fas@apps.ipb.ac.id)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini menganalisis efektivitas penyampaian informasi digital dalam menangani hoax melalui Instagram @diskominfo\_sukabumikota menggunakan EPIC Model (*Empathy, Persuasion, Impact, and Communication*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform ini efektif dalam menyampaikan informasi yang akurat, didukung oleh kualitas konten digital yang tinggi dan respons positif dari masyarakat. Penyajian konten yang jelas, relevansi informasi, serta penggunaan media yang menarik berkontribusi pada keberhasilan dalam menjangkau dan mengedukasi audiens. Selain itu, respons positif masyarakat menunjukkan bahwa informasi yang disebarluaskan tidak hanya diterima, tetapi juga mendorong audiens untuk mengambil tindakan dalam memverifikasi informasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram @diskominfo\_sukabumikota berhasil mengurangi hoax dan meningkatkan kesadaran publik di media sosial.

**Kata Kunci:** *Hoax, Informasi Digital, Instagram, Model EPIC, Respons Masyarakat.*

### ***Effectiveness of Digital Information Delivery in Handling Hoaxes Through Instagram @Diskominfo\_Sukabumikota***

### **Abstract**

*This study analyzed the effectiveness of digital information delivery in handling hoaxes through Instagram @diskominfo\_sukabumikota using the EPIC Model (Empathy, Persuasion, Impact, and Communication). The results showed that this platform was effective in delivering accurate information, supported by the high quality of digital content and positive responses from the public. Clear content presentation, relevance of information, as well as the use of attractive media contribute to the success in reaching and educating the audience. Furthermore, the public's positive response showed that the information disseminated was not only accepted but also encouraged the audience to act in verifying the information. This study concluded that Instagram @diskominfo\_sukabumikota has successfully reduced hoaxes and increased public awareness on social media.*

**Keywords:** *Hoax, Digital Information, Instagram, EPIC Model, Public Response.*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses informasi dan berinteraksi, khususnya melalui media sosial. Media sosial memberikan berbagai manfaat, seperti akses informasi yang cepat, kemudahan komunikasi, dan peluang untuk berkreasi (Aprilia et al., 2025). Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, telah menarik perhatian miliaran pengguna di seluruh belahan dunia karena kemudahan dalam

penyebaran informasi, seperti kemudahan bagi para pengguna untuk berbagi foto dan video serta berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar pada materi yang dibagikan (Uddin & Kraus, 2025).

Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Di Indonesia sendiri, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia dengan data yang dirilis pada 7 Februari 2024, menyebutkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 221 juta jiwa dari total populasi 278 juta jiwa pada tahun 2024 dan 85,3 persen pengguna menggunakan Instagram secara aktif. APJII juga memprediksi peningkatan jumlah pengguna internet sekitar 6 juta pada tahun 2025, sehingga total pengguna diperkirakan mencapai 231 juta jiwa.

Perkembangan media sosial di Indonesia telah membawa perubahan yang sangat besar, membentuk pola komunikasi baru serta mempengaruhi berbagai aspek kehidupan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia. Namun di sisi lain, media sosial juga telah menempatkan manusia dalam situasi terkait penyalahgunaan teknologi, khususnya dalam hal penyebaran informasi (Asnaria et al., 2022). Indonesia sendiri merupakan negara dengan tingkat akses media yang sangat tinggi. Masyarakat Indonesia setiap harinya mengonsumsi berbagai jenis media, baik cetak, elektronik, maupun media daring. Namun, kemudahan akses informasi ini juga membawa tantangan besar, terutama dalam hal pemahaman dan pengolahan informasi yang diterima oleh masyarakat luas. Kemudahan dalam mengonsumsi dan memproduksi informasi melalui internet membuat penyebaran informasi menjadi lebih mudah tanpa adanya kesadaran akan kebenarannya (Astuti, 2021).

Seiring dengan meningkatnya penyebaran hoax, masyarakat membutuhkan informasi yang akurat dan mudah diakses untuk membuat keputusan yang tepat dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini, pemerintah melalui lembaga seperti Kominfo dan Diskominfo, memiliki tanggung jawab untuk memastikan masyarakat memiliki akses yang mudah dan transparan terhadap informasi yang akurat. Transparasi merupakan salah satu prinsip dalam *good governance*, yang berarti bersifat jelas, nyata, dan terbuka dalam bentuk keterbukaan informasi publik yang dilakukan pemerintah terhadap masyarakat. Keterbukaan informasi publik juga berperan dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pemerintah dalam melaksanakan tugas dan fungsinya (Devi et al., 2024).

Penyebaran berita palsu atau hoax merupakan tantangan serius yang mempengaruhi masyarakat Indonesia dari tingkat nasional hingga lokal. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Komdigi) menunjukkan bahwa sepanjang tahun 2024, mereka berhasil mengidentifikasi 1.923 konten hoax yang tersebar di berbagai platform digital. Konten-konten tersebut meliputi berbagai kategori, seperti politik, pemerintahan, penipuan, dan kesehatan. Fenomena hoax ini juga tercatat di Provinsi Jawa Barat, di mana Jabar Saber Hoaks pada tahun 2025 menerima total 152 aduan, dengan 150 aduan di antaranya terbukti hoax. Seluruh aduan tersebut telah diselesaikan dengan tingkat penyelesaian 100 persen. Data ini menggambarkan pentingnya upaya verifikasi informasi dan edukasi kepada masyarakat, mengingat tingginya jumlah hoax yang beredar.

Fenomena penyebaran berita hoax tidak hanya berpengaruh terhadap individu, melainkan juga dapat mengganggu stabilitas sosial dan politik di suatu daerah. Berdasarkan artikel yang diterbitkan oleh Neraca (2024), Diskominfo Kota Sukabumi mencatat 75 kabar hoax yang tersebar sepanjang tahun 2024 di berbagai platform media sosial. Data ini

menunjukkan adanya tantangan yang perlu ditangani dengan serius, mengingat penyebaran hoax dapat mempengaruhi persepsi masyarakat dan berpotensi menyesatkan informasi yang berkembang. Pada tahun 2025, Diskominfo Kota Sukabumi juga menerima 7 aduan hoax pada bulan Januari, yang semakin mempertegas pentingnya upaya preventif dalam menangkal penyebaran berita palsu. Untuk itu, Diskominfo Kota Sukabumi mengembangkan berbagai program edukasi melalui *workshop*, seminar, dan penyebaran konten informatif di Instagram guna meningkatkan kesadaran masyarakat tentang cara mengidentifikasi dan merespons berita hoax secara bijak. Langkah-langkah ini sangat relevan untuk membangun pemahaman masyarakat tentang pentingnya verifikasi informasi dalam menghadapi tantangan penyebaran hoax.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi merupakan salah satu instansi pemerintahan yang turut memanfaatkan media sosial Instagram sebagai platform yang dipilih dalam menangani penyebaran hoax. Melalui akun Instagram @diskominfo\_sukabumikota yang saat ini memiliki 5.920 followers dan 4.228 postingan, Diskominfo Kota Sukabumi secara aktif membagikan beragam informasi, khususnya terkait edukasi dan verifikasi berita hoax yang dikemas secara unik dan menarik. Efektivitas penyampaian informasi digital yang dilakukan Diskominfo Kota Sukabumi melalui Instagram merupakan aspek yang perlu diteliti lebih lanjut, terutama karena tingginya potensi penyebaran hoax di media sosial dan dampaknya terhadap masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi penyampaian informasi digital yang dilakukan dapat diterima, dipahami, dan berpengaruh dalam meningkatkan kesadaran serta literasi digital masyarakat dalam menyaring informasi yang benar. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada EPIC Model (*Empathy, Persuasion, Impact, and Communication*) sebagai alat ukur untuk menganalisis efektivitas komunikasi yang dilakukan melalui akun Instagram resmi Diskominfo Kota Sukabumi.

Penelitian ini juga menggali respons masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh Diskominfo, khususnya dalam hal bagaimana masyarakat menerima, memahami, serta merespons pesan-pesan yang berkaitan dengan pencegahan hoax. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Sukabumi dalam menghadapi penyebaran informasi palsu, sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif serta menjadi dasar penguatan program informasi publik yang lebih tepat sasaran.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei untuk mengevaluasi efektivitas penyampaian informasi digital dalam menangani hoax di Instagram @diskominfo\_sukabumikota. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada followers Instagram @diskominfo\_sukabumikota. Data sekunder didapatkan melalui studi literatur yang relevan dengan topik penelitian. Penelitian ini menggunakan responden yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu para *followers* Instagram @diskominfo\_sukabumikota. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan prosedur *accidental sampling*. Kriteria tersebut meliputi pengguna Instagram dengan akun pribadi, mengikuti akun Instagram @diskominfo\_sukabumikota, dan bersedia mengisi kuesioner baik secara online maupun

offline. Berdasarkan perhitungan, jumlah sampel yang diperlukan adalah 100 responden yang diambil dari 5.920 *followers* akun Instagram tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode EPIC Model untuk mengukur sejauh mana akun Instagram @diskominfo\_sukabumikota efektif dalam menyebarkan informasi yang benar dalam menangani hoax. Model ini menilai bagaimana sebuah pesan komunikasi dapat diterima oleh followers melalui empat dimensi utama, yaitu *Empathy, Persuasion, Impact, dan Communication*. Dimensi-dimensi ini digunakan untuk memahami sejauh mana pesan dapat membangun hubungan emosional, meyakinkan, memberikan dampak signifikan, serta mengomunikasikan informasi dengan jelas dan efektif (Durianto et al. 2003).

Metode EPIC Model digunakan untuk menentukan kriteria efektivitas yang diukur dengan rumus EPIC Rate sebagai berikut:

$$\frac{X \text{ Empathy} + X \text{ Persuasion} + X \text{ Impact} + X \text{ Communication}}{4}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi*

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Sukabumi adalah instansi pemerintah yang bertanggung jawab dalam pengelolaan teknologi informasi dan komunikasi publik di Kota Sukabumi. Diskominfo mendukung efisiensi komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, serta memastikan akses informasi yang transparan dan akurat. Tugas utamanya meliputi pengelolaan media komunikasi publik, termasuk website resmi kota, serta pengawasan dan pengembangan teknologi informasi untuk mendukung operasional pemerintahan dan layanan publik berbasis teknologi. Selain itu, Diskominfo berperan penting dalam memfasilitasi transparansi dan efisiensi sistem pemerintahan daerah.

### *Karakteristik Informasi Digital*

Karakteristik informasi digital yang disampaikan oleh Diskominfo Sukabumi memainkan peran penting dalam memastikan pesan yang diterima oleh *followers* efektif dan dapat dipahami dengan baik. Keempat aspek utama yang membentuk karakteristik ini adalah kualitas informasi, jenis informasi, cara penyajian informasi, dan media yang digunakan. Setiap aspek memiliki pengaruh langsung terhadap bagaimana informasi diproses dan diterima oleh masyarakat. Skor rata-rata dari karakteristik informasi digital, disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Skor Rata - rata Karakteristik Informasi Digital

Indikator Pertanyaan	Skor rata -rata
Kualitas Informasi	4,47
Jenis Informasi	4,38
Penyajian Informasi	4,41
Media yang Digunakan	4,48
Skor rata -rata	4,435

Sumber: Olah data Peneliti, 2025

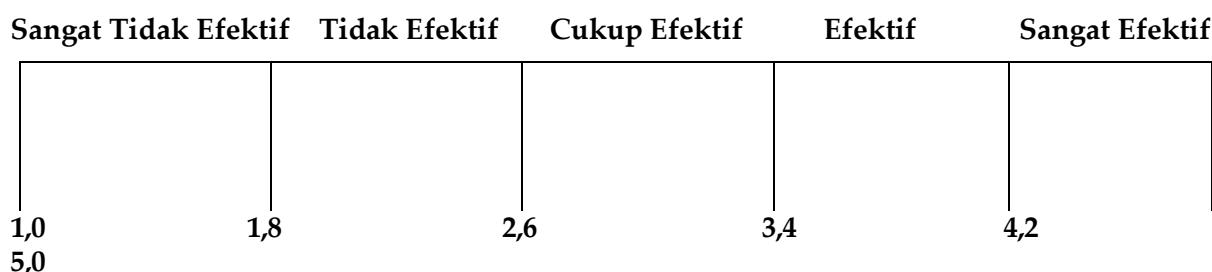
Berdasarkan Tabel 1, karakteristik informasi digital yang disajikan oleh Instagram @diskominfo\_sukabumikota telah mencapai kualitas yang sangat baik, dengan skor rata-rata

seluruh aspek yang diperoleh sebesar 4,435. Keempat aspek yang dinilai, yaitu kualitas informasi (4,47), jenis informasi (4,38), penyajian informasi (4,41), dan media yang digunakan (4,48), menunjukkan hasil yang sangat memadai dalam memastikan pesan dapat diterima dengan efektif oleh followers.

Instagram @diskominfo\_sukabumikota berperan penting sebagai wadah untuk menyebarkan informasi yang akurat dan terpercaya, sekaligus mengurangi potensi penyebaran hoax. Dengan kualitas informasi yang tinggi dan penyajian yang jelas, media ini mampu menyampaikan pesan yang relevan dan mudah dipahami oleh publik. Selain itu, penggunaan media visual seperti gambar dan video yang menarik di Instagram mendukung efektivitas penyebaran informasi, terutama dalam menanggapi isu hoax dan disinformasi yang sering beredar di media sosial.

### **Analisis Efektivitas Instagram dengan EPIC Model**

Instagram digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Sukabumi untuk menyebarkan informasi kepada publik, termasuk dalam menangani isu hoax. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa efektif akun Instagram @diskominfo\_sukabumikota dalam menyampaikan informasi digital terkait hoax kepada masyarakat. Efektivitas penyebaran informasi melalui Instagram @diskominfo\_sukabumikota diukur menggunakan EPIC Model, yang memiliki empat dimensi penting yaitu *Empathy Persuasion, Impact, and Communication* (Durianto *et al.* 2003). Rentang skala keputusan EPIC Model pada Grafik 1.



Grafik 1. Rentang Skala Keputusan EPIC Model

#### a. Dimensi *Empathy*

Dimensi *empathy* dalam EPIC Model mengukur sejauh mana *followers* Instagram @diskominfo\_sukabumikota merasa terhubung secara emosional dengan konten yang disampaikan. Pengukuran dimensi ini dilakukan melalui kuesioner yang menilai bagaimana para *followers* merasakan keterhubungan dengan informasi yang diberikan, mencakup aspek isi, penyampaian, frekuensi, dan relevansi pesan. Berikut merupakan total skor rata-rata variabel *Empathy*, yang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Skor Rata - rata Dimensi *Empathy*

Indikator Pertanyaan	Skor rata -rata
Menarik perhatian dan perasaan	4,38
Terhubung secara emosional dengan konten	4,3
Relevansi dengan pengalaman pribadi	4,44
Skor rata -rata	4,37

Sumber: Olah data Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengukuran, dimensi *Empathy* memperoleh skor rata-rata 4,37, yang menunjukkan tingkat efektivitas yang sangat baik dalam membangun keterhubungan emosional dengan *followers*. Skor rata-rata yang tinggi ini menunjukkan bahwa konten yang dibagikan oleh @diskominfo\_sukabumikota berhasil menarik perhatian *followers* dan menciptakan ikatan emosional yang kuat terhadap isu yang diangkat.

#### b. Dimensi *Persuasion*

Dimensi *Persuasion* dalam EPIC Model mengukur sejauh mana *followers* Instagram @diskominfo\_sukabumikota merasa diyakinkan dan dipengaruhi untuk bertindak, terutama dalam hal menyebarkan atau memverifikasi informasi yang mereka terima. Pengukuran dimensi ini dilakukan melalui kuesioner yang menilai bagaimana *followers* merasa ter dorong untuk tidak menyebarkan hoax dan melakukan verifikasi sebelum membagikan informasi. Aspek yang diukur mencakup kemampuan informasi untuk meyakinkan, memotivasi untuk memverifikasi, serta mengubah sikap terhadap hoax. Berikut merupakan total skor rata-rata variabel *Persuasion*, yang disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Skor Rata - rata Dimensi *Persuasion*

Indikator Pertanyaan	Skor rata -rata
Meyakinkan untuk tidak menyebarkan hoax	4,52
Terdorong untuk memverifikasi informasi	4,41
Mengubah sikap terhadap hoax	4,4
Skor rata -rata	4,44

Sumber: Olah data Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengukuran, dimensi *Persuasion* memperoleh skor rata-rata 4,44, yang menunjukkan tingkat efektivitas yang sangat baik dalam mempengaruhi sikap dan tindakan *followers*. Skor rata-rata yang tinggi ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan oleh @diskominfo\_sukabumikota berhasil meyakinkan *followers* untuk tidak menyebarkan hoax dan mendorong mereka untuk lebih berhati-hati dalam membagikan informasi.

#### c. Dimensi *Impact*

Dimensi *Impact* dalam EPIC Model mengukur sejauh mana informasi yang disampaikan oleh Instagram @diskominfo\_sukabumikota berhasil meningkatkan pemahaman, pengetahuan, dan kesadaran *followers* mengenai hoax dan pentingnya verifikasi informasi. Pengukuran dimensi ini dilakukan melalui kuesioner yang menilai bagaimana *followers* merasakan dampak positif dari informasi yang diberikan. Aspek yang diukur mencakup peningkatan pemahaman tentang hoax, pengetahuan baru yang diperoleh, dan kesadaran akan pentingnya memverifikasi informasi. Berikut merupakan total skor rata-rata variabel *Impact*, yang disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Skor Rata - rata Dimensi *Impact*

Indikator Pertanyaan	Skor rata -rata
Meningkatkan pemahaman terkait hoax	4,55
Memberikan pengetahuan untung menyaring berita	4,6
Meningkatkan kesadaran verifikasi informasi	4,57
Skor rata -rata	4,57

Sumber: Olah data Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengukuran, dimensi *Impact* memperoleh skor rata-rata 4,57, yang menunjukkan tingkat efektivitas yang sangat baik dalam meningkatkan pemahaman, pengetahuan, dan kesadaran *followers*. Skor rata-rata yang tinggi ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan oleh @diskominfo\_sukabumikota berhasil memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan pengetahuan *followers* mengenai hoax serta pentingnya verifikasi informasi.

#### d. Dimensi *Communication*

Dimensi *Communication* dalam EPIC Model mengukur sejauh mana pesan yang disampaikan oleh Instagram @diskominfo\_sukabumikota jelas, mudah dipahami, dan mampu membangun interaksi positif dengan *followers*. Pengukuran dimensi ini dilakukan melalui kuesioner yang menilai bagaimana pengikut merasakan kejelasan pesan yang disampaikan, interaksi yang terjalin, serta kemampuan untuk mengingat pesan utama yang dibagikan. Berikut merupakan total skor rata-rata variabel *Communication*, yang disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Skor rata - rata Dimensi *Communication*

Indikator Pertanyaan	Skor rata -rata
Pesan jelas dan mudah dipahami	4,48
Membangun dialog positif dengan <i>followers</i>	4,48
Pesan utama mudah diingat	4,55
Skor rata -rata	4,50

Sumber: Olah data Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengukuran, dimensi *Communication* memperoleh skor rata-rata 4,50, yang menunjukkan tingkat efektivitas yang sangat baik dalam menyampaikan pesan yang jelas dan membangun hubungan positif dengan *followers*. Skor rata-rata yang tinggi ini menunjukkan bahwa *followers* merasa pesan yang disampaikan mudah dipahami dan mengingat pesan yang disampaikan dengan baik.

#### *EPIC Rate*

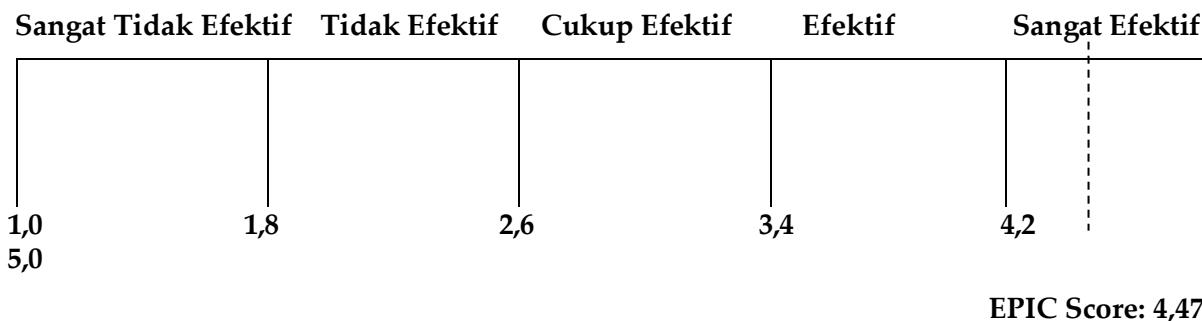
Untuk mengukur sejauh mana efektivitas komunikasi yang disampaikan oleh Instagram @diskominfo\_sukabumikota, digunakanlah EPIC Rate. EPIC Rate merupakan suatu ukuran yang menggabungkan hasil dari keempat dimensi dalam EPIC Model, yaitu *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication*. Dengan menghitung rata-rata skor dari dimensi-dimensi ini, Epic Rate memberikan gambaran keseluruhan tentang efektivitas penyampaian informasi kepada para *followers*.

Rumus EPIC Rate:

$$\frac{X \text{ } Empathy + X \text{ } Persuasion + X \text{ } Impact + X \text{ } Communication}{4}$$

EPIC Rate:

$$\frac{4,37 + 4,44 + 4,57 + 4,50}{4} = 4,47$$



Grafik 2. EPIC Rate Instagram @diskominfo\_sukabumikota

Dari hasil pengukuran rata-rata setiap dimensi, diperoleh EPIC Score sebesar 4,47. Score ini menunjukkan bahwa Instagram @diskominfo\_sukabumikota sangat efektif dalam menyampaikan informasi digital. Penggunaan Instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi tidak hanya berhasil dalam menyebarkan informasi, tetapi juga memperkuat hubungan dengan masyarakat, meningkatkan kesadaran tentang bahaya hoax, serta mendorong partisipasi aktif dalam memverifikasi informasi.

#### *Respons Masyarakat*

Respons masyarakat terhadap informasi yang disampaikan melalui Instagram @diskominfo\_sukabumikota bertujuan untuk mengetahui sejauh mana informasi terkait hoax diterima dan dipahami oleh para *followers*. Terdapat empat aspek yaitu, perhatian, pemahaman, penerimaan, dan penerapan yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana *followers* merespons komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Sukabumi dalam menyampaikan informasi yang valid dan dapat dipercaya. Selain itu, respons ini juga memberikan gambaran tentang dampak komunikasi tersebut dalam mendorong *followers* untuk bertindak terhadap hoax yang beredar. Skor rata-rata dari respons masyarakat, disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Skor Rata - rata Respons Masyarakat

Indikator Pertanyaan	Skor rata -rata
Perhatian	4,33
Pemahaman	4,44
Penerimaan	4,47
Penerapan	4,38
Skor rata -rata	4,4

Sumber: Olah data Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 6, respon masyarakat terhadap informasi digital yang disebarluaskan melalui akun Instagram @diskominfo\_sukabumikota menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi pada setiap aspek yang diukur, yaitu perhatian, pemahaman, penerimaan, dan penerapan. Keempat aspek tersebut saling berhubungan dan menggambarkan keberhasilan Diskominfo Kota Sukabumi dalam menyampaikan informasi yang efektif untuk mengatasi penyebaran hoax.

Skor rata-rata respons masyarakat yang mencapai 4,4 menunjukkan bahwa informasi yang disebarluaskan melalui akun Instagram @diskominfo\_sukabumikota diterima dengan baik oleh para *followers*, yang tercermin dalam aspek perhatian, pemahaman, penerimaan, dan

penerapan. Angka ini selaras dengan EPIC Score sebesar 4,47, yang mencerminkan efektivitas Instagram @diskominfo\_sukabumikota dalam menyampaikan informasi terkait hoax kepada masyarakat. Selain itu, karakteristik informasi digital yang memperoleh skor 4,435 menunjukkan bahwa kualitas, relevansi, dan penyajian informasi telah disesuaikan dengan kebutuhan para *followers*. Dengan hasil ini, penyampaian informasi digital melalui Instagram @diskominfo\_sukabumikota dapat terus dipertahankan dan dikembangkan untuk memperluas jangkauan serta meningkatkan efektivitas dalam menangani hoax.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Instagram @diskominfo\_sukabumikota terbukti efektif sebagai media penyampaian informasi digital dalam menangani penyebaran hoax yang diukur menggunakan EPIC Model. Efektivitas ini didukung oleh karakteristik informasi digital yang disampaikan, yang memiliki kualitas tinggi, relevansi yang jelas, serta penyajian yang menarik, sehingga mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat. Selain itu, respons masyarakat menunjukkan penerimaan yang positif, di mana audiens tidak hanya memahami dan menerima informasi yang disampaikan, tetapi juga mengaplikasikannya dalam tindakan nyata. Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian informasi melalui Instagram @diskominfo\_sukabumikota berhasil membangun kesadaran masyarakat dalam memverifikasi informasi dan mengurangi dampak penyebaran hoax.

Sebagai saran, untuk meningkatkan efektivitas lebih lanjut, DiskomInfo Kota Sukabumi dapat memperluas jenis konten yang disampaikan, serta lebih mengoptimalkan fitur interaktif di Instagram guna mendorong partisipasi aktif audiens. Penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji lebih dalam mengenai dampak jangka panjang dari penyebaran informasi digital ini terhadap perubahan perilaku masyarakat dalam memverifikasi informasi dan mengurangi hoax.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, U. N., Lestari, F. H., Sahara, L. A., & Sutrisno. (2025). Strategi Guru MI dalam Membentuk Etika Digital pada Peserta Didik di Era Media Sosial. Implementasi strategi yang efektif dihara. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2 Nomor. 2. <https://doi.org/10.62383/hardik.v2i2.1223>
- Asnaria, F. R., Muthali'in, A., Prasetyo, W. H., & Patmisari, P. (2022). The Role of Digital Literacy is the Spread of Hoax on Instagram to Strengthen the Character of Unity. *JED (Jurnal Etika Demokrasi)*, 7 Nomor 3(3), 695–704. <https://doi.org/10.26618/jed.v7i3.8084>
- Astuti, Y. D. (2021). Digital Literacy Competence Of Indonesian Lecturers On Analysis Hoax In Social Media. *Library Philosophy and Practice*.
- Darmawan, F., Fardiah, D., & Rinawati, R. (2022). Visual Communication @Jabarsaberhoaks in Digital Literacy Education to Counteract Hoaxes on Instagram. *Proceedings of the 4th Social and Humanities Research Symposium (SoRes 2021)*, 658(SoRes 2021), 293–298. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220407.060>
- Devi, K. T. K., Wirantari, I. D., & Wijaya, K. A. S. (2024). Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Publik guna Mencegah Penyebaran Berita Hoax oleh DISKOMINFOS Kota Denpasar. *Socio-Political Communication and Policy*, 1(5), 1–11. <https://doi.org/10.61292/shkr.171>
- Durianto D, Sugiarto, Widjaja AW, & Supratikno H. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*.
- Khairunisa, A. W. (2024). *Efektivitas Instagram Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan sebagai Media Penyebaran Informasi* [Skripsi, Institut Pertanian Bogor]. Institut Pertanian Bogor Repository.
- Prihatiningrum, S. (2020). *Efektivitas Akun Instagram @aniesbaswedan dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik (Analisis EPIC Model pada Akun Instagram @aniesbaswedan)* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah]. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Repository.
- Rini, R. L. P., Thaha, A. R., & Mustikasari, A. (2024). *Analisis Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram IndiHome Bandung Menggunakan Metode EPIC Model* [Skripsi, Universitas Telkom]. Universitas Telkom Repository.
- Sadewa, I. K. A., Mataram, I. G. A. B., & Sari, I. G. A. M. K. K. (2023). *The effectiveness of Instagram ads as a promotional platform in selling product at Sthala Ubud Bali using the EPIC model method*. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 6(2), 96-106. <https://doi.org/10.31940/jasth.v6i2.96-106>
- Sari, F. F. (2024). *Efektivitas Promosi Melalui Event Bartoz Goes To School Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT Porto Food* [Proyek Akhir, Institut Pertanian Bogor]. Institut Pertanian Bogor Repository.
- Suryaningsih, I. B., & Nugraha, K. S. W. (2024). *EPIC Model: Efektivitas Iklan Destinasi Wisata Kabupaten Banyuwangi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Domestik* [Skripsi, Universitas Jember]. Universitas Jember Repository.
- Uddin, O., & Kraus, C. L. (2025). Evaluation of Publicly Available Instagram Social Media Information on Vision Therapy. *Journal of Pediatric Ophthalmology and Strabismus*, 62(1), e8–e13. <https://doi.org/10.3928/01913913-20241106-01>