

# Pengaruh Informasi Konkret Krisis Kemanusiaan Palestina di Instagram @cnnindonesia Terhadap Kepercayaan Remaja Kota Bogor

Dendi Maulana<sup>1\*</sup>, Ali Alamsyah Kusumadinata<sup>2</sup>, Agustini<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Prodi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Komputer,  
Universitas Djuanda

Email: [dend.mlna@gmail.com](mailto:dend.mlna@gmail.com), [ali.alamsyah@unida.ac.id](mailto:ali.alamsyah@unida.ac.id), [agustini@unida.ac.id](mailto:agustini@unida.ac.id)

---

## ABSTRAK

Maraknya informasi krisis kemanusiaan Palestina yang terus beredar membuat isu di masyarakat bernuansa empati, kemarahan, kesedihan. Terlihat dengan munculnya tagar-tagar yang trending di instagram seperti #solidaritas palestina, #savepalestine, #pedulipalestine, #freepalestine. Hal ini menjadi pro dan kontra di Instagram dan mempengaruhi kepercayaan remaja. Tujuan dari penelitian ini yaitu menjelaskan pengaruh krisis kemanusiaan Palestina pada instagram @cnnindonesia terhadap pembentukan sikap remaja di kota Bogor. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang disebarakan kepada remaja di kota Bogor. Diukur dengan menggunakan skala Likert. Data dianalisis menggunakan WMS (*weight mean score*). Hasil penelitian diperoleh variabel Informasi Konkret memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Kepercayaan Remaja.

**Kata Kunci:** Informasi Konkret, Instagram, Kepercayaan Remaja

## PENDAHULUAN

Tragedi kemanusiaan di Gaza, Palestina yang berlangsung beberapa bulan terakhir menyedot perhatian banyak pihak. Dikarenakan penyerangan yang dilakukan Israel ke rumah sakit serta tempat pengungsian di Palestina. Data yang diperoleh lembaga kesehatan Palestina mengatakan korban jiwa sebanyak 10.328 dan diantaranya adalah anak dibawah umur (Utomo, 2023). Serangan Israel bertubi-tubi menghantam Palestina sehingga menyebabkan krisis bagi warga Palestina seperti kurangnya pangan dan air bersih (CNN Indonesia, 2024). Selain itu kini warga Palestina menderita kelaparan karena akses makanan ditutup oleh Israel (CNBC Indonesia, 2024). Maraknya informasi

krisis kemanusiaan Palestina yang terus beredar membuat isu di masyarakat bernuansa empati, kemarahan, kesedihan, yang terakumulasi mempengaruhi pembentukan opini publik. Hal ini terlihat dengan munculnya tagar-tagar yang trending di instagram seperti #solidaritas palestina, #savepalestine, #pedulipalestine, #freepalestine dan membuat gerakan solidaritas Palestina (CNN Indonesia, 2024).

Kehadiran media sosial saat ini membawa perubahan dalam segala lapisan kehidupan masyarakat dalam beropini. Media Sosial merupakan suatu tempat digital yang memudahkan pengguna untuk mengekspresikan diri, berkomunikasi, berbagi, bekerjasama, dan bersosialisasi secara virtual. Tidak heran jaman sekarang masyarakat bergantung pada media sosial dan menjadi tren di kalangan remaja. Kehadiran media sosial telah memberikan efek yang nyata terhadap kehidupan sosial masyarakat (Nasrullah, 2017). Berdasarkan hasil riset Simon Kemp dan tim kepios yang bekerjasama dengan *we are sosial* pada Januari 2023 mengatakan, "Terdapat 167,0 juta pengguna media sosial di Indonesia, atau mencakup 60,4 persen dari total populasi" (Kemp, 2023).

Instagram merupakan sebuah media sosial sebagai tempat untuk berbagi foto dan video disertai dengan fitur direct message, live, dan reels, serta sistem sosialnya, yaitu dengan mengikuti akun orang lain. Dengan demikian, pengguna Instagram dapat berkomunikasi satu sama lain seperti chatting pada direct message dan merespon postingan pengguna lain (Aprilia, 2016). Berdasarkan hasil riset Simon Kemp dan tim kepios yang bekerjasama dengan *we are sosial* pada Januari 2024 mengatakan, "Terdapat 88,86 juta pengguna instagram di Indonesia" (Kemp, 2023).

Seperti pada akun instagram @cnnindonesia yang merupakan media penyedia informasi seputar nasional dan internasional memproduksi konten menggunakan Grafis, foto, dan video untuk menyampaikan informasi di instagram. Tercatat sejak akun @cnnindonesia dibuat pada bulan Febuari 2014 hingga April 2024, akun ini telah mengunggah konten informasi sebanyak 11.500 unggahan dan telah diikuti oleh 2,5 juta *followers*. Belakangan ini @cnnindonesia sering membuat konten tentang krisis

kemanusiaan Palestina dan menciptakan perhatian tinggi dari para pengikutnya (CNN Indonesia, 2024).

Salah satu manfaat dari media sosial khususnya instagram adalah untuk berekspresi dan hasil dari ekspresi tersebut akan membentuk sebuah opini. Opini merupakan ungkapan mengenai sikap atas permasalahan tertentu yang sifatnya kontroversial. Wainira et al (2021) mengatakan bahwa media sosial sangat berguna sebagai alat dalam menyampaikan informasi. Cara menyampaikan informasi ini dibuat melalui konten oleh akun media sosial yang secara efektif dapat mempengaruhi Kepercayaan khalayak.

Tujuan dalam penelitian yaitu mendeskripsikan informasi konkret krisis kemanusiaan Palestina di instagram @cnnindonesia serta kepercayaan remaja di kota Bogor yang terbentuk dari informasi @cnnindonesia.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Informasi Konkret**

Menurut (Anggraeni & Irviani, 2017) mengatakan, informasi merupakan kumpulan data yang dibuat agar memberikan arti bagi penerimanya. Sementara (Tukino & Amrizal, 2021), mengatakan bahwa informasi adalah sekumpulan data yang disimpan dan diolah sehingga menghasilkan pengetahuan yang berharga bagi pengguna untuk mempertimbangkan saat membuat keputusan.

Menurut KBBI konkret yaitu sesuai yang nyata dan berwujud. Berarti adalah hal tersebut dapat dirasakan. Sedangkan menurut (Prananda et al., 2021) konkret adalah sesuatu yang keberadaannya dapat dirasakan dan menjelaskan sesuatu tersebut benar-benar ada. Menurut (Rahadian & Rahman, 2023), beberapa hal yang harus diperhatikan saat menyampaikan informasi salah satunya adalah Concreate (Konkret), Informasi yang nyata dan dapat dipertanggung jawabkan dengan indikator fakta dan data.

## **Instagram**

Menurut Atmoko (2012) dalam jurnal (Putri & Wulandari, 2023), Instagram berasal dari kata instan dan telegram. Instagram merupakan cara baru dalam mengabadikan cerita hidup yang berupa foto atau video dan membagikannya kepada pengguna lain. Kevin Systrom dan Mike Krieger membuat media sosial ini pada tanggal 6 Oktober 2010 dengan awal perilisannya mampu meraih 25 ribu pengguna.

Instagram merupakan sebuah media sosial sebagai tempat untuk berbagi foto dan video disertai dengan fitur direct message, live, dan reels, serta sistem sosialnya, yaitu dengan mengikuti akun orang lain. Dengan demikian, pengguna Instagram dapat berkomunikasi satu sama lain seperti chatting pada direct message dan merespon postingan pengguna lain (Aprilia, 2016).

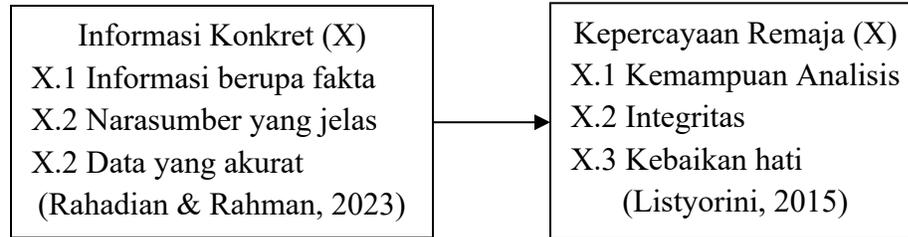
## **Kepercayaan Remaja**

Wainira et al (2021) mengatakan bahwa media sosial sangat berguna sebagai alat dalam menyampaikan informasi. Cara menyampaikan informasi ini dibuat melalui konten oleh akun media sosial yang secara efektif dapat mempengaruhi kepercayaan audience.

Kepercayaan adalah munculnya pendapat, perasaan, dan perilaku berdasarkan hal tertentu (Ardianto, 2009). Kepercayaan merupakan sikap seseorang dalam mempercayai seseorang atau organisasi untuk mengambil suatu keputusan atau perilaku. Kepercayaan dapat dipengaruhi oleh indikator kemampuan, integritas, dan Kebajikan Hati (Listyorini, 2015).

## **KERANGKA PEMIKIRAN**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu Informasi Konkret (X) dan variabel dependen Kepercayaan Remaja (Y), adapun penjelasannya sebagai berikut:



**Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran**

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Unit analisis dalam penelitian ini yaitu remaja pengguna instagram di kota Bogor dengan sampel sebesar 100 responden. Teknik *probability sampling* digunakan dalam mengambil sampel dalam bentuk *cluster random sampling*.

## **TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

### **Data Primer**

1. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada responden penelitian yaitu remaja kota Bogor yang aktif menggunakan instagram serta mengikuti akun instagram @cnnindonesia yaitu sebanyak 100 responden.
2. Teknik wawancara dalam bentuk tanya jawab langsung dengan responden yang mempunyai relevansi dengan masalah yang diteliti.

### **Data Skunder**

1. Dokumen, berupa buku, skripsi, dan jurnal yang digunakan peneliti untuk mencari data dalam penelitian ini.
2. Observasi, berupa teks, gambar, foto dalam media internet yang digunakan peneliti untuk mencari data dalam penelitian ini.

## ANALISIS DATA

Skala ukur yang digunakan mengukur setiap variabel dalam penelitian ini yaitu skala Likert, setiap jawaban responden diberi skor sebagai berikut:

**Tabel 1. Skala Ukur Jawaban Responden**

| Jawaban             | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat Setuju       | 4    |
| Setuju              | 3    |
| Tidak Setuju        | 2    |
| Sangat Tidak Setuju | 1    |

Dalam menganalisis data peneliti menggunakan teknik WMS (weight, mean, score). Hasil perhitungan WMS ditentukan ke dalam kategori sebagai berikut:

**Tabel 2. Kriteria Perhitungan WMS**

| Rentang Nilai | Penafsiran                | Kategori          |
|---------------|---------------------------|-------------------|
| 3,01 – 4,00   | Sangat Setuju (SS)        | Sangat Baik       |
| 2,01 – 3,00   | Setuju (S)                | Baik              |
| 1,01 – 2,00   | Tidak Setuju (TS)         | Tidak Baik        |
| 0,01 – 1,00   | Sangat Tidak Setuju (STS) | Sangat Tidak Baik |

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Informasi Konkret (X)

Dalam variabel informasi konkret (X) yang terdiri dari indikator Fakta dan Data, dijelaskan sebagai berikut:

#### Informasi Berupa Fakta

Tabel 3. Informasi krisis kemanusiaan Palestina @cnnindonesia berdasarkan fakta

| No.    | Alternatif Jawaban  | F   | (x) | F(x) | %     | $\frac{\sum F(x)}{N}$ |
|--------|---------------------|-----|-----|------|-------|-----------------------|
| 1.     | Sangat Setuju       | 40  | 4   | 160  | 48,3% | 3,31                  |
| 2.     | Setuju              | 51  | 3   | 153  | 46,2% |                       |
| 3.     | Tidak Setuju        | 9   | 2   | 18   | 5,5%  |                       |
| 4.     | Sangat Tidak Setuju | -   | 1   | -    | -     |                       |
| Jumlah |                     | 100 | 10  | 331  | 100%  |                       |

Dari tabel diatas diketahui hasil tanggapan remaja sebesar 48,3% sangat setuju sedangkan 5,5% tidak setuju untuk menjawab konten @cnnindonesia berdasarkan fakta dan data. Diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,31 yang berarti masuk dalam kategori Sangat Baik.

Dapat diartikan bahwa instagram @cnnindonesia sangat baik dalam menyajikan konten berdasarkan fakta dan data. Hal ini berdasarkan hasil wawancara remaja di kota Bogor (Nadila, 2024), mengatakan bahwa konten @cnnindonesia dibuat berdasarkan fakta dan data yang akurat karena di media lain pun memberikan informasi yang sama hanya sudut pandang yang berbeda.

Namun, beberapa remaja tidak percaya konten @cnnindonesia berdasarkan fakta dan data. Hal ini berdasarkan wawancara remaja di kota Bogor (Rasta, 2024), mengatakan bahwa konten @cnnindonesia berdasarkan fakta karena bisa saja ini hanya konspirasi.

#### Narasumber Yang Jelas

**Tabel 4. Informasi krisis kemanusiaan Palestina @cnnindonesia  
jelas pendapat narasumbernya.**

| No.    | Alternatif Jawaban  | F   | (x) | F(x) | %     | $\frac{\sum F(x)}{N}$ |
|--------|---------------------|-----|-----|------|-------|-----------------------|
| 1.     | Sangat Setuju       | 27  | 4   | 108  | 34%   | 3,16                  |
| 2.     | Setuju              | 63  | 3   | 189  | 60,2% |                       |
| 3.     | Tidak Setuju        | 9   | 2   | 18   | 5,5%  |                       |
| 4.     | Sangat Tidak Setuju | 1   | 1   | 1    | 0,3%  |                       |
| Jumlah |                     | 100 | 10  | 316  | 100%  |                       |

Dari tabel diatas diketahui hasil tanggapan remaja sebesar 60,2% setuju sedangkan 5,5% tidak setuju untuk menjawab konten @cnnindonesia berdasarkan narasumber yang jelas. Diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,16 yang berarti masuk dalam kategori Sangat Baik.

Dapat diartikan bahwa instagram @cnnindonesia sangat baik dalam menyajikan informasi dengan narasumber yang jelas. Hal ini berdsarkan hasil wawancara remaja di kota Bogor (Ramadhan, 2024), mengatakan bahwa konten @cnnindonesia berdasarkan narasumber yang jelas seperti para relawan yang terjun membantu warga Palestina.

Akan tetapi beberapa remaja tidak konten @cnnindonesia berdasarkan narasumber yang jelas. Hal ini berdasarkan hasil wawancara remaja di kota Bogor (Ibrahim, 2024), mengatakan bahwa narasumber yang digunakan bisa saja dibayar untuk membuat konten tersebut.

**Data Yang Akurat**

**Tabel 5. Informasi krisis kemanusiaan Palestina @cnnindonesia berdasarkan pengamatan langsung seperti Tagline “Terus digempur Israel, dua RS terakhir di Gaza Utara hampir lumpuh”.**

| No.    | Alternatif Jawaban  | F   | (x) | F(x) | %     | $\frac{\sum F(x)}{N}$ |
|--------|---------------------|-----|-----|------|-------|-----------------------|
| 1.     | Sangat Setuju       | 37  | 4   | 148  | 44,6% | 3,21                  |
| 2.     | Setuju              | 50  | 3   | 150  | 45,1% |                       |
| 3.     | Tidak Setuju        | 10  | 2   | 20   | 6,4%  |                       |
| 4.     | Sangat Tidak Setuju | 3   | 1   | 3    | 0,9%  |                       |
| Jumlah |                     | 100 | 10  | 321  | 100%  |                       |

Dari tabel diatas diketahui hasil tanggapan remaja sebesar 45,1% setuju sedangkan 6,4% tidak setuju untuk menjawab konten @cnnindonesia berdasarkan pengamatan langsung. Diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,21 yang berarti masuk dalam kategori Sangat Baik.

Dapat diartikan bahwa instagram @cnnindonesia dengan sangat baik menyajikan konten berdasarkan pengamatan langsung. Hal ini berdsarkan hasil wawancara remaja di kota Bogor (Awaliah, 2024), mengatakan bahwa @cnnindonesia benar-benar menerjunkan relawan untuk mengamati dan melaporkan kejadian langsung dari Palestina. Disisi lain beberapa remaja tidak percaya konten @cnnindonesia berdasarkan pengamatan langsung. Hal ini berdasarkan hasil wawancara remaja di kota Bogor (Rasta, 2024), mengatakan bahwa dalam video tersebut kemungkinan besar hasil editing greenscreen yang baik.

### Rekaptulasi Tanggapan Remaja Terhadap Variabel Informasi Konkret (X)

**Tabel 6. Tanggapan Remaja Terhadap Variabel Informasi Konkret (X)**

| No.       | Indikator              | Hasil Penelitian | Kategori    |
|-----------|------------------------|------------------|-------------|
| 1.        | Informasi berupa fakta | 3,31             | Sangat Baik |
| 2.        | Narasumber yang jelas  | 3,16             | Sangat Baik |
| 3.        | Data yang akurat       | 3,21             | Sangat Baik |
| Rata-rata |                        | 3,22             | Sangat Baik |

Variabel Konkret memiliki nilai rata-rata 3,22 yang berarti berkategori Sangat Baik. Nilai tertinggi berada pada indikator informasi berupa fakta yaitu sebesar 3,31 dengan kategori sangat baik. Sedangkan nilai terendah berada pada indikator Narasumber yang jelas yaitu sebesar 3,16 dengan kategori sangat baik. Kesimpulannya yaitu @cnnindonesia Sangat Baik dalam menyajikan konten informasi yang Konkret kepada remaja di kota Bogor.

### Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Remaja (Y)

Dalam variabel Kepercayaan Remaja (Y) yang terdiri dari indikator Kemampuan, Integritas dan Kebaikan hati, dijelaskan sebagai berikut:

#### Kemampuan Analisis

**Tabel 7. Konten informasi krisis kemanusiaan Palestina @cnnindonesia dapat dipercaya.**

| No.    | Alternatif Jawaban  | F   | (x) | F(x) | %     | $\frac{\sum F(x)}{N}$ |
|--------|---------------------|-----|-----|------|-------|-----------------------|
| 1.     | Sangat Setuju       | 36  | 4   | 144  | 43%   | 3,35                  |
| 2.     | Setuju              | 63  | 3   | 189  | 56,4% |                       |
| 3.     | Tidak Setuju        | 1   | 2   | 2    | 0,6%  |                       |
| 4.     | Sangat Tidak Setuju | -   | 1   | -    | -     |                       |
| Jumlah |                     | 100 | 10  | 335  | 100%  |                       |

Dari tabel diatas diketahui hasil tanggapan remaja sebesar 56,4% setuju dan 43% sangat setuju untuk menjawab konten @cnnindonesia dapat dipercaya. Diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,35 yang berarti masuk dalam kategori **Sangat Baik**.

Dapat diartikan bahwa sebagian besar remaja merasa konten informasi krisis kemanusiaan Palestina yang disampaikan @cnnindonesia dapat dipercaya. Hal ini berdasarkan hasil wawancara remaja di kota Bogor (Nadila, 2024), mengatakan bahwa kebanyakan remaja percaya dengan konten @cnnindonesia karena foto dan video tersebut berdasarkan fakta dengan sumber yang meyakinkan.

### Integritas

**Tabel 8. Saya mempercayai Palestina sebagai korban dari krisis kemanusiaan.**

| No.    | Alternatif Jawaban  | F   | (x) | F(x) | %     | $\frac{\sum F(x)}{N}$ |
|--------|---------------------|-----|-----|------|-------|-----------------------|
| 1.     | Sangat Setuju       | 38  | 4   | 152  | 46,7% | 3,25                  |
| 2.     | Setuju              | 51  | 3   | 153  | 47,3% |                       |
| 3.     | Tidak Setuju        | 9   | 2   | 18   | 5,4%  |                       |
| 4.     | Sangat Tidak Setuju | 2   | 1   | 2    | 0,6%  |                       |
| Jumlah |                     | 100 | 10  | 325  | 100%  |                       |

Dari tabel diatas diketahui hasil tanggapan remaja sebesar 47,3% sangat setuju sedangkan 5,4% tidak setuju untuk menjawab percaya terhadap Palestina sebagai korban dari krisis kemanusiaan. Diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,25 yang berarti masuk dalam kategori Sangat Baik.

Dapat diartikan bahwa sebagian besar remaja percaya bahwa warga Palestina adalah korban dari krisis kemanusiaan. Hal ini berdasarkan hasil wawancara remaja di kota Bogor (Ramadhan, 2024), mengatakan bahwa para remaja percaya bahwa Palestina adalah korban dari krisis kemanusiaan karena dengan tega Israel membunuh ribuan manusia.

Namun ada beberapa remaja yang tidak percaya bahwa yang terjadi di Palestina adalah krisis kemanusiaan. Hal ini berdasarkan hasil wawancara remaja di kota Bogor (Ibrahim, 2024), mengatakan bahwa Palestina tidak sepenuhnya menjadi korban krisis kemanusiaan tapi juga tidak membenarkan Israel yang menyerang Palestina.

### Kebaikan Hati

**Tabel 9. Saya percaya bantuan kemanusiaan dapat diakses oleh warga Palestina yang membutuhkan.**

| No.    | Alternatif Jawaban  | F   | (x) | F(x) | %     | $\frac{\sum F(x)}{N}$ |
|--------|---------------------|-----|-----|------|-------|-----------------------|
| 1.     | Sangat Setuju       | 31  | 4   | 124  | 39,1% | 3,18                  |
| 2.     | Setuju              | 57  | 3   | 171  | 53,8% |                       |
| 3.     | Tidak Setuju        | 11  | 2   | 22   | 6,8%  |                       |
| 4.     | Sangat Tidak Setuju | 1   | 1   | 1    | 0,3%  |                       |
| Jumlah |                     | 100 | 10  | 318  | 100%  |                       |

Dari tabel diatas diketahui hasil tanggapan remaja sebesar 53,8% setuju sedangkan 6,8% tidak setuju untuk menjawab percaya bantuan kemanusiaan dapat diakses oleh warga Palestina. Diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,18 yang berarti masuk dalam kategori Sangat Baik.

Dapat diartikan bahwa sebagian besar remaja percaya bantuan kemanusiaan dapat diakses langsung oleh warga Palestina. Hal ini berdasarkan hasil wawancara remaja di kota Bogor (Awaliah, 2024), mengatakan bahwa sebagian besar remaja percaya bantuan kemanusiaan dapat diakses oleh warga Palestina seperti salah satu konten @cnnindonesia yang memberikan bantuan kemanusiaan dengan cara diterjunkan dari pesawat.

Disisi lain beberapa remaja tidak percaya bantuan kemanusiaan dapat diakses langsung oleh warga Palestina. Hal ini berdasarkan hasil wawancara remaja di kota Bogor (Rasta, 2024), mengatakan bahwa tidak percaya bantuan kemanusiaan bisa sampai dengan utuh apalagi dari negara Indonesia yang masih banyak kasus korupsi belum lagi disana tertahan dengan tentara Israel.

### Rekapitulasi Tanggapan Remaja Terhadap Variabel Kepercayaan Remaja (Y)

**Tabel 10. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Remaja (Y)**

| No.       | Item Pernyataan    | Hasil | Kategori    |
|-----------|--------------------|-------|-------------|
| 1.        | Kemampuan analisis | 3,35  | Sangat Baik |
| 2.        | Integritas         | 3,25  | Sangat Baik |
| 3.        | Kebaikan hati      | 3,18  | Sangat Baik |
| Rata-rata |                    | 3,26  | Sangat Baik |

Variabel Kepercayaan Remaja memiliki nilai rata-rata 3,26 yang berarti berkategori Sangat Baik. Nilai tertinggi berada pada indikator kemampuan analisis yaitu sebesar 3,35 dengan kategori sangat baik. Sedangkan nilai terendah berada pada indikator kebaikan hati yaitu sebesar 3,18 dengan kategori sangat baik. Kesimpulannya yaitu Kepercayaan remaja di kota Bogor Sangat Baik terhadap konten informasi @cnnindonesia.

### KESIMPULAN

Hasil penelitian pengaruh informasi konkret krisis kemanusiaan Palestina di instagram @cnnindonesia terhadap kepercayaan remaja, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Instagam @cnnindonesia sangat baik dalam menyajikan informasi tentang krisis kemanusiaan Palestina berdasarkan informasi konkret berarti sesuai dengan fakta dan data akurat yang dapat dipertanggung jawabkan.

2. Kepercayaan remaja sangat baik terhadap informasi konkret krisis kemanusiaan Palestina di instagram @cnnindonesia karena sebagian besar remaja percaya tentang informasi krisis kemanusiaan Palestina pada instagram @cnnindonesia.

## REFERENSI

- Agesti, Y. (2020). Pengaruh Konten Channel Youtube Jurnalrisa Terhadap Opini Subscriber Tentang Konten Mistis. *Jom Fisip*, 7.
- Anggraeni, E. Y., & Irviani, R. (2017). *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Aprilia, N. (2016). *Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Dii Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas*. Bandung: Digital Library Universitas Pasundan Bandung.
- Ardianto, E. (2009). *Public Relation Praktis. Edisi Pertama*. Jakarta: Widya Padjajaran.
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Awaliah, R. I. (2024). Wawancara Tentang Pengaruh Konten Informasi Krisis Kemanusiaan Palestina Pada Instagram @cnnindonesia Terhadap Pembentukan Opini Publik Remaja Di Kota Bogor. (D. Maulana, Intervjuare)
- CNBC Indonesia. (2024). *Video: PBB: Perang Membuat 577 Ribu Warga Palestina Kelaparan*. CNBC Indonesia.
- CNN Indonesia. (2024). *Update Perang Hamas vs Israel: 9.521 Orang Tewas, Gaza Makin 'Sekarat'*. Hämtat från cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20231030101022-120-1017558/update-perang-hamas-vs-israel-9521-orang-tewas-gaza-makin-sekarat>
- Coronel, C., & Morris, S. (2015). *Database Systems: Design, Implementation, & Management*. Cengage Learning.
- Kaharmudzakir, I., & Qudsi, M. I. (2022). Pengaruh Konten Instagram @interstudioofficial dan Opini Mahasiswa. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(1).

- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Hämtat från datareportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia?rq=digital%20indonesia%202023>
- Listyorini, S. (2015). Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Beli Produk Fashion Yang Dipasarkan Melalui Media Sosial Facebook. *Jurnal Ilmu Sosial*, 14(1), 15-17.
- Morrisan. (2018). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa* (4 uppl.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muchyuzaar, N. (2023). *Posskriptum: Para Pembuat Mitos*. Yogyakarta: Basabasi.
- Nadila, S. R. (2024). Wawancara Tentang Pengaruh Konten Informasi Krisis Kemanusiaan Palestina Pada Instagram @cnnindonesia Terhadap Pembentukan Opini Publik Remaja Di Kota Bogor. (D. Maulana, Intervjuare)
- Nafsyah, A. S., Maulidyah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). Analisis Konten Media Sosial Instagram BY.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Nasrullah, R. (2017). *Teori Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiso Teknologi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Prananda, G., Friska, S. Y., & Susilawati, W. O. (2021). Pengaruh Media Konkret Terhadap Hasil Belajar Materi. *Jurnal Edukasi Matematika dan Sains*, 9(1).
- Putri, C. A., & Wulandari, S. (2023). Perancangan Feed Instagram Portofolio Brand Ratulangi Sebagai Media Promosi Kawakibi Digital Branding. *Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 2(1).
- Qadri, M. (2023). Pengaruh Media Sosial dalam Membangun Opini Publik. *Jurnal Hukum Tata Negara*.
- Rahadian, F., & Rahman, H. I. (2023). Abimuda Instagram Message Strategy In Building ASN Brand Engagement. *Internasional Journal Of Social And Management Studies (IJOSMAS)*, 4(2).

- Ramadhan, A. (2024). Wawancara Tentang Pengaruh Konten Informasi Krisis Kemanusiaan Palestina Pada Instagram @cnnindonesia Terhadap Pembentukan Opini Publik Remaja Di Kota Bogor. (D. Maulana, Intervjuare)
- Rasta, E. D. (2024). Wawancara Tetang Pengaruh Konten Informasi Krisis Kemanusiaan Palestina Pada Instagram @cnnindonesia Terhadap Pembentukan Opini Publik Remaja Di Kota Bogor. (D. Maulana, Intervjuare)
- Somirat, Soleh, & Elvinaro Ardianto. (2012). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tosepu, Y. A. (2017). *Pendapat Umum dan Jejak Pendapat, Teori Konsep dan Aplikasi*. Makassar: In Ebook.
- Tukino, T., & Amrizal, A. (2021). Rancang Bangun Sistem E-Recruitment Karyawan pada PT Haleyora Powerindo. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SNISTEK)*, 144 - 149 .
- Utomo, W. P. (2023). *Bagaimana Bias Pemberitaan Media Barat Mengaburkan Penjajahan Israel atas Palestina?* Jombang: NU Online.
- Wainira, M. A., Liliweri, Y. K., & Mandaru, S. S. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 138–148.
- Xiang, & et al. (2015). What Can Big Data And Text Analytics Tell Us About Hotel Guest Experience And Satisfaction. *Journal of Hospitality Management Pumplin Collage of Business*, 44, 120-130 .