

# Peran *influencer* dan masyarakat melalui media sosial dalam menangani bencana alam

Hassya Nailah Alfrida

Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
Email: [nailahalfrida@gmail.com](mailto:nailahalfrida@gmail.com)

## Kata Kunci:

*Influencer*, Masyarakat, Media Sosial, Bencana Alam, peranan, perbincangan

## Keywords:

*Influencer*, Society, Social Media, Natural Disaster, role, discussion

## ABSTRAK

Media Sosial merupakan platform yang sering sekali digunakan oleh masyarakat terutama dikalangan Gen-Z, media sosial sering kali dianggap sebagai platform yang sangat merugikan di kalangan masyarakat, karena dapat memberikan dampak buruk bagi para penggunanya apabila tidak digunakan dengan bijak, tetapi dibalik itu media sosial dapat menjadi alternatif bagi masyarakat atau banyaknya *influencer* yang menjadikan media sosial sebagai ladang kebaikan, dan berita yang hangat diperbincangkan yakni mengenai

bencana alam yang sedang terjadi di tiga wilayah yang ada di Indonesia, dan dengan ini media sosial dapat berperan dalam penanggulangan bencana alam melalui aksi dari *influencer* dan masyarakat. Dan tujuan dibuatnya jurnal ini adalah untuk mengetahui peran media sosial bagi *influencer* dan masyarakat dalam menanggulangi bencana alam, tantangan yang dihadapi oleh *influencer* dan masyarakat dalam menanggulangi bencana alam melalui media sosial, serta dampak yang terjadi akibat adanya peran media sosial bagi *influencer* dan masyarakat dalam menanggulangi bencana alam, dan jurnal ini ditulis menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui pendekatan studi pustaka yang bersumber dari jurnal, artikel, dan sumber kredibel lainnya.

## ABSTRACT

Social Media is a platform that is often used by the public, especially among Gen-Z, social media is often considered a very detrimental platform among the public, because it can have a bad impact on its users if not used wisely, but behind that social media can be an alternative for the public or many *influencers* who make social media a field of goodness, and the hot news discussed is about natural disasters that are happening in three regions in Indonesia, and with this social media can play a role in overcoming natural disasters through the actions of *influencers* and the public. And the purpose of this journal is to find out the role of social media for *influencers* and the public in overcoming natural disasters, the challenges faced by *influencers* and the public in overcoming natural disasters through social media, as well as the impacts that occur due to the role of social media for *influencers* and the public in overcoming natural disasters, and this journal is written using a qualitative descriptive method through a literature study approach sourced from journals, articles, and other credible sources.

## Pendahuluan

Media sosial merupakan salah satu platform yang dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan komunikasi dan interaksi untuk mendapatkan informasi terbaru, dan informasi tersebut dapat didapat dengan mudah tanpa melalui interaksi langsung (Ilmiah & Pendidikan, 2024), dan dari sosial media informasi apapun dapat kita dapatkan mulai dari informasi mengenai politik, ekonomi, ataupun sosial yang terjadi di



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

dalam negeri ataupun dari luar negeri, dan informasi tersebut dapat diakses dengan cepat dan mudah karena media sosial memiliki sifat interaktif yang mana informasi dapat menyebar hanya dalam hitungan detik atau biasa kita sebut dengan istilah viralisasi yang dapat memberikan pengaruh dan respon bagi para pengguna media sosial. Selain itu media sosial juga berperan dalam penyebaran informasi terkait bencana alam, baik bencana geologi (tsunami, tanah longsor, gempa bumi dan lain-lain), bencana hidrologi dan meteorologi (badai, banjir, dan lain-lain), maupun bencana ekstraterestial. Dan dari informasi yang didapat maka akan menumbuhkan rasa ingin tahu bagi masyarakat sekitar mengenai penyebab dibalik terjadinya bencana alam tersebut.

Selain itu dalam media sosial juga terdapat *influencer* yang saling memberikan informasi melalui konten-konten yang mereka upload melalui beberapa *platform* yang terdapat pada media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook, X (Twitter) dan lain-lain, tetapi pada saat ini salah satu *platform* yang sering digunakan generasi muda zaman sekarang adalah Instagram, tetapi X (Twitter) juga menjadi salah satu *platform* yang digunakan BNPB (Badan Nasional Penanggulangan Bencana) dalam penyebaran informasi baru mengenai bencana alam dan cara penanggulangannya (Salsabela, Zahroh, & Sa, 2023). Dengan demikian tujuan dari jurnal ini adalah untuk memberikan informasi mengenai peran media sosial bagi *influencer* dan masyarakat dalam menanggulangi bencana alam, tantangan yang dihadapi oleh *influencer* dan masyarakat dalam menanggulangi bencana alam melalui media sosial, serta dampak negatif maupun positif yang terjadi akibat adanya peran media sosial bagi *influencer* dan masyarakat dalam menanggulangi bencana alam.

## Pembahasan

### Peran Media Sosial Bagi *Influencer* Dan Masyarakat Dalam Menanggulangi Bencana Alam

Bencana alam merupakan fenomena alam yang dapat memberikan pengaruh bagi masyarakat baik pengaruh baik maupun buruk (Hardiyanto & Pulungan, n.d.), akibat dari adanya bencana alam biasanya dapat merugikan beberapa pihak, baik masyarakat, pengusaha, dan lain-lain, karena biasanya terdapat beberapa bencana alam yang dapat merusak infrastruktur yang ada sehingga menjadi sebuah kerugian bagi pemilik dan penggunaannya. Maka dari itu media sosial yang biasa dikenal sebagai sebuah *platform* yang berfungsi menjadi wadah untuk mengekspresikan diri atau tempat untuk melakukan jual beli secara praktis, tetapi pada zaman sekarang media sosial juga berfungsi sebagai alternatif untuk pemberian informasi kepada masyarakat mengenai bencana alam, dan hal ini dapat diakses mulai dari anak-anak usia dini hingga orang tua (Rahman, Nayiroh, & Baihaqi, 2025), tetapi harus ada pengawasan dalam pengaksesan informasi bagi anak-anak agar tidak terjadi kesalahan dalam menelaah informasi baru, dan hal ini bertujuan untuk mengetahui mengenai mitigasi bencana alam yang sedang terjadi.

Selain mudah diakses dikalangan masyarakat, media sosial juga berperan dalam membangun interaksi sosial antar sesama melalui konten-konten terkait bencana alam baik yang dibuat oleh BNPB (Badan Nasional Penanggulangan Bencana) atau *influencer*

dikalangan selebriti atau sekedar *content creator* berupa video, poster, maupun infografis yang diunggah melalui postingan, *stories*, maupun sosialisasi yang diberikan melalui *live streaming* (Rahmawati, Nur, Lubis, & Hamdi, 2025). Tetapi konten yang diunggah harus dipastikan agar tidak melanggar hukum dan etika karena hal ini merupakan tanggung jawab bagi media sosial (How, 2024). Dapat kita ambil contoh melalui beberapa akun organisasi sosial yang berdampak dalam pembangunan norma sosial bagi masyarakat melalui postingan bencana alam yang mereka unggah (Triyani & Rochim, n.d.). Dan dari konten-konten tersebut dapat berpengaruh bagi masyarakat luas, melalui hasil riset yang dilakukan dan tertera dalam jurnal (Hasan, Arsy, Tadulako, Palu, & Tengah, 2025), bahwasannya edukasi mengenai tanggap dalam menangani bencana atau cara yang dilakukan agar dapat mengurangi resiko bencana sudah sebaiknya diterapkan sejak dibangku sekolah, karena pada nyatanya masih banyak siswa-siswi yang masih belum mengetahui mengenai hal tersebut, dan salah satu alternatif yang dapat dilakukan adalah melakukan edukasi melalui konten-konten yang berdidikasi dan berguna untuk meningkatkan pengetahuan bagi siswa-siswi mengenai hal tersebut.

Tetapi dalam jurnal yang lain dijelaskan bahwa lebih baik edukasi mengenai mitigasi bencana alam diberikan pada saat usia dini, ketika masih PAUD atau TK yang disosialisasikan melalui video pembelajaran yang dapat diunggah di beberapa *platform* yang ada di media sosial seperti Instagram, YouTube, dan lain-lain yang dibuat semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian anak-anak yang menonton, apalagi dengan usia mereka yang masih kecil (Nurani, Wulandari, & Sutihat, 2022). Selain itu peran masyarakat juga dibutuhkan dalam mengatasi bencana alam, mengadakan gaya hidup bebas sampah (Yurisa & Mandiri, 2021), menjaga lingkungan sekitar, mengadakan gotong royong, dan meminimalisir hal-hal yang dapat meningkatkan terjadinya bencana alam (Umeidini, Nuriah, & Fedryansyah, 2019), dan hal ini dapat dikomunikasikan dengan memanfaatkan media sosial agar komunikasi antar sesama berjalan lebih cepat. Dan dengan adanya media sosial maka dapat membantu untuk membangun kesadaran bagi masyarakat sekitar melalui sosialisasi dan simulasi bahwasannya ketika terdapat bencana alam bukan sepenuhnya tanggung jawab bagi BNPB (Badan Nasional Penanggulangan Bencana) atau BASARNAS (Badan Nasional Pencarian dan Pertolongan) saja, tetapi juga tanggung jawab bagi masyarakat luas (Rofiyanti, Agustina, & Firzah, 2023).

### **Tantangan yang dihadapi oleh *influencer* dan masyarakat dalam menanggulangi bencana alam melalui media sosial**

Adapun tantangan yang biasa dihadapi oleh para *influencer* ketika mereka melakukan kampanye sosial mengenai bencana alam yakni banyak masyarakat yang beranggapan bahwa mereka melakukan hal tersebut bukan semata-mata dilakukan karena menerapkan sikap kemanusiaan yang tertanam pada diri masing-masing atau menerapkan sifat mengenai pentingnya saling tolong-menolong antar sesama, melainkan untuk menambah *viewers* agar *influencer* memiliki keuntungan sendiri dengan memanfaatkan situasi dan kondisi yang terjadi. Selain itu terdapat berita yang beredar pada saat ini bahwasannya ketika *influencer* melakukan donasi untuk korban bencana maka terdapat harapan dari menteri sosial untuk melakukan perizinan terkait donasi yang masuk agar terdapat transparansi yang jelas, dan dikabarkan jika tidak

melakukan perizinan maka akan mendapat hukuman berupa denda dan kurungan selama 3 bulan, dan yang menjadi permasalahan disini adalah donasi yang masuk melalui perantara *influencer* dan artis yang melakukan sosialisasi akan masuk ke *platform* yang terpercaya salah satunya yakni *platform* Kitabisa yang mana dalam *platform* ini terdapat pembaruan setiap 3 bulan sekali dan sudah memiliki izin PUB (Pengumpulan Uang dan Barang) dan bukan masuk ke dalam rekening masing-masing *influencer*. Dan hal ini merupakan tantangan tersendiri yang akan dihadapi para *influencer* dalam menggalang donasi bagi korban bencana alam.

Dan ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh masyarakat yakni masih terdapat masyarakat yang belum menanamkan rasa kesadaran dalam menghadapi bencana alam, dalam artian masih banyak masyarakat yang memiliki sifat acuh tak acuh dan kurang peduli terhadap fenomena yang sedang terjadi, selain itu masih banyak masyarakat yang masih melakukan beberapa tindakan yang dapat menyebabkan terjadinya bencana alam, dan hal ini dapat dicegah dengan melakukan penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat mengenai penanggulangan bencana alam dengan baik dan benar (MODAL SOSIAL DALAM PENANGGULANGAN BENCANA BANJIR ( Kasus di Kabupaten Bandung , Jawa Barat ) Prodi Sosiologi , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Padjadjaran . Prodi Sosiologi , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Padjadja, 2017).

### **Dampak positif yang terjadi akibat adanya peran media sosial bagi *influencer* dan masyarakat dalam menanggulangi bencana alam**

Adapun dampak positif yang diberikan media sosial yakni dapat menciptakan pemikiran dua arah antara pemberi informasi (melalui *influencer* dan BNPB) dengan penerima informasi (masyarakat sekitar), yang mana dapat berpengaruh dan berperan aktif dalam penyebaran informasi mengenai langkah-langkah dalam menghadapi bencana alam baik pasca bencana maupun pra-bencana yang mana informasi tersebut dapat diakses dengan cepat (Haris, Rahma, Lirinza, & Prayoga, 2024). Selain mudah diakses dan informasi yang kita dapat bisa diterima dalam hitungan detik, media sosial juga dapat meminimalisir dalam menangan biaya mitigasi bencana alam, sehingga tidak mengeluarkan biaya yang banyak untuk mengatasi infrastruktur yang rusak atau pemenuhan kebutuhan hidup bagi korban bencana alam (Susilowardhani, 2018).

Selain itu, media sosial dapat menjadi wadah untuk melakukan kampanye mengenai bencana alam yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran diri bagi masyarakat sekitar terkait bencana alam (Herman, 2025), dan hal ini biasa dilakukan oleh *influencer* untuk membantu dalam pengumpulan donasi bagi korban bencana alam, hingga menemukan relawan yang melapangkan hatinya untuk membantu dalam menanggulangi bencana alam ini (Studi, Informasi, & Sains, 2024). Dapat kita ambil contoh yang terjadi pada tahun 2023 terdapat *influencer* yang biasa menjadi bahan perbincangan dikalangan generasi muda atas tindakan yang mereka lakukan dalam penggalangan donasi bagi korban bencana dan dapat menjadi inspirasi dan contoh yang baik yakni Leonardo Edwin, dan Leonardo Erwin ini membuka donasi bagi korban bencana alam melalui *platform* yang sering kali digunakan Gen-Z yakni *platform* Kitabisa, yang mana *platform* ini diketahui dengan adanya peran media sosial, selain itu terdapat beberapa *content creator* yang mana mereka memberikan asumsi berupa konten-konten bermanfaat mengenai kemanusiaan dengan melakukan aksi terjun langsung

pada lokasi bencana alam dan membuka donasi bagi siapapun yang ingin memberikan donasi untuk korban bencana alam (Ivana, Herawati, & Lukitowati, 2023). Dan biasanya terdapat salah satu *platform* media sosial yang sering digunakan kalangan *influencer* dan masyarakat adalah Instagram, karena *platform* tersebut memiliki daya tarik yang kuat sebagai sarana pengumpulan donasi bagi korban bencana hingga pengenalan organisasi amal (Benedict & Ariestya, 2020).

### **Dampak negatif yang terjadi akibat adanya peran media sosial bagi *influencer* dan masyarakat dalam menanggulangi bencana alam**

Adapun dampak negatif yang diberikan media sosial yakni masih terdapat berita – berita baik berita mengenai bencana alam maupun berita yang lain yang masih belum jelas kebenarannya atau bisa dikatakan berita yang tersebar merupakan berita hoax, dan hal ini dapat merugikan beberapa pihak, berita hoax dapat diatasi dengan mengidentifikasi atau memastikan terlebih dahulu apakah berita itu benar adanya atau tidak. Dalam konsep Islam dapat diterapkan berupa konsep yang dapat dilakukan melalui tiga tahap yakni mengetahui terlebih dahulu tentang kejelasan mengenai identitas penyebar berita, dan memastikan apakah berita tersebut benar terjadi atau tidak dengan melihat data dari sumber lain yang dapat memperkuat berita yang tersebar (Fauziyah, 2020). Dengan demikian, dapat meminimalisir berita hoax yang menyebar di media sosial, selain itu dampak negatif yang dapat merugikan bagi masyarakat luas adalah ketika terdapat *influencer*, masyarakat atau pihak-pihak tertentu yang membuka donasi bagi korban bencana alam yang mana donasi yang diterima tidak dialihkan kepada korban bencana alam, melainkan disalahgunakan untuk kepentingan pribadi, dan hal ini biasa dilakukan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab dan hanya mementingkan kepentingan pribadi daripada kepentingan bersama dan berpotensi merugikan masyarakat luas.

### **Kesimpulan dan Saran**

Hubungan antara media sosial, *influencer* dan masyarakat merupakan suatu hal yang memiliki keterkaitan yang dapat membuahkan sebuah pengaruh yang baik untuk penanggulangan bencana alam, mulai dari konten-konten atau video pembelajaran yang dapat memberikan edukasi bagi anak usia dini hingga dewasa yang dapat membantu dalam pengenalan mengenai mitigasi bencana alam hingga menumbuhkan sikap saling tolong menolong dengan melakukan aksi pengumpulan donasi bagi korban bencana alam yang membutuhkan untuk memenuhi kelangsungan hidup mereka. Tetapi hal tersebut tidak mudah dilakukan, karena *influencer* dan masyarakat harus menghadapi beberapa tantangan yang harus dihadapi dalam penanggulangan bencana alam, baik dalam permohonan izin kepada menteri sosial untuk membuka donasi bagi korban bencana agar terdapat transparansi yang jelas, aksi yang dinyatakan hanya sebuah formalitas, dan masih banyak masyarakat yang minim kesadaran mengenai bencana alam.

Dan beberapa dampak juga ditimbulkan melalui media sosial sendiri, terdapat dua sisi dampak yang diberikan dari media sosial yakni dampak negatif berupa penyelewengan donasi yang digunakan untuk memenuhi kepentingan pribadi, dan terdapat beberapa

berita hoax yang tersebar mengenai bencana alam, selain itu juga terdapat dampak positif yang mana media sosial dapat mudah diakses oleh masyarakat sekitar untuk mengetahui berita mengenai bencana alam, serta digunakan sebagai wadah untuk kampanye, sosialisasi, dan simulasi yang dapat bermanfaat bagi masyarakat luas.

## Daftar Pustaka

- Benedict, E., & Ariestya, A. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Sikap Berdonasi*. 12(2). Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/349698651\\_Pengaruh\\_Penggunaan\\_Media\\_Sosial\\_Instagram\\_terhadap\\_Sikap\\_Berdonasi\\_Melalui\\_Platform\\_Crowdfunding](https://www.researchgate.net/publication/349698651_Pengaruh_Penggunaan_Media_Sosial_Instagram_terhadap_Sikap_Berdonasi_Melalui_Platform_Crowdfunding)
- Fauziyah, U. (2020). *Tabayyun dan hukumnya sebagai penanggulangan berita hoax di era digital dalam perspektif fiqih*. 5(36), 114–125. Retrieved from <https://repository.uin-malang.ac.id/6001/>
- Hardiyanto, S., & Pulungan, D. (n.d.). *Komunikasi Efektif Sebagai Upaya Penanggulangan Bencana Alam di Kota Padangsidempuan*. Retrieved from <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/2694>
- Haris, A., Rahma, A. S., Lirinza, S. D., & Prayoga, J. (2024). *Strategi Digital dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Mitigasi Bencana Kebakaran melalui Media Sosial*. 4(4), 5697–5709. Retrieved from <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/17151>
- Hasan, H. R., Arsy, R. F., Tadulako, U., Palu, J. S., & Tengah, S. (2025). *Edukasi Kesiapsiagaan Banjir Untuk Penguatan Literasi Bencana Berbasis Konten Video Pembelajaran Di SMA Negeri 10 Kabupaten Sigi*. 5(1), 29–36. Retrieved from <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/pengabdian/article/view/3476>
- Herman, L. O. (2025). *MENGOPTIMALKAN KAMPANYE SOSIAL DIGITAL MELALUI MEDIA ONLINE UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN*. 5(1), 184–201. Retrieved from <https://felifa.net/index.php/JURCOMDED/article/download/76/96>
- How, C. M. (2024). *Abstrak Fakultas Syariah Universitas Islam Indonesia Interpolasi Perlindungan Hak Cipta Berbasis Hak Moral dan Ekonomi Melalui Lisensi di Media Sosial Ambiguitas Aturan Kewajiban Notaris Membubuhkan Sidik Jari Para Pihak Penghadap Minuta Protection Based terjadi , bukan sebagai langkah antisipatif . Padahal Mochar Kusumaatmadja menggarisbawahi bahwa hukum bertanggungjawab selama tidak melanggar hak cipta 5 . Berbeda dengan Jepang , melalui the Act on Protection masih responsif dalam menangani isu hukum terkini untuk melindungi hak eksklusif rakyat di era digital . tanpa perizinan yang dapat merugikan hak moral dan ekoomi pemegang cipta tersebut . Namun , pasca putusan. 18, 273–290.*
- Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2024). 1, 2 1,2. 10(June), 701–706. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/7287>
- Ivana, M. J., Herawati, N., & Lukitowati, S. (2023). *Pengaruh Influencer Leonardo Edwin terhadap Keputusan Berdonasi Generasi Z di Platform Kitabisa*. 5(September 2022), 144–155. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/375965227\\_Pengaruh\\_Influencer\\_Leonardo\\_Edwin\\_terhadap\\_Keputusan\\_Berdonasi\\_Generasi\\_Z\\_di\\_Platform\\_Kitabisa](https://www.researchgate.net/publication/375965227_Pengaruh_Influencer_Leonardo_Edwin_terhadap_Keputusan_Berdonasi_Generasi_Z_di_Platform_Kitabisa)

- MODAL SOSIAL DALAM PENANGGULANGAN BENCANA BANJIR ( Kasus di Kabupaten Bandung , Jawa Barat ) Prodi Sosiologi , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Padjadjaran . Prodi Sosiologi , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Padjadja. (2017). 1(2), 101–114. Retrieved from <https://jurnal.unpad.ac.id/sosioglobal/article/download/13306/6126>
- Nurani, Y., Wulandari, C., & Sutihat, E. (2022). *Pengenalan Mitigasi Bencana Banjir untuk Anak Usia Dini melalui Media Digital Video Pembelajaran*. 6(6), 5747–5756. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i6.2940>
- Rahman, K. A., Nayiroh, L., & Baihaqi, A. F. (2025). *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi Membangun Budaya Mitigasi Bencana di Media Sosial : Studi pada Akun Instagram @ infokrw Build Disaster Mitigation Culture on Social Media : a Study on the Instagram Account @ infokrw*. 14(2), 319–337. Retrieved from <https://ejurnal.undana.ac.id/index/index.php/JIKOM/article/view/9679>
- Rahmawati, S., Nur, Z., Lubis, S., & Hamdi, F. (2025). *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM EDUKASI DAN*. 19, 23–33. Retrieved from <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/view/5683/0>
- Rofiyanti, E., Agustina, D., & Firzah, M. (2023). *Analisis Peran Media Sosial sebagai Platform Komunikasi dan Penyebaran Informasi Kebencanaan di DKI Jakarta*. 6(2), 192–201. Retrieved from <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/transparansi/article/download/3366/1754>
- Salsabela, P., Zahroh, A., & Sa, S. I. (2023). *Peran Akun Twitter BNPB (@ bnpb \_ indonesia ) Dalam Penanggulangan Bencana Di Indonesia*. 594–602. Retrieved from <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/838>
- Studi, P., Informasi, S., & Sains, F. (2024). 1 , 2 3. 12(2), 117–122. Retrieved from <https://ipsikom.unipem.ac.id/index.php/ipsikom/article/view/336>
- Susilowardhani, E. M. (2018). *Mitigasi Bencana Melalui Media Digital : Tinjauan Sistematis*. 8(3), 409–424. Retrieved from <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/4528>
- Triyani, R. G., & Rochim, M. (n.d.). *Pengaruh Postingan Bencana Alam pada Akun Media Sosial Instagram ACT \_ JABAR terhadap Minat Berdonasi*. 437–441. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/349698651\\_Pengaruh\\_Penggunaan\\_Media\\_Sosial\\_Instagram\\_terhadap\\_Sikap\\_Berdonasi\\_Melalui\\_Platform\\_Crowdfunding](https://www.researchgate.net/publication/349698651_Pengaruh_Penggunaan_Media_Sosial_Instagram_terhadap_Sikap_Berdonasi_Melalui_Platform_Crowdfunding)
- Umeidini, F., Nuriah, E., & Fedryansyah, M. (2019). *DI DESA MEKARGALIH KECAMATAN JATINANGOR*. 2, 13–22. Retrieved from <https://jurnal.unpad.ac.id/focus/article/view/23115>
- Yurisa, P. R., & Mandiri, P. (2021). No Title. Retrieved from <https://repository.uin-malang.ac.id/11194/2/11194.pdf>