

Menepis Hoax Media Sosial di Tahun Politik: Pendekatan *Systematic Literature Review*

Suliyansyah

PENULIS

Korespondensi Penulis

Suliyansyah

suliyansyah@gmail.com

Magister Pendidikan Dasar,
Universitas Palangka Raya

CITATION

Suliyansyah, S. Menepis Hoax Media Sosial di Tahun Politik: Pendekatan Systematic Literature Review. *Jurnal Adhyasta Pemilu*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.55108/jap.v6i1.198>

ARTICLE HISTORY

Received:

26 September 2022

Accepted:

12 Juni 2023

Published online

20 Juni 2023

Abstract

This research aims to delineate strategies to counteract hoaxes during election years, employing a systematic literature review methodology. The review considers articles from journals accredited within the Sinta 1-3 range, focusing on the theme of combating election-related hoaxes, and includes publications from 2019 to September 2022. The study reveals nine pivotal strategies to tackle social media hoaxes during election years, namely: (1) Promoting media literacy and social media ethics. (2) Targeting all societal groups. (3) Implementing preventive actions ubiquitously—at home, in places of worship, workplaces, social gatherings, educational institutions. (4) Engaging in activities fostering critical thinking, such as seminars, discussions, socialization events, community service, collaboration with anti-hoax communities, and other pertinent initiatives. (5) Developing and enhancing courses or materials in schools, universities, and other educational institutions related to media literacy and social media ethics. (6) Proposing development initiatives involving various stakeholders: First, educational and related institutions can design activities encompassing media literacy and social media ethics. Second, parents should be educated to instill media literacy in their children from an early age. (7) Instituting consistent and long-term policies. (8) Implementing regulations and criminal laws that prohibit hoaxes, with penalties for those who violate these rules. (9) Executing vigilant supervision and law enforcement to handle the spread of hoax news and the associated legal penalties.

Keywords: *combating hoax; social media; post-truth era; elections*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi-strategi untuk melawan hoax selama tahun pemilu dengan menggunakan metode systematic literature review. Artikel-artikel yang diulas berasal dari jurnal yang terakreditasi dalam rentang Sinta 1-3, dengan fokus pada tema mengatasi hoax yang berhubungan dengan pemilu, meliputi publikasi dari tahun 2019 hingga September 2022. Hasil studi mengungkapkan sembilan strategi kunci untuk mengatasi hoax di media sosial selama tahun pemilu, yaitu: (1) Mendorong literasi media dan etika media sosial. (2) Menargetkan semua kelompok masyarakat. (3) Melaksanakan tindakan pencegahan di mana saja—di rumah, tempat ibadah, tempat kerja, pertemuan sosial, lembaga pendidikan. (4) Melakukan kegiatan yang mendorong berpikir kritis, seperti seminar, diskusi, sosialisasi, pengabdian masyarakat, kerja sama dengan komunitas anti-hoax, dan inisiatif relevan lainnya. (5) Mengembangkan dan meningkatkan kursus atau materi di sekolah, universitas, dan lembaga pendidikan lain yang terkait dengan literasi media dan etika media sosial. (6) Mengusulkan inisiatif pengembangan yang melibatkan berbagai pihak: Pertama, lembaga pendidikan dan terkait dapat merancang kegiatan yang mencakup literasi media dan etika media sosial. Kedua, orang tua perlu diberi edukasi untuk menanamkan literasi media kepada anak-anak sejak usia dini. (7) Mengimplementasikan kebijakan yang konsisten dan jangka panjang. (8) Mengenalkan regulasi dan hukum pidana yang melarang hoax, dengan sanksi bagi mereka yang melanggar aturan tersebut. (9) Melaksanakan pengawasan dan penegakan hukum yang ketat untuk menangani penyebaran berita hoax dan sanksi hukum yang terkait.

Kata Kunci: *menanggulangi hoaks; media sosial; era post truth; pemilu*

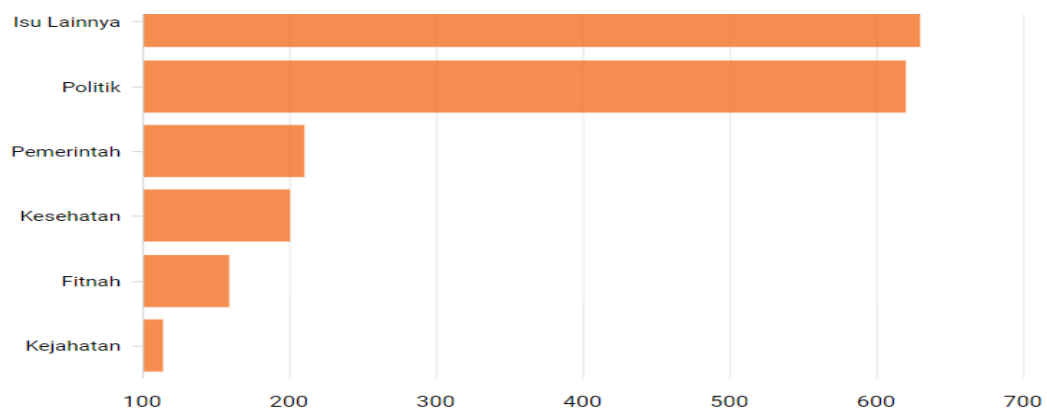
Pendahuluan

Fenomena ketika masyarakat kesulitan membedakan informasi benar dan salah di media sosial disebut sebagai Era Post Truth ([Higgins, 2016](#)). Menurut [Evanalia \(2022\)](#) fenomena ini membuat negara demokrasi tidak stabil dengan adanya disinformasi di media sosial. Disinformasi dapat berupa berita/informasi hoaks yang mana masyarakat menganggap berita/informasi itu benar. Sedangkan berpendapat [Utami \(2018\)](#) hoaks dapat berupa informasi palsu yang dirancang untuk mempengaruhi atau memprovokasi sesuai dengan kepentingan penciptanya dan diedarkan. Oleh karena itu, hoaks dijadikan alat propaganda untuk membuat keberpihakan. Penggunaan hoaks sebagai sarana keberpihakan politik karena dapat memutar balikan antara fakta/fiktif dan membuat orang menghindari mempercayai fakta di dalam pikirannya. Pembuat hoaks sengaja mengarang konten dan mengedit video atau foto agar terlihat asli dan mengedarkannya melalui media sosial dengan tujuan untuk mengelabui masyarakat ([Nadzir, Seftiani, S., & Permana, 2019](#)).

Hoaks telah menjadi perbincangan publik di banyak negara ([Firmansyah, 2017](#); [Khalyubi & Perdana, 2021](#); [Park & Rim, 2020](#)). Salah satu kasus yang paling menarik adalah kampanye pemilu Amerika Serikat pada tahun 2016, di mana banyak disinformasi yang tersebar secara masif tanpa verifikasi ([Firmansyah, 2017](#)). Beberapa contoh disinformasi atau berita hoaks seperti kesepakatan Hillary Clinton dalam menjual senjata ke ISIS atau dukungan Paus terhadap Donald Trump sebagai Presiden Amerika Serikat ([Manalu, Pradekso, & Setyabudi, 2018](#)). Dalam konteks Indonesia, hoaks juga mewarnai politik, seperti yang terjadi di Indonesia saat pemilihan umum tahun 2019 ([Hui, 2020](#); [Khalyubi & Perdana, 2021](#)).

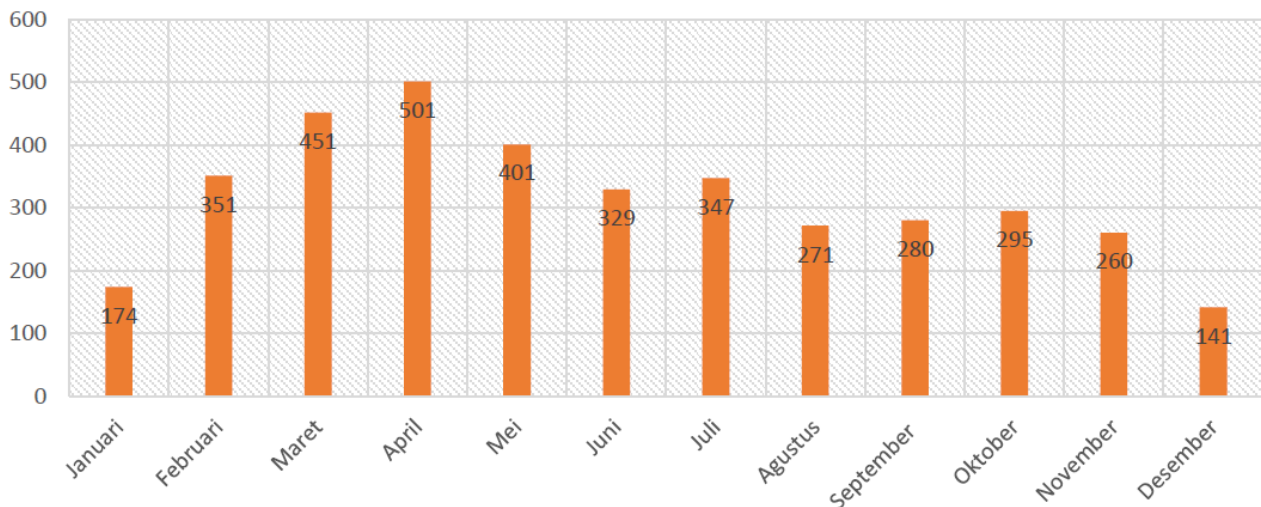
Kepercayaan publik dalam pemilu semakin sulit dan diuji di era post truth, masyarakat kesulitan membedakan informasi benar dan salah, sehingga menimbulkan gejolak dan kerusuhan yang merugikan bangsa Indonesia, kelompok masyarakat, dan pada diri sendiri ([Tapsell, 2019](#)). Contoh kasus hoaks dan informasi salah pada Pemilu Pilpres tahun 2019, pendukung pasangan calon Prabowo-Sandiaga Uno tidak puas dengan hasil pemilu yang menyatakan kemenangan pasangan calon Jokowi-Amin karena KPU dianggap curang, ditambah dengan hasil *quick count* di salah satu televisi swasta yang melakukan kesalahan hasil, lalu dianggap menjadi informasi yang benar, hingga memunculkan demo yang memakan korban jiwa ([Juliswara, 2017](#)). Hingga berlanjut pada tahun awal pemerintahan Jokowi-Amin menimbulkan gejolak politik yang membuat pemerintahan tidak stabil dan indeks IHSG turun karena pengaruh dalam negeri Indonesia yang tidak kondusif untuk investor asing percaya dan tenang berinvestasi di Indonesia ([Rizky, Jordan, & Ridwan, 2018](#)).

Grafik 1. Temuan Isu Hoaks Berdasarkan Kategori pada Bulan Agustus 2018 - April 2019



Sumber: [Jayani \(2019\)](#)

Grafik 2. Jumlah Hoaks Menjelang Pemilu Tahun 2019



Sumber: [Pusparisa \(2020\)](#)

Berdasarkan Grafik 1 dari total 1.731 hoaks yang diidentifikasi oleh Tim Kemkominfo, hoaks dengan kategori politik mendominasi di angka 620 hoaks. Hoaks terbanyak kedua terdapat dalam kategori pemerintah sebanyak 210 hoaks. Selanjutnya berdasarkan data Tabel 2 yang dihimpun Kemkominfo ditemukan 3.801 hoaks sepanjang tahun 2019. Tren peningkatan hoaks terjadi pada Februari, Maret, dan April seiring dengan berlangsungnya pemilu. Jumlah hoaks mulai menurun pada Mei, menjadi 401 temuan hoaks. Meski sempat meningkat di beberapa bulan berikutnya, namun akhir tahun berada di jumlah terendah dengan 141 temuan hoaks. Isu politik mendominasi hoaks tahun 2019, sebesar 922 hoaks ([Pusparisa, 2020](#)).

Masyarakat Indonesia rentan menjadi korban provokasi hoaks melalui media sosial mengingat kehidupan zaman sekarang yang sudah menyatu dengan dunia internet hampir di semua lapisan usia dan kalangan. Hal ini didukung berdasarkan data Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Berdasarkan Katadata Media Network dari laporan *We Are Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Tanah Air per Januari 2022. Jumlah itu naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya ([Annur, 2022](#)). Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25% ([Annur, 2022](#)).

Mengingat hoaks bersifat destruktif ([Lestari, 2018](#)), pemerintah bahkan sempat membatasi media sosial guna membatasi peredaran hoaks pada saat terjadi aksi massa di depan kantor Bawaslu 22 Mei 2019. Sebagaimana diketahui, aksi masa tersebut berubah menjadi kerusuhan, mengakibatkan jatuhnya korban jiwa dan kerusakan di sejumlah tempat. Melihat kejadian-kejadian buruk dampak dari hoaks, maka penanganan hoaks dianggap urgen, apa lagi ketika menjelang tahun pemilihan presiden dan wakil presiden tiba. Penelitian ini bertujuan memberikan sumbangsih bagi pengembangan literasi kepemiluan terutama tentang menanggulangi hoaks. Hasil penelitian berupa deskripsi cara-cara menanggulangi hoaks berdasarkan studi literatur dari beberapa artikel penelitian relevan tentang menanggulangi hoaks, sehingga dapat direplikasi oleh masyarakat, organisasi, sampai pada level instansi yang membutuhkan. Replikasi tersebut dimaksudkan agar semua pihak turut serta menciptakan kehidupan berbangsa dan bernegara yang harmonis dengan dilandasi toleransi, moderasi, dan semangat Bhineka Tunggal Ika. Selain itu, penelitian ini dianggap penting karena fenomena hoaks

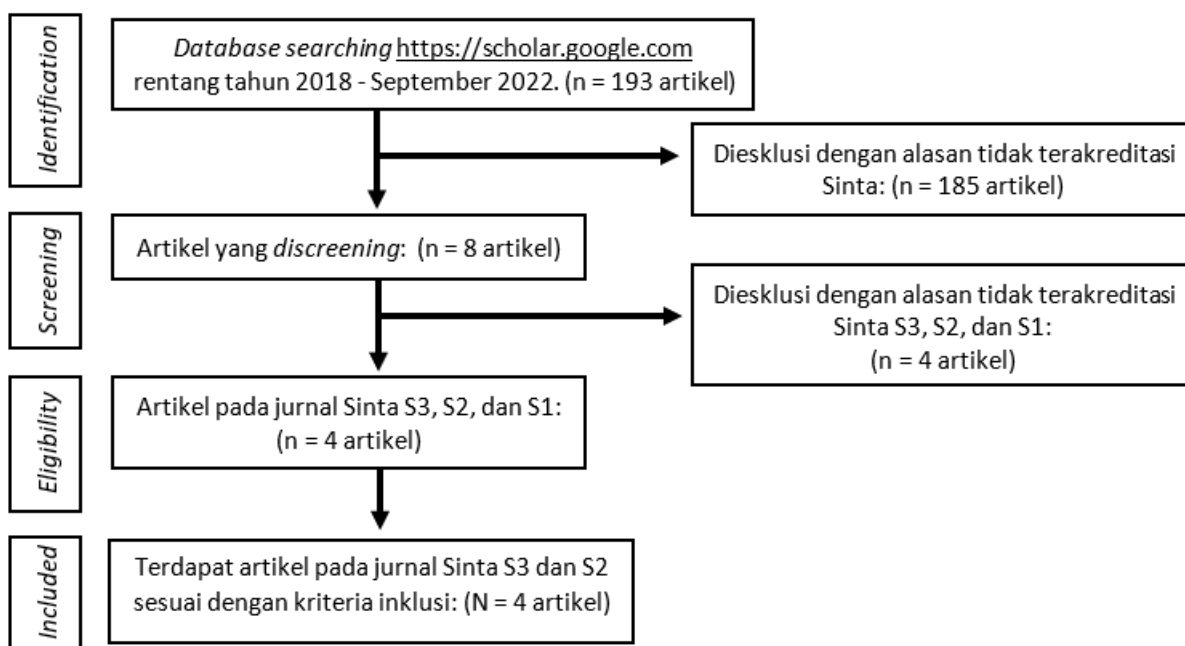
sudah terjadi di Indonesia pada dua kali pemilihan presiden dan wakil presiden, sehingga cara semacam ini diprediksi akan digunakan lagi di periode mendatang.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode yang digunakan adalah systematic literature review. Penelitian systematic literature review adalah sebagai “a systematic review is a summary of the research literature that is focused on single question” (Bandur, 2019). Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan cara-cara untuk menanggulangi hoaks pada tahun pemilu dengan memanfaatkan hasil-hasil penelitian terdahulu sehingga memungkinkan bagi peneliti untuk menarik kesimpulan dari berbagai penelitian tersebut. Subjek penelitian ini adalah artikel pada jurnal publikasi hasil-hasil penelitian relevan tentang menanggulangi hoaks pada pemilu.

Pencarian literatur penelitian ini bersumber dari Google Scholar. Kata kunci dalam pencarian adalah menanggulangi "hoaks" di "media sosial" di era post truth pada tahun pemilu". Referensi artikel dilihat dari rentang tahun 2019 hingga September 2022. Adapun kriteria inklusi artikel penelitian yang dipilih yaitu: (1) artikel penelitian berbahasa Indonesia yang membahas terkait menanggulangi hoaks di media sosial di era post truth pada tahun pemilu; (2) artikel penelitian yang publikasi di jurnal terakreditasi Sinta 3, Sinta 2, dan Sinta 1; (3) subjek penelitian pada artikel adalah masyarakat, kelompok, organisasi, atau lembaga/instansi; (4) lokasi penelitian adalah di Indonesia. Proses seleksi artikel menggunakan diagram PRISMA dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:

Gambar 1. Proses Seleksi Jurnal Menggunakan Diagram PRISMA



Sumber: [Liberati et al. \(2009\)](#)

Berdasarkan diagram PRISMA pada Gambar 1 diatas, dari 193 artikel penelitian diperoleh 4 artikel penelitian sebagai data dan sesuai dengan kriteria inklusi yang telah ditentukan peneliti. Selanjutnya artikel tersebut dianalisis dengan teknik menganalisis data menggunakan model Miles dan Huberman di mana analisis data dilakukan saat berlangsungnya pengumpulan data dengan mereduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014). Dalam penyajian data, penelitian ini disajikan dalam bentuk teks berupa deskripsi.

Hasil dan Pembahasan

Hasil proses menggunakan diagram PRISMA, maka diperoleh 4 artikel pada jurnal dengan akreditasi Sinta 3 ada 1 artikel dan Sinta 2 ada 3 artikel. Adapun ringkasan artikel penelitian hasil seleksi dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Ringkasan Hasil Review Artikel Penelitian

No.	Referensi	Tujuan Penelitian	Hasil Analisis Data
1.	Florina (2019)	Untuk menganalisis sikap dosen dalam menanggapi informasi <i>hoaks</i> dan <i>hate speech</i> terkait isu politik	Hasil penelitian diperoleh: (a) penyebaran isu politik yang bersifat <i>hoaks</i> dan <i>hate speech</i> banyak terjadi di media sosial <i>facebook</i> , <i>whatsapp</i> dan <i>twitter</i> , (b) Aktivitas di media sosial informan memperlihatkan adanya kegiatan mengomentari sesuai kompetensi dan kredibilitasnya/sekedar mengklarifikasi kebenaran berita. Aktivitas penyebaran informasi <i>hoaks</i> maupun <i>hate speech</i> terkait isu politik, dilakukan karena informan memiliki ketertarikan dan kepentingan politik yang sama atau sebaliknya. (c) Informasi <i>hoaks</i> dan <i>hate speech</i> yang disebar, bukan berasal langsung dari yang bersangkutan, melainkan berasal dari tautan pertemanan di media sosial. Tak jarang pula dosen terlibat emosi dan terprovokasi oleh informasi <i>hoaks</i> dan <i>hate speech</i> saat berkomentar dan menyebarkannya kembali, (d) Sikap yang harus dimiliki seorang dosen yaitu bersikap kritis, jangan mudah terprovokasi dan berpikiran objektif.
2.	Tsaniyah & Juliana (2019)	Penelitian ini bermaksud menggambarkan penggunaan literasi digital untuk menangkal <i>hoaks</i> di era disrupsi.	Kesimpulan dari penelitian ini adalah <i>hoaks</i> dapat ditangkal dengan mengembangkan kemampuan literasi digital secara masif. Kemampuan literasi digital meliputi delapan elemen esensial: cultural (memahami konteks), cognitive (meluaskan pikiran), constructive (menciptakan hal positif), communicative (cakap berkomunikasi dan berjejaring), confident (percaya diri dan bertanggung jawab), creative (melakukan hal baru), critical (kritis menyikapi konten), civic (mendukung terwujudnya civil society).
3.	Bakri et al. (2019)	Penelitian ini bertujuan menggambarkan strategi IAIN Surakarta menanggulangi <i>hoaks</i> dan ujaran kebencian bermuatan isu SARA di tahun politik dengan literasi media.	Kesimpulannya, upaya menanggulangi <i>hoaks</i> dan ujaran kebencian yang dilakukan IAIN Surakarta adalah dengan membangun nalar kritis mahasiswa dan masyarakat. Pembangunan nalar kritis ditempuh melalui berbagai kegiatan seperti seminar, diskusi, pengabdian masyarakat, dan kerjasama dengan komunitas anti <i>hoaks</i> . Kegiatan-kegiatan yang dilakukan menjadi semacam pembekalan bagi mahasiswa dan masyarakat dalam memanfaatkan internet dan media sosial, juga untuk menghadapi paparan beragam informasi yang begitu luber, tercampur antara yang asli dan palsu.

No.	Referensi	Tujuan Penelitian	Hasil Analisis Data
4.	Rianto (2019)	Penelitian ini menjelaskan fenomena <i>post truth</i> yaitu <i>hoaks</i> politik dalam ruang media grup <i>WhatsApp</i> percakapan yang terjadi di antara para profesional.	Kesimpulannya bahwa <i>post truth</i> tidak disebabkan oleh semata rendahnya literasi digital, tapi lebih pada kurangnya etika. Politik pemilu telah membelah individu ke dalam dua kelompok, dan masing-masing menjadi subjek ideologinya sendiri-sendiri. Subjek-subjek ideologis inilah yang kemudian menafikkan tindakan etis komunikasinya karena ideologi mempengaruhi cara ia menafsir realitas pesan media dan menampilkannya dalam ruang percakapan. Akibatnya, muncul rasionalitas instrumental di mana “tujuan menghalalkan cara”. Meskipun demikian, tidak berarti bahwa literasi digital tidaklah penting. Sebaliknya, literasi digital haruslah menjadi bagian penting dalam usaha menanggulangi atau meminimalkan perluasan fenomena <i>post truth</i> . Namun, ada soal lain yang menyebabkan <i>hoaks</i> dan <i>post truth</i> menyebar dalam kelompok percakapan, yakni kurangnya etika.

Berdasarkan hasil penelitian *systematic literature review* dari 4 artikel tersebut tentang menanggulangi *hoaks* di media sosial di era *post truth* pada tahun pemilihan umum, peneliti akan membahas mengenai temuan yang diperoleh peneliti. Pertama hasil penelitian [Florina \(2019\)](#) menunjukkan penyebaran isu politik yang bersifat *hoaks* dan *hate speech* banyak terjadi di media sosial facebook, whatsapp dan twitter. Informasi *hoaks* dan *hate speech* yang disebar, bukan berasal langsung dari yang bersangkutan, melainkan berasal dari tautan pertemanan di media sosial. Sejalan dengan hasil penelitian [Febriansyah & Muksin \(2020\)](#) menunjukkan bahwa media sosial menjadi media yang paling diminati dalam mengakses informasi. Selain itu, kecepatan dan kemudahan, serta konten dari pengguna menjadikan media sosial sebagai media yang paling banyak menyebarkan *hoaks*, hal ini terbukti dari banyaknya contoh kasus penyebaran *hoaks* di media sosial. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian 3 jurnal lainnya bahwa media sosial menjadi media penyebaran isu politik yang bersifat *hoaks*.

Berdasarkan hasil analisis *systematic literature review* dalam penelitian ini ditemukan cara-cara untuk menanggulangi *hoaks* di media sosial di era *post truth* pada tahun pemilihan umum sebagai berikut:

Tabel 2. Temuan Cara-cara untuk Menanggulangi *Hoaks* di Media Sosial dari Hasil Review Artikel Penelitian

No.	Referensi	Cara-cara untuk Menanggulangi <i>Hoaks</i> di Media Sosial di Era <i>Post Truth</i> pada Tahun Pemilu
1.	Florina (2019)	Tindakan preventif untuk mencegah penyebaran informasi <i>hoaks</i> dan <i>hatespeech</i> lebih luas. Langkah pertama yakni dilakukan di rumah, fungsi orang tua membentuk anaknya agar terhindar dari <i>hoaks</i> . Kedua, tempat ibadah baik masjid dan gereja. Fungsi para tokoh agama untuk memberikan arahan moral. Ketiga, lingkungan kerja maupun pergaulan, sangat menentukan lantaran pergaulan dengan orang yang suka <i>hoaks</i> otomatis penyakit ini akan menular. Keempat, sekolah dan universitas. Ditempat inilah sejatinya fungsi guru dan dosen mengajar bahaya <i>hoaks</i> dan bagaimana menyikapinya. Terakhir, seperti slogan yang kerap didengungkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) maupun Kementerian Kominfo: “ <i>Saring sebelum share</i> ” dan “ <i>cukup berhenti di anda</i> ”.

No.	Referensi	Cara-cara untuk Menanggulangi <i>Hoaks</i> di Media Sosial di Era <i>Post Truth</i> pada Tahun Pemilu
		Menjadi sebuah <i>tag line</i> yang sebaiknya dijalankan oleh semua kalangan masyarakat.
2.	Tsaniyah & Juliana (2019)	<p><i>Hoaks</i> dapat ditangkal dengan mengembangkan kemampuan literasi digital secara masif. Kemampuan literasi digital meliputi delapan elemen esensial: <i>cultural</i> (memahami konteks), <i>cognitive</i> (meluaskan pikiran), <i>constructive</i> (menciptakan hal positif), <i>communicative</i> (cakap berkomunikasi dan berjejaring), <i>confident</i> (percaya diri dan bertanggung jawab), <i>creative</i> (melakukan hal baru), <i>critical</i> (kritis menyikapi konten), <i>civic</i> (mendukung terwujudnya <i>civil society</i>).</p> <p>Pengembangan dan penguatan literasi digital dapat menyasar anak-anak muda, sebagai kalangan yang banyak memanfaatkan internet (sosial media). Pengembangan tersebut kiranya dapat dilakukan di sekolah, universitas dan lain-lain. Misalnya, dengan menjadikan literasi digital sebagai salah satu mata pelajaran/mata kuliah.</p> <p>Saran berdasarkan hasil penelitian tersebut, dirumuskan saran untuk beberapa pihak. Pertama, institusi pendidikan dapat merancang suatu kegiatan yang memuat komponen pembelajaran literasi digital. Kedua, meningkatkan edukasi terhadap orang tua agar dapat menerapkan literasi digital kepada anak sedini mungkin.</p>
3.	Bakri et al. (2019)	<p>Upaya menanggulangi <i>hoaks</i> dan ujaran kebencian yang dilakukan IAIN Surakarta adalah dengan membangun nalar kritis mahasiswa dan masyarakat. Pembangunan nalar kritis ditempuh melalui berbagai kegiatan seperti seminar, diskusi, pengabdian masyarakat, dan kerjasama dengan komunitas anti <i>hoaks</i>. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan menjadi semacam pembekalan bagi mahasiswa dan masyarakat dalam memanfaatkan internet dan media sosial, juga untuk menghadapi paparan beragam informasi yang begitu luber, tercampur antara yang asli dan palsu.</p> <p>Saran perlu adanya kebijakan jangka panjang. IAIN Surakarta belum memiliki kebijakan jangka panjang yang memadai karena sebagian besar masih berupa kebijakan insidental. Berbicara kebijakan jangka panjang, perlu digagas Pusat Studi Komunikasi dan Media atau semacamnya yang mampu merespon cepatnya perkembangan teknologi informasi. Lembaga itu nantinya, dalam jangka waktu tertentu dan secara berkelanjutan, memberikan literasi media dan literasi digital baik kepada mahasiswa maupun kepada masyarakat luas.</p> <p>Selanjutnya, perlu dirancang mata kuliah literasi media/literasi digital yang diberikan kepada mahasiswa baru pada umumnya dan khususnya untuk mahasiswa KPI. Walaupun tidak berupa mata kuliah, paling tidak muatan literasi media/literasi digital disampaikan semua dosen ketika mengajar. Hal tersebut penting di tengah era digital yang banjir informasi seperti saat ini.</p>
4.	Rianto (2019)	<p><i>Post truth</i> tidak disebabkan oleh semata rendahnya literasi digital, tapi lebih pada kurangnya etika. Meskipun demikian, tidak berarti bahwa literasi digital tidaklah penting. Sebaliknya, literasi digital haruslah menjadi bagian penting dalam usaha menanggulangi atau meminimalkan perluasan fenomena <i>post truth</i>. Namun, ada soal lain yang menyebabkan <i>hoaks</i> dan <i>post truth</i> menyebar dalam kelompok percakapan, yakni kurangnya etika. Oleh karena itu, dua jalur pemberdayaan para pengguna media sosial melalui literasi digital dan etika adalah keharusan untuk menciptakan suatu tatanan komunikasi di media sosial yang jauh lebih positif.</p> <p>Studi-studi etika komunikasi di media sosial karenanya harus berjalan seiring dengan studi-studi dan gerakan literasi digital. Hal itu karena baik literasi digital maupun etika mempunyai tujuan yang berbeda.</p> <p>Tujuan literasi demi meningkatkan kapasitas pengguna dalam menggunakan media sosial secara kritis, sedangkan etika menuntun pengguna untuk selalu reflektif dalam berkomunikasi. Etika memandu para pelaku komunikasi untuk</p>

No.	Referensi	Cara-cara untuk Menanggulangi <i>Hoaks</i> di Media Sosial di Era <i>Post Truth</i> pada Tahun Pemilu
		selalu mempertimbangkan komunikasi apakah sesuai dengan norma dan memberi manfaat atautkah tidak.

Berdasarkan analisis data artikel-artikel yang di review pada Tabel 1 dan Tabel 2 diatas, maka peneliti dapat menyusun deskripsi poin-poin dari cara-cara untuk menanggulangi hoaks di media sosial menjadi sebagai berikut :

Tabel 3. Poin-poin Cara-cara untuk Menanggulangi Hoaks di Media Sosial di Masa Pemilu

No.	Poin	Cara-cara untuk Menanggulangi <i>Hoaks</i> di Media Sosial di Era <i>Post Truth</i> pada Pemilihan Umum
1.	Literasi media sosial dan etika bermedia sosial	<i>Hoaks</i> dapat ditangkal dengan mengembangkan kemampuan literasi digital/media sosial dan etika bermedia sosial secara masif (Tsaniyah & Juliana, 2019). Bentuk kemampuan literasi meliputi delapan elemen esensial: <i>cultural</i> (memahami konteks), <i>cognitive</i> (meluaskan pikiran), <i>constructive</i> (menciptakan hal positif), <i>communicative</i> (cakap berkomunikasi dan berjejaring), <i>confident</i> (percaya diri dan bertanggung jawab), <i>creative</i> (melakukan hal baru), <i>critical</i> (kritis menyikapi konten), <i>civic</i> (mendukung terwujudnya <i>civil society</i>) (Tsaniyah & Juliana, 2019). Tujuan literasi demi meningkatkan kapasitas pengguna dalam menggunakan media sosial secara kritis, sedangkan etika menuntun pengguna untuk selalu reflektif dalam berkomunikasi. Etika memandu para pelaku komunikasi untuk selalu mempertimbangkan komunikasi apakah sesuai dengan norma dan memberi manfaat atautkah tidak (Rianto, 2019).
2.	Sasaran	Seluruh masyarakat di semua kalangan.
3.	Bentuk tindakan preventif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Di rumah, fungsi orang tua memberikan dampingan ke anaknya agar terhindar dari <i>hoaks</i>. 2. Tempat ibadah, fungsi para tokoh agama untuk memberikan arahan moral, etika digital/media sosial. 3. Menjaga di lingkungan pekerjaan/pergaulan sangat menentukan lantaran pergaulan dengan orang yang suka <i>hoaks</i> otomatis penyakit ini akan menular. 4. Sekolah, universitas, dan lembaga pendidikan lain. Ditempat tersebut sejatinya fungsi guru/dosen mengajar bahaya <i>hoaks</i> dan bagaimana menyikapinya. 5. Penerapan slogan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) maupun Kementerian Kominfo: “<i>Saring</i> sebelum <i>share</i>” dan “cukup berhenti di anda” yang sebaiknya dijalankan oleh semua kalangan masyarakat.
4.	Bentuk kegiatan	Membangun nalar kritis, pelajar, mahasiswa dan masyarakat. Kegiatan seperti seminar, diskusi, sosialisasi, pengabdian masyarakat, dan kerjasama dengan komunitas anti <i>hoaks</i> .
5.	Pengembangan mata pelajaran/mata kuliah/ pembekalan materi	Di sekolah, universitas dan lembaga pendidikan lain. Misalnya, dengan menjadikan literasi digital sebagai salah satu mata pelajaran/mata kuliah. Tema literasi media digital/sosial dan literasi etika bermedia digital/sosial. Kalaupun tidak berupa mata kuliah, paling tidak muatan literasi media/literasi digital disampaikan semua dosen/guru ketika mengajar. Hal tersebut penting di tengah era digital yang banjir informasi seperti saat ini.
6.	Pengembangan	Untuk beberapa pihak. Pertama, institusi pendidikan dapat merancang suatu kegiatan yang memuat komponen pembelajaran literasi digital. Kedua,

	meningkatkan edukasi terhadap orang tua agar dapat menerapkan literasi digital kepada anak sedini mungkin.
7. Kebijakan konsisten jangka panjang	Perlu adanya kebijakan jangka panjang, jangan hanya berupa kebijakan insidental. Misal seperti Pusat Studi Komunikasi dan media atau semacamnya yang mampu merespon cepatnya perkembangan teknologi informasi. Lembaga itu nantinya, dalam jangka waktu tertentu dan secara berkelanjutan, memberikan literasi media sosial yang baik, dan beretika kepada mahasiswa/siswa maupun kepada masyarakat luas.
8. Peraturan larangan <i>hoaks</i> dan hukum pidana bagi yang melanggar	Undang-Undang atau peraturan pidana terkait <i>hoaks</i> .
9. Pengawasan dan penegakan hukum	Dibentuknya Satgas/tim khusus untuk pengawasan dan penegakan hukum terkait <i>hoaks</i> .

Berdasarkan Tabel 3 terdapat 9 poin cara menanggulangi hoaks di media sosial. Poin pertama literasi media sosial merupakan turunan dari literasi informasi. [Ganggi \(2018\)](#) berpandangan literasi media sosial sendiri dapat berarti keterampilan seseorang dalam mencari, memilah, dan mengaplikasikan sumber informasi di media sosial. Media sosial sudah sangat melekat dengan netizen, sehingga masyarakat perlu memiliki keterampilan supaya menjadi konsumen media sosial yang kritis. Orang yang melek informasi di media sosial akan menjadi orang yang kritis ketika mendapati informasi hoaks. Masyarakat yang melek informasi di media sosial akan sulit untuk diadu domba karena kepentingan tertentu ([Ganggi, 2018](#)).

Menurut [Devega \(2017\)](#) internet ibarat pisau bermata dua, karena memungkinkan masyarakat berkomunikasi dan berinteraksi secara cepat, namun di sisi lain media sosial juga membawa dampak negatif untuk menyebarkan informasi hoaks. Masyarakat belum dibekali dengan informasi yang cukup untuk menangkal informasi-informasi hoaks, tidak ada proses cek dan ricek, bahkan cenderung cepat-cepat menyebarkan. Ini yang tidak boleh terjadi, sehingga literasi media sosial itu sangat penting untuk masyarakat. Apabila kontrol konten media sosial rasanya sulit dilakukan oleh pemilik media, pemerintah, maupun kelompok lainnya, literasi digital/media sosial adalah salah satu solusinya. Literasi digital/media sosial sebagai bentuk self control menjadi solusi untuk mencegah kasus peredaran informasi palsu menjadi berulang dan semakin banyak. Selajan dengan pendapat [Sabrina \(2019\)](#) literasi digital dapat menjadi cara yang efektif untuk menanggulangi informasi palsu di era post truth, dengan mengenalkan tanda-tanda berita palsu, prosedur verifikasi informasi, hingga menindaklanjuti informasi yang kiranya masuk kategori hoaks.

[Rianto \(2019\)](#) berpandangan post truth tidak disebabkan oleh semata rendahnya literasi media sosial, tapi lebih pada kurangnya etika. Lebih lanjut Rianto berpendapat meskipun demikian, tidak berarti bahwa literasi media sosial tidaklah penting. Sebaliknya, literasi media sosial haruslah menjadi bagian penting dalam usaha menanggulangi atau meminimalkan perluasan fenomena post truth. Namun, ada soal lain yang menyebabkan hoaks dan post truth menyebar dalam kelompok percakapan, yakni kurangnya etika. Oleh karena itu, dua jalur pemberdayaan para pengguna media sosial melalui literasi media sosial dan etika adalah keharusan untuk menciptakan suatu tatanan komunikasi di media sosial yang jauh lebih positif. Studi-studi etika komunikasi di media sosial karenanya harus berjalan seiring dengan studi-studi dan gerakan literasi media sosial. Hal itu karena baik literasi media sosial maupun etika mempunyai tujuan yang berbeda. Tujuan literasi media sosial demi meningkatkan kapasitas pengguna dalam menggunakan media sosial secara kritis, sedangkan etika menuntun pengguna untuk selalu reflektif dalam berkomunikasi. Etika memandu para pelaku komunikasi untuk selalu

mempertimbangkan komunikasi apakah sesuai dengan norma dan memberi manfaat ataukah tidak (Rianto, 2019).

Poin kedua sasaran, siapa saja sebaiknya menjadi sasaran yang perlu diedukasi tentang literasi media sosial yaitu semua kalangan masyarakat dari segi usia, pendidikan, status sosial, budaya, suku, ras, wilayah dan lain sebagainya. Hal ini sejalan dengan penelitian Florina (2019) yang menjadi subjek adalah dosen yang notabene dari kalangan terdidik namun mengalami post truth pada berita hoaks di media sosial. Lebih lanjut senada dengan penelitian Rianto (2019) yang menjadi subjek penelitian adalah kelompok terdidik. Meskipun awalnya sebagian besar berasal dari kelompok kelas menengah bawah, tapi kemudian berhasil melakukan transformasi kelas dengan beragam pekerjaan/profesi. Ada yang menjadi politikus, pejabat publik, lawyer, dokter, pengusaha, jurnalis, militer, guru dan pengajar di perguruan tinggi. Jadi, mereka mampu menggunakan nalar rasional dengan baik, namun juga mengalami post truth pada berita hoaks di media sosial. Oleh karena itu semua kalangan masyarakat seharusnya mendapatkan pendidikan/pengetahuan literasi media sosial dan etika bermedia sosial yang baik. Sejalan dengan pendapat Devega (2017) perlu adanya proses literasi media sosial ke seluruh lapisan masyarakat, baik itu pelajar dan mahasiswa maupun masyarakat umum, sehingga media sosial yang kita pakai jauh lebih sehat dengan konten-konten positif yang membawa manfaat bukan saja bagi kita sendiri, tetapi juga bagi komunitas dan lebih dari itu bermanfaat bagi bangsa dan negara.

Poin ketiga bentuk tindakan preventif dari hoaks dapat dilakukan dimana saja, di rumah, fungsi orang tua memberikan dampingan ke anaknya. Tempat ibadah, para tokoh agama untuk memberikan arahan moral, etika digital/media sosial. Tempat kerja atau lingkungan pergaulan, hindari lingkungan pergaulan dengan orang yang suka hoaks otomatis penyakit ini akan menular. Sekolah, universitas, dan lembaga pendidikan lain. Ditempat tersebut sejatinya fungsi guru/dosen mengajar bahaya hoaks dan bagaimana menyikapinya. Penerapan tindakan preventif sebaiknya dijalankan oleh semua kalangan masyarakat. Sejalan dengan pendapat Sabrina (2019) mekanisme peningkatan kecakapan literasi digital/media sosial akan dihadirkan sebagai upaya preventif.

Poin keempat bentuk kegiatan yang dapat membangun nalar kritis, pelajar, mahasiswa, dan masyarakat. Kegiatan seperti seminar, diskusi, sosialisasi, pengabdian masyarakat, kerjasama dengan komunitas anti hoaks, serta kegiatan lain yang relevan. Sejalan dengan pendapat Sabrina (2019) bahwa relasi literasi digital/media sosial dalam memberantas berita palsu ini terletak pada peran kemampuan kognitif khalayak dalam proses verifikasi informasi. Lebih lanjut menurut Sabrina, pada tingkatan yang lebih tinggi, literasi digital/media sosial dapat membantu individu memberikan informasi alternatif atas informasi yang sudah terkonfirmasi kepalsuannya.

Poin kelima pengembangan mata pelajaran/mata kuliah/pembekalan materi di sekolah, universitas dan lembaga pendidikan lain. Misalnya, dengan menjadikan literasi digital sebagai salah satu mata pelajaran/mata kuliah. Tema literasi digital/media sosial dan literasi etika bermedia digital/sosial. Kalaupun tidak berupa mata kuliah, paling tidak muatan literasi digital/media sosial disampaikan semua dosen/guru ketika mengajar. Hal ini sejalan dengan pendapat Wilson, Grizzle, Tuazon, Akyempong, & Cheung (2011) bahwa pengenalan literasi digital pada dunia akademik dapat dimulai dari sosialisasi kurikulum literasi. Seperti peta kurikulum yang ditawarkan oleh UNESCO, perlu adanya literasi akademik yang menyasar pada guru, salah satunya agar guru dapat secara kritis mengevaluasi konten media dan mengevaluasi informasi yang beredar.

Poin keenam pengembangan untuk beberapa pihak. Pertama, institusi pendidikan dan institusi relevan lainnya dapat merancang suatu kegiatan yang memuat komponen pembelajaran literasi digital/media sosial. Kedua, meningkatkan edukasi terhadap orang tua agar dapat menerapkan literasi digital/media sosial kepada anak sedini mungkin. Hal ini sejalan dengan pendapat Sabrina (2019) bahwa secara

teoritis, individu dengan tingkat literasi yang tinggi harus mendapatkan asupan informasi yang baik, kemudian mengaturnya menjadi struktur pengetahuan yang berguna dan dalam praktik meningkatkan kecakapan literasi digital/media sosial perlu dilakukan sedini mungkin.

Poin ketujuh kebijakan konsisten jangka panjang. Perlu adanya kebijakan jangka panjang, jangan hanya berupa kebijakan insidental. Misal seperti Pusat Studi Komunikasi dan media atau semacamnya yang mampu merespon cepatnya perkembangan teknologi informasi. Lembaga itu nantinya, dalam jangka waktu tertentu dan secara berkelanjutan, memberikan literasi media sosial yang baik, dan beretika kepada mahasiswa/siswa maupun kepada masyarakat luas. Hal ini sejalan dengan PBB di program UNESCO menurut [Wahono & Effrisanti \(2018\)](#) literasi digital juga menjadi bagian dari rencana jangka panjang badan PBB yang mengurus soal pendidikan dan kebudayaan. Lebih lanjut Wahono & Effrisanti menjelaskan dalam roadmap UNESCO (2015-2020), literasi digital menjadi pilar penting untuk masa depan pendidikan. Literasi digital menjadi basis pengetahuan, yang didukung oleh teknologi informasi secara terintegrasi.

Poin kedelapan perlu adanya peraturan larangan hoaks dan hukum pidana bagi yang melanggar berupa Undang-Undang atau peraturan pidana terkait hoaks. Terkait hal tersebut menurut [Widodo, Purgito, & Suryani \(2020\)](#) bahwa penyebaran berita bohong (hoaks) telah melanggar ketentuan Pasal 28 ayat (1) UU No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan dapat dikenakan sanksi pidana sesuai ketentuan Pasal 45 ayat (2) UU No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik juncto Pasal 45A ayat (1) UU No.19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Berdasarkan hasil penelitian [Widodo et al., \(2020\)](#) implementasi pasal Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 terhadap pemberitaan bohong, pada Pasal 28 ayat (1) UU menyatakan, "Setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Unsur-unsur yang terdapat pada poin tersebut di atas harus terpenuhi, jika tidak maka artinya tidak dapat dilakukan pemidanaan. Hasil penelitian [Widodo et al., \(2020\)](#) bahwa sanksi terhadap pelaku penyebar berita bohong sudah diterapkan dengan benar. Hal ini ditunjukkan bahwa pemidanaan pada pelaku penyebar berita bohong atau hoaks tidak hanya dikenakan pada pelaku yang menulis atau memposting pertama kali suatu berita bohong tersebut akan tetapi juga pada orang yang hanya sekedar iseng mendistribusikan (forward)/sharing.

Poin kesembilan yaitu pengawasan dan penegakan hukum, menurut Widodo et al., (2020) pemerintah melalui Kepolisian Republik Indonesia, telah bertindak cepat dan tepat dalam menangani penyebaran berita bohong, yaitu dengan membuat program cyber patrol sehingga pelaku penyebar hoaks bisa segera ditangkap dan diadili. Namun demikian untuk tugas pengawasan akan lebih baik diawasi bersama oleh semua masyarakat, dimulai dari lingkup terkecil yaitu diri sendiri, agar tidak terjebak di informasi hoaks dan bahkan menjadi pelaku, selanjutnya mengawasi dan mendampingi keluarga dan anak-anak masing-masing diberikan edukasi yang baik tentang literasi digital/media sosial dan bermedia sosial dengan etika yang baik.

Kesimpulan

Kepercayaan publik dalam pemilu semakin sulit dan diuji di era post truth, masyarakat kesulitan membedakan informasi benar dan salah, sehingga menimbulkan gejolak dan kerusuhan yang merugikan bangsa Indonesia, kelompok masyarakat, dan pada diri sendiri. Fenomena ini membuat negara demokrasi tidak stabil dengan adanya disinformasi berupa berita/informasi hoaks di media sosial, yang mana masyarakat menganggap berita/informasi itu benar. Hoaks bersifat destruktif,

berdasarkan kejadian-kejadian buruk dampak dari hoaks, maka penanganan hoaks dianggap urgen, maka perlu sekali penelitian/pengembangan literasi kepemiluan terutama tentang menanggulangi hoaks. Sehingga nanti dapat direplikasi oleh masyarakat, organisasi, sampai pada level instansi yang membutuhkan. Replikasi tersebut dimaksudkan agar semua pihak turut serta menciptakan kehidupan berbangsa dan bernegara yang harmonis dengan dilandasi toleransi, moderasi, dan semangat Bhineka Tunggal Ika.

Berdasarkan temuan pada penelitian studi literatur ini, ditemukan cara-cara untuk menanggulangi hoaks di media sosial pada tahun pemilu yaitu ada 9 poin sebagai berikut: (1) poin kesatu literasi media sosial dan etika bermedia sosial, masyarakat perlu memiliki keterampilan supaya menjadi konsumen media sosial yang kritis ketika mendapati informasi hoaks. Era Post truth tidak disebabkan oleh semata rendahnya literasi media sosial, tapi lebih pada kurangnya etika bermedia sosial, sehingga keduanya penting untuk di pahami, (2) poin kedua sasarannya, semua kalangan masyarakat, (3) poin ketiga bentuk tindakan preventif dari hoaks dapat dilakukan dimana saja, di rumah, tempat ibadah, tempat kerja atau pergaulan hindari lingkungan pergaulan dengan orang yang suka hoaks, sekolah, universitas, dan lembaga pendidikan lain, (4) poin keempat bentuklah kegiatan, yang dapat membangun nalar kritis, pelajar, mahasiswa, dan masyarakat. Kegiatan seperti seminar, diskusi, sosialisasi, pengabdian masyarakat, kerjasama dengan komunitas anti hoaks, serta kegiatan lain yang relevan, (5) poin kelima pengembangan mata pelajaran/mata kuliah/materi di sekolah, universitas dan lembaga pendidikan lain, (6) poin keenam pengembangan untuk beberapa pihak. Pertama, institusi pendidikan dan institusi relevan lainnya dapat merancang suatu kegiatan yang memuat komponen pembelajaran literasi digital/media sosial. Kedua, meningkatkan edukasi terhadap orang tua agar dapat menerapkan literasi digital/media sosial kepada anak sedini mungkin, (7) poin ketujuh kebijakan konsisten jangka panjang, (8) poin kedelapan perlu adanya peraturan larangan hoaks dan hukum pidana bagi yang melanggar berupa Undang-Undang atau peraturan pidana terkait hoaks, (9) poin kesembilan yaitu pengawasan dan penegakan hukum, bertindak cepat dan tepat dalam menangani penyebaran berita bohong dan hukum pidanya.

Referensi

- Annur, C. M. (2022). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. Retrieved September 20, 2022, from Katadata website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Bakri, S., Zuhazmi, A. Z., & Laksono, K. (2019). Menanggulangi Hoaks dan Ujaran Kebencian Bermuatan Isu Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan di Tahun Politik. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(2), 199–234. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i2.1833>
- Bandur, A. (2019). *Penelitian Kualitatif Studi Multi Disiplin Keilmuan dengan NVivo 12 Plus*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Devega, E. (2017). Kominfo: Masyarakat Perlu Literasi Media Sosial. Retrieved September 22, 2022, from Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia website: https://www.kominfo.go.id/content/detail/10858/kominfo-masyarakat-perlu-literasi-media-sosial/0/sorotan_media
- Evanalia, S. (2022). Peran Jurnalisme Media Sosial dalam Mewujudkan Demokrasi Indonesia di Era Post Truth. *Jurnal Adhyasta Pemilu*, 5(1), 32–43. <https://doi.org/10.55108/jap.v5i1.86>
- Febriansyah, F., & Muksin, N. N. (2020). Fenomena Media Sosial: Antara Hoaks, Destruksi Demokrasi, dan Ancaman Disintegrasi Bangsa. *Sebatik*, 24(2), 193–200. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v24i2.1091>

- Firmansyah, R. (2017). Web Klarifikasi Berita untuk Meminimalisir Penyebaran Berita Hoax. *Jurnal Informatika*, 4(2), 230–235. <https://doi.org/10.31294/ji.v4i2.2138>
- Florina, I. D. (2019). Literasi Media Baru di Kalangan Dosen Menanggapi Isu Politik dalam Pusaran Hoax dan Hate speech. *ETTISAL: Journal of Communication*, 4(1), 55–66. <https://doi.org/10.21111/ettisal.v2i2.2821>
- Ganggi, R. I. P. (2018). Materi Pokok dalam Literasi Media Sosial sebagai salah Satu Upaya Mewujudkan Masyarakat yang Kritis dalam Bermedia Sosial. *Anuva*, 2(4), 337–345. <https://doi.org/10.14710/anuva.2.4.337-345>
- Higgins, K. (2016). Post-Truth: A Guide for the Perplexed. Retrieved March 3, 2022, from Nature website: <https://www.nature.com/articles/540009a>
- Hui, J. Y. (2020). Social Media and the 2019 Indonesian Elections: Hoax Takes the Centre Stage. *Southeast Asian Affairs*, SEAA20(1), 155–174. <https://doi.org/10.1355/aa20-1i>
- Jayani, D. H. (2019). Hoaks Politik Masih Marak Pasca-Pemilu 2019. Retrieved September 19, 2022, from Katadata website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/02/hoaks-politik-masih-marak-pasca-pemilu-2019>
- Juliswara, V. (2017). Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 4(2), 142. <https://doi.org/10.22146/jps.v4i2.28586>
- Khalyubi, W., & Perdana, A. (2021). Electoral Manipulation Informationally on Hoax Production in 2019 Presidential and Vice Presidential Election in Indonesia. *Journal of Government and Political Issues*, 1(2), 87–99. <https://doi.org/10.53341/jgpi.v1i2.17>
- Lestari, Y. S. (2018). Politik Identitas di Indonesia: Antara Nasionalisme dan Agama. *Journal of Politics and Policy*, 1(1), 19–30. <https://doi.org/10.21776/ub.jppol.2018.001.01.2>
- Liberati, A., Altman, D. G., Tetzlaff, J., Mulrow, C., Gøtzsche, P. C., Ioannidis, J. P. A., ... Moher, D. (2009). The PRISMA Statement for Reporting Systematic Reviews and Meta-Analyses of Studies That Evaluate Health Care Interventions: Explanation and Elaboration. *PLoS Medicine*, 6(7), 1–28. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000100>
- Manalu, R., Pradekso, T., & Setyabudi, D. (2018). Understanding the Tendency of Media Users to Consume Fake News. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 1–16. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1322>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis* (Edition 3). Los Angles: Arizona State University.
- Nadzir, I., Seftiani, S., & Permana, Y. S. (2019). Hoax and Misinformation in Indonesia: Insights from a Nationwide Survey. *Perspective*, 5(2), 1–12. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/339375879%0AHoax>
- Park, K., & Rim, H. (2020). “Click First!”: The Effects of Instant Activism Via a Hoax on Social Media. *Social Media and Society*, 6(2), 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305120904706>
- Pusparisa, Y. (2020). Puncak Penyebaran Hoaks Terjadi Menjelang Pilpres 2019. Retrieved March 3, 2022, from Kata Data website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/07/jelang-pemilu-hoaks-makin-berseliweran>
- Rianto, P. (2019). Literasi Digital dan Etika Media Sosial di Era Post-Truth. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 24–35. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.24-35>

- Rizky, S. M., Jordan, J., & Ridwan, M. (2018). Political Education to Dispel The Misinterpreted Negative Campaign in General Election in Indonesia. *Indonesian Law Journal*, 11(2014), 1–18. Retrieved from <https://ejournal.bphn.go.id/index.php/ILI/article/view/36>
- Sabrina, A. R. (2019). Literasi Digital Sebagai Upaya Preventif Menanggulangi Hoax. *Communicare : Journal of Communication Studies*, 5(2), 31–46. <https://doi.org/10.37535/101005220183>
- Tapsell, R. (2019). Indonesia's Policing of Hoax News Increasingly Politicised. *ISEAS Perspective*, (75), 1–10. Retrieved from https://www.iseas.edu.sg/images/pdf/ISEAS_Perspective_2019_75.pdf
- Tsaniyah, N., & Juliana, K. A. (2019). Literasi Digital Sebagai Upaya Menangkal Hoaks di Era Disrupsi. *Al-Balagh (Jurnal Dakwah Dan Komunikasi)*, 4(1), 121–140. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1555>
- Utami, P. (2018). Hoax in Modern Politics: The Meaning of Hoax in Indonesian Politics and Democracy. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 22(2), 85–97. <https://doi.org/10.22146/jsp.34614>
- Wahono, H. T. T., & Effrisanti, Y. (2018). Literasi Digital di Era Millenial. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran STKIP PGRI Jombang*, 4(1), 185–193. Retrieved from <https://ejournal.stkipjb.ac.id/index.php/prosiding/article/view/548>
- Widodo, G., Purgito, & Suryani, R. (2020). Aspek Hukum Delik Penyebaran Berita Bohong (Hoax) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. *Pamulang Law Review*, 3(1), 57–66. <https://doi.org/10.32493/palrev.v3i1.6528>
- Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C.-K. (2011). *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*. Paris: UNESCO.