

MEDIA DAN PERAN MASYARAKAT DALAM MENGHADAPI PENYEBARAN BERITA PALSU DI PEMILU 2024

Chatrine Simanjuntak¹, Yuliana Trinanda Novisa Meo², Kylie Denisa Gunawan³,
Yohanes Joy⁴

chatsimanjuntak@gmail.com¹, navisabena@gmail.com², kyliedenisagunawan@gmail.com³,
yohanesjoyyy@gmail.com⁴

Universitas Kristen Indonesia

ABSTRAK

Media merupakan sebuah informasi yang di sebarakan kepada masyarakat sebagai suatu isu atau berita tertentu yang mempunyai kekuatan besar untuk membentuk persepsi masyarakat terhadap isu atau berita yang mereka terima. Pemilihan umum yang sedang marak diperbincangkan oleh masyarakat membuat masyarakat harus ikut berperan dalam mengikuti proses pemilihan umum baik secara langsung maupun secara online melalui berbagai media yang disajikan, informasi dan berita yang telah di buat untuk masyarakat tidak boleh langsung di terima oleh masyarakat dikarenakan berita palsu sudah banyak tersebar di berbagai media yang membuat masyarakat bisa saja tanpa sadar ikut terpengaruh oleh berita tersebut. Ketika media memberikan liputan yang bias atau sensasional mengenai kandidat atau isu tertentu, hal ini dapat menimbulkan reaksi ekstrim di antara individu atau kelompok tertentu. Karena permasalahannya ada pada masyarakat yang belum dapat memahami dan memilah mana media penyebar informasi yang benar dan yang mana yang tidak. Berita palsu dalam pemilu dapat dipicu baik secara langsung maupun tidak langsung oleh berita yang disebarakan oleh media dengan tujuan untuk memicu emosi tertentu seperti kemarahan, ketakutan, atau kegembiraan. Masyarakat lebih cenderung mempercayai informasi yang dapat membangkitkan respons emosional yang kuat. Lantas bagaimana media dan peran masyarakat menghadapi penyebaran berita palsu di dalam pemilu 2024. Dalam penelitian peneliti bertujuan untuk membantu masyarakat dalam menerima informasi dari media dengan menggunakan metode kualitatif.

Kata Kunci: Media, Pemilu, Berita Palsu.

ABSTRACT

Media is an information disseminated to the public as a specific issue or news that has a significant power to shape the public's perception of the issue or news they receive. The ongoing discussion about the general elections requires the public to participate in the electoral process, both directly and online through various media presented. Information and news created for the public should not be directly accepted by the public because fake news has been widely spread across various media, which can unconsciously influence the public. When the media provides biased or sensational coverage about a candidate or specific issue, it can trigger extreme reactions among certain individuals or groups. The problem lies with the public who cannot understand and distinguish which media disseminate accurate information and which do not. Fake news in elections can be triggered both directly and indirectly by news spread by the media with the aim to evoke certain emotions such as anger, fear, or joy. The public tends to believe information that can evoke strong emotional responses. So, how do the media and the role of the public face the spread of fake news in the 2024 elections? In the study, researchers aim to assist the public in receiving information from the media using qualitative methods.

Keyword: Media, Pemilu, Hoax.

PENDAHULUAN

Prinsip kedaulatan bangsa Indonesia disalurkan oleh rakyat dengan mengajukan persepsi mereka sebagai tanda bahwa masyarakat telah memenuhi syarat pemilihan umum yang dilakukan atas dasar sistem demokrasi. Dalam perhitungan suara yang dilakukan oleh komisi pemilihan umum atau KPU. Sistem hitung cepat atau *quick count* dilakukan atas dasar mengurangi kecurangan yang akan terjadi pada proses pemilihan umum. *Quick count*

sendiri adalah proses hitung cepat yang dilakukan berdasarkan sampel dari setiap TPS secara acak yang kemudian dijabarkan melalui data statistik yang dapat dilihat di berbagai saluran media. Meskipun *quick count* tidak diresmikan secara hukum tetapi *quick count* digunakan sebagai gambaran dari hasil pemilihan umum untuk dapat secara langsung diamati oleh setiap masyarakat. Namun, beberapa masyarakat mulai ramai membicarakan bahwa hasil dari hitung cepat adalah sebuah kebohongan dan mereka berpendapat bahwa telah terjadi kecurangan dikarenakan jumlah selisih suara antara paslon nomor dua dengan paslon satu dan tiga memiliki selisih yang cukup jauh.

Media mempunyai kekuatan besar untuk membentuk persepsi masyarakat terhadap pemilihan umum. Namun setiap pendukung dari masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden bisa saja terpengaruh oleh adanya provokasi dari berbagai sumber termasuk di dalam media sosial. Berbagai bentuk informasi palsu terkait berita bohong yang dapat saja memperkuat dukungan serta merusak reputasi dari lawan politis. Tersebar sebuah gambar bahwa hasil dari pemilihan umum 2024, hasil hitung cepat pemilihan umum yang terjadi di enam negara tersebut sudah keluar dan menjadi berita hangat pada saat itu. Di dalam gambar tersebut mengatasmakan Komisi Pemilihan Umum yang telah memberikan hasil hitung cepat, pada saat pemilihan umum di Indonesia belum dilaksanakan (Muliawati Anggi, 2024)

Penelitian ini menghubungkan “Peran Media dalam Membentuk Persepsi Masyarakat Terhadap Berita Palsu Dalam Pemilu 2024 yang berhubungan dengan penelitian “Efek Post Truth Pada Partisipasi Pemilihan Umum 2019” Penelitian tersebut dibuat oleh Latif, Iqbal yang menggunakan metode Kualitatif deskriptif. Objek yang diteliti yaitu berisi tentang maraknya berita palsu pada saat pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2019 yang lalu. hasilnya mengatakan bahwa kebohongan yang menyamar menjadi kebenaran biasanya berupa perbedaan pendukung yang dilakukan oleh kaum fanatisme dikarenakan hal itu yang menyebabkan daya kritis masyarakat menjadi melemah, diperlukan pembaruan undang-undang supaya hal seperti ini tidak terjadi dan dapat meminimalisir terjadinya kasus serupa yang dapat mengganggu keharmonisan sosial (Latif, Iqbal. 2019)

Ketika media memberikan liputan yang biasa atau sensasional mengenai kandidat atau isu tertentu, hal ini dapat menimbulkan reaksi ekstrim di antara individu atau kelompok tertentu yang mungkin terpengaruh oleh berita tersebut. Elemen yang satu ini merupakan elemen paling menonjol yang ditemukan dalam hampir seluruh aksi main hakim atau vigilantis sendiri. Kejahatan dalam pemilu dapat dipicu baik secara langsung maupun tidak langsung oleh berita yang disebar oleh media. Ketika media memberi ruang lebih pada opini ekstrem atau membesar-besarkan isu sensitif, hal ini dapat memicu kejahatan yang bertujuan untuk memastikan kemenangan kandidat tertentu. Oleh karena itu, media sosial mempunyai tanggung jawab yang besar untuk menyajikan informasi yang berimbang dan akurat serta tidak memperkuat atau memperpanjang kejahatan yang ada di masyarakat. Karena permasalahannya ada pada masyarakat yang belum dapat memahami dan memilah mana media penyebar informasi yang benar dan yang mana yang tidak" ungkap Wawan Hari Purwanto Pengamat intelijen (Yunita, 2017).

Selama proses pemilihan umum yang sedang berlangsung, berbagai manipulasi foto dan video tersebar di berbagai media sosial yang bertujuan untuk membuat salah satu kandidat memiliki gambaran yang buruk atau memperbesar kesalahan mereka, misalnya seperti kinerja kerja mereka kepada masyarakat yang sempat dipertanyakan kebenarannya, hal tersebut dikarenakan dalam proses kerja mereka, para kandidat dianggap belum mampu untuk memenuhi keinginan dari masyarakat sehingga saat pencalonan berbagai perbuatan mereka yang tidak sejalan dengan visi misi mereka dipertanyakan serta disebarluaskan informasinya ke berbagai media sosial yang berakibat pada sedikitnya pendukung kandidat

tersebut.

Kebanyakan orang cenderung mempercayai informasi yang konsisten dengan keyakinan atau pandangan mereka sebelumnya. Jika berita palsu mendukung pandangan atau cerita yang mereka pikirkan, mereka mungkin mempercayainya tanpa memeriksa kebenarannya. Di era informasi yang serba cepat, tentu saja terdapat begitu banyak konten yang tersedia sehingga orang mungkin tidak mempunyai waktu untuk memeriksa keakuratan semua informasi yang mereka konsumsi. Hal ini dapat membuat mereka lebih rentan terhadap berita palsu yang mudah menyebar melalui media sosial atau platform online lainnya. Banyak orang tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang cara kerja media atau cara memeriksa keakuratan informasi.

Kementerian Komunikasi dan informasi atau Kominfo telah menangani 203 kasus berita palsu selama proses pemilihan yang sedang berlangsung, yang kemudian 203 kasus tersebut sempat disebarkan menjadi menjadi 2.882 konten di media sosial, menteri dari Kementerian Komunikasi dan Informatika yaitu Budi Arie Setiadi mengatakan bahwa semua berita palsu itu berasal dari media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan juga Tik tok. Kominfo sendiri telah memblokir 1.399 berita palsu (Kementerian Komunikasi dan Informasi. 2024).

Dengan adanya berita yang disebarluaskan oleh berbagai media, kemungkinan besar masyarakat dapat terpengaruh oleh berita yang di sebar melalui berbagai media, sesuai dengan data dari Tekomsel *Traffic* terdapat aplikasi penggunaan media sebagai Aplikasi digital terfavorit pada saat pemilu 2024 tik tok, Instagram, Whatsapp, Facebook, dan Youtube. Adanya peran media dalam menyebarkan berita kepada masyarakat membuat masyarakat dapat ikut serta mengawasi jalan dari proses pemilihan umum namun jika suatu berita di sebar tanpa di dukung oleh suatu pemahaman dari karakter penerima informasi maka akan sulit pesan tersebut dapat di sampaikan (Mediana. 2024)

Menurut data dari kompas.com mengenai seberapa sering masyarakat mengakses konten terkait pemilu 2024

Menurut data dari Lembaga Survei Indonesia terdapat 31,4% Persepsi publik terhadap adanya kecurangan pada saat proses pemilihan umum yang sedang terjadi dan terdapat 60,5% persepsi masyarakat mengatakan bahwa tidak ada kecurangan yang terjadi pada hasil pemilu. Direktur Eksekutif Djayadi Hanan dari Lembaga Survei Indonesia mengatakan bahwa sebagian masyarakat sudah membentuk persepsinya mengenai pemilihan umum yang telah diwarnai oleh kecurangan, tetapi mayoritas masyarakat setuju jika tidak ada kecurangan yang terjadi pada saat proses pemilihan umum. Djayadi mengatakan bahwa persepsi mengenai terjadinya kecurangan itu diungkapkan oleh mayoritas pendukung dari pasangan calon presiden nomor urut satu dan tiga (Hafiez, Fachri Auzia. 2024).

Kurangnya literasi media membuat masyarakat rentan terhadap manipulasi informasi dan berita palsu. Berita palsu seringkali dibuat dengan tujuan untuk memicu emosi tertentu seperti kemarahan, ketakutan, atau kegembiraan. Orang lebih cenderung mempercayai informasi yang membangkitkan respons emosional yang kuat. Terkadang orang mengandalkan sumber informasi yang tidak dapat diandalkan atau tersembunyi, seperti situs web yang tidak dikenal atau akun media sosial palsu, tanpa memeriksa keakuratan informasi yang mereka terima secara resmi, lantas bagaimana peran media dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap berita palsu dalam pemilu 2024?

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis konten. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami kalimat dan apa yang disampaikan di dalam berita atau video. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan

pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini menggambarkan keadaan yang diamati dengan menggunakan kata-kata atau kalimat. Pendekatan deskriptif kualitatif membantu peneliti dalam menyajikan temuan secara naratif, sehingga dapat memberikan pemahaman terhadap berita yang tersebar di media sosial membuat masyarakat menganggap hal itu suatu kebenaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media merupakan sarana penyedia informasi yang disalurkan kepada masyarakat. Media biasanya meliputi berbagai macam informasi contohnya pada saat pemilihan umum. Saat ini media sangat berperan penting dalam menyediakan informasi terbaru baik mengenai calon kandidat-kandidat, isu-isu perihal pemilihan umum maupun kampanye-kampanye yang dilakukan setiap calon kandidat demi meraup suara dari masyarakat, dengan adanya media sebagai sarana informasi, meraup suara bukan lah hal yang sulit lagi.

Berdasarkan data yang diambil oleh Telkomsel Traffic terdapat data peenggunaan aplikasi media terfavorie pada saat pemilu 2024 yang sedang terjadi. Yang pertama adanya kenaikan sebesar 21% penggunaan tiktok pada saat pemilihan umum ketimbang hari-hari biasa, kedua pengguna Instagram menjadi naik sekitar 13,7% pengguna dari hari-hari biasa, Whatasapp mengalami kenaikan menjadi 6,5%, kemudian Facebook mengalami kenaikan 6,2%, dan yang terakhir yaitu Youtube mengalami kenaikan sebesar 4,2% dari hari biasa (Mediana, 2024).

Dikarenakan media dengan mudah meningkatkan peran masyarakat dengan cara mendorong masyarakat untuk terlibat dalam proses politik dan menggunakan hak suara mereka untuk memilih setiap kandidat yang dicalonkan. berbagai berita dari setiap media memainkan pengaruh besar dalam membentuk persepsi di masyarakat, ketika berita menyiarkan suatu informasi mengenai keamanan terhadap pemilihan umum melalui sudut pandang tertentu, bisa saja membuat para penonton yang menyaksikan hal tersebut merasakan percaya ataupun tidak percaya pada proses pemilihan umum yang sedang berlangsung. Individu biasanya cenderung mencari informasi yang mereka yakini dan yang mereka percayai demi untuk mendukung pandangan mereka, dan biasanya individu ini sangat menghindari informasi yang bertentangan dengan pandangan mereka. Selain itu interaksi yang dilakukan masyarakat di dalam media maupun secara langsung dapat mempengaruhi persepsi mereka secara signifikan terhadap isu-isu tertentu. Jika dialog dan diskusi yang dilakukan seseorang terhadap individu lain maupun suatu kelompok yang memiliki persepsi buruk terhadap pemilihan umum, maka pandangan seseorang dapat menjadi buruk karena dominannya persepsi otoritas yang kuat (Aziz Zainudin dan Muthoir Moh, 2020)

Dalam mencari keadilan yang sesungguhnya, suatu individu atau kelompok rela melakukan berbagai pemantauan yang agresif, mengintimidasi, dan bisa saja melakukan berbagai tindakan kejahatan hanya agar keadilan dari sudut pandang mereka dapat dikatakan sebagai suatu kebenaran. Di dalam agenda setting, media memiliki peran dalam menentukan topik tertentu pada saat penyajian informasi. Adanya penekan topik atau kata yang disebarkan oleh media membuat masyarakat dapat saja memahami jika informasi tersebut penting. Berita yang intensif dan dilihat secara berulang-ulang dapat memperkuat persepsi masyarakat terhadap berita tersebut, media yang menyoroti suatu isu secara khusus dapat mengarahkan perhatian masyarakat pada isu tertentu tanpa memberikan fakta yang akurat sehingga masyarakat dapat saja berpartisipasi aktif dalam menyebarkan berita palsu.

Tersebar sebuah gambar yang berisi tentang hasil hitung cepat di luar negeri yang sudah dapat dilihat, hasil hitung cepat ini melibatkan enam negara yaitu Taipei, Singapura, Malaysia, Korea Selatan, Arab Saudi dan Jepang. Gambar yang tersebar di berbagai media

informasi telah dikirim pada tanggal 8 Februari 2024 sebelum pemilihan umum di Indonesia dilakukan. Bahkan di dalam postingan tersebut tertulis “Ini Data dari Komisi Pemilihan Umum mengenai Hasil Pemilu 2024, luar biasa negeri ini memang sakti, pemungutan suara belum dilakukan, hasilnya sudah ditentukan” Berita tersebut sempat menjadi berita hangat di masyarakat Indonesia pasalnya bagaimana bisa hasil hitung cepat di luar negeri telah keluar sedangkan pemilihan umum di Indonesia belum dilaksanakan. Ketua Komisi Pemilihan Umum yaitu Hasyim Asy’ari mengatakan kepada media bahwa informasi mengenai hasil hitung cepat di luar negeri tidak benar, dia juga menambahkan bahwa pemilihan umum di luar negeri memang benar dilakukan lebih awal dibandingkan dengan pemilihan umum di Indonesia tetapi bukan berarti hasil pemilihan umum di luar negeri akan dihitung lebih awal melainkan akan dilakukan bersamaan pada saat pemungutan suara di Indonesia telah dilakukan. Hasyim juga mengatakan perhitungan suara pemilihan umum dan perhitungan hasil pemilihan umum di luar negeri akan dilaksanakan bersamaan pada tanggal 14-15 Februari 2024. Dengan demikian bila ada informasi mengenai hasil perhitungan pemilihan umum sebelum tanggal 14 Februari dinyatakan sebagai berita palsu (Muliawati Anggi, 2024)

Kementerian Komunikasi dan informasi atau Kominfo telah mengidentifikasi sebanyak 203 kasus berita palsu selama proses pemilihan umum 2024 yang sedang berlangsung, yang kemudian 203 kasus tersebut sempat disebarluaskan menjadi 2.882 konten di media sosial, menteri dari Kementerian Komunikasi dan Informatika yaitu Budi Arie Setiadi mengatakan bahwa semua berita palsu itu berasal dari media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan juga Tik tok. Kominfo sendiri telah menangani 1.325 konten di aplikasi Facebook, 947 konten di twiter atau sekarang di sebut X, 198 Postingan palsu yang ada di instagram, 347 konten di aplikasi tiktok, 36 konten di aplikasi snack vidio, dan 34 konten di aplikasi youtube. Sebanyak 1.399 konten telah di take-down oleh kementerian kominfo sedangkan sisahnya yaitu 1.483 telah di tindak lanjuti. Hal ini di karenakan banyaknya kampanye-kampanye politik yang sedang terjadi pada pemilu 2024 (Kementerian Komunikasi dan Informasi. 2024)

Karena itu masyarakat harus memiliki peran untuk dapat menghadapi penyebaran berita palsu. Di dalam agenda setting terdapat 4 fase dalam mempengaruhi agenda publik yang pertama yaitu cara agar masyarakat dapat mengerti hubungan antara media dengan masyarakat. Yaitu melalui cara pengujian isu yang ditekankan oleh media mengenai berita palsu yang sedang beredar dan tanggapan masyarakat terkait isu tersebut. Media tentu memiliki peran yang besar dalam menyampaikan berita, media hanya perlu memberi sebuah tekanan tertentu untuk dapat membuat masyarakat menangkap apa isi berita yang telah disampaikan oleh media. Jika media sering mengangkat berita mengenai adanya beri palsu, maka masyarakat dapat dengan sadar untuk dapat mengusahakan mencari berita yang relevan dan sesuai dengan fakta. Fase yang kedua tiruan agenda setting yang asli dengan faktor yang memperkuat efek agenda setting, biasanya faktor-faktor tersebut berasal dari isu tertentu yang membangkitkan suatu tindakan di saat mengakses media. Hal ini mengartikan media memiliki suatu isu yang dapat memberikan suatu tekanan tertentu yang dianggap oleh masyarakat sebagai sesuatu yang penting. Tiruan agenda setting dengan yang asli memiliki perbedaan yaitu agenda setting yang asli memiliki efek yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu yang di buat oleh media, hal tersebut akan memunculkan sikap atau reaksi masyarakat terhadap isu tersebut. Dengan menaruh fokus terhadap berita dan mencari suatu fakta di dalamnya masyarakat dapat memiliki sebuah pemikiran yang kritis dalam memahami informasi yang ddi sebarluaskan oleh media sehingga dapat membedakan mana berita palsu dan berita yang benar-benar membawa informasi yang sesuai dengan fakta. Ketiga mempelajari karakteristik yang telah disajikan oleh media

dan preferensi pemilihan. Masyarakat harus dapat memiliki kesadaran dalam menerima suatu berita dengan mempelajari literasi untuk dapat meningkatkan literasi media, dengan cara seperti ini masyarakat dapat membangun pemahaman kewaspadaan terhadap berita palsu. Terakhir yang keempat yaitu melakukan penelitian yang memusatkan fokus pada sumber dari agenda media, yaitu dengan mempelajari faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan agenda media. Masyarakat harus tau apa saja faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan agenda media, dengan mengidentifikasi dan menganalisis hasil dari sebuah berita maka masyarakat dapat menilai informasi yang mereka terima, masyarakat harus tahu jika berita yang diulang-ulang merupakan efek dari adanya persepsi publik, masyarakat harus ikut serta dalam memantau dan mengawasi proses pemilihan umum dengan memberikann informasi yang akurat (Kementerian Komunikasi dan Informasi. 2019). Masyarakat harus bisa ikut serta dalam menilai, mengidentifikasi, menyaring informasi untuk dapat mencari fakta yang sesungguhnya melalui media yang tepat dan terpercaya khususnya di dalam pesta demokrasi saat ini banyak masyarakat yang belum dapat memahami literasi digital dengan tepat. Karena itulah berdampak pada penyampaian informasi yang kembali di sebar dari setiap postingan awalnya memang hanya ada 203 kasus namun jika masyarakat tidak bisa menilai dan mengidentifikasi suatu berita dengan fakta yang sesungguhnya maka masyarakat dapat tanpa sengaja maupun secara sengaja ikut dalam penyebaran berita palsu baik secara langsung maupun dari grup ke grup.

KESIMPULAN

Memahami suatu berita bukan hanya sekedar dilihat saja melainkan di perlukan suatu pemahaman yang mendalam terkait fakta yang di sajikan oleh media tertentu, pemilihan umum yang sedang banyak di soroti ini memiliki celah yang besar untuk menyebarkan berita palsu secara luas. Kurangnya literasi media membuat masyarakat rentan terhadap manipulasi informasi dan berita palsu maka dibutuhkan peran masyarakat untuk dapat memilih dan memperluas pemahaman terhadap isu dan berita yang akan mereka terima nantinya, masyarakat harus tetap wapada dan terus mengawasi pemilihan umum secara tertip tanpa menimbulkan kegaduhan ataupun keributan. Dan dalam menghadapi penyebaran berita palsu yang semakin merajalela, penting bagi masyarakat untuk memahami secara mendalam fakta-fakta yang disampaikan oleh media. Tingkat literasi media yang rendah dapat meningkatkan kerentanan masyarakat terhadap manipulasi informasi. Oleh karena itu, partisipasi aktif masyarakat dalam proses pemilihan dan upaya untuk meningkatkan pemahaman terhadap isu dan berita yang diterima menjadi sangat penting. Masyarakat perlu terus mewaspadaai dan memantau jalannya proses pemilihan umum tanpa menimbulkan ketegangan atau keributan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz dan Muthoir. 2020. Penggunaan Multimedia dan Komunikasi Persuasif Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Melalui E- Learning Madrasah Pada Mata Pelajaran Fikih Kelas XII IPS 3 Semester Ganjil di Man 1 Grobogan Tahun Pelajaran 2020-2021.
- Bestari, Novina Putri. 2024. 203 Hoax Pemilu 2024 Beredar di Medsos, Banyak yang Masih Viral. Dikutip dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240105080338-37-502925/203-hoaks-pemilu-2024-beredar-di-medsos-banyak-yang-masih-viral>.
- Choiriyati, Sri. 2015. Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik. Diakses dari <http://www.journal.uml.ac.id/index.php/PF/article/viewFile/143/126#>.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. "Implikasi Penggunaan Data Besar Terhadap Metode Penelitian Agenda Setting" Diakses 2019.
- Kementerian Komunikasi dan Informasi. Jaga Ruang Digital, Menkominfo: Kami Tanggani 203 Isu Hoax Pemilu 2024. Dikutip dari <https://www.kominfo.go.id/content/detail/53920/siaran-pers->

- no-03hmkominfo012024-tentang-jaga-ruang-digital-menkominfo-kami-tangani-203-isu-hoaks-pemilu-2024/0/siaran_pers.
- N. A. Teori Agenda Setting: Definisi, Prinsip Dasar, dan Contoh Kasusnya. Gramedia Blog. Dikutip dari https://www.gramedia.com/literasi/teori-agenda-setting/#google_vignette.
- Gustrinanda dan Tanjung. 2023. Pengaruh Berita Hoax Terhadap Kepercayaan Masyarakat Dalam Pemilu di Indonesia.
- Hafiez, Fachri Auzhia. 2024. Survei: Masyarakat Percaya Pemilu 2024 Banyak Kecurangan. Dikutip dari https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/654326/survei-sebagian-masyarakat-percaya-pemilu-2024-banyak-kecurangan#google_vignette.
- [HOAKS] Hasil Perolehan Sementara Pilpres 2024 di Luar Negeri Sebelum 14 Februari. 2024. Kementerian Komunikasi dan Informatika. Dikutip dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/54698/hoaks-hasil-perolehan-sementara-pilpres-2024-di-luar-negeri-sebelum-14-februari/0/laporan_isu_hoaks.
- Kaharudin, 2023. Memakai Pemilu sebagai Sarana Integrasi Bangsa. Dikutip dari <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11436/memaknai-pemilu-sebagai-sarana-integrasi-bangsa>.
- Latief, Iqbal. 2019. Efek Post Truth Pada Partisipasi Pemilu 2019. Universitas Indonesia. Diskusi Internasional Departemen Kriminologi Membahas Kejahatan Vigilantisme di Indonesia. (202, Juni 16). Dikutip dari <https://fisip.ui.ac.id/diskusi-internasional-departemen-kriminologi-membahas-kejahatan-vigilantisme-di-indonesia/>.
- Yunita, 2019 Kita Harus Cerdas dan Kritis Saat Menerima Informasi dari Dunia Maya kata Wawasan Hari Purwanto. Dikutip dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/8870/kita-harus-cerdas-dan-kritis-saat-menerima-informasi-dari-dunia-maya-kata-wawan-hari-purwanto/0/sorotan_media.
- Vania, Hanna Farah. 2022. 73 Persen Masyarakat Mendapatkan Informasi (2020-2021). Dikutip dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/20/73-persen-masyarakat-mendapatkan-informasi-dari-media-sosial>.