

## MENGOPTIMALKAN KAMPANYE ANTI HOAX MELALUI MEDIA SOSIAL DI DESA LABALIMUT KECAMATAN NAGAWUTUNG KABUPATEN LEMBATA

Enryque Marctin Nenogasu<sup>1</sup>, Emanuel Kosat<sup>2</sup>  
[nenogasueryque@gmail.com](mailto:nenogasueryque@gmail.com)<sup>1</sup>  
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

### ABSTRAK

Kampanye hoax di media sosial merupakan upaya terencana untuk menyebarkan informasi palsu, menyesatkan, atau tidak akurat melalui platform media sosial dengan tujuan memanipulasi opini publik, menciptakan kebingungan, atau mencapai tujuan tertentu yang mungkin bersifat politis, ekonomi, atau sosial, hal ini biasanya terjadi saat menjelang pemilihan umum serentak. Kampanye semacam ini sering kali menggunakan berbagai teknik untuk memastikan bahwa informasi palsu tersebut mencapai audiens yang luas dan memiliki dampak yang signifikan. Hoax adalah istilah yang merujuk pada informasi atau berita yang salah atau menyesatkan yang disebarluaskan dengan sengaja untuk menipu atau memanipulasi orang lain. Hoax biasanya disebarluaskan melalui berbagai media, baik secara tradisional seperti surat kabar dan televisi, maupun melalui media digital seperti media sosial, email, atau situs web. Penyebaran informasi hoax atau palsu di media sosial telah menjadi masalah signifikan di berbagai wilayah, termasuk di desa-desa. di mana informasi yang tidak benar sering kali menyebar dengan cepat dan menimbulkan berbagai dampak negatif. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai identifikasi dan penanganan hoax memperburuk situasi ini. Untuk mengatasi masalah ini, program pengabdian masyarakat dengan metode sosialisasi dilakukan bagi pemilih pemula di Desa Labalimut dengan jumlah sekitar 15-20 orang, dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan masyarakat dalam mengenali dan menanggulangi hoax. Program ini melibatkan aparat desa dan beberapa stake holder dalam pembuatan materi sosialisasi kampanye anti hoax yang disesuaikan dengan kebutuhan lokal. Hasil dari program ini diharapkan dapat mengurangi dampak negatif dari informasi palsu dan meningkatkan penggunaan media sosial yang lebih bertanggung jawab di kalangan warga desa khususnya bagi pemilih pemula menjelang pilkada serentak.

**Kata kunci:** Kampanye, Anti-Hoax, Media Sosial, Pengabdian Masyarakat.

### ABSTRACT

*Campaigns of hoaxes on social media are deliberate efforts to spread false, misleading, or inaccurate information through social media platforms with the aim of manipulating public opinion, creating confusion, or achieving certain political, economic, or social goals. Such campaigns often employ various techniques to ensure that the false information reaches a wide audience and has a significant impact. The term "hoax" refers to information or news that is intentionally false or misleading, spread to deceive or manipulate others. Hoaxes are disseminated through various media, including traditional forms such as newspapers and television, as well as digital media like social media, email, or websites. The spread of hoax or false information on social media has become a significant issue in various regions, including rural areas, where incorrect information often spreads quickly and causes various negative impacts. The lack of public understanding regarding the identification and handling of hoaxes exacerbates this situation. To address this issue, a community service program with a socialization method is carried out to increase awareness and skills in recognizing and dealing with hoaxes. This program involves socialization and the creation of anti-hoax campaign materials tailored to local needs. The expected outcome of this program is to reduce the negative impacts of false information and promote more*

*responsible social media use among local residents especially for first time voters ahead of the simultaneous regional elections.*

**Keywords:** Campaign, Anti-Hoax, Social Media, Community Service

## **PENDAHULUAN**

Pemilihan umum disingkat "pemilu" adalah suatu proses demokratis di mana warga memilih wakil mereka untuk pemerintahan atau lembaga publik lainnya. Pemilihan umum biasanya dilakukan dengan memilih kandidat atau partai tertentu yang dianggap memiliki program atau visi yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan masyarakat. Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017, pemilihan umum, yang didasarkan pada Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, adalah sarana kedaulatan rakyat untuk melakukan pemilihan secara langsung, terbuka, bebas, rahasia, jujur, dan adil terhadap anggota Dewan Perwakilan Rakyat, presiden, dan wakil presiden (Fahrudin & Billah 2023).

Di era modern, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah komunikasi politik dan kampanye politik. Kehadiran media sosial merupakan wadah penting bagi perkembangan komunikasi politik. Media sosial telah berkembang menjadi alat penting untuk berbagai aspek masyarakat, termasuk kampanye politik (Russmann 2022). Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan media sosial dalam kampanye politik telah meningkat pesat, terutama dengan mendekatnya Pemilu 2024. Diharapkan bahwa Pemilu 2024 akan menjadi ajang kompetisi politik yang sengit dimana partai politik dan kandidat akan bersaing untuk mendapatkan dukungan pemilih. Kampanye politik melalui penggunaan media sosial dapat memiliki potensi yang luar biasa untuk mengatasi masalah ini. Media sosial memiliki kemampuan untuk mencapai khalayak yang luas, berinteraksi secara langsung dengan pemilih, dan menyajikan konten kampanye secara kreatif dan menarik (Moekahar, Ayuningtyas, & Hardianti 2022).

Media sosial menjadi sarana penyebaran berbagai jenis informasi, baik yang benar maupun salah, serta berita yang jujur ataupun bohong. Penyebaran berita hoaks perlu diwaspadai dan dihindari oleh masyarakat karena dapat memicu perpecahan di antara warga negara. Oleh karena itu, penggunaan media sosial harus dilakukan dengan bijak, mengingat akses yang mudah dan luas bagi setiap pengguna perangkat pintar. Salah satu berita hoax yang sering muncul adalah hoax yang berkaitan dengan masa menjelang pilkada atau saat persiapan menjelang pemilihan, mengingat pemilihan umum kepala daerah merupakan pesta demokrasi yang melibatkan masyarakat di masing-masing daerah yang telah terdaftar sebagai pemilih.

Berita palsu, atau berita hoax, sudah sering terjadi di masyarakat beberapa tahun terakhir. Hal ini tentu sudah bukan mengenai framing pada sebuah berita, namun sudah menjadi berita yang bernilai tidak valid dan menyesatkan semua komponen masyarakat yang mengkonsumsinya (Tawaqal, Setianti, and Setiawan 2018).

Berbagai media sosial online merupakan tempat untuk bertukar pendapat, aspirasi, dan informasi. Sebenarnya jika media online tersebut digunakan untuk halhal yang positif maka tidak ada masalah yang perlu dikuatirkan. Sayangnya media sosial online sering kali digunakan untuk menyampaikan berbagai hal negatif oleh seseorang ataupun pihak-pihak tertentu untuk berbagai kepentingan, baik kepentingan pribadi ataupun kepentingan pihak lain (Septanto 2018).

Hoax sekarang menjadi masalah nyata dan menjadi ancaman bagi setiap negara. Banyak hoax yang beredar, ditambah bebasnya sosial media tanpa pengawasan yang ketat, memperparah dunia perpolitikan. Sosial media menjadi alat untuk penyebaran hoaxterutama melalui Whatsapp, instagram, Twitter dan Facebook. Hal ini sangat jauh dari

kebermanfaatan di lingkungan masyarakat (Abqa, Kurniasih, and Nugraheni 2022).

Hoax adalah informasi yang tidak dapat dibuktikan kebenarannya. Dengan penjelasan yang luar biasa, semua informan memahami kesimpulan tersebut. Ini lebih menunjukkan bahwa informan adalah individu yang terdidik dan tinggal bersama orang-orang yang berpendidikan tinggi. Memang ada satu orang yang tidak berstatus sarjana, tetapi pengetahuannya tentang hoax tidak tertinggal dari informan lainnya yang mengenyam pendidikan tinggi (Qorib 2020).

Beberapa ciri-ciri guna mengetahui dan memetakan berita hoax yakni adalah pelaku dalam hal ini mendistribusikan konten tersebut melalui via email atau media sosial karena efeknya lebih besar mengingat pengguna media sosial sangat besar di Indonesia. Dalam konten hoax tersebut berisikan pesan yang membuat cemas, panik para pembacanya yang nantinya dari kecemasan korbannya tersebut akan membuat korban dengan mudahnya membagikan berita hoax tersebut kepada orang lain dengan dalih memperingatkan. Karena hoax memanfaatkan iktikad baik pembaca, penerima email ini segera menyebarkan peringatan tersebut ke forum yang lebih luas. Akibatnya lalu lintas peredaran data di internet makin padat dengan berita yang tidak benar (Susanto and Iqbal 2019).

Dalam era digital yang semakin berkembang, penyebaran informasi melalui media sosial menjadi semakin cepat dan luas. Sayangnya, fenomena ini juga diiringi dengan meningkatnya penyebaran berita bohong atau hoaks yang dapat menyesatkan masyarakat. Desa Labalimut, Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata, tidak luput dari dampak negatif ini. Minimnya literasi digital dan kurangnya kesadaran akan verifikasi informasi menyebabkan banyak warga dengan mudah menerima dan menyebarkan berita tanpa memastikan kebenarannya.

Hoaks yang beredar di masyarakat dapat menimbulkan berbagai dampak negatif, seperti perpecahan sosial, kepanikan, bahkan menurunnya kepercayaan terhadap institusi pemerintah dan media resmi. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang efektif untuk mengoptimalkan kampanye anti-hoaks, terutama melalui media sosial yang menjadi sarana utama penyebaran informasi. Kampanye yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dalam memilah dan memahami informasi sebelum menyebarkannya.

Kegiatan Pengabdian Di Desa Labalimut, Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata, kampanye anti-hoax melalui media sosial harus dioptimalkan. Dalam hal ini, upaya ini bertujuan untuk: 1) Meningkatkan Kesadaran Masyarakat: Memberi masyarakat Desa Labalimut pemahaman yang lebih baik tentang bahaya hoaks dan dampaknya terhadap kehidupan sosial, politik, dan ekonomi. 2) Meningkatkan Literasi Media Sosial: Meningkatkan kemampuan orang untuk memilih dan menangkal informasi yang benar dan relevan. 3) Mendorong Partisipasi Aktif Masyarakat: Mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam kampanye anti-hoax dengan berbagi informasi yang positif, akurat, dan berdasarkan fakta melalui media sosial. 4) Membangun Jejaring Kolaboratif: Menciptakan hubungan kerja antara pemerintah desa, tokoh masyarakat, dan pihak lain yang terkait untuk menciptakan ruang.

## **METODE PENELITIAN**

Kegiatan sosialisasi dilakukan bagi warga Desa Labalimut agar masyarakat lebih memahami hoax dan cara memverifikasi informasi. Berikut adalah beberapa tahap kegiatan yang dilakukan:

### **1. Tahap Perencanaan**

Di Desa Labalimut, Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata, langkah awal yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan kegiatan sosialisasi kampanye anti-hoax melalui media sosial adalah perencanaan kegiatan. Penyusunan rencana dan pengaturan

elemen teknis yang akan digunakan selama kegiatan pengabdian termasuk dalam tahap ini. Perencanaan kegiatan ini dilaksanakan sebagai berikut:

- a. Tim pengabdian juga melakukan koordinasi dengan pihak Desa Labalimut sebelum kegiatan dilakukan, seperti Pemerintah Desa untuk mendapatkan dukungan dan izin resmi untuk kegiatan yang dilakukan, dan untuk memastikan bahwa pemerintah desa berpartisipasi aktif, dan juga tokoh masyarakat dan kelompok pemuda untuk memastikan bahwa masyarakat terlibat dalam kampanye dan melibatkan kelompok pemuda yang aktif dalam media sosial.
- b. Langkah berikutnya setelah berkoordinasi yaitu penetapan jadwal agar kegiatan berjalan lancar dan efektif.

## **2. Tahap Pelaksanaan**

Sosialisasi kepada masyarakat mengenai bahaya hoaks dan pentingnya media sosial bagi pelaksanaan kampanye menjelang pilkada 2024 akan menjadi langkah pertama dalam pelaksanaan kegiatan. Beberapa hal yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Pelatihan Literasi Media Sosial: Memberikan instruksi tentang cara membedakan informasi akurat dari hoax dan menggunakan sumber yang dapat diandalkan. Sesi tatap muka dan tutorial praktis akan digunakan untuk memberikan pelatihan ini.
- b. Kampanye Melalui Media Sosial: Menciptakan dan menyebarkan konten yang mendidik tentang hoaks dan cara melaporkannya atau menghindarinya. Artikel disesuaikan dengan bahasa dan budaya lokal.
- c. Diskusi Kelompok Terarah (FGD): Diskusi kelompok ini digunakan untuk mengetahui kekhawatiran masyarakat tentang hoaks dan menemukan solusi lokal yang dapat digunakan bersama.

## **3. Tahap Evaluasi**

Untuk mengukur efektivitas kampanye, dilakukan evaluasi melalui beberapa langkah berikut:

- a. Analisis Interaksi di Media Sosial

Menganalisis respons masyarakat terhadap konten yang disebar, seperti jumlah partisipasi dalam diskusi daring, jumlah share, like, dan komentar pada postingan kampanye.

- b. Feedback dari Masyarakat dan Tokoh Desa

Mengumpulkan masukan dari warga dan perangkat desa mengenai efektivitas kegiatan serta aspek yang perlu ditingkatkan untuk kegiatan berikutnya.

- c. Rencana Keberlanjutan Berdasarkan hasil evaluasi, disusun strategi untuk memperkuat dan mempertahankan kegiatan kampanye anti-hoaks di masa mendatang, seperti membentuk tim relawan literasi digital di desa.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Mengoptimalkan Kampanye Anti Hoax Melalui Media Sosial Di Desa Labalimut Kecamatan Nagawutung Kabupaten Lembata adalah tema kegiatan yang diadakan pada hari Selasa tanggal 30 Juli 2024. Kegiatan ini dimulai dengan melaksanakan berbagai persiapan seperti survei, koordinasi dengan pihak desa, masyarakat sebagai sasaran serta stakeholder untuk menjamin kelancaran kegiatan. Setelah melewati tahapan awal, sosialisasi dilakukan sebagai tahap pelaksanaan kegiatan. Materi yang dibagikan terdiri dari hal-hal berikut:

1. Dampak Hoax di Media Sosial

Menjamurnya informasi di media sosial akan mengubah persepsi masyarakat, baik dikalangan orang tua maupun kalangan generasi muda yang menganggap media sosial sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan. Begitu pula dengan berita yang diperoleh dari media sosial yang masih berupa informasi yang masih belum jelas kebenarannya

(Zakirah, 2020). Bagi individu yang mengapresiasi media sosial, media sosial adalah sumber informasi utama mereka, dan dampak dari hoaks di media sosial dalam konteks pemilu dapat meliputi (Suartini & Srikandi, 2024):

- a. Manipulasi Opini Publik: Informasi palsu yang disebarakan melalui media sosial dapat memengaruhi opini publik terhadap kandidat, partai politik, atau isu-isu tertentu. Hal ini dapat mengubah persepsi masyarakat terhadap proses pemilu dan mempengaruhi keputusan mereka di tempat pemungutan suara.
- b. Penciptaan Ketegangan Sosial: Hoaks seringkali memanfaatkan isu-isu sensitif seperti agama, etnis, atau isu-isu sosial lainnya untuk memicu konflik di antara kelompok-kelompok masyarakat. Hal ini dapat menyebabkan ketegangan sosial yang berpotensi mengancam keamanan selama periode pemilu.
- c. Penyebaran Kebencian dan Fitnah: Hoaks sering kali menyebarkan pesan yang berisi kebencian atau fitnah terhadap kandidat, partai politik, atau kelompok-kelompok tertentu. Hal ini dapat merusak reputasi dan integritas mereka serta memicu perdebatan yang tidak sehat di masyarakat.
- d. Keraguan Terhadap Proses Pemilu: Penyebaran hoaks dapat menciptakan keraguan terhadap integritas dan keabsahan proses pemilu secara keseluruhan. Masyarakat dapat menjadi skeptis terhadap hasil pemilu dan institusi-institusi terkait jika mereka percaya informasi palsu yang beredar.
- e. Gangguan Terhadap Kampanye Politik: Hoax dapat mengganggu jalannya kampanye politik dengan menyebarkan informasi yang salah atau merugikan tentang kandidat atau partai politik tertentu. Hal ini dapat mengganggu strategikampanye dan memengaruhi dukungan pemilih.

Oleh karena itu, hoax di media sosial dapat berdampak negatif pada proses pemilu dan dapat membahayakan stabilitas sosial dan proses demokrasi. Masyarakat harus waspada terhadap informasi yang mereka terima dari media sosial dan memverifikasi kebenaran informasi tersebut sebelum menyebarkannya. Selain itu, untuk mencegah penyebaran hoax dan menjaga integritas pemilu, perlindungan dan penegakan hukum perlu ditingkatkan.

## **2. Menjadi pemilih yang cerdas sebagai peserta pilkada 2024**

Untuk menanggulangi berita hoax jelang pilkada serentak 2024, para pemilih pemula tidak boleh langsung menerima berita palsu yang beredar di media sosial. Untuk menghindari berita hoax, literasi digital sangatlah penting. Langkah pertama dalam meminimalisir berita hoax yang berkaitan dengan pemilu di media sosial adalah (Sigalingging, 2023): a) menghindari menerima informasi mentah dari online, b) mencari sumber informasi atau referensi perbandingan yang lebih akurat, dan c) memiliki kemampuan untuk membuat penilaian berdasarkan hasil literasi. Harapan dari hasil literasi digital adalah pemilih mempunyai pengetahuan dalam menangkal berita bohong atau palsu (hoax) dan memberikan berita yang dapat dipercaya kepada masyarakat menjelang pilkada serentak 2024.

Sebagaimana mereka pahami bahwa berita palsu (hoax) berpotensi menimbulkan gejolak sosial. Hal ini sesuai dengan pernyataan Simarmata, hoaks merupakan berita yang diragukan kebenarannya dan berpotensi memicu konflik (Naufal, 2021). Selain mengetahui pengertian berita hoax, juga dibahas ciri-ciri pemberitaan hoax. Hoax menyudutkan salah satu pihak dan tidak menunjukkan sumber informasinya. Hal ini sesuai dengan definisi berita hoax menurut Dewan Pers, yang meliputi (Heryanto, 2019):

- a) Dampak menimbulkan ketegangan, permusuhan, dan kebencian dalam masyarakat.
- b) Sumber informasi yang tidak pasti. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa material tersebut belum diperiksa secara independen, tidak rata, dan menguntungkan satu pihak sementara menempatkan pihak lain dalam situasi yang sulit.

- c) Melibatkan provokasi, cenderung sepihak, dan mengaburkan fakta dan data.
- d) Penggunaan huruf kapital besar, tanda seru, dan kurangnya sumber informasi secara berlebihan. Sangat penting mengajarkan literasi digital untuk menghindari pemberitaan hoaks. Literasi media mengacu pada kapasitas seseorang untuk menerima, menggunakan, mengidentifikasi, dan berbagi informasi melalui media digital.

Untuk memungkinkan lembaga mencegah hoaks, penulis menyarankan hal-hal berikut: Pertama, ketentuan UU ITE Nomor 19 Tahun 2016 tentang pelanggaran hoaks harus diperkuat. Secara khusus, ayat 1 Pasal 28 harus diubah agar pelaku hoax tidak dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum jika tidak ada kerugian. Kedua, lembaga legislatif, eksekutif, dan yudikatif menerapkan sanksi dan hukuman yang dapat mendorong orang yang memalsukan dan menyebarkan berita palsu. Ketiga, kebijakan harus dibuat yang mewajibkan Lembaga Penyelenggara Pemilu untuk menggunakan sistem yang terautomasi untuk menangani hoaks. Hal ini menjadi tanggung jawab penting bagi tim anti-hoax lembaga pemerintah. Keempat, pemerintah harus bekerja untuk membuat instrumen dan protokol yang diperlukan untuk memerangi kecurangan pemilu.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan

## KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat, terkait kampanye anti-hoaks melalui media sosial di Desa Labalimut, Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata, menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya memilah dan memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya. Minimnya literasi digital sebelumnya menyebabkan masyarakat rentan terpapar berita hoaks, namun melalui strategi kampanye yang terarah, perubahan pola pikir dan perilaku masyarakat mulai terlihat.

Kegiatan kampanye yang melibatkan edukasi digital, pembuatan konten informatif,

serta pelatihan kepada masyarakat mengenai cara mengenali dan melaporkan berita hoaks terbukti efektif dalam mengurangi penyebaran informasi yang tidak valid. Pemanfaatan platform media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram menjadi sarana utama dalam menyampaikan pesan-pesan edukatif secara luas dan cepat. Partisipasi aktif dari tokoh masyarakat, pemuda, serta perangkat desa juga berperan dalam memperkuat keberhasilan program ini.

Meskipun telah menunjukkan hasil yang positif, kampanye ini masih menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan akses internet bagi sebagian masyarakat dan masih adanya kebiasaan menyebarkan informasi tanpa verifikasi. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan dengan pendekatan yang lebih adaptif dan inovatif untuk meningkatkan efektivitas kampanye.

Sebagai langkah lanjutan, disarankan agar kegiatan pengabdian seperti ini terus dikembangkan dengan memperkuat kolaborasi antara pemerintah desa, komunitas lokal, serta lembaga terkait dalam meningkatkan literasi digital masyarakat. Dengan begitu, diharapkan Desa Labalimut dapat menjadi contoh dalam upaya pemberantasan hoaks di tingkat desa dan mampu membangun budaya informasi yang lebih sehat dan bertanggung jawab di era digital.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abqa, M. A. R., Kurniasih, Y., & Nugrahenti, M. C. (2022). SINERGITAS AKADEMISI DAN BAWASLU DALAM PENCEGAHAN BERITA HOAX DAN BLACK CAMPAIGN. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 1484–1488. <https://doi.org/10.31004/CDJ.V3I3.7951>
- Fahrudin, A., & Billah, S. A. (2023). MODELING MANAJEMEN INFORMASI DAN VERIFIKASI BERITA MENJELANG PEMILU DAN PEMILIHAN 2024: SEBUAH STUDI PRELIMINARY TENTANG UPAYA MENCEGAH BLACK CAMPAIGN DAN HOAX. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 4(2), 212–232. <https://doi.org/10.46874/TKP.V4I2.672>
- Heryanto, G. G. (2019). *Panggung Komunikasi Politik*. IRCiSoD.
- Moekahar, F., Ayuningtyas, F., & Hardianti, F. (2022). Social media political campaign model of local elections in Pelalawan Regency Riau. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 10(2), 242–252. <https://doi.org/10.24198/JKK.V10I2.41680>
- Naufal, H. A. (2021). LITERASI DIGITAL. *Perspektif*, 1(2), 195–202. <https://doi.org/10.53947/PERSPEKT.V1I2.32>
- Qorib, F. (2020). Persepsi Hoax Politik Caleg Perempuan pada Pemilihan Umum Legislatif 2019 di Kota Malang. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(01), 13–22. <https://doi.org/10.25008/WARTAIISKI.V3I01.51>
- Russmann, U. (2022). *Social Media as Strategic Campaign Tool*. Taras & Davis.
- Septanto, H. (2018). Pengaruh hoax dan ujaran kebencian sebuah cyber crime dengan teknologi sederhana di kehidupan sosial masyarakat. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 5(2), 157–162.
- Sigalingging, O. P. S. (2023). PENCEGAHAN HOAKS MENJELANG PEMILU 2024. *JPM-UNITA (JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT)*, 2(1), 28–34.
- Suartini, K. S., & Srikandi, M. B. (2024). SOSIALISASI LITERASI DIGITAL UNTUK MENJADI PEMILIH CERDAS DAN TIDAK TERPENGARUH BERITA HOAX. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 2939–2943. <https://doi.org/10.31004/CDJ.V5I2.26637>
- Susanto, S., & Iqbal, M. (2019). Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam Sinergitas Akademisi Dan TNI Bersama Tangkal Hoax Dan Black Campaign. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 8–16. <https://doi.org/10.31960/CARADDE.V2I1.119>
- Tawaqal, R. S., Setianti, Y. Y., & Setiawan, W. W. (2018). CORPORATE BRANDING KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA DALAM GERAKAN ANTI HOAX. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 79–87. <https://doi.org/10.31294/JKOM.V9I1.3717>

Zakirah, D. M. A. (2020). PENGARUH HOAX DI MEDIA SOSIAL TERHADAP PREFERENSI SOSIAL POLITIK REMAJA DI SURABAYA. *Jurnal Mediakita : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 37–36. <https://doi.org/10.30762/MEDIAKITA.V4I1.2446>