Jurnal Ilmu Komunikasi
Vol. 16, No. 1, April 2026
pISSN: 2088-981X, eISSN: 2723-2557
Journal hompage http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK

Literasi Media dalam Memerangi *Hoax* dan Ujaran Kebencian di Era Post Truth

Baidawi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
baidawi.alvaro@gmail.com

Article Info

Article history:
Received 19 Januari 2026
Accepted 5 Maret 2026
Published 10 April 2026

Page : 45-60

Keyword:
Literasi Media, Hoax, Ujaran Kebencian dan Post Truth

Abstract

Advances in information and communication technology have made it easier for people to access and share information through various digital media platforms. This study aims to examine the role of media literacy in combating the spread of misinformation and hate speech in the post-truth era on digital media platforms. This study employs a literature review method by examining books, scientific articles, and academic sources relevant to media literacy, disinformation, hate speech, and the post-truth phenomenon.
The research findings indicate that media literacy plays a role in processing information and fostering inclusive communication, which encompasses the skills of accessing, understanding, analyzing, and evaluating. Media literacy plays a role in preventing misinformation and hate speech, enabling the public to verify the accuracy of information and recognize bias and manipulation in messages. Media literacy plays a role in critically verifying information and producing information responsibly.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mempermudah masyarakat dalam mengakses serta menyebarkan informasi melalui berbagai platform media digital. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan peran literasi media dalam memerangi penyebaran hoaks dan ujaran kebencian di era *post-truth* di platform media digital. Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan dengan menelaah buku, artikel ilmiah, dan sumber akademik yang relevan dengan literasi media, disinformasi, ujaran kebencian, serta fenomena pascakebenaran.
Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi media berperan mengolah informasi, membangun komunikasi inklusif, yang mencakup keterampilan mengakses, memahami, menganalisis, dan mengevaluasi. Literasi media berperan mencegah hoaks dan ujaran kebencian, sehingga masyarakat mampu memverifikasi kebenaran informasi, mengenali bias dan manipulasi pesan. Literasi media berperan memverifikasi informasi secara kritis, dan memproduksi informasi yang bertanggung jawab.

Copyright © 2026 Jurnal Ilmu Komunikasi. All rights reserved.

Editorial Office:
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya.
Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.
Email: jurnalilkom@uinsby.ac.id

Pendahuluan

Indonesia sebagai salah satu negara pengakses koneksi internet di dunia bahkan separuh penduduknya telah tersambung dalam jaringan internet. Mobilisasi masyarakat dalam perangkat digital dipengaruhi kemajuan teknologi informasi hingga menyentuh dimensi kehidupan masyarakat bahkan warga pinggiran telah mengenal dunia maya[1]. Keterhubungan warga melalui perangkat digital telah memudahkan baik melakukan kegiatan komunikasi secara online, pertemuan *daring* (dalam jaringan), hingga akses memperoleh konten hiburan[2]. Kondisi ini memicu melonjaknya aktivitas masyarakat beraktivitas di media digital selama tersambung online, tetapi di sisi lain berdampak pada masifnya produksi informasi secara besar-besaran sehingga memunculkan efek bola salju. Ironisnya, menjelang tahun politik kerapkali media digital dimanfaatkan sebagai ruang menyebarkan berita palsu dan ujaran kebencian baik diproduksi entitas ataupun komunitas virtual secara masif[3].

Berbagai perbincangan publik menghiasi wajah media digital baik obrolan tentang sosial politik, ekonomi, agama, pendidikan ataupun isu-isu global[4]. Karakter media digital bersifat bebas akses dan menjadi ruang terbuka terhadap siapapun baik memproduksi, mendistribusikan hingga mengonsumsi konten secara bersamaan. Harapan kehadiran media digital sebagai upaya memperoleh informasi positif dan konten mencerahkan, tetapi yang terjadi justru menjadi senjata dalam menyuburkan *hoax* dan ujaran kebencian utamanya menjelang pemilihan umum tahun 2024[5]. Sejumlah motif dalam memproduksi wacana negatif di antaranya menyebarkan konten propaganda pada lawan politiknya, saling mengadu domba, dan kampanye hitam (*black campaign*). Berbagai pertarungan dan penggiringan opini secara berlebihan diproduksi sejumlah kelompok tertentu mengelabui khalayak membungkus informasi secara terstruktur, sistematis dan masif. Kondisi ini memunculkan paradox di era informasi, padahal sejatinya tingkat kritis masyarakat dibutuhkan dalam menyikapi sejumlah informasi yang bermunculan di sosial media[6].

Keterhubungan masyarakat mengakses dipengaruhi kemajuan digitalisasi berhembus pada lapisan masyarakat sehingga menciptakan warga berjejaring. Kiprah media baru tidak dapat menandingkan media tradisional yang banyak menawarkan ragam keunggulan pada khalayak. Tahun politik sebagai momentum memproduksi informasi di berbagai platform media digital bahkan kehadirannya disinyalir mengacaukan fakta di media digital. Media digital bersifat bebas akses telah memunculkan

[1] Christiany Juditha. *Media Digital dan Perubahan Budaya Komunikasi* (Yogyakarta, Aswaja Pressindo, 2019), 34.

[2] Rulli Nasrullah. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2017), 45.

[3] Rahmadhany, Anissa Safitri, Anggi Aldila, Irwansyah, "Fenomena Penyebaran Hoax dan Hate Speech pada Media Sosial," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3, no, 1 (2021): 30

[4] Eben Haezer, "Menyoal Internet Sebagai Ruang Publik Dalam Perspektif Habermas," *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 4, no. 2 (2018): 182

[5] Muhamad Parhan, Islamy Jenuri, Mohammad Rindu Fajar Islamy, "Media Sosial dan Fenomena Hoax: Tinjauan Islam dalam Etika Berkomunikasi," *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (2021): 59

[6] Wisnu Prasetya Utomo, "Hoax dan Paradoks Ruang Publik Digital," *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia* 11, no. 1 (2022): 38

ruang ekspresi berlebihan, *hoax*, dan masifnya ujaran kebencian melalui sejumlah platform digital[7].

Studi kasus Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 menjadi sejarah politik atas sejumlah isu ujaran kebencian bermunculan di berbagai platform media sosial[8]. Dampak ujaran kebencian tersebut menimbulkan keterbelahan kelompok masyarakat pendukung Basuki Tjahja Purnama alias Ahok sehingga polarisasi di tengah masyarakat kian menguat. Media sosial menjembatani narasi ujaran kebencian bergerak sangat dinamis ibarat bola salju menggelinding sangat deras.[9].

Sejumlah narasi ujaran kebencian mengancam kualitas demokrasi bahkan media sosial kerapkali digunakan sebagai ruang menebar kebencian, menghasut hingga memprovokasi dengan motif ekspresi kemarahan berlebihan dan menyerang kelompok lawan politiknya[10]. Padahal Indonesia dikenal sebagai masyarakat yang menjunjung tinggi adab, ramah dan sopan santun sehingga ini sebagai bahan renungan dan bijak menggunakan media sosial.

Riset Najahan Musyafak menyebutkan tindakan ujaran kebencian di media mewarnai perbincangan hangat dan bertolak belakang dengan ajaran Islam sebagaimana mengajarkan cinta kasih dan membangun kedamaian. Sikap menghasut, memprovokasi, dan tindakan adu domba dihindari utamanya sebagai umat Islam sehingga ini mencerminkan identitas Islam yang sesungguhnya sebagaimana nilai-nilai yang telah diajarkan[11]. Media berwajah ganda, satu sisi memiliki kebermanfaatan apabila digunakan menyampaikan informasi positif, sisi lain mendatangkan mudarat jika menyebarluaskan konten negatif.

Kecanggihan teknologi digital telah melahirkan keterbukaan informasi publik secara besaran-besaran. Tetapi peluang ini justru jauh dari fungsi media massa sebagai sarana menyebarkan informasi, alat hiburan dan instrumen edukasi positif. Media sosial bahkan dijadikan sebagai ruang memproduksi informasi palsu (*hoax*), menyebarkan ujaran kebencian hingga berujung tindakan intoleransi[12]. Kondisi ini memperkeruh wajah media digital melalui produksi wacana dan isu negatif sehingga merugikan perseorangan ataupun kelompok tertentu bahkan berseberangan dengan etika komunikasi di media sosial dan berseberangan juga dengan nilai ajaran agama. Padahal hadirnya sosial media sejatinya dimanfaatkan secara bijak dalam menyuburkan informasi positif dan membangun dialog secara interaktif tetapi justru melahirkan iklim ruang publik virtual yang menyesatkan[13].

---

[7] Machsun Rifauddin, Arfin Nurma Halida, "Waspada Cybercrime dan Informasi Hoax pada Media Sosial Facebook," *Khizanah Al-Hikmah* 6, no 2 (2018): 98.

[8] Christiany Juditha, "Hatespeech di Media Online: Kasus Pilkada DKI Jakarta 2017," *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* 21, no, 2 (2017): 137

[9] Sri Mawarti, "Fenomena Hate Speech Dampak Ujaran Kebencian," *Toleransi: Media Ilmiah Komunikasi Umat Beragama* 10, no. 1 (2018): 83.

[10] Bambang Mudjiyanto, "Kebebasan Berekspresi dan *Hoax*," *Promedia: Publik Relation dan Media Komunikasi* 5, no. 1 (2019): 35.

[11] Najahan Musyafak dan Ahmad Hasan Asy'ari Ulama'I, "Narasi Ujaran Kebencian dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah (PILKADA)," *Jurnal Ilmu Dakwah* 39, no. 2 (2019): 166.

[12] Febriansyah Febriansyah dan Nani Nurani Muksin, "Fenomena Media Sosial: Antara *Hoax*, Destruksi, Demokrasi dan Ancaman Disintegrasi Bangsa," *Jurnal Sebatik* 24, no. 2 (2020): 193.

[13] Astrid Faidatul Habibah dan Irwansyah, "Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru," *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis* 3, no. 2 (2021): 350.

Literasi Media

Literasi media adalah kemampuan individu untuk mengakses, memahami, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan pesan melalui berbagai bentuk media, baik media cetak, elektronik, maupun digital. Literasi media mencakup kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi, menciptakan, dan bertindak menggunakan berbagai bentuk komunikasi.[14] Dengan demikian, literasi media tidak hanya berkaitan dengan keterampilan menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan memahami pesan secara kritis dan bertanggung jawab.

Literasi media juga dapat dipahami melalui perspektif sejumlah ahli yang membahas hubungan antara individu dan media. W. James Potter dalam bukunya *Media Literacy* menjelaskan bahwa literasi media berkaitan dengan kemampuan individu memahami cara kerja media, proses penyampaian pesan, serta pengaruh media terhadap pemikiran dan perilaku masyarakat. Literasi media membantu seseorang membangun pemahaman yang lebih luas terhadap informasi yang diterima sehingga tidak sekadar menerima pesan media secara pasif[15]

Literasi media mencakup kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan pesan melalui beragam bentuk media.[2] Pandangan ini menunjukkan bahwa literasi media bukan hanya keterampilan memahami informasi, melainkan juga kemampuan menghasilkan dan menyampaikan pesan secara efektif melalui teknologi komunikasi.[16]

Jadi, literasi media adalah kemampuan kritis individu untuk mengakses, memahami, menganalisis, mengevaluasi, serta menghasilkan pesan media dengan mempertimbangkan konteks, tujuan, kepentingan, dan dampaknya bagi masyarakat. Kemampuan ini penting dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi karena membantu individu membedakan informasi yang dapat dipercaya dari informasi yang menyesatkan, sekaligus mendorong penggunaan media secara bijaksana dan bertanggung jawab

Hoax dan Ujaran Kebencian

Hoaks (*hoax*) merupakan informasi palsu atau menyesatkan yang disebarkan seolah-olah benar sehingga dapat memengaruhi pemahaman dan tindakan masyarakat. Dalam konteks kajian informasi, hoaks berkaitan erat dengan *misinformation* dan *disinformation*. *Misinformation* adalah informasi keliru yang disebarkan tanpa niat menipu, sedangkan *disinformation* merupakan informasi palsu yang sengaja dibuat atau disebarkan untuk menyesatkan pihak lain.[17] Hoaks dapat berbentuk berita palsu, foto yang dimanipulasi, judul provokatif, maupun klaim yang dilepaskan dari konteks aslinya. Penyebarannya melalui media sosial menjadi persoalan serius karena informasi dapat tersebar luas

[14] National Association for Media Literacy Education, "Media Literacy Defined," diakses 29 Februari 2026, https://namle.org/resources/media-literacy-defined/ .

[15] W. James Potter, *Media Literacy*, ed. ke-10 (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2021), 23

[16] Renee Hobbs, *Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom* (Thousand Oaks, CA: Corwin, 2011), 16.

[17] Claire Wardle dan Hossein Derakhshan, *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making* (Strasbourg: Council of Europe, 2017), 20.

sebelum kebenarannya diperiksa.[18] Oleh sebab itu, verifikasi sumber, pemeriksaan bukti, dan perbandingan dengan sumber tepercaya merupakan langkah penting untuk mencegah penyebaran hoaks.

Ujaran kebencian sebagai bentuk ekspresi yang merendahkan dan menyerang martabat kelompok tertentu, terutama kelompok minoritas yang rentan terhadap diskriminasi. Menurut Waldron, persoalan utama ujaran kebencian bukan hanya perasaan tersinggung yang dialami seseorang, melainkan ancamannya terhadap martabat, kedudukan sosial, dan jaminan bahwa setiap orang dapat hidup sebagai anggota masyarakat yang setara.[19] Ujaran kebencian dapat menciptakan lingkungan sosial yang menyampaikan pesan bahwa kelompok tertentu tidak diterima atau tidak memperoleh perlindungan yang sama dalam masyarakat.[20]

Kondisi ini berimplikasi terhadap pembelahan sosial yang memunculkan dua kubu saling berseberangan bahkan memicu sumbu konflik berkepanjangan dan meluas[21]. *Hoax* dan ujaran kebencian merupakan tindakan *cyber crime* atau kejahatan di media siber yang dilakukan individu atau kelompok dalam upaya menghasut, adu domba, memprovokasi sehingga berpotensi memecah belah dan mengusik kerukunan antar umat[22]. Kecenderungan masyarakat membagikan informasi tanpa menyaring terlebih dulu membuat isu *hoax* tersebar sangat cepat melalui sejumlah platform digital yang difasilitasi jaringan internet dan secara mudah disebarkan kepada pengguna lain.

Ujaran kebencian terhadap pengusiran warga Rohingya di Aceh[23] sempat menjadi perbincangan publik bahkan berbagai pemberitaan nasional menghiasi wajah media elektronik ataupun media sosial. *Hoax* secara mudah menyebar melalui kanal di media sosial dan selanjutnya disebarkan pengguna lain[24]. Sikap *tabayyun*, saring sebelum *sharing*, dan sikap kritis publik terhadap informasi yang bergulir tidaklah diperhatikan sehingga terjadi konflik hak asasi manusia menimpa warga Rohingya di Aceh. Menurut pengamatan Drone Emprit, lembaga pemeriksa *hoax* di media sosial menyatakan *hoax* dan ujaran kebencian sengaja diproduksi memantik konflik horizontal sesama muslim, politisasi kasus sebagai upaya menyerang salah satu pasangan calon presiden yang terkonfirmasi menerima pengungsi Rohingya di Indonesia[25].

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia menyebutkan sepanjang tahun 2022, sejumlah konten membahayakan bermunculan di sosial media dan itu meliputi konten fitnah 17 kasus, penipuan 16.461 kasus, suku, agama, ras dan

[18] UNESCO, *Journalism, "Fake News" and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training*, ed. Cherilyn Ireton dan Julie Posetti (Paris: UNESCO, 2018), 45`

[19] Jeremy Waldron, *The Harm in Hate Speech* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 2012), 4

[20] Waldron, *The Harm in Hate Speech,* 5

[21] Ilham Maulana Aditia et all., "Runtuhnya Nilai-Nilai Persatuan dan Kesatuan Bangsa Bernegara Akibat Merajalela Hoax," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 3 (2021): 8995-9003

[22] Christiany Juditha. Agenda Setting Penyebaran Hoax di Media Sosial, *Jurnal Penelitian Komunikasi* 22, no. 2 (2019): 155.

[23] https://news.detik.com/berita/d-7112568/mahasiswa-di-aceh-usir-rohingya-lsm-duga-akibat-ujaran-kebencian-di-medsos#

[24] Amaliah Amaliah, "Persepsi Masyarakat terhadap Fenomena Hoax di Media Online pada Era Post Truth," *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 3, no. 4 (2018): 12.

[25] https://www.bbc.com/indonesia/articles/cl7pyd45420o

antargolongan SARA, 109 kasus, kekerasan 13 kasus, terorisme atau radikalisme 521 kasus, konten berita bohong atau *hoax* 21 kasus[26]. Fenomena *hoax* dan tindakan ujaran kebencian disebabkan tingkat literasi media tergolong rendah. Data Kominfo sebanyak 800.000 situs penyebar *hoax* dan ujaran kebencian menghiasi wajah media digital saat ini[27]. *Hoax* menjelma sebagai makhluk menakutkan di sosial media bahkan praktiknya berdampak merugikan individu ataupun kelompok sehingga diharapkan publik cermat menyikapi berbagai informasi yang bergulir. Penelitian ini bertujuan menyelidiki praktik literasi media dalam memerangi *hoax* dan ujaran kebencian di sejumlah platform media digital.

Era Post Truth

Era *post-truth* atau era pascakebenaran merupakan keadaan ketika fakta objektif memiliki pengaruh yang lebih kecil dalam membentuk opini publik dibandingkan emosi dan keyakinan pribadi. Oxford Dictionaries menggunakan pengertian tersebut ketika menetapkan *post-truth* sebagai Word of the Year pada 2016.[28] Fenomena ini tidak berarti bahwa kebenaran sudah tidak ada, melainkan menunjukkan bahwa fakta sering kali tidak lagi menjadi pertimbangan utama masyarakat dalam menentukan sikap atau mempercayai suatu informasi.

Fenomena pascakebenaran berkaitan dengan keadaan ketika fakta dan metode untuk menentukan kebenaran dipertanyakan atau diabaikan demi mempertahankan keyakinan ideologis tertentu.[29] Dalam situasi tersebut, seseorang cenderung menerima informasi yang sesuai dengan pandangan pribadinya sekalipun bukti yang tersedia menunjukkan hal sebaliknya. Akibatnya, penilaian terhadap informasi lebih banyak dipengaruhi oleh kepentingan, identitas kelompok, dan respons emosional daripada pemeriksaan bukti secara rasional.

Era pascakebenaran sebagai keadaan ketika batas antara kebenaran dan kebohongan semakin kabur.[30] Kebohongan dapat dikemas menggunakan bahasa yang seolah-olah dapat dibenarkan sehingga masyarakat menjadi kurang peka terhadap manipulasi informasi.

Perkembangan media digital turut memperkuat fenomena tersebut melalui penyebaran hoaks, disinformasi, dan informasi provokatif. Ketika informasi yang sesuai dengan keyakinan pribadi terus berulang dan dibagikan dalam lingkungan sosial yang serupa, masyarakat dapat semakin sulit menerima perspektif yang berbeda. Dengan demikian, era *post-truth* dapat dipahami sebagai kondisi sosial dan komunikasi ketika emosi, keyakinan subjektif, serta kepentingan tertentu lebih dominan daripada fakta objektif dalam pembentukan opini publik.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif melalui studi pustaka. Metode studi pustaka didasarkan pada pengumpulan data berbasis informasi,

[26] Periksa Data Statistik Kemenkominfo Perihal Konten Membahayakan di Media Sosial Tahun 2022

[27] Periksa Data Kemenkominfo Terdapat 800.000 Situs Penyebar *Hoax* di Indonesia

[28] Oxford University Press, "Word of the Year 2016 Is…," Oxford Languages, 2016; lihat juga Lee McIntyre, *Post-Truth* (Cambridge, MA: MIT Press, 2018), 5

[29] Lee McIntyre, *Post-Truth* (Cambridge, MA: MIT Press, 2018), 5

[30] Ralph Keyes, *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life* (New York: St. Martin's Press, 2004), 12

dokumen-dokumen, foto-foto, gambar-gambar, ataupun dokumen elektronik[31]. Teknik pengumpulan datanya melalui pemilihan konten bermuatan *hoax* dan ujaran kebencian yang terjadi di media digital.

Data primer menggunakan berita *hoax* yang diproduksi entitas ataupun komunitas virtual di sejumlah platform media digital. Sedangkan data sekunder meliputi literatur ilmiah, jurnal dan artikel media online[32].

Hasil dan Pembahasan

1. Literasi Media Berperan Mengolah Informasi dan Membangun Komunikasi Inklusif

Narasi *hoax* dan ujaran kebencian di media digital menjadi bahan kajian dalam penelitian ini. Fenomena *hoax* tidak dapat dilepaskan bergulirnya media baru dan pertumbuhan informasi yang sangat dinamis menyentuh berbagai dimensi kehidupan masyarakat[33]. Media baru mempertemukan berbagai kepentingan, gagasan dan kebebasan ekspresi seluas-luasnya hingga dapat dibagikan kepada publik. Kondisi ini turut menggeser pola komunikasi masyarakat termediasi jaringan internet yang awalnya secara tatap muka namun kini perlahan bermigrasi difasilitasi teknologi digital.

Kecanggihan teknologi ini disebut Mc Luhan sebagai *Global Village*[34], mempertemukan entitas dalam ruang virtual yang mampu menembus batas geografis, mentranmisikan pesan dalam satu jaringan dan membutuhkan biaya murah. Kehadiran media baru menciptakan banjir informasi secara besar-besaran melalui saluran media digital yang kian tidak terbendung bahkan informasi positif dan negatif, berita asli dan *hoax* (palsu) bercampur aduk[35]. Media baru bersifat bebas akses dan terbuka memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi khalayak memproduksi konten. Di sinilah informasi *hoax* bergulir di sejumlah platform digital diproduksi entitas ataupun komunitas virtual dengan tujuan membuat kekacauan ataupun ketakutan kepada khalayak.

Literasi publik mencerna setiap informasi yang bergulir, budaya saring sebelum *sharing*, dan sikap *tabayyun* ketika menerima informasi[36]. Bergulirnya *hoax* di era post truth membuat masyarakat mempercayai informasi berdasarkan keyakinan pribadi bukan fakta yang sebenarnya. Kondisi ini relevan dengan riset Jonah Berger dan Katherine Milkman memperlihatkan informasi yang disebarkan di media sosial mampu membangkitkan emosi positif dan negatif amat kuat. Ini selanjutnya disebut era post truth. Mengesampingkan fakta dan mengedepankan keyakinan pribadi yang berdampak terhadap relasi horizontal[37]. Kasus *hoax* bermuatan SARA pernah

[31] Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif R & D* (Bandung:Alfabeta, 2005), 83

[32] Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 297

[33] Fabianus Fensi, "Fenomena Hoax: Tantangan terhadap Idealisme Media dan Etika Bermedia," *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 4, no. 02 (2018): 133.

[34] Marshall Mc Luhan. *Understanding Media* (London: Gingko Press, 2003), 23.

[35] Masrudi Masrudi, "*Hoax*. Media Baru dan Daya Literasi Kita," *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 10, no. 2 (2019): 152.

[36] Putri Limilia dan Nindi Aristi. "Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis," *Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 2 (2019): 205.

[37] C Struhar, "The Facebook Effect on the News. The Atlantic." Retrieved March 29 2019

terjadi dalam pemilu DKI Jakarta tahun 2017 lalu yang sarat kepentingan politik praktis. Beredarnya informasi *hoax* di media sosial berdampak menimbulkan keresahan, terpecahbelahnya kelompok masyarakat dan mengusik kerukunan antar umat beragama.

Hoax tidak dapat dipisahkan dengan media baru sebagai instrumen menyebarkan berita palsu di sejumlah saluran media digial dengan tujuan membuat kekacauan dan menyulut konflik horizontal di tengah masyarakat[38]. Derasnya informasi *hoax*, *fake news* ataupun ujaran kebencian juga berkaitan dengan peristiwa politik nasional seperti pilkada DKI Jakarta tahun 2017 dan Pilpres 2014 hingga 2019. Momentum pilpres delapan tahun lalu memunculkan dua poros utama pendukung Jokowi dan Prabowo yang menimbulkan keterbelahan di tengah masyarakat. Beda pilihan politik menimbulkan sentimen pribadi baik pada calon presiden ataupun kelompok tertentu membuat situasi politik nasional berlangsung menegangkan. Menjamurnya *hoax* pada pilpres 2014 di berbagai platform digital seperti facebook, whatsapp ataupun Instagram bergerak sangat dinamis membuat masyarakat tidak berdaya membedakan informasi positif dan negatif [39].

2. Literasi Media Berperan Mencegah Hoaks dan Ujaran Kebencian

Ruang publik digital yang diharapkan sebagai arena setara dan bebas baik memproduksi dan mengonsumsi informasi positif, namun kini sangat rentan disusupi *hoax*. Menjelang pemilu[40], media sosial kerapkali dimanfaatkan sebagai ruang perbincangan persoalan sosial-politik di kalangan masyarakat. Keterbukaan informasi di era post truth mendorong keterlibatan publik di ruang virtual beraktivitas secara inten baik mengakses informasi ataupun sarana hiburan[41]. Wajah ganda media, satu sisi berwujud media berpeluang menciptakan iklim jagad maya yang memproduksi konten positif. Sisi lain berpotensi menyalahgunakan media untuk menyebarkan berita bohong yang berimplikasi keterbelahan dan polarisasi secara masif[42].

Publik kerapkali disajikan sejumlah keberlimpahan informasi setiap waktunya sehingga secara sadar dan tidak menjadi manipulasi informasi. Jean Baudrillard berpendapat, ruang virtual memproduksi informasi bersifat fantasi, semu, ilusi, halusinasi dan terlihat seperti realitas sesungguhnya atau realitas buatan[43]. Kecanggihan media digital saat ini tidak sekadar dimaknai sebagai sajian informasi

fromww.theatlantic.com/business/archive/2014/02/the-facebook-effect-on-the-news/283746

[38] Joao Pedro Baptista dan Anabela Gradim, "Brave New World of Fake News: How it Work," *Taylor and Francis Online* 28, no. 4 (2021): 426.

[39] Nuhdi Futuhal Arifin, A Jauhar Fuad, "Dampak Post Truth di Media Sosial," *Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman* 10. No. 3 (2020): 376.

[40] Oktavia P.S Sigalingging. "Pencegahan *Hoax* Menjelang Pemilu 2024," *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (2023): 28.

[41] Catur Nugroho, *Cyer Society: Teknologi, Media baru dan Disrupsi Informasi* (Jakarta: Kencana, 2020), 3.

[42] Sakaruddin Mandjarreki, "Agresi Media dan Kematian Ruang Sosial (Tafsir Sosiologis atas Hegemoni Media Sosial)," *Jurnal Jurnalisa* 4, no. 2 (2018): 226.

[43]Jean Baudrillard, *Simulacra and Simulation* (Sheila Faria Glazer, Penerjemah), (Michigan: The University of Michigan Press, 1994), 23.

semata tetapi partisipasi publik bersikap kritis terhadap gempuran informasi di berbagai platform digital penting diserukan.

Media sosial sebagai arena perjumpaan informasi mendorong publik terlibat dalam mengekspresikan diri, melontarkan pendapat, bahkan menyerang kelompok tertentu. Meminjam istilah Walter Fisher sebagaimana dikutip Julia T Wood, manusia sebagai *homo narrans* ataupun makhluk pencerita. Kondisi ini cukup relevan dengan masyarakat Indonesia membahas suatu isu di ruang virtual. Hal ini dapat ditemukan di berbagai saluran media sosial baik Instagram, facebook ataupun twitter. Sejatinya, media sosial dimanfaatkan sebagai diskursus isu untuk menciptakan nalar berfikir kritis bukan malah ajang mengadu domba satu sama lain[44]. Cambridge Dictionary menyebutkan *hoax* sebagai rencana entitas ataupun kelompok untuk menipu banyak orang[45].

Upaya memerangi *hoax* diperlukan kerjasama antar lembaga baik pemerintah, Dewan Pers, Kemenkominfo, serta penggiat literasi media. Di antara langkah konkrit yang dapat dilakukan pertama, *hoax buster*. Tindakan ini berwujud counter narasi sebagai penyediaan sumber informasi yang dapat menjadi bahan publik mengkonfirmasi informasi. Kedua, riset regular melalui pendekatan SNA (*Social Network Analysis*). Pemetaan terhadap relasi orang, organisasi, topik, lokasi, dan entitas informasi lainnya. Ketiga, warga harus membiasakan mengecek ulang setiap informasi yang bergulir baik data ataupun sumbernya. Sejatinya peningkatan penggunaan internet di tengah masyarakat sejalan dengan daya kritis mencerna informasi di sosial media, pengecekan fakta, saring sebelum *sharing*[46], dan bersikap *tabayyun*. Media sosial dan informasi *hoax* ibarat dua mata uang yang tidak dilepaskan. Keduanya berjalan beriringan menyentuh sendi kehidupan masyarakat yang berimplikasi dalam berbagai bidang politik, ekonomi, pendidikan, agama, sosial dan budaya[47].

Era post truth, perkembangan *hoax* semakin tidak terbantahkan bahkan berlangsung terstruktur, sistematis dan masif. Pesta demokrasi tahun 2024, *hoax* menemukan momentumnya melalui saluran media sosial mengakibatkan efek domino amat pesat. Kasus hoax pemilu "Ini data KPU hasil pemilu 2024".[48]

Era keterbukaan informasi mendorong khalayak melek media dan bersikap kritis terhadap informasi yang bergulir[49]. Data APJII tahun 2023 menunjukkan, 215 juta masyarakat Indonesia terkoneksi jaringan internet.

[44]Abdulloh Hanif, et al., "Moralitas Diskursus dan Otoritas Wacana Keagamaan di Media Sosial," *PALITA: Journal of Social Religion Research* 8, no. 1 (2023): 79.

[45]https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-indonesian/hoax

[46] Sabiruddin Sabiruddin, "Saring sebelum Sharing, Menangkal Berita *Hoax*, Radikalisme di Media Sosial," *Al -Munir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 10, no. 1 (2019): 22.

[47] Dian Nurvita Sari, Abdul Basit, "Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi," *Persepsi: Communication Journal* 3, no. 1 (2020): 23.

[48]Https://Www.Kominfo.Go.Id/Content/Detail/48714/Hoaks-Data-Kpu-Hasil-Pemilu-2024-Sudah-Jadi/0/Laporan_Isu_Hoaks

[49] Naimatus Tsaniyah, "Literasi Digital sebagai Upaya Menangkal *Hoax* di Era Disrupsi," *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 4, no. 1 (2019):121.

Angka ini mencerminkan, ketergantungan warga terhadap dunia maya sangat tinggi. Tetapi sayangnya, penggunaan teknologi digital tidak berbanding positif dengan literasi media di kalangan masyarakat. Etika komunikasi tidak lagi dipandang sebagai landasan bersikap di media sosial.

Hoax di era post truth sebagai salah satu tindakan kriminal yang terjadi media sosial. Satu *hoax* dapat menipu jutaan orang sehingga menimbulkan keterbelahan kelompok dan memecah kerukunan umat. Praktiknya *hoax* di era post truth semakin kabur, membedakan kebenaran dan kepalsuan, fakta dan rumor, kejujuran dan kebohongan berita dan opini. Terkadang, *hoax* sengaja diproduksi untuk kepentingan bisnis entitas ataupun kelompok tertentu[50]. Media menawarkan ragam platform digital seperti instagram, facebook, twitter, ataupun grup whatsapp.

Kasus di atas menggambarkan fenomomena *United Nation Commisioner for Refugees* UNHCR diduga mensponsori kedatangan pengungsi Rohingya ke Indonesia tidaklah benar. Narasi negatif diproduksi dan disebarluaskan melalui kanal-kanal warga membuat fenomena penyebaran *hoax* sangat masif di era teknologi informasi[51]. Peningkatan angka penggunaan internet di kalangan masyarakat, ketidakmampuan mengolah informasi, warga mudah terprovokasi terhadap sejumlah informasi yang beredar masih menjadi potret masyarakat Indonesia saat ini. Data Masyarakat Telematika Indonesia menyebutkan, fenomena penyebaran *hoax* sangat rentan di sosial media[52].

Di sinilah sejumlah peran lembaga seperti kominfo, penggiat literasi media, akademisi, dewan pers, serta masyarakat anti fitnah indonesia (MAFINDO) dibutuhkan guna memerangi masifnya penyebaran berita *hoax* dan ujaran kebencian di berbagai platform media digital[53]. Regulasi undang-undang ITE diperkuat, bekerja sama dengan penyelenggara platform digital, konsistensi penegakan hukum tanpa tebang pilih, dan edukasi literasi media dilakukan secara berkelanjutan baik di ruang publik ataupun ruang virtual guna memerangi *hoax*[54]. Langkah kongkrit tersebut tidaklah mudah dan diperlukan usaha dan komitmen serius sehingga secara perlahan, penyebaran berita *hoax* dapat terminimalisir.

Publik kembali dihebohkan beredarnya berita *hoax* tentang kartu pemilih pemilu tahun 2024 tersebar di berbagai platform media sosial. Gambar dalam bentuk digital berlogo komisi pemilihan umum KPU, di sisi kanan bertuliskan identitas diri seperti nama, jenis kelamin, hingga kode tempat pemungutan suara TPS. Kartu pemilih

[50] Anisa Rizki Sabrina, "Literasi Digital Sebagai Upaya Preventif Menanggulangi Hoax," *Communicare: Journal of Communication Studies* 5, no. 2 (2018): 31.

[51] Muhammad Tisna Nugraha. *Hoax* di Media Sosial Facebook: Antara Edukasi dan Propaganda Kepentingan, *Jurnal Sosiologi Walisongo* 3, no. 1 (2019): 97.

[52] Andina Librianty, Survei: Media Sosial Jadi Sumber Utama Penyebaran Hoax. https://www.liputan6.com/tekno/read/2854713/survei-media-sosial-jadi-sumber-utama-penyebaran-hoax

[53] Almira Nabila Desga, "Upaya Media Massa Online dalam Menghadapi Berita Hoax," *Jurnal Kajian Media* 2, no. 2 (2018): 97.

[54] Franindya Purwaningtyas, "Literasi Informasi dan Literasi Media," *Jurnal Perpustakaan dan Informasi* 12, no. 2 (2018): 7.

ini tersedia secara fisik dan online di Kementerian dalam negeri (Kemendagri). Beredarnya *hoax* ini memunculkan kehebohan di tengah masyarakat sehingga menyeret publik dalam realitas semu penuh kepalsuan.

Kehadiran *buzzer* turut berdampak dan marak terjadi menjelang pemilu bahkan salah satu aktor penting dalam penggalangan opini di media sosial[55]. Padahal fungsi *buzzer* terdapat dua hal, mempromosikan citra pasangan calon tertentu dan aktor penting penyebaran *black campaign* (kampanye hitam). Cara kerja *buzzer* juga berfungsi menggiring opini publik di sejumlah platform media sosial[56]. Pengamatan Indikator Politik Indonesia (IPI) dan *Center for Strategic and International Studies* (CSIS) mengungkapkan, *hoax* tidak merubah dukungan kandidat tertentu bahkan justru menimbulkan bias terhadap paslon tertentu.

Paul Gilster dalam bukunya berjudul *Digital Literacy*, literasi digital diartikan kemampuan mengolah informasi dari sejumlah sumber diakses melalui bantuan teknologi. Douglas A.J Belshaw dalam tesisnya menyebutkan, di antara elemen literasi digital seperti daya kritis menyikapi konten dan kemampuan kognitif mencermati konten yang ada.

3. Literasi Media Berperan Memverifikasi Informasi Secara Kritis.

Sikap kritis menerima, mencerna dan mengolah informasi di sosial media penting dilakukan masyarakat. Kehadiran media sosial tidak sebatas dimaknai memproduksi, mendistribusikan dan mengonsumsi konten secara praktis. Literasi media jauh lebih penting dalam rangka menciptakan masyarakat cerdas dan kritis menggunakan media sosial. Tidak dapat dipungkiri, penggunaan media sosial di kalangan masyarakat saat ini dianggap sebagai kebutuhan utama baik alat komunikasi, mengakses informasi ataupun memperoleh konten hiburan.

Literasi media sebagai kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan memproduksi konten dengan tujuan tertentu[57]. Penelitian Sapta Sari menyebutkan praktik literasi media di kalangan generasi muda masih jauh dari harapan. Dibutuhkan literasi media di kalangan anak muda sehingga menciptakan pemuda cakap dan kritis menggunakan media sosial[58]. Riset Bambang Mudjiyanto dan Amri Dunan mengungkapkan literasi media memiliki orientasi mengakses, menganalisis dan mencerna pesan yang mendorong khalayak memiliki sikap kritis dan bijak menggunakan media sosial. Melihat media memiliki dua

[55] Felicia Felicia, "Peran Buzzer dalam Aktivitas Kampanye di Media Sosial Twitter," *KONEKSI* 2, no. 2 (2018): 352.

[56] Suburnya Buzzer dan Berkembangnya Bisnis Penggiringan Opini, Kumparan News,Diunggah06September2018.https://kumparan.com/kumparannews/suburnya-buzzer-dan-berkembangnyabisnispenggiringan-opini-1536203838240146622/full

[57] Putri Limilia, Nindi Aristi, "Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis," *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi* 8, no. 2 (2019): 205.

[58] Sapta Sari, "Literasi Media pada Generasi Milenial di Era Digital," *Profesional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik* 6, no. 2 (2019): 30.

wajah ganda, satu sisi sebagai alat menyebarkan informasi positif, sisi lain memunculkan konten menyesatkan. Tergantung di tangan siapa media tersebut digunakan[59].

Peningkatan penggunaan internet, produksi konten besar-besaran dan ledakan informasi di berbagai platform digital nyatanya tidak berbanding lurus dengan kecakapan menggunakan media sosial[60]. Kondisi ini menimbulkan ketimpangan di kalangan masyarakat memasuki era teknogi informasi ditandai, derasnya informasi, menguatnya kecerdasan buatan dan ketergantungan terhadap teknologi semakin besar. Kecenderungan masyarakat menerima informasi di sosial media dianggap kebenaran dan mengedepankan keyakinan personal dibandingkan fakta sesungguhnya.

Baran mengelompokkan elemen literasi media sebagai berikut 1). Menyadari efek media baik terhadap dirinya atau orang lain, 2). Memahami cara kerja komunikasi massa, 3). Strategi menganalisis konten, 4). Mencermati konten di media memberi wawasan ataupun justru menyesatkan. 5). Sajian konten media, 6). Memahami esensi etika dan moral di media, 7). Memproduksi konten secara sehat[61]. Menurut Potter, kekuatan literasi media seseorang tergantung seberapa dalam analisis terhadap konten media. Diperlukan keterampilan mempertajam mengolah informasi di sosial media di antaranya adalah pemilihan konten secara selektif, sesuai kebutuhan, kemampuan mengidentifikasi konten. Dalam menyajikan konten, sejumlah tahapan dilakukan media seperti mendesain, menyeleksi, mengedit yang kemudian menyebarluaskan ke khalayak melalui saluran media digital[62]. Produksi konten tentu terdapat pengaruh, ideologi, dan hegemoni tergantung siapa pemilik media bersangkutan sehingga informasi yang ditampilkan terkadang tidak netral. Ledakan informasi di era post truth justru menampilkan konten sebagai prasmanan informasi bergulir setiap detik menghiasi berbagai pemberitaan baik lokal ataupun mancanegara secara mudah ditemukan. Peristiwa yang terjadi di Amerika Serikat saat ini secara cepat disebarluaskan dan diketahui masyarakat Indonesia dalam hitungan detik. Ini artinya bahwa, kecepatan informasi dan koneksitas jagad maya terhubung secara paralel.

Kesimpulan

Kebebasan ekspresi di era post truth menimbulkan dua wajah ganda, satu sisi media sosial sebagai produksi informasi positif, sisi lain melahirkan tantangan baru memanfaatkan iklim kebebasan berpendapat sebagai penyebaran berita *hoax* dan ujaran kebencian. Ruang publik virtual yang diharapkan sebagai arena mempertemukan informasi, gagasan, dan dialektika yang sehat tetapi fakta menunjukkan berbagai informasi *hoax*, dan

[59] Bambang Mudjiyanto dan Amri Dunan. Literasi Media di Era Post Truth, *Promedia: Public Relation dan Media Komunikasi* 6, no. 2 (2020): 294.

[60] Zakaria Berlam Pragusma. Binus University.https://binus.ac.id/characterbuilding/223/02/rendahnya-literasi-digitalindonesia/.Diunggah 27 Februari 2023

[61] Stanley Baran J., *Introduction to Mass Communication, Media Literacy and Culture* (McGraw Hill, New York, 2006), 34.

[62] W. James Potter, *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach* (California: Sage Publication, 2004), 45.

ujaran kebencian tumbuh subur di ruang virtual.

Era post truth menandakan melimpahnya informasi membuat publik mengedepankan keyakinan personal dari pada fakta sebenarnya. Prasangka pribadi inilah menimbulkan kecenderung mencerna dan mempercayai kebenaran informasi di media sosial, sehingga rendahnya literasi media di kalangan publik.

Literasi media di kalangan masyarakat berperan dalam menghadapi serbuan informasi bergulir setiap waktunya. Kecakapan bermedia, kritis mencerna informasi dan mengecek ulang kebenaran berita merupakan pilar penting publik menggunakan sosial media. Kampanye literasi media di tengah serbuan informasi terus digaungkan sebagai upaya menciptakan masyarakat kritis bermedia dan cakap memanfaatkan media sosial.

Daftar Pustaka

Aditia, Ilham Maulana et all. Runtuhnya Nilai-Nilai Persatuan dan Kesatuan Bangsa Bernegara Akibat Merajalela Hoax, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol 5 No 3 (2021), 8995-9003

Amaliah Amaliah. Persepsi Masyarakat terhadap Fenomena Hoax di Media Online pada Era Post Truth. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* Vol 3 No 4 (2018), 1-15

Arifin, Nuhdi Futuhal, Fuad A Jauhar. Dampak Post Truth di Media Sosial. *Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman*, Vol 10 No 3 (2020), 376-388

Ash-Shidiq Muhammad Aulia dan Pratama Ahmad R. Ujaran Kebencian di Kalangan Pengguna Media Sosial di Indonesia: Agama dan Pandangan Politik. *Automata*, Vol 2 No 1 (2021).

Asosiasi Pengguna Jasa Internet di Indonesia. Jakarta, 2023

Baptista, Joao Pedro dan Gradim Anabela. Brave New World of Fake News: How it Work, *Taylor and Francis Online*, Vol 28 No 4 (2021), 426-443

Baudrillard Jean. *Simulacra and Simulation* (Sheila Faria Glazer, Penerjemah). (Michigan: The University of Michigan Press, 1994).

Desga, Almira Nabila. Upaya Media Massa Online dalam Menghadapi Berita Hoax, *Jurnal Kajian Media*, Vol 2 No 2 (2018), 97-101

Dewangga, Thanon Aria. *Media Sosial, Hoax dan Runtuhnya Trust*. Sekretariat Kabinet. Diunggah 23 Januari 2017.

Febriansyah Febriansyah dan Muksin, Nani Nurani. Fenomena Media Sosial: Antara *Hoax*, Destruksi, Demokrasi dan Ancaman Disintegrasi Bangsa, *Jurnal Sebatik*, Vol 24 No 2 (2020), 193-200

Felicia Felicia. Peran Buzzer dalam Aktivitas Kampanye di Media Sosial Twitter, *KONEKSI* Vol 2 No 2 (2018), 352-359

Fensi, Fabianus. Fenomena Hoax: Tantangan terhadap Idealisme Media dan Etika Bermedia. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, Vol 4 No 02 (2018), 133-148

Habibah, Astrid Faidatul dan Irwansyah. Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, Vol 3 No 2 (2021), 350-363

Haezer Eben. Menyoal Internet Sebagai Ruang Publik Dalam Perspektif Habermas. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol 4 No 2 (2018), 182-196

Hanif Abdulloh, et all. Moralitas Diskursus dan Otoritas Wacana Keagamaan di Media Sosial, *PALITA: Journal of*

Social Religion Research, Vol 8 No 1 (2023), 79-96

Hobbs, Renee. Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom. Thousand Oaks, CA: Corwin, 2011.

https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-indonesian/hoax

https://news.detik.com/berita/d-7112568/mahasiswa-di-aceh-usir-rohingya-lsm-duga-akibat-ujaran-kebencian-di-medsos#

https://www.bbc.com/indonesia/articles/cl7pyd45420o

Https://Www.Kominfo.Go.Id/Content/Detail/48714/Hoaks-Data-Kpu-Hasil-Pemilu-2024-Sudah-Jadi/0/Laporan_Isu_Hoaks

Juditha Christiany, Hatespeech di Media Online: Kasus Pilkada DKI Jakarta 2017, *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, Vol 21 No 2 (2017), 137-151

Juditha Christiany. Agenda Setting Penyebaran Hoax di Media Sosial, *Jurnal Penelitian Komunikasi* Vol 22 No 2 (2019), 155-168

Juditha Christiany. *Buzzer* di Media Sosial pada Pilkada dan Pemilu Indonesia, *Jurnal Kominfo*, *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi dan Informatika* Tahun 2019: 199-212

Juditha, Christiany. *Media Digital dan Perubahan Budaya Komunikasi* (Yogyakarta, Aswaja Pressindo, 2019), 34

Keersmacker, Jonas De & Roets, Arne. 2017. "*Fake News"*: Incorrect, but hard to correct. The Role of Cognitive Ability on the Impact of False Information on Social Impressions. Diakses melalui Intelligence 65, p. 107-110.

Keyes, Ralph. The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life. New York: St. Martin's Press, 2004.

Lewandowsky, Stephan, dkk. Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the "Post-truth" Era. Journal of Applied Research in Memory and Cognition, 6 (2017), 353-369.

Librianty Andina. Survei: Media Sosial Jadi Sumber Utama Penyebaran Hoax. https://www.liputan6.com/tekno/read/2854713/survei-media-sosial-jadi-sumber-utama-penyebaran-hoax

Limilia Putri dan Aristi Nindi. Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis, *Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 8 No 2 (2019), 205-222

Mandjarreki Sakaruddin. Agresi Media dan Kematian Ruang Sosial (Tafsir Sosiologis atas Hegemoni Media Sosial), *Jurnal Jurnalisa*, Vol 4 No 2 (2018), 226-240

Masrudi Masrudi. *Hoax*. Media Baru dan Daya Literasi Kita. *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* Vol 10 No 2 (2019).

Mawarti Sri. Fenomena *Hate Speech* Dampak Ujaran Kebencian, *Toleransi: Media Ilmiah Komunikasi Umat Beragama*, Vol 10 No 1 (2018), 83-95

Mc Luhan Marshall. *Understanding Media* (London: Gingko Press, 2003).

McIntyre, Lee. Post-Truth. Cambridge, MA: MIT Press, 2018.

Mudjiyanto Bambang dan Dunan Amri. Literasi Media di Era Post Truth, *Promedia: Public Relation dan Media Komunikasi*, Vol 6 No 2 (2020), 294-334

Mudjiyanto Bambang. Kebebasan Berekspresi dan *Hoax*, *Promedia:*

Publik Relation dan Media Komunikasi, Vol 5 No 1 (2019), 1-39

Musyafak Najahan dan Ulama'I, Ahmad Hasan Asy'ari. Narasi Ujaran Kebencian dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah (PILKADA), *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol 39 No 2 (2019), 166-182

Nasrullah Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2017).

National Association for Media Literacy Education. "Media Literacy Defined." Diakses 29 Februari 2026. https://namle.org/resources/media-literacy-defined/ .

Nugraha, Muhammad Tisna. *Hoax* di Media Sosial Facebook: Antara Edukasi dan Propaganda Kepentingan, *Jurnal Sosiologi Walisongo*, Vol 3 No 1 (2019), 97-108

Nugroho Catur. *Cyer Society: Teknologi, Media baru dan Disrupsi Informasi* (Jakarta: Kencana, 2020).

Oxford University Press. "Word of the Year 2016 Is…" Oxford Languages, 2016.

Parhan Muhamad, Jenuri Islamy. Mohammad Rindu Fajar Islamy. Media Sosial dan Fenomena Hoax: Tinjauan Islam dalam Etika Berkomunikasi, *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol 5 No 1 (2021), 59-80

Periksa Data Kemenkominfo Terdapat 800.000 Situs Penyebar *Hoax* di Indonesia

Periksa Data Statistik Kemenkominfo Perihal Konten Membahayakan di Media Sosial Tahun 2022

Potter W. James. *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach* (California: Sage Publication, 2004)

Potter, W. James. Media Literacy. Edisi ke-10. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2021.

Pragusma, Zakaria Berlam. Binus University. https://binus.ac.id/character-building/2023/02/rendahnya-literasi-digital-indonesia/. Diunggah 27 Februari 2023

Purwaningtyas Franindya. Literasi Informasi dan Literasi Media. *Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, Vol 12 No 2 (2018), 1-9

Rahmadhany, Safitri Anissa, Aldila Anggi, Irwansyah. Fenomena Penyebaran *Hoax* dan Hate Speech pada Media Sosial. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, Vol 3 No 1 (2021), 30-43

Restiany Ajani. Literasi Digital: Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media, *Gunahumas: Jurnal Kehumasan Universitas Pendidikan Indonesia*, Vol 1 No 1 (2018),

Rifauddin Machsun, Halida, Arfin Nurma. Waspada Cybercrime dan Informasi Hoax pada Media Sosial Facebook, *Khizanah Al-Hikmah*, Vol 6 No 2 (2018), 98-111

Sabiruddin Sabiruddin. Saring sebelum Sharing, Menangkal Berita *Hoax*, Radikalisme di Media Sosial. *Al - Munir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol 10 No 1 (2019), 22-40

Sabrina, Anisa Rizki. Literasi Digital Sebagai Upaya Preventif Menanggulangi Hoax, *Communicare: Journal of Communication Studies*, Vol 5 No 2 (2018), 31-46

Sari Sapta. Literasi Media pada Generasi Milenial di Era Digital, *Profesional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, Vol 6 No 2 (2019), 30-42

Sari, Dian Nurvita, Basit Abdul. Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi, *Persepsi: Communication Journal,* Vol 3 No 1 (2020), 23-36

Sigalingging Oktavia P.S. Pencegahan *Hoax* Menjelang Pemilu 2024, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol 2 No 1 (2023), 28- 34

Stanley, J Baran. *Introduction to Mass Communication, Media Literacy and Culture* (McGraw Hill, New York, 2006), 34

Struhar C. The Facebook Effect on the News. The Atlantic. Retrieved March 29 2016 fromww.theatlantic.com/business/archive/2014/02/the-facebook-effect-on-the-news/283746

Suburnya Buzzer dan Berkembangnya Bisnis Penggiringan Opini, Kumparan News, Diunggah 06September2018.https://kumparan.com/kumparannews/suburnya-buzzer-dan-berkembangnyabisnispenggiringan-opini-1536203838240146622/full

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif R & D* (Bandung:Alfabeta, 2005)

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D* (Bandung: Alfabeta, 2019)

Tsaniyah Naimatus. Literasi Digital sebagai Upaya Menangkal *Hoax* di Era Disrupsi, *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol 4 No 1 (2019), 121-140

UNESCO. Journalism, “Fake News” and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training. Disunting oleh Cherilyn Ireton dan Julie Posetti. Paris: UNESCO, 2018.

Utomo, Wisnu Prasetya. *Hoax* dan Paradoks Ruang Publik Digital, *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, Vol 11 No 1 (2022), 38-44

Waldron, Jeremy. The Harm in Hate Speech. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2012.

Wardle, Claire, dan Hossein Derakhshan. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Strasbourg: Council of Europe, 2017.