

# SIKAP MASYARAKAT KOTA DENPASAR TERHADAP INFORMASI BOHONG DI *FACEBOOK*

Ni Ketut Juniantari<sup>1)</sup>, Ni Made Ras Amanda Gelgel<sup>2)</sup>, Ni Luh Ramaswati Purnawan<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: [juniantari009@gmail.com](mailto:juniantari009@gmail.com)<sup>1</sup>, [rasamanda13@gmail.com](mailto:rasamanda13@gmail.com)<sup>2</sup>, [ramaswati.purnawan@gmail.com](mailto:ramaswati.purnawan@gmail.com)<sup>3</sup>

## ABSTRACT

*The development of uncontrolled mass media leads to information lying or hoax. There are a total of 800 thousand hoax spreading sites in Indonesia that were revealed in the year 2017. Hoax cause dangers that can cause panic in the public. Facebook becomes an informational channel that contains the highest hoax content in the new media. The high phenomenon of this hoax caused the curiosity of researchers to measure the attitude of the people of Denpasar to Hoax on Facebook. According to Azwar, attitudes can be measured by distinguishing three components, namely cognitive, affective, and conative. This research uses a descriptive quantitative method. Technical sampling is stratified proportional. The analytical techniques used are statistic descriptive. Results showed that on the cognitive components, the community of Denpasar has excellent in addressing hoax on Facebook. However, it has enough affective of curiosity and is quite a contemplative in addressing Hoax on Facebook.*

**Keywords:** Attitude, Denpasar, Facebook, Hoax

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat membawa kehadiran media baru sebagai penyedia informasi. Media baru ini memberikan pengaruh besar dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Everett M. Rogers (dalam Littlejohn, 2014 : 456) menyebutkan penggunaan dunia maya merupakan inovasi yang paling cepat menyebar dalam sejarah teknologi.

Kemudahan mengakses informasi dalam media baru memberikan banyak dampak. Pada kondisi era seperti ini, masyarakat tidak

sekadar sebagai penerima informasi. Namun, kemampuan pengguna media baru dalam memahami apa yang didapatkan dalam media baru menjadi hal penting. Denis McQuail menyatakan, ada beragam ekspresi penerimaan khalayak terhadap media massa. Salah satunya berlaku pada kondisi munculnya media baru yang memperkenalkan sejumlah bentuk baru pada perilaku khalayak. Hal ini menandakan bagaimana kemunculan media baru berperan penting dalam kondisi penerimaan informasi saat ini.

Pierre Levy (dalam Littlejohn, 2014 : 413-414) mendukung pandangan tentang teori baru. Levy mengatakan bahwa media baru lebih termediasi. Media baru memungkinkan memberikan penggunaan yang terbuka dan fleksibel, tetapi media baru dapat juga menyebabkan terjadinya kebingungan dan kekacauan.

Salah satu dampak ini menyebabkan media baru rentan terhadap fenomena informasi bohong (hoaks). Fenomena tentang informasi bohong atau hoaks di Indonesia bukan istilah asing lagi. Kata hoaks digunakan pada akhir abad ke-18 sebagai singkatan dari kata kerja "hocus" yang artinya – menipu (Robert Nares, 1753-1829 dalam Astrini, 2017).

Bramy Biantoro (dalam Ahyad, 2018) menyebutkan empat bahaya informasi hoaks, yakni hoaks membuang waktu dan uang, hoaks jadi pengalih isu, hoaks sebagai sarana penipuan publik, serta hoaks sebagai pemicu kepanikan publik. Ketua Dewan Pers 2016-2019, Yosep Adi Prasetyo menerangkan ciri-ciri hoaks dalam portal berita *onlinewartakota.tribunnews.com* bahwa ciri hoaks yang pertama, ketika disebar dapat mengakibatkan kecemasan, permusuhan dan kebencian pada diri masyarakat yang terpapar. Kedua, sumber informasi tidak jelas. Ketiga, pemberitaan tidak berimbang. Keempat, sering bermuatan fanatisme atas nama ideologi.

Banyaknya kasus mengenai hoaks di Indonesia dapat diindikasikan dari berita *online* CNN Indonesia bahwa pada tahun 2016 ada 800 ribu situs penyebar hoaks di Indonesia. Ditambah dengan terungkapnya kasus Saracen, produsen penyebar hoaks yang terorganisir

tahun 2017 (CNN, 2017). Mastel (dalam Ahyad, 2018) menyatakan saluran penyebaran berita atau informasi yang berisi konten hoaks tertinggi di tingkat nasional adalah *facebook* pada urutan tertinggi sebesar 92,40%.

Tingginya angka fenomena hoaks di media baru membutuhkan adanya literasi media sebagai jembatan penyeimbang. Konsep literasi media banyak dijelaskan oleh para ahli. Hal tersebut membantu peneliti untuk mencari tahu sikap pengguna media baru dalam memahami informasi-informasi yang rentan terhadap hoaks. Melalui konsep literasi media dan teori media baru, peneliti dapat mengenal bagaimana sikap masyarakat Kota Denpasar dalam mengonsumsi informasi di media baru.

Amanda Gelgel (2017) menyatakan intensitas konsumsi media tercatat sebanyak 17,5% masyarakat Bali paling sering mengakses *facebook* setiap harinya dibanding media baru lainnya. Berdasarkan data tersebut, maka subjek yang diteliti merupakan pengguna media sosial yaitu *facebook*.

Adapun yang menjadi objek penelitian adalah masyarakat Kota Denpasar. Sesuai data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali tahun 2018, penduduk Kota Denpasar tercatat sebagai masyarakat yang mengakses internet tertinggi di Bali dengan persentase 66,11. Selain itu, catatan riwayat pendidikan masyarakat Kota Denpasar menjadi data unik dalam meneliti sikap masyarakat terhadap informasi bohong di *facebook*. Pendidikan masyarakat Kota Denpasar berhasil meraih angka persentase tertinggi dalam data Angka Partisipasi Kasar (APK) Provinsi Bali. Pada data terbaru tahun 2017, Kota Denpasar mencapai persentase

41.84% untuk APK perguruan tinggi di Bali. Angka ini melampaui persentase kabupaten lainnya di Bali (Statistik, 2018). Melalui data ini, artinya masyarakat Kota Denpasar dapat dikategorikan sebagai masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi. Berdasarkan hal tersebut, maka menarik untuk mengetahui sikap masyarakat Kota Denpasar dalam memahami informasi yang didapatkan dari media sosial *facebook*.

### **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu, bagaimana sikap masyarakat Kota Denpasar terhadap informasi bohong di *facebook*?

### **Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui sikap masyarakat Kota Denpasar terhadap informasi bohong di *facebook*.

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **Media Baru (*New Media*)**

Komputer dan internet adalah bentuk nyata hasil revolusi masyarakat saat ini. Teknologi komunikasi inilah dikenal dengan istilah media baru. McQuail menyatakan media baru merupakan perangkat teknologi komunikasi dengan digitalisasi, ketersediaannya luas untuk penggunaan pribadi sebagai suatu alat komunikasi. Media baru saling keterhubungan, aksesnya khalayak sebagai

Selain itu, Kota Denpasar merupakan salah satu kota di Bali, di mana Bali-Nusa adalah daerah dengan pengguna internet terbesar ketiga di Indonesia, yaitu sebesar 54,23% (APJII, 2017). Kota Denpasar juga menjadi daerah terbanyak yang menggunakan internet di Bali yaitu sebesar 54,2% (Sloka, 2012). Berdasarkan data tersebut, penting untuk diteliti tentang bagaimana sikap masyarakat Kota Denpasar terhadap informasi bohong di *facebook*.

penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam, sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Menurut Feldman (dalam Flew, 2005:101) menyebutkan lima karakteristik media baru, yaitu:

1. *Manipulable*. Artinya media baru dapat diadaptasi dengan berbagai kreativitas.
2. Media baru bersifat *networkable*. Artinya, konten-konten dalam media baru mudah dibagi melalui jaringan internet yang tersedia.
3. Media baru bersifat *compressible*. Artinya, konten dalam media baru dapat diperkecil ukurannya, sehingga kapasitasnya dapat dikurangi.
4. Media baru sifatnya *dense*. Maksudnya, kita hanya membutuhkan wadah kecil untuk menyimpan berbagai konten dalam media baru.

5. Media baru cenderung tidak memihak. Informasi yang disuguhkan mewakili realita yang sebenarnya terjadi dalam kehidupan masyarakat.

McQuail (2011:43) menjelaskan beberapa jenis bentuk media baru, yang telah ada saat ini, yaitu mikro komputer, telekonferensi, teleteks, *video text*, dan komunikasi satelit.

### **Facebook sebagai Media Sosial**

Penggunaan media sosial dapat sebagai penerima yang berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif melalui perangkat digital (Liliweri, 2015:288). *Facebook* merupakan situs jaringan sosial di internet yang dibuat oleh Mark Zuckerberg yang resmi diluncurkan pada 4 Februari 2004 (Haryanto, 2009:28). Dalam Nurudin (2012:68) menyatakan, *Facebook* adalah suatu alat sosial untuk membantu orang berkomunikasi lebih efisien. Dalam hal ini, *Facebook* bersifat *real time*.

### **Literasi Digital**

Literasi digital secara sederhana diartikan sebagai kecakapan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai tipe format sumber-sumber informasi yang lebih luas, dan mampu ditampilkan melalui perangkat komputer (Gilster, 1997 dalam Martin, 2006:18). Hal ini berpandangan dari beragamnya informasi di internet, dan kemudahan konten informasi diciptakan pengguna internet. Menurut Gilster (1997:1-2) literasi digital dijelaskan sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai format.

### **Informasi Bohong di Media Sosial**

Hoaks diartikan sebagai informasi yang direkayasa, dengan memutarbalikkan fakta, sehingga pesan yang benar tidak dapat diterima seseorang. Platform media sosial yang efektif menyebarkan hoax seperti *Facebook*, *Twitter*, *Whatsapp*, *Instagram*, dan lainnya (Mafindo, 2019).

Hoaks termasuk dalam kekacauan informasi yang melingkupi Misinformasi, Disinformasi, dan Malinformasi. Dewan Pers menyebutkan ciri-ciri informasi *hoax* biasanya menyebabkan kecemasan, kebencian, dan permusuhan pada masyarakat yang terpapar. Kedua, sumber beritanya tidak jelas. Ketiga, pengantar dan judul *hoax* provokatif, bermuatan fanatisme atas nama ideologi (Badan Nasional Penanggulangan Terorisme, 2017).

Survei Mastel (2018) menunjukkan format hoaks yang paling sering diterima masyarakat, yaitu dalam bentuk tulisan yang mencapai hingga 62,10%. Sedangkan dalam format gambar sebesar 37,50% dan format video mencapai 0,40%. Berdasarkan hasil penelitian Ras Amanda Gelgel tahun 2017 dalam Tren Pola Konsumsi Media di Indonesia Tahun 2017 menemukan bahwa *Facebook* menjadi salah satu media sosial yang paling sering diakses masyarakat Bali, yakni sebanyak 17,5%.

### **Sikap**

Menurut Azwar S (2012:33) komponen yang membedakan struktur sikap pada tiga. Pertama yaitu Komponen kognitif yang terdiri dari

kepercayaan individu atau pengetahuan tentang suatu objek. Kedua, Komponen afektif memiliki indikator yang melibatkan perasaan, emosi, atau ungkapan konsumen terhadap masalah. Ketiga terdapat Komponen perilaku (konatif) yang diartikan dengan bagaimanaseseorang berniat untuk bereaksi dengan cara tertentu.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Responden dalam penelitian ini merupakan masyarakat Kota Denpasar dari usia 13-55 tahun yang aktif menggunakan *Facebook*. Sampel penelitian ini adalah 348 orang. Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Menurut data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali tahun 2018, penduduk Kota Denpasar tercatat sebagai masyarakat yang mengakses internet tertinggi di Bali dengan persentase 66,11. Selain itu, catatan riwayat pendidikan masyarakat Kota Denpasar menjadi data unik dalam meneliti sikap masyarakat terhadap informasi bohong di *facebook*. Pendidikan masyarakat Kota Denpasar berhasil meraih angka persentase tertinggi dalam data Angka Partisipasi Kasar (APK) Provinsi Bali. Pada data terbaru tahun 2017, Kota Denpasar mencapai persentase 41.84% untuk APK

perguruan tinggi di Bali. Angka ini melampaui persentase kabupaten lainnya di Bali (Statistik, 2018). Selain itu, Kota Denpasar merupakan salah satu kota di Bali, di mana Bali-Nusa adalah daerah dengan pengguna internet terbesar ketiga di Indonesia, yaitu sebesar 54,23% (APJII, 2017). Kota Denpasar juga menjadi daerah terbanyak yang menggunakan internet di Bali yaitu sebesar 54,2% (Sloka, 2012).

#### **Profil Responden**

Responden penelitian ini terdiri dari masyarakat Kota Denpasar dengan sampel sebanyak 348 orang dari usia 13-55 tahun. Secara proporsional, ada sebanyak 24 orang kategori umur 13-15 tahun, sebanyak 38 orang dengan usia 16-20 tahun, ada 147 orang usia 21-36 tahun dan ada sebanyak 139 orang kategori umur 37-55 tahun. Berdasarkan jenis kelamin, jumlah responden perempuan sebanyak 59.8% orang. Sedangkan responden laki-laki sebanyak 40.2%. Berdasarkan domisili, responden berdomisili Denpasar Selatan mendominasi sebanyak 37.1%. Berdasarkan pendidikan terakhir didominasi oleh responden dengan pendidikan SMA/Sederajat yaitu sebanyak 42.0%. Berdasarkan kategori pekerjaan, kategori Mahasiswa mendominasi sebanyak 33.3%. Berdasarkan kategori pengeluaran responden dengan pengeluaran Rp 1.000.000 – Rp 2.999.000 mendominasi sebanyak 39.9%.

#### **Deskripsi Hasil Uji Sikap Masyarakat Kota Denpasar Terhadap Informasi Bohong di *Facebook***

Temuan penelitian dibagi menjadi tiga dimensi, yaitu kognitif, afektif dan konatif. Tiga dimensi ini selanjutnya didistribusikan menjadi tujuh indikator, yakni dimensi kognatif meliputi pengetahuan tentang informasi bohong dan pengetahuan tentang penyebaran informasi bohong. Pada dimensi afektif dibagi menjadi dua

indikator, yaitu perasaan terhadap informasi bohong dan keingintahuan terhadap informasi bohong. Sedangkan pada dimensi konatif dibagi menjadi tiga indikator, yaitu membicarakan informasi bohong, menganalisis informasi bohong dan menyebarkan informasi bohong.

Tabel 1

Kognitif Masyarakat Kota Denpasar terhadap Informasi Bohong di *Facebook*

Dimensi	Indikator	Item	Skor Jawaban					Jumlah	Rata-rata	Total	Kategori
			1	2	3	4	5				
Kognitif	Pengetahuan	A1	9	2	39	94	204	1526	4.33	4.34	Sangat Baik/ Sangat Tinggi
		A2	8	22	57	248	1240	1575	4.52		
		A3	11	68	210	476	570	1335	3.83		
		A4	9	44	234	476	600	1363	3.91		
		A5	9	6	87	204	1280	1586	4.55		
	Pengetahuan tentang Penyebaran	B1	8	66	246	900.0	1125.0	2345	4.50		
		B2	1	20	144	192	1445	1802	4.79		

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa kognitif masyarakat Kota Denpasar terhadap informasi bohong di facebook sangat baik/sangat tinggi. Hal ini berarti masyarakat Kota Denpasar memiliki

pengetahuan yang sangat baik/sangat tinggi dalam menyikapi informasi bohong di facebook. Dapat dilihat dari rata-rata total dimensi kognitif yang mencapai 4.34.

Tabel 2

Afektif Masyarakat Kota Denpasar terhadap Informasi Bohong di *Facebook*

Dimensi	Indikator	item	Skor Jawaban					Jumlah	Rata-rata	Total	Kategori
			1	2	3	4	5				
Afektif	Keingintahuan	C1	27	26	234	324	745	1356	3.89	2.99	Cukup/Sedang
	Perasaan	D1	91	168	267	200	170	896	2.57		
		D2	96	192	207	192	195	882	2.53		

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa afektif masyarakat Kota Denpasar tergolong cukup/sedang. Hal ini menandakan rasa dan keingintahuan

masyarakat Kota Denpasar dalam menyikapi informasi bohong di *facebook* termasuk cukup/sedang. Dengan total rata-rata dimensi afektif masyarakat Kota Denpasar sebesar 2.99.

Tabel 3

Konatif Masyarakat Kota Denpasar terhadap Informasi Bohong di *Facebook*

Dimensi	Indikator	Item	Skor Jawaban					Jumlah	Rata-rata	Total	Kategori
			1	2	3	4	5				
Konatif	Menganalisa	E1	22	74	324	348	470	1238	3.55	3.17	Cukup/Sedang
		E2	16	86	207	432	560	1301	3.73		
		E3	11	24	213	396	775	1419	4.07		
		E4	16	56	255	384	615	1326	3.81		
	Membicarakan	F1	76	158	291	220	205	950	2.72		
		F2	50	106	309	200	460	1125	3.23		
		F3	58	176	366	132	235	967	2.77		
	Menyebarkan	G1	112	118	237	156	295	918	2.63		
		G2	158	150	228	76	100	712	2.04		

Diketahui bahwa konatif masyarakat Kota Denpasar termasuk kategori cukup/sedang. Hal ini dilihat dari rata-rata total sebesar 3.17. Rata-rata ini menandakan sikap masyarakat Kota

Denpasar tergolong cukup dalam menganalisa, membicarakan dan menyebarkan informasi bohong di *facebook*.

Tabel 4  
Akumulasi Skor Jawaban Responden Mengenai Sikap Informasi Bohong di *Facebook*

Dimensi	Total Skor Rata-rata	Skor Rata-rata Keseluruhan Sikap Masyarakat	Kategori
Kognitif	4.33	3.49	Baik/Tinggi
Afektif	2.99		
Konatif	3.17		

Tabel 4 menunjukkan bahwa masyarakat Kota Denpasar dikategorikan baik/tinggi dalam menyikapi informasi bohong di *facebook*. Hal tersebut dapat dilihat dari total skor rata-rata keseluruhan yang mencapai 3.49, artinya dapat dikategorikan baik/tinggi. Skor paling tinggi berada pada dimensi kognitif yaitu mencapai rata-rata 4.33 yang artinya tergolong sangat baik/sangat tinggi dalam aspek pengetahuan terhadap informasi bohong di *facebook*.

#### **Analisis Data**

Hasil penelitian menunjukkan masyarakat Kota Denpasar memiliki sikap yang baik/tinggi dalam menyikapi informasi bohong di *facebook*. Artinya, masyarakat Kota Denpasar memiliki kemampuan yang baik untuk memilah dan menerima informasi bohong di *facebook*. Dapat dilihat dari rata-rata total dimensi kognitif yang mencapai 4.34. Pada dimensi afektif dibagi menjadi dua indikator, yaitu perasaan terhadap informasi bohong dan keingintahuan terhadap informasi bohong. masyarakat Kota Denpasar memiliki rasa keingintahuan yang tidak terlalu tinggi terhadap informasi bohong di *facebook*. Masyarakat Kota Denpasar juga tidak banyak yang suka berkomentar tentang informasi bohong di *facebook* melalui status di beranda *facebook* atau di kolom komentar. Dimensi konatif dibagi menjadi tiga indikator, yakni membicarakan informasi bohong, menganalisa informasi bohong dan menyebarkan informasi bohong. Pada dimensi konatif masyarakat Kota Denpasar, indikator diukur melalui sembilan pernyataan. Hasil menunjukkan sikap masyarakat Kota Denpasar tergolong cukup dalam menganalisa, membicarakan dan menyebarkan informasi bohong di *facebook*.

Masyarakat Kota Denpasar tidak terlalu banyak melakukan tindakan ketika mengetahui ada informasi bohong di *facebook*. Masyarakat Kota Denpasar juga tidak banyak yang melaporkan penyebar informasi bohong di *facebook* baik kepada pihak *facebook* maupun kepada pihak yang berwajib.

## **5. PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Adapun kesimpulan pada penelitian ini yaitu:

- 1) Hasil penelitian menunjukkan masyarakat Kota Denpasar memiliki sikap yang baik/tinggi dalam menyikapi informasi bohong di *facebook*. Artinya, masyarakat Kota Denpasar mampu membedakan informasi bohong di *facebook*.
- 2) Masyarakat Kota Denpasar pengetahuan yang sangat baik/sangat tinggi dalam membedakan informasi bohong, mampu menjelaskan ciri-ciri informasi bohong di *facebook*, memahami keberadaan informasi bohong di *facebook*, serta memahami penyebaran informasi di *facebook* beragam.
- 3) Namun, masyarakat Kota Denpasar memiliki rasa keingintahuan yang tidak terlalu tinggi terhadap informasi bohong di *facebook*. Masyarakat Kota Denpasar juga tidak banyak yang suka berkomentar tentang informasi bohong di *facebook* melalui status di

beranda *facebook* atau di kolom komentar.

- 4) Masyarakat Kota Denpasar tidak terlalu banyak melakukan tindakan ketika mengetahui ada informasi bohong di *facebook*. Masyarakat Kota Denpasar juga tidak banyak yang melaporkan penyebar informasi bohong di *facebook* baik kepada pihak *facebook* maupun kepada pihak yang berwajib

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan penjabaran yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

- 1) Untuk masyarakat Kota Denpasar disarankan meningkatkan rasa keingintahuan terhadap informasi bohong di *facebook*. Rasa keingintahuan perlu ditingkatkan agar masyarakat dapat menelaah dengan baik beragam informasi yang berkembang di *facebook*. Khususnya dapat memilah informasi bohong yang berkembang di *facebook*.

Azwar, Saifuddin. 2012. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Liberty.

Bangun, Wilson. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana

Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group

Effendy, Onong Uchana. 2005. *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya

- 2) Bagi pihak Pemerintah Denpasar khususnya yang bergerak di bidang komunikasi dan informasi dan dinas terkait lainnya, disarankan agar dapat berbagi konten terkait bagaimana cara membedakan informasi bohong di *facebook*. Sehingga masyarakat dapat membedakan informasi yang patut disebar dan informasi mana yang tidak perlu dihiraukan melalui sosialisasi yang dilakukan oleh pihak pemerintah.

- 3) Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti penelitian ini, agar dapat meneruskan penelitian ini dengan menggunakan variabel-variabel lainnya.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

Fauzi, Ihsan Ali. dkk. 2019. *Buku Panduan Melawan Hasutan Kebencian*. Jakarta: Mafindo

Gilster, Paul. 1997. *Digital Literacy*. New York: Wiley

Haryanto, Ignatius. 2009. *Jurnalisme Era Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana

Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana

- Littlejohn, Stephen W. 2014. *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Rajawali Pers
- Nurudin. 2012. *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera
- Prajarto, Nunung. 2010. *Media Komunikasi Mengorbankan Siapa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Soekanto, Soerjono. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Wikan, Asmono. dkk. 2017. *Tren Pola Konsumsi Media di Indonesia Tahun 2017*. Jakarta: Serikat Perusahaan Pers
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana

#### Sumber Jurnal

- Astrini, Atik. 2017. *Hoax dan Banalitas Kejahatan Studi Pustaka tentang Fenomena Hoax dan Keterkaitannya dengan Banalitas Kejahatan*. Universitas Sebelas Maret Surakarta. E-Jurnal Transformasi, Vol. II, No. 32. <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Transformasi/article/view/1798>. Diakses pada 20 Januari 2019 pukul 11.57 WITA
- Marwan, M. Ravii; Ahyad. 2018. *Analisis Penyebaran Berita Hoax di Indonesia*. Universitas Gunadarma. [ravii.staff.gunadarma.ac.id/Publications/files/3552/ANALISIS+PENYEBARAN+BERITA+HOAX++DI+INDONESIA.pdf](http://ravii.staff.gunadarma.ac.id/Publications/files/3552/ANALISIS+PENYEBARAN+BERITA+HOAX++DI+INDONESIA.pdf). Diakses 31 Oktober 2018 pukul 15.27 WITA
- Rosmalinda, Ruri. 2017. *Fenomena Penyesatan Berita di Media Sosial*. Seskoad. [seskoad.mil.id/admin/file/artikel/Artikel\\_Rury3.pdf](http://seskoad.mil.id/admin/file/artikel/Artikel_Rury3.pdf). Diakses pada 27 November 2018 pukul 11.05 WITA
- Suyanto, Totok; Ketut Prasetyo; Ita Mardiani Zain; Iman Pasu Purba; Gading

- Gamaputra. 2018. *Persepsi Mahasiswa terhadap Kemunculan Berita Bohong di Media Sosial*. Universitas Negeri Surabaya. <https://journal.uny.ac.id/index.php/civics/index>. Diakses pada 23 November 2018 pukul 12.34 WITA

#### Sumber Internet:

- Anonim. 2017. *Angka Partisipasi Kasar Provinsi Bali Jenjang Pendidikan dan Jenis Kelamin*. Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. <https://bali.bps.go.id/dynamictable/2016/07/20/39/angka-partisipasi-kasar-apk-provinsi-bali-menurut-jenjang-pendidikan-dan-jenis-kelamin-2000-2017.html>. Diakses pada 15 November 2018 pukul 09.09 WITA
- Anonim. 2017. *Ini Ciri-ciri Hoax Menurut Ketua Dewan Pers*. Badan Nasional Penanggulangan Terorisme. <https://www.bnpt.go.id/ini-ciri-ciri-hoax-menurut-ketua-dewan-pers.html>. Diakses pada 11 Oktober 2018 pukul 21.10 WITA
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2017. *Komposisi Pengguna Internet Berdasar Usia*. APJII. <https://apjii.or.id/survei2017>. Diakses pada 4 Februari 2019 pukul 09.29 WITA
- Badan Pusat Statistika Provinsi Bali. 2018. *Penduduk Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota, Jenis Kelamin, dan Status Migrasi Seumur Hidup Hasil Sensus Penduduk 2010*. <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/02/15/37/penduduk-provinsi-bali-menurut-kabupaten-kota-jenis-kelamin-dan-status-migrasi-seumur-hidup-hasil-sensus-penduduk-2010.html>. Diakses pada 20 April 2019 Pukul 18.54 WITA
- Jamilah, El i. 2017. *New Media and Society*. Ebook. <http://www.mercubuana.ac.id>. Diakses pada 14 Januari 2019 Pukul 14.40 WITA
- Muhajir, Anton. 2012. *Inilah 10 Fakta Pengguna Internet Bali*. Sloka Institute. <https://balebengong.id/kabar/inilah-10-fakta-pengguna-internet-bali.html>. Diakses pada 10 November 2019 pukul 20.03 WITA.

Pratama, Aulia Bintang. 2016. *Ada 800 Ribu Situs Penyebar Hoax di Indonesia*. CNNIndonesia.  
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/2>

0161229170130-185-182956/ada-800-  
ribu-situs-penyebar-hoax-di-indonesia.  
Diakses pada 10 November 2018 pukul  
15.20 WITA