

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Allport, G. W. (1935). Attitudes. In C. Murchison (Ed.), *A handbook of social psychology*. Clark University Press.
- Akdon. (2008). *Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian Untuk Administrasi dan Manajemen*. Bandung: Dewa Ruchi.
- Amir, A., Hermawati, Y., Aziz, S., Setiawati, R., Khamidah, L., Nugroho, A., Zubair, I., & Soepratikno, S. (2024). *Peran media sosial dalam pembentukan opini publik*. Makassar: PT Nas Media Indonesia.
- Arianto, B., & Gozali. (2025). *Pengantar Theory of Planned Behavior*. Balikpapan: Borneo Novelty Publishing
- Asari, A., Juwita, R., Hasyim, M., Maturidi, A. J., Hilir, A., Halawa, K., Sari, P. K., Siregar, E. S., Hanika, I. M., Handayani, E. S., Arifin, & Pramudyo, G. N. (2023). *Literasi Media* (1st ed.). Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup
- Bakry, K., Milia, J., Santoso, R. Y., Asra, S., Hajuan, M. A., Maiwan, M., Sumardi, Retta, L. M., Mursyidin, Rahim, E., Raffiudin, R., & Judijanto, L. (2024). *Sistem Politik Indonesia* (1st ed.). Jambi: PT. Sonsepedia Publishing Indonesia.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian: Dilengkapi Analisis dengan NVIVO, SPSS, dan AMOS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dr. Riduwan, M. B. A. (2014). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian* (6th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Kathleen, T. (2009). *Literacy In A Digital World: Teaching and Learning in the Age of Information* (H. L. Kathryn, Ed.). Routledge.
- Mar'at. (1984). *Sikap Manusia Perubahan serta Pengukurannya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pratama, H. S. (2019). *Buku Panduan Berpikir Kritis Menghadapi Berita Palsu (Hoaks) di Media Sosial* (1st ed.). Jakarta: International NGO Forum on Indonesian Development (INFID).
- Purwanto. (2007). *Instrumen Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). *Theory of Planned Behavior Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace* (1st ed.). Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.

Sa'diyah, R., Lestari, S., Rahmasari, D., Marhayati, N., Kusmawati, A., & Nisa, P. K. (2018). *Peran Psikologi untuk Masyarakat* (1st ed.). Tangerang Selatan: UM Jakarta Press.

Silalahi, U. (2015). Metode Penelitian Sosial Kuantitatif. In *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan* (3rd ed.). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD* (3rd ed.). Bandung: Alfabeta.

Syaifuddin, L. H. (2017). *Melawan Hoax di Media Sosial & Media Massa* (1st ed.). Yogyakarta: Trustmedia Publishing.

Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Jurnal Ilmiah

Ajzen, I. (1991). *The Theory Of Planned Behavior*. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749%205978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749%205978(91)90020-T).

Amaly, N., & Armiah, A. (2021). Peran Kompetensi Literasi Digital Terhadap Konten Hoaks Dalam Media Sosial. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(2), 43. <https://doi.org/10.18592/Alhadharah.V20i2.6019>.

Arum Sekar, L., Amira Zahrani, & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>.

Asnaria, F. R., Muthali'in, A., Prasetyo, W. H., & Patmisari, P. (2022). The Role Of Digital Literacy Is The Spread Of Hoax On Instagram To Strengthen The Character Of Unity. *JED (Jurnal Etika Demokrasi)*, 7(3), 695–704. <https://doi.org/10.26618/Jed.V7i3.8084>.

Athifahputih, P. Y. R. (2022). Penegakan Hukum Terhadap Penyebaran Berita Hoax Di Lihat Dari Tinjauan Hukum. *Jurnal Hukum Dan Pembangunan Ekonomi*, 10(1).

Casmana, A. R., Timoera, D. A., Syafrudin, I., Putra, A. P., Oktawijaya, F., Santosa, F. H., & Kurniawati, A. (2022). An Analysis of Student Understanding

About Global Citizenship Education in Jakarta. *Proceeding The 2nd ICHELSS*.

Fardiah, D., Darmawan, F., & Rinawati, R. (2021). Hoax Digital Literacy On Instagram. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 6(2), 171–186. <https://doi.org/10.25008/Jkiski.V6i2.581>.

Fauzi, & Marhamah. (2021). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Pencegahan Informasi Hoaks pada Remaja di SMA Negeri 7 Kota Lhokseumawe. *Jurnal Pekommas*, 6(2), 77–84. <https://doi.org/10.56873/jpkm.v6i2.4271>.

Hakim, H. I., Polin, I., & Irwansyah, I. (2024). Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Dalam Masyarakat 5.0. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(23). <https://doi.org/10.5281/ZENODO.14564263>.

Herwanto, D. P., & Febrianti, D. (2025). Generasi Z Di Era Politik Digital: Bagaimana Media Sosial Membentuk Kecemasan Dan Antusiasme Dalam Pilkada Bogor 2024. *Kalbisocio, Jurnal Bisnis & Komunikasi*, 12(1), 196–205.

Hobbs, R. (1999). Measuring the Acquisition of Media Literacy Skills. *Journal of Broadcasting and Electronic Media International Reading Association*, 330-355.

Illahi, S. M. & Rita Gani. (2024). Hubungan Literasi Media Digital Dengan Penyebaran Hoax Di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 4(2), 183–188. <https://doi.org/10.29313/Jrjmd.V4i2.5042>.

Jabnabillah, F., & Margina, N. (2022). Analisis Korelasi Pearson Dalam Menentukan Hubungan Antara Motivasi Belajar Dengan Kemandirian Belajar Pada Pembelajaran Daring. *Jurnal Sintak*, 1(1), 16.

Japar, M., Hermanto, Muyaroah, S., Rita Susila, H., & Alfani, H. (2023). Digital Literacy-Based Multicultural Education through Civic Education in Indonesian Junior High Schools. *Journal of Social Studies Education Research Sosial Bilgiler Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 144, 328–349.

Juditha, C., & Darmawan, J. J. (2024). Komunikasi Politik Terkait Hoaks Pada Pemilu Presiden Indonesia 2024 Political Communication Related To Hoaxes In The 2024 Indonesian Presidential Election. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 28(2), 167–182. <https://doi.org/10.17933/Jskm.2024.5682>.

Laventia, F., Faizal, A., & Slamet, S. (2025). Pendidikan Politik Di Era Digital: Media Sosial Sebagai Katalis Atau Distorsi? *RIGGS: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(1), 423–427. <https://doi.org/10.31004/Riggs.V4i1.425>.

- Maiwan, M. (2014). Memahami Politik Globalisasi Dan Pengaruhnya Dalam Tata Dunia Baru: Antara Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Pamator*, 7(1), 1–10.
- Martina, C., Ricardo, C. Da S., & Ioana, A. (2021). *Digital Media Literacy Basics: Information Disorder And Disinformation In The Context Of Bosnia And Herzegovina*.
- Muarifillah, A., Qur'aini, Y., & Saswani, F. (2024). Penguatan Literasi Informasi; Bentuk Pencegahan Berita Hoax Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(4), 61–71. <https://doi.org/10.61722/Jmia.V1i4.1874>.
- Nabila, V., Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2025). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Literasi Politik Gen Z Pada Pilkada 2024 Di Kabupaten Garut. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 14(2), 269–285.
- Nurhaipah, T., & Ramallah, Z. (2024). Literasi Media Dalam Menangkal Informasi Hoaks Jelang Kontestasi Politik 2024. *Indonesian Journal Of Digital Public Relations (Ijdpr)*, 2(2), 100. <https://doi.org/10.25124/Ijdpr.V2i2.6834>.
- Potter, W. J. (2010). The State Of Media Literacy. *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 675–696. <https://doi.org/10.1080/08838151.2011.521462>.
- Qusyaeri, N. (2024). Mengasah Keterampilan Literasi Media; Menjadi Good Citizen Di Era Disrupsi Informasi. *Journal Of Islamic Social Science And Communication JISSC-DIKSI*, 3(1). <https://doi.org/10.54801/Jisscdiksi.V3i01.260>.
- Retnowati, E., & Darmawan, D. (2022). Peningkatan Kinerja Karyawan Ditinjau Dari Sikap Kerja Dan Penegakan Keadilan Organisasi. *ARBITRASE: Journal Of Economics And Accounting*, 3(2), 219–226. <https://doi.org/10.47065/Arbitrase.V3i2.490>.
- Simanjuntak, C. I., Khotimah, K., Afza, F. F., Rafiansyah, N. A., & Radianto, D. O. (2024). Analisis Hubungan Penggunaan Sosial Media Dengan Peran Mahasiswa Di Masyarakat. *Jurnal Sains Student Research*, 2(3), 29–36. <https://doi.org/10.61722/Jssr.V2i3.1238>.
- Sinamo, D. R., Gultom, G. M., & Sinurat, R. (2025). Media Dan Perubahan Sosial Studi Kasus: Tentang Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Politik Dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Politik. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 01(03), 223–230.
- Siregar, I. M., Nasution, H., & Azhar, A. A. (2025). Analisis Komparatif Sikap Memilih Terhadap Komunikasi Keberpihakan Community Social

Organization Antara Pemilih Pemula Dan Non-Pemula. *Jurnal Psychomutiara*, 8(1), 1–13.

Soelaiman, L., Puspitowati, I., & Selamat, F. (2022). Peran Model Panutan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Melalui Penerapan Teori Perilaku Terencana. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 320–329. <https://doi.org/10.24912/Jmieb.V6i2.20387>.

Susanti, M. (2024). Penguatan Literasi Media Digital Dalam Melawan Penyebaran Berita Hoax Terhadap Anak Dan Remaja. *Indonesian Journal Of Multidisciplinary Expertise (IJME): Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(2), 44–49.

Sya'diyah, K., & Anggraini, R. (2021). Pengaruh Literasi Media Terhadap Perilaku Penyebaran Hoax Di Kalangan Generasi Z. *Komunida : Media Komunikasi Dan Dakwah*, 7(2). <https://doi.org/10.35905/Komunida.V7i2>.

Tarigan, V., Asnawi, M., Rokan, M., Girsang, L., & Simbolon, N. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keterlibatan Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Gubernur Sumatera Utara 2024. *Locus: Jurnal Konsep Ilmu Hukum*, 4(3), 99–106. <https://doi.org/10.56128/Jkih.V4i3.399>.

Ummah, I. K., & Putri, P. I. D. (2024). Swipe & Scroll Bijak Melawan Hoaks Pemilu 2024 Di Sosial Media. *Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 38–51. <https://doi.org/10.51622/Pengabdian.V5i2.2238>.

Widyaputri, N., A.A. Suwu, E., & Tumiwa, J. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi Instagram Dalam Pemasaran Bisnis Online Shop Di Kota Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(2).

Yanti, D. Y., Rizqiana, S., Fadhilah, F. N. A., & Nisa, P. K. (2025). Propaganda Politik Dalam Media Sosial: Studi Kasus Penyebaran Hoaks Pilpres 2024 Di X. *Pema*, 5(2), 501–507.

Sumber Elektronik

Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. (2024). *Awas Hoaks! Nomor Urut Pasangan Capres dan Cawapres Berganti*. Diakses pada 20 Juni 2026. <https://www.komdigi.go.id/berita/pengumuman/detail/awas-hoaks-nomor-urut-pasangan-capres-dan-cawapres-berganti>.

Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. (2024). *Hoaks: KPU Susupkan 52 Juta Pemilih Pemilu 2024 dalam Daftar Pemilih Sementara*. Diakses pada 20 Juni 2026. <https://www.komdigi.go.id/berita/berita-komdigi/detail/hoaks-kpu-susupkan-52-juta-pemilih-pemilu-2024-dalam-daftar-pemilih-sementara>.

Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. (2024). *Hoaks: Pemilu 2024 Ditunda dan Prabowo-Gibran Didiskualifikasi*. Diakses pada 20 Juni

2026. <https://www.komdigi.go.id/berita/berita-komdigi/detail/hoaks-pemilu-2024-ditunda-dan-prabowo-gibran-didiskualifikasi>.

Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. (2019). *Permainan politik era digital itu bernama hoaks*. Diakses pada 20 Juni 2026. <https://www.komdigi.go.id/berita/artikel/detail/permainan-politik-era-digital-itu-bernama-hoaks>.

Luqman, M. (2025). *Literasi media: Tujuan, manfaat dan urgensi bagi mahasiswa*. Diakses 24 Februari 2026. <https://share.google/zgkHYl3pqdDjsvL5>.

Masyarakat Antifitnah Indonesia. (2024). *Siaran Pers Mafindo: Hoaks Politik Meningkatkan Tajam Jelang Pemilu 2024, Ganggu Demokrasi Indonesia*. Diakses 17 Oktober 2025. [https://Mafindo.Or.Id/2024/02/02/Siaran-Pers-Mafindo-Hoaks Politik-Meningkat-Tajam-Jelang-Pemilu-2024-Ganggu-Demokrasi Indonesia/](https://Mafindo.Or.Id/2024/02/02/Siaran-Pers-Mafindo-Hoaks-Politik-Meningkat-Tajam-Jelang-Pemilu-2024-Ganggu-Demokrasi-Indonesia/).

Suara.com. (2024). *Anies Baswedan Jadi Sasaran Utama Hoaks Pemilu 2024 Terbanyak*. Diakses pada 20 Juni 2026. <https://www.suara.com/tekno/2024/02/02/121755/anies-baswedan-jadi-sasaran-utama-hoaks-pemilu-2024-terbanyak>.

We are Social. (2025). *Hootsuite (We Are Social): Digital 2026: Tren Digital dan Media Sosial Teratas di Indonesia*. Diakses 15 Januari 2026. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in-indonesia/>.

