



Kampanye Literasi Digital “Think Before You Share” Sebagai Upaya Pencegahan Penyebaran Hoaks Pada Siswa SMK Negeri 21 Jakarta

Riska Ramdani¹, Rahmat Hidayat², Amelia Damayanti³, Muhammad Adam Gilbran⁴, Himawan Royandi⁵, Rangga Permana⁶, Wiwin Winarsih⁷, Alfret Hukunala⁸, Hestia Ningsih Wance⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Universitas Ibnu Chaldun Jakarta

Correspondent Email: riska.ramdani@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi digital siswa SMK Negeri 21 Jakarta melalui kampanye “Think Before You Share: Bijak Bermedia Sosial, Cegah Hoaks”. Kegiatan dilatarbelakangi tingginya intensitas penggunaan media sosial di kalangan generasi muda dan risiko penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, termasuk hoaks serta penipuan digital. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan deskriptif-partisipatif melalui tahap persiapan, pelaksanaan kampanye, dan evaluasi. Kegiatan luring dilaksanakan melalui presentasi interaktif, diskusi, studi kasus, tanya jawab, kuis, dan penyampaian pesan ajakan. Penguatan pesan dilakukan secara daring melalui poster media sosial, konten video kampanye, dokumentasi kegiatan, dan publikasi berita pada laman Universitas Ibnu Chaldun Jakarta. Kegiatan diikuti sekitar 30 siswa. Hasil pelaksanaan menunjukkan antusiasme dan keterlibatan peserta yang tinggi, ditunjukkan melalui keaktifan dalam diskusi, pengajuan pertanyaan, analisis contoh informasi, dan partisipasi dalam kuis. Peserta juga menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya memeriksa sumber dan melakukan cek fakta sebelum membagikan informasi. Studi kasus unggahan palsu mengenai Program Makan Bergizi Gratis digunakan untuk melatih proses verifikasi informasi. Kegiatan ini menunjukkan bahwa kombinasi komunikasi tatap muka yang partisipatif dan penguatan pesan melalui media digital dapat menjadi pendekatan edukatif yang relevan bagi literasi digital remaja. Evaluasi kegiatan masih bersifat deskriptif sehingga dampak jangka panjang dan perubahan pengetahuan secara kuantitatif belum dapat diukur.

Kata Kunci: hoaks, kampanye edukasi, literasi digital, media sosial,

Abstract

This community service activity aimed to strengthen the digital literacy of students at SMK Negeri 21 Jakarta through the campaign “Think Before You Share: Bijak Bermedia Sosial, Cegah Hoaks”. The activity was motivated by the intensive use of social media among young people and the risks associated with unverified information, including hoaxes and digital scams. A descriptive-participatory approach was applied through preparation, campaign implementation, and evaluation stages. The offline component consisted of interactive presentations, discussions, a case study, question-and-answer sessions, quizzes, and a call to action. The message was reinforced online through social media posters, campaign video content, activity documentation, and news publication on the Universitas Ibnu Chaldun Jakarta website. Approximately 30 students participated in the activity. The results indicated high enthusiasm and participation, reflected in active discussion,

questions, information analysis, and quiz participation. Participants also demonstrated better understanding of the importance of checking sources and verifying information before sharing it. A case study of a false post regarding Program Makan Bergizi Gratis was used to practice information verification. The activity suggests that combining participatory face-to-face communication with digital message reinforcement can provide a relevant educational approach to adolescent digital literacy. However, the evaluation was descriptive; therefore, long-term effects and quantitative changes in knowledge could not be established.

Keywords: digital literacy, educational campaign, hoax, social media.

Accepted Date: 15 Agustus 2026

Publish Date: 30 Agustus 2026

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat memperoleh, memproduksi, dan mendistribusikan informasi. Media sosial tidak lagi hanya digunakan untuk berinteraksi, tetapi juga menjadi ruang utama untuk mencari informasi, mengikuti isu aktual, dan membagikan konten. DataReportal (2025) mencatat sekitar 143 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2025, setara dengan 50,2% populasi (DataReportal 2025). Besarnya ekosistem digital tersebut memperlihatkan bahwa media sosial memiliki posisi strategis dalam pembentukan kebiasaan informasi masyarakat, termasuk generasi muda.

Di sisi lain, kemudahan produksi dan distribusi informasi juga meningkatkan peluang beredarnya informasi palsu. Tandoc et al. (2018) menunjukkan bahwa istilah fake news mencakup beragam bentuk, antara lain fabrikasi, manipulasi, propaganda, satire, dan parodi (Tandoc, Lim, and Ling 2018). Dalam praktik sehari-hari, persoalan utama bagi pengguna bukan hanya mengenali label “hoaks”, tetapi menilai kredibilitas sumber, memeriksa konteks, membandingkan informasi, dan menahan diri sebelum melakukan redistribusi.

Kemampuan tersebut menjadi penting bagi remaja karena kelompok usia ini merupakan pengguna aktif media digital. Rico dan Sulistyowati (2024) menunjukkan bahwa literasi digital berperan penting dalam membantu remaja menyaring informasi secara cermat dan kritis ketika menghadapi penyebaran berita hoaks (Rico and Fadjarini Sulistyowati 2024). Bahri (2021) juga menekankan pentingnya aspek kognitif dan sikap kritis dalam literasi digital untuk menghadapi informasi yang menyesatkan di media sosial (B.Saiful 2021).

Literasi informasi tidak berhenti pada kemampuan menggunakan perangkat digital. Jones-Jang et al. (2021) menemukan bahwa information literacy berhubungan dengan kemampuan yang lebih baik dalam mengidentifikasi berita palsu (Jones-Jang, Mortensen, and Liu 2021). Temuan lain menunjukkan bahwa intervensi literasi media digital dapat meningkatkan kemampuan membedakan berita arus utama dan berita palsu (Guess et al. 2020). Namun, literasi digital juga perlu mencakup dimensi etika dan tanggung jawab. Muannas dan Mansyur (2020) menekankan pentingnya nilai moral dalam model literasi digital, terutama karena perilaku pengguna ketika menerima dan mendistribusikan informasi dapat memperluas dampak negatif konten digital (Mansyur 2022).

Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, pendekatan edukasi langsung kepada remaja telah digunakan untuk membangun kemampuan mengenali hoaks. Jusnita

dan Ali (2022), misalnya, menggunakan ceramah, diskusi, dan simulasi untuk memberikan edukasi literasi digital kepada remaja (Jusnita and Ali 2022). Kegiatan tersebut menunjukkan bahwa metode partisipatif dapat membantu peserta mengenali konten bermasalah. Berdasarkan kebutuhan tersebut, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta melaksanakan kampanye "*Think Before You Share: Bijak Bermedia Sosial, Cegah Hoaks*" di SMK Negeri 21 Jakarta.

Kampanye dirancang bukan sekadar sebagai penyampaian materi, tetapi sebagai proses komunikasi persuasif yang mendorong peserta berhenti sejenak sebelum membagikan informasi. Pesan utama kampanye adalah melakukan cek fakta melalui sumber terpercaya, melindungi data pribadi, dan mempertimbangkan apakah informasi layak dibagikan. Dengan demikian, kegiatan ini diarahkan untuk menggabungkan edukasi, partisipasi, dan ajakan perilaku dalam satu rangkaian komunikasi.

Tujuan kegiatan adalah: (1) meningkatkan pemahaman siswa mengenai bahaya hoaks; (2) memberikan keterampilan dasar untuk memverifikasi informasi; (3) meningkatkan kesadaran mengenai keamanan data pribadi dan penipuan digital; dan (4) mendorong penerapan prinsip "*Think Before You Share*" dalam penggunaan media sosial. Kegiatan juga diharapkan memperkuat sinergi perguruan tinggi dan sekolah melalui bentuk pengabdian yang relevan dengan kebutuhan literasi digital remaja.

Tinjauan Literatur

Literasi Digital dan Kemampuan Verifikasi Informasi

Literasi digital dalam kegiatan ini dipahami sebagai kemampuan menggunakan media digital secara kritis, bertanggung jawab, dan etis, termasuk kemampuan mengevaluasi informasi sebelum mengambil tindakan. Dalam konteks hoaks, kemampuan evaluasi informasi menjadi penting karena informasi yang salah dapat dikemas menyerupai informasi yang kredibel. Jones-Jang et al. (2021) menunjukkan bahwa information literacy memiliki keterkaitan dengan kemampuan mengenali fake news (Jones-Jang et al. 2021), sedangkan Guess et al. (2020) menemukan bahwa intervensi literasi media digital dapat memperkuat kemampuan membedakan berita yang benar dan palsu (Guess et al. 2020).

Di Indonesia, kebutuhan tersebut semakin relevan karena media sosial merupakan salah satu saluran penting dalam sirkulasi informasi. Juditha (2019) menunjukkan bahwa agenda penyebaran hoaks di media sosial dibentuk oleh perhatian dan aktivitas pengguna, sehingga pengguna bukan hanya penerima informasi tetapi juga aktor yang dapat memperluas jangkauan suatu isu (Juditha 2019). Karena itu, edukasi literasi digital perlu menempatkan pengguna sebagai bagian dari solusi, bukan hanya sebagai pihak yang harus dilindungi.

Hoaks, Misinformasi, dan Tanggung Jawab Pengguna

Tandoc et al. (2018) menjelaskan bahwa fake news merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai bentuk informasi yang memiliki tingkat faktualitas dan unsur penipuan yang berbeda (Tandoc et al. 2018). Keragaman tersebut membuat pengguna membutuhkan proses penilaian, bukan sekadar mengandalkan kesan awal atau popularitas suatu unggahan. Pennycook dan Rand (2021) juga menunjukkan pentingnya

perhatian terhadap akurasi dan proses penalaran ketika berhadapan dengan informasi palsu (Pennycook and Rand 2021).

Selain aspek kognitif, perilaku berbagi informasi memiliki dimensi etis. Muannas dan Mansyur (2020) menekankan bahwa literasi digital perlu memasukkan moral value karena persoalan komunikasi digital tidak hanya terkait benar atau salahnya informasi, tetapi juga bagaimana pengguna bertindak terhadap informasi tersebut (Mansyur 2022). Oleh sebab itu, kampanye ini menekankan prinsip menunda tindakan berbagi sampai informasi dinilai cukup kredibel dan bermanfaat.

Komunikasi Partisipatif dalam Edukasi Literasi Digital

Kegiatan pengabdian yang menyasar remaja membutuhkan metode yang memungkinkan peserta menghubungkan materi dengan pengalaman sehari-hari. Jusnita dan Ali (2022) menunjukkan bahwa ceramah, diskusi, dan simulasi dapat digunakan dalam edukasi literasi digital kepada remaja (Jusnita and Ali 2022). Pendekatan tersebut menjadi dasar pemilihan presentasi interaktif, diskusi, studi kasus, dan kuis dalam kegiatan ini. Penguatan melalui media daring juga digunakan agar pesan kampanye tidak berhenti pada ruang kelas, tetapi dapat disebarluaskan kembali melalui media yang dekat dengan keseharian peserta.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif-partisipatif. Pendekatan tersebut digunakan untuk menggambarkan proses pelaksanaan kampanye dan respons peserta terhadap materi yang diberikan. Data kegiatan diperoleh melalui observasi selama pelaksanaan, dokumentasi foto dan konten digital, interaksi tanya jawab, hasil kuis, serta umpan balik peserta yang dihimpun secara informal. Karena tidak tersedia instrumen pre-test dan post-test dalam laporan kegiatan, hasil tidak diposisikan sebagai pengukuran peningkatan pengetahuan secara statistik.

Kegiatan dilaksanakan pada 20 Juli 2025 di SMK Negeri 21 Jakarta, Jalan Balikpapan No. 26, Petojo Utara, Kecamatan Gambir, Jakarta Pusat. Sasaran kegiatan adalah siswa usia sekitar 15–18 tahun dan pengguna aktif media sosial. Kegiatan tersebut diikuti sekitar 30 siswa.

Tahapan pelaksanaan terdiri atas tiga tahap. Pertama, tahap persiapan meliputi koordinasi dengan pihak sekolah, penyusunan materi, pembuatan presentasi, poster, video kampanye, dan pembagian tugas tim. Kedua, tahap pelaksanaan luring meliputi pembukaan, penyampaian materi literasi digital, hoaks dan keamanan data pribadi, diskusi, studi kasus, tanya jawab, kuis, pemberian hadiah, penulisan kesan dan pesan, serta penutupan. Ketiga, tahap penguatan daring dilakukan melalui unggahan poster, konten kampanye pada Instagram, video kampanye/TikTok atau Reels, dokumentasi, serta publikasi berita kegiatan melalui website Universitas Ibnu Chaldun Jakarta.

Materi kampanye mencakup pengertian dan jenis hoaks, penyebab penyebaran, dampak sosial, cara memeriksa sumber, pentingnya membandingkan informasi dengan sumber kredibel, keamanan data pribadi, serta kewaspadaan terhadap modus penipuan

digital. Pesan kampanye diringkas dalam prinsip *THINK (True, Helpful, Inspiring, Necessary, Kind)* sebagai mnemonic yang digunakan tim untuk membantu peserta mengingat pertanyaan sebelum membagikan konten. Prinsip tersebut diposisikan sebagai perangkat edukasi kampanye, bukan sebagai model akademik yang telah tervalidasi.

Strategi komunikasi menggunakan empat pendekatan, yaitu rasional melalui fakta dan contoh, edukatif melalui penyampaian materi, partisipatif melalui diskusi dan studi kasus, serta *call to action* melalui ajakan "*Think Before You Share*". Studi kasus unggahan mengenai Program Makan Bergizi Gratis (MBG) yang disebut terkontaminasi bangkai ular digunakan untuk melatih peserta menelusuri sumber dan mencari klarifikasi dari sumber resmi.

Tahap	Aktivitas	Media	Output
Persiapan	Koordinasi sekolah, penyusunan materi, poster, video, dan pembagian tugas	PPT, poster, media sosial	Materi dan perangkat kampanye
Pelaksanaan luring	Presentasi, diskusi, studi kasus, tanya jawab, kuis, refleksi	PPT, contoh informasi, kuis	Pemahaman dan partisipasi peserta
Penguatan daring	Publikasi poster, video, dokumentasi, dan berita kegiatan	Instagram, TikTok/Reels, website	Pesan kampanye tersebar lebih luas
Evaluasi	Observasi respons, tanya jawab, kuis, kesan-pesan	Catatan dan dokumentasi	Umpan balik kegiatan

Table 1, Tahapan dan bentuk kegiatan





Gambar 1, Pelaksanaan kampanye edukasi secara luring di SMK Negeri 21 Jakarta



Gambar 2, Poster kampanye "Think Before You Share" sebagai media penguatan pesan secara daring.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan Kampanye Luring

Kegiatan luring berlangsung dalam suasana interaktif dan melibatkan sekitar 30 siswa. Rangkaian kegiatan dimulai dengan pembukaan dan pengenalan, dilanjutkan dengan penyampaian materi tentang literasi digital, hoaks, verifikasi informasi, dan keamanan data pribadi. Setelah pemaparan, peserta diberi ruang untuk bertanya dan mendiskusikan pengalaman mereka ketika menerima informasi melalui media sosial.

Publikasi resmi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta melaporkan bahwa peserta menunjukkan antusiasme tinggi, aktif mengikuti diskusi, mengajukan pertanyaan, serta terlibat dalam analisis contoh berita untuk membedakan fakta dan hoaks. Salah satu peserta juga menyampaikan bahwa kegiatan membantu memahami cara membedakan informasi benar dan hoaks serta pentingnya memeriksa sumber terpercaya sebelum membagikan informasi. Temuan lapangan tersebut memperlihatkan bahwa materi yang dikemas melalui contoh konkret dan interaksi langsung lebih mudah dihubungkan dengan pengalaman bermedia sosial peserta.

Penggunaan studi kasus menjadi bagian penting dari strategi kampanye. Peserta tidak hanya diminta mendengar definisi hoaks, tetapi diajak memeriksa sebuah unggahan yang pernah ramai diperbincangkan. Dalam kasus unggahan mengenai MBG, peserta diarahkan untuk tidak langsung percaya pada judul atau unggahan, tetapi menelusuri

sumber dan mencari klarifikasi dari sumber resmi. Strategi ini sejalan dengan Jones-Jang et al. (2021) yang menempatkan kemampuan informasi sebagai salah satu aspek penting dalam pengenalan berita palsu (Jones-Jang et al. 2021).

Kuis pada akhir sesi berfungsi sebagai evaluasi formatif sekaligus penguatan pesan. Format kuis membuat proses evaluasi tidak terasa seperti tes formal dan membantu pemateri melihat respons peserta terhadap materi. Meskipun hasil kuis tidak dicatat dalam bentuk skor individual, partisipasi peserta memberikan indikator kualitatif mengenai keterlibatan mereka selama kegiatan.

Penguatan Kampanye melalui Media Daring

Komponen daring digunakan sebagai perpanjangan pesan kampanye. Poster dan konten media sosial dibuat dengan pesan singkat mengenai pentingnya memeriksa informasi, menjaga data pribadi, dan tidak terburu-buru melakukan sharing. Dokumentasi kegiatan juga dipublikasikan melalui media sosial tim dan website Universitas Ibnu Chaldun Jakarta. Dengan demikian, kampanye tidak berhenti pada komunikasi tatap muka, tetapi memiliki jejak digital yang dapat diakses kembali.

Penggunaan media sosial sebagai saluran penguatan pesan relevan dengan karakteristik ekosistem informasi saat ini. DataReportal (2025) menunjukkan besarnya jumlah identitas pengguna media sosial di Indonesia, sementara data penggunaan platform menunjukkan WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok termasuk platform yang banyak digunakan (DataReportal 2025). Dalam konteks remaja, penguatan pesan melalui media yang mereka gunakan sehari-hari berpotensi memperpanjang paparan terhadap pesan edukatif.

Strategi kombinasi luring dan daring juga dapat dipahami sebagai bentuk integrasi komunikasi interpersonal dan komunikasi bermedia. Interaksi langsung memungkinkan pemateri memberikan klarifikasi segera, sedangkan konten digital memungkinkan pesan dikonsumsi ulang dan dibagikan secara lebih luas. Pola ini mendukung prinsip bahwa literasi digital bukan hanya kemampuan menerima informasi, tetapi juga kemampuan bertindak secara bertanggung jawab sebagai pengguna dan produsen konten.

Dampak dan Respons Peserta

Berdasarkan observasi dan dokumentasi kegiatan, dampak yang paling terlihat adalah meningkatnya keterlibatan peserta dalam pembahasan tentang hoaks, cek fakta, dan keamanan data pribadi. Peserta tidak hanya menerima materi, tetapi terlibat dalam proses analisis informasi. Respons positif tersebut konsisten dengan temuan kegiatan pengabdian sebelumnya yang menggunakan metode edukasi, diskusi, dan simulasi dalam membangun literasi digital remaja (Jusnita and Ali 2022).

Namun demikian, hasil kegiatan perlu dibaca secara proporsional. Kegiatan ini belum menggunakan desain pre-test dan post-test, sehingga tidak dapat menyatakan besaran peningkatan pengetahuan secara statistik. Hasil yang dapat didukung oleh data kegiatan adalah adanya respons positif, partisipasi aktif, pemahaman yang ditunjukkan melalui diskusi dan studi kasus, serta pernyataan peserta mengenai manfaat kegiatan. Keterbatasan tersebut menjadi dasar rekomendasi agar kegiatan berikutnya menggunakan instrumen pengukuran sederhana sebelum dan sesudah kampanye.

Dari sisi pengabdian, kegiatan ini memberikan manfaat bagi tiga kelompok. Bagi siswa, kegiatan memberikan pengetahuan praktis untuk menilai informasi dan menjaga data pribadi. Bagi sekolah, kegiatan menjadi tambahan aktivitas literasi digital yang

kontekstual. Bagi mahasiswa, kegiatan menjadi pengalaman menerapkan komunikasi persuasif, pengelolaan kampanye, public speaking, produksi konten, dan kerja tim. Sinergi perguruan tinggi dan sekolah juga memperlihatkan bahwa literasi digital dapat dikembangkan melalui kegiatan pengabdian yang dekat dengan kehidupan sehari-hari peserta.

Pembahasan Strategi Komunikasi

Kampanye *"Think Before You Share"* memiliki kekuatan pada penyederhanaan pesan. Alih-alih menyampaikan larangan "jangan menyebarkan hoaks" secara abstrak, kampanye memberikan pertanyaan yang dapat digunakan sebelum melakukan sharing: apakah informasi benar, bermanfaat, diperlukan, menginspirasi, dan disampaikan dengan cara yang baik. Pesan semacam ini dapat membantu mengubah isu literasi digital yang luas menjadi tindakan sederhana yang dapat dilakukan pengguna.

Pendekatan rasional tampak melalui penyampaian definisi, jenis, dampak, dan teknik verifikasi. Pendekatan edukatif hadir melalui materi dan contoh. Pendekatan partisipatif diterapkan melalui diskusi, studi kasus, dan kuis. Sementara itu, *call to action* mengarahkan peserta pada perilaku spesifik, yaitu berhenti sejenak, memeriksa sumber, melindungi data pribadi, dan baru kemudian memutuskan apakah informasi layak dibagikan.

Secara konseptual, desain tersebut sejalan dengan literatur yang menempatkan kemampuan mengevaluasi informasi sebagai komponen penting dalam menghadapi misinformation (Jones-Jang et al. 2021). Kampanye juga memperluas pesan dari sekadar akurasi informasi menuju tanggung jawab komunikasi, sebagaimana pentingnya dimensi moral dalam literasi digital (Mansyur 2022)

Kesimpulan

Kampanye literasi digital *"Think Before You Share: Bijak Bermedia Sosial, Cegah Hoaks"* di SMK Negeri 21 Jakarta telah terlaksana melalui kombinasi komunikasi luring dan penguatan pesan daring. Kegiatan melibatkan sekitar 30 siswa dan menggunakan presentasi interaktif, diskusi, studi kasus, tanya jawab, kuis, serta media poster dan konten digital. Hasil observasi dan dokumentasi menunjukkan antusiasme peserta yang tinggi dan keterlibatan aktif dalam membahas cara membedakan informasi yang benar dan hoaks.

Kegiatan menunjukkan bahwa edukasi literasi digital bagi remaja lebih relevan ketika materi dikaitkan dengan contoh yang dekat dengan pengalaman media sosial dan disampaikan secara partisipatif. Integrasi media luring dan daring juga memungkinkan pesan edukasi diperkuat dan disebarluaskan kembali. Meski demikian, karena evaluasi belum menggunakan pre-test dan post-test, kegiatan ini belum dapat memberikan bukti kuantitatif mengenai peningkatan pengetahuan. Kegiatan selanjutnya disarankan menggunakan instrumen evaluasi sebelum dan sesudah kampanye, memperluas jumlah peserta, serta melakukan tindak lanjut untuk melihat apakah prinsip *"Think Before You Share"* benar-benar diterapkan dalam perilaku bermedia sosial.

Daftar Pustaka

- B.Saiful. 2021. "Literasi Digital Menangkal Hoaks Covid-19 Di Media." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10(1):16–28.
- DataReportal. 2025. *Digital 2025: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>.
- Guess, Andrew M., Michael Lerner, Benjamin Lyons, Jacob M. Montgomery, Brendan Nyhan, Jason Reifler, and Neelanjan Sircar. 2020. "A Digital Media Literacy Intervention Increases Discernment between Mainstream and False News in the United States and India." *Proceedings of the National Academy of Sciences* 117(27):15536–45. doi:10.1073/pnas.1920498117.
- Jones-Jang, S. Mo, Tara Mortensen, and Jingjing Liu. 2021. "Does Media Literacy Help Identification of Fake News? Information Literacy Helps, but Other Literacies Don't." *American Behavioral Scientist* 65(2):371–88. doi:10.1177/0002764219869406.
- Juditha, Christiany. 2019. "Agenda Setting Penyebaran Hoaks Di Media Sosial." *Jurnal Penelitian Komunikasi* 22(2):155–68. doi:10.20422/jpk.v22i2.669.
- Jusnita, Naniek, and Silvani Umar Ali. 2022. "Penyuluhan Literasi Digital Anti Hoax, Bullying, Dan Ujaran Kebencian Pada Remaja Di Kota Ternate." *ABSARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 3(2):177–86. doi:10.29408/ab.v3i2.6440.
- Mansyur, Muhammad. 2022. "Digital Literacy Model to Counter Hate Speech on Social Media." *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi* 22(2):125–42. <http://dx.doi.org/10.33164/iptekkom.22.2.2020.125-142>.
- Pennycook, Gordon, and David G. Rand. 2021. "The Psychology of Fake News." *Trends in Cognitive Sciences* 25(5):388–402. doi:10.1016/j.tics.2021.02.007.
- Rico, Ewaldus Rico Oktavian, and FADJARINI SULISTYOWATI. 2024. "PERAN LITERASI DIGITAL REMAJA DALAM MENGHADAPI PENYEBARAN BERITA HOAKS." *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan* 3(1):38–46. doi:10.47431/jkp.v3i1.401.
- Tandoc, Edson C., Zheng Wei Lim, and Richard Ling. 2018. "Defining 'Fake News.'" *Digital Journalism* 6(2):137–53. doi:10.1080/21670811.2017.1360143.