

SOSIALISASI PENCEGAHAN PENYEBARAN BERITA HOAKS DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP IBU-IBU ANGGOTA IKATAN MASYARAKAT KOTO TANGAH (IMKT) MEDAN

Zetria Erma^{1*}, Dewi Robiyanti², Asmaiyani³, Ismayani⁴, Saima Rambe⁵

^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum UPMI Medan

⁵Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Administrasi UPMI Medan

*Penulis Korespondensi : zetriaermaupmi2018@gmail.com

Abstrak

Tujuan kegiatan ini adalah untuk menambah pengetahuan, wawasan dan sikap ibu-ibu anggota IMKT agar lebih bijak dan berhati-hati dalam menerima informasi dan menyebarkan informasi dalam penggunaan media sosial terutama yang berhubungan dengan penyebaran berita hoaks. Peserta sosialisasi diberikan penyuluhan dengan pemberian materi dalam bentuk modul yang berisi tentang ruang lingkup dan dampak penyebaran berita hoaks, cara mengatasi penyebaran berita hoaks serta penegakan hukum terutama yang berhubungan dengan pelanggaran terhadap penyebarannya dalam penggunaan media sosial. Untuk pendalaman materi peserta sosialisasi juga diberi kesempatan untuk bertanya mengenai penyebaran berita hoaks yang sering dijumpai dalam media sosial yang sering dipakai yaitu whatsapp, instagram, facebook. Kegiatan sosialisasi telah memberikan pengaruh yang besar terhadap pengetahuan dan wawasan ibu-ibu anggota IMKT tentang penyebaran berita hoaks dalam media sosial dan sanksi terhadap pelanggarannya yang diatur dalam UU No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Kata Kunci: *Sosialisasi, Hoaks, Media Sosial*

Abstrack

The purpose of this activity is to increase the knowledge, insight and attitude of IMKT members so that they are wiser and more careful in receiving information and disseminating information in the use of social media, especially those related to the spread of hoax news. Socialization participants were given counseling by providing material in the form of modules containing the scope and impact of spreading hoax news, how to overcome the spread of hoax news and law enforcement, especially those related to violations of its distribution in the use of social media. For deepening the material, participants in the socialization were also given the opportunity to ask questions about the spread of hoax news that are often found in social media that are often used, namely whatsapp, instagram, facebook. The socialization activities have had a great influence on the knowledge and insight of the women of IMKT regarding the spread of hoax news in social media and the sanctions for violations regulated in Law no. 19 of 2016 concerning amendments to Law no. 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions.

Keywords: *Socialization, Hoax, Social Media*

1. PENDAHULUAN

Informasi adalah kebutuhan pokok manusia dalam berinteraksi dengan manusia lain dalam rangka pemenuhan berbagai macam

kebutuhan hidup. Pesatnya perkembangan teknologi saat ini menjadikan informasi terutama informasi baru bisa diakses kapanpun dan dimanapun berada dan penyebarannya sangat

cepat. Kemudahan itu diikuti dengan semakin majunya dunia digital dalam penggunaan komputer, *laptop*, *handphone* atau *smartphone* yang memakai internet dalam berkomunikasi secara *online* melalui media sosial. Media sosial pada hakekatnya merupakan sebuah teknologi yang memungkinkan individu maupun kelompok untuk saling berbagi, berkomunikasi, berkumpul, berkolaborasi dan bermain. Media sosial merupakan media yang paling efektif dalam penyebaran informasi kepada publik. Tidak hanya itu, media sosial juga menyediakan cara cepat untuk menyampaikan informasi atau pendapat sepihak tanpa kemampuan untuk memverifikasi keasliannya berita yang disampaikan (Siddiqu & Singh, 2016). Konten media sosial berpusat pada *user*, dimana konten yang dihasilkan dari pemikiran dan gagasan yang ditulis oleh pengguna media sosial. Bukan dari editor apalagi dari pihak ketiga yang memfiltrasi dari konten yang dipublikasi, kekuatan ini yang disebut *user generated content* (UGC) (Annisa dkk, 2021). Keefektifannya karena tidak perlu didistribusikan lagi ke publik secara fisik, cukup hanya dengan memiliki akses internet (Annisa dkk, 2021). Keadaan ini menyebabkan dunia seperti tidak ada batasnya. Internet sangat berperan dalam menyediakan ruang bagi banyak orang untuk berkumpul terkait minat dan narasi yang sama melalui media sosial (Mossey dkk, 2019). Internet juga memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di internet, nilai-nilai dalam masyarakat virtual, sampai pada struktur sosial secara *online* (Munzaimah & Fatma, 2020).

Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191 juta pada Januari 2022. Jumlah itu naik 12,35% dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 170 juta orang. Adapun *whatsapp* menjadi media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia dimana persentasenya mencapai 88,7%. Setelah itu ada *instagram* dan *facebook* dengan persentase masing-masing sebesar 84,8% dan 81,3%. Sementara, proposi pengguna *tiktok* dan *telegram* berturut-turut sebesar 63,1% dan 62,8% (dataindonesia.id, 2022). Pengguna media sosial terdiri dari berbagai kalangan dalam masyarakat dari orang tua sampai anak-anak. Bahkan bagi kalangan tertentu penggunaannya sudah cenderung pada kebutuhan dan gaya hidup. Ibu-ibu di Indonesia menghabiskan waktu sampai 3 (tiga) jam dalam bermedia sosial (katadata.co.id, 2022).

Informasi yang diterima melalui media sosial dengan begitu mudah dan cepat mempunyai pengaruh positif dan negatif bagi masyarakat penggunanya. Pengaruh positifnya adalah sebagian besar masyarakat Indonesia dapat

mengakses informasi yang semakin luas dan tanpa batas, lebih efisien dan efektif. Sedangkan pengaruh negatifnya adalah terjadinya kecanduan bagi penggunanya yang mengakibatkan berkembangnya sifat individualisme, konsumerisme, materialisme hingga anti sosial (*phubbing*). Pengaruh lain adalah semakin banyaknya informasi yang tidak baik seperti fitnah dan berita bohong (*hoaks*). Penyebabnya karena cepatnya penyebaran informasi yang diterima pengguna media sosial tanpa terlebih dahulu menyaring berita yang masuk. Oleh karena itu penyaringan informasi pada media sosial *online* tidak dapat dilakukan semua orang yang memiliki akses ke dalam media *online* dan dapat dikatakan penyebaran informasi ini dilakukan dengan cara *anonymous* atau sumber yang tidak jelas faktanya (Annisa dkk, 2021). Dari data yang terangkum dalam kurun tiga tahun mulai Agustus 2018 hingga awal 2022, kominfo menemukan 9. 546 hoaks di internet (tempo. co. id, 2022). Hoaks adalah berita bohong (KBBI, 2022), yang merupakan eksese negatif kebebasan berbicara dan berpendapat di internet khususnya media sosial dan blog (Herlina, 2022), upaya menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah palsu (Rio, 2020). Hal ini sangat disayangkan karena media sosial yang seharusnya sangat berguna bagi masyarakat untuk memperoleh berbagai informasi yang bisa membantu dalam pemenuhan berbagai macam kebutuhan tetapi digunakan sebagai alat untuk penyebaran berita yang tidak faktual, mengandung unsur fitnah dan sesuai berita bohong (*hoaks*).

Berita hoaks sangat berpotensi menjadi masalah yang besar karena biasanya pengguna media sosial akan menerima begitu saja berita yang disajikan dan akan mengakibatkan kegaduhan, keresahan dan pertikaian dalam masyarakat. Keadaan ini bertambah parah dengan adanya ketidakdewasaan dalam berbagi informasi dan kurangnya kemampuan menggunakan teknologi (*gaptek*). Tumbuh suburnya hoaks melalui media sosial saat ini memang harus diakui penyebabnya karena rendahnya kesadaran pengguna media sosial dalam proses seleksi informasi yang tersebar (Munzaimah & Fatma, 2020). Secara substansi tersebarnya berita palsu (*hoaks*) tidak terikat oleh dimensi ruang dan waktu. Dimensi ruang dalam artian sebaran jejaring sosial sifatnya lokal yang berdampak pada wilayah-wilayah tertentu saja, tapi memungkinkan diterima juga didaerah lain, sementara dimensi waktu merujuk pada

pemberitaan lama yang disebar kembali dengan judul berbeda untuk satu kepentingan (Nasrullah, 2017). Tingginya pemakaian media sosial tersebut menyebabkan proses validasi informasi semakin terabaikan. Apalagi tren minat pemberitaan yang dibaca oleh pengguna media sosial hanya disesuaikan dengan selera masing-masing individu membuat kebenaran informasi yang dikonsumsi masyarakat semakin menyesatkan (Munzaimah & Fatma, 2020). Usaha yang dilakukan oleh pemerintah untuk mencegah dan memberantas penyebaran berkembangnya berita hoaks adalah dengan menyiapkan payung hukum yang diatur UU No. UU No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Sanksi yang diberikan diharapkan agar masyarakat lebih berhati-hati dalam penggunaan media sosial dan bagi yang melakukan pelanggaran akan mendatangkan efek jera agar tidak melakukannya lagi.

Salah satu kelompok ibu-ibu yang sering menggunakan media sosial itu adalah kelompok ibu-ibu anggota Ikatan Masyarakat Koto Tengah (IMKT) Medan dengan menggunakan *handphone*. Kegiatan yang dilakukan dalam bermedia sosial untuk mendapatkan berbagai informasi tentang fungsi dan peranan ibu-ibu dalam keluarga seperti informasi tentang agama, kecantikan, resep dalam memasak dan yang terbanyak adalah dalam kegiatan bersilaturrehmi dalam rangka berkomunikasi dengan keluarga, saudara dan kawan-kawan. Media sosial yang sering digunakan adalah *whatsapp*, *instagram* dan *facebook*. Biasanya informasi yang didapat dari media sosial itu akan langsung diterima tanpa mengetahui apakah berita itu benar atau bohong (*hoaks*).

Berdasarkan uraian diatas dapat diidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh ibu-ibu anggota IMKT adalah belum mengetahui dan mengerti tentang ruang lingkup dan dampak penyebaran berita hoaks, cara mengatasi penyebaran berita hoaks serta penegakan hukum terutama yang berhubungan dengan pelanggaran terhadap penyebarannya dalam penggunaan media sosial. Dari permasalahan yang dihadapi maka solusi yang dilakukan adalah memberikan sosialisasi dalam bentuk penyuluhan yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi oleh ibu-ibu anggota IMKT terutama yang berhubungan dengan penyebaran berita hoaks dalam media sosial.

2. BAHAN DAN METODE

Sosialisasi dalam bentuk penyuluhan yang dilakukan terhadap kelompok ibu-ibu anggota Ikatan Masyarakat Koto Tengah (IMKT) yang sering menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari yang berjumlah 28 (dua puluh delapan) orang. Media sosial yang digunakan adalah *whatsapp*, *instagram* dan *facebook*. Pengguna media sosial bersifat aktif dan pasif. Pelaksanaan kegiatan ini dimulai dengan fase persiapan yaitu berkoordinasi dengan Bapak Ketua Ikatan Masyarakat Koto Tengah (IMKT) untuk meminta izin pelaksanaan dan membuat kesepakatan mengenai tempat, hari dan tanggal pelaksanaan serta susunan acara. Bahan yang dipergunakan dalam proses sosialisasi adalah dengan pemberian modul yang berisi tentang ruang lingkup dan dampak penyebaran berita hoaks, cara mengatasi penyebaran berita hoaks serta penegakan hukum terutama yang berhubungan dengan pelanggaran terhadap penyebarannya dalam penggunaan media sosial.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 20 Maret 2022 di rumah Ibu Astra Yulia yang beralamat di jalan Sungai Deli No. 383 Medan jam 14.00 WIB dengan tahapan pelaksanaan sebagai berikut:

1. Pembagian materi sosialisasi dalam bentuk modul kepada ibu-ibu peserta kegiatan.
2. Pembukaan dilakukan oleh ibu Hj. Cut Indrawati sekaligus memperkenalkan anggota yang memberikan sosialisasi dengan ibu-ibu peserta kegiatan pengabdian.
3. Penyuluhan tentang ruang lingkup berita *hoaks* dalam penggunaan media sosial oleh Ibu Dewi Robiyanti S.H, M. H.
4. Penyuluhan tentang dampak penyebaran berita *hoaks* dalam penggunaan media sosial oleh Ibu Asmayani S.H, M. H.
5. Penyuluhan tentang cara bersikap dan cara mengatasi penyebaran berita hoaks dan sikap yang harus dikembangkan dalam penggunaan media sosial oleh Ibu Ismayani S.H, M.H.
6. Penyuluhan tentang penegakan hukum terhadap pelanggaran dalam penyebaran berita *hoaks* yang diatur dalam UU No. UU No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik oleh Ibu Zetria Erma S.H, M. Hum.
7. Acara tanya jawab dengan antara nara sumber dengan ibu-ibu peserta kegiatan

pengabdian untuk mempertajam materi penyuluhan yang sudah dijelaskan.

8. Penutupan acara sosialisasi oleh Ibu Hj. Cut Indrawati disertai dengan pesan dan kesan dari pelaksana sosialisasi dari peserta kegiatan pengabdian.
9. Acara ramah tamah dan makan-makan. Pelaksanaan kegiatan akan nampak pada gambar 1.1.



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan PKM ini adalah:

1. Menambah pemahaman para ibu-ibu peserta kegiatan tentang ruang lingkup dan dampak penyebaran berita hoaks, cara bersikap dan cara mengatasi penyebaran berita hoaks serta penegakan hukum terutama yang berhubungan dengan pelanggaran terhadap penyebaran berita hoaks dalam penggunaan media sosial yang diatur dalam UU No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
2. Menumbuhkan sikap lebih bijak, lebih hati-hati dalam menerima dan menyebarkan informasi yang mengandung unsur hoaks dalam penggunaan media sosial.

Program sosialisasi ini adalah suatu kegiatan yang sangat dibutuhkan oleh peserta kegiatan karena mengetahui tentang ciri-ciri berita hoaks adalah:

1. Berita yang disajikan lebih cenderung menimbulkan keresahan, kecemasan, permusuhan dan kebencian.
2. Tidak mencantumkan sumber berita secara jelas sehingga tidak bisa diminta pertanggungjawaban tentang kebenaran berita tersebut.
3. Informasi bersifat tidak objektif dan tidak netral.
4. Bagian judul berita cenderung merangsang untuk bertindak dan bersifat menghasut (provokatif).
5. Adanya unsur untuk memviralkan berita baik secara langsung ataupun tidak.
6. Berita yang diinformasikan tidak secara keseluruhan dan seakan ada unsur kenyataan yang disembunyikan.
7. Menggunakan data yang tidak jelas (fiktif) termasuk foto agar berita yang diinformasikan dapat dipercaya.
8. Merekayasa dengan sengaja dengan menambah, menyembunyikan, menghilangkan atau mengaburkan terhadap bagian atau keseluruhan sumber informasi (memanipulasi fakta yang sebenarnya).
9. Ditulis oleh media yang tidak dapat dipercaya (kredibel).

Selain itu dalam kegiatan penyuluhan juga dijelaskan tentang dampak berita hoaks adalah:

1. Menimbulkan keresahan, kegaduhan dan perpecahan dalam masyarakat.
Berita hoaks dapat menimbulkan keresahan, kegaduhan dan perpecahan dalam masyarakat baik antara individu dan kelompok. Berita hoaks bisa menggiring gagasan/pemikiran (opini) terhadap seseorang sehingga menimbulkan kebencian. Kalau keadaan ini semakin berkembang bisa menyebabkan perpecahan dalam masyarakat.
2. Menurunkan nama baik (reputasi) seseorang.
Penyebaran berita hoaks pasti dengan tujuan untuk menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lain. Contohnya adalah melakukan pencemaran nama baik seseorang.
3. Masyarakat tidak lagi mempercayai kenyataan yang sebenarnya.
Banyaknya berkembang berita hoaks membuat masyarakat tidak mudah mempercayai fakta yang sebenarnya karena sulit membedakannya dengan berita hoaks.
4. Bisa menimbulkan pemikiran yang negatif.
Berkembangnya berita hoaks selalu mengandung unsur fitnah sehingga menimbulkan emosi, kemarahan dan kebencian terhadap seseorang, kelompok atau suatu produk tertentu.
5. Bisa merugikan masyarakat.
Kerugian yang diterima masyarakat bisa secara materi misalnya dengan pembayaran sejumlah uang karena menang dalam suatu undian atas nama suatu produk.

Dengan adanya pengetahuan dan pemahaman tentang ruang lingkup dan dampak penyebaran berita hoaks maka ibu-ibu peserta kegiatan akan memiliki langkah-langkah strategi yang harus diperhatikan dalam penyebaran berita hoaks oleh pengguna media sosial yaitu:

1. Hati-hati dengan judul yang sifatnya sensasional yang mengandung provokatif.
2. Telitilah terlebih dahulu alamat situs.
3. Periksa kembali fakta dan kebenarannya.
4. Usahakan untuk mengecek apakah foto atau video bersifat asli atau tidak.
5. Ikut bergabung dalam grup dan diskusi tentang anti hoaks.

6. Berusaha untuk menahan diri dan tidak terburu-buru menyebarkan berita yang baru diterima.
7. Bersifat kritis dan tidak terlalu larut dalam isu-isu yang sedang berkembang dalam masyarakat.

Kelompok ibu-ibu peserta melalui kegiatan pengabdian juga mengetahui dan memahami bahwa penggunaan media sosial dalam masyarakat akan berjalan dengan baik kalau diatur dalam peraturan perundang-undangan yang jelas dan tegas. Penyebaran berita hoaks termasuk tindak pidana yang dimasukkan kedalam kejahatan dunia maya (*cyber crime*). Ketentuan ini diatur dalam Pasal 45A ayat 1 UU No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik: "Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)".

Perbuatan dalam pasal ini juga termasuk dalam kategori penyebaran berita hoaks yang merugikan konsumen dalam transaksi elektronik yaitu:

1. Delik pidana ini bukan pidana umum tetapi dalam hal penyebaran berita hoaks dalam konteks transaksi elektronik seperti perdagangan secara daring/*online*.
2. Berita hoaks dikirim atau diunggah melalui layanan aplikasi pesan, penyiaran daring, situs/media sosial, lokapasar (*market place*), iklan, dan/atau layanan transaksi lainnya melalui sistem elektronik.
3. Pasal ini termasuk delik materiil, sehingga kerugian konsumen sebagai akibat berita bohong harus dihitung dan ditentukan nilainya.
4. Definisi konsumen pada pasal ini mengacu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Aturan ini bisa dijadikan sebagai pedoman atau acuan bagi ibu-ibu peserta kegiatan dalam pengguna media sosial terutama yang berhubungan dengan penyebaran berita hoaks sehingga menimbulkan sikap agar lebih bijak dan berhati-hati dalam penggunaannya karena pelanggarannya termasuk dalam perbuatan pidana.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini sudah selesai dilaksanakan dengan baik sesuai dengan rencana yang telah disusun. Hasil yang diharapkan setelah pelaksanaan pengabdian ini adalah meningkatkan pengetahuan dan pemahaman ibu-ibu peserta kegiatan pengabdian tentang tentang ruang lingkup dan dampak penyebaran berita hoaks, cara mengatasi penyebaran berita hoaks serta penegakan hukum terutama yang berhubungan dengan pelanggaran terhadap penyebarannya dalam penggunaan media sosial yang diatur dalam UU No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Setelah selesainya kegiatan ini kedepannya ibu-ibu anggota IMKT akan lebih bijak dan berhati-hati dalam menerima informasi dan menyebarkan informasi dalam penggunaan media sosial terutama yang berhubungan dengan penyebaran berita hoaks.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami dari tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat menyampaikan terima kasih kepada pihak kampus Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia (UPMI) Medan yang sudah memberikan motivasi dan dukungan untuk terselenggaranya acara kegiatan ini dengan baik. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada Ibu Hj. Cut Indrawati yang sudah menyediakan waktu dan tempat kepada kami untuk

- Munzaimah M., Fatma. W. L. Analisis Penggunaan Media Sosial dan Penyebaran Hoax di Kota Medan, *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, Vol. 6 No 1. April 2020, ISSN: 2442-9198, e-ISSN: 2442-9996. 11.
- Nasrullah. 2017. *Media Sosial: Perspektif, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosismas Rekatama Media. 32.
- Rahmadhany. A, Anggi A. Sa, Irwansyah, 2021, Fenomena Penyebaran Hoaxs dan Hate Speech Pada Media Sosial. 2021. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*. Vol 3 No 1 31 Januari 2021. ISSN 2655-8238. 30.
- Siddiqu & Singh.2016. *Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects*, *International Journal of Computer Applications Technology and Research*. 5(2). 71-75.

melaksanakan salah satu tridarma perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Hendra. R, Bima. G, Dadang, Ferry A. S, Syaifullah, *Sosialisasi Dampak dan Bahaya Dari Berita Bohong (Hoax) Bagi Generasi Millenial di Indonesia*, JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat Program Studi Teknik Informatika Universitas Pamulang, Vol. 1 No. 3, ISSN 2716-4780 e-ISSN 2721-6144. 20.
- Herloinda. Pengertian Hoax: Asal Usul dan Contohnya. <https://www.komunikasipraktis.com>. Diakses tanggal 20 Maret 2022.
- Ivan. M.M. 2022. Pengguna Media Sosial di Indonesia Mencapai 1912 juta Orang Pada 2022). <https://dataindonesia.id>. Diakses tanggal 22 Maret 2022.
- KBBI Daring. Hoaks. <http://kbbi.kemendikbud.go.id>. Diakses tanggal 21 Maret 2022.
- Kominfo, Hingga Awal 2022 Kominfo Temukan 9. 546 Hoaks di Internet. <https://tempo.co>. Diakses tanggal 22 Maret 2022.
- Lidwina. A. 2022. Ibu di Indonesia Habiskan Waktu Tiga Jam Bermedia Sosial. <https://databoks.katadara.co.id>.diakses tanggal 22 Maret 2022.
- Mossey, Bromberg. D, Manoharan. AP. (2019) *Harnessing the Power of Mobile Technologi to Brige the Digital Divide: A Look at U. S cities' Mobile Government Capability*, *Journal of Information Technology & Politics*, 16(1). 52-65.
- Wikipedia. 2022. Pemberitahuan Palsu. https://id.wikipedia.org/wiki/pemberitaan_palsu. Diakses tanggal 21 Maret 2022.