

NO DAFTAR FPIPS: 1646/UN40.A2.2/PP/2020

**PENGARUH BERITA HOAKS DALAM KAMPANYE TERHADAP
TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA PEMILIHAN UMUM
PRESIDEN TAHUN 2019 DI KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan Kewarganegaraan



Oleh:

Chandra Lesmana

1603883

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG**

2020

Chandra Lesmana, 2020

*PENGARUH BERITA HOAKS DALAM KAMPANYE TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN
MASYARAKAT PADA PEMILIHAN UMUM PRESIDEN TAHUN 2019 DI KOTA BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | respository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**PENGARUH BERITA HOAKS DALAM KAMPANYE TERHADAP
TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA PEMILIHAN UMUM
PRESIDEN TAHUN 2019 DI KOTA BANDUNG**

**Oleh
Chandra Lesmana
NIM 1603883**

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pendidikan Departemen Pendidikan Kewarganegaraan

©Chandra Lesmana
Universitas Pendidikan Indonesia
2020

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak
ulang, difotocopy, atau dengan cara lainnya tanpa seizin peneliti

LEMBAR PENGESAHAN

CHANDRA LESMANA

1603883

**“PENGARUH BERITA HOAKS DALAM KAMPANYE TERHADAP
TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA PEMILIHAN UMUM
PRESIDEN TAHUN 2019 DI KOTA BANDUNG”**

DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH:

Pembimbing I



Prof. Dr. Karim Suryadi, M.Si.
NIP. 19700814 199402 1 001

Pembimbing II



Dr. Leni Anggraeni, M.Pd.
NIP. 19840222 200912 2 014

**Mengetahui,
Ketua Departemen Pendidikan Kewarganegaraan**



Prof. Dr. H. Dasim Budimansyah, M.Si.
NIP. 19620316 198803 1 003

ABSTRAK

PENGARUH BERITA HOAKS DALAM KAMPANYE TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA PEMILIHAN UMUM PRESIDEN TAHUN 2019 DI KOTA BANDUNG

Berita hoaks merupakan berita bohong yang disebar luaskan tanpa didasari oleh data dan fakta. Kampanye politik melalui media digital dirasakan lebih mampu dan menarik partisipasi dari masyarakat, namun sangat disayangkan jika di balik proses kampanye tersebut terdapat pihak-pihak yang sengaja menyebarkan informasi dan berita hoaks kepada public demi kepentingan politis. Penyebaran berita di media sosial merupakan suatu hal yang memberikan dampak pada sikap kepercayaan masyarakat, namun jika berita yang tersebar adalah bohong, maka akan menimbulkan berbagai dampak negatif di dalam masyarakat. Sehingga dapat diketahui dari adanya berita hoaks, maka semakin banyak kebenaran tidak lagi relevan bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa berita terhadap media informasi yang ada. Implementasi kedaulatan rakyat adalah pelaksanaan pemilu (pemilihan umum). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulann data dengan menggunakan angket, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan presentasi sebesar 72,2%. Artinya terdapat pengaruh berita hoaks dalam kampanye terhadap tingkat kepercayaan masyarakat, maka 27,8% lainnya oleh faktor lain yang diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Berita Hoaks, Kampanye, Kepercayaan, Pemilihan Umum

ABSTRACT

THE EFFECT OF HOAX IN CAMPAIGN IN THE LEVEL OF COMMUNITY TRUST IN GENERAL ELECTION OF THE PRESIDENT OF 2019 IN BANDUNG

Hoax news that is spread widely without being based on data and facts. Political campaigns through digital media are felt to be more capable and attract participation from the public, but it is unfortunate if behind the campaign process there are those who deliberately disseminate information and news hoaks to the public for political interests. Dissemination of news on social media is an issue that has an impact on people's attitudes of trust, but if the news that is spread is a hoax, it will have various negative impacts in the community. So that it can be known from the news hoaks, the more truth is no longer relevant to readers, listeners, or news about existing media information. Implementation of popular sovereignty is the implementation of general elections. This research uses a quantitative approach with descriptive methods. Data collection techniques used are using a questionnaire, observation, and study documentation. The results of this study showed a 72.2% presentation. This means that there is an influence of news hoaks in the campaign on the level of public trust, then another 27.8% is influenced by other factors not included in this study.

Keywords: *Hoax, Campaign, Trust, General Election*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Deskripsi Teoritik.....	9
2.1.1 Kajian Tentang Berita Hoaks	9
2.1.2 Kajian Tentang Kampanye.....	18
2.1.3 Kajian Tentang Kepercayaan	23
2.1.4 Kajian Tentang Pemilihan Umum.....	28
2.1.5 Kajian Tentang Perilaku Pemilih	29
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.2.1 Penelitian Serupa.....	30
2.2.2 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang diusulkan..	34
2.3 Kerangka Pikir	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian.....	38
3.1.1 Pendekatan Penelitian	38
3.1.2 Metode Penelitian.....	38
3.1.3 Teknik Pengambilan data Penelitian	39

3.2 Partisipan dan Lokasi Penelitian	39
3.2.1 Partisipan Penelitian.....	39
3.2.2 Lokasi Penelitian.....	40
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	40
3.3.1 Populasi Penelitian	40
3.3.2 Sampel Penelitian.....	41
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.4 Instrumen Penelitian.....	44
3.4.1 Teknik Pengambilan Data	44
3.4.2 Operasional Variabel dalam Instrumen Penelitian.....	45
3.4.3 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.4.4 Uji Validitas Instrumen Penelitian	46
3.4.5 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	48
3.5 Prosedur Penelitian.....	49
3.5.1 Seleksi Data dan Variabel	49
3.5.2 Tahapan Penelitian	49
3.5.3 Teknik Pengolahan Data	50
3.6 Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Temuan Partisipan Penelitian.....	58
4.1.1 Masyarakat	58
4.1.2 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	58
4.2 Temuan Data Penelitian	59
4.2.1 Data Responden	59
4.3 Temuan Hasil Penelitian Variabel X (Berita Hoaks) dan Variabel Y (Kepercayaan)	64
4.3.1 Tanggapan Responden mengenai Variabel X (berita hoaks).....	65
4.3.2 Tanggapan Responden mengenai Variabel Y (kepercayaan).....	67
4.4 Analisis Data dan Uji Verifikatif	69
4.4.1 Analisis Deskriptif Data.....	69
4.4.2 Uji Normalitas Data	70
4.4.3 Uji Koefisien Korelasi.....	71

4.4.4 Uji Regresi	72
4.4.5 Uji Hipotesis.....	73
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
4.5.1 Teori <i>uses and gratification</i> dalam Berita Hoaks dan Penggunaan Media di Masyarakat	76
4.5.2 Berita Hoaks dalam Kampanye terhadap Pilihan Masyarakat.....	79
4.5.3 Berita Hoaks dalam Kampanye terhadap Kepercayaan Masyarakat	87
4.5.4 Hubungan Antara Berita Hoaks dalam Kampanye terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat.....	93
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	96
5.1 Simpulan	96
5.1.1 Simpulan Umum	96
5.1.2 Simpulan Khusus	96
5.2 Implikasi.....	97
5.3 Rekomendasi.....	98
5.3.1 Pemerintah.....	98
5.3.2 Perguruan Tinggi.....	99
5.3.3 Masyarakat	99
5.3.4 Pendidikan Kewarganegaraan.....	99
5.3.4 Peneliti Selanjutnya.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN	107

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Affandi, I. (2011). *Pendidikan Politik*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Amir. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baran, S. J. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa (Melek Media & Budaya) Ed.5 JI.1* (5 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik: konsep, teori dan strategy*. Rajawali Pers.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design, Pendekatan metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Firmanzah. (2007). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, I. (2006). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hiplunudin, A. (2017). *Politik era digital*. Yogyakarta: Calpulis.
- Mauludi, S. (2018). *Awas HOAX! Cerdas Menghadapi Pencemaran Nama Baik, Ujaran Kebencian & Hoax*. Jakarta: Kompas.
- Muhtadi, A. S. (2008). *Kampanye Politik*. Bandung: Humaniora.
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu komunikasi: suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, D. (2005). *Komunikasi politik : Komunikator, Pesan, dan Media* (6 ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Prihatmoko, J. J. (2003). *Pemilu 2004 dan konsolidasi demokrasi*. Semarang: LP21:LP3M Unhawas.
- Sanit, A. (1997). *Partai, pemilu dan demokrasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2006). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sudjana, D. (2001). *Metode dan Teknik Pembelajaran Partisipatif* (4 ed.). Bandung: Falah Production.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2003). *Metodologi Penelitian pendidikan : Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sumarto, & Hetifa Sj. (2003). *Inovasi, Partisipasi dan Good governance*. Bandung: Yayasan Obor Indonesia.
- Suryadi, K. (2017). *Menak Senayan*. Bandung: Pustaka Jaya.
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi media: Cerdas bermedia khalayak media massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Venus, A. (2007). *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekaatam Media.

Sumber Artikel Jurnal

- Afriza, A., & Adisantoso, J. (2018). Metode Klasifikasi Rocchio untuk Analisis Hoax. *Jurnal Ilmu Komputer dan Agri-Informatika*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.29244/jika.5.1.1-10>
- Akram, W., & Kumar, R. (2017). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 351–354. <https://doi.org/10.26438/ijcse/v5i10.351354>
- Alfirahmi. (2019). Fenomena Kopi Kekinian Di Era 4 . 0. *Jurnal Lugas*, 3(1), 24–32.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
- Anggraeni, L., & Ramdhani, H. (2018). Pencegahan Money Politic Dalam Pemilihan Umum Melalui Penguatan Kebijakan Non Penal. *Jurnal Komunikasi Hukum*, 4(1), 59–68.
- Ardha, B. (2014). Social Media sebagai media kampanye partai politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 105–120.
- Arianto, B. (2015). Kampanye Kreatif Dalam Kontestasi Pilpres 2014. *Jurnal*

Chandra Lesmana, 2020

PENGARUH BERITA HOAKS DALAM KAMPANYE TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA PEMILIHAN UMUM PRESIDEN TAHUN 2019 DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JSP), 1 No 1, 40–52.

- Astrika, L., & Yuwanto, Y. (2019). Ujaran Kebencian dan Hoaks: Signifikasinya terhadap Pemilih Pemula di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan, 4*(2), 107–117. <https://doi.org/10.14710/jiip.v4i2.5433>
- Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Jurnal Humaniora, 18*(2), 171–178. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Golose, P. R. (2019). Strategi Penanganan Firehose of Falsehood pada Era Post-Truth. *Jurnal Ilmu Kepolisian, 13*(1), 6–15.
- Gumgum, G., Justito, A., & Nunik, M. (2017). Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax) Oleh Siswa Sma. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1*(1), 35–40. <https://doi.org/1410 - 5675>
- Irianti, R. (2018). Hoax dan Pergeseran Preferensi Sosial Politik Mahasiswa. *Jurnal Sosiologi, 1–20.*
- Juditha, C. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation. *Jurnal Pekommas, 3*(1), 31–44.
- Karimi, L., Khodabandelou, R., Ehsani, M., & Ahmad, M. (2014). Applying the Uses and Gratifications Theory to Compare Higher Education Students' Motivation for Using Social Networking Sites: Experiences from Iran, Malaysia, United Kingdom, and South Africa. *Contemporary Educational Technology, 5*(1), 53–72. <https://doi.org/10.30935/cedtech/6115>
- Komarlah, K., & Kartini, D. S. (2019). Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milenial dalam Pemilu. *Aristo, 7*(2), 228–248. <https://doi.org/10.24269/ars.v7i2.1608>
- Madonna, M., Aryadillah, & Reza, F. (2019). Urgensi Penguatan Literasi Media Bagi Remaja Menyikapi Hoaks Di Media Sosial Serta Pemanfaatan Media Digital. *Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, 35–42.*
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). an Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review, 20*(3), 709–734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- Nasution, M. A. (2017). Hoax sebagai Bentuk Hudud Menurut Islam. *Yurisprudencia, 3*(1), 16–32.
- Nawawi, J. (2012). Membangun Kepercayaan Dalam Mewujudkan Good Governance. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan, 1*(3), 19–29. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Norhabiba, F. (2018). Hubungan Akses Sosial Media Dengan Perilaku Pemilih Dalam Pilkada Serentak 2018 Pada Mahasiswa Untag Surabaya.

Chandra Lesmana, 2020

PENGARUH BERITA HOAKS DALAM KAMPANYE TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA PEMILIHAN UMUM PRESIDEN TAHUN 2019 DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Representamen, 4(01), 1–5.
<https://doi.org/10.30996/representamen.v4i01.1426>

Novia, R., & Mustika, M. (2019). Respon Pemilih Muda Surabaya Terhadap Berita Hoax di Media Sosial Terkait Pemilihan Presiden 2019. *Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, 07(02), 496–510.

Novita Sari, A. (2019). Dampak Hoax di Media Sosial Facebook Terhadap Pemilih Pemula. *Jurnal Komunikasi Global*, 8(1), 51–61.
<https://doi.org/10.24815/jkg.v8i1.13565>

Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70.
<https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>

Rasywir, E., & Purwarianti, A. (2015). Eksperimen pada Sistem Klasifikasi Berita Hoax Berbahasa Indonesia Berbasis Pembelajaran Mesin. *Jurnal Cybermatika*, 3(2), 1–8.

Santoso, A. (2010). Studi Deskriptif Effect Size Penelitian-Penelitian Di Fakultas Psikologi. *Journal Penelitian*, 14(1), 1–17.

Septanto, H. (2018). Pengaruh Hoax dan Ujaran Kebencian Sebuah Cyber Crime dengan Teknologi Sederhana di Kehidupan Sosial Masyarakat. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 5(2), 157–162.

Setyo, B. (2013). Membangun Model Kampanye Politik Berbasis Silaturahmi Bagi Calon Legislatif Incumbent Kabupaten Klaten Dalam Pemilu 2014. *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 06(2), 37–48.

Sujatmiko, H. (2017). Motif Penggunaan “ Meme ” Dalam Aplikasi Blackberry Messenger (Bbm) Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(3), 630–642.

Sulianti, A. (2018). Pendidikan Kewarganegaraan Dalam Budaya Multikultural Untuk Menanamkan Sikap Patriotisme Warga Negara. *Jurnal Pancasila dan Kewarganegaraan*, 3(2), 48–55.
<https://doi.org/10.24269/jpk.v3.n2.2018.pp48-55>

Suryadi, K. (2004). Komunikasi dan Partai Politik: Perspektif Budaya Komunikasi Politik. *Manajerial*, 2(4), 36–43.

Suryadi, K. (2007). Media Massa dan “Political Literacy”: Pemanfaatan Berita Politik di Kalangan Remaja. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 8(1), 77–82.
<https://doi.org/10.29313/mediator.v8i1.1242>

Susanto, E. H. (2013). Dinamika Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 163–172.
<https://doi.org/10.24198/jkk.vol1n2.6>

Sutrisno. (2018). Peran Pendidikan Kewarganegaraan Dalam Membangun Warga Negara Global. *Citizenship Jurnal Pancasila dan Kewarganegaraan*, 6(1),

Chandra Lesmana, 2020

PENGARUH BERITA HOAKS DALAM KAMPANYE TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA PEMILIHAN UMUM PRESIDEN TAHUN 2019 DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | respository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

41–51. <https://doi.org/10.25273/citizenship.v6i1.1880>

- Tanta, I., Mihovilović, M., & Sablić, Z. (2014). Uses and gratification theory - Why adolescents use facebook? *Medijska Istrazivanja*, 20(2), 85–110.
- Utami, P. (2019). Hoax in Modern Politics: The Meaning of Hoax in Indonesian Politics and Democracy. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 22(2), 85–97. <https://doi.org/10.22146/jsp.34614>
- Winarna, J. (2007). Pengaruh Personal Background , Political Background Dan Pengetahuan Dewan Tentang Pengawasan Keuangan Daerah. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 136–152.
- Wong, D. (2017). Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce: Studi Kasus Pada Pelanggan E-Commerce Di Ubm. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 155–168. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i2.46>

Sumber Skripsi, Tesis, Disertasi

- Ginting, A. B. (2018). *Dampak Pemberitaan Kasus First Travel Terhadap Kepercayaan Masyarakat Dalam Memilih Travel Umroh*. (Skripsi). Sarjana Strata. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.
- Ginting, I. I. (2018). *Kepercayaan Masyarakat Terhadap Berita Palsu/Hoax Di Facebook (Studi Deskriptif Kualitatif pada Masyarakat Kota Medan)*. (Skripsi). Sarjana Strata. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Mansyah, B. (2017). *Fenomena Berita Hoax Sosial Media Facebook Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta*. (Skripsi). Sarjana Strata. Universitas Pasundan. Bandung.
- Mustika, V. E. (2018). *Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Pemberitaan di Instagram*. (Skripsi). Sarjana Strata. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Winataputra, U. S. (2001). *Jatidiri Pendidikan Kewarganegaraan Sebagai Wahana Sistemik Pendidikan Demokrasi (Suatu Kajian Konseptual dalam Konteks Pendidikan IPS)*. (Disertasi). Sekolah Pascasarjana. Universitas Pendidikan Indonesia.

Sumber Internet

- Adminmediacentre. (2018). Dewan Pers Beberkan Ciri-Ciri Berita Hoax. Diambil dari <https://dewanpers.or.id/berita/detail/1097/Dewan-Pers-Beberkan-Ciri-Ciri-Berita-Hoax>.
- Maharani, T. (2019). Kominfo Identifikasi 486 Hoax Sepanjang April 2019, 209 Terkait Politik. Diambil dari www.news.detik.com website: <https://news.detik.com/berita/d-4532182/kominfo-identifikasi-486-hoax-sepanjang-april-2019-209-terkait-politik>.

Chandra Lesmana, 2020

PENGARUH BERITA HOAKS DALAM KAMPANYE TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA PEMILIHAN UMUM PRESIDEN TAHUN 2019 DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | respository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Mutiara Kami, I. (2019). 62 Hoax Pemilu 2019 Teridentifikasi Kominfo, Ini Daftarnya. Diambil dari www.news.detik.com website:
<https://news.detik.com/berita/d-4368351/62-hoax-pemilu-2019-teridentifikasi-kominfo-ini-daftarnya>.

Chandra Lesmana, 2020

PENGARUH BERITA HOAKS DALAM KAMPANYE TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA PEMILIHAN UMUM PRESIDEN TAHUN 2019 DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | respository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu