

## **HOAX DALAM ILUSTRASI JEAN BAUDRILLARD**

**Lukman Hakim,**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,  
[lukman.hakim@untag-sby.ac.id](mailto:lukman.hakim@untag-sby.ac.id);

**Achluddin Ibnu Rochim,**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,  
[didin@untag-sby.ac.id](mailto:didin@untag-sby.ac.id);

**Banu Prasetyo,**

Departemen Studi Pembangunan,  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya.  
[bp.signora@gmail.com](mailto:bp.signora@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penggunaan media digital yang semakin luas sebagai sarana komunikasi memberikan sisi positif dan negatif. Positif sebab betapa hebatnya perkembangan dunia digital di Indonesia menunjukkan tingkat adaptif dan survival yang tinggi atas perubahan sosial, meski di sisi lain ada kekhawatiran terkait rawannya penyebaran berita palsu atau hoax membawa dampak negatif di berbagai aspek sosial. Penelitian ini bertujuan memberikan referensi dan ilustrasi bidang *hoax* yang paling berpengaruh di Indonesia selama kurang lebih lima tahun terakhir sehingga dapat ditemukan upaya paling akurat untuk mengurangi tingkat penyebaran *hoax* di Indonesia. Metode penelitian ini adalah kualitatif, dengan model analisis Miles and Huberman dengan berbagai teknik observasi, pustaka hingga verifikasi data. Penelitian ini menyimpulkan dengan kerangka teori simulacra dan hyperreality Jean Baudrillard ditemukan terdapat tiga bidang utama yang mudah dipercayai dan rentan ditunggangi oleh kepentingan dan motif penyebaran hoax, yaitu nuansa politik, agama dan inovasi (harapan). Pertama, nuansa politik yang seringkali diasosiasikan dengan semangat emosional daripada rasional. Kedua, nuansa agama yang mengusung semangat primordial dan persamaan identitas. Ketiga, adalah nuansa inovasi karena masyarakat Indonesia cenderung menginginkan perubahan instan dengan adanya penemuan-penemuan yang mutakhir, sehingga rawan menjadi ladang berita hoax. Penanggulangan hoax tidak dapat dilakukan hanya dengan upaya eksternal saja, misalnya dengan membentuk Undang-Undang ITE dan Satgas pemberantasan hoax mengingat informasi dan berita cepat sekali tersebar. Upaya paling efektif dalam pemberantasan hoax adalah menumbuhkan semangat literasi digital kepada masyarakat dengan meningkatkan rasionalitas pembaca agar tidak mudah menjadi mangsa berita-berita hoax.

**Kata kunci:** *Hoax, Simulacra, Hyperreality, Jean Baudrillard*

## **A. PENDAHULUAN**

Kemajuan dan popularitas internet telah memungkinkan orang untuk memperoleh dan mendistribusikan pesan berita dengan cepat kapanpun dan di mana pun (Jemadu, 2016). Pengguna internet di Indonesia pun jumlahnya telah mencapai kurang lebih 204,7 juta pengguna (Annur, 2022). Kondisi ini secara drastis telah membuat distribusi berita dan pesan yang cepat di Internet telah mengubah praktek industri industri berita dari konvensional menjadi digital. Di sisi lain, digitalisasi ini memungkinkan tumbuh suburnya portal berita atau situs berita yang jumlahnya mencapai mencapai 43.300 (Swtiawan, 2020).

Perkembangan yang signifikan terhadap media digital dapat menumbuhkan aspek positif dan negatif. Positif karena menunjukkan betapa hebatnya perkembangan dunia digital di Indonesia, meski di sisi lain menyimpan kekhawatiran terkait rawannya penyebaran berita bohong atau hoax yang berpotensi masuk di dalam media online tersebut. Beberapa laporan berita mungkin berisi berita palsu baik dengan sengaja atau tidak sengaja untuk tujuan menarik perhatian publik, membesar-besarkan pernyataan laporan berita, sementara beberapa bahkan mungkin mengarang atau memutarbalikkan isinya. Ditambah lagi karena kemudahan pembuatan akun di media social seringkali dimanfaatkan untuk penyebaran berita hoax (Wang, 2020).

Di Indonesia sendiri, terdapat lebih dari 700.000 situs penyebar hoax (Yuliani, 2017) dan parahnya lagi lebih dari 50% masyarakat Indonesia telah terpapar oleh hoax (Vidi, 2021). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa hoax sangat berbahaya, terutama dalam memanipulasi kesadaran masyarakat (Ja'far, 2017; P. Utami, 2019). Hoax seringkali digunakan dalam upaya untuk melakukan propaganda dengan tujuan tertentu yang biasanya digunakan dalam upaya meraih dukungan massa dalam dunia politik (Amilin et al., 2019). Di samping itu, hoax juga seringkali dipakai untuk kepentingan tertentu dalam memenuhi kebutuhan pribadi, misalkan hoax yang melibatkan keuntungan materi atau ketenaran pribadi (Natalia, 2021).

Di tengah derasnya fenomena arus hoax tersebut, penelitian ini menawarkan analisis *hoax* dengan menerapkan teori dari Simulacrum dan Hyperreality dari Jean Baudrillard untuk menjawab gap dari penelitian sebelumnya yang hanya mengupas persoalan *hoax* dari sisi politik saja, namun lebih dari itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memetakan bidang *hoax* yang paling berpengaruh di Indonesia selama kurang lebih lima tahun terakhir sehingga dapat ditemukan upaya paling akurat untuk mengurangi tingkat penyebaran *hoax* di Indonesia.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

Hoax telah menjadi fenomena yang menjamur di dunia berkat maraknya penggunaan media digital (Juditha, 2018). Definisi hoax sendiri adalah berita yang dimanipulasi dengan maksud dan tujuan tertentu (Wang, 2020). Beberapa penelitian sebelumnya memperlihatkan bahwa seiring perkembangan teknologi yang terjadi (Revolusi Industri 4.0) *hoax* sudah menjadi bagian dari media dalam membangun opini publik dengan tujuan politik tertentu (Jauhari, 2017). Hal ini seringkali diadopsi dalam dunia politik seperti fenomena kemenangan Donald Trump tahun 2017 dan Kasus Brexit di Inggris tahun 2020.

Maraknya hoax disebabkan karena penggunaan media sosial yang semakin menjamur di kalangan masyarakat. Melalui media sosial berita tidak lagi diproduksi secara tradisional, namun bisa diedarkan dengan cara cepat, bahkan secara individu, meskipun kebenarannya masih dipertanyakan. Akibatnya, masyarakat kemudian dibanjiri oleh banyaknya informasi yang membuat mereka menjadi bingung tidak bisa membedakan mana informasi yang valid atau tidak. Dalam konteks kasus kemenangan Donald Trump misalnya, masyarakat Amerika dibuat percaya dengan opini yang dibuat oleh Trump bahwa seolah masyarakat Amerika sedang dimanfaatkan oleh para imigran Mexico dan orang-orang Islam sehingga mengakibatkan Negara Amerika Serikat mengalami kemunduran, atau masyarakat United Kingdom (UK) yang pada saat itu memilih untuk keluar dari Uni Eropa (Brexit) dengan alasan bergabung dengan Eropa merupakan sebuah kerugian bagi perekonomian UK (Antony & Tramboo, 2020; Morris, 2020).

Di Indonesia sendiri maraknya *hoax* dimulai semenjak era pemilihan presiden tahun 2014 (P. Utami, 2019). Efek yang ditimbulkan dari *hoax* ini tidak bisa diremehkan. Banyak orang yang kemudian tertipu dan terprovokasi. Setidaknya, terdapat tiga kasus *hoax* besar yang terjadi di Indonesia, yaitu 1. Kasus Babi Ngepet Tahun 2021 2. Kasus Hoax Ratna Sarumpaet Tahun 2018 3. Tahun 2016 Hoax Mahasiswa yang dianggap penerus Habibie (Gunada, 2018; Prasongko, n.d.; Projo, n.d.). Tiga kasus besar ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia rentan termanipulasi terhadap kasus yang berbau: agama, politik, dan inovasi terutama pada era post-truth (Amilin et al., 2019; W. W. Utami & Darmaiza, 2020).

Menjamurnya kasus *hoax* yang terjadi tidak lepas dari keberhasilan media massa dalam mengendalikan emosi masyarakat, karena dewasa ini masyarakat cenderung membaca berita bukan karena mencari informasi objektif, karena konsep kebenaran berita tidak terletak pada fakta-fakta yang tersaji, melainkan sejauh mana berita tersebut dapat memuaskan emosi pembacanya (Vasu et al., 2018). Akibatnya, keadaan ini dimanfaatkan oleh beberapa oknum tertentu untuk memproduksi *hoax*. Bukti bahwa *simulacrum* telah menjadi reproduksi kebenaran tertuang dalam survey yang dilakukan oleh Buzzfeed dalam data Facebook ketika berlangsung pemilihan di Amerika Serikat. Survey tersebut menyatakan bahwa pengguna Facebook lebih banyak mengakses berita palsu (sebanyak 8,7 juta) dibandingkan mengakses berita benar (sebanyak 7,3 juta) (Morris, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa *simulacrum* lebih menarik daripada kebenaran itu sendiri.

Fenomena ini sejalan dengan teori Baudrillard yang menyatakan bahwa teknologi komunikasi media telah melahirkan sebuah dunia yang eksis parallel dengan kenyataan, yang pada fase berikutnya mampu mematahkan hubungan linguistik tradisional dari tanda dan arti (Morris, 2020). Baudrillard menjelaskan bahwa di masa postmodern sebuah realitas yang asli dapat dengan mudahnya “disulap” menjadi kenyataan baru yang disebutnya sebagai *hyperealitas* melalui *simulacrum* dengan empat tahapan (Baudrillard, 1988; Weiss, 2011):

1. *Image* “It is reflection of a profound reality”.
2. *Perversion* “It masks and denatures a profound reality”
3. *Pretence* “It masks the absence of profound reality”

4. *Pure “It has no relation to any reality whatsoever: it is own pure simulacrum”*

Dalam dunia hiperrealitas disediakan sebuah kondisi yang tercipta dari citra yang menyerupai originalitas; masa lalu yang menjadi satu dengan masa kini, simbol bercampur dengan realitas, fakta yang dipermaak menjadi rekayasa, dan kepalsuan yang digiring seolah sebuah keaslian. Sebagai sebuah contoh, Baudrillard menggambarkannya dengan Disneyland, sebuah dunia fantasi yang sudah bercampur dengan realitas, sehingga realitas yang sejatinya tidak bisa ditangkap lagi karena sudah bercampur antara realitas dan fantasi si pembuat. Hal ini memperlihatkan bahwa media mampu menampilkan dunia yang terlihat nyata bahkan kenyataannya melebihi realitas sesungguhnya.

Persoalan yang ditimbulkan dari hyperrealitas adalah masyarakat tidak bisa lagi menemukan berita yang secara faktual menjadi rujukan kebenaran. Berita seringkali hanya dibuat dalam rangka memenuhi kebutuhan “emosi” dari masyarakat disbanding menyajikan fakta yang objektif (Antony & Tramboo, 2020). Kondisi inilah yang disebut sebagai *post truth*, yakni ketika fakta dari sebuah berita menjadi tidak lagi melainkan sejauh mana berita tersebut dapat mempengaruhi perasaan, kepercayaan, dan opini masyarakat (Morris, 2020). Tak heran jika kondisi membuat berita hoax beredar dan mudah sekali dipercaya oleh masyarakat karena kurangnya literasi digital yang dimiliki (Sabrina, 2019).

### **C. METODE PENELITIAN**

Tipe penelitian ini adalah kualitatif, dengan model analisis Miles and Huberman (1984) yang bersifat interaktif meliputi pengumpulan data (data collection), reduksi data (data reduction), penyajian data (data display) dan kesimpulan (conclusions). Pada pengumpulan data dilakukan observasi guna memperoleh informasi tentang perilaku dan makna perilaku tersebut “through observation, the researcher learn about behavior and the meaning attached to those behavior”. Pengumpulan data berikutnya melalui studi pustaka berbagai bahan pustaka (referensi) yang relevan dan mempelajari yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas. Pada tahapan reduksi data, berusaha memilih, memilah dan merangkum hal-hal yang pokok dan penting serta menemukan tema dan polanya. Setelah mereduksi data, pada tahapan berikutnya adalah penyajian data yang dilakukan untuk mengorganisasikan tema dan hubungan polanya agar mudah dipahami. Pada tahapan akhir, yakni kesimpulan dan verifikasi merupakan temua baru atau informasi penting yang sebelumnya belum pernah ada (Sugiyono, 2012).

### **D. PEMBAHASAN**

Berdasarkan kerangka Simulacra, proses konsumsi media digital memiliki dua pendekatan mendasar bahwa: 1) orang tidak pernah mengonsumsi objek itu sendiri, 2) objek selalu dimanipulasi sebagai tanda yang membedakan konsumsi, baik dengan dirinya yang berafiliasi dengan kelompoknya sendiri, maupun yang mengacu pada kelompok status yang lebih tinggi, serta dengan individu dan kelompok yang lain. Tujuan perilaku konsumsi, yaitu ekspresi metaforis yang diproduksi melalui tanda-tanda diferensial, dari kode sosial nilai. Bukan fungsi

individu yang merupakan penentu, tetapi fungsi tukar, komunikasi, distribusi nilai-nilai di seluruh korpus tanda (Sebikova, 2018).

Baudrillard lewat narasi teoritiknya berusaha menarik diskursus sosial yang bertitik tolak pada produksi ke konsumsi. Diferensi diproduksi oleh kapitalisme mutakhir dengan model simulasi. Simulasi merupakan penciptaan melalui model-model sesuatu yang nyata tanpa asal usul atas realitas. Contoh dalam film Avenger, film Kingkong atau Jurassic Park. Di dalam film tersebut terdapat “sham object” (objek palsu) yaitu objek yang menawarkan gambaran objek nyata, namun pada kenyataannya tidak. Dalam simulasi, objek tidak lagi berfungsi sebagai sebuah tanda, sebab referensinya sendiri tidak ada. Petanda, referensi sudah mati, kata Baudrillard (Sebikova, 2018).

Karena absennya petanda, maka simulasi dalam hal ini merupakan proses produksi objek-objek sebagai penanda murni, yaitu, penanda yang merupakan duplikat dari dirinya sendiri, atau duplikat dari petanda fiksi, ilusi, halusinasi atau nostalgia. Hal ini merupakan serangan dalam rangka menentang “strukturalisme”. Hiperealitas adalah efek, keadaan, atau pengalaman kebendaan atau ruang yang dihasilkan dari proses simulasi.

Teori Simulacra sering dikaitkan dengan kehidupan *cyberblitz*, yakni munculnya media simulasi yang telah mensubstitusi pengalaman, tatanan sosial dan tahapan kebudayaan masyarakat baru. Dengan memanfaatkan kejengahan manusia menjalani kehidupan riil, dibuatlah ruang simulasi untuk memuaskan imajinasi. Pengalaman ruang hipereal atau pengalaman silih bergantinya penampakan di dalam ruang, berbaur dan meleburnya realitas dengan fantasi, fiksi, halusinasi, dan nostalgia. Sehingga perbedaan antara satu sama lainnya suit ditemukan. Menurut Baudrillard, dunia komunikasi pascamodern yang penuh dengan informasi merepresentasikan suatu kemajuan dunia yang terlalu intens menuju kesadaran subjek yang digambarkannya mengidap ‘skizofrenia’. Ada penyingkapan berlebihan atau ledakan visiabilitas (keterlihatan) sehingga semua menjadi transparan dan visiabilitas yang begitu dekat, yang disebut Baudrillard dengan ‘kecabulan’ (obscenity) dan subjek *schizoid* menjadi “layar murni” (Hakim, 2020).

Beberapa analisis berdasarkan representasi text yang ditampilkan dalam berita digital memberikan ilustrasi tentang peristiwa yang terjadi pada informasi hoax oleh beberapa pelakunya yang dapat dianalisis antara lain. “Ratna Sarumpaet mengaku dianiaya” (Ninis Chairunnisa, n.d.). “Adam Ibrahim memposting video babi ngepet mencuri uang warga” (Syafitrah, n.d.) dan Dwi Hartanto menemukan atau membuat pesawat” (Gunada, 2018).

### **Tahapan Simulacra**

#### **Image**

Representasi ketika citra menjadi cermin suatu realitas. “*It is reflection of a profound reality*”.

Pertama, pada kasus hoax “penganiayaan” Ratna Sarumpaet. “*Berita tidak keluar karena permintaan bunda @Ratnaspae pribadi, “beliau ketakutan dan trauma. Mohon doa,” tulis Rachel pada 2 Oktober 2018*”.

Kedua, pada kasus hoax “babi ngepet”, postingan video dengan judul, “*B4by n93pet tertangkap warga*”, “*detik detik b4b! n93pet berubah jadi manusia serem !!!*”.

Ketiga, kasus hoax “penemu pesawat”. “*Dwi pernah mengakui kepada media massa di Indonesia merancang Satellite Launch Vehicle dan roket yang dinamakan The Apogee Ranger versi 7s (TARAV7s)*”.

#### **Perversion**

Ideologi menuntun citra memberi ilustrasi yang salah tentang realitas. “*It masks and denatures a profound reality*”.

Pertama, kasus hoax “penganiayaan”; “*Sejumlah tokoh politik pun sempat melontarkan pernyataan mengenai hoax penganiayaan Ratna Sarumpaet*”.

Kedua, kasus hoax “babi ngepet”, “*kabar babi ngepet yang ditangkap oleh 7 orang di tengah malam ini mengaku diperintahkan seorang warga yang dianggap ahli agama*”.

Ketiga, kasus hoax “penemu pesawat”, “*Pemuda itu sempat mengumbar jati diri sebagai post-doctoral Asistent Professor aerospace di Technische Universiteit (TU) Delft. Predikat itu ia dapatkan karena dirinya fokus meneliti teknologi satelit dan pengembangan roket*”.

#### **Pretence**

Citra memoles realitas lalu bermain menjadi penampaknya dan menutupi permukaan realitas. *It masks the absence of profound reality*”

Pertama, kasus hoax “penganiayaan” dalam postingan di Twitter. “*dalam cuitannya, ia membenarkan kabar penganiayaan yang diterima oleh aktivis dan seniman teater itu*”.

Kedua, kasus hoax “babi ngepet”, “*Setelah dikirim ke rumahnya, Adam kemudian melepas babi itu dan menyatakan ke warga kalau itu adalah babi ngepet yang mencuri uang warga*”.

Ketiga, kasus hoax “penemu pesawat”, “*Dwi mengklaim roketnya itu bakal dipakai pada stasiun luar angkasa internasional. Ia sendiri mengklaim menjabat sebagai direktur teknik*”

#### **Pure**

Citra tidak ada hubungannya sama sekali dengan realitas apapun karena melebur dan menyerupai dirinya (simulasi). “*It has no relation to any reality whatsoever: it is own pure simulacrum*”

Pertama, kasus hoax “penganiayaan”, “*hoax mengenai penganiayaan Ratna telah menjadi perhatian publik*”.

Kedua, kasus hoax “babi ngepet”, “*Adam Ibrahim sudah mengaku sengaja menyebarkan isu soal babi ngepet kepada warga di Sawangan, Depok karena ingin terkenal di kampungnya*”.

Ketiga, kasus hoax “penemu pesawat”, “*Mahasiswa doktoral di Technisse Universiteit Delft Belanda, yang selama ini disebut-sebut sebagai penerus Bacharuddin Jusuf Habibie terkait kejeniusan dan keahlian di bidang teknologi serta kerdigantaraan, ternyata merupakan kebohongan besar*”.

## **E. KESIMPULAN**

Tumbuh suburnya informasi dan kemudahan akses berita digital di masyarakat ternyata tidak menjamin keakuratan berita yang disajikan. Semangat digitalisasi berita justru menyebabkan tumbuh suburnya hoax karena berita yang ada mudah dimanipulasi dan dimanfaatkan oknum-oknum tertentu untuk membuat propaganda dengan tujuan dan maksud tertentu.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa ada tiga bidang utama yang mudah dipercayai oleh masyarakat Indonesia, yaitu agama, politik, dan inovasi (harapan). Agama tentu masih menjadi bahan yang paling menarik minat masyarakat untuk mengakses berita karena kecenderungan orang Indonesia masih memiliki semangat primordial yang mengutamakan kesamaan suku, ras, dan agama. Berikutnya adalah berita politik karena politik seringkali diasosiasikan dengan dukungan pada kubu tertentu dengan semangat emosional daripada rasional. Yang terakhir adalah inovasi karena masyarakat Indonesia cenderung menginginkan perubahan instan dengan adanya penemuan-penemuan yang mutakhir, sehingga wajar jika berita tentang inovasi menjadi berita yang sering dibuat hoax.

Penanggulangan hoax tidak dapat dilakukan hanya dengan upaya eksternal saja, misalnya dengan membentuk Undang-Undang ITE dan Satgas pemberantasan hoax mengingat informasi dan berita cepat sekali tersebar. Upaya paling efektif dalam pemberantasan hoax adalah menambah literasi digital kepada masyarakat dengan meningkatkan rasionalitas pembaca dalam membaca berita sehingga narasi hoax tidak menyebar karena telah terdapat self-control dalam diri masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amilin, P., Besar Ilmu Akuntansi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, G., Program Pendidikan Singkat Angkatan, P., Pekerjaan Rumah Presiden Terpilih di Bidang Politik yang Perlu, L. R., Hartono, D., Kasubdit Kepemimpinan Nasional Direktorat Pengkajian Ideologi dan Politik Deputi Bidang Pengkajian Strategik Lemhannas, M. R., Jenderal TNI Totok Imam Santoso, B., Tr Kepala Pusat Pengkajian Strategi TNI, M., Program Pendidikan Singkat Angkatan, peserta, Implementasi Quad Helix Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Bangsa Muhammad Ali Ramdhani, L. R., Guru Besar Bidang Ilmu Analisa Keputusan dan Manajemen Strategis Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, M., Hynan Poeloengan, A., Yulia Putri, S., & Ma, D. (2019). Pengaruh Hoaks Politik dalam Era Post-Truth terhadap Ketahanan Nasional dan Dampaknya pada Kelangsungan Pembangunan Nasional Mendesain Kepemimpinan yang Kreatif Bisosiasif guna Menjawab Tantangan Menurunnya Kualitas Pemimpin Nasional Revitalisasi Paradigma Wawasan Nusantara sebagai Upaya Menghilangkan Konsepsi Benar-Salah dalam Pemilu Kerja Sama Ekonomi-Politik Indonesia dan Cina pada Implementasi Program Belt and Road Initiative. In *Edisi* (Vol. 39).
- Annur, C. M. (2022, March 23). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022 / Databoks.*

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Antony, S., & Trambo, I. A. (2020). Hyperreality in Media and Literature: An Overview of Jean Baudrillard's Simulacra and Simulation. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 07(10), 3314–3318.  
[https://ejmcm.com/article\\_7198\\_956723b788a44fe4594f3c4ee99d2c30.pdf](https://ejmcm.com/article_7198_956723b788a44fe4594f3c4ee99d2c30.pdf)
- Baudrillard, J. (1988). *Review: Jean Baudrillard, Selected Writings*, ed. Mark Poster (Stanford; Stanford University Press, 1988), pp.166-184. (M. Poster, Ed.).
- Gunada, R. (2018). *Begini Kronologi Kasus Hoax Ratna Sarumpaet - Nasional* Tempo.co.  
<https://nasional.tempo.co/read/1133129/begini-kronologi-kasus-hoax-ratna-sarumpaet>
- Hakim, L. (2020). *Filsafat Ilmu dan Logika: Dialektika Perubahan* (M. N. P. Setyabudi, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Lakesia.
- Ja'far, M. (2017). *Demokrasi, Hoax, dan Media Sosial*.  
<https://geotimes.id/kolom/politik/demokrasi-hoax-dan-media-sosial/>
- Jauhari, M. (2017). Media Sosial: Hiperrealitas dan Simulacra Perkembangan Masyarakat Zaman Now dalam Pemikiran Jean Baudrillard. *Jurnal AL- 'Adalah*, 20(1), 117–136.
- Jemadu, L. (2016). *Studi: 92% Orang Indonesia Baca Berita di Internet*.  
<https://www.suara.com/tekno/2016/01/21/204833/studi-92-orang-indonesia-baca-berita-di-internet>
- Juditha, C. (2018). Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation (Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya). *Journal Pekommas*, 3(1), 31.  
<https://doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>
- Morris, J. (2020). Simulacra in the Age of Social Media: Baudrillard as the Prophet of Fake News. *Journal of Communication Inquiry*, 1–18.  
<https://doi.org/10.1177/0196859920977154>
- Natalia, F. (2021). *5 Berita Hoaks yang Sempat Menggemparkan Indonesia*.  
<https://www.kompas.tv/article/170594/5-berita-hoaks-yang-semat-menggemparkan-indonesia?page=3>
- Prasongko, D. (n.d.). *Dwi Hartanto si Jenius "Penerus BJ Habibie" Ternyata Pembohong*. Retrieved June 28, 2022, from <https://www.suara.com/news/2017/10/09/084957/dwi-hartanto-si-jenius-penerus-bj-habibie-ternyata-pembohong?page=all>
- Projo, W. A. (n.d.). *7 Fakta Kasus Hoaks Babi Ngepet di Depok: Terinspirasi Kisah Viral di YouTube hingga Penyesalan*. Retrieved June 28, 2022, from <https://megapolitan.kompas.com/read/2021/11/03/07480861/7-fakta-kasus-hoaks-babi-ngepet-di-depok-terinspirasi-kisah-viral-di?page=all>

- Sabrina, A. R. (2019). Literasi Digital Sebagai Upaya Preventif Menanggulangi Hoax. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 5(2). <https://doi.org/10.37535/101005220183>
- Sebikova, L. (2018). The ethical aspects of techno-science, dromology, and hyperreality. *Communications - Scientific Letters of the University of Žilina*, 20(1PartA), 32–37. <https://doi.org/10.26552/com.c.2018.1a.32-37>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Swatiawan, A. (2020, February 8). *Dewan Pers*. [https://dewanpers.or.id/publikasi/opini\\_detail/173/Media Online Perlu Berbenah Diri](https://dewanpers.or.id/publikasi/opini_detail/173/Media_Online_Perlu_Berbenah_Diri)
- Utami, P. (2019). Hoax in Modern Politics. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 22(2), 85. <https://doi.org/10.22146/jsp.34614>
- Utami, W. W., & Darmaiza, D. (2020). Hate Speech, Agama, dan Kontestasi Politik di Indonesia. *Indonesian Journal of Religion and Society*, 2(2), 113–128. <https://doi.org/10.36256/ijrs.v2i2.108>
- Vasu, N., Ang, B., Jayakumar, S., Faizal, M., & Ahuja, J. (2018). *FAKE NEWS: NATIONAL SECURITY IN THE POST-TRUTH ERA Policy Report*.
- Vidi, A. (2021). *Survei Sebut 60 Persen Pengguna Internet Indonesia Terpapar Hoaks - Cek Fakta Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/4839776/survei-sebut-60-persen-pengguna-internet-indonesia-terpapar-hoaks>
- Wang, C. C. (2020). Fake news and related concepts: Definitions and recent research development. *Contemporary Management Research*, 16(3). <https://doi.org/10.7903/CMR.20677>
- Weiss, M. G. (2011). *Reality, Simulation and Hyperreality: An Essay on Baudrillard*. 8(2).
- Yuliani, A. (2017). *Ada 800.000 Situs Penyebar Hoax di Indonesia*. [https://kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800000-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800000-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/0/sorotan_media)