



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Tri. N. (2012). Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi. *Sinau Komunikasi*. Diakses dari <https://sinaukomunikasi.wordpress.com/2012/02/16/mengkaji-khalayak-media-dengan-metode-penelitian-resepsi/>
- Adhjarso, D. S., Utari, P., & Hastjarjo, S. (2018). The Influence of News Construction and Netizen Response to the Hoax News in Online Media. *Jurnal The Messenger*, 10(2), 162 - 172. Diakses dari <http://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/782>
- Alam, S. (2018). Post-Truth dan Literasi Media. *Mediaindonesia.com*. Diakses dari <https://mediaindonesia.com/read/detail/140705-post-truth-dan-literasi-media>
- Alfarizi, M, K. (2018). Whatsapp Jadi Aplikasi Teratas 2018, Diunduh 779 Juta Kali". *Tempo.co*. Diakses dari <https://tekno.tempo.co/read/1157115/whatsapp-jadi-aplikasi-teratas-2018-diunduh-779-juta-kali>
- Alia, S. S. (2018). Ketika Emak Sebar Hoax, Kita Kudu Piye?. *Viva.co.id*. Diakses dari <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1006984-ketika-emak-sebar-hoax-kita-kudu-piye>
- Anwar, N., & Riardi, I. (2017). Analisis Investigasi Forensik Whatsapp Messenger Smartphone Terhadap Whatsapp Berbasis Web". *Jurnal Ilmu Teknik Elektro Komputer dan Informatika (JITEKI)*, 3(1), 1-10. Diakses dari https://www.researchgate.net/profile/Imam_Riardi/publication/318636797_Analisis_Investigasi_Forensik_WhatApp_Messenger_Smartphone_Terdapat_WhatApp_Berbasis_Web/links/59732599458515e26dfdafaa/Analisis-Investigasi-Forensik-WhatsApp-Messenger-Smartphone-Terdapat-WhatsApp-Berbasis-Web.pdf

MULTIMEDIA
NUSANTARA

- Aribowo, E. K. (2017, Januari). Menelusuri Jejak Hoaks dari Kacamata Bahasa: Bagaimana Mendeteksi Berita Palsu Segini Mungkin. Conference: Literasi dalam Pembelajaran Bahasa. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/318663474_Menelusuri_Jejak_Hoaks_dari_Kacamata_Bahasa_Bagaimana_Mendeteksi_Berita_Palsu_Segini_Mungkin
- Arrazy, B. K. (2017). Staf Kepresidenan Sebut 3 Isu Hoax yang Sering Menyerang Jokowi. *Tempo.co*. Diakses dari <https://nasional.tempo.co/read/901522/staf-kepresidenan-sebut-3-isu-hoax-yang-sering-menyerang-jokowi/full&view=ok>
- Aryani, K. (2008). Analisis Penerimaan Remaja terhadap Wacana Pornografi dalam Situs-Situs Seks di Media Online. *Media Jurnal Penelitian Dinamika Sosial*. 7(2), 71-78. Diakses dari <http://journal.unair.ac.id/JPDS@penerimaan-remaja-terhadap-wacana-pornografi-dalam-situs-situs-seks-di-media-online-article-2712-media-26-category-8.html>
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Kurikulum dan Teknologi Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Surabaya*, 46 – 62. Diakses dari <http://yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/meyakinkan-validitas-data-melalui-triangulasi-pada-penelitian-kualitatif.pdf>
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2010). *Teori Komunikasi Massa, Dasar Pergolakan dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Basir, A. (2017). Analisis Framing Berita Ketua DPR RI Tentang Perpanjangan PT Freeport Indonesia Tahun 2015 pada Harian Online Viva.co.id dan Metrotvnew.com (Undergraduate Thesis). Diakses dari <http://repository.unpas.ac.id/15193/>
- Beruntung Bagi yang Jadi Admin Grup di WhatsApp, Bisa Dapatkan 6 Hak Istimewa Ini. (2018). *Serambinews.com*. 8 Agustus. Diakses 7 Juni 2019. <https://aceh.tribunnews.com/2018/08/08/beruntung-bagi-yang-jadi-admin-grup-di-whatsapp-bisa-dapatkan-6-hak-istimewa-ini?page=all>

- Bohang, F. K. (2018). Pengguna Aktif Bulanan Whatsapp Tembus 15 Miliar. *Kompas.com*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2018/02/01/09270377/pengguna-aktif-bulanan-whatsapp-tembus-15-miliar>
- Budiman, A. (2017). Berita Bohong (Hoax) di Media Sosial dan Pembentukan Opini Publik. *Majalah Info Singkat Pemerintahan Dalam Negeri*, IX(1), 17-20. Diakses dari https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info%20Singkat-IX-1-I-P3DI-Januari-2017-181.pdf
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Pranada Media.
- Bungin, B. (2007a). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Pranada Media.
- Bungin, B. (2007b). *Sosiologi Komunikasi Massa: (teori Paradigma dan Diskursus Teknologi)*. Jakarta: Kencana Pranada Media.
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Debora, Y. (2019). Kedua Kubu Sama-sama Diserang Hoaks Jelang Pilpres 2019. *Tirto.id*. Diakses dari <https://tirto.id/kedua-kubu-sama-sama-diserang-hoaks-jelang-pilpres-2019-dmcB>
- Dzulfikar, L. T. (2019). Kenapa Hoaks Politik Begitu Mudah Dipercaya?. *Remotivi.or.id*. Diakses dari <http://www.remotivi.or.id/amatan/518/Kenapa-Hoaks-Politik-Begitu-Mudah-Dipercaya>
- Encoding-Decoding: Studi Pemaknaan Pesan Stuart Hall. (2017). *Gubuk Musafir*. Diakses dari <https://ninoor.wordpress.com/2017/04/03/encoding-decoding-studi-pemaknaan-pesan-stuart-hall/>
- Enskripsi End-to-End. (2019). *Blogs WhatsApp*. Diakses dari <https://faq.whatsapp.com/id/general/28030015/?category=5245250>

- Emzir. 2012. *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing*. Yogyakarta: LKiS Group.
- Eriyanto. (2004). *Analisis Framing*. Yogyakarta: LKiS Group.
- Fauzi, M. P. (2017). Lebih dari 90% Berita Hoax di Indonesia Bermuatan Politik". *Okezone.com*. Diakses dari <https://techno.okezone.com/read/2017/02/13/207/1616892/lebih-dari-90-berita-hoax-di-indonesia-bermuatan-politik>
- Filimowicz, M. (2014). A Mixed Framework for New Media Art Reception. *SoundEffects An Interdisciplinary Journal of Sound and Sound Experience*, 4(1), 42-65. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/273946485_A_mixed_framework_for_new_media_art_reception
- Fikria, S. (2012). Interpretasi Khalayak Terhadap Sosok Perempuan dalam Iklan Produk Kebutuhan Rumah Tangga (Analisis Resepsi Terhadap Iklan di Televisi) (Undergraduate thesis). Diakses dari <http://eprints.undip.ac.id/34933/>
- Fitur-fitur Baru Untuk Grup. (2018). *Blogs Whatsapp*. 15 Mei. Diakses dari <https://blog.whatsapp.com/index.php/2012/01/it-is-a-hoax-really-it-is/?page=2>
- Ghozali, Imam. 2016. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Semarang: Yoga Pratama.
- Hadi, I. P. (2008). Penelitian khalayak dalam perspektif reception analysis. *Jurnal Ilmiah Scriptura*, 3(1), 1-7. Diakses dari <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/iko/article/viewFile/16951/16936>

- Handarani, S. (2012). Pembinaan Berita Media Terkait Tokoh Agama di Indonesia (Analisis Framing Media Kasus Pelecehan Seksual Terkait Tokoh Agama; Habib Hasan Assegaf di Gatra Online dan Republika Online) (Undergraduate Thesis). Diakses dari <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20317838-S-pdf-Siti%20Handarani.pdf>
- Harahap, L. (2017). Mereka yang Jadi Korban Karena Isu Penculikan. *Merdeka.com*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/peristiwa/mereka-yang-jadi-korban-karena-isu-penculikan.html>
- Hardoko, E. (2018). Dua Bulan Terakhir, Penyebaran Hoaks Sebabkan 20 Warga India Tewas. *Kompas.com*. Diakses dari <https://internasional.kompas.com/read/2018/07/14/16501121/dua-bulan-terakhir-penyebaran-hoaks-sebabkan-20-warga-india-tewas?page=all>
- Haryanto. A. T. (2018). 'Masyarakat Mulai Kritisi Hoax'. *Detik.com*. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3421273/masyarakat-mulai-kritisi-hoax>
- Haryanto. A. T. (2018). 130 Juta Orang Indonesia Tercatat Aktif di Medsos. *Detik.com*. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>
- Hapsari, T. B. (2013). Audiens Framing: Peluang Baru dalam Penelitian Audiens. *Jurnal Komunikasi*, 1(6), 485-502. Diakses dari <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/download/54/53>
- Hasan, A. M. (2018). Jualan Isu Komunis & Hoaks Whatsapp, Bolsonaro Menang Pemilu Brazil". *Tirto.id*. Diakses dari <https://tirto.id/jualan-isu-komunis-hoaks-whatsapp-bolsonaro-menang-pemilu-brazil-c8U9>
- Hasan, A. M. (2019). "Masalah Orangtua: Gemar Membagi Hoaks di Medsos dan Whatsapp". *Tirto.id*. 14 Januari. Diakses dari <https://tirto.id/masalah-orangtua-gemar-membagi-hoaks-di-medsos-dan-whatsapp-decZ>

- Hidayatullah, A. (2017). Ini 7 Jenis Konten Misinformasi dan Disinformasi. *Suara.com*. Diakses dari <https://www.suara.com/tekno/2017/05/15/232015/ini-7-jenis-konten-misinformasi-dan-disinformasi>
- Hoaks Jelang Pilpres Meningkat, Penebarnya ‘Kebanyakan Kaum Ibu’, (2019). *BBC.com*. Diakses dari <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-47769556>
- Hoax Penculik Anak, Gelandangan Dikeroyok di Pantura, (2017). *Tempo.co*. Diakses dari <https://nasional.tempo.co/read/855222/gara-gara-hoax-penculik-anak-gelandangan-dikeroyok-di-pantura>
- Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Imaduddin, F. (2018). Kenapa Whatsapp Menjadi Lahan Subur Bagi Hoaks?. *Remotivi.co.id*. Diakses dari <http://www.remotivi.or.id/amatan/496/Kenapa-WhatsApp-Menjadi-Lahan-Subur-Bagi-Hoaks>
- Indriani. (2017). Ahli: "hoax" merupakan Kabar yang Direncanakan. *Antaraneews.com*. Diakses dari <https://www.antaraneews.com/berita/606085/ahli-hoax-merupakan-kabar-yang-direncanakan>
- Kristo, F. Y. (2018). Perjalanan WhatsApp Sebelum Diacak-acak Facebook. *Detik.com*. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4001468/perjalanan-whatsapp-sebelum-diacak-acak-facebook>
- Kriyantono, R. (2006). Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertisin, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Diakses dari https://books.google.co.id/books?id=gI9ADwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Teknik+Praktis+Riset+komunikasi&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiayuX7y73jAhX_63MBHV0TCoIQ6AEIKzAA

- Kurniawan, T. (2018). Membunuh Hoaks: Rekonstruksi Nalar Manusia Era Post-Truth". *Geotimes.co.id*. Diakses dari <https://geotimes.co.id/opini/membunuh-hoaks-rekonstruksi-nalar-manusia-era-post-truth/>
- Juliawanti, L. (2018). Angka Penyebaran Hoax Capai 800 Ribu Konten, di Pilkada Terus Meningkat". *IDNTimes.com*. Diakses dari <https://www.idntimes.com/news/indonesia/linda/angka-penyebaran-hoax-capai-800-ribu-konten-di-pilkada-terus-meningkat/full>
- Kemala, A. N. (2018). BIN: 60 Persen Konten Media Sosial adalah Informasi Hoaks". *Kompas.com*. Diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2018/03/15/06475551/bin-60-persen-konten-media-sosial-adalah-informasi-hoaks>
- Mafindo: Sepanjang September 2018 Jokowi - Ma'ruf Diserang 36 Hoax dan Prabowo-Sandi Diserang 16 Hoax, (2018). *Tribunnews.com*. Diakses dari <http://www.tribunnews.com/pilpres-2019/2018/10/16/mafindo-sepanjang-september-2018-jokowi-maruf-diserang-36-hoax-dan-prabowo-sandi-diserang-16-hoax>
- Mahardikengrat, L. (2017). Hoax dan Ujaran Kebencian Jadi Bisnis, Ini 5 Dampak Paling Mengerikan. *Brilio.net*. Diakses dari <https://www.brilio.net/serius/hoax-dan-ujaran-kebencian-jadi-bisnis-ini-5-dampak-paling-mengerikan-170825g.html>
- Mawardi, G. (2012). Pembungkahan Berita Media Online (Analisis Framing Berita Mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar di mediaindonesia.com dan vivanews.com Tanggal 7 September 2011) (Undergraduate Thesis). Diakses dari <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20290965-S-Gema%20Mawardi.pdf>
- Miles, M. B. & Hubberman, A. M. (2009). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

- Mufarida, B. (2018). Penyebar Hoaks Mayoritas Ibu Rumah Tangga. *Sindonews.com*. Diakses dari <https://nasional.sindonews.com/read/1354497/13/penyebar-hoaks-mayoritas-ibu-rumah-tangga-1542171192>
- Mulyana, D. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Munir, M. (2018). Penerimaan Berita Hoax Tentang Islam di Kalangan Alumni Pondok Pesantren Miftahul Ulum Panyepren (Thesis). Diakses dari <http://digilib.uinsby.ac.id/28302/>
- Nasrullah, R. (2018). Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media dan Realitas Vitrual di Media Sosial. *Jurnal Sositologi Institut Teknologi Bandung*, 17, 271 – 287. Diakses dari <http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/7953/3406>
- Nistanto, R. K. (2016). Ini Negara dengan Jumlah Pengguna Whatsapp Terbanyak di Dunia. *Kompas.com*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2016/11/17/06150017/ini.negara.dengan.jumlah.pengguna.whatsapp.terbanyak.di.dunia>
- Nurdin, A. (2017). Hoax Penculikan Anak Berujung Korban. *Liputan6.com*. Diakses dari <https://www.liputan6.com/news/read/2902507/hoax-penculikan-anak-berujung-korban>
- Pahlevi, R. (2018). Kominfo: Penyebar Hoaks Berkisar Usia 45 ke Atas. *Liputan6.com*. Diakses dari <https://www.liputan6.com/news/read/3694098/kominfo-penyebar-hoaks-berkisar-usia-45-ke-atas>
- Panggabean, T. T. (2013). Tinjauan Makna dan Bahasa Visual Pada Iklan Papan Reklame Kampanye Politik (Analisis Semiotika Iklan Papan Reklame Kampanye Politik Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Utara 2013) (Student Paper). Diakses dari <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/38405>

- Prasetyo, N. A. (2019). Dari Shame Truth ke Post-Truth Era Digital. *Sindonews.com*. Diakses dari <https://nasional.sindonews.com/read/1378538/18/dari-shame-truth-ke-post-truth-era-digital-1550087124>
- Prayitno, E. (2018). Termakan Isu Hoaks Penculikan Anak, 1 Orang di Kendal Tewas Dikeroyok. *Inews.id*. Diakses dari <https://www.inews.id/daerah/jateng/termakan-isu-hoaks-penculikan-anak-1-orang-di-kendal-tewas-dikeroyok/317890>
- Purbayanti, M. (2013). Reception Analysis Remaja Perempuan Tentang Konsep Kecantikan Dalam Iklan Kosmetika. *Journal Universitas Airlangga*, 1(2). Diakses dari <http://www.journal.unair.ac.id/COMN@reception-analysis-remaja-perempuan-tentang-konsep-kecantikan-article-4526-media-137-category-8.html>
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 5(1). 58-59. Diakses dari <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk/article/view/1342>
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Siddiq, T. (2018). Mafindo: Konten Politik Mendominasi Penyebaran Hoax. *Tempo.com*. Diakses dari <https://nasional.tempo.co/read/1136933/mafindo-konten-politik-mendominasi-penyebaran-hoax>
- Skenario Busuk di Tengah Jalan. (2018). *Turnbackhoax.id*. Diakses dari <https://turnbackhoax.id/2018/09/19/salah-scenario-busuk-di-tengah-jalan/>
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Street, J. (2001). *Mass Media, Politics, and Society*. New York: Palgrave.
- Sudjarwo dan Basrowi. 2009. *Manajemen Penelitian Sosial*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Sukmasari, R. N. (2017). Yuk Jadi Orang Tua Cerdas Agar Tak Gampang 'Termakan' Hoax. *Detik.com*. Diakses dari <https://health.detik.com/ibu-dan-anak/d-3418204/yuk-jadi-orang-tua-cerdas-agar-tak-gampang-termakan-hoax>
- Syaifudin, A. Q. (2014). Anti Korupsi Dalam Iklan Rokok (Analisis Resepsi Audience Mengenai Isi Iklan Rokok Djarum 76 Versi “Wakil Dibuang Rakyat Miskin, Kontes Jin, Korupsi Pungli & Sogokan” Di Desa Tugu, Mlarak, Ponorogo) (Undergraduate thesis). Diakses dari <http://eprints.ums.ac.id/32502/>
- Tentang bakal dihapusnya Kementerian Agama Diganti Namanya. 2018. *Turnbackhoax.id*. Diakses dari <https://turnbackhoax.id/2018/10/23/salah-tentang-bakal-dihapusnya-kementerian-agama-diganti-namanya/>
- Tjiadarma, E. L. (2016). Sekat-Sekat Toleransi Di Media. *Remotivi.or.id*. Diakses dari <http://www.remotivi.or.id/amatan/343/Sekat-Sekat-Toleransi-di-Media>
- Tubbs, S. L. & Moss, S. (2008). *Human Communication*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2019). *Jurnalisme “Berita Palsu”, & Disinformasi: Buku Pegangan untuk Pendidikan dan Pelatihan Jurnalisme*. Diakses dari <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368022>
- Utami, D. N. (2018). Indonesia Hobi Chatting, Whatsapp Nomor Satu. *Bisnis.com*. Diakses dari <https://gadget.bisnis.com/read/20180212/280/737506/indonesia-hobi-chatting-whatsapp-nomor-satu>

- Utomo, P. W. (2017). Selamat Datang Di Era Post-Truth. *Remotivi.or.id*. Diakses dari <http://www.remotivi.or.id/kabar/345/Selamat-Datang-di-Era-Post-Truth>
- Wahyono, E., Amalia, R., & Ranteallo, I. C. (2017). Menelaah Lebih Dekat “*Post Factual/Post Truth Politics*, Studi Kasus Brexit” (Analisis Resensi Media). *Jurnal of Communication (Nyimak)*, 1(1), 23 – 31. Diakses dari <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak/article/view/272/695>
- Wood, J. T. (2013). *Komunikasi Teori dan Praktik (Komunikasi dalam Kehidupan Kita)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yogyaningrum, dkk. 2009. *Merjaut Makna: Penelitian Kualitatif Bidang Persputakaan dan Informasi*. Jakarta: Cita Karyakarsa.
- Yordan, J. (2019). Rudiantara: Batas 5 Kali Pesan Forward di WhatsApp Belaku 22 Januari. *Kumparan.com*. Diakses dari <https://kumparan.com/@kumparantech/rudiantara-batasan-pesan-forward-whatsapp-5-kali-berlaku-22-januari-1548073556260891642>
- Yusuf, O. (2014). Whatsapp Sudah Kalahkan SMS. *Kompas.com*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2014/01/22/0935479/WhatsApp.Sudah.Kalahkan.SMS>
- Zaenuddin, A. (2019). Siasat Berat WhatsApp Menangkal Hoaks. *Tirto.id*. Diakses dari <https://tirto.id/siasat-berat-whatsapp-menangkal-hoaks-dlk6>

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A