

## **EPISODE PERJUANGAN BANGSA DALAM JURNALISME KORAN JAWA POS DALAM RUBIK “HOAX ATAU BUKAN”**

**Krisna Aditya**

Universitas Kebangsaan Republik Indonesia, krisnaaditya@fasos.ukri.ac.id

**Abstract.** *In an era when information does not only come from journalists, but also from various media platforms and even from ordinary people, there is a lot that we consider as "information". Sometimes there is so much, we ignore and get lost in the truth of the information. Now there is the internet and social media, now printed newspapers are not the main source for citizens to obtain information. However, there is a principle that the Jawa Pos newspaper carries out, namely the educational function carried out by the Jawa Pos newspaper to prevent the spread of hoaxes with the rubric "Hoax or Not". This research uses a qualitative method with a case study approach to the "Hoax or Not" column of the Jawa Pos newspaper. Mass media can play a role in educating the public about the importance of media literacy and how to recognize false information. This includes providing guidance on how to check sources, recognize bias, and evaluate the credibility of news stories. This research concludes that the "Hoax or Not" column can maintain high standards of ethical journalism, such as not publishing unverified information or refraining from sensationalism, building trust with their audience and positioning themselves as a reliable source of information. In the current context, it helps reduce the spread of false information and increases public literacy awareness about the importance of fact verification.*

**Keywords:** *Journalism, Hoax, Media Literacy, Fact Check, Jawa Pos.*

**Abstrak** *Dalam era ketika informasi tidak datang hanya dari wartawan, namun juga dari berbagai platform media bahkan dari orang-orang biasa, ada banyak sekali yang kita pertimbangkan sebagai "informasi". Terkadang saking banyaknya, kita abai dan tersesat dengan kebenaran informasi tersebut. Sekarang ada internet dan media sosial, kini media cetak koran bukan sumber utama warga untuk memperoleh informasi. Meski demikian ada hal prinsip yang dilakukan Koran Jawa Pos yakni fungsi edukasi yang dilakukan koran Jawa Pos untuk mencegah penyebaran hoax dengan rubrik "Hoax atau Bukan". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus terhadap rubrik "Hoax atau Bukan" koran Jawa Pos. Media massa dapat berperan dalam mengedukasi masyarakat tentang pentingnya literasi media dan bagaimana mengenali informasi palsu. Ini termasuk memberikan panduan tentang bagaimana memeriksa sumber, mengenali bias, dan mengevaluasi kredibilitas berita. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Rubrik "Hoax atau Bukan" dapat menjaga standar jurnalisme etika yang tinggi, seperti tidak menerbitkan informasi yang belum diverifikasi atau menahan diri dari sensasionalisme, membangun kepercayaan dengan audiens mereka dan memposisikan diri sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan. Dalam konteks saat ini membantu mengurangi penyebaran informasi palsu dan meningkatkan kesadaran literasi publik tentang pentingnya verifikasi fakta.*

**Kata Kunci:** *Jurnalisme, Hoax, Literasi Media, Fakta Chek, Jawa Pos.*

## PENDAHULUAN

Bangsa ini tengah berjuang mencegah tumbuh suburnya berita-berita yang mengandung unsur hoaks. Kemunculan berita palsu atau hoaks ini salah satunya sejalan dengan pemerataan infrastruktur internet di seluruh negeri. Namun dalam skala tertentu, berbeda tingkat penetrasinya. Terutama jika dibandingkan antara satu negeri dengan negeri lainnya. Pada tingkat penetrasinya di seluruh dunia, tergantung pada faktor-faktor seperti infrastruktur teknologi, kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, dan pendidikan.

Negara-negara maju umumnya memiliki tingkat penetrasi internet yang tinggi, sering kali lebih dari 80-90%, sementara di beberapa negara berkembang atau terbelakang, tingkat penetrasinya mungkin jauh lebih rendah. Penetrasi internet yang tinggi sering dikaitkan dengan dampak positif pada ekonomi, pendidikan, dan akses ke informasi, karena memudahkan komunikasi, bisnis, dan pembelajaran *online*.

Namun, terdapat juga tantangan, seperti masalah keamanan data, privasi, ketergantungan pada teknologi dan informasi *hoax*. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia menurut data terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan laporan Digital 2023 dari *We Are Social* dan *Hootsuite*, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 diperkirakan mencapai sekitar 212,9 juta orang. Ini mencakup sekitar 77% dari total populasi negara tersebut.

Demografi pengguna sebagian besar pengguna internet di Indonesia adalah generasi muda, dengan kelompok usia 16-34 tahun yang mendominasi. Generasi ini cenderung lebih paham teknologi dan menggunakan internet untuk berbagai aktivitas, termasuk media sosial, *streaming* video, belanja *online*, dan *gaming*. Penggunaan internet yang pesat itu dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan dari masyarakat. Berbagai macam kebutuhan masyarakat dapat diperoleh melalui internet. Ada yang menggunakannya untuk mencari informasi, untuk hiburan, komersial, dan lain sebagainya. Indonesia adalah salah satu negara dengan pengguna media sosial terbesar di dunia. Platform seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, dan *YouTube* sangat populer di Indonesia. Data menunjukkan bahwa lebih dari 167 juta orang di Indonesia menggunakan media sosial secara aktif.



Sumber : Kementerian Kominfo

Gambar 1  
Temuan hoaks dalam Kategori tertentu

Berdasarkan kategori, isu *hoaks* paling banyak berkaitan dengan kesehatan. Tim AIS Kementerian Kominfo menemukan sebanyak 2.256 isu *hoaks* dalam kategori kesehatan. Meskipun transisi ke endemi sedang berlangsung, ternyata masih banyak beredar isu *hoaks* yang berkaitan dengan Covid-19 baik mengenai virus maupun vaksinasi. Selain itu ada banyak informasi yang menyesatkan terutama berkaitan dengan khasiat tanaman atau obat dan produk kesehatan.

Isu *hoaks* yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah juga tercatat paling banyak ditemukan. Secara kumulatif, sejak Agustus 2018, Tim AIS Kementerian Kominfo menemukannya 2.075 isu *hoaks* dalam kategori pemerintahan. Paling banyak merujuk pada akun palsu pejabat pemerintah pusat dan daerah. Selain itu ada beberapa informasi menyesatkan mengenai kebijakan pemerintah terkini.

Efek dari disinformasi menimbulkan keresahan mengenai informasi *hoaks* atau berita palsu (*hoax*) telah menjadi masalah yang signifikan di era *digital*, termasuk di Indonesia. Penyebaran *hoaks* melalui internet dan media sosial dapat memiliki dampak negatif yang luas pada masyarakat. *Hoaks* adalah informasi palsu atau menyesatkan yang disebarkan dengan tujuan tertentu, seperti menipu, menimbulkan kebingungan, atau memanipulasi opini publik. Bentuk *hoaks* bisa bermacam-macam, mulai dari berita palsu, teori konspirasi, gambar atau video yang diedit, hingga informasi medis yang tidak benar.

Media memiliki peran yang sangat penting dalam mengatasi penyebaran *hoaks* di masyarakat. Berbagai upaya yang dilakukan oleh media untuk menangani dan mengurangi dampak dari informasi *hoaks*. Media sering bekerja sama dengan organisasi independen seperti *Snopes*, *FactCheck.org*, atau *CekFakta.com* di Indonesia untuk menyediakan informasi yang telah diverifikasi. Beberapa platform ini juga memiliki sertifikasi dari *International Fact-Checking Network* (IFCN) untuk memastikan standar kualitas dalam verifikasi informasi.

Media bekerja sama dengan platform media sosial seperti *Facebook*, *X*, dan *YouTube* untuk menandai konten yang telah terverifikasi sebagai *hoaks*. Platform ini kemudian memberikan peringatan atau bahkan menghapus konten yang terbukti palsu. Media massa pun berperan dalam mencegah penyebaran *hoax*. Caranya adalah dengan membentuk rubrik atau kolom khusus untuk memeriksa fakta. Media dalam jaringan (*daring*) yang memiliki kolom tersebut antara lain *Kompas.com*, *Tempo.co*, *Liputan6.com*, *Kumparan.com*, dan *Mafindo* - Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) adalah organisasi non-pemerintah yang fokus pada pengecekan fakta di Indonesia.

Media-media ini telah mendapatkan verifikasi dari *International Fact-Checking Network* (IFCN) karena mereka memenuhi standar yang ditetapkan untuk memeriksa fakta, termasuk akurasi, ketidakberpihakan, transparansi, dan komitmen terhadap prinsip-prinsip etika pengecekan fakta. Media yang disebutkan penulis di atas merupakan media *daring* sebagaimana halnya media cetak juga bisa menyediakan konten pengecekan fakta. Salah satu media cetak yang memilikinya adalah *Jawa Pos*. *Jawa Pos* menjadi salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia. Media ini menaungi sekitar 200 surat kabar, tabloid, majalah, media *daring*, serta televisi daerah di Indonesia. Jaringan media itu disebut dengan *Jawa Pos National Network* (JPNN).

Sejak 2017 *Jawa Pos* memiliki gerakan melawan *hoax* yang dengan slogan *Jawa Pos Clearing House of Information*. Gerakan ini dilakukan dengan menerbitkan rubrik khusus cek fakta dengan nama rubrik "*Hoax atau Bukan*". Rubrik ini terdapat di media cetak koran *Jawa Pos* maupun media *daring* *Jawapos.com*. Rubrik ini dibuat untuk melakukan verifikasi berita palsu yang tersebar di masyarakat. Rubrik ini pertama kali diterbitkan pada 4 Juli 2017.

Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini dilandasi dengan referensi dari penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, antara lain penelitian Alifia Nurma Addini, Fungsi Edukasi Koran *Jawa Pos* dalam Mencegah Penyebaran *Hoax* dengan Rubrik "*Hoax atau Bukan*". Dalam penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Rubrik "*Hoax atau Bukan*" dapat meningkatkan literasi berita masyarakat karena mengajari masyarakat untuk kritis terhadap informasi yang didapatkan.

Dari penelitian yang dipaparkan tersebut, penelitian yang dilakukan penulis

memunculkan kebaruan karena lebih menekankan pada pencarian dan pemenuhan teoritis mengenai dimensi perkembangan Jurnalisme media. Setelah berlangsung dan secara meyakinkan menggantikan platform lama media konvensional, keberadaan teori menjadi sangat penting dan mendesak. Sedangkan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui sejauh mana dan jurnalisme seperti apa yang harus disajikan dalam kondisi sekarang ini? bagaimana kualitas jurnalisme media cetak koran dalam kondisi media *digital* saat ini? Apakah jurnalisme media cetak masih relevan? Jika masih relevan, bagaimana cara untuk membuatnya tetap relevan? Bagaimana suatu informasi didistribusikan pada hari ini dalam pelaksanaan media baru dalam sistem layanan *online*.

## **KAJIAN TEORITIS**

Literasi Media dan Informasi (*Media and Information Literacy* atau MIL) adalah kemampuan untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi dari berbagai jenis media secara kritis. Literasi ini mencakup pemahaman tentang bagaimana media bekerja, bagaimana pesan dikirimkan dan diterima, serta bagaimana media dapat mempengaruhi pikiran, perasaan, dan perilaku individu serta masyarakat.

Literasi media atau dalam bahasa Indonesia lebih dikenal dengan melek media dianggap sebagai sebuah jawaban dari banyaknya persepsi publik mengenai pengaruh dan dampak yang muncul dari konten yang ada di media massa yang cenderung negatif, sehingga dibutuhkan kemampuan, pengetahuan, kesadaran dan keterampilan bagi para publik untuk mengevaluasi pesan secara kritis. Dalam evaluasi pesan terdapat proses seleksi pesan, interpretasi dan evaluasi dampak dari pesan-pesan yang diterima tersebut. (Restianty, A. 2018).

Teknologi *digital* yang melahirkan jurnalisme *digital/online* telah membawa banyak perubahan di jagat media dan jurnalisme. Namun lebih penting dari sekedar isu teknis ini adalah dugaan adanya penurunan kualitas mutu jurnalisme di berbagai belahan dunia dalam platform *online*. Dengan kata lain, produk-produk jurnalistik yang tersebar melalui situs-situs berita *digital* secara rerata memiliki kualitas lebih rendah dibanding dengan produk-produk jurnalistik yang sebelumnya muncul di era sebelumnya di media-media konvensional. (Rusdi, F., & Christania, V. R. G. 2022).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata *hoax* mengandung arti tidak benar bohong atau dapat diartikan bahwa *hoax* adalah sebuah pemberitaan palsu yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. *Hoax* adalah suatu informasi yang ditambah-tambahi atau dikurang-kurangi isi dari berita yang sebenarnya terjadi.

Adanya unsur manipulasi atau modifikasi guna mendapat respon yang cukup banyak dan menjadi viral. Seperti halnya berita penyebaran Covid-19 di daerah yang belum dipastikan kebenarannya, menimbulkan kekhawatiran bagi masyarakat sekitar. Pemicu informasi *hoax* memiliki dua motif yaitu ekonomi dan politik. (Chumairoh, H. 2020).

Pers atau media massa memiliki peran yang sangat penting dalam masyarakat. Sebagai salah satu pilar demokrasi, pers memiliki beberapa fungsi penting di era digitalisasi saat ini, yaitu dengan menyediakan konten yang informatif dan analitis, pers juga berperan dalam meningkatkan literasi media, membantu masyarakat mengembangkan kemampuan untuk menilai sumber informasi secara kritis.

Berdasarkan teori Hierarki Pengaruh yang dicetuskan oleh Pamela J Shoemaker dan Stephen D Reese menjelaskan bahwa isi pesan media di pengaruhi oleh 5 faktor, yaitu individu, rutinitas media, organisasi, ekstra media, dan ideologi. Dalam Model Komunikasi *Gatekeeper* pada media massa menjadi relevan sebagai perantara kepada publik di era *digital* media. *Gatekeeper* merupakan ujung tombak sebuah informasi sebelum akhirnya dipublikasikan. *Gatekeeper* juga bertanggung jawab dalam memastikan bahwa informasi yang akan disampaikan adalah informasi yang berkualitas, diyakini kebenarannya, layak, dan memang penting untuk disampaikan kepada masyarakat. (Srikandi, M. B. 2023).

Ulasan koran atau media cetak masih mendapat kepercayaan atau *trust* dari masyarakat. Dari sisi ulasan, Koran jauh memberikan pemaparan yang lengkap dan jelas

kepada pembaca dibandingkan di media *online*. Hal ini terjadi karena proses verifikasi data di media Koran cukup ketat, sehingga kecil kemungkinan ada ruang untuk menyebarkan *hoax* tanpa ada verifikasi data yang teliti. (Widyani, I. P. M. N. 2023).

Masih banyak persoalan lain yang kita temui dalam melihat persoalan antara jurnalisme dan media *digital* ataupun media *online*. Namun, ini memang suatu pertanda munculnya era baru dalam dunia media komunikasi, menantang kita untuk lebih mendalaminya, dan mencoba memahami serta kembali pada esensi utamanya: untuk apa komunikasi diciptakan? Di sini unsur jurnalisme dibutuhkan: verifikasi!

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif *case study research*. Dalam penelitian ini akan dapat diungkapkan gambaran yang mendalam dan mendetail tentang situasi atau objek. Kasus yang akan diteliti dapat berupa satu orang, keluarga, satu peristiwa, kelompok lain yang cukup terbatas, sehingga peneliti dapat menghayati, memahami, dan mengerti bagaimana objek itu beroperasi atau berfungsi dalam latar alami yang sebenarnya. (Nasution, A. F. 2023).

Penelitian diarahkan untuk mencari gejala yang kemudian dijelaskan melalui analisis atas objek yang menjadi bidang penelitian. Sesuai pernyataan Bogdan dan Taylor bahwa metodologi penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif, baik berupa kata-kata lisan maupun tertulis dari orang-orang atau perilaku yang diamati (Hadisaputra, 2021).

Berdasarkan pada pengertian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk melihat arah dan perkembangan fenomena informasi *hoaks* yang berada dalam situasi dinamis mengikuti situasi perkembangan dalam masyarakat. Sebagaimana bahan analisis, media yang terdapat di saluran *online* menjadi unit analisis dan kemudian digolongkan sebagai data primer dengan bentuk pengayaan dari sumber-sumber lainnya sebagai data pendukung atau data sekunder.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

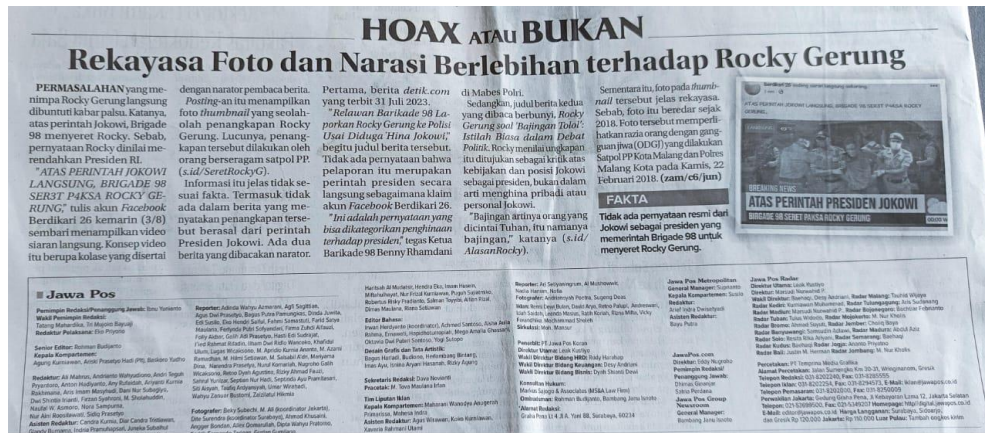
Jurnalisme adalah praktik mengumpulkan, menulis, mengedit, dan menerbitkan berita atau materi lain yang berfungsi untuk menginformasikan masyarakat tentang kejadian terkini, ide, tren, dan isu-isu yang relevan. Jurnalisme berfungsi sebagai penghubung antara peristiwa yang terjadi di dunia dan publik, serta berperan penting dalam menjaga demokrasi dengan menyediakan informasi yang obyektif dan berbasis fakta.

Jurnalisme koran adalah salah satu bentuk jurnalisme yang berfokus pada produksi berita dan artikel yang diterbitkan dalam bentuk koran atau surat kabar. Jurnalisme ini memiliki sejarah yang panjang dan telah menjadi salah satu media utama untuk menyampaikan berita kepada publik. Jurnalisme koran memiliki tantangan di era *digital* ini, terutama dengan menurunnya jumlah pembaca dan pendapatan dari iklan. Namun, koran masih dianggap sebagai sumber informasi yang penting dan tepercaya bagi banyak orang. Mereka terus beradaptasi dengan *tren digital*, misalnya dengan memiliki versi *online* atau *digital* dari edisi cetak mereka.

Selain hal tersebut Jurnalisme di era modern *digital* kini juga menghadapi sejumlah tantangan signifikan yang mempengaruhi cara berita dikumpulkan, diproduksi, dan dikonsumsi. Beberapa tantangan utama yang dihadapi jurnalisme saat ini *Disinformasi & Hoaks*, Penyebaran informasi palsu, dengan kemajuan teknologi dan media sosial, informasi palsu atau *hoaks* dapat dengan mudah diproduksi dan disebarluaskan.

Ini menantang kemampuan jurnalis untuk memverifikasi fakta dan mempertahankan kredibilitas. Sebagai salah satu pilar demokrasi dan penyedia informasi yang dapat dipercaya, media massa memiliki peran penting dalam memerangi penyebaran informasi yang salah. Media massa juga dapat menjalankan peran sebagai verifikator dengan menyelidiki klaim yang meragukan atau palsu yang beredar di masyarakat.

Melalui laporan mendalam dan cek fakta, media dapat membantah informasi palsu dengan menyajikan bukti yang jelas dan dapat diverifikasi.



Sumber: koran Jawa Pos

Gambar 2  
Rubrik “Hoax Atau Bukan”

Media cetak nasional koran Jawa Pos dalam rubrik “Hoax atau Bukan” adalah salah satu upaya yang didedikasikan untuk menangani masalah *hoaks* atau berita palsu yang beredar di masyarakat. Rubrik ini bertujuan untuk mengedukasi pembaca dengan memverifikasi kebenaran informasi yang sering kali tersebar melalui media sosial atau platform lain yang rentan terhadap disinformasi.

Rubrik seperti “Hoax atau Bukan” sangat penting dalam konteks saat ini, karena membantu mengurangi penyebaran informasi palsu dan meningkatkan kesadaran publik tentang pentingnya verifikasi fakta. Dengan adanya rubrik ini, pembaca Jawa Pos mendapatkan alat tambahan untuk menilai keandalan informasi yang mereka terima, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Berdasarkan paparan diatas, penulis merasa penting untuk meneliti rubrik “Hoax atau Bukan” ini. Karena, penelitian ini akan berguna untuk mengetahui mengapa dan bagaimana media Jawa Pos dalam menerbitkan rubrik yang dibutuhkan masyarakat sekarang ini. Serta mengetahui bagaimana respons masyarakat atau pembaca Jawa Pos mengenai manfaat rubrik ini dan bagaimana membedakan jurnalisme kredible dengan isi media yang lain.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Merujuk pada Penjelasan Pasal 3 UU No. 40 Tahun 1999 ; Hak masyarakat untuk mengetahui, Pers memiliki peran penting untuk memastikan bahwa masyarakat mendapatkan informasi yang tepat, akurat, dan benar. Ini penting untuk mendukung fungsi pers sebagai salah satu pilar demokrasi dan memastikan transparansi dan akuntabilitas di semua sektor. Dalam Model Komunikasi *Gatekeeper* dijelaskan bahwa media massa berperan sebagai perantara kepada publik. *Gatekeeper* dapat menentukan pesan apa yang akan dikirim kepada audiens. *Gatekeeper* juga dapat menghapus atau memodifikasi pesan tersebut. Jawa Pos sebagai *Gatekeeper* mendapat berbagai informasi *hoax* yang tersebar di masyarakat. Berbagai informasi *hoax* disaring oleh Jawa Pos untuk kemudian dimodifikasi menjadi berita. Dalam rubrik “Hoax atau Bukan”, modifikasi, yang dilakukan Jawa Pos adalah dengan memeriksa fakta dari *hoax* yang beredar. *Hoax* yang telah terverifikasi kebenarannya kemudian akan diterbitkan oleh Jawa Pos dalam koran hariannya.

Bersamaan dengan itu, kami menganggap bahwa hasil penelitian ini bukan akhir dari perjalanan komunikasi massa khususnya jurnalistik. Masih banyak dimensi komunikasi massa yang dapat dikembangkan lebih jauh, karena itu kami berharap hasil penelitian ini menjadi awal bagi penelitian selanjutnya dengan tema yang sama.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Dengan dimuatnya naskah jurnal penelitian ini, kami mengucapkan terima kasih kepada Redaksi Jawa Pos, pengelola Jurnal Kebangsaan Republik Indonesia (UKRI) yang telah memberikan *space* sehingga dapat diterbitkan. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang turut membantu dan melancarkan proses penelitian ini

### **DAFTAR REFERENSI**

ADDINI, A. N. FUNGSI EDUKASI KORAN JAWA POS DALAM MENCEGAH PENYEBARAN HOAX DENGAN RUBRIK HOAX ATAU BUKAN.

Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. *Gunahumas*, 1(1), 72-87.

Rusdi, F., & Christania, V. R. G. (2022). Kualitas Jurnalistik dan Minat pada Konten Jurnalisme Warga. *Koneksi*, 6 (2), 349-354.

Chumairoh, H. (2020). Ancaman Berita Bohong di Tengah Pandemi Covid-19. *Vox Populi*, 3(1), 22-30.

Widyani, I. P. M. N. (2023). Strategi Media Cetak Koran Bali Express (Jawa Pos Group) Di Tengah Persaingan Media Digital. *COMMUNICARE*, 4(1).

Srikandi, M. B. (2023). Relevansi Fungsi Gatekeeper di Era Gempuran Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 15(01), 23-30.

Hadisaputra, P. (2021). PENELITIAN KUALITATIF, Mengurai Seputar Apa, dan Bagaimana Cara Praktis, Menulis dan Melakukan Penelitian Kualitatif dari A sampai Z. <https://www.researchgate.net/publication/353587963>

Kominfo, (2023). [https://www.kominfo.go.id/content/detail/48363/siaran-pers-no-50hmkominfo042023-tentang-triwulan-pertama-2023-kominfo-identifikasi-425-isu-hoaks/0/siaran\\_pers](https://www.kominfo.go.id/content/detail/48363/siaran-pers-no-50hmkominfo042023-tentang-triwulan-pertama-2023-kominfo-identifikasi-425-isu-hoaks/0/siaran_pers), diakses tanggal 25 Agustus 2024.