

LOKAKOTA Jurnal
Kajian
Komunikasi

Jurnal Kajian Komunikasi | Vol. 01 | No. 02 | P. 123-224 | April 2026. | ISSN XXX-XXX

Editorial Team

Jurnal Kajian Komunikasi

Loka Kota

Beranda Tentang Jurnal Ini Dewan Editor dan Reviewer Kajian Isu - Penyerahan Naskah Kontak [Q, Cari](#)

[Beranda](#) / [Dewan Editor](#)

Dewan Editor

SUSUNAN REDAKSI

Editor-in-Chief

Dr. Sigit Surahman, S.Sn., M.Si

Editorial Team

1. Yudhistira Ardi Poetra, M.I.Kom (Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)
2. R. Nanang Widjatmoko, M.Sn (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)
3. Velda Ardia, S.I.Kom., M.Si (Universitas Muhammadiyah Jakarta)
4. Muhammad Lukman Arifianto., M.Si (Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)
5. Eko Hari Saksono, SE, M.Si (Universitas Sahid Jakarta)
6. Dr. Arif Nugroho., M.AP (Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten)

Peer Reviewer

1. Prof. Dr. Sunarto., M.Si (Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama Jakarta)
2. Dr. Andi Mirza Ronda., M.Si (Universitas Sahid Jakarta)
3. Dr. Aries., S.Sos., M.Si (Universitas Serang Raya, Banten)
4. Dr. Rully, S.Sn., M.I.Kom (London School of Public Relations Jakarta)
5. Dr. Rina Sovianti., M.I.Kom (Universitas Bunda Mulia)
6. Dr. Ajeng Iva Febriana., M.I.Kom (Universitas Jayabaya Jakarta)
7. Dr. Ignasius Liliek Senaharjanta, S.Sn., M.I.Kom (Universitas Ciputra Surabaya)
8. Dr. Elva Ronaning Roem, S.Sos., M.Si (Universitas Andalas, Padang)
9. Dr. Murhadi., MM (Politeknik Sahid)
10. Dr. Zulisih Maryani, S.S., MA (Institut Seni Indonesia Yogyakarta)
11. Dr. Agus Triyono., M.I.Kom (Universitas Dian Nuswantoro, Semarang)
12. Dr. Olih Solihin., S.Sos., M.I.Kom (Universitas Komputer Indonesia)
13. Dr. J.A. Wempi., M.Si (London School of Public Relations Jakarta)
14. Dr. Media Sucahya., M.Si (Universitas Serang Raya)

Desain dan Layout

Duki, S.I.Kom



Informasi

[Untuk Pembaca](#)
[Untuk Penulis](#)
[Untuk Pustakawan](#)


Pengunjung

id 388
1,452
FLAG counter

Partner

 Lokakota
 CIGI Digital

Download Template

 [Unduh Template Naskah](#)

[Kirim Naskah](#)

Alamat Jurnal:

Link. Kelapa Dua No. 161 RT 01 RW 07
Kelurahan Kagungan, Kota Serang, Provinsi Banten
Email : admin@jurnal.lokakota.id
Telepon : +62 852-1122-2161
Website : jurnal.lokakota.id

LOKAKOTA *Jurnal*

Kajian Komunikasi

DAFTAR ISI (TABLE OF CONTENT)

| | |
|--|---------|
| Strategi Marketing Public Relation dalam mempertahankan Citra Perusahaan Forest Beverage Solutions Fransiska, Mochamad Bayu Rizky, Adevy Vanie | 123-132 |
| Gaya Komunikasi Host @Hishopp.Co Dalam <i>War Reject Clothes</i> Di Tiktok Live Zahara Nur Afrida | 133-150 |
| Analisis Personal Branding Dedi Mulyadi Dengan Pendekatan Gaya Komunikator Robert Norton Ade Leasfita, Sony Aditya | 151-158 |
| Kekuatan di Balik Cerita: 'Gadis Kretek' dalam Bingkai Wacana Kritis Foucault Rully, Sigit Surahman | 159-173 |
| Dinamika Komunikasi Pembelajaran Daring dalam Pendekatan <i>Human-Centered Artificial Intelligence</i> Duki | 174-181 |
| Manipulasi Informasi Digital dalam Penyebaran Hoaks Politik Menjelang Pemilu 2024 di Media Sosial Tiktok Sahara Uli Panggabean | 182-190 |
| Akomodasi Budaya dalam Praktik Komunikasi Pariwisata Nyawang Bulan di Kasepuhan Bunisari Desa Girimekar Kabupaten Bandung Shalsa Billa Fadillah | 191-200 |
| Komodifikasi Emosi dan Kerja Digital dalam Podcast YouTube Perspektif Ekonomi Politik Media Ajeng Iva Dwi Febriana, Adevy Vanie | 201-224 |
| Program Place Branding Lebak <i>Unique</i> dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Lebak Clarisa Meidy Noermanto | 225-234 |
| Peraturan Menteri Komunikasi dan Digital Nomor 9 Tahun 2026 dalam Perspektif Perlindungan Anak: Analisis Kebijakan Dan Implikasi Tata Kelola Komunikasi Digital Andika Hazrumy | 235-245 |

Manipulasi Informasi Digital dalam Penyebaran Hoaks Politik Menjelang Pemilu 2024 di Media Sosial TikTok

Sahara Uli Panggabean

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

e-mail: saharaup.77@gmail.com

ABSTRACT

This article examine how digital information manipulation contributes to the spread of political hoaxes ahead of Indonesia's 2024 General Election, focusing specifically on TikTok as the medium. The study uses a library research method with a descriptive-qualitative approach. Data were gathered from academic journals, news sources, reports from independent institutions such as Mafindo and Bawaslu, and screenshots of hoax content circulating on TikTok during the campaign period. The findings indicate that TikTok serves not only as an entertainment platform but also as a space for spreading manipulative political narratives using provocative visuals and digital technologies such as deepfake. The observed hoaxes mostly target presidential candidates and electoral institutions, employing misleading framing techniques to shape public opinion. These findings reveal that political hoaxes have become a strategic tool for power control in digital spaces. Active public participation, strengthened digital literacy, and firm regulatory efforts are necessary to counter disinformation during the election period.

Keywords: Hoaxes, Information Manipulation, Political Control, Digital Media

ABSTRAK

Artikel ini mengkaji bagaimana manipulasi informasi digital terjadi dalam penyebaran hoaks politik menjelang Pemilu 2024, dengan fokus pada konten-konten hoaks yang tersebar melalui media sosial TikTok. Penelitian dilakukan dengan metode studi pustaka (library research), menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif. Sumber data meliputi artikel jurnal, berita daring, laporan lembaga independen seperti Mafindo dan Bawaslu, serta tangkapan layar konten hoaks politik yang beredar di TikTok pada periode kampanye. Hasil kajian menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga ruang penyebaran narasi manipulatif yang memanfaatkan visual provokatif dan teknologi digital, seperti *deepfake*. Konten hoaks yang diamati sebagian besar menasar citra pasangan calon dan lembaga penyelenggara pemilu, serta menggunakan teknik framing yang menyesatkan untuk memengaruhi opini publik. Temuan ini menunjukkan bahwa hoaks politik telah menjadi alat kontrol kekuasaan yang sistematis di ruang digital. Diperlukan partisipasi aktif masyarakat, penguatan literasi digital, serta peran lebih besar dari otoritas terkait dalam mencegah penyebaran disinformasi menjelang pesta demokrasi.

Kata Kunci: Hoaks, Manipulasi Informasi, Kontrol Politik, Media Digital

Unggah: 2026-03-18
Revisi: 2026-03-27
Diterima: 2026-04-21
Tersedia Online: April
2026

Sitansi: Sahara Uli Panggabean. (2026). *Manipulasi Informasi Digital dalam Penyebaran Hoaks Politik Menjelang Pemilu 2024 di Media Sosial Tiktok*. *LOKAKOTA Jurnal Kajian Komunikasi*, 1 (02), 182-190

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang begitu pesat telah memunculkan bentuk media baru dalam kehidupan masyarakat. Salah satu wujud nyata dari media baru tersebut adalah internet. Sebagai produk teknologi komunikasi, internet memang telah ada sejak beberapa dekade yang lalu, namun penggunaannya kini semakin masif dan menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari masyarakat global (Rosana, 2010). Di era digital ini internet tidak hanya menjadi alat bantu komunikasi, tetapi juga menjadi ruang distribusi informasi yang membuka peluang interaksi tanpa batas waktu dan tempat.

Seiring dengan perubahan media massa turut mengalami transformasi bentuk dan fungsi. Media massa atau pers merupakan sarana utama dalam menyampaikan informasi kepada publik secara luas, baik melalui media cetak maupun elektronik. Secara umum media massa terbagi menjadi tiga kategori utama: media cetak seperti koran dan majalah media elektronik seperti televisi dan radio serta media online yang kini menjadi dominan, seperti situs berita digital, platform streaming dan berbagai konten yang tersebar melalui internet (Putra R, 2019). Dominasi media online ini menunjukkan pergeseran perilaku konsumsi informasi masyarakat, yang kini lebih mengandalkan media digital sebagai sumber utama informasi termasuk informasi-informasi yang bersifat politis.

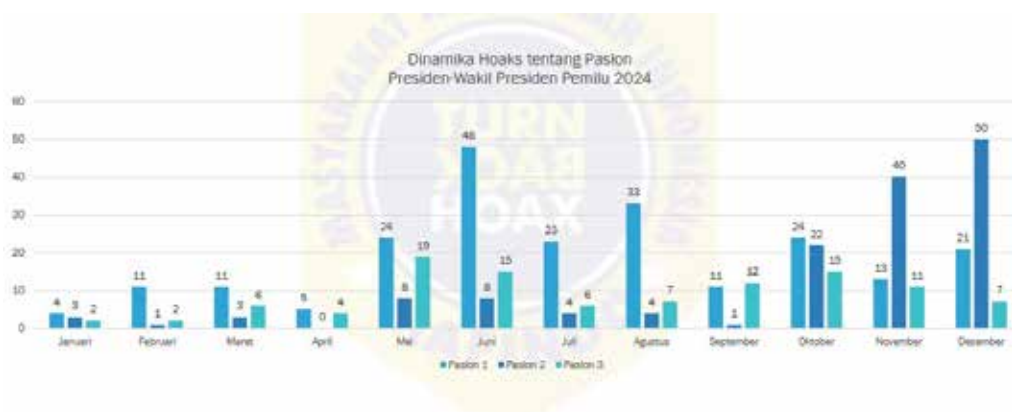
Bersamaan dengan kemudahan akses informasi melalui media digital, muncul tantangan besar yang mengancam integritas informasi itu sendiri, yaitu maraknya penyebaran hoaks. Hoaks menjadi perbincangan hangat di berbagai platform digital karena sifatnya yang menyesatkan dan meresahkan publik. Hoaks didefinisikan sebagai informasi palsu atau kebohongan yang sengaja disamarkan agar tampak seperti kebenaran, sedangkan berita hoaks adalah bentuk publikasi yang dirancang menyerupai berita faktual, namun tidak dapat diverifikasi kebenarannya.

Menurut pandangan psikologis, ada dua faktor yang dapat menyebabkan masyarakat cenderung mudah percaya pada berita hoaks. Pertama, kecenderungan untuk mempercayai informasi yang sesuai dengan opini atau sikap pribadi. Misalnya seseorang yang sudah memiliki prasangka negatif terhadap kelompok tertentu akan cenderung mempercayai informasi hoaks yang mendukung prasangka tersebut, tanpa melakukan verifikasi lebih lanjut. Kedua, rendahnya literasi media dan digital masyarakat. Banyak individu belum memiliki keterampilan yang cukup untuk

membaca, menilai dan memahami konten secara kritis, sehingga rentan terpengaruh oleh informasi menyesatkan, terutama yang beredar cepat di media sosial (Sosiawan, 2020).

Fenomena ini semakin mengkhawatirkan ketika hoaks digunakan secara sistematis dalam konteks politik, terutama menjelang pemilihan umum. Informasi palsu dimanfaatkan oleh aktor-aktor politik untuk membentuk opini publik, mendiskreditkan lawan politik, atau menciptakan sentimen tertentu di masyarakat. Hal ini menjadikan hoaks bukan sekadar masalah informasi yang salah, tetapi juga alat kontrol kekuasaan yang sangat efektif di era digital.

Menurut data *Masyarakat Anti Fitnah Indonesia* (Mafindo), Jelang pemilu terjadi peningkatan signifikan dalam penyebaran hoaks politik kepada ketiga paslon pada tahun 2024 sehingga mengganggu demokrasi Indonesia.



Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) mencatat bahwa sepanjang tahun 2023 terdapat 2.330 hoaks yang tersebar di berbagai platform, dan sebanyak **1.292 di antaranya merupakan hoaks politik**, dengan **645 terkait langsung dengan Pemilu 2024**. Angka ini lebih dari dua kali lipat jumlah hoaks politik yang tercatat pada Pemilu 2019. Hoaks-hoaks tersebut tidak hanya menyasar para kandidat, tetapi juga sistem pemilu secara keseluruhan. Isu yang paling banyak ditemukan mencakup dukungan palsu terhadap kandidat, tuduhan korupsi, fitnah terhadap karakter pribadi, hingga delegitimasi terhadap KPU dan sistem TI-nya. Tak hanya itu, konten hoaks kini didominasi oleh format video, termasuk video deepfake berbasis AI, yang menyulitkan proses pemeriksaan fakta dan mempercepat penyebaran di media sosial.

Selain temuan dari Mafindo, data dari Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) RI juga memperkuat bukti bahwa konten hoaks dan ujaran manipulatif tersebar luas selama masa kampanye Pemilu 2024. Dalam periode 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024, Bawaslu mencatat **sebanyak 355 pelanggaran konten internet**, yang terdiri dari **340 konten ujaran kebencian**, **10 politisasi SARA**, dan **5 konten**

berita bohong. Sebagian besar konten ini menasar seluruh pasangan calon presiden dan wakil presiden, serta sebagian lainnya menyerang penyelenggara pemilu seperti KPU dan Bawaslu sendiri. Platform yang paling banyak digunakan untuk menyebarkan pelanggaran konten ini adalah **Facebook (118 konten)**, diikuti **Instagram (106)**, **Twitter/X (101)**, **TikTok (28)**, dan **YouTube (2 konten)**. Fakta ini mengonfirmasi bahwa ruang digital selama pemilu tidak hanya menjadi sarana kampanye, tetapi juga ladang penyebaran disinformasi yang dapat mengganggu integritas pemilu serta menciptakan iklim politik yang tidak sehat.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa penyebaran hoaks politik di media sosial merupakan fenomena yang patut diwaspadai. Meluasnya informasi yang menyesatkan berpotensi menimbulkan keresahan publik, mengganggu jalannya pemilu, dan bahkan memicu konflik sosial. Terlebih ketika masyarakat mulai mempercayai informasi yang tidak jelas sumber maupun validitasnya. Dalam konteks ini, penyebaran hoaks dapat dilihat sebagai salah satu bentuk kecurangan yang dapat memberikan dampak serius terhadap kualitas dan legitimasi Pemilu 2024.

METODOLOGI PENELITIAN

Artikel ini menggunakan metode **studi pustaka (*library research*)**, yaitu metode penelitian yang dilakukan melalui penelusuran, pengumpulan, dan analisis data dari berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, laporan lembaga, dan berita daring. Studi pustaka digunakan untuk memperoleh data sekunder yang kredibel dan mendalam mengenai fenomena penyebaran hoaks politik di media digital, khususnya pada platform TikTok menjelang Pemilu 2024. Menurut Zed (2008), studi pustaka merupakan pendekatan ilmiah yang digunakan untuk memperoleh landasan teoritis, konsep, serta data empiris yang bersumber dari dokumen tertulis, sebagai bahan kajian yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

Dalam artikel ini penulis mengkaji data dari laporan Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) RI, serta artikel jurnal, berita terpercaya, dan literatur ilmiah lain yang relevan. Kajian dilakukan selama periode April hingga Juni 2025 dengan pendekatan deskriptif-kualitatif untuk menganalisis pola penyebaran hoaks, konten manipulatif, serta dampaknya terhadap opini publik dan kualitas demokrasi. Penelusuran informasi dilakukan secara daring melalui situs cek fakta, media arus utama, serta database akademik, guna memastikan akurasi dan kredibilitas data yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut merupakan hasil yaitu gambar tangkapan layar pada konten Tiktok tempat penyebaran hoax terjadi yang peneliti rangkum dalam bentuk *table* dan disertai keterangan.

Contoh Postingan Berita Hoaks yang Tersebar di Tiktok.

| No | Hasil Screenshot | Keterangan |
|----|--|--|
| 1. |  <p>Tangkapan layar naskah hoaks yang menyatakan Prabowo berikan Rp20 juta bagi pemilihnya di Pilpres 2024 (TIKTOK)</p> | <p>Dalam tangkapan layar di samping, dinarasikan bahwa Prabowo Subianto akan memberikan uang tunai Rp20 juta kepada pendukungnya di Pilpres 2024. Konten dikemas dengan gambar Prabowo bersama pejabat militer asing untuk menambah kesan kredibel. Setelah ditelusuri, tidak ditemukan bukti atau pernyataan resmi yang mendukung klaim tersebut. Hoaks ini dipastikan tidak benar.</p> |
| 2. |  | <p>Dalam gambar disamping menjelaskan, Pelaku menyebarkan hoaks menggunakan teknologi deepfake dengan memanipulasi suara dan wajah tokoh publik seperti Presiden Prabowo, Wapres Gibran, dan pejabat negara lain. Di video tersebut mereka tampak seolah-olah menyampaikan pernyataan bantuan, padahal seluruh konten tersebut palsu. Setelah diidentifikasi oleh</p> |

| | | |
|----|--|--|
| | | Bareskrim Polri, video ini dinyatakan sebagai hoaks dan pelaku ditangkap karena menyebabkan banyak korban. |
| 3. |  | Dalam unggahan video tersebut, dinarasikan bahwa Prabowo akan memberikan hadiah Rp150 juta untuk 75 orang pendukungnya. Unggahan juga mencantumkan nomor WhatsApp untuk pendaftaran. Setelah ditelusuri, klaim tersebut tidak pernah disampaikan secara resmi oleh Prabowo. Konten ini diduga sebagai modus penipuan atau pencurian data berkedok hadiah kampanye. |

Konten-konten hoaks politik yang tersebar di TikTok menjelang Pemilu 2024 menunjukkan bahwa platform ini tidak hanya menjadi ruang ekspresi, tetapi juga sarana strategis untuk menyebarkan disinformasi yang terstruktur. Berdasarkan hasil kajian, pola penyebaran hoaks dilakukan melalui narasi populis seperti pemberian hadiah uang tunai dari calon presiden, visual yang meyakinkan, serta penyebutan nomor kontak pribadi yang patut dicurigai. Teknik framing seperti ini dimanfaatkan untuk membangun persepsi positif terhadap tokoh tertentu atau sebaliknya, mencoreng citra mereka. Penggunaan teknologi manipulatif seperti deepfake dalam konten hoaks semakin memperkuat potensi disinformasi untuk menysar emosi dan keyakinan publik, tanpa melalui proses verifikasi yang memadai.

Menurut Pangemanan (2024), penyebaran hoaks di masa pemilu dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait. Polarisasi politik yang semakin tajam di masyarakat menciptakan ruang yang subur bagi munculnya narasi menyesatkan yang dibungkus dalam konten emosional. Selain itu, perkembangan teknologi yang tidak diimbangi dengan literasi digital yang memadai menyebabkan masyarakat mudah terpapar informasi palsu tanpa kemampuan menyaringnya secara kritis. Rendahnya kepercayaan terhadap media arus utama juga berkontribusi terhadap peralihan masyarakat pada sumber-sumber tidak kredibel. Bahkan, dorongan ekonomi dan kepentingan politik turut menjadi alasan utama mengapa hoaks sengaja diproduksi dan disebarluaskan secara masif. Hal ini menempatkan hoaks bukan hanya sebagai produk informasi keliru, tetapi sebagai bagian dari dinamika kekuasaan yang kompleks.

Praktik penyebaran hoaks ini dapat dikategorikan sebagai bentuk manipulasi informasi, yaitu upaya sistematis untuk menyusun, mengubah, atau membingkai fakta sesuai kepentingan politik tertentu (Surahman, 2024). Teknik yang digunakan dalam manipulasi informasi meliputi distorsi data, penonjolan aspek tertentu, hingga penyampaian fakta yang dilebih-lebihkan. Dampaknya bukan hanya menyesatkan publik, tetapi juga dapat mengganggu legitimasi pemilu. Oleh karena itu, penguatan literasi digital, peningkatan kontrol terhadap algoritma distribusi konten di media sosial, serta kampanye pencegahan hoaks seperti yang diserukan oleh Menkominfo menjadi langkah penting yang harus diambil untuk menjaga integritas demokrasi menjelang pemilu.

SIMPULAN

Fenomena Penyebaran hoaks politik di platform TikTok menjelang Pemilu 2024 memperlihatkan bahwa media sosial kini menjadi sarana yang efektif dalam membentuk opini publik secara manipulatif. Hoaks bukan lagi sekadar penyimpangan informasi, tetapi telah berfungsi sebagai instrumen kekuasaan untuk mengarahkan narasi, mencemarkan citra lawan politik, dan memengaruhi persepsi masyarakat melalui teknik-teknik digital seperti visual provokatif dan rekayasa audio-visual berbasis teknologi. Berdasarkan temuan artikel ini, konten hoaks di TikTok umumnya menasar kandidat presiden dan lembaga pemilu, dengan pola penyebaran yang sistematis dan terencana. Kondisi ini diperparah oleh rendahnya literasi digital di kalangan pengguna serta lemahnya kontrol terhadap kualitas informasi yang beredar di ruang daring.

Meski demikian penelitian ini belum mengkaji lebih lanjut bagaimana publik merespons konten hoaks yang mereka terima, apakah dengan sikap kritis, sekadar menjadi penyebar pasif, atau benar-benar mempercayainya. Selain itu, efektivitas berbagai upaya mitigasi dari pemerintah, platform digital, dan lembaga pengawas informasi juga masih perlu dievaluasi lebih dalam. Oleh sebab itu penelitian lanjutan diperlukan untuk menggali sikap dan perilaku masyarakat terhadap hoaks,

sekaligus merumuskan strategi penanggulangan yang adaptif dengan karakteristik masyarakat digital di Indonesia.

KEPUSTAKAAN

- Antara News. (2024). *Bawaslu temukan 355 pelanggaran konten internet selama masa kampanye*. Diakses pada 13 April 2025, (<https://www.antaraneews.com/berita/3960900/bawaslu-temukan-355-pelanggaran-konten-internet-selama-masa-kampanye>)
- Antara News. (2024). *Hoaks! Prabowo berikan Rp20 juta bagi pemilihnya di Pilpres 2024*. Diakses pada 14 April 2025, (<https://www.antaraneews.com/berita/3936714/hoaks-prabowo-berikan-rp20-juta-bagi-pemilihnya-di-pilpres-2024>)
- Darmalaksana, W. (2020). *Metode penelitian kualitatif studi pustaka dan studi lapangan*. Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Kementrian Pendayagunaan Aparatur Negara dan reformasi Birokrasi. (2023). *Menkominfo Ajak Masyarakat Terapkan Tiga Langkah Cegah Hoaks Pemilu 2024*. Diakses pada 14 April 2025. (<https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/menkominfo-ajak-masyarakat-terapkan-tiga-langkah-cegah-hoaks-pemilu-2024>)
- Mafindo. (2024). *Siaran Pers Mafindo: Hoaks Politik Meningkatkan Tajam Jelang Pemilu 2024, Ganggu Demokrasi Indonesia*. Diakses pada 13 April 2025, (<https://mafindo.or.id/2024/02/02/siaran-pers-mafindo-hoaks-politik-meningkat-tajam-jelang-pemilu-2024-ganggu-demokrasi-indonesia/>)
- Pangemanan, J., Niode, B., & Boham, P. (2024). *STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM SULAWESI UTARA DALAM MENANGGULANGI PENYEBARAN HOAX PADA PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024*. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 11(2), 265-272.
- Putra, R. A. (2019). *Tantangan Media Massa Dalam menghadapi era disrupsi teknologi informasi*. *JUSIFO (Jurnal Sistem Informasi)*, 5(1), 1-6.

- Rosana, A. S. (2010). *Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dalam industri media di Indonesia. Gema Eksos*, 5(2), 218225.
- Sn, W. Y. (2024). *Tinjauan Kriminologis Tentang Penyebaran Informasi Palsu (hoax) Seputar Pemilu 2024 Di Media Sosial Facebook* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Sosiawan, E. A., & Wibowo, R. (2020). *Kontestasi berita hoax pemilu Presiden tahun 2019 di media daring dan media sosial. Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 133-142.
- Surahman, S. (2024). *Ekonomi Politik Media: Dinamika Interaksi Teknologi, Media, dan Kekuasaan Era 5.0*. Madani Berkah Abadi.
- Surahman, S. (2024). *Memahami Kajian Media dan Budaya: Pendekatan Multidisipliner*. Media Prenada Group.
- Zed, M. (2008). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.