

DAFTAR PUSTAKA

- Ahlgren, M. (2024). *55+ Statistik & Tren Facebook (Pembaruan 2024)*. Retrieved from websiterating.com: <https://www.websiterating.com/id/blog/research/facebook-statistics/#chapter-2>
- Antara. (2023, Mei 3). *Facebook Masih Menempati Posisi Pertama Penyebaran Hoaks di Awal 2023*. Retrieved from antaranews.com: <https://www.antaranews.com/berita/3519255/facebook-masih-menempati-posisi-pertama-penyebaran-hoaks-di-awal-2023>
- Ardianto, E. d. (2014). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Batubara, A. K., Deni, I. F., & Lubis, R. F. (2023). Kemampuan Literasi Media Mahasiswa Ilmu Perpustakaan dalam Menanggulangi Berita Hoaks di Media Sosial. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 13(1), 01-22.
- Boyd, D. (2014). *The networked self: Identity in digital public spaces*. Princeton University Press.
- Cresswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4 ed.). SAGE Publications.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Adnyana, I. D., . . . Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Daugherty, T., Eastin, M. S., Bright, L. F., & Chu, S.-C. (2011). *Handbook of Research on Digital Media and Advertising: User Generated Content Consumption*. (N. M. Burns, T. Daugherty, & M. S. Eastin, Eds.) Information Science Reference.
- Delgado, E., & Munuera, J. L. (2005). Does Brand Trust Matter To Brand Equity. *Journal of Product and Brand Management*, 14(3), 187-196.
- Endra, F. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Zifatama Jawa.
- Gaysynsky, A., Everson, N. S., Heley, K., & Chou, W.-Y. S. (2024). Perception of Health Misinformation on Social Media: Cross-Sectional Survey Study. *JMIR INFODEMIOLOGY*, 4.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, S. (2015). *Dasar-Dasar Jurnalistik Televisi* (1 ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Harley, D. (2008). *Common Hoaxes and Chain Letters*. San Diego: ESET.
- Higdon, N. (2020). *The Anatomy of Fake News*. Oakland, california: University of California Press.

- Iskandar, F. (2024, February 5). *Facebook Setelah 20 Tahun, Apa Yang Terjadi Hingga Gaet 3 Miliar Pengguna*. Retrieved from [alinea.id: https://www.alinea.id/media/facebook-setelah-20-tahun-apa-yang-terjadi-hingga-gaet-3-miliar-pengguna-b2k1E9P7z](https://www.alinea.id/media/facebook-setelah-20-tahun-apa-yang-terjadi-hingga-gaet-3-miliar-pengguna-b2k1E9P7z)
- Josrilandini, R. (2023). *Hubungan Terpaan Berita Kepolisian RI di Media Online dan Terpaan E-Word of Mouth di Media Sosial dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Kepada Kepolisian RI*. Retrieved from [eprints2.undip.ac.id: https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/14520/](https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/14520/)
- Kamil, S. R. (2018). *Literasi Digital Generasi Millenial*. Kendari: Literacy Institute.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kietzmann, J., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizon*, 54(3), 241-251.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51-66.
- Limilia, P., & Aristi, N. (2019). Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. *Jurnal KOMUNIKATIF*, 8(2).
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi* (9 ed.). (M. Y. Hamdan, Trans.) Salemba Humanika.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of Human Communication* (10th ed.). Waveland Press, Inc.
- Louis, A. C. (2020). *Hubungan Terpaan Berita Covid-19 di DKI Jakarta dan Kompetensi Komunikasi Anies Baswedan dengan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Jakarta Kepada Anies Baswedan*. Retrieved from [eprints2.undip.ac.id: https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/8712/](https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/8712/)
- Mar'atus Solihah, Y. (2022). Pengaruh Tingkat Literasi Digital Ibu-Ibu Rumah Tangga Terhadap Tingkat Kepercayaan Hoax Vaksin Covid-19 di Facebook. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Mashuri, C., Permadi, G. S., Vitadiar, T. Z., Mujiyanto, A. H., Cakra, R., Faizah, A., & Kistofer, T. (2022). *Buku Ajar: Literasi Digital*. Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Muhamad, N. (2024, Januari 05). *Ada 12.547 Konten Hoaks Selama 5 Tahun Terakhir, Terbanyak Isu Kesehatan*. Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/78151e2624ead29/ada-12547-konten-hoaks-selama-5-tahun-terakhir-terbanyak-isu-kesehatan](https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/78151e2624ead29/ada-12547-konten-hoaks-selama-5-tahun-terakhir-terbanyak-isu-kesehatan)

- Munandar, N. A. (Ed.). (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nagler, R. H. (2017). Measurement of Media Exposure. *The International Encyclopedia of Communication Research Methods*, 1-21.
- NapoleonCat. (2024, May). *Facebook Users in Indonesia*. Retrieved from [napoleoncat.com: https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-indonesia/2024/05/](https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-indonesia/2024/05/)
- Ningtyas, T. (2018). Kepercayaan Masyarakat di Badan Pertanahan Nasional II. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial*, 2(1), 195-211.
- Nurunnisha, G. A., Rohmatullah, A., Maulansyah, M. R., & Sinaga, O. (2020). Analysis of Consumer Acceptance Factors Against Fintech At Bandung SMEs. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(5), 841-855.
- Panggabean, A. D. (2024, May 29). *Ini Data Statistik Pengguna Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024*. Retrieved from [rri.co.id: https://www.rri.co.id/iptek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024](https://www.rri.co.id/iptek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024)
- Potter, W. J. (2021). *Media Literacy* (10th ed.). Los Angeles: SAGE Publications.
- Qualitoaji, S. M. (n.d.). *Pengaruh Terpaan Hoaks Vaksin Covid-19 dan E-Word of Mouth Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Vaksin Covid-19*. Retrieved from [ejournal3.undip.ac.id: https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/33547/26709](https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/33547/26709)
- Rahmania, T. (2021). *Pengaruh Terpaan Berita Tentang Kebocoran Data Pengguna Tokopedia dan Aktivitas Word of Mouth Terhadap Tingkat Kepercayaan Dalam Menggunakan Tokopedia*. Retrieved from [eprints2.undip.ac.id: https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/8874/](https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/8874/)
- Rahmawati, F. (2023, July 10). *Bukan Boomers, Ternyata Gen Z dan Milenial Jadi Kelompok yang Paling Rentan Tertipu Hoaks*. Retrieved from [kompas.tv: https://www.kompas.tv/lifestyle/424150/bukan-boomers-ternyata-gen-z-dan-milenial-jadi-kelompok-yang-paling-rentan-tertipu-hoaks](https://www.kompas.tv/lifestyle/424150/bukan-boomers-ternyata-gen-z-dan-milenial-jadi-kelompok-yang-paling-rentan-tertipu-hoaks)
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Santika, E. F. (2024, April 12). *Peta Penetrasi dan Kontribusi Internet Indonesia 2024, Jawa tertinggi*. Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/12/peta-penetrasi-dan-kontribusi-internet-indonesia-2024-jawa-tertinggi](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/12/peta-penetrasi-dan-kontribusi-internet-indonesia-2024-jawa-tertinggi)
- Sari, D. K., Hasfi, N., Santosa, H. P., Lukmantoro, T., Prastya, N. M., Isnaini, S., . . . Mas'Amanah. (2015). *Information and Communication Technology, dan literasi Media Digital*. (I. P. Hadi, Ed.) Yogyakarta: ASPIKOM.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.

- Serna, E., Serna, A., & Calume, R. C. (2017). Can It Define What Is Content From the Information Management? *Revista General de Información y Documentación*, 27(1), 201-218.
- Shu, K., & dkk. (2020). *Disinformation, Misinformation, and Fake News in Social Media*. Springer.
- Simarmata, J., Iqbal, M., Hasibuan, M. S., Limbong, T., & Albra, W. (2019). *Hoaks dan Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Yayasan Kita Menulis.
- Social, W. A. (2024). *Digital 2024 - We Are Social Indonesia*. Retrieved from wearesocial.com: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Solihah, M., & Yasir. (2022, September). Pengaruh Tingkat Literasi Digital Ibu-Ibu Rumah Tangga Terhadap Tingkat Kepercayaan Hoax Vaksin Covid-19 di Facebook. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 65-76.
- Sonmez, O. (2017). *Social Media Marketing: A Practitioner's Guide*. Cham: Springer International Publishing.
- Sumadiria, H. (2006). *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Syabillah, P., Supriyadi, D., & Perdana, D. D. (2023). Pengaruh Terpaan Informasi Hoaks di Aplikasi Whatsapp Terhadap Sikap Mahasiswa (Studi Kuantitatif Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu). *Jurnal Kaganga*, 7(1), 83-91.
- Ventola, C. L. (2014). Social Media and Health Care Professionals: Benefits, Risks, and Best Practices. *P&T: a peer-reviewed journal for formulary management*, 39(7), 491-520.
- Wazis, K. (2022). *Komunikasi Massa: Kajian teoritis dan Empiris*. (S. R. Jannah, & M. Jauhari, Eds.) Jawa Timur: UIN KHAS Press.