

## ANALISIS MEDIA: KAJIAN TERHADAP FENOMENA POPULER BERDASARKAN 12 PRINSIP KOMUNIKASI, ETIKA, DAN REGULASI

Athaya Rafa Putri <sup>1)</sup>, Mahimma Romadhona <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

[athayarafa97@gmail.com](mailto:athayarafa97@gmail.com)

### ABSTRAK

Tulisan ini mengeksplorasi tiga fenomena populer terkait komunikasi di era digital: penggunaan kecerdasan buatan (AI) untuk mengiklankan kampanye pemilu Prabowo Gibran, disinformasi penutupan jejaring sosial di Indonesia, dan desain baru UU Argo. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) membantah rumor penutupan jaringan media sosial di Indonesia. Dan pemberitaan desain baru Kereta Argo Lawu Kesimpulannya menunjukkan bahwa prinsip-prinsip komunikasi memberikan kerangka penting untuk memahami dinamika komunikasi dalam konteks digital dan klasik.

**Kata Kunci:** Komunikasi, Media Sosial, Hoaks, Kereta Api Argo Lawu, Prinsip Komunikasi.

### ABSTRACT

*This article explores three popular phenomena related to communication in the digital era: the use of artificial intelligence (AI) to advertise Prabowo Gibran's election campaign, disinformation closing social networks in Indonesia, and the new design of the Argo Lawu train. The Ministry of Communication and Information (Kominfo) has denied rumors of closing social media networks in Indonesia. And news about the new design of the Argo Lawu train. The conclusion shows that communication principles provide an important framework for understanding communication dynamics in digital and classical contexts.*

**Keywords:** *Communication, Social Media, Hoaxes, Argo Lawu Train, Communication Principles.*

### PENDAHULUAN

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih. Terdapat berbagai jenis dari komunikasi, dan salah satunya yang paling sering kita jumpai di era digital adalah komunikasi dengan menggunakan media massa. Media massa seperti televisi, cetak, dan internet, memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk opini publik dan memengaruhi perilaku masyarakat. Prinsip komunikasi merupakan dasar terpenting untuk memahami bagaimana individu atau kelompok mengirim, menerima, dan memahami pesan. Dalam teori komunikasi pemahaman aspek seperti pengirim, pesan, saluran, penerima, dan konteks sangat penting untuk memahami kompleksitas dinamika komunikasi. Informasi sendiri merupakan sesuatu yang mendasar bagi pengetahuan. Oleh karena itu sangat penting bagi kita untuk mencari dan mempelajari informasi baru dari berbagai sumber. Dalam artikel ilmiah ini, peneliti akan mengeksplorasi prinsip-prinsip komunikasi yang mendasari interaksi manusia dan menganalisis tren media sosial saat ini yang mempengaruhi dinamika komunikasi modern.

### METODOLOGI

Metode penelitian yang dilakukan peneliti dalam pembuatan artikel ilmiah ini merupakan metode kualitatif. Peneliti melakukan pengamatan terhadap tiga fenomena populer di media massa dan lebih meneliti ke substansi massa fenomena populer tersebut lalu membandingkannya dengan 12 prinsip dasar komunikasi menurut Deddy Mulyana. Perhatian penelitian kualitatif lebih tertuju pada elemen manusia, objek, dan institusi, serta hubungan atau interaksi di antara elemen-elemen tersebut, dalam upaya memahami suatu peristiwa, perilaku, atau fenomena.

Menurut Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki Hakki dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (2017), prinsip komunikasi adalah dasar atau asas pikiran untuk membahas komunikasi. Tiap pakar komunikasi punya istilah berbeda untuk menggambarkan prinsip komunikasi. Contohnya William B. Gudykunst dan Young Kim mengistilahkannya sebagai asumsi komunikasi. Sementara, beberapa pakar komunikasi di Indonesia, seperti Hafied Cangara memberi istilah dimensi komunikasi. Sedangkan Deddy Mulyana menyebutnya sebagai prinsip komunikasi. Adapun 12 prinsip komunikasi Antara lain:

- Prinsip 1: Komunikasi adalah proses simbolik  
Dikutip dari buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (2010) karya Deddy Mulyana, komunikasi merupakan proses penyampaian dan pertukaran simbol, lambang, tanda, atau gambar dari komunikator kepada komunikan. Karena simbol atau lambang digunakan untuk menunjukkan suatu hal berdasarkan kesepakatan sekelompok orang.
- Prinsip 2: Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi  
Setiap bentuk komunikasi nonverbal, yakni perilaku manusia, bisa dimaknai sebagai stimulus bagi orang lain. Perilaku manusia, seperti gerak-gerik tubuh dan raut wajah bisa ditafsirkan oleh orang lain, walaupun sebenarnya orang tersebut sedang tidak ingin berkomunikasi.
- Prinsip 3: Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan  
Prinsip komunikasi ini menjelaskan bahwa tiap pesan komunikasi punya dimensi isi dan hubungan. Dimensi isi dilihat dari isi pesannya. Sedangkan dimensi hubungan terlihat dari cara seseorang mengatakan pesannya.
- Prinsip 4: Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan  
Komunikasi dapat terjalin dari peristiwa yang tidak disengaja sama sekali, hingga bentuk komunikasi yang sudah direncanakan dan disadari. Kesengajaan bukan syarat terjadinya komunikasi, meskipun seseorang tidak berniat menyampaikan pesan. Namun, perilaku orang tersebut bisa ditafsirkan orang lain.
- Prinsip 5: Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu  
Pesan yang dikirim komunikator, baik secara verbal maupun nonverbal, disesuaikan dengan konteks tempat, ruang, dan waktu. Tempat berarti di mana proses terjadinya komunikasi. Fisik dan ruang mencakup iklim, suhu, intensitas cahaya, dan lainnya. Sedangkan waktu menunjukkan kapan pesan komunikasi dikirimkan.
- Prinsip 6: Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi  
Komunikasi memerlukan tata krama yang disesuaikan dengan lawan bicaranya. Sehingga sikap yang akan dilakukan harus diprediksi terlebih dahulu. Adanya prediksi membuat orang lebih nyaman dan tenang dalam berkomunikasi.
- Prinsip 7: Komunikasi bersifat sistemik Sistem internal dan eksternal memengaruhi cara seseorang berkomunikasi.  
Sistem internal adalah segala hal yang dibawa dalam berkomunikasi. Sementara, sistem eksternal merupakan situasi lingkungan. Kedua sistem ini mencakup faktor latar belakang budaya, nilai, adat, pengalaman, pendidikan, dan lingkungan keluarga.
- Prinsip 8: Semakin mirip latar belakang sosial-budaya, semakin efektif komunikasi  
Prinsip komunikasi ini menjelaskan bahwa kesamaan latar belakang, seperti suku dan pendidikan, akan membuat orang lebih mudah berkomunikasi. Karena kedua belah pihak punya makna yang sama terhadap simbol yang saling dipertukarkan.
- Prinsip 9: Komunikasi bersifat nonsekuensial  
Artinya komunikasi melibatkan respon sebagai bukti bahwa pesan telah dikirimkan, diterima, serta dimengerti. Sehingga proses komunikasi bersifat nonsekuensial atau dalam artian tidak berlangsung satu arah.
- Prinsip 10: Komunikasi bersifat prosesual, dinamis, dan transaksional  
Komunikasi adalah proses berkelanjutan, yang mana tiap peserta komunikasi saling bergantung dan memengaruhi satu sama lain. Hal ini terlihat dari proses penyampaian dan penerimaan pesan.

- Prinsip 11: Komunikasi bersifat irreversible  
Tiap orang yang berkomunikasi tidak bisa mengontrol dampak yang timbul akibat pesan yang dikirimkan. Pesan yang telah disampaikan, tidak bisa dikendalikan atau dihilangkan pengaruhnya oleh komunikator.
- Prinsip 12: Komunikasi bukan panacea untuk menyelesaikan berbagai masalah Prinsip komunikasi ini menjelaskan bahwa komunikasi bukan satu-satunya solusi pemecahan masalah. Karena komunikasi hanya salah satu faktor pendukung dalam penyelesaian masalah.

Cyber crime atau kejahatan dunia maya adalah suatu tindakan ilegal yang dilakukan melalui jaringan komputer dengan media internet untuk mendapatkan keuntungan dengan cara merugikan pihak lain. Kejahatan dunia maya ini bisa dilakukan dengan berbagai macam cara dan tujuan yang beragam. Pada umumnya, kejahatan tersebut dilakukan oleh orang-orang yang mengerti dan menguasai bidang teknologi informasi. Ada banyak jenis *cyber crime*, diantaranya seperti pencurian data, hoaks, hacking, dll.

## PEMBAHASAN

Dari Penelitian yang dilakukan peneliti mengambil tiga fenomena populer yakni:

1. Iklan kampanye Prabowo-Gibran di televisi tentang Susu dan makanan bergizi yang menggunakan AI atau artificial intelligence (<https://www.viva.co.id/kampanye-prabowogibran/>)

Dalam fenomena kampanye ini, tim sukses Prabowo - Gibran menggunakan AI (artificial intelligence) untuk membuat video kampanye. Hal ini merupakan tindakan yang kreatif untuk dilakukan, mengingat teknologi AI yang makin canggih, dan juga tren untuk menggunakan AI yang cukup populer. Meskipun begitu, kasus ini cukup menuai kontroversial di karenakan menggunakan anak-anak untuk melakukan kampanye. Dalam fenomena ini peneliti melakukan analisis data dan dapat menyimpulkan bahwa iklan kampanye ini telah memenuhi 12 prinsip komunikasi:

- Prinsip 1: Komunikasi adalah proses simbolik  
Iklan kampanye milik Prabowo-Gibran menggunakan visual untuk memudahkan penyampaian informasi dalam berkomunikasi lewat iklan kampanye tersebut.
- Prinsip 2: Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi  
Dalam Iklan kampanye tersebut terdapat foto anak-anak yang terlihat bahagia saat meminum susu atau saat memakan makanan tersebut.
- Prinsip 3: Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan  
Peneliti dapat memahami bahwa iklan kampanye tersebut bertujuan untuk memberikan informasi ke masyarakat luas tentang program kerja yang akan dilakukan oleh kedua pasangan calon presiden dan wakil presiden tersebut.
- Prinsip 4: Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan  
Iklan kampanye Prabowo-Gibran tersebut dengan sengaja dipublikasikan dengan tujuan untuk melakukan kampanye kepada masyarakat luas.
- Prinsip 5: Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu  
Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu. Dalam Iklan ini penonton dapat melihatnya dari televisi yang artinya komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu yang berbeda-beda.
- Prinsip 6: Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi  
Dalam iklan kampanye tersebut penonton dapat memprediksi atas tindakan apa yang dilakukan maupun apa yang ingin disampaikan dari iklan kampanye tersebut kepada mereka.
- Prinsip 7: Komunikasi bersifat sistemik Sistem internal dan eksternal memengaruhi cara seseorang berkomunikasi.

Sistem internal adalah segala hal yang dibawa dalam berkomunikasi. Sementara, sistem eksternal merupakan situasi lingkungan. . Dalam kampanye ini visual telah membuat pembaca dapat memahami pesan yang ingin disampaikan

- Prinsip 8: Semakin mirip latar belakang sosial-budaya, semakin efektif komunikasi  
Dalam kampanye ini digambarkan anak Indonesia yang duduk di bangku sekolah dasar dan menggunakan seragam sekolah, serta ibu rumah tangga. Hal ini dapat diartikan bahwa komunikasi yang mereka tuju adalah orang tua yang memiliki anak yang duduk di bangku sekolah dasar.
- Prinsip 9: Komunikasi bersifat nonsekuensial  
Iklan kampanye ini telah disiarkan di televisi yang artinya bersifat nonsekuensial.
- Prinsip 10: Komunikasi bersifat prosesual, dinamis, dan transaksional  
Kata “Anak sehat ibu bahagia, untuk anak Indonesia. Bersama Prabowo-Gibran” merupakan sebuah kalimat persuasif yang ingin menyampaikan bahwa dengan mendukung paslon tersebut maka Anak menjadi sehat dan ibu Bahagia.
- Prinsip 11: Komunikasi bersifat irreversible  
Iklan yang sudah dipublikasikan dan ditonton tidak bisa ditarik kembali seolah-olah tidak pernah dipublikasikan.
- Prinsip 12: Komunikasi bukan panacea untuk menyelesaikan berbagai masalah  
Kampanye ini bertujuan untuk mempersuasi masyarakat untuk mendukung paslon dengan menciptakan sebuah solusi untuk orang-orang yang kesulitan dalam membeli susu ataupun makan bergizi, dan menjanjikan mereka atas hal tersebut.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Iklan kampanye Prabowo-Gibran di televisi tentang Susu dan makanan bergizi telah sesuai dengan 12 prinsip komunikasi.

2. Berita bohong tentang media sosial di Indonesia yang akan diputus pada 1 Desember 2023 (<https://www.kominfo.go.id/content/hoaks>)

Terdapat beberapa unggahan di media sosial *Facebook* yang mengklaim bahwa seluruh jaringan media sosial (medsos) di Indonesia akan diputus pada 1 Desember 2023. Dikabarkan bahwa pemutusan jaringan medsos tersebut dikarenakan Amerika Serikat akan memutus jaringan satelit di Indonesia yang dibantah oleh Direktur Jenderal (Dirjen) Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Usman Kansong. Dalam fenomena ini peneliti melakukan analisis data dan dapat menyimpulkan bahwa berita digital dari internet yang diterbitkan oleh kominfo telah memenuhi 12 prinsip komunikasi:

- Prinsip 1: Komunikasi adalah proses simbolik  
Komunikasi Berita dari website kominfo menggunakan visual untuk memudahkan penyampaian informasi dalam berkomunikasi lewat iklan kampanye tersebut.
- Prinsip 2: Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi  
Berita tersebut menjelaskan tentang bantahan atau kebenaran dari berita hoaks yang beredar di internet.
- Prinsip 3: Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan  
Prinsip komunikasi ini menjelaskan bahwa tiap pesan komunikasi punya dimensi isi dan hubungan. Dalam hal ini peneliti dapat memahami bahwa Berita tersebut menjelaskan tentang kebenaran dari berita hoaks yang beredar di internet.
- Prinsip 4: Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan  
Berita tersebut memiliki unsur kesengajaan dipublikasikan dengan tujuan untuk memberikan pembenaran atas postingan hoaks yang beredar di social media.
- Prinsip 5: Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu  
Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu. Komunikasi dilakukan secara digital sehingga bisa dilihat kapan saja.

- Prinsip 6: Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi  
Dalam berita tersebut pembaca dapat memprediksi atas tindakan yang dilakukan maupun apa yang disampaikan dari berita tersebut. Hal ini dapat dilihat dari visual di berita tersebut.
- Prinsip 7: Komunikasi bersifat sistemik Sistem internal dan eksternal memengaruhi cara seseorang berkomunikasi.  
Sistem internal adalah segala hal yang dibawa dalam berkomunikasi. Sementara, sistem eksternal merupakan situasi lingkungan. Dalam berita ini visual telah membuat pembaca dapat memahami pesan yang ingin disampaikan.
- Prinsip 8: Semakin mirip latar belakang sosial-budaya, semakin efektif komunikasi  
Dalam visual berita ini digambarkan postingan dengan tulisan hoaks dalam gambarnya sehingga dapat mudah dikenali dan dipahami masyarakat Indonesia yang telah mengenal hoaks.
- Prinsip 9: Komunikasi bersifat nonsekuensial  
Berita sanggahan ini telah dipublikasikan di internet yang artinya bersifat nonsekuensial dan dapat dilihat oleh banyak orang.
- Prinsip 10: Komunikasi bersifat prososial, dinamis, dan transaksional  
Dari Bahasa formal dan santun yang digunakan dalam menulis berita, kita dapat memahami bahwa kominfo ingin membagikan informasi ini ke semua kalangan.
- Prinsip 11: Komunikasi bersifat irreversible  
Berita yang sudah dipublikasikan tidak bisa ditarik kembali seolah-olah tidak pernah dipublikasikan membuat berita ini mencakup prinsip kesebelas komunikasi.
- Prinsip 12: Komunikasi bukan panacea untuk menyelesaikan berbagai masalah  
Berita ini bertujuan untuk memberikan klarifikasi terhadap postingan media sosial tentang berita palsu yang telah beredar di masyarakat.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa berita bohong tentang media sosial di Indonesia yang akan diputus pada 1 Desember 2023 sesuai dengan 12 prinsip komunikasi. Selain itu dalam kasus ini kita juga dapat memahami bahwa berita ini merupakan sebuah konfirmasi atas sebuah berita palsu yang termasuk dalam *cyber crime*.

3. Berita desain di Koran tentang KA Argo Lawu memiliki desain baru, dan beroperasi mulai 18 Desember 2023 (<https://sukoharjonews.com/ka-argo-lawu>)

Berita ini memuat tentang KA Argo Lawu relasi Gambir–Solo Balapan PP yang memiliki desain baru dioperasikan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) mulai Senin (18/12/2023). Dalam fenomena berita ini peneliti melakukan analisis data dan dapat menyimpulkan bahwa berita cetak dan digital yang diterbitkan oleh sukoharjonews telah memenuhi 12 prinsip komunikasi:

- Prinsip 1: Komunikasi adalah proses simbolik  
Komunikasi merupakan proses penyampaian dan pertukaran simbol, lambang, tanda, atau gambar dari komunikator kepada komunikan. Berita dari sukoharjo news menggunakan visual untuk memudahkan penyampaian informasi dalam berkomunikasi.
- Prinsip 2: Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi  
Berita tersebut menjelaskan tentang informasi adanya desain baru dari kereta api argo lawu relasi Gambir-Solo.
- Prinsip 3: Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan  
Prinsip komunikasi menjelaskan bahwa tiap pesan komunikasi punya dimensi isi dan hubungan. Dalam hal ini peneliti dapat memahami bahwa Berita tersebut menjelaskan tentang informasi adanya desain baru dari kereta api argo lawu relasi Gambir-Solo.
- Prinsip 4: Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan

Berita tersebut memiliki unsur kesengajaan dipublikasikan dengan tujuan untuk memberikan informasi adanya desain baru dari kereta api argo lawu relasi GambirSolo.

- Prinsip 5: Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu  
Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu. Komunikasi dilakukan mulai tanggal 19 desember 2023 secara cetak dan digital sehingga bisa dilihat dimana saja secara fisik maupun digital.
- Prinsip 6: Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi  
Dalam berita tersebut pembaca dapat memprediksi atas tindakan yang dilakukan maupun apa yang disampaikan dari berita tersebut. Hal ini dapat dilihat dari visual di berita tersebut yang mengisyaratkan desain terbaru kereta api tersebut.
- Prinsip 7: Komunikasi bersifat sistemik Sistem internal dan eksternal memengaruhi cara seseorang berkomunikasi.  
Sistem internal adalah segala hal yang dibawa dalam berkomunikasi. Sementara, sistem eksternal merupakan situasi lingkungan. Dalam berita ini visual membuat pembaca dapat memahami pesan yang ingin disampaikan.
- Prinsip 8: Semakin mirip latar belakang sosial-budaya, semakin efektif komunikasi  
Dalam visual berita ini di tampilkan foto desain kereta api, kereta api sudah cukup umum bagi rakyat Indonesia sehingga mudah dipahami bahwa berita ingin membagikan informasi tentang desain terbaru dari kereta api Argo Lawu relasi Gambir–Solo.
- Prinsip 9: Komunikasi bersifat nonsekuensial  
Beita sanggahan ini telah dipublikasikan di internet dan secara cetak (koran) yang artinya bersifat nonsekuensial dan dapat dilihat oleh banyak orang
- Prinsip 10: Komunikasi bersifat prosesual, dinamis, dan transaksional  
Dari Bahasa formal dan santun yang digunakan dalam menulis berita, kita dapat memahami bahwa penerbit Koran sukoharjoneWS ingin membagikan informasi ini ke semua kalangan.
- Prinsip 11: Komunikasi bersifat irreversible  
Berita yang sudah dipublikasikan tidak bisa ditarik kembali seolah-olah tidak pernah dipublikasikan membuat berita ini mencakup prinsip kesebelas komunikasi.
- Prinsip 12: Komunikasi bukan panacea untuk menyelesaikan berbagai masalah  
Berita ini bertujuan untuk memberikan informasi terbaru mengenai desain kereta yang menunjukkan bahwa berita ini merupakan komunikasi bukan panacea untuk menyelesaikan berbagai masalah.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa berita desain di Koran tentang KA Argo Lawu memiliki desain baru, dan beroperasi mulai 18 Desember 2023 telah sesuai dengan 12 prinsip komunikasi.

## ILUSTRASI GAMBAR DAN TABEL



Gambar 1. Iklan kampanye Prabowo-Gibran (Center justified, TNR 9pt)  
Sumber: <https://youtu.be/0dEWxAkvPKc?si=poQawB16t15D8d1m>, 2024



Gambar 2. Screenshot berita hoaks kominfo  
Sumber: <https://www.kominfo.go.id/content/hoaks>, 2024



Gambar 3. Screenshot berita koran online KA Argo Lawu punya desain baru  
Sumber: <https://sukoharjoneWS.com/ka-argo-lawu-punya-desain-baru-beroperasi-mulai-18-desember-2023-cekkeunggulannya/>, 2024

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Melalui penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa ketiga fenomena populer yang diambil sebagai objek analisis telah mencerminkan penerapan prinsip-prinsip komunikasi dalam berbagai konteks. Penerapan prinsip-prinsip ini membantu menyelidiki bagaimana pesan disampaikan, diterima, dan dipahami oleh khalayak dalam berbagai situasi dan media. Terakhir, penelitian ini memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang peran prinsip komunikasi dalam konteks kontemporer yang melibatkan teknologi canggih, media sosial, dan berita digital. Kesimpulan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemahaman lebih lanjut tentang dinamika komunikasi dalam era modern ini serta implikasinya terhadap masyarakat dan pengambilan keputusan.

## REFERENSI

- Aripadono, H. W. (2020). Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram. *Teknika*, 9(2), 121–128. <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298>
- Cahyani, A. M. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH KOTA SURABAYA DALAM MELAYANI DAN MENGGALI POTENSI MASYARAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1). <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>

Dian Lestari Ningsih, 27 November 2023, *Viral Iklan Susu Formula di Televisi, Endingnya Plot Twist: Apresiasi ke Tim Kreatif Prabowo*, <https://www.viva.co.id/trending/1661653-viral-iklan-susu-formuladi-televisi-endingnya-plot-twist-apresiasi-ke-tim-kreatif-prabowo>

Kominfo.go.id, 25 Oktober 2023, *[HOAKS] Jaringan Medsos di Indonesia Diputus pada 1 Desember 2023*, [https://www.kominfo.go.id/content/detail/53126/hoaks-jaringan-medsos-di-indonesia-diputuspada-1-desember-2023/0/laporan\\_isu\\_hoaks](https://www.kominfo.go.id/content/detail/53126/hoaks-jaringan-medsos-di-indonesia-diputuspada-1-desember-2023/0/laporan_isu_hoaks)

Nano Sumarno, 19 Desember 2023, *KA Argo Lawu Punya Desain Baru, Beroperasi Mulai 18 Desember 2023, Cek Keunggulannya*, <https://sukoharjone.ws.com/ka-argo-lawu-punya-desain-baru-beroperasimulai-18-desember-2023-cek-keunggulannya/>

Syurfa, A., & Safitri, D. (2024). PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP PENCEGAHAN HOAKS DI MEDIA SOSIAL TIKTOK STUDI KASUS: MAHASISWA FIS UNJ ANGKATAN 2020. In *Journal of Comprehensive Science p-ISSN* (Vol. 3, Issue 5).

Vanya Karunia Mulia Putri, 14 Desember 2021, 12 *Prinsip Komunikasi*, <https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/04/132603969/12-prinsip-komunikasi?page=all>

Warouw, D. M. D., Rembang, M., & Surentu, Z. Y. (2020). PENTINGNYA WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DESTINASI WISATA DI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN MINAHASA.

Yora Turnip, E., & Siahaan, C. (2021). EZRA YORA TURNIP, CHONTINA SIAHAAN 38 ETIKA BERKOMUNIKASI DALAM ERA MEDIA DIGITAL.