

# **Kasus Propaganda Media di Indonesia dan di Dunia Internasional Beserta Dampaknya**

## **MAKALAH**

Diajukan untuk memenuhi salah satu tugas terstruktur mata kuliah Lembaga -

Lembaga Internasional

Dosen Pengampu :

Dr. Ija suntana M.Ag



**DISUSUN OLEH:**

Fajar Sidik

1193030031

**PRODI HUKUM TATA NEGARA (SIYASAH)**

**SEMESTER VI/A**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG**

**BANDUNG**

**2022/1443 H**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan *Bismillaahirrohmaanirrahiim*, mari kita panjatkan Puji dan syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, kami dapat menyelesaikan makalah sebaik mungkin dan tepat pada waktunya. Penulisan makalah ini dibuat guna memenuhi Mata Kuliah **Lembaga Lembaga Internasional** makalah ini membahas tentang **Kasus Propaganda Media di Indonesia dan di Dunia Internasional Beserta Dampaknya**. Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian makalah ini

Kami ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kami, yaitu orang tua yang tidak pernah lupa selalu mendukung dan mendo'akan kepada kami, tak lupa juga kepada dosen pengampu **Dosen Dr. Ija Suntana M.Ag.**, yang telah membimbing dan mengarahkan kami dalam proses penyusunan, sehingga makalah ini dapat kami susun sebaik mungkin dan juga kepada rekan-rekan seperjuangan, serta kepada para pembaca yang membaca makalah ini dan semoga hasilnya dapat bermanfaat untuk menambah keilmuan kita.

Dalam penyusunan makalah ini, kami selaku penyusun menyadari bahwa masih banyak kesalahan, kekurangan dan kekeliruan dalam penulisan. Sehingga kami berharap mendapatkan kritik dan saran dari pembaca, supaya kami bisa memperbaiki penyusunan makalah ini menjadi lebih baik daripada sebelumnya, demi mencapai ilmu yang bermanfaat.

Garut,04 Juni 2022

Fajar sidik

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	2
C. Tujuan Penulisan .....	2
<b>BAB II PEMBAHASAN .....</b>	<b>3</b>
A. Propaganda pada Pemilihan Presiden 2019 .....	3
B. Propaganda Media dalam Kasus Terorisme ISIS .....	5
<b>BAB III PENUTUP .....</b>	<b>9</b>
A. Kesimpulan.....	9
B. Saran .....	9
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Media massa saat ini semakin berkembang dan keberadaannya tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Media massa merupakan sumber informasi yang penting dalam masyarakat saat ini. Media massa memiliki kemampuan untuk menyebabkan secara simultan (bersamaan) sebagian khalayak dalam menerima pesan siaran. Pesan yang disampaikan melalui media massa, melalui majalah, tabloid, buku, televisi, radio, internet dan film diterima oleh khalayak yang besar secara serentak dengan ribuan orang, bahkan puluhan juta orang.

Dalam propagandanya, Nazi menyatakan ras Arya sebagai ras yang paling murni dan paling kuat. Jadi, dengan munculnya propaganda ini, banyak orang Yahudi yang tinggal di wilayah Jerman, terutama pada saat itu, harus dibunuh, yang dalam kampanye Nazi disebut kampanye "pembersihan". Propaganda di Indonesia juga dilakukan dengan cara lain, selama hampir 32 tahun pemerintahan Orde Baru, kita mengenal Presiden Soeharto sebagai bapak pembangunan. Sebutan bapak pembangunan sudah langsung mendarah daging di benak masyarakat Indonesia bahwa Soeharto telah memainkan peran yang cukup penting dalam pembangunan di Indonesia, selama 32 tahun masa pemerintahannya.<sup>1</sup>

Propaganda di Indonesia juga dilakukan dengan cara lain, dalam hampir 32 tahun pemerintahan Orde Baru, kita mengenal Presiden Soeharto sebagai bapak pembangunan. Gelar bapak pembangunan langsung tertanam di benak masyarakat Indonesia bahwa Suharto telah memainkan peran yang cukup penting dalam pembangunan di Indonesia selama 32 tahun kekuasaannya pasca reformasi. Fenomena ini dinilai sangat masuk akal, karena secara teori propaganda di media selalu berkembang berbanding lurus dengan kebijakan pengungkapan suatu negara. Meski di sisi lain juga hadir dengan dampak pro dan kontra. Propaganda yang diluncurkan oleh media sangat kuat. Propaganda dapat secara instan mengubah khalayak sasaran berita

---

<sup>1</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993, hlm. 43

menjadi faksi-faksi, saling bertentangan, bahkan dapat menimbulkan kekacauan jika ditujukan negatif. Namun, selain untuk tujuan positif, dakwah juga dapat digunakan untuk menginspirasi masyarakat agar melakukan hal-hal yang baik.

Dengan berkembangnya zaman dan kemajuan teknologi dewasa ini, propaganda muncul tidak hanya untuk kepentingan politik dan kekuasaan, tetapi juga untuk kepentingan mengumpulkan kepentingan, empati, dukungan, dan sebagainya. Hal ini didukung dengan hadirnya media jejaring sosial seperti Twitter, Facebook, Path dan Instagram. Telah terbukti bahwa media jejaring sosial semacam itu dapat mempengaruhi jutaan orang pada saat yang bersamaan. Semua ini menunjukkan bahwa media massa memainkan peran penting dalam menyebarkan berita kepada masyarakat umum. Apalagi bagi kita sebagai anak muda yang aktif menggunakan media sosial.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan diatas, maka dapat ditarik beberapa rumusan masalah, diantaranya:

- a. Bagaimana Propaganda Pada Pemilihan Presiden 2019 ? beserta dampaknya ?
- b. Bagaimana Propaganda Media dalam Kasus Terorisme ISIS ? beserta dampaknya ?

## **C. Tujuan Penulisan**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka makalah ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui Kasus Propaganda Media di Indonesia dan di Dunia Internasional Beserta Dampaknya.
  - a. Propaganda Pada Pemilihan Presiden 2019
  - b. Propaganda Media dalam Kasus Terorisme ISIS

## **BAB II**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Propaganda pada Pemilihan Presiden 2019**

Media diharapkan mampu memberitakan secara kritis, komprehensif, dan objektif tentang berbagai isu, terutama dalam kasus kekerasan yang berkaitan dengan politik. Media memang memainkan peran penting dalam membawa publik pada pemahaman yang benar tentang akar penyebab kekerasan agama dan upaya penyelesaian konflik, selama media memahami konteks masalah. Namun di sisi lain, jika media hanya menampilkan konflik demi konflik, mengabaikan konteks yang lebih mendasar dan mengecilkan hati upaya mencari solusi, yang bisa terjadi adalah budaya marah, diskriminasi, kebencian, dan anti toleransi.

Misalnya pada kasus Pilpres 2019, dimana komunikasi politik dalam kampanye Pilpres 2019 Indonesia dilakukan secara massal di berbagai media, baik cetak, elektronik maupun melalui festival jejaring sosial. Bentuk komunikasi politik untuk mempengaruhi opini publik tidak hanya melalui kampanye politik, tetapi juga melalui propaganda dan anti politik. Propaganda ini dilakukan sebagai upaya sadar atau tidak sadar dengan memanipulasi pendapat, persepsi dan perilaku kelompok sasaran. Politik pasca-kebenaran menggambarkan situasi mengenai realitas sosial di mana fakta objektif memiliki pengaruh yang lebih kecil terhadap pembentukan opini publik daripada perasaan dan keyakinan seseorang. Era *post-truth* saat ini dibentuk oleh perkembangan teknologi yang memungkinkan orang untuk mencari kebenaran sesuai dengan pengalamannya sendiri. Bahkan *post-truth* secara khusus sering disamakan dengan propaganda dan disinformasi, sehingga *post-truth* sering digunakan untuk merujuk pada pola kampanye di banyak pemilihan umum.<sup>2</sup>

Propaganda sebagai perwujudan komunikasi politik digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang dirancang sedemikian rupa untuk menggoncangkan opini publik selama pemilihan presiden Indonesia 2019. Pesan-pesan propaganda yang dirancang tidak semuanya sama-sama sesuai dengan kenyataan, yang seringkali mengandung hoaks atau misinformasi yang tidak sesuai dengan kenyataan. Realitas

---

<sup>2</sup> Kami, Indah Mutiara. (2019). 62 Hoax Pemilu 2019 Teridentifikasi Kominfo, Ini Daftarnya. <https://news.detik.com/berita/d-4368351/62-hoax-pemilu-2019-teridentifikasi-kominfo-ini-daftarnya>(diakses pada 23 Mei 2022)

acara. Hal ini didasarkan pada pemahaman bahwa tujuan propaganda bukanlah nalar dan argumentasi publik, melainkan perasaan publik. Propaganda melalui jejaring sosial dianggap sebagai propaganda *horizontal* karena tidak hanya didominasi oleh kelompok kepentingan elit dan kelompok besar, tetapi juga menyebar ke kelompok kecil. Isu negatif yang tersebar melalui jejaring sosial Twitter digunakan untuk mempengaruhi opini publik.<sup>3</sup>

Menurut Lasswell, isu-isu negatif ini disebar dalam bentuk cerita, rumor, dan mitos untuk mengendalikan opini publik. Bentuk propaganda ini tampaknya dilakukan secara sengaja dan sistematis oleh para propagandis dengan menggunakan semua saluran media, terutama jejaring sosial.<sup>4</sup> Ada beberapa profesi yang tidak disukai di kalangan anak-anak mahasiswa. Profesi politik yang paling tidak diminati oleh responden adalah relawan politik, aktivis LSM dan guru politik. Dosen politik lebih banyak diminati oleh responden dari mahasiswa Ilmu Politik, sedangkan di kalangan mahasiswa Ilmu Hukum paling rendah peminatnya.<sup>5</sup>

Dalam konteks Pilpres 2019, kedua pasangan calon juga dideteksi dengan pesan-pesan propaganda negatif dan post-truth. Propaganda dapat terjadi pada banyak masalah dan pada banyak tingkatan. Jokowi digambarkan sebagai pembohong adalah propaganda yang buruk, tetapi kondisi ini tidak cukup untuk mewakili era *post-truth*. Sama seperti isu pelanggaran HAM Prabowo di masa lalu, juga tidak cukup tergolong bahagia karena masalah hukum, yang bisa dibuktikan ketika ada kemauan politik dari lembaga eksekutif. Isu negatif yang menjangkiti calon presiden, baik Jokowi maupun Prabowo, merupakan bagian dari program propaganda yang dijalankan oleh partai lain. Salah satu tujuan propaganda ini adalah untuk menciptakan mitos di masyarakat agar banyak orang percaya tanpa bukti. Mitos dalam konteks propaganda adalah aspek sentral dari persuasi politik. Analisis media sosial Twitter mengungkapkan masalah terletak di jantung peredaran hoax, berita palsu dan informasi yang salah dalam lanskap propaganda. Masalah ini menyerang kedua belah pihak, baik Jokowi maupun Prabowo. Calon presiden Joko Widodo telah dilanda enam isu negatif yang mempengaruhi

---

<sup>3</sup> Ralph Keyes. *The Post-truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. New York: St. Martin's Press. 2004.

<sup>4</sup> Harold Dwight Lasswell, *The Structure and Function of Communication in Society*, Urbana: University of Illinois Press. 1948.

<sup>5</sup> Suntana, Ija, (2020) pengetahuan politik dan perilaku politik di kalangan muslim terdidik di Indonesia 2020 : 11 (4), 149-174

popularitas dan statusnya. Isu-isu ini anti-Muslim dan ulama, komunis, pro-China, pemimpin yang lemah, pembohong dan berpura-pura.<sup>6</sup>

Semua isu tersebut tergolong propaganda politik yang menyerang emosi warganet karena tidak berdasarkan bukti yang kuat. Sementara itu, isu negatif yang mendera Prabowo Subianto antara lain dilihat sebagai pelanggar HAM, marah, meragukan agamanya, mendukung khilafah, kurang pengalaman dan menyebarkan gertakan penipuan. Pertanyaan-pertanyaan negatif ini juga merupakan bagian dari propaganda yang dilakukan oleh lawan politik di media sosial. Dari enam pertanyaan, sebagian besar membahas propaganda umum yang dilakukan banyak politisi sebelum era pasca-kebenaran, Mahasiswa Muslim memandang peran pengetahuan politik sebagai hal yang positif bagi kehidupan mereka, tetapi pengetahuan politik mereka tidak memotivasi mereka untuk membahas tema-tema politik. Kesimpulannya, hipotesis penelitian yang diajukan diterima<sup>7</sup>

## **B. Propaganda Media dalam Kasus Terorisme ISIS**

Selain dari segi politik, media pula dapat memicu propaganda global secara meluas bahkan dari isu-isu sensitif contohnya isu SARA terorisme ISIS. Dari isu ISIS dapat dipahami bahwa agama dapat menjadi faktor terbesar dalam memicu berbagai konflik global, regional, bahkan lokal di berbagai belahan dunia. Konflik-konflik itu terjadi karena banyak pemimpin dunia hari ini yang memanipulasi agama untuk kepentingan politik mereka. Bahkan, demokrasi dinilai banyak berpengaruh dalam penguatan peran agama dalam kehidupan politik. “*God is winning in global politics*” dan modernisasi, demokratisasi, dan globalisasi hanya membuatnya semakin kuat.<sup>8</sup>

Tiga aspek yang dapat diamati dalam teror ISIS di balik pemberitaan media, yaitu *Judgment, Labeling of Terrorists* dan *War Press*. Propaganda digunakan untuk menarik perhatian publik sebanyak-banyaknya untuk menciptakan kesadaran dan opini. Publik

---

<sup>6</sup> Kompas.com dengan judul "Mengapa Kampanye Negatif Boleh, Kampanye Hitam Tak Boleh?", <https://nasional.kompas.com/read/2018/10/15/14305051/mengapa-kampanyenegatif-boleh-kampanye-hitam-takboleh?page=all>

<sup>7</sup> Suntana, Ija (2020) pengetahuan politik dan perilaku di kalangan muslim terdidik di Indonesia 11 (4), 149-174

<sup>8</sup> Maxwell E. McCombs, & D. Shaw, *Op.Cit*, pages 176-185.



bisa sedih, marah, atau bahkan berpihak pada ISIS. Itu semua sangat tergantung bagaimana media menyajikan masalah ISIS dan bagaimana media menyajikannya. Menurut Leonard W. Doob Propaganda ini sebagai usaha yang dilakukan untuk mempengaruhi kepribadian dan mengontrol perilaku individu menuju tujuan yang tidak ilmiah atau diragukan nilainya dalam suatu masyarakat pada waktu tertentu. Merujuk pada definisinya, propaganda dapat menjadi kendaraan yang baik untuk penyebaran ideologi dan perluasan aksi kelompok manapun.<sup>9</sup>

Ini merupakan fungsi dimana media massa sebagai alat propaganda dibutuhkan karena pada dasarnya media massa adalah sebuah alat komunikasi yang berfungsi untuk menginformasikan, menanamkan nilai, kepercayaan dan menanamkan kode perilaku yang akan mengintegrasikan media massa ke dalam struktur institusional yang lebih luas. Media sering menggunakan penjulukan terhadap seseorang. Jika seseorang memiliki nama panggilan, apa pun yang dikatakan atau dilakukan orang tersebut akan ditafsirkan berdasarkan nama panggilan tersebut. Menjadi sulit bagi orang yang terkena untuk membela diri dari tuduhan. Teori nama panggilan didasarkan pada teori interaksi simbolik dari George Herbert Mead dalam bukunya *Mind, Self, and Society*.<sup>10</sup>

Dampak julukan itu semakin besar jika disiarkan oleh media. Pelabelan sewenang-wenang dapat mengarah pada ramalan yang terpenuhi dengan sendirinya. Setiap orang atau kelompok yang secara tidak adil dicap sebagai "teroris" akan bereaksi dengan kekerasan, melawan julukan tersebut, atau mengangkat senjata melawan mereka. Amerika Serikat, sebagai "Mekah" jurnalisme, memaksakan definisinya sendiri tentang tindakan apa yang dianggap terorisme dan siapa yang bisa disebut teroris. Begitu ISIS gencar dipromosikan di media massa Barat, makna sepihak ini secara tidak sengaja diperoleh banyak orang, kelompok dan negara, terutama mereka yang mengikuti dan bersimpati dengan AS, secara tidak sengaja diterima. Definisi Amerika tentang segala sesuatu menjadi semacam sumber "konstruksi sosial", atau lebih tepatnya, propaganda yang tidak akan pernah kita ragukan lagi. Peran buruk media adalah untuk menggelembungkan jurnalisme perang, yang dengan kekuatan

---

<sup>9</sup> Leonard W. Doob, (1948) dalam buku Opini Publik (Soemirat dan Yehuda), 2001.

<sup>10</sup> Dietram A. Scheufele, Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49 (4), 1999, pages 103-22.

persuasifnya dapat memanifestasikan semangat pro-perang.

Media sebagai sarana menginformasikan publik bahkan menjadi pendorong semangat perang, dimana langkah menuju perdamaian harus diutamakan. Serangan udara koalisi internasional telah gagal untuk mendapatkan tanggapan publik karena ISIS telah melakukan sejumlah upaya pembunuhan. Padahal yang mereka (tentara internasional dan ISIS) lakukan adalah sama, itu adalah pembunuhan. Dunia seolah membenarkan apa yang dilakukan tentara koalisi internasional terhadap ISIS. Hal ini karena keberhasilan penyebaran propaganda bahwa ISIS adalah teroris yang sebenarnya, maka pembunuhan anggota ISIS adalah benar. Bahkan jika semua anggota ISIS terbunuh, tidak ada yang akan mengajukan tuntutan dan kematian anggotanya serta hancurnya ISIS adalah sebuah kemenangan.

Dengan kekuatan propaganda, media Barat menempatkan ISIS sebagai pelaku, bukan korban. Jika melihat kembali berita tentang ISIS, ada juga serangan yang dilakukan oleh AS, rezim militer Bashar mengorbankan banyak warga sipil tetapi ini dianggap sebagai pembenaran karena kelompok ISIS, Negara AS dan sekutunya, sekutunya dan Suriah. Pemerintah juga diperbolehkan melakukan serangan. Dalam kasus ISIS, seseorang atau kelompok yang menjadi korban langsung hanya memainkan peran kecil dari *viktifikasi* (bukan peran utama) untuk memiliki dampak yang lebih besar. Hal ini dapat dipahami sebagai tindakan komunikasi, karena bukan korban yang merupakan orang terpenting yang ingin disampaikan pesannya.<sup>11</sup>

Disinilah letak peran pers dalam menyampaikan pesan kepada publik karena pers merupakan media komunikasi yang menyampaikan kepada publik atau isu-isu publik yang dianggap penting kemudian publik tidak hanya dapat mempelajari dan memahami berita tersebut. Tetapi juga pentingnya pentingnya suatu isu atau topik tergantung pada bagaimana media menekankan isu tersebut. Terakhir, aksi terorisme dewasa ini adalah "*tria juncta di una*", yaitu suatu hubungan yang membutuhkan tiga aspek yang saling melengkapi yaitu pelaku, korban dan masyarakat untuk mendapatkan berita dari media untuk mengumpulkan informasi, menarik perhatian. Asia Tenggara adalah zona kritis Islamofobia yang dapat menyebar dengan buruk di semua sektor kehidupan masyarakat.

---

<sup>11</sup> Alex Peter Schmid & Graaf, Janny de. *Violence as communication: insurgent terrorism and the western news media*. Beverly Hills, California: Sage Publications. 1982, hlm. 1.

Gejala Islamofobia di Asia Tenggara terus meningkat seiring dengan konflik antara kelompok Islam fundamentalis dengan pemerintah. Secara obyektif, Islamofobia di kawasan Asia Tenggara tidak terkait dengan masalah penilaian doktrin agama, tetapi lebih terkait dengan perilaku beberapa elit politik regional yang memanfaatkan kelompok fundamentalis untuk sasaran politik dan ekonomi. Selain itu, media arus utama di Asia Tenggara masih mengartikulasikan data konflik dalam metodologi ortodoks dan tidak mengembangkan pendekatan jurnalisme damai. Media arus utama di Asia Tenggara tidak berbeda dengan media arus utama di negara-negara Barat yang melanggengkan citra stereotip kelompok minoritas.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Suntana, I. & Tresnawaty, B., Krisis Sosial Multidimensi Dan Kekerasan Beragama Di Asia Tenggara Hal No 9 Volume 4, Edisi 2, 2021

## **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dalam pembahasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwasanya propaganda media merupakan salah satu strategi untuk mendapatkan keuntungan dengan cara mengontrol opini publik. Salah satu cara untuk mengontrol opini publik adalah melalui kegiatan promosi untuk mencapai tujuannya. Seperti diketahui, dengan kekuatan propaganda, Dunia Barat menggambarkan ISIS sebagai pelaku bukan korban, menciptakan pahlawan (dunia Barat). Media tentu saja merupakan alat promosi yang ampuh untuk menciptakan dan membentuk pemikiran dan gagasan masyarakat. Dunia Barat secara sistematis kehilangan kredibilitas terhadap Islam dengan predikat negatif seperti teroris, fundamentalis, konservatif, dan ekstremis. Kita tidak hanya mengobarkan perang propaganda untuk memburu berita, seperti obfuscation (menimbulkan kebingungan), distorsi (memberikan informasi yang menyesatkan), deception (menyesatkan), diversion (pengalihan perhatian), dan teknik propaganda lainnya.

#### **B. Saran**

Penulis menyarankan agar beberapa hal terkait Komunikasi Politik dalam Media dan Propaganda terus dikembangkan, dikaji dan dipahami oleh seluruh masyarakat. Alasannya karena dalam menjalani kehidupan terkadang ada beberapa yang perlu diperhatikan, termasuk dalam pola komunikasi media dan propaganda. Selain itu, penulis menyadari bahwa makalah diatas banyak sekali kesalahan dan jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran mengenai pembahasan makalah diatas

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Effendy, Onong Uchjana, (1993), *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Keyes, Ralph, (2004), *The Post-truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. New York: St. Martin's Press.

Schmid, Alex & Graaf, Janny de, 1982, *Violence as communication: insurgent terrorism and the western news media*. Beverly Hills, California: Sage Publications.

Soemirat, & Yehuda, (2001), *Opini Publik*, cet kedua, Tangerang: Universitas Terbuka.

### Jurnal

Lasswell, Harold Dwight, (1927) *The theory of political propaganda*. *American Political Science Review*, 21, 627–631.

Maxwell E. McCombs, & D. Shaw, (1972) *The agenda-setting function of mass media*. *Public opinion quarterly*, 26, pages 176-185.

Scheufele, Dietram A. (1999). *Framing as a theory of media effects*. *Journal of Communication*, 49 (4): pages 103-22.

Suntana, I, 2020 *pengetahuan politik dan perilaku politik di kalangan muslim terdidik di indonesia 2020* : 11 (4), 149-174

Suntana, I. & Tresnawaty, B., *Krisis Sosial Multidimensi Dan Kekerasan Beragama Di Asia Tenggara* Hal No 9 Volume 4, Edisi 2, 2021

## **Internet**

Kami, Indah Mutiara. (2019). 62 Hoax Pemilu 2019 Teridentifikasi Kominfo, Ini Daftarnya. <https://news.detik.com/berita/d-4368351/62-hoax-pemilu-2019-teridentifikasi-kominfo-ini-daftarnya> (diakses pada 23 Mei 2022)

Kompas.com dengan judul "Mengapa Kampanye Negatif Boleh, Kampanye Hitam Tak Boleh?", <https://nasional.kompas.com/read/2018/10/15/14305051/mengapa-kampanyenegatif-boleh-kampanye-hitam-takboleh?page=all>