

Persepsi Kaum Ibu Perwiritan Desa Aek Raso terhadap Informasi Islami yang Manipulatif di Tiktok

Received: 07-05-2025; Revised:20-05-2025; Accepted: 24-07-2025

Sarifah Aini Siregar

Universitas Islam Negeri Sumatera
Utara Medan
E-mail: sarifah0101213098@uinsu.ac.id

Fakhrur Rozi

Universitas Islam Negeri Sumatera
Utara Medan
E-mail: fakhrurrozi@uinsu.ac.id,

Abstract: This study aims to explore the perceptions of perwiritan (Islamic prayer group) mothers in Aek Raso Village toward Islamic hoaxes on the social media platform TikTok. The widespread dissemination of unverified religious content has become a significant concern, particularly in the context of Islamic preaching in the digital era. This research employs a quantitative approach with a descriptive method. Data were collected through online questionnaires distributed to 67 respondents, selected using the Slovin formula from a total population of 200 active perwiritan participants. The questionnaire was structured around three main indicators: exposure and trust in Islamic content, the ability to detect and respond to hoaxes, and critical attitudes and verification practices. The findings reveal that while most respondents have high exposure to Islamic content on TikTok, their level of trust remains divided. Respondents are generally aware of the presence and dangers of Islamic hoaxes, yet their ability to distinguish between accurate and false information varies. Furthermore, critical thinking and information verification practices are not consistently applied. These results highlight the need to enhance digital literacy and reinforce Islamic values such as the principle of tabayyun (verification) so that the community especially mothers can become more selective in responding to religious information on social media.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi kaum ibu perwiritan Desa Aek Raso terhadap informasi Islami yang manipulatif di platform media sosial TikTok. Maraknya penyebaran konten keagamaan yang tidak terverifikasi menjadi perhatian penting, khususnya dalam konteks dakwah Islam di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner online kepada 67 responden yang dipilih menggunakan rumus Slovin dari total populasi 200 orang ibu perwiritan yang aktif mengikuti pengajian. Kuesioner disusun berdasarkan tiga indikator utama, yaitu: tingkat paparan dan kepercayaan terhadap konten Islami, kemampuan mendeteksi dan merespons informasi manipulatif, serta sikap kritis dan tindakan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat paparan yang tinggi terhadap konten Islami di TikTok, namun kepercayaannya masih terbagi. Responden juga cukup menyadari keberadaan dan bahaya informasi manipulatif Islami, namun kemampuan dalam membedakan informasi benar dan salah masih belum merata. Selain itu, sikap kritis dan kebiasaan melakukan verifikasi informasi belum diterapkan secara konsisten. Temuan ini mengindikasikan perlunya peningkatan literasi digital dan penguatan nilai-nilai keislaman seperti prinsip tabayyun agar masyarakat, khususnya kaum ibu, dapat menjadi lebih selektif dalam menyikapi informasi keagamaan di media sosial.

Keywords: Perception, Islamic Mothers' Group, Islamic Hoaxes, Tiktok, Digital Literacy, Tabayyun

PENDAHULUAN

Perkembangan media digital dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah cara informasi disebarkan dan diterima oleh masyarakat. Salah satu isu utama yang muncul dari fenomena ini adalah meningkatnya penyebaran informasi manipulatif, terutama melalui platform media sosial seperti TikTok. (Tran et al., 2020). Dalam konteks Indonesia, penggunaan TikTok sebagai media informasi memberikan peluang sekaligus tantangan. Banyak pengguna muda, termasuk di kalangan generasi Z dan milenial, yang mengakses informasi melalui platform ini menunjukkan bahwa pendidikan literasi digital harus ditingkatkan. (Amir & Dwihantoro, 2024). Kaum ibu, yang bertanggung jawab dalam mendidik anak-anak mereka, juga perlu dibekali pengetahuan untuk membedakan antara informasi yang sah dan yang informasi manipulatif. (Li et al., 2023). Penelitian mengindikasikan bahwa keterampilan dalam mengenali informasi manipulatif di media sosial harus menjadi bagian integral dari pendidikan di era digital ini. (Maryani et al., 2021).

Manipulatif merupakan tindakan atau strategi yang digunakan untuk memengaruhi orang lain secara terselubung demi kepentingan tertentu, sering kali dengan cara yang menyesatkan atau tidak jujur. Dalam konteks media, termasuk TikTok, informasi manipulatif dapat berupa konten yang sengaja disusun untuk menggiring opini, membentuk persepsi keliru, atau membangkitkan emosi tanpa dasar fakta yang kuat. Konsep manipulatif ini sangat dekat dengan hoaks, karena keduanya sama-sama mengandung unsur penipuan dan distorsi kebenaran yang dapat merusak pemikiran dan perilaku masyarakat. Dalam pandangan Islam, hal ini bertentangan dengan nilai kejujuran, keadilan, dan prinsip *tabayyun* (klarifikasi informasi), yang menuntut umat untuk senantiasa kritis dan selektif dalam menerima serta menyebarkan informasi.

Konten hoaks atau konten manipulatif merupakan ancaman serius dalam era digital saat ini karena dapat menyesatkan masyarakat, memicu kepanikan, serta merusak kepercayaan publik terhadap institusi dan media. Penyebaran informasi palsu yang cepat melalui media sosial kerap dimanfaatkan oleh pihak tertentu untuk kepentingan politik, ekonomi, maupun ideologis. Masyarakat yang tidak memiliki literasi digital yang baik menjadi sasaran empuk penyebaran hoaks. Menurut penelitian oleh Noviani dan Santoso (2020) dalam *Jurnal Komunikasi Universitas Paramadina*, rendahnya kemampuan masyarakat dalam memilah informasi menjadi faktor utama penyebaran hoaks yang masif.

Informasi manipulatif atau informasi yang salah di media sosial seperti TikTok menjadi perhatian penting dalam konteks dakwah Islam dan pendidikan yang efektif bagi generasi muda. TikTok, sebagai platform media sosial, menawarkan peluang besar untuk menyebarkan ajaran Islam dan memperbaiki pemahaman keagamaan. Namun, potensi ini juga diimbangi dengan tantangan, termasuk penyebaran informasi yang tidak akurat yang dapat merusak pemahaman umat terhadap agama. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial, termasuk TikTok, dapat berfungsi sebagai alat dalam pendidikan moral Islam dan transformasi pemahaman keagamaan di kalangan generasi muda. (Nasution et al., 2025).

TikTok sebagai platform media sosial yang sangat populer saat ini memiliki pengaruh besar terhadap persepsi dan tingkah laku penggunanya. Melalui konten-konten yang bersifat visual dan mudah diakses, TikTok mampu membentuk cara berpikir, sikap, bahkan tindakan seseorang secara langsung maupun tidak langsung. Informasi yang ditampilkan, baik bersifat edukatif maupun manipulatif, dapat memengaruhi pola pandang masyarakat terhadap suatu isu, nilai, atau tren yang sedang berkembang. Oleh karena itu, penting untuk memahami sejauh mana pengaruh TikTok ini terhadap perilaku pengguna, khususnya dalam konteks sosial dan keagamaan. (Rasiani et al., 2022).

Salah satu studi menjelaskan bahwa konten digital seperti video pendek dan infografis memiliki jangkauan yang luas dan dapat dilihat oleh banyak orang, sehingga berpotensi untuk

menginternalisasi nilai-nilai moral. Pentingnya pelatihan di bidang media sosial bagi dai untuk menangkal informasi manipulatif juga diungkapkan dalam penelitian lain, yang menekankan perlunya keterampilan dalam menciptakan konten yang menarik dan informatif Hal ini sejalan dengan temuan bahwa media sosial memiliki dampak signifikan terhadap sikap dan pemahaman keagamaan generasi muda, namun sangat diperlukan upaya untuk meningkatkan literasi media sebagai langkah preventif.(Akbar et al., 2025)

Media sosial telah menjadi platform yang signifikan dalam akses informasi keagamaan, memberikan kemudahan dan kecepatan dalam menyebarkan ilmu pengetahuan dan dakwah Islam.(Alamin & Missouri, 2023). Dalam era digital ini, pengguna memiliki akses yang lebih besar terhadap informasi yang berkaitan dengan agama, yang dapat memperkaya pengetahuan mereka.(Sodikin & Solikhah, 2022). Penelitian menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram, Twitter, dan TikTok tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana penting dalam penyebaran informasi keagamaan.(Dhora et al., 2023).

Pertama, penggunaan media sosial sebagai alat untuk pendidikan agama menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan keterlibatan individu dengan ajaran keagamaan. Dalam konteks ini, media sosial dapat digunakan untuk memfasilitasi diskusi antar peneliti dan pendidik dengan siswa, serta mendukung kolaborasi dalam berbagai format, seperti video, gambar, dan teks Ini sejalan dengan konsep "*komunikasi media sosial yang beradab*," di mana penting bagi pengguna untuk berinteraksi dengan cara yang etis dan konstruktif.(Abdullah, 2022).

Namun, meski media sosial memiliki potensi besar untuk menyebarkan pengetahuan keagamaan, tantangan seperti penyebaran informasi manipulatif dan informasi yang menyesatkan tetap ada. (Hadi, 2023). Kurangnya literasi digital di kalangan pengguna merupakan faktor yang meningkatkan kerentanan individu terhadap informasi yang tidak benar. (Mutiawati & Ramadhani, 2023). Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama di kalangan pengguna muda, tentang pentingnya verifikasi informasi yang diterima melalui media sosial. (Widyatama et al., 2021).

Dari sudut pandang dakwah, media sosial telah membuka jalan baru dalam penyebaran pesan Islam. Banyak dai dan pendidik menggunakan platform ini untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan isi dakwah yang sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Hadis. Keberadaan akun media sosial masjid atau komunitas Islam memungkinkan adanya akses langsung terhadap informasi keagamaan yang relevan dan modern. Namun, hal ini juga memerlukan perhatian terhadap potensi konten negatif yang mungkin muncul.(Nurhayati et al., 2023).

Persepsi kaum ibu terhadap informasi Islami yang manipulatif di TikTok merupakan topik yang semakin penting mengingat tren penggunaan media sosial yang berkembang pesat, termasuk di kalangan perempuan Muslim. Mengingat bahwa TikTok adalah platform yang semakin populer untuk penyebaran informasi, baik yang bermanfaat maupun yang salah, diperlukan pemahaman mengenai bagaimana kaum ibu menyikapi fenomena ini.(Madhani et al., 2021).

Pertama-tama, kaum ibu cenderung lebih terpengaruh oleh konten di media sosial, termasuk informasi manipulatif yang bisa berdampak pada pemahaman keagamaan mereka. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial, termasuk TikTok, dapat memengaruhi perilaku dan pemahaman keagamaan generasi muda, yang juga bisa dijadikan rujukan bagi kaum ibu Dalam konteks ini, penting bagi kaum ibu untuk memiliki literasi media yang baik agar dapat menilai dan memilah informasi yang mereka terima. Oleh karena itu, edukasi tentang cara mendeteksi informasi manipulatif dan menyampaikan informasi yang akurat menjadi sangat krusial.(Bustomi et al., 2023)

Lebih lanjut, dari sudut pandang Islam, penyebaran informasi manipulatif dianggap bertentangan dengan nilai-nilai kejujuran dan integritas. Penelitian yang membahas perspektif Islam mengenai informasi manipulatif menunjukkan bahwa perhatian perlu diberikan pada ajaran

Islam untuk memahami implikasi moral dari penyebaran informasi yang salah. (Khairunnisa & Arifin, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa banyak kaum ibu mungkin merasa bingung atau bahkan tergoda untuk menyebarkan informasi tanpa memverifikasi kebenarannya, terutama jika informasi tersebut tampak menarik atau relevan. Dalam hal ini, menunggang perempuan Muslim dengan pendidikan yang tepat tentang etika komunikasi sangat penting. (Jenuri et al., 2021).

Selain itu, beberapa studi juga menunjukkan bahwa informasi manipulatif di media sosial dapat menyebabkan perpecahan di kalangan masyarakat, termasuk di dalam komunitas Muslim. Dengan adanya informasi yang salah, kaum ibu mungkin menjadi lebih skeptis terhadap isi dakwah yang mereka terima dari sumber-sumber lain. (Dinihari et al., 2024). Penerapan prinsip tabayyun (verifikasi) dalam Islam sangat diharapkan untuk membantu kaum ibu menggali informasi yang akurat dan menyebarkannya dengan bijaksana. (Jenuri et al., 2021).

Kaum ibu perwiritan di Desa Aek Raso dipilih sebagai objek penelitian karena mereka merupakan kelompok sosial yang aktif berinteraksi satu sama lain serta memiliki kebiasaan mengakses informasi melalui media sosial, khususnya TikTok. Berdasarkan pengamatan awal, hampir semua anggota perwiritan di desa ini menggunakan TikTok sebagai sumber hiburan maupun referensi keagamaan, kecuali sebagian kecil yang sudah lanjut usia. Tingginya tingkat penggunaan TikTok di kalangan ibu-ibu perwiritan menjadikan mereka kelompok yang relevan untuk dikaji dalam memahami persepsi terhadap informasi Islami yang manipulatif. Selain itu, posisi mereka yang strategis dalam keluarga dan lingkungan sosial menjadikan persepsi dan sikap mereka terhadap konten keagamaan di media sosial sebagai faktor penting yang dapat memengaruhi penilaian dan tindakan masyarakat secara lebih luas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana persepsi kaum ibu perwiritan Desa Aek Raso terhadap informasi Islami yang manipulatif di TikTok, serta sejauh mana literasi digital dan pemahaman keagamaan mereka dapat menjadi benteng dalam menghadapi arus informasi yang menyesatkan di era digital saat ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode ini dipilih untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai persepsi kaum ibu perwiritan Desa Aek Raso terhadap informasi Islami yang manipulatif di TikTok. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan platform *Google Form*. Kuesioner ini dirancang dengan skala Likert untuk mengukur tingkat persepsi responden terhadap berbagai aspek konten Islami yang tersebar di TikTok, termasuk keakuratan informasi, daya tarik konten, serta kemampuan mereka dalam memilah informasi yang benar dan yang menyesatkan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk memperoleh gambaran umum mengenai persepsi kaum ibu terhadap fenomena informasi manipulatif Islami di media sosial tersebut.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 200 orang yang terdiri dari kaum ibu perwiritan di Desa Aek Raso yang mengikuti kegiatan pengajian rutin setiap hari Selasa, Kamis, dan Jumat, serta berasal dari tiga Afdelling (AFD) yang tersebar di wilayah tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel yang representatif dari populasi tersebut, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10% atau 0,1. Rumus Slovin yang digunakan adalah $n = N / (1 + N(e)^2)$, di mana N adalah jumlah populasi dan e adalah batas toleransi kesalahan. Dengan demikian, perhitungannya adalah $n = 200 / (1 + 200(0,1)^2) = 200 / (1 + 2) = 200 / 3 = 66,67$, sehingga jumlah sampel dibulatkan menjadi 67 responden. Sampel ini kemudian dipilih secara proporsional dari masing-masing Afdelling untuk memastikan keterwakilan yang seimbang dalam analisis data.

Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dengan teknik persentase. Setiap pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala Likert dengan empat pilihan jawaban, yaitu: Sangat Setuju (4), Setuju (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat

Tidak Setuju (1). Data yang dikumpulkan melalui Google Form kemudian diklasifikasikan berdasarkan frekuensi jawaban responden untuk setiap butir pernyataan. Selanjutnya, skor total dari masing-masing item dihitung dan dikonversi ke dalam bentuk persentase guna menggambarkan kecenderungan persepsi responden terhadap informasi Islami yang manipulatif di TikTok. Teknik ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar proporsi responden yang memiliki persepsi tertentu terhadap topik yang diteliti, sehingga dapat ditarik kesimpulan secara kuantitatif mengenai pola persepsi kaum ibu perwiritan Desa Aek Raso.

Kuesioner dalam penelitian ini disusun berdasarkan tiga indikator utama yang berkaitan dengan persepsi kaum ibu perwiritan terhadap informasi Islami yang manipulatif di TikTok. Ketiga indikator tersebut meliputi: (1) Tingkat Paparan dan Kepercayaan terhadap Konten Islami di TikTok, (2) Kemampuan Mendeteksi dan Merespons Informasi manipulatif Islami, dan (3) Sikap Kritis dan Tindakan Verifikasi terhadap Konten Islami. Setiap indikator terdiri dari beberapa butir pernyataan dengan total keseluruhan sebanyak 10 butir. Penyusunan indikator dan pernyataan ini bertujuan untuk mengukur persepsi responden secara komprehensif, mulai dari seberapa sering mereka mengakses konten Islami, sejauh mana mereka mampu mengenali informasi yang keliru, hingga bagaimana sikap mereka dalam menanggapi dan memverifikasi informasi tersebut. Adapun rincian pembagian indikator dan butir pernyataan disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Indikator Pernyataan Kuisisioner

No	Indikator	Butir Pertanyaan	Isi Pertanyaan
1	Tingkat Paparan dan Kepercayaan terhadap Konten Islami di TikTok	1	Apakah ibu sering menonton konten islami di TikTok?
		2	Apakah ibu percaya bahwa konten islami di TikTok umumnya benar dan dapat dipercaya?
2	Kemampuan Mendeteksi dan Merespons Informasi manipulatif Islami	3	Apakah ibu merasa kesulitan membedakan informasi islami yang benar dan yang informasi manipulatif di TikTok?
		4	Apakah ibu pernah menemukan informasi islami informasi manipulatif di TikTok?
		5	Apakah ibu merasa informasi Islami yang manipulatif di TikTok bisa mempengaruhi cara berpikir atau beribadah?
		9	Apakah ibu meyakini bahwa informasi manipulatif islami dapat merusak keyakinan seseorang?
		10	Apakah ibu merasa kecewa jika mengetahui konten islami yang sudah ditonton ternyata informasi manipulatif?
3	Sikap Kritis dan Tindakan Verifikasi terhadap Konten Islami	6	Apakah ibu biasanya memeriksa kebenaran konten islami sebelum membagikannya?
		7	Apakah ibu sering berdiskusi dengan anggota perwiritan mengenai konten islami yang meragukan?
		8	Apakah ibu terbiasa bertanya kepada ustadz jika ada informasi islami yang tidak jelas di TikTok?

Pekerjaan para informan dalam penelitian ini menjadi salah satu variabel penting yang dapat memengaruhi cara pandang serta daya kritis mereka dalam menyikapi informasi, khususnya informasi Islami yang tersebar melalui media sosial seperti TikTok. Latar belakang pekerjaan mencerminkan tingkat aktivitas, keterpaparan terhadap teknologi, serta kapasitas kognitif dalam memproses informasi yang diterima. Oleh karena itu, pemetaan jenis pekerjaan ibu-ibu perwiraan di Desa Aek Raso menjadi relevan untuk memahami bagaimana persepsi mereka terbentuk terhadap konten-konten dakwah Islami yang bersifat manipulatif. Tabel berikut menyajikan distribusi pekerjaan para informan yang menjadi subjek penelitian ini:

Tabel 2. Pekerjaan Informan Penelitian

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	Ibu Rumah Tangga	56	28.00%
2	Petani	55	27.50%
3	Guru	27	13.50%
4	Guru TK	4	2.00%
5	Tukang Jahit	3	1.50%
6	Kepala Sekolah	2	1.00%
7	PNS	1	0.50%
8	Wira Usaha	2	1.00%
9	Bidan	2	1.00%
10	Kepala Sekolah TK	1	0.50%
11	Berdagang	49	24.50%

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan diuraikan hasil penelitian mengenai persepsi kaum ibu perwiraan di Desa Aek Raso terhadap informasi Islami yang manipulatif yang beredar di platform TikTok. Data yang diperoleh dari responden telah disajikan dalam tabel berikut, yang menunjukkan berbagai pandangan dan tingkat kepercayaan kaum ibu terhadap informasi tersebut. Analisis mendalam dari tabel ini akan menjadi dasar dalam pembahasan mengenai bagaimana kaum ibu menanggapi, memilah, serta memverifikasi konten Islami yang berpotensi informasi manipulatif di media sosial TikTok.

Tabel 3. Persentase Indikator Tingkat Paparan dan Kepercayaan terhadap Konten Islami di TikTok

No	Isi Pertanyaan	Jawaban Responden			
		SS	S	TS	STS
		%	%	%	%
1	Apakah ibu sering menonton konten islami di TikTok?	40%	51%	9%	0%
2	Apakah ibu percaya bahwa konten islami di TikTok umumnya benar dan dapat dipercaya?	10%	45%	33%	12%

Berdasarkan data pada tabel, mayoritas responden menunjukkan tingkat paparan yang tinggi terhadap konten Islami di TikTok. Sebanyak 51% ibu-ibu perwiraan menyatakan setuju dan 40% sangat setuju bahwa mereka sering menonton konten Islami di platform tersebut, sementara hanya 9% yang tidak setuju dan tidak ada yang sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi media populer dalam mengakses informasi keagamaan di kalangan ibu-ibu perwiraan Desa Aek Raso. Namun, tingkat kepercayaan terhadap kebenaran konten tersebut tidak sekuat tingkat paparan. Pada pernyataan mengenai kepercayaan bahwa konten Islami di TikTok umumnya

benar dan dapat dipercaya, hanya 10% responden yang sangat setuju dan 45% yang setuju, sementara 33% menyatakan tidak setuju dan 12% sangat tidak setuju. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun ibu-ibu aktif mengakses konten Islami di TikTok, masih terdapat keraguan terhadap validitas konten yang mereka konsumsi. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi digital agar mereka tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga mampu menyaring dan memverifikasi informasi keagamaan dengan sikap kritis.

Gambar 1. Pie Chart Persentase Indikator Tingkat Paparan dan Kepercayaan terhadap Konten Islami di TikTok



Dari diagram pie terlihat bahwa mayoritas responden berada pada kategori Setuju (48%) dan Sangat Setuju (25%), yang menunjukkan bahwa sebagian besar ibu-ibu perwiraan memang cukup sering menonton konten Islami di TikTok dan memiliki tingkat kepercayaan yang cukup tinggi terhadap kebenaran konten tersebut.

Namun demikian, terdapat pula 21% responden yang Tidak Setuju dan 6% yang Sangat Tidak Setuju, yang mencerminkan adanya sebagian kecil responden yang ragu atau kritis terhadap keakuratan konten Islami di platform tersebut.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok menjadi sumber informasi yang populer di kalangan ibu perwiraan, masih terdapat ruang untuk peningkatan literasi media agar pengguna dapat lebih selektif dan kritis dalam menerima serta mempercayai informasi keagamaan yang mereka konsumsi.

Tabel 4. Indikator Kemampuan Mendeteksi dan Merespons Informasi manipulatif Islami

No	Isi Pertanyaan	Jawaban Responden			
		SS	S	TS	STS
		%	%	%	%
1	Apakah ibu merasa kesulitan membedakan informasi islami yang benar dan yang informasi manipulatif di TikTok?	31%	49%	19%	0%
2	Apakah ibu pernah menemukan informasi islami informasi manipulatif di TikTok?	15%	76%	9%	0%
3	Apakah ibu merasa informasi Islami yang manipulatif di TikTok bisa mempengaruhi cara berpikir atau beribadah?	21%	58%	21%	0%

4	Apakah ibu meyakini bahwa informasi manipulatif islami dapat merusak keyakinan seseorang?	6%	46%	46%	1%
5	Apakah ibu merasa kecewa jika mengetahui konten islami yang sudah ditonton ternyata informasi manipulatif?	45%	37%	16%	1%

Berdasarkan hasil kuesioner, terlihat bahwa sebagian besar ibu-ibu perwiritan di Desa Aek Raso memiliki kemampuan yang cukup baik dalam mendeteksi dan merespons informasi Islami yang manipulatif di TikTok. Sebanyak 49% responden menyatakan setuju dan 31% sangat setuju bahwa mereka merasa kesulitan membedakan informasi Islami yang benar dan yang informasi manipulatif, sementara 19% tidak setuju. Artinya, meskipun kesadaran akan kesulitan membedakan informasi masih cukup tinggi, mayoritas ibu juga menyadari pentingnya kehati-hatian dalam menyerap informasi keagamaan. Lebih lanjut, 76% responden setuju dan 15% sangat setuju bahwa mereka pernah menemukan informasi manipulatif Islami di TikTok, yang menunjukkan bahwa fenomena ini memang nyata dan dialami langsung oleh mayoritas ibu-ibu perwiritan.

Selain itu, 58% setuju dan 21% sangat setuju bahwa informasi manipulatif Islami dapat mempengaruhi cara berpikir dan beribadah, yang memperkuat pentingnya kemampuan deteksi terhadap informasi sesat. Namun, pada pernyataan bahwa informasi manipulatif Islami dapat merusak keyakinan, hanya 6% yang sangat setuju dan 46% yang setuju, sementara 46% lainnya tidak setuju, dan 1% sangat tidak setuju. Ini menunjukkan adanya perbedaan pandangan terkait dampak jangka panjang informasi manipulatif terhadap akidah atau keyakinan. Sementara itu, perasaan kecewa saat mengetahui bahwa konten yang sudah ditonton ternyata informasi manipulatif mendapat tanggapan sangat tinggi, dengan 45% sangat setuju dan 37% setuju, yang menandakan adanya kepekaan emosional dan rasa tanggung jawab dari para responden.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa ibu-ibu perwiritan telah memiliki kesadaran yang baik terhadap keberadaan dan bahaya informasi Islami yang manipulatif di TikTok. Namun, terdapat pula tantangan dalam hal kemampuan membedakan kebenaran informasi secara konsisten, yang menandakan perlunya upaya edukasi lanjutan dalam bentuk literasi digital dan keagamaan yang berkelanjutan.

Gambar 2. Pie Chart Indikator Kemampuan Mendeteksi dan Merespons Informasi Manipulatif Islami



Berdasarkan data, mayoritas responden berada dalam kategori Setuju (53%) dan Sangat Setuju (24%), yang menunjukkan bahwa sebagian besar ibu-ibu perwiritan memiliki kesadaran dan pengalaman dalam mengenali informasi Islami yang manipulatif di TikTok. Mereka juga

menunjukkan reaksi emosional seperti kekecewaan dan keprihatinan terhadap dampak informasi manipulatif pada keyakinan dan praktik keagamaan.

Sementara itu, kategori Tidak Setuju (22%) dan Sangat Tidak Setuju (1%) menunjukkan bahwa sebagian kecil responden belum sepenuhnya menyadari atau belum mengalami secara langsung dampak dari informasi manipulatif tersebut.

Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa ibu-ibu perwiritan di Desa Aek Raso cukup responsif terhadap isu informasi manipulatif Islami dan menyadari pentingnya memilah informasi keagamaan dengan cermat. Namun, masih diperlukan upaya peningkatan literasi digital agar kemampuan mendeteksi informasi manipulatif dapat lebih merata di kalangan mereka.

Tabel 5. Indikator Sikap Kritis dan Tindakan Verifikasi terhadap Konten Islami

No	Isi Pertanyaan	Jawaban Responden			
		SS	S	TS	STS
		%	%	%	%
1	Apakah ibu biasanya memeriksa kebenaran konten islami sebelum membagikannya?	13%	49%	37%	0%
2	Apakah ibu sering berdiskusi dengan anggota perwiritan mengenai konten islami yang meragukan?	9%	61%	30%	0%
3	Apakah ibu terbiasa bertanya kepada ustadz jika ada informasi islami yang tidak jelas di TikTok?	13%	36%	51%	0%

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa tingkat sikap kritis dan tindakan verifikasi ibu-ibu perwiritan terhadap konten Islami di TikTok berada pada tingkat sedang. Pada pernyataan mengenai kebiasaan memeriksa kebenaran konten sebelum membagikannya, sebanyak 49% responden menyatakan setuju dan 13% sangat setuju, sementara 37% tidak setuju, dan tidak ada yang sangat tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar responden memiliki kesadaran untuk memverifikasi konten, masih ada cukup banyak yang belum menerapkan kebiasaan tersebut secara konsisten.

Selanjutnya, pada pernyataan mengenai diskusi dengan sesama anggota perwiritan terkait konten Islami yang meragukan, 61% responden setuju dan 9% sangat setuju, sedangkan 30% tidak setuju. Angka ini menunjukkan bahwa diskusi dalam lingkungan sosial keagamaan menjadi salah satu bentuk verifikasi yang dilakukan oleh sebagian besar ibu-ibu perwiritan, walaupun masih ada sepertiga dari responden yang belum terbiasa berdiskusi.

Sementara itu, pada pernyataan tentang kebiasaan bertanya kepada ustadz jika menemukan informasi Islami yang tidak jelas, 51% responden menyatakan tidak setuju, hanya 13% sangat setuju, dan 36% setuju. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden masih kurang menjadikan tokoh agama sebagai sumber klarifikasi utama dalam menghadapi informasi keagamaan yang diragukan di TikTok.

Secara umum, hasil ini mencerminkan bahwa sikap kritis dan upaya verifikasi terhadap konten Islami memang ada di kalangan ibu-ibu perwiritan, tetapi belum sepenuhnya kuat dan merata. Masih dibutuhkan penguatan literasi keagamaan dan digital agar mereka lebih aktif dalam menguji kebenaran informasi, baik melalui diskusi antaranggota maupun dengan melibatkan pihak

yang lebih kompeten seperti ustadz atau tokoh agama setempat.

Gambar 3. Pie Chart Indikator Sikap Kritis dan Tindakan Verifikasi terhadap Konten Islami



Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kategori Setuju (49%) mendominasi, yang menunjukkan bahwa sebagian besar ibu-ibu perwira memiliki kecenderungan positif dalam memverifikasi informasi Islami yang mereka terima dari TikTok. Hal ini terlihat dari kebiasaan mereka memeriksa kebenaran konten atau berdiskusi dengan anggota perwira lain.

Namun demikian, masih terdapat persentase yang cukup tinggi dalam kategori Tidak Setuju (39%), yang menunjukkan bahwa sebagian responden belum menunjukkan sikap kritis secara konsisten, khususnya dalam hal bertanya kepada ustadz atau ahli agama saat menemui informasi yang tidak jelas. Sementara kategori Sangat Setuju (11%) cukup kecil, dan tidak ada responden dalam kategori Sangat Tidak Setuju (0%), yang berarti tidak ada penolakan ekstrem terhadap sikap verifikasi.

Kesimpulannya, meskipun sebagian besar responden sudah mulai menunjukkan sikap kritis terhadap konten Islami, masih diperlukan penguatan dalam bentuk edukasi dan pembiasaan untuk meningkatkan konsistensi dalam melakukan verifikasi sebelum menyebarkan informasi keagamaan.

Dalam kehidupan modern yang sarat dengan teknologi, termasuk media sosial seperti TikTok, umat Islam dihadapkan pada tantangan besar dalam memilih dan memilah informasi yang beredar. Salah satu tantangan terbesar adalah informasi yang bersifat manipulatif, yaitu informasi yang dibuat atau disebarluaskan dengan niat menyesatkan, memprovokasi, atau membelokkan kebenaran. Dalam Islam, menyebarkan berita palsu atau informasi menyesatkan termasuk dalam perbuatan yang dilarang sebagaimana disebutkan dalam QS. Al-Hujurat ayat 6, yang menyerukan untuk tabayyun (klarifikasi) terhadap setiap informasi yang diterima, terutama dari sumber yang tidak jelas.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu”. (QS Al-Hujurat: 6).

Oleh karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana umat, berdasarkan latar belakang pekerjaan masing-masing, terpapar informasi manipulatif ini. Pekerjaan dapat mencerminkan tingkat pendidikan, aktivitas sehari-hari, serta kapasitas literasi media seseorang. Berikut ini disajikan tabel yang menggambarkan tingkat paparan informasi manipulatif berdasarkan pekerjaan, sebagai bahan evaluasi dan penguatan literasi digital berlandaskan nilai-nilai Islam.

Tabel 6. Persentase Tingkat Paparan Informasi Manipulatif Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden	Tingkat Paparan Tinggi (%)	Tingkat Paparan Rendah (%)
1	Ibu Rumah Tangga	56	60%	40%

2	Petani	55	55%	45%
3	Guru	27	25%	75%
4	Guru TK	4	30%	70%
5	Tukang Jahit	3	50%	50%
6	Kepala Sekolah	2	20%	80%
7	PNS	1	30%	70%
8	Wirausaha	2	50%	50%
9	Bidan	2	35%	65%
10	Kepala Sekolah TK	1	20%	80%
11	Berdagang	49	55%	45%

Tabel di atas menunjukkan bahwa kelompok Ibu Rumah Tangga (IRT) menempati posisi tertinggi dalam hal tingkat paparan terhadap informasi manipulatif, yakni sebesar 60% dari total 56 responden. Dalam konteks Islam, hal ini menjadi peringatan bahwa kelompok ini membutuhkan perhatian khusus dalam penguatan literasi media Islami, agar tidak terjerumus dalam menyebarkan atau mempercayai berita yang tidak berdasar (*hoaks*), sebagaimana larangan dalam QS. An-Nur ayat 15, yang mengingatkan bahaya mempercayai kabar yang tidak jelas dan menyebarkannya tanpa ilmu.

إِذْ تَقُولُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسِبُونَهُ هَيِّئًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ

Artinya: “(Ingatlah) ketika kamu menerima (berita bohong) itu dari mulut ke mulut; kamu mengatakan dengan mulutmu apa yang tidak kamu ketahui sedikit pun; dan kamu menganggapnya remeh, padahal dalam pandangan Allah itu masalah besar.” (QS An-Nur: 15)

Sebaliknya, kelompok Guru dan Kepala Sekolah memperlihatkan tingkat paparan rendah, yaitu hanya 20%–30%. Hal ini selaras dengan ajaran Islam yang menganjurkan pencarian ilmu dan penyaringan informasi secara bijak. Pendidikan dan pengalaman menjadi benteng utama dalam menangkal informasi yang tidak sesuai dengan fakta maupun syariat Islam.

Kelompok seperti Petani dan Pedagang juga tercatat memiliki persentase tinggi (55%), yang menunjukkan bahwa mereka lebih rentan terhadap konten manipulatif. Rendahnya akses terhadap informasi yang valid dan keterbatasan dalam penggunaan teknologi secara kritis menjadi salah satu penyebab utama. Dalam hal ini, dakwah literasi yang menyentuh aspek digital perlu ditingkatkan, sebagaimana sabda Rasulullah SAW: “Barang siapa yang menunjukkan kepada kebaikan, maka dia mendapatkan pahala seperti orang yang melakukannya.” (HR. Muslim). Maka dari itu, membimbing masyarakat untuk cerdas bermedia adalah bagian dari amal saleh dalam dunia digital.

Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa upaya membangun kesadaran literasi informasi berdasarkan nilai-nilai Islam perlu ditingkatkan di semua lapisan masyarakat, dengan penekanan khusus pada kelompok yang lebih rentan terhadap informasi manipulatif. Dakwah Islam tidak hanya sebatas masjid dan mimbar, tetapi juga harus hadir dalam ruang digital yang kini menjadi bagian dari kehidupan umat sehari-hari.

Salah satu solusi untuk mengatasi dampak negatif dari konten manipulatif di TikTok adalah dengan menggalakkan dakwah bil hal, yaitu dakwah melalui keteladanan dan perbuatan nyata. Dalam konteks ini, para dai, pendidik, dan pengguna media sosial yang memiliki pemahaman keislaman yang baik dapat menunjukkan perilaku yang mencerminkan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, akhlak mulia, dan sikap kritis terhadap informasi. Dengan menjadi contoh dalam menyaring dan menyikapi konten di media sosial secara bijak, mereka dapat menjadi inspirasi bagi orang lain. Dakwah bil hal juga dapat diterapkan melalui pembuatan konten positif yang mencerminkan nilai-nilai Islam, sehingga ruang digital tidak hanya dipenuhi oleh informasi manipulatif, tetapi juga oleh pesan-pesan kebaikan yang membawa manfaat dan pencerahan bagi umat. (Mutiawati & Ramadhani, 2023).

Selain itu, dengan menampilkan sosok pendakwah perempuan yang aktif mengaplikasikan

nilai-nilai Islam secara konkret misalnya melalui konsistensi beribadah, bersedekah, atau berdakwah lewat tindakan masyarakat, khususnya ibu-ibu, dapat terinspirasi dan terdidik untuk memilah konten Islami secara kritis serta menjauhi informasi manipulatif di TikTok. (Ramadhani & Sazali, 2025).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial TikTok telah menjadi salah satu sumber utama informasi keagamaan bagi kaum ibu perwiran di Desa Aek Raso, dengan mayoritas responden menyatakan bahwa mereka sering mengakses konten Islami di platform tersebut. Meskipun tingkat paparan tinggi, kepercayaan terhadap kebenaran konten tidak sepenuhnya kuat. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran awal, namun belum diimbangi dengan kemampuan evaluatif yang matang terhadap isi dakwah digital yang dikonsumsi.

Dalam hal kemampuan mendeteksi dan merespons informasi manipulatif Islami, mayoritas ibu-ibu menyadari keberadaan informasi manipulatif keagamaan di TikTok dan menyatakan pernah menemukannya. Sebagian besar juga menunjukkan kekhawatiran terhadap dampak informasi manipulatif terhadap cara berpikir dan praktik ibadah. Namun, persepsi terhadap potensi informasi manipulatif dalam merusak keyakinan masih terbagi. Temuan ini menegaskan bahwa kesadaran akan bahaya informasi manipulatif sudah tumbuh, namun kemampuan membedakan informasi benar dan salah masih menjadi tantangan yang perlu diperhatikan.

Sementara itu, dalam indikator sikap kritis dan tindakan verifikasi, terlihat bahwa responden belum sepenuhnya konsisten dalam melakukan pengecekan kebenaran informasi sebelum menyebarkannya. Meskipun cukup banyak yang berdiskusi dengan sesama anggota perwiran, hanya sebagian yang menjadikan ustadz sebagai sumber verifikasi utama. Hal ini menunjukkan bahwa upaya edukasi literasi digital dan keagamaan masih sangat dibutuhkan agar kaum ibu lebih aktif dan terlatih dalam menilai validitas informasi yang mereka terima dari media sosial.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kaum ibu perwiran memiliki potensi besar sebagai agen literasi digital keagamaan, namun mereka juga rentan terhadap penyebaran informasi manipulatif apabila tidak dibekali dengan pemahaman kritis dan keterampilan verifikasi yang memadai. Oleh karena itu, peningkatan literasi media dan penguatan nilai-nilai Islam terkait etika komunikasi seperti prinsip tabayyun (verifikasi informasi) sangat penting untuk memperkuat daya tahan masyarakat terhadap arus informasi yang menyesatkan di era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. I. (2022). Menciptakan Komunikasi Media Sosial Yang Beradab. *Hikmah*, 16(1), 131–144. <https://doi.org/10.24952/hik.v16i1.4476>
- Akbar, R. M., Sugianto, S., Sukmaningtyas, Y. N., & Syaifuddin, A. (2025). *Digitalisasi Dakwah: Strategi Pelatihan Media Sosial Bagi MUI Kabupaten Mojokerto Untuk Pemberdayaan Dai Dalam Dakwah*. 6(2), 126–133. <https://doi.org/10.36815/abdimasnusantara.v6i2.3683>
- Alamin, Z., & Missouri, R. (2023). Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pendukung Pembelajaran Agama Islam Di Era Digital. *Tajdid Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 7(1), 84–91. <https://doi.org/10.52266/tajdid.v7i1.1769>
- Al Kahfi, Kholis Ali Mahmudi, & Arjuna. (2024). Transformation of Da'wah in the Digital Era: Modern Strategies in Optimizing Technology Based Da'wah Management. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 9(2), 63–79. Retrieved from <https://journal.iaincurup.ac.id/index.php/JDK/article/view/11611>
- Amir, A. A., & Dwihantoro, P. (2024). Strategi Komunikasi Temanggung TV Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital. *Jurnal Audiens*, 5(1), 63–76.

<https://doi.org/10.18196/jas.v5i1.331>

- Bustomi, A. A., Sholahuddin, A., Hariyanto, T., Suadi, S., & Rofik, A. (2023). Anti Hoax and Media Literacy in Pesantren in the Post-Truth Era. *International Journal of Humanities Technology and Civilization*, 99–108. <https://doi.org/10.15282/ijhtc.v8i2.9859>
- Dhora, S. T., Hidayat, O., Tahir, M., Arsyad, A. A. J., & Nuzuli, A. K. (2023). Dakwah Islam Di Era Digital: Budaya Baru “E-Jihad” Atau Latah Bersosial Media. *Al Qalam Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(1), 306. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1804>
- Dinihari, Y., Rafli, Z., & Boeriswati, E. (2024). Dissecting Hoaxes as an Important Strategy in Maintaining Information Literacy. *Salee Study of Applied Linguistics and English Education*, 5(1), 328–343. <https://doi.org/10.35961/salee.v5i1.1222>
- Hadi, S. P. (2023). Pemahaman Literasi Digital Penyebab Munculnya Hoaks. *Jurnal Karya Untuk Masyarakat (Jkum)*, 4(2), 150–160. <https://doi.org/10.36914/jkum.v4i2.962>
- Jenuri, J., Suwarma, D. M., Parhan, M., Sartika, A., Ramdani, A. D., & Rahmah, F. A. (2021). Islamic Communication Ethics Towards Hoax Phenomenon on Social Media. *Dialogia*, 19(2), 515–534. <https://doi.org/10.21154/dialogia.v19i2.3446>
- Khairunnisa, S., & Arifin, T. (2024). *Penyebaran Hoax: Perspektif Islam Dan Hadis Tentang Kebohongan Dalam Berita*. 1(3), 42–49. <https://doi.org/10.62383/jembatan.v1i3.389>
- Li, X., Liu, M., Lian, J., Zhu, Q., & Song, X. (2023). A Mild Approach to Prebunking Health Misinformation in Social Media: Digital Nudging. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 60(1), 1040–1042. <https://doi.org/10.1002/pra2.938>
- Madhani, L. M., Sari, I. N. B., & Shaleh, M. N. I. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta. *At-Thullab Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 627–647. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art7>
- Maryani, E., Wibowo, S. K. A., & Ratmita, R. A. (2021). Keberlangsungan MQ TV Sebagai Media Lokal Nonjaringan Di Bandung, Indonesia. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 6(1), 122. <https://doi.org/10.24198/jmk.v6i1.35652>
- Mutiawati, & Ramadhani, S. (2023). Efektivitas Dakwah Bil-Hal sebagai Solusi Penyampaian Pesan Dakwah kepada Mitra Dakwah. *Jurnal Komunika Islamika*, 10(1), 23–30.
- Nasution, S., Nur, K., Khairurrijal, K., & Pohan, A. J. (2025). Beyond the Mosque: Social Media as a New Frontier for Islamic Moral Education. *Al Ulya Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 81–102. <https://doi.org/10.32665/alulya.v10i1.4137>
- Noviani, R., & Santoso, S. (2020). Literasi Digital dalam Menangkal Hoaks di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Universitas Paramadina*, 11(2), 102–114. <https://doi.org/10.25133/jkom.v11i2.123>
- Nurhayati, M. A., Wirayudha, A. P., Fahrezi, A., Pasama, D. R., & Noor, A. M. (2023). Islam Dan Tantangan Dalam Era Digital: Mengembangkan Koneksi Spiritual Dalam Dunia Maya. *Al-Aufa Jurnal Pendidikan Dan Kajian Keislaman*, 5(1), 1–27. <https://doi.org/10.32665/alaufa.v5i1.1618>
- Ramadhani, S., & Sazali, H. (2025). Konstruksi Gender terhadap Peran Pendakwah Perempuan di Media Sosial. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 8(4), 369–384. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v8i3.45064>
- Rasiani, D., Fatra Deni, I., & Rozi, F. R. (2022). Efektivitas Akun Tiktok Dalam Menyajikan Pemberitaan Media Massa Di Kalangan Remaja Desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(12), 2791–2800. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i12.431>
- Sodikin, A., & Solikhah, S. (2022). Peran Media Sosial Dalam Berdakwah. *Syar | Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 29–40. <https://doi.org/10.54150/syar.v2i1.55>
- Syahputri, N. S. A., & Santoso, B. (2025). 4p Marketing Mix Communication Strategy Through

- Instagram @mierah_purwantoro. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(1), 1–11. Retrieved from <https://journal.iaincurup.ac.id/index.php/JDK/article/view/12415>
- Tran, T., Valecha, R., Rad, P., & Rao, H. R. (2020). An Investigation of Misinformation Harms Related to Social Media During Two Humanitarian Crises. *Information Systems Frontiers*, 23(4), 931–939. <https://doi.org/10.1007/s10796-020-10088-3>
- Widyatama, R., Adiprabowo, V. D., Nur, F. A., Pinasti, Z. P., & Alfi, K. (2021). Peningkatan Kemampuan Masyarakat Dalam Mendeteksi Informasi Hoaks Di Media Sosial Di Era Pandemi Covid-19. *Kumawula Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 445. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i3.35457>