

# KOGNISI PEMBACA BERITA PALSU (FAKE NEWS) DI MEDIA ONLINE

Ika Rusdiana<sup>1</sup>

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi menjadikan media online sebagai preferensi untuk menyampaikan sebuah berita. Berita yang tersebar di media online sangatlah berpengaruh pada pola pikir dan kehidupan masyarakat, serta pada kondisi sosial ekonomi di suatu wilayah. Era baru ini telah mengubah kecenderungan masyarakat dalam memproduksi dan menyebarkan sebuah berita, sehingga sulit bagi masyarakat untuk memfilter informasi yang benar-benar valid. Hal ini berimplikasi pada tingginya potensi masyarakat untuk terjebak pada berita-berita palsu (fake news) yang tersebar secara massif di media online. Tulisan ini menunjukkan bahwa individu yang meyakini atau tidak meyakini kebenaran berita palsu di media online sangat berkaitan dengan cognitive abilities (kemampuan kognitif) individu tersebut, yakni kemampuan seseorang untuk berpikir secara rasional yang mencakup aspek pengetahuan, pemahaman, penerapan, analisis, sintesa, dan evaluasi. Sebagaimana ditunjukkan dalam tulisan ini bahwa pada dasarnya berita palsu yang tersebar di media online tidak lain adalah propaganda yang dimaksudkan untuk memengaruhi dan menggiring pembaca pada opini tertentu yang sarat dengan kepentingan ekonomi politik. Tulisan ini mengemukakan bahwa sikap pembaca berita palsu di media online merupakan representasi dari cognitive abilities individu yang diindikasikan dengan tiga unsur penting yaitu kemampuan dalam membuat formasi konsep, kemampuan dalam menggunakan logika, serta kemampuan dalam mengambil keputusan. Tiga indikator ini merupakan representasi dari pemahaman, sikap, serta aktualisasi masing-masing individu sebagai pembaca berita palsu di media online.

**Kata kunci:** Kognisi; Berita Palsu; Media Online.

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi banyak membawa perubahan bagi kehidupan manusia. Secara umum, hadirnya internet telah menggeser pola interaksi antarmanusia secara massif dan signifikan, khususnya kehadiran media sosial. Berbagai aktivitas manusia baik individu maupun kelompok telah banyak memanfaatkan perkembangan teknologi pada umumnya dan media sosial khususnya. Pada awalnya, kehadiran media sosial merupakan sebuah medium yang dimaksudkan untuk mencapai sebuah kualitas kehidupan yang lebih baik (*quality of life*).<sup>2</sup> Akan tetapi, pada faktanya perkembangan media sosial yang salah satunya ditandai dengan cepatnya arus informasi yang diterima oleh masyarakat turut mempengaruhi pola pikir dan sikap pada masyarakat tersebut.

Perkembangan teknologi beserta kemudahan dalam penggunaannya menjadikan media online sebagai preferensi untuk menyampaikan berita. Berita-berita yang tersebar di media online saat ini sangat berpengaruh pada kehidupan masyarakat, pada pola pikir masyarakat serta kondisi sosial ekonomi di suatu wilayah. Untuk itu sangatlah penting bagi media untuk menyaring sebuah berita sebelum menyebarkannya. Fenomena meresahkan sebagai dampak kemudahan

---

<sup>1</sup> Dosen IAIN Ponorogo

<sup>2</sup> Benedictus A. Simangunsong, "Interaksi Manusia Melalui Media Sosial Face Book Mengenai Topik Keagamaan", *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 3, No. 1, Juli 2016, hal. 65-76.

penyebaran berita di media *online* adalah beredarnya berita palsu (*fake news*) secara massif. Hal ini dinilai sangat membahayakan, karena faktanya masyarakat belum memiliki kemampuan yang cukup untuk melakukan verifikasi terhadap kebenaran suatu berita. Dengan demikian, ketidakakuratan suatu berita tetap mudah dipercayai oleh berbagai kalangan dan mudah disebarkan melalui media *online* pada umumnya dan media sosial khususnya.

Kemajuan digital merupakan alasan adanya masyarakat informasi, penyebaran informasi yang cepat menjadi pertanda dunia mengalami perkembangan digital yang sangat luar biasa. Selain itu penyebaran berita-berita palsu (*fake news/hoax*) yang tersebar melalui animasi kartun, ujaran-ujaran kebencian, dan berita yang sebenarnya adalah opini individu merupakan fenomena yang sangat membahayakan.<sup>3</sup> Pada saat ini, masyarakat lebih memprioritaskan media *online* daripada media cetak sebagai sumber informasi utama mereka. Sehingga menjadi penting untuk menghadirkan berita-berita yang kredibel, yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Tidak hanya dari aspek beritanya, aspek individu sebagai konsumen berita di media *online* juga harus mampu untuk melakukan klarifikasi kebenaran sebuah berita. Mengapa harus diklarifikasi? Karena informasi yang begitu cepat tersebar dan dibaca oleh banyak orang, dapat dengan mudah mempengaruhi emosi, perasaan, pikiran, bahkan tindakan baik individu maupun kelompok.<sup>4</sup>

Pada akhir tahun 2016, Menteri Kominfo Rudiantara, menyatakan bahwa terdapat setidaknya 800.000 situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebar berita palsu dan ujaran kebencian (*hate speech*).<sup>5</sup> Derasnya arus penyebaran berita palsu di media *online* menuntut masyarakat untuk membangun budaya literasi media *online* umumnya dan media sosial khususnya. Di antaranya adalah dengan teliti melakukan pengecekan ulang informasi sebelum menyebarkan ke *netizen* yang lain. Drs. Suko Widodo, M.Si., menyatakan bahwa terdapat tiga penyebab penyebaran berita palsu di media *online*: pertama, perkembangan teknologi yang memungkinkan *netizen* mengedit teks asli; kedua, tingginya jumlah pengguna internet yang telah mencapai 132,7 juta orang pada tahun 2016; dan ketiga, tingkat interaksi yang tinggi antar pengguna.<sup>6</sup>

Dalam beberapa penelitian, disebutkan bahwa kemampuan cek dan *ricek* informasi yang tersebar di media *online* dipengaruhi oleh *cognitive abilities* (kemampuan kognitif) masing-masing individu. Kemampuan kognisi seseorang merupakan kemampuan untuk berpikir secara rasional yang mencakup aspek pengetahuan, pemahaman, penerapan, analisis, sintesa, dan evaluasi. Di samping itu kognisi juga didefinisikan sebagai *the processes of thinking*, yang mencakup keyakinan seseorang tentang sesuatu yang didapatkan dari proses berpikir tentang seseorang atau sesuatu. Proses yang dilakukan adalah memperoleh pengetahuan dan memanipulasi pengetahuan melalui aktivitas mengingat, menganalisis, memahami, menilai, menalar, membayangkan dan berbahasa.<sup>7</sup>

Tulisan ini menganalisis sikap pembaca berita palsu di media *online* dalam perspektif psikologi kognitif, karena kognisi merupakan bagian dari kondisi kejiwaan individu yang termanifestasi dalam aktifitas mental, serta berkaitan erat dengan proses berpikir, penyusunan konsep dan

<sup>3</sup> Materi disampaikan pada kuliah tamu yang bertema "Media Online, Masyarakat Informasi dan Hoax" yang diselenggarakan oleh FISIB Universitas Brawijaya Malang. Dieksport dari <http://fisip.ub.ac.id/berita3786-Masyarakat-Informasi-Rentan-terhadap-Berita-Hoax.pdf>, pada tanggal 17 Oktober 2017, 14:41:47.

<sup>4</sup> Abner, dkk., *Penyalahgunaan Informasi/Berita Hoax Di Media Sosial*. Artikel diunduh dari <https://mti.binus.ac.id/2017/07/03/penyalahgunaan-informasiberita-hoax-di-media-sosial/> pada tanggal 17 Oktober 2017.

<sup>5</sup> Aula Bintang Pratama, *Ada 800 Ribu Situs Penyebar Hoax Di Indonesia*. CNN Indonesia, diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161229170130-185-182956/ada-800-ribu-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/>, tanggal 15 Oktober 2017.

<sup>6</sup> Suko Widodo, *Membangun Literasi Media, Kurangi Penyebaran Berita Palsu*. UNAIR NEWS. Diakses dari <http://news.unair.ac.id/2017/01/12/membangun-literasi-media-kurangi-penyebaran-berita-palsu/?print=pdf> pada tanggal 15 Oktober 2017.

<sup>7</sup> Charles G. Morris, *Psychology: An Introduction*, (NJ: Prentice Hall, 1988), 258.

pertimbangan dalam membuat keputusan, maka dimungkinkan terdapat korelasi yang signifikan antara kapasitas kognisi individu dengan kemampuan mengelola informasi di media *online*.

## PEMBAHASAN

### Konsep dan Sejarah Berita Palsu (*Fake News*)

Dalam *Cambridge Dictionary*, *fake news* didefinisikan sebagai “*false stories that appear to be news, spread on the internet or using other media, usually created to influence political views or as a joke*”.<sup>8</sup> *Fake news* juga sering disebut dengan *yellow journalism*, atau propaganda yang terdiri dari disinformasi atau kebohongan yang disengaja yang disebarkan melalui media berita cetak dan disiarkan secara tradisional atau media sosial *online*.<sup>9</sup>

Istilah ini juga kadang digunakan untuk menimbulkan keraguan atas berita yang sah dari sudut pandang politik yang berlawanan, sebuah taktik yang dikenal sebagai pers yang berbohong.<sup>10</sup> Informasi yang salah kemudian sering bergema sebagai informasi yang salah di media sosial, tetapi kadang-kadang juga menemukan jalannya ke media *mainstream*.<sup>11</sup>

Berita palsu ditulis dan diterbitkan dengan maksud untuk menyesatkan guna merusak agensi, entitas, atau orang, dan/atau memperoleh keuntungan finansial atau politik, sering menggunakan berita utama yang sensasional, tidak jujur, atau langsung dibuat-buat untuk meningkatkan pembaca, berbagi *online*, dan pendapatan klik di Internet.<sup>12</sup> Sejarah *fake news* telah dimulai sejak abad ke 13 SM. Dimulai pada masa Ramses the Great yang menyebarkan kebohongan dan propaganda dengan menggambarkan pertempuran *Kadesh* (red. The Great Battle of Kadesh) sebagai kemenangan yang menakjubkan bagi orang Mesir. Peristiwa *fake news* masih terus berlanjut selama abad pertama SM, abad pertama dan kedua Masehi, dan terus berkembang hingga kini di era teknologi informasi.

### Akar Berita Palsu (*Fake News*)

Istilah “berita palsu” menjadi penting dengan konteks elektoral di Eropa Barat dan Amerika Utara. Hal ini ditentukan oleh konten curang dalam format berita dan kecepatannya. Menurut Bounegru, Gray, Venturini dan Mauri, berita palsu adalah ketika kebohongan yang disengaja “diambil oleh lusinan blog lain, ditransmisikan ulang oleh ratusan situs web, diposkan silang ke ribuan akun media sosial, dan dibaca oleh ratusan ribu kemudian secara efektif menjadi “berita palsu”.<sup>13</sup>

Sifat kepercayaan bergantung pada asumsi bahwa bentuk komunikasi noninstitusional lebih bebas dari kekuasaan dan lebih mampu melaporkan informasi yang media *mainstream* dianggap tidak mampu atau tidak mau diungkapkan. Penurunan kepercayaan pada banyak media

<sup>8</sup> *Fake news* diartikan sebagai kisah-kisah palsu yang muncul sebagai berita, tersebar di internet atau menggunakan media lain, biasanya dibuat untuk mempengaruhi pandangan politik atau sebagai lelucon. *Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus* © Cambridge University Press. Diakses dari <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news> pada tanggal 08 Juli 2018.

<sup>9</sup> Bartolotta, Devin (9 December 2016), “Hillary Clinton Warns About Hoax News On Social Media”, WJZ-TV. Lihat juga Leonhardt, David; Thompson, Stuart A. (June 23, 2017). “Trump's Lies”. *New York Times*. Diakses dari [https://en.wikipedia.org/wiki/Fake\\_news](https://en.wikipedia.org/wiki/Fake_news) pada tanggal 08 Agustus 2017.

<sup>10</sup> *Lying press* (bahasa Jerman: Lügenpresse, lit. ‘press of lies’) adalah istilah politik yang merendahkan yang banyak digunakan oleh gerakan politik Jerman untuk pers cetak dan media massa pada umumnya, ketika diyakini tidak memiliki pencarian kebenaran pada pokok cakupannya, hal itu dianggap sama dengan istilah berita palsu/*fake news*. Diakses dari [https://en.wikipedia.org/wiki/Fake\\_news](https://en.wikipedia.org/wiki/Fake_news) pada 08 Agustus 2017.

<sup>11</sup> Himma-Kadakas, Marj. “Alternative Facts and Fake News Entering Journalistic Content Production Cycle”. *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal*. Vol. 9, No. 2, July 2017, hal. 25–41, (doi:10.5130/ccs.v9i2.5469).

<sup>12</sup> Elle Hunt, (December 17, 2016). “What is Fake News? How to Spot It and What You Can Do to Stop It”. *The Guardian*. ([https://en.wikipedia.org/wiki/Fake\\_news](https://en.wikipedia.org/wiki/Fake_news)). Diakses pada tanggal 09 Agustus 2017.

<sup>13</sup> Bounegru, Liliana, Jonathan Gray, Tommaso Venturini, and Michele Mauri. 2017. A Field Guide to Fake News. *Public Data Lab*. Diakses dari [https://en.wikipedia.org/wiki/Fake\\_news#Ancient](https://en.wikipedia.org/wiki/Fake_news#Ancient) pada tanggal 09 Juli 2018.

tradisional dan pengetahuan ahli telah menciptakan lahan subur sebagai alternatif, dan sumber informasi yang sering “tidak jelas” untuk tampil sebagai otoritatif dan kredibel. Ini akhirnya membuat pengguna bingung tentang fakta-fakta dasar.<sup>14</sup>

Ketika internet pertama kali diakses untuk penggunaan publik pada 1990-an, tujuan utamanya adalah untuk mencari dan mengakses informasi. Saat berita palsu diperkenalkan ke internet, ini menyulitkan sebagian orang untuk menemukan informasi yang benar. Dampak dari berita palsu telah menjadi fenomena di seluruh dunia.<sup>15</sup> Kabar palsu sering menyebar melalui penggunaan situs web berita palsu, yang, untuk mendapatkan kredibilitas, mengkhhususkan diri dalam menciptakan berita yang menarik perhatian, yang sering menyamar sebagai sumber berita terkenal.<sup>16</sup> Jestin Coler, mengatakan bahwa dia melakukannya untuk “bersenang-senang”, di samping itu dia juga mendapatkan US \$10.000 per bulan dari beriklan di situs web berita palsunya.

Pada tahun 2017, penemu *World Wide Web*, Tim Berners-Lee mengklaim bahwa berita palsu adalah salah satu dari tiga tren internet baru yang paling signifikan mengganggu dan mengancam “kemanusiaan”. Dua tren lainnya yang mengganggu sebagaimana digambarkan Berners-Lee sebagai ancaman terhadap internet adalah lonjakan dalam penggunaan internet oleh pemerintah untuk tujuan pengawasan warga negara, dan untuk tujuan perang *cyber*.<sup>17</sup>

#### Penyebaran Berita Palsu (*Fake News*)

Berbicara tentang penyebaran *fake news*, tentu tidak dapat dilepaskan dari peran media teknologi informasi, khususnya internet. Terlebih dengan hadirnya media sosial sebagai sarana komunikasi dan *sharing information* yang paling efektif di era saat ini. Terdapat difusi diferensial dalam penyebaran berita di media sosial antara berita yang benar dan yang palsu. Misalkan saja, pada kurun waktu 2006 hingga 2017 terdapat kurang lebih 126.000 arus berita yang didistribusikan melalui *twitter*, di-*tweet* oleh lebih dari 3 juta orang. Hasil klasifikasi menyebutkan bahwa berita palsu menyebar lebih cepat, lebih jauh, lebih dalam, dan lebih luas dibanding berita yang benar. Dampak yang paling signifikan adalah pada isu-isu politik, dibanding isu bencana alam, terorisme, sains, dan sebagainya.<sup>18</sup>

Berita palsu yang tersebar di media *online*, 70% lebih mudah untuk di-*retweet* daripada kebenaran. Karena menurut pembaca, yang terpenting adalah *novelty* atau kebaruan sebuah informasi dan masyarakat pun cenderung tertarik untuk membagikan informasi-informasi baru tanpa mempertimbangkan kebijakan-kebijakan konvensional.<sup>19</sup>

Secara umum, arus penyebaran berita palsu dapat diklasifikasikan dalam empat hal:

1. Kedalaman (*depth*). Hal ini dapat dilihat jumlah lompatan *retweet* mulai dari titik asal sepanjang waktu.
2. Ukuran (*Size*). Hal ini dilihat dari jumlah pengguna yang terlibat dalam arus berita.

<sup>14</sup> Barthel, Michael, Amy Mitchell, and Jesse Holcomb. “Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion”, *Pew Research Center’s Journalism Project*, 2016. (<http://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/>) Diakses pada tanggal 1 September 2017).

<sup>15</sup> Connolly, Kate; Chrisafis, Angelique; McPherson, Poppy; Kirchgaessner, Stephanie; Haas, Benjamin; Phillips, Dominic; Hunt, Elle; Safi, Michael (December 2, 2016). “Fake news: an insidious trend that’s fast becoming a global problem”. *The Guardian*. Diakses dari <https://www.theguardian.com/media/2016/dec/02/fake-news-facebook-us-election-around-the-world> pada 1 september 2017.

<sup>16</sup> Ben Gilbert (November 15, 2016). “Fed up with fake news, Facebook users are solving the problem with a simple list”. *Business Insider*. Beberapa situs ini dimaksudkan agar terlihat seperti publikasi nyata (ada versi palsu dari outlet utama seperti ABC dan MSNBC) tetapi hanya berbagi berita palsu; yang lain adalah propaganda langsung yang dibuat oleh negara-negara asing (antara lain Rusia dan Makedonia).

<sup>17</sup> The World Wide Web’s inventor warns it’s in peril on 28th anniversary By Jon Swartz, *USA Today*. March 11, 2017. <https://www.usatoday.com/story/tech/news/2017/03/11/world-wide-webs-inventor-warns-s-peril/99005906/>

<sup>18</sup> Soroush Vosoughi, Deb Roy dan Sinan Aral. The Spread of True and False News Online. Mit Initiative on The Digital Economy. *Research Brief*. ( <http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/2017%20IDE%20Research%20Brief%20False%20News.pdf> ). Diakses pada 08 September 2017.

<sup>19</sup> *Ibid*.

3. Cakupan maksimum (*maximum breadth*). Hal ini dapat dilihat dari jumlah penuh pengguna yang terlibat dalam arus berita yang berasal dari cakupan wilayah yang lebih luas. Ukuran yang interpolasi antara
4. Strukturalitas viral (*structural virality*). Hal ini dapat dilihat dari konten yang tersebar melalui satu siaran besar, dan kemudian tersebar ulang secara massif lintas saluran.

### Implikasi Penyebaran

Berita palsu dianggap sebagai masalah penting yang dihadapi masyarakat global, ada banyak perhatian yang diberikan pada masalah ini, sehingga menjadikannya “tampak” seperti masalah modern. Padahal, secara historis berita palsu telah lama ada dan semakin berkembang menjadi sesuatu yang jauh lebih invasif seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan untuk mentransmisikan pesan secara cepat. Berita palsu telah didefinisikan dan dirasakan secara berbeda dari waktu ke waktu, hal ini terkait dengan bagaimana peran ideal berita yang terkandung di dalamnya.

Dampak penyebaran *fake news* yang paling nyata adalah terjadinya perpecahan. Dilansir dari *www.brilio.net*, Menteri komunikasi dan informatika –Rudiantara- menyampaikan bahwa berita palsu berdampak pada turunnya produktivitas generasi muda, karena anak muda akan menghabiskan sebagian besar waktu mereka untuk melihat detail konten informasi, lebih memprioritaskan isi artikel daripada menelusuri sumber berita.

*Fake news* sering kali ditujukan untuk menjatuhkan sekaligus menguntungkan pihak tertentu, sehingga jelas keberadaan informasi palsu ini sangat merugikan sekaligus menguntungkan bagi kelompok tertentu secara tidak sehat. Kehadiran *fake news* juga dinilai dapat menjadikan fakta tidak lagi dipercaya. Masyarakat akan semakin kebingungan tentang fakta mana yang harus dipercayai.<sup>20</sup> Pada tahap ini, masyarakat akan mengalami “bias informasi”, dan cenderung akan menyebarkan informasi yang sesuai dengan apa yang diyakini.

### Profil Kognitif Pembaca Berita Palsu

Berbicara tentang kognisi (khususnya perkembangan kemampuan kognitif) tentu tidak dapat dilepaskan dari pandangan Jean Piaget, dalam teorinya disebutkan jika seseorang memiliki peran aktif dalam menyusun pengetahuan tentang realita, maka orang tersebut tidak akan pasif saat menerima informasi. Meski proses berpikir dalam konsepsi tentang realitas sudah dimodifikasi dengan pengalaman dunia sekitar, akan tetapi seseorang bisa juga memiliki peran aktif saat menginterpretasikan informasi yang didapat lewat pengalaman dan juga dalam mengadaptasikan pengalaman tersebut serta konsepsi mengenai dunia yang sudah dimiliki.<sup>21</sup>

Piaget mempercayai jika pemikiran seseorang akan berkembang lewat beberapa tahap atau periode yang akan terus berkembang dengan kompleks. Dari teori tahapan Piaget, masing masing individu nantinya akan melalui serangkaian perubahan kualitatif yang memiliki sifat invarian, selalu tetap, tidak melompat dan juga tidak mundur.<sup>22</sup> Perubahan kualitatif tersebut bisa terjadi karena tekanan biologis supaya bisa menyesuaikan diri dengan lingkungan dan juga organisasi struktur dalam berpikir. Piaget lalu memakai istilah skema dan adaptasi sehingga mengartikan kognitif adalah sistem yang selalu terorganisir dan diadaptasi sehingga seorang individu nantinya juga bisa beradaptasi dengan lingkungan.<sup>23</sup>

<sup>20</sup> Ratna Puspita, “Penjelasan Ilmiah Berita Palsu dan Hoax Menyebar Cepat”, *Republika online*, 02 Juli 2017. (Diakses pada tanggal 17 Oktober 2017).

<sup>21</sup> Kathleen M. Galotti, *Cognitive Development: Infancy Through Adolescence* (Second Edition), (CA: Sage Publication. Inc., 2017), hal. 54.

<sup>22</sup> *Ibid.*, 53

<sup>23</sup> *Ibid.* *Qualitative changes* dapat dimaknai bahwa perbedaan individu dalam tahap yang berbeda terdiri dari jenis dan bentuk, bukan hanya dalam hal kuantitas (jumlah). Ilustrasi sederhananya adalah: Anak yang berusia 10 tahun lebih tinggi dibanding anak yang berusia 2 tahun (kuantitas, bukan kognitif kualitatif), sementara ilustrasi

Teori kognitif didasarkan dari asumsi jika kemampuan kognitif adalah sebuah fundamental yang juga bisa membimbing tingkah laku. Dengan memiliki kemampuan kognisi ini, maka seseorang bisa dilihat sebagai orang yang bisa membangun pengetahuan sendiri mengenai dunia. Sedangkan menurut Piaget, seorang anak memiliki peran aktif dalam menyusun pengetahuan mengenai realitas sehingga seseorang tidak menjadi pasif saat menerima informasi yang diperoleh dari pengalaman dan untuk diadaptasikan pada pengetahuan dan juga konsepsi.

### Indikator Kemampuan Kognitif

Dalam tulisan ini, kemampuan kognitif pembaca berita palsu dilihat berdasarkan tiga unsur. *Pertama*, pembentukan konsep. Konsep adalah representasi mental, yang dalam bentuk paling sederhana dapat diekspresikan dengan satu kata, seperti tumbuhan-hewan, hidup-mati, meja-kursi, dan lain sebagainya.<sup>24</sup> Konsep juga dapat diartikan sebagai seperangkat ide-ide yang dapat dideskripsikan dengan beberapa kata. Meskipun penggunaan bahasa masing-masing individu dipengaruhi oleh variabel yang kompleks yang terepresentasi dalam struktur-struktur.

Bagaimana membentuk sebuah konsep? Dalam ilmu kognitif, pembentukan sebuah konsep melibatkan proses *thinking and understanding*. Konsep dimaknai sebagai pemahaman mendalam (*deep understanding*) akan sesuatu hal. Pemahaman mendalam menuntut individu untuk menghubungkan satu dengan yang lainnya secara representatif.<sup>25</sup> Teori yang tertua dan paling berpengaruh dalam pembentukan konsep adalah prinsip asosiasi. Prinsip asosiasi menyatakan bahwa pembelajaran konsep adalah hasil dari (1) menguatkan pasangan tepat dari sebuah stimulus dengan respon yang mengidentifikasikannya sebagai sebuah konsep, dan (2) nonpenguatan pasangan yang tidak tepat dari sebuah stimulus dengan respon untuk mengidentifikasikannya sebagai konsep.

*Kedua*, Logika. Berpikir adalah proses umum untuk menentukan sebuah isu dalam pikiran, sementara logika adalah ilmu berpikir. Berpikir dan logika telah menjadi subjek spekulasi untuk waktu yang lama. Lebih dari 2000 tahun lalu. Aristoteles memperkenalkan suatu sistem penalaran atau validasi argumen yang disebut silogisme. Sebuah silogisme mempunyai 3 langkah, sebuah premis mayor, premis minor, dan konklusi. Konklusi diraih ketika penalaran silogistik diakui valid atau benar, jika premis-premisnya akurat dan bentuknya benar. Maka, sangat mungkin untuk menggunakan logika silogistik untuk validasi argumen. Konklusi yang tak logis dapat ditentukan dan sebab-sebabnya terisolasi. Ini merupakan pernyataan ringkas dasar teori dari banyak riset mengenai pemikiran dan logika.

Sebuah ciri menarik dari penggunaan logika silogistik dalam penelitian kognitif adalah kemampuannya memungkinkan kita untuk mengevaluasi atau mengesahkan pembenaran dari proses pikiran berdasarkan bentuknya. Dengan menggunakan simbol (*S* dan *P*) untuk mewakili subjek dan predikat memungkinkan pemikiran logis menjadi jenis aljabar. Konklusi yang dihasilkan melalui proses penalaran yang disebut penalaran deduktif, yang merupakan teknik logis di mana konklusi terkait digambarkan dari lebih banyak prinsip dasar.

*Ketiga*, Pengambilan Keputusan. Dalam psikologi, pengambilan keputusan dianggap sebagai proses kognitif yang menghasilkan pemilihan keyakinan atau tindakan di antara beberapa kemungkinan alternatif. Setiap proses pengambilan keputusan menghasilkan pilihan akhir, yang mungkin atau mungkin tidak mendorong tindakan. Pengambilan keputusan adalah

kualitatif dapat dilihat dari perbedaan antara ulat dan kupu-kupu, bukan hanya kupu-kupu strukturnya lebih besar, melainkan juga memiliki sktruktur yang sepenuhnya terorganisasi.

<sup>24</sup> Susan Carey, "The Origin of Concept", *Journal of Cognition and Development*. Vol. 1, No. 1. Februari 2000. hal. 37-41. (Diakses dan diunduh dari [https://www.researchgate.net/publication/228828863\\_The\\_Origin\\_of\\_Concepts](https://www.researchgate.net/publication/228828863_The_Origin_of_Concepts) pada 17 September 2018).

<sup>25</sup> Esther L. Zirbel, "Learning, Concept Formation, and Conceptual Change". *Tuft University Journal*. (2014), hal. 08. (Diakses dari <https://pdfs.semanticscholar.org/d97f/ec68fc3299c244a2eeb55c99ee322bddb9a8.pdf> pada tanggal 08 September 2018)

proses mengidentifikasi dan memilih alternatif berdasarkan nilai, preferensi, dan keyakinan dari pembuat keputusan. Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai aktivitas pemecahan masalah yang diakhiri oleh solusi yang dianggap optimal, atau setidaknya memuaskan. Oleh karena itu adalah suatu proses yang bisa lebih atau kurang rasional atau tidak rasional dan dapat didasarkan pada pengetahuan dan keyakinan eksplisit atau diam-diam.<sup>26</sup>

Dalam psikologi kognitif,<sup>27</sup> proses pengambilan keputusan dianggap sebagai proses berkelanjutan yang terintegrasi dalam interaksi dengan lingkungan.

Bagian utama dari pengambilan keputusan melibatkan analisis dari sejumlah alternatif.<sup>28</sup> Dalam pengambilan keputusan, ada beberapa karakteristik, yaitu: (1) menetapkan tujuan, (2) mengklasifikasikan tujuan dan menempatkannya sesuai urutan prioritas, (3) mengembangkan tindakan alternatif, (4) mengevaluasi alternatif-alternatif berdasarkan tujuan, (5) menentukan keputusan tentatif, (6) mengevaluasi keputusan tentatif untuk kemungkinan konsekuensi yang lebih besar, (7) menentukan tindakan, dan (8) menentukan tindakan tambahan sebagai *counter* atas konsekuensi yang merugikan.<sup>29</sup> Dalam situasi yang menampilkan konflik, permainan peran dapat membantu untuk memprediksi keputusan yang akan dibuat oleh pihak yang terlibat.<sup>30</sup>

### Kognisi Pembaca Berita Palsu di Media Online

Kemampuan kognitif individu sangat menentukan bagaimana perilakunya di sosial media, termasuk diantaranya adalah bagaimana sikap mereka dalam menerima sebuah informasi/berita. Tulisan ini mengklasifikasikan kognisi pembaca berita palsu dalam dua kategori, yaitu *pertama*, pembaca yang meyakini secara penuh akan kebenaran berita palsu; *kedua*, pembaca yang meragukan kebenaran berita palsu. Klasifikasi tersebut didasarkan pada hasil *cognitive reflection test* (CRT). Dari hasil tes ditemukan bahwa seluruh informan merefleksikan cara berfikir spontan, cepat, tanpa memperhatikan aspek-aspek lain secara detail. Meskipun cara berpikir semacam ini tidak sepenuhnya buruk, namun dalam konteks berpikir kritis analitis, model berpikir spontan dan cepat sangat lemah dalam membuat pertimbangan-pertimbangan detail jangka panjang. Sehingga tidak menutup kemungkinan pembaca berita akan sangat mudah terperangkap pada opini-opini subjektif yang diviralkan melalui media sosial.

Secara kognitif, dapat dijabarkan mengapa pembaca berita di media *online* cenderung mempercayai kebenaran berita palsu secara spontan tanpa berpikir analitis, pada dasarnya (umum terjadi) terdapat kesalahan-kesalahan sistematis dalam penilaian yang selalu dilakukan pembaca dalam mencerna sebuah berita, yaitu: (1) Kemampuan dalam membuat formasi konsep; kemampuan membuat formasi konsep atas sebuah informasi bergantung pada sejauh kemampuan pembaca dalam proses *thinking and understanding*. Cara/*style* berpikir individu dalam menerima sebuah informasi dipengaruhi oleh *thinking style* masing-masing. Hasil *cognitive reflection test* menunjukkan bahwa individu dengan gaya berpikir spontan (*red.cepat*), memiliki

<sup>26</sup> Stephen K. Reed, *Kognisi: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011),. 357.

<sup>27</sup> *Ibid.*, 7. Kognisi adalah “tindakan mental atau proses memperoleh pengetahuan dan pemahaman melalui pikiran, pengalaman, dan indra”. Ini mencakup proses seperti perhatian, pembentukan pengetahuan, memori dan memori kerja, penilaian dan evaluasi, penalaran dan “perhitungan”, pemecahan masalah dan pengambilan keputusan, pemahaman dan produksi bahasa. Proses kognitif menggunakan pengetahuan yang ada dan menghasilkan pengetahuan baru.

<sup>28</sup> Evangelos Triantaphyllou. “Multi-Criteria Decision Making Methods: A Comparative Study. *Applied Optimization*. (Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 2000), hal. 320. (doi:10.1007/978-1-4757-3157-6. ISBN 0792366077. Diakses pada tanggal 17 Juli 2017).

<sup>29</sup> George E. Monahan, *Management Decision Making: Spreadsheet Modeling, Analysis, and Application*, (New York: Cambridge University Press, 2000), hal. 33–40. (Diakses pada tanggal 17 Juli 2017)

<sup>30</sup> Jon Scott Armstrong, “Role Playing: a Method to Forecast Decisions”. In Armstrong, Jon Scott. *Principles of Forecasting: A Handbook for Researchers and Practitioners*. International Series in Operations Research & Management Science (Boston, MA: Kluwer Academic Publishers, 2001), hal. 15–30 (doi:10.1007/978-0-306-47630-3\_2. ISBN 0792379306. Diakses pada tanggal 17 Juli 2017).

tingkat kemampuan analisis yang rendah. Hal ini sejalan dengan prinsip yang dikemukakan oleh *razor's occam theory*, yang menyatakan bahwa pada dasarnya manusia memiliki kecenderungan untuk berpikir sederhana, artinya bahwa dalam menghadapi suatu fenomena manusia cenderung memilih secara spontan. Dalam pandangan psikologi kognitif, hal semacam ini mengarahkan individu pada sebuah tradisi berpikir cepat, spontan, tanpa melalui proses-proses kognitif yang kompleks. (2) Kemampuan berpikir logis: kemampuan seseorang dalam berpikir logis juga tidak dapat dipisahkan dari kemampuan kognitif, karena memang logika sendiri terkait dengan bagaimana cara manusia berpikir. Dalam konteks pembaca berita palsu di media *online*, dapat dijelaskan bahwa pembaca berita palsu belum mampu menggunakan kemampuan logika dengan baik, yang diantaranya ditandai dengan tidak adanya pemikiran/sikap kritis atas sebuah berita. Tidak adanya sikap kritis ini mengarahkan pembaca pada penerimaan berita secara apa adanya tanpa pertimbangan-pertimbangan yang kompleks. Dalam paparan data hasil penelitian didapatkan bahwa pembaca memberikan komentar sesuai substansi materi berita tersebut dengan mengedepankan pemahaman subjektif masing-masing. Belum tampak adanya upaya klarifikasi, atau sikap “meragukan” kebenaran berita tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemampuan menggunakan logika dengan baik, turut menentukan sejauh mana tingkat kepercayaan pembaca atas sebuah berita/informasi di media *online*, dan (3) Kemampuan dalam mengambil keputusan: pengambilan keputusan dianggap sebagai proses kognitif yang menghasilkan pemilihan keyakinan atau tindakan di antara beberapa kemungkinan alternatif, dan setiap proses pengambilan keputusan menghasilkan pilihan akhir, yang mungkin atau mungkin tidak mendorong tindakan. Pengambilan keputusan adalah proses mengidentifikasi dan memilih alternatif berdasarkan nilai, preferensi, dan keyakinan dari pembuat keputusan. Apabila dihubungkan dengan dua kemampuan sebelumnya, yaitu kemampuan membuat formasi konsep dan logika, maka kemampuan pengambilan keputusan ini adalah *final* dari dua proses tersebut. Maka, apabila pembaca berita palsu di media *online* belum mampu membuat formulasi konsep yang tepat atas sebuah berita, serta belum mampu menggunakan logika dengan baik dalam menganalisis kebenaran berita, dapat dipastikan mereka juga akan “terjebak” pada keputusan yang kurang tepat atas sebuah berita. Hal yang paling mudah dilihat adanya perilaku *information sharing* secara spontan atas berita tersebut.

Bagaimana dengan pembaca yang meragukan kebenaran berita palsu?, jika dibandingkan dengan pembaca yang meyakini kebenaran berita palsu, jumlah pembaca yang meragukan kebenaran berita palsu jauh lebih sedikit. Mengapa ini terjadi? Tentu jawabannya adalah terkait dengan *cognitive states, cognitive abilities* individu tersebut. Tulisan ini akan menjelaskan tiga konsep penting yaitu: *pertama*, kemampuan dalam membuat formasi konsep; pembaca yang memiliki kemampuan (biasanya didasarkan pada pengetahuan) untuk mencerna informasi secara kritis, terbukti memiliki formasi konsep yang jelas atas sebuah informasi. Hal ini dapat diketahui dari cara pembaca dalam memahami (*understanding*) dan proses berpikir (*thinking process*) atas sebuah berita. Hasil *cognitive reflection test* menunjukkan bahwa individu yang meragukan kebenaran berita palsu menjawab dengan memberikan pertimbangan dan analisa, meskipun hasil jawabannya belum tepat, akan tetapi yang dipersoalkan bukanlah benar/salahnya jawaban tersebut, melainkan sejauh mana tingkat kemampuan analisis individu atas sebuah fenomena yang direpresentasikan dalam bentuk jawaban kritis. Gaya berfikir pembaca kelompok dua ini jauh berbeda dengan kelompok pertama, tingkat kemampuan analisis yang lebih tinggi dan kompleks, yang tentunya juga melibatkan serangkaian proses kognitif yang kompleks.

*Kedua*, Kemampuan berpikir logis. Sama halnya dengan kemampuan membuat formulasi konsep, kemampuan seseorang dalam berpikir logis juga tidak dapat dipisahkan dari kemampuan kognitif. Karena memang logika sendiri terkait dengan bagaimana cara manusia berpikir. Dalam konteks pembaca berita palsu yang meragukan kebenaran informasi, dapat dijelaskan bahwa

pembaca berita mulai mampu menggunakan kemampuan logika dengan baik, yang diantaranya ditandai dengan adanya nalar/sikap kritis atas sebuah berita. Sikap kritis ini mengarahkan pembaca pada sikap mempertimbangkan berbagai aspek (red. Pengetahuan) secara proporsional dan berimbang. Pembaca tidak secara spontan terjebak pada substansi materi, melainkan lebih mengedepankan pemahaman subjektifitas sekaligus objektif sebagai upaya klarifikasi sebuah berita. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemampuan menggunakan logika dengan baik, turut menentukan sejauh mana tingkat kepercayaan pembaca atas sebuah berita/informasi di media *online*.

*Ketiga*, Kemampuan dalam mengambil keputusan. Proses pengambilan keputusan akan menghasilkan pilihan akhir, yang mungkin atau mungkin tidak mendorong adanya tindakan. Dalam pengambilan keputusan, pembaca mengidentifikasi dan memilih alternatif berdasarkan nilai, preferensi, dan keyakinan dari diri mereka sendiri. Berbeda dengan keputusan spontan yang dilahirkan oleh pembaca kelompok pertama, pada kelompok kedua ini tampak lebih elegan dalam mengambil keputusan serta sikap atas sebuah informasi. Hal yang paling tampak adalah tidak adanya kecenderungan pembaca untuk membagikan berita tersebut secara langsung (*sharing*).

Dengan mendasarkan pada teori yang menyatakan bahwa perilaku manusia yang dapat kita saksikan adalah representasi mental yang terbentuk melalui serangkaian proses pemikiran yang kompleks, yang mencakup pengabstrakan, penalaran, penggambaran, pemecahan masalah logis, pembentukan konsep, kreativitas, dan kecerdasan. Maka untuk menyederhanakan pembahasan, tulisan ini mengidentifikasi kemampuan kognitif seseorang dalam tiga indikator yaitu: kemampuan dalam membuat formasi konsep, kemampuan menggunakan logika, kemampuan dalam pengambilan keputusan.

“Mengapa kita jatuh dalam berita palsu?” adalah pertanyaan yang akan mengantarkan kita pada diskusi yang lebih luas tentang profil kognitif pembaca berita palsu di media *online*. Pada dasarnya manusia menciptakan persepsi-persepsi sebagai realitas sosial subjektif atas fenomena kehidupan mereka, pandangan itulah yang akan menentukan langkah mereka. Tulisan ini turut memberikan penjelasan hasil penelitian psikolog Dan Arley yang menyatakan bahwa solusi yang kita dapatkan untuk masalah berita palsu pada generasi saat ini harus memperhitungkan keterbatasan kognitif kita sendiri. Maksudnya adalah bahwa dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak lepas dari melakukan kesalahan pemahaman yang disebabkan karena terjadinya bias kognitif dalam diri mereka. Yakni sebuah penyimpangan persepsi yang dibangun berdasarkan realitas sosial subjektif dan irasional.

Dalam konteks pembaca berita palsu di media *online*, bias kognitif yang dilakukan sangatlah beragam sebagaimana dijelaskan dalam uraian berikut: (1) Bias *blind spot*, adalah kecenderungan untuk tidak menerima bias kognitif seseorang, disebabkan karena kecenderungan manusia untuk menciptakan realitas sosial yang bersifat subjektif berdasarkan persepsi masing-masing, dan inilah sebabnya mengapa tidak ada yang mengira diri mereka sendiri bias; (2) Efek orang ketiga, adalah kepercayaan bahwa pesan media yang dikomunikasikan secara massal memiliki efek lebih besar pada orang lain daripada pada diri mereka sendiri; (3) Bias otoritas, adalah kecenderungan untuk mengaitkan akurasi yang lebih besar dengan opini figur otoritas (tidak terkait dengan isinya); (4) Penolakan, adalah keyakinan bahwa masyarakat atau institusi cenderung menurun. Terutama, kecenderungan untuk melihat masa lalu yang menguntungkan dan masa depan secara negative; (5) Bias konfirmasi, adalah kecenderungan untuk mencari atau menafsirkan informasi dengan cara yang menegaskan prakiraan seseorang; (6) Efek popularitas, adalah kecenderungan untuk mempercayai sesuatu karena banyak orang lain percaya hal yang sama; (7) Efek Pengulangan, adalah proses penguatan diri di mana kepercayaan kolektif mendapatkan lebih banyak dan lebih masuk akal melalui pengulangan yang meningkat dalam wacana publik;

(8) Pengaruh yang terus berlanjut, adalah kecenderungan untuk percaya informasi kesalahan yang sebelumnya dipelajari bahkan setelah dikoreksi; (9) Efek media yang bermusuhan, adalah kecenderungan untuk melihat liputan berita sebagai bias terhadap posisi kita dalam sebuah isu; (10) Efek serangan balik, adalah dorongan untuk melakukan kebalikan dari apa yang seseorang ingin kita lakukan.

## PENUTUP

Dari keseluruhan uraian di atas, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: *pertama*, pada hakikatnya, berita palsu yang tersebar di media *online* memiliki kecenderungan untuk dipercayai pembaca sebagai efek popularitas dan pengulangan secara masif. Dengan pengulangan secara terus menerus, informasi akan viral dalam waktu singkat, hal ini sangat berpotensi untuk memunculkan bias kognitif pembaca. Ragam bias kognitif memiliki dampak signifikan pada sikap pembaca berita palsu di media *online*. Di sisi lain, tidak dapat dipungkiri bahwa dalam memproduksi sebuah berita palsu, produsen telah mempertimbangkan aspek-aspek psikologis pembaca, diantaranya adalah kesesuaian isi berita dengan isu-isu yang sedang hangat diperbincangkan, dikuatkan dengan kecenderungan pembaca untuk berpikir spontan atas sebuah informasi yang diterima, sehingga turut memperkuat kecenderungan pembaca untuk meyakini kebenaran berita tersebut.

*Kedua*, perbedaan sikap pembaca berita (baik yang meyakini kebenaran berita palsu maupun yang meragukannya) adalah representasi dari kemampuan seseorang dalam mengkonsepsikan informasi-informasi baru dengan pengetahuan/pengalaman terdahulu. Kognisi pembaca yang meyakini kebenaran berita palsu tidak mampu membentuk sebuah formulasi konsep yang jelas atas berita tersebut. Kondisi demikian, erat dihubungkan dengan gaya berpikir spontan (*red. cepat*) serta memiliki tingkat kemampuan analisis yang rendah. Hal ini sejalan dengan prinsip yang dikemukakan oleh *razor's occam theory*, yang menyatakan bahwa pada dasarnya manusia memiliki kecenderungan untuk berpikir sederhana, artinya bahwa dalam menerima informasi pembaca cenderung berpikir dan bersikap cepat, spontan, tanpa melalui proses-proses kognitif yang kompleks sehingga rentan terjebak pada pusaran berita palsu di media *online*. Selain kemampuan dalam membuat formulasi konsep, pembaca berita di media *online* pada umumnya belum mengedepankan logika dalam mencerna berita, diantaranya ditandai dengan belum adanya sikap kritis sebagai upaya klarifikasi, bahkan cenderung mengedepankan pemahaman subjektif masing-masing.

Dampak lanjutan dari kemampuan membuat formasi konsep dan menggunakan logika adalah sikap pembaca dalam mengambil keputusan. Pengambilan keputusan dianggap sebagai proses kognitif yang menghasilkan pemilihan keyakinan atau tindakan di antara beberapa kemungkinan alternatif, dan setiap proses pengambilan keputusan menghasilkan pilihan akhir, yang mungkin atau mungkin tidak mendorong tindakan. Pengambilan keputusan adalah proses mengidentifikasi dan memilih alternatif berdasarkan nilai, preferensi, dan keyakinan dari pembuat keputusan. Apabila dihubungkan dengan dua kemampuan sebelumnya, yaitu kemampuan membuat formasi konsep dan logika, maka kemampuan pengambilan keputusan ini adalah tahap akhir dari dua proses tersebut. Dengan demikian dapat ditarik benang merah, apabila pembaca berita palsu di media *online* belum mampu membuat formulasi konsep yang tepat atas sebuah berita, serta belum mampu menggunakan logika dengan baik dalam menganalisis kebenaran berita, dapat dipastikan mereka juga akan “terjebak” pada keputusan yang kurang tepat atas sebuah berita.

## DAFTAR RUJUKAN

- “Media Online, Masyarakat Informasi dan Hoax” Materi disampaikan pada kuliah tamu yang bertema yang diselenggarakan oleh FISIB Universitas Brawijaya Malang. Dieksport dari <http://fisip.ub.ac.id/berita3786-Masyarakat-Informasi-Rentan-terhadap-Berita-Hoax.pdf>, pada tanggal 17 Oktober 2017, 14:41:47.
- Abner, dkk. *Penyalahgunaan Informasi/Berita Hoax Di Media Sosial*. (<https://mti.binus.ac.id/2017/07/03/penyalahgunaan-informasiberita-hoax-di-media-sosial/>) Diakses tanggal 17 Oktober 2017
- Armstrong, Jon Scott. “Role Playing: A Method to Forecast Decisions”. In Armstrong, Jon Scott. *Principles of Forecasting: A Handbook for Researchers and Practitioners. International series in operations research & management science*. Boston, MA: Kluwer Academic Publishers. 2001. Hal. 15–30. doi:10.1007/978-0-306-47630-3\_2. ISBN 0792379306.
- Barthel, Michael, Amy Mitchell, and Jesse Holcomb. “Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion”, *Pew Research Center’s Journalism Project*, 2016. (<http://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/>) Diakses pada tanggal 1 September 2017).
- Bounegru, Liliana, Jonathan Gray, Tommaso Venturini, and Michele Mauri. 2017. A Field Guide to Fake News. *Public Data Lab*. Diakses dari [https://en.wikipedia.org/wiki/Fake\\_news#Ancient](https://en.wikipedia.org/wiki/Fake_news#Ancient) pada tanggal 09 Juli 2018.
- Cambridge Advanced Learner’s Dictionary & Thesaurus* © Cambridge University Press. Diakses dari <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news>. pada tanggal 08 Juli 2018.
- Carey, Susan. The Origin Of Concept. *Journal Of Cognition And Development*. 1 (1): 37-41. Februari 2000. ([https://www.researchgate.net/publication/228828863\\_The\\_Origin\\_of\\_Concepts](https://www.researchgate.net/publication/228828863_The_Origin_of_Concepts)). Diakses tanggal 17 September 2018.
- Connolly, Kate; Chrisafis, Angelique; McPherson, Poppy; Kirchgaessner, Stephanie; Haas, Benjamin; Phillips, Dominic; Hunt, Elle; Safi, Michael (December 2, 2016). “Fake news: an insidious trend that’s fast becoming a global problem”. *The Guardian*. Diakses dari <https://www.theguardian.com/media/2016/dec/02/fake-news-facebook-us-election-around-the-world> pada 1 september 2017.
- Devin, Bartolotta. “Hillary Clinton Warns About Hoax News On Social Media”, WJZ-TV1. Lihat juga Leonhardt, David; Thompson, Stuart A. (June 23, 2017). “Trump’s Lies”. *New York Times* (9 December 2016). Diakses dari [https://en.wikipedia.org/wiki/Fake\\_news](https://en.wikipedia.org/wiki/Fake_news) pada tanggal 08 Agustus 2017.
- Galotti, Kathleen M.. *Cognitive Development: Infancy Trough Adolescence. (Second Edition)*. CA: Sage Publication. Inc. 2017.
- Gilbert, Ben. “Fed up with fake news, Facebook users are solving the problem with a simple list”. *Business Insider*. (November 15, 2016).  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Fake\\_news](https://en.wikipedia.org/wiki/Fake_news) pada 08 Agustus 2017.

- Hunt, Elle. "What is Fake News? How to Spot It and What You Can Do to Stop It". *The Guardian*. ([https://en.wikipedia.org/wiki/Fake\\_news](https://en.wikipedia.org/wiki/Fake_news)), December 17, 2016. Diakses pada tanggal 09 Agustus 2017.
- Kadakas, Himma, Marju. "Alternative facts and fake news entering journalistic content production cycle". *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal*. **9** (2), p 25–41. doi:10.5130/ccs.v9i2.5469.
- Monahan, George E. *Management Decision Making: Spreadsheet Modeling, Analysis, and Application*. Cambridge, UK; New York: Cambridge University Press. 2000.
- Morris, Charles G. *Psychology: An Introduction*. NJ: Prentice Hall, 1988.
- Pratama, Aula Bintang, Ada 800 Ribu Situs Penyebar Hoax Di Indonesia. CNN Indonesia, Kamis, 29/12/2016. (<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161229170130-185-182956/ada-800-ribu-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/>). Diakses tanggal 15 Oktober 2017.
- Puspita, Ratna. Penjelasan Ilmiah Berita Palsu dan Hoax Menyebar Cepat. *Republika online*, 02 Juli 2017. Diakses pada tanggal 17 Oktober 2017).
- Reed, Stephen K. *Kognisi: Teori dan aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Simangunsong, Benedictus A., Interaksi Manusia Melalui Media Sosial Face Book Mengenai Topik Keagamaan, *Jurnal ASPIKOM Volume 3, Nomor 1, Juli 2016*.
- Soroush Vosoughi, Deb Roy dan Sinan Aral. The Spread of True and False News Online. Mit Initiative on The Digital Economy. *Research Brief*. ( <http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/2017%20IDE%20Research%20Brief%20False%20News.pdf> ). Diakses pada 08 September 2017.
- Thompson, Keela S. Investigating An Alternate Form Of The Cognitive Reflection Test. *Judgement And Decision Making, Vol. 11, No.1*. January 2016.
- Triantaphyllou, Evangelos. *Multi-Criteria Decision Making Methods: A Comparative Study*. Applied optimization. Dordrecht, Netherlands: Kluwer Academic Publishers. (doi:10.1007/978-1-4757-3157-6. ISBN 0792366077. 2000).
- Zirbel, Esther L. Learning, concept formation, and conceptual change. *Tufts University Journal*. 2014. P.08. Diakses dari <https://pdfs.semanticscholar.org/d97f/ec68fc3299c244a2eeb55c99ee322bddb9a8.pdf>.