

Literasi Media Sosial Sebagai Antisipasi Hoaks Bagi Organisasi Kemasyarakatan Muslimat NU di Kabupaten Demak

¹Himmatul Ulya, ¹Restu Ayu Mumpuni, ¹Nuhgraheni Arumsari, ¹Siti Muslikhatul Ummah

¹Universitas Negeri Semarang

Email korespondensi: himmaulya@mail.unnes.ac.id

Abstract

Penggunaan internet di Indonesia, khususnya di kalangan perempuan, telah menunjukkan peningkatan signifikan dengan tingkat penetrasi mencapai 49,1% pada tahun 2024. Namun, peningkatan ini tidak sejalan dengan tingkat literasi digital, khususnya dalam memilah informasi yang akurat, yang masih rendah di kalangan ibu rumah tangga. Hal ini terbukti dari berbagai kasus penyebaran informasi hoaks yang melibatkan perempuan sebagai pelaku utama. Dalam rangka mengatasi masalah ini, pengabdian ini berfokus pada kelompok Muslimat NU Kecamatan Sayung, yang mayoritas anggotanya adalah perempuan berusia di atas 45 tahun dan aktif menggunakan media sosial serta aplikasi pesan seperti WhatsApp dan Facebook. Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberdayakan dan mensejahterakan masyarakat melalui kegiatan peningkatan literasi digital melalui literasi media sosial pada elemen pengetahuan dan kompetensi perempuan berusia lanjut dalam bermedia sosial. Kelompok ini dipilih karena karakteristiknya yang mencerminkan *digital immigrant*, yang rentan terhadap penyebaran hoaks karena keterbatasan pemahaman terhadap teknologi informasi dan komunikasi (TIK), serta berada di daerah yang mengalami kesenjangan digital. Kegiatan ini dilakukan menggunakan pendekatan berkonsep *Participatory Learning and Action* (PLA) yang bertumpu pada ceramah, diskusi, curah pendapat secara interaktif dengan peserta. Hasil Pelaksanaan menunjukkan bahwa Program Penguatan Literasi Media Sosial untuk Menghindari Hoaks bagi anggota Muslimat NU di Kabupaten Demak berhasil meningkatkan kesadaran dan kemampuan peserta dengan prosentase pretest 45% meningkat pada hasil posttest 53%. Sehingga kegiatan ini dapat memberikan pengetahuan bagi peserta dalam menghadapi penyebaran informasi yang tidak valid di media sosial.

Keyword

Literasi media sosial, *digital immigrant*, hoaks, Organisasi Masyarakat, komunikasi kelompok

Abstrak

The internet use in Indonesia, particularly among women, has shown significant growth, with a penetration rate reaching 49.1% in 2024. However, this increase has not been matched by a corresponding rise in digital literacy, especially in discerning accurate information, which remains low among housewives. This is evident from various cases of hoax dissemination where women were the primary perpetrators. To address this issue, this community service initiative focuses on the Muslimat NU group in Sayung District, most of whose members are women over 45 years old and active on social media and messaging apps like WhatsApp and Facebook. This program aims to empower and improve the community's well-being by enhancing digital literacy through social media literacy, particularly in knowledge and competency for older women using social media. This group was selected because its characteristics reflect those of "digital immigrants," who are vulnerable to spreading hoaxes due to limited understanding of information and communication technology (ICT) and reside

in an area experiencing a digital divide. The activities were conducted using a Participatory Learning and Action (PLA) approach, relying on lectures, discussions, and interactive brainstorming sessions with participants. The results showed that the Social Media Literacy Strengthening Program to Avoid Hoaxes for Muslimat NU members in Demak Regency increased participants' awareness and skills, with pretest scores rising from 45% to 53% in posttest results. Thus, this program has provided participants with valuable knowledge to combat the spread of invalid information on social media.

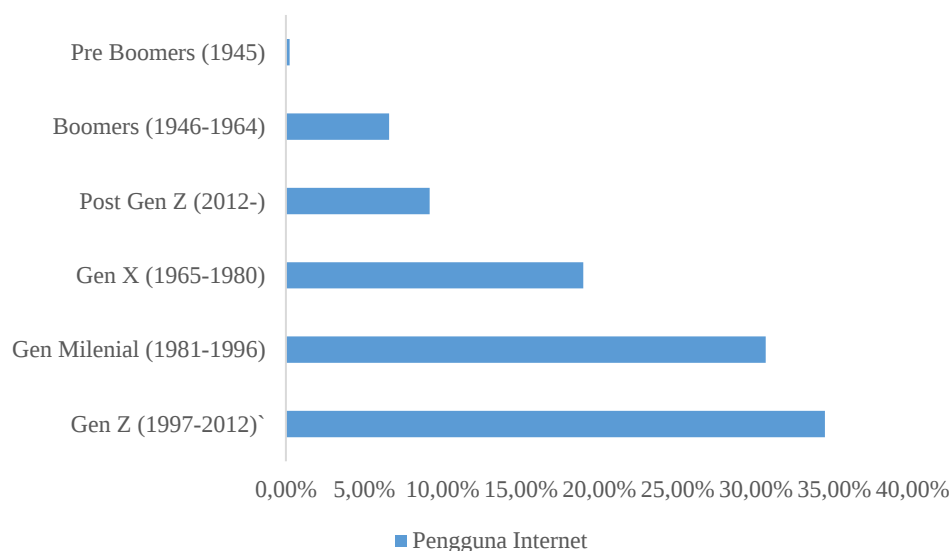
Kata Kunci

Social media literacy, digital immigrant, hoax, community organization, group communication

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di Indonesia mengalami lonjakan signifikan seiring dengan kemunculan berbagai platform media sosial. Transformasi digital ini tidak hanya merubah cara komunikasi antar individu, tetapi juga mempengaruhi dinamika interaksi sosial. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023 (APJII, 2024). Hasil survei menunjukkan terjadi peningkatan penetrasi internet di tahun 2024 yang menyentuh angka 79,5% dibandingkan pada tahun 2023 dengan prosentasi 78,19% (APJII, 2024). Artinya terjadi peningkatan penetrasi penggunaan internet yang cukup dinamis dengan presentasi 1,4% di awal tahun 2024.

Sementara itu demografi pengguna internet yang dikelompokkan berdasarkan pada jenis kelamin bersumber dari laki-laki 50,7% dan perempuan 49,1%. Sedangkan dari segi usia dominasi Gen Z menjadi pengguna internet terbanyak. Adapun presentase data penetrasi internet tahun 2024 berdasarkan usia sebagai berikut, ; Gen Z (kelahiran 1997-2012) sebanyak 34,40%, generasi milenial (kelahiran 1981-1996) sebanyak 30,62%, Gen X (kelahiran 1965-1980) sebanyak 18,98%, Post Gen Z (kelahiran kurang dari 2023) sebanyak 9,17%, baby boomers (kelahiran 1946-1964) sebanyak 6,58% dan pre boomer (kelahiran 1945) sebanyak 0,24%.



Gambar 1. Penetrasi Pengguna Internet 2024
Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Fenomena pengguna internet yang semakin meningkat secara dinamis setiap tahun telah menciptakan masalah baru dalam literasi digital di Indonesia. Berdasarkan data Kominfo, selama triwulan pertama tahun 2023, Kominfo telah mengidentifikasi sebanyak 425 isu hoaks yang beredar di platform digital (Kominfo, 2023). Tingginya informasi hoaks yang beredar di berbagai platform media sosial dikhawatirkan dapat menimbulkan keresahan di masyarakat. Media sosial, sebagai bentuk media baru dalam ranah digital, selalu disambut dengan antusias oleh pengguna internet. Platform ini memfasilitasi pertukaran informasi antar penggunanya. Menurut Nasrullah menjelaskan media sosial sebagai platform online yang memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk memperkenalkan diri dan berinteraksi, bekerja sama, serta berbagi dan berkomunikasi dengan orang lain, yang pada akhirnya memungkinkan pembentukan hubungan sosial di dunia maya (Guruh et al., 2020). Fitur seperti berbagi (*share*), menyukai (*likes*), tagar (*hashtag*), dan topik tren di media sosial telah terbukti memainkan peran penting dalam menentukan minat dan pola konsumsi informasi oleh masyarakat.

Bersamaan dengan dinamika sosial yang terjadi, peningkatan penggunaan media sosial oleh masyarakat yang tidak diimbangi dengan pemahaman dan etika dalam berkomunikasi, seringkali membuat masyarakat justru menggunakan media sosial untuk menyampaikan komunikasi dan informasi yang tidak etis (Fuqoha et al., 2019). Hasil survei yang dilakukan oleh *Katadata Insight Center* (KIC) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menunjukkan bahwa masih terdapat masyarakat yang menyebarkan berita bohong atau hoaks, sebanyak 11,9% responden mengakui telah menyebarkan berita bohong pada tahun 2021 (Katadata, 2022). Generasi usia lanjut merupakan kelompok yang rentan dengan informasi hoaks. Mereka memahami bahwa informasi yang terindikasi hoaks berbahaya, namun kebanyakan mereka tidak peduli (Permatasari & Manalu, n.d.). Hal ini dikarenakan mereka mempercayai bahwa informasi apapun yang disebarkan dimaksudkan dengan tujuan baik (Permatasari & Manalu, n.d.). Menurut data kominfo, penyebar hoaks dilakukan oleh ibu-ibu yang berkisar umur 45 tahun keatas (Kominfo, n.d.).

Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberdayakan dan mensejahterakan masyarakat melalui kegiatan peningkatan literasi digital melalui literasi media sosial pada elemen pengetahuan dan kompetensi perempuan berusia lanjut dalam bermedia sosial. Dengan kemudahan akses informasi dan komunikasi, terdapat individu atau kelompok yang memanfaatkan kelemahan dan ketidaktahuan orang lain di media sosial untuk keuntungan pribadi atau kelompok dengan cara menyebarkan konten-konten negatif seperti hoaks dan ujaran kebencian yang menimbulkan keresahan dan saling mencurigai di masyarakat. Sehingga perlu adanya upaya untuk mengubah cara masyarakat dalam menggunakan media sosial menjadi lebih bertanggung jawab dan sadar akan konten yang akan dikonsumsi melalui proses transformasi literasi. Kunci untuk mengubah perilaku masyarakat terletak pada pendidikan nonformal yang menekankan nilai-nilai humanis dan ditujukan untuk merubah perilaku pengguna internet (Irvansyah, 2022). Selaras dengan kegiatan pengabdian yang akan dilakukan, organisasi masyarakat Muslimat NU dipilih sebagai subjek pada kegiatan ini, karena rentan usai anggotanya merupakan perempuan yang berusia 45 tahun keatas (Imadudin, 2022). Sehingga, pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada perempuan generasi lanjut tentang penggunaan internet yang baik dan bijak melalui literasi media sosial.

METODE

Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah Organisasi Kemasyarakatan Muslimat Nahdlatul Ulama (NU) di Kecamatan Sayung Kabupaten Demak. Muslimat NU adalah salah satu Badan Otonom dari organisasi NU yang bergerak pada organisasi kemasyarakatan yang bersifat sosial keagamaan bagi perempuan (NU, 2023). Organisasi ini berkomitmen untuk meningkatkan pengetahuan dan praktik keagamaan di antara perempuan, serta memperjuangkan hak-hak perempuan dalam masyarakat. Muslimat NU juga terlibat aktif dalam kegiatan sosial dan edukasi, termasuk memberikan edukasi kesehatan, mendukung

pemberdayaan ekonomi, dan melakukan advokasi terkait isu-isu perempuan dan anak (NU, 2023).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan Muslimat NU yang dilakukan melalui pendekatan berkonsep *Participatory Learning and Action* (PLA). Menurut Aprilia Theresia (2014) konsep PLA didasarkan pada metode ceramah, diskusi, dan yang interaktif bersama peserta dan/atau anggota yang terlibat, diikuti dengan aksi refleksi mengenai perilaku menyebarkan ujaran kebencian dan hoaks. (Fuqoha et al., 2019). Pendekatan ini dipilih karena efektif dalam memfasilitasi transfer pengetahuan tentang penggunaan media sosial yang bijak dan cerdas, serta memenuhi kebutuhan masyarakat akan akses informasi akurat dan bebas dari hoaks. Pendekatan ini juga dianggap cocok untuk meningkatkan kesadaran kritis dan memberdayakan masyarakat dalam menghadapi isu-isu sosial yang ada (Syaefudin & Wijayanti, 2022).

Kegiatan PKM dengan pendekatan PLA merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk mendorong perubahan dan pemberdayaan komunitas. Dalam proses pemberdayaan ini, terdapat tiga aspek penting yang harus diatasi: memenuhi kebutuhan serta menyediakan solusi yang praktis, memajukan pengetahuan, dan mendorong transformasi sosial. (Darmawan et al., 2020). Isu utama dalam literasi digital di Indonesia adalah masalah sosial berkaitan dengan literasi penggunaan internet, khususnya dalam kemampuan bermedia sosial secara bijak. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan yang mendukung kemampuan masyarakat untuk menggunakan internet, terutama media sosial, dengan lebih bertanggung jawab. Dalam konteks ini, pengabdian kepada masyarakat akan melibatkan anggota Muslimat NU untuk membantu masyarakat agar tidak mudah terpengaruh oleh hoaks. Karena kerentanan masyarakat dalam menerima informasi, terutama mitra, memerlukan pendampingan dalam menggunakan media sosial secara bijak dan bertanggung jawab.

Langkah-langkah kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah: (1) menentukan metode pelaksanaan, seperti kunjungan lapangan, pengurusan perizinan, (2) menyusun strategi pemberian materi, termasuk diskusi dengan mitra, (3) sosialisasi melalui workshop tentang cara menggunakan media sosial dengan bijak dan menghindari pemberitaan yang tidak benar, (4) Refleksi tentang cara menggunakan media sosial dengan bijak untuk menghindari hoaks dan ujaran kebencian.



Gambar 1 : Diagram alir pengabdian masyarakat PLA

Kegiatan masyarakat ini dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. *Observation*
Tim Pengabdian melakukan observasi lapangan dan artefak. Observasi artefak dilakukan dengan mencari data literasi media sosial secara nasional bagi perempuan dari berbagai sumber. Observasi lapangan dilakukan dengan melihat partisipasi anggota Muslimat di media sosial Whatsapp.
2. *Planning Action*
Tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pengurus harian Muslimat NU untuk menyusun kegiatan yang akan dilakukan bersama. Kegiatan akan disusun sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan di lapangan.
3. *Taking Action*
Tim Pengabdian melakukan workshop literasi sosial media bersama dengan anggota Muslimat NU. Kegiatan akan dimulai dengan memberikan kuis interaktif untuk mengukur pemahaman literasi peserta terhadap penggunaan internet yang baik dan bijak. Selanjutnya kegiatan workshop akan berlangsung dengan pengisi dari tim pengabdian untuk memberikan pemahaman serta pencegahan hoaks dalam menggunakan internet.
4. *Reflection*
Refleksi akan dilaksanakan setelah menyelesaikan workshop dengan cara memberikan kuis untuk menjembatani pemahaman literasi internet baik dalam bermedia sosial bagi seluruh peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat bertema Penguatan Literasi Media Sosial Untuk Menghindari Hoaks bagi Organisasi Kemasyarakatan Muslimat NU di Kabupaten Demak pada tanggal 25 Juni 2024 berjalan dengan sukses di kantor PCNU Kecamatan Sayung, Desa Pilangsari. Kegiatan ini diikuti oleh 20 orang perwakilan dari setiap desa di Kecamatan Sayung, yang mewakili seluruh desa di wilayah tersebut. Para peserta sangat antusias mengikuti workshop yang berfokus pada peningkatan literasi media sosial, khususnya dalam hal mengidentifikasi dan menghindari penyebaran hoaks. Selama kegiatan, peserta diperkenalkan dengan berbagai teknik untuk mengenali informasi palsu serta cara melakukan verifikasi fakta sebelum menyebarkan informasi di media sosial.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman di kalangan anggota Muslimat NU tentang pentingnya literasi digital, terutama dalam mencegah penyebaran hoaks yang sering kali meresahkan masyarakat. Selain itu, para peserta merasa lebih percaya diri dalam menyaring informasi yang mereka temui di platform media sosial, serta berkomitmen untuk menyebarkan pengetahuan yang mereka peroleh kepada komunitas di desa masing-masing. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mencapai tujuannya dalam memperkuat kemampuan literasi media sosial di kalangan Muslimat NU, sekaligus menciptakan dampak positif terhadap peningkatan kesadaran masyarakat terkait informasi yang kredibel dan valid.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan Muslimat NU yang dilakukan menggunakan pendekatan berkonsep *Participatory Learning and Action* (PLA) yang berisi empat tahapan (Observation, Planning Action, Taking Learning and Action, Reflection), Berikut adalah analisis berdasarkan tahapan PLA.

1. *Observation*

Tahapan pertama dalam kegiatan ini melibatkan observasi lapangan untuk memahami tingkat literasi media sosial yang dimiliki oleh anggota Muslimat NU Anak Cabang Sayung Demak. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi terkait penggunaan media sosial di kalangan anggota Muslimat NU, termasuk kecenderungan mereka dalam mengonsumsi dan menyebarkan informasi di platform media sosial. Dari sini, ditemukan

bahwa banyak anggota masih kesulitan membedakan antara informasi yang valid dan hoaks, serta belum memiliki strategi untuk memverifikasi informasi yang mereka dapatkan.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang di isi sebelum menyampaikan materi tentang mengantisipasi penyebaran hoaks melalui penguatan literasi digital.



Gambar 1 . membagikan kuesionor pre test



Gambar 2 . membagikan kuesionor pre test

2. Planning Action and Action

Setelah membagikan kuesiner kegiatan dilanjutkan dengan dialog terbuka dengan ketua umum Muslimat NU untuk merumuskan langkah-langkah penguatan literasi media sosial yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan anggota. Kegiatan ini mendapat apresiasi yang positif dikarenakan kurangnya forum bagi anggota Muslimat untuk mendapatkan informasi terkait dengan antisipasi pencegahan hoaks.

Selanjutnya, kegiatan berlangsung dalam bentuk workshop literasi media sosial yang mencakup materi tentang mengenali hoaks, memverifikasi informasi, serta pentingnya berhati-hati dalam menyebarkan berita yang belum terkonfirmasi. Perencanaan ini juga melibatkan pelatihan interaktif guna memaksimalkan pemahaman dan penerapan di lapangan antara peserta dan narasumber.



Gambar 3. Materi tentang penguatan literasi bagi perempuan



Gambar 4. Materi tentang mengantisipasi hoaks



Gambar 5. Peserta workshop

3. Taking Learning

Tahap berikutnya peserta diberi pelatihan praktis untuk mengenali ciri-ciri hoaks dan memanfaatkan sumber-sumber terpercaya untuk verifikasi. Diskusi interaktif dan simulasi juga dilakukan untuk membantu peserta memahami risiko menyebarkan hoaks dan cara menghindarnya. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam kesadaran dan kemampuan peserta dalam menyaring informasi di media sosial. Peserta mampu memahami bagaimana karakteristik berita palsu yang tersebar di internet.



Gambar 6. Sesi tanya jawab bersama dengan peserta



Gambar 7. Sesi tanya jawab bersama dengan peserta

4. Reflection

Tahap terakhir adalah refleksi, di mana peserta dan tim pengabdian mengevaluasi hasil pelaksanaan program. Dari refleksi ini, diketahui bahwa peserta merasa lebih percaya diri dalam menghadapi informasi yang tersebar di media sosial. Mereka juga berkomitmen untuk meneruskan hasil pelatihan ini kepada anggota Muslimat NU lainnya di desa masing-masing, serta mendukung upaya literasi media yang lebih luas di komunitas mereka. Tingkat literasi media sosial di kalangan peserta pun menunjukkan peningkatan, meskipun masih diperlukan program lanjutan untuk memperkuat dampaknya. Dengan menganalisis tahapan ini, program pengabdian dapat terus dievaluasi dan ditingkatkan untuk mencapai hasil yang lebih optimal dalam meningkatkan literasi media sosial dan mencegah penyebaran hoaks di kalangan masyarakat.



Gambar 8. Memberikan kenang-kenangan dan penandatangan IA dengan ketua Muslimat Ancab Sayung



Gambar 9. Refleksi bersama dengan anggota Musliman Ancab NU Kab. Demak

Hasil dari pretest dan posttest menunjukkan bahwa terjadi peningkatan literasi pada pemahaman peserta mengenai cara menghindari hoaks. Prosentase dapat dilihat dari hasil posttest yang menunjukkan pemahaman 45% naik menjadi 53%.

Tabel 1. Prosentase Peningkatan Literasi

No	Pertanyaan	Pretest		Posttest		Peningkatan pemahaman
		Benar	Salah	Benar	Salah	
1	Hoax adalah istilah untuk berita criminal	10	10	10	8	1(100%)
2	Berita hoax banyak ditemukan di media online	17	3	16	2	1 (100 %)
3	Disinformasi adalah istilah untuk berita propaganda	9	9	12	6	0,250 (25 %)
4	Nama lengkap penulis berita harus dicantumkan di sebuah cerita	13	5	13	5	1 (100%)
5	Berita hoax juga dapat berupa foto dan video	16	3	16	2	1 (100%)
6	Setiap orang harus menjadi yang pertama dalam menyebarkan berita	4	15	5	12	1 (100%)
7	Semua berita di Whatsapp adalah berita yang benar dan bisa disebar	4	15	2	16	0.500 (50 %)
8	Semua berita yang disebar di media sosial adalah berita yang sudah pasti kebenarannya	5	15	1	17	0.125 (12,5 %)
9	Foto dan video yang sudah diedit tidak bisa dianggap sebagai hoax	14	6	3	15	0.001 (0,1 %)
10	Media sosial adalah platform berbagi dimana setiap berita harus kita bagikan (Share) ke group atau orang lain	10	9	2	16	0.08 (8%)

Sumber: Data Olahan Pengabdian 2024.

KESIMPULAN

Program Penguatan Literasi Media Sosial untuk Menghindari Hoaks **bagi anggota** Muslimat NU di Kabupaten Demak berhasil meningkatkan kesadaran dan kemampuan peserta dalam menghadapi penyebaran informasi yang tidak valid di media sosial. Melalui pendekatan bertahap yang dimulai dengan observasi, dialog, pelatihan, hingga refleksi, peserta tidak hanya mampu mengenali hoaks, tetapi juga diberdayakan untuk menerapkan teknik verifikasi informasi secara mandiri. Komitmen peserta untuk menyebarkan pengetahuan ini di komunitas masing-masing menunjukkan bahwa program ini memiliki dampak jangka panjang yang dapat terus berkembang. Namun, program ini juga menyoroti kebutuhan akan pelatihan berkelanjutan dan upaya literasi media yang lebih masif, mengingat bahwa isu hoaks dan penyebaran informasi palsu terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Melibatkan organisasi-organisasi masyarakat seperti Muslimat NU dalam inisiatif literasi

digital terbukti efektif untuk menjangkau lapisan masyarakat yang lebih luas, terutama di daerah-daerah seperti Kabupaten Demak. Dengan memperkuat kolaborasi ini, literasi media sosial diharapkan dapat menjadi gerakan yang lebih inklusif dan menyeluruh, membantu mencegah dampak buruk dari penyebaran hoaks di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dan apresiasi diberikan kepada DPA FISIP 2024 dan Muslimat Anak Cabang Sayung Kabupaten Demak yang telah turut serta dalam membantu terlaksananya program pengabdian.

REFERENSI

- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://apji.or.id/berita/d/apji-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Darmawan, D., Alamsyah, T. P., & Rosmilawati, I. (2020). Participatory Learning and Action untuk Menumbuhkan Quality of Life pada Kelompok Keluarga Harapan di Kota Serang. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 4(2), 160–169. <https://doi.org/10.15294/pls.v4i2.41400>
- Fuqoha, F., Anggraini, A. P., & Apipah, N. D. (2019). Peningkatan Digital Literasi Terhadap Ujaran Kebencian di Media Sosial Melalui Program “Room of Law” Bagi Siswa Sekolah Menengah Atas di Kota Serang. *Bantenese - Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.30656/ps2pm.v1i1.1050>
- Guruh, M., Gunawan, H., Isnaeni, D. P., Tilova, N., & Marlinah, H. (2020). Pelatihan Literasi Media Sosial Terkait Penanggulangan Hoaks Bagi Siswa Pkbm 26 Bintaro. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 53. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v1i1.6055>
- Imadudin, H. (2022). *Meski Sama-sama Ormas Perempuan Nahdlatul Ulama, Berikut Perbedaan Fatayat NU dan Muslimat NU*. Tempo.Co.Id. <https://nasional.tempo.co/read/1614981/meski-sama-sama-ormas-perempuan-nahdlatul-ulama-berikut-perbedaan-fatayat-nu-dan-muslimat-nu>
- Irvansyah, A. (2022). Literasi Digital Dalam Memanfaatkan Media Sosial (Studi Kasus Pada Asisten Rumah Tangga Usia Remaja). *Jurnal AKRAB*, 13(2), 61–69. <https://doi.org/10.51495/jurnalakrab.v13i2.428>
- Katadata. (2022). *Survei Riset KIC: Masih Ada 11,9% Publik yang Menyebarkan Berita Bohong*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/20/survei-riset-kic-masih-ada-119-publik-yang-menyebarkan-berita-boho>
- Kominfo. (n.d.). *Kominfo: Penyebar Hoaks Berkisar Usia 45 ke Atas*. 2018. https://www.kominfo.go.id/content/detail/15381/kominfo-penyebar-hoaks-berkisar-usia-45-ke-atas/0/sorotan_media
- Kominfo. (2023). *Triwulan Pertama 2023, Kominfo Identifikasi 425 Isu Hoaks*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/48363/siaran-pers-no-50hmkominfo042023-tentang-triwulan-pertama-2023-kominfo-identifikasi-425-isu-hoaks/0/siaran_per
- NU. (2023). *Mengenal Muslimat NU dan Sejarah Kelahirannya*. <https://jateng.nu.or.id/fragmen/mengenal-muslimat-nu-dan-sejarah-kelahirannya-ldKly>
- Permatasari, S. D., & Manalu, R. (n.d.). *Pola Konsumsi Informasi Dan Pengenalan Berita Hoax Di Kalangan Generasi Usia Lanjut: Studi Kasus Pada Penggunaan Aplikasi Whatsapp*.
- Syaefudin, M., & Wijayanti, R. I. (2022). Literasi Media Sosial di Kalangan Ibu-Ibu Pengajian Muslimat NU Dalam Menghindari Hoax. *Jurnal Abdimas PHB: Jurnal ...*, 5(3), 597–605.