

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pola disinformasi pada masa pra pemilihan presiden Indonesia 2024. Riset ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka yang menggabungkan pengumpulan data *online* dan analisis konten, serta analisis mendalam terkait disinformasi. Hasil menunjukkan bahwa disinformasi membangun tiga sentimen akibat dari unggahan-unggahan yang disebarakan melalui *Twitter*. Pola penyebaran disinformasi menggambarkan bahwa sebagian besar faktor penyebar disinformasi dilakukan oleh *bot*. disinformasi tidak hanya melibatkan akun palsu tetapi juga interaksi aktif pengguna, memperkuat pandangan politik tertentu. Melalui pola disinformasi ini juga ditemukan bahwa disinformasi pra pemilihan presiden 2024 digunakan untuk bersaing dan merebutkan posisi di pemilu mendatang. Akhirnya konflik media sosial bermunculan dengan adanya iklim permusuhan akibat dari persaingan tersebut. Dan membuat disinformasi sebagai alat dalam konflik informasi pra pemilihan presiden 2024 di *Twitter*.

Kata kunci: Disinformasi, konflik informasi, pola disinformasi

Abstract

The objective of this study is to delineate the patterns of misinformation prevalent during the pre-presidential election period in Indonesia in 2024. Employing a qualitative research paradigm, this investigation adopts a literature review methodology integrating online data collection, content analysis, and a comprehensive examination of misinformation dynamics. The findings delineate that misinformation engenders three distinct sentiments arising from the dissemination of posts across Twitter. The dissemination patterns of misinformation elucidate that a significant portion of misinformation propagation is orchestrated by automated bots. Notably, misinformation encompasses not only the proliferation of spurious accounts but also active user engagements, which serve to reinforce particular political ideologies. Through the discernment of these misinformation patterns, it is ascertained that misinformation campaigns preceding the 2024 presidential election are wielded as strategic tools to vie for electoral positioning and dominance. Consequently, the social media landscape becomes embroiled in contentious conflicts precipitated by this competitive milieu, thereby positioning misinformation as a pivotal instrument within the pre-presidential election information warfare paradigm on Twitter.

Keywords: Disinformation, information conflict, patterns of disinformation