

# Evaluasi Formatif Strategi Pesan Prebunking untuk Pemilih Muda dalam Kampanye Melawan Informasi Palsu Menjelang Pemilu 2024 = Formative Evaluation of Prebunking Message Strategies for Young Voters in Campaign Against False Information Towards 2024 Election

Firdha Yuni Gustia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920523890&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Demografi pemilih Indonesia pada Pemilu 2024 akan didominasi oleh pemilih muda. Selain menjadi kelompok usia yang akan mendominasi pemilu, kelompok usia ini juga menjadi kelompok yang rentan terpapar disinformasi dan misinformasi terkait pemilu yang disebarkan melalui internet, khususnya media sosial. Di Indonesia telah dikembangkan sebuah strategi untuk memerangi dampak informasi palsu. Koalisi Cekfakta.com yang terdiri dari Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI), Aliansi Jurnalis Independen (AJI), dan Mafindo tengah mengadaptasi strategi prebunking dalam kampanye memerangi informasi palsu di Indonesia. Namun, masalah yang umumnya terjadi dalam menyelenggarakan suatu strategi adalah kurangnya perencanaan yang baik. Padahal, dalam merencanakan suatu kampanye, strategi merupakan faktor keberhasilan utama. Untuk memastikan perencanaan kampanye telah dilakukan dengan baik, maka dibutuhkan penelitian evaluasi pada tahap formatif. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus, penelitian ini menghasilkan temuan bahwa strategi prebunking yang dilakukan oleh koalisi Cekfakta.com untuk meliterasi pemilih muda dalam melawan informasi palsu menuju Pemilu 2024 belum sepenuhnya sesuai dengan tahapan perencanaan yang dikemukakan pada indikator penelitian. Secara umum, hampir semua syarat dalam perencanaan strategi prebunking yang dilakukan oleh koalisi Cekfakta.com dalam kampanye melawan informasi palsu menuju Pemilu 2024 telah dipenuhi. Namun dalam perencanaannya, strategi prebunking ini tidak secara khusus diperuntukan kepada pemilih muda. Syarat yang dipenuhi hanya pada perencanaan saluran.

.....The demographics of Indonesian voters in the 2024 election will be dominated by young voters. Apart from being the age group that will dominate elections, this age group is also a group that is vulnerable to exposure to election-related disinformation and misinformation that is spread especially via social media. In Indonesia a strategy has been developed to fight the impact of false information. The Cekfakta.com coalition consisting of Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI), Aliansi Jurnalis Independen (AJI), and Mafindo is adapting the prebunking strategy in the campaign against false information in Indonesia. However, the problem that is generally faced in managing a strategy is the lack of good planning. In fact, in planning an activity, strategy is the main success factor. To ensure that the campaign has been carried out properly, it is necessary to evaluate research at the formative stage. Using a qualitative approach with a case study research method, this study found that the prebunking strategy carried out by the Cekfakta.com to literate young voters in campaign against false information towards the 2024 Election is not fully in accordance with the planning stages stated in the research indicators. In general, almost all the requirements in planning the prebunking strategy carried out by the Cekfakta.com have been fulfilled in fighting false information campaign towards the 2024 Election. However, the planning of this prebunking strategy is not specifically aimed to young voters. The conditions that are met are only in the channel planning.

