

## MASYARAKAT ERA DIGITAL DALAM PERSPEKTIF STUDI RISIKO DAN PELUANG ALGORITMA MEDIA SOSIAL

<sup>1</sup>Sri Riski Wulandari, <sup>2</sup>Andi Alimuddin Unde, <sup>3</sup>Muliadi Mau  
<sup>1,2,3</sup>FISIP Hasanuddin University, Makassar, South Sulawesi, Indonesia  
<sup>1</sup>sririski.wulandari@gmail.com; <sup>2</sup>unde.alimuddin@yahoo.co.id;  
<sup>3</sup>muliadiunhas@gmail.com

---

### ABSTRAK

Media sosial telah mengambil tempat dan menyita perhatian masyarakat dalam proporsi yang cukup besar. Media sosial menjadi bagian dari rutinitas masyarakat. Tentu masyarakat, terkhusus khalayak pengguna media sosial harus siap terhadap berbagai efek dari penggunaan media sosial. Efek ini dapat sama ataupun berbeda pada masing-masing khalayak. Untuk bisa menghadapi berbagai efek ini (termasuk efek yang mungkin ditimbulkan oleh sistem algoritma media sosial), diperlukan kemampuan resiliensi yang memadai. Fakta terkait masih banyaknya khalayak pengguna media sosial yang tidak mampu mengidentifikasi dan membedakan informasi hoaks, mudah terpengaruh oleh ujaran kebencian yang tersebar luas, dan meyakini kebenaran suatu hal lebih kuat didasarkan pada keyakinan personalnya berdasarkan preferensi tertentu dibandingkan kenyataan sebenarnya mengindikasikan kemungkinan adanya permasalahan yang belum mampu diatasi oleh khalayak pengguna media sosial. Penelitian ini menggunakan metode *literature review* dengan menganalisis berbagai artikel terkait algoritma media sosial, risikonya, dan resiliensi sebagai kebutuhan untuk menghadapi segala tantangan, dan segala efek yang mungkin ditimbulkan. Hasil penelitian menunjukkan adanya risiko polarisasi dan ruang gema oleh sistem personalisasi algoritma media sosial dan adanya kesempatan yang belum dimanfaatkan secara maksimal oleh pengguna untuk tidak terjebak dalam personalisasi tersebut guna menghindari efek bias yang dapat ditimbulkan.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Algoritma, Resiliensi

### ***DIGITAL AGE SOCIETY IN THE PERSPECTIVE OF RISKS AND OPPORTUNITIES OF SOCIAL MEDIA ALGORITHMS STUDY***

#### **ABSTRACT**

*Social media have taken their place and grabbed people's attention in quite a large proportion. Social media has become a part of people's routine. Of course, the community, especially the audience of social media users, must be prepared for the various effects of using social media. This effect can be the same or different for each audience. To be able to deal with these various effects (including the effects that may be caused by a social media algorithm system), adequate resilience is required. Facts related to the large audience of social media users who are unable to identify and differentiate hoax information are easily influenced by widespread hate speech and believing the truth of something is stronger based on personal*

*beliefs based on certain preferences than in fact indicates the possibility of a problem that audiences of social media users have not been able to solve. This study uses the literature review method by analyzing various articles related to social media algorithms, their risks, and resilience as a need to face all challenges and all possible effects. The results showed that there is a risk of polarization and echo space by the personalization system of social media algorithms and there is an opportunity that has not been fully utilized by the user not to get caught up in the personalization to avoid the biased effects that can be caused.*

**Keywords:** *social media, Algorithm, Resilience*

## PENDAHULUAN

Media sosial telah mengambil tempat dan menyita perhatian masyarakat Indonesia dalam proporsi yang cukup besar. Riset *We Are Social* bersama Hootsuite (2020) memperlihatkan jumlah pengguna Youtube mencapai 88 juta, Whatsapp sebanyak 84 juta pengguna, pengguna *Facebook* di Indonesia mencapai 82 juta pengguna dan Instagram mencapai 79 juta pengguna, serta berbagai media sosial lain yang jumlah penggunanya tidak kalah banyak, dengan estimasi waktu berinternet rata-rata selama 7 jam 59 menit/hari, dan rata-rata 3 jam 33 menit/hari untuk membuka media sosial. Media sosial menjadi bagian dari rutinitas masyarakat.

Media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama,

berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Setiap media sosial memiliki karakteristik, antara lain adanya keterbukaan dialog antarpengguna, dapat diubah dan diatur ulang oleh penciptanya, atau dalam beberapa situs tertentu, dapat diubah oleh suatu komunitas, serta menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi. Hal ini sejalan dengan elemen utama media sosial sebagai alat komunikatif untuk berkomunikasi dengan publik, pembentukan organisasi sosial serta sebagai alat regulasi bahkan menjadi alat kontrol dalam kehidupan bermasyarakat walaupun elemen ini tidak memiliki hubungan yang tetap satu sama lain karena tergantung pada keadaan, waktu dan tempat sehingga teknologi media digunakan berdasarkan kebutuhan. Media sosial

dianggap berpotensi memberikan pengaruh bagi perubahan sosial budaya masyarakat, melalui motivasi dan tindakan individu sehingga dampak dari media bisa memberikan efek baik ataupun buruk (McQuail, 2010). Media sosial menjadi corong informasi tanpa tepi yang dapat menghubungkan masyarakat dari benua satu dengan masyarakat benua lainnya, mengantarkan budaya Korea sampai ke Indonesia, sekaligus memungkinkan klaim informasi palsu sebagai sebuah kebenaran. Salah satu karakter utama media sosial yaitu user generated content memungkinkan khalayak pengguna media sosial mendistribusikan konten yang mereka himpun sendiri (Staubhaar & Rose, 2006). Posibiliti yang disediakan berbagai platform media sosial ini menjadi kesempatan untuk saling berbagi informasi, namun berkesempatan pula menjadi boomerang bagi khalayak yang tidak memiliki kemampuan yang mumpuni untuk menyaring informasi yang benar dan faktual, serta tidak memiliki resiliensi yang memadai untuk menghadapi berbagai risiko dari penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial tentu tidak

lepas dari berbagai risiko yang mengiringinya. Risiko memiliki dua aspek yaitu probabilitas (kemungkinan/kesempatan) dan aspek kerugian (dampak/efek negatif).

Fakta masih banyaknya khalayak pengguna media sosial yang belum mampu mengidentifikasi dan membedakan informasi hoaks, mudah terpengaruh oleh ujaran kebencian yang tersebar luas, dan meyakini kebenaran suatu hal lebih kuat didasarkan pada keyakinan personalnya berdasarkan preferensi tertentu dibandingkan kenyataan sebenarnya mengindikasikan kemungkinan adanya permasalahan yang belum mampu diatasi oleh khalayak pengguna media sosial. Di Indonesia, media sosial Facebook dan Instagram tidak luput menjadi sarana penyebaran hoaks, ujaran kebencian, hasutan-hasutan, disamping berbagai aktivitas positif lainnya, kampanye politik (walaupun banyak juga yang bernada negatif), iklan, berbagi informasi, edukasi, hiburan dan sebagainya. Di sisi lain, media sosial tidak beroperasi begitu saja, melainkan memiliki logika operasional berdasarkan kepentingan

tertentu yang dijewantahkan melalui algoritma sistem media sosial.

Keputusan untuk aktif bermedia sosial, seharusnya dibarengi dengan kesiapan dan bekal untuk menghadapi berbagai efek yang mungkin diterima. Efek ini dapat sama ataupun berbeda pada masing-masing pengguna media sosial tergantung kemampuan resiliensi yang juga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal khalayak pengguna media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan penjelasan terkait risiko personalisasi dan polarisasi oleh algoritma media sosial terhadap khalayak pengguna media sosial dan memberikan gambaran antara kesempatan dan kemampuan yang dimiliki khalayak (resiliensi) untuk tidak terjebak dalam risiko personalisasi algoritma media sosial.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode penelitian kepustakaan untuk mendeskripsikan personalisasi dan risiko polarisasi algoritma media sosial dan mengulas

terkait kesempatan dan kemampuan khalayak pengguna untuk tidak terjebak dalam personalisasi algoritma tersebut dengan mengumpulkan dan menganalisis data dari berbagai penelitian terdahulu dan literatur terkait tema penelitian.

Jenis penelitian kualitatif deskriptif penekanannya bukan pada pengukuran angka-angka melainkan pada pemaknaan data (Barker, 2005). Penelitian kualitatif dinilai mampu memperdalam, memperkaya, serta mengungkap berbagai informasi tentang fokus penelitian dan membantu peneliti untuk mengeksplorasi fokus penelitian. Penelitian kepustakaan merupakan penelitian yang mengkaji atau meninjau secara kritis pengetahuan, gagasan, atau temuan yang terdapat di dalam tubuh literatur berorientasi akademik, serta merumuskan kontribusi teoritis dan metodologisnya untuk topik tertentu (Cooper, 2003).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **a. Personalisasi dan Risiko Polarisasi oleh Algoritma Media Sosial**

Algoritma merupakan urutan logis langkah-langkah penyelesaian masalah secara sistematis (Suyanto, 2019; Harari, 2018). Sebagaimana juga diungkapkan Ed Finn dalam tulisannya “*What Algorithms Want: Imagination in the Age of Computing*” algoritma adalah perangkat matematis untuk memanipulasi data atau mengkalkulasi pemecahan masalah. Algoritma komputasi ini ada di mana-mana (Finn, 2017).

Yuval Noah Harari dalam bukunya *Homo Deus* (2018) menggambarkan algoritma sebagai konsep inti abad ke-21 dan menjadi konsep paling penting dalam beroperasinya dunia.

“Jika kita ingin memahami kehidupan masa depan, kita harus melakukan segala upaya untuk memahami algoritma dan bagaimana algoritma terhubung dengan emosi-emosi”, Harari.

Algoritma inilah yang juga telah banyak membantu para praktisi politik dalam menjalankan aktivitas politiknya, termasuk promosi dan kampanye politik di media sosial. Keberhasilannya pun telah dibuktikan pada kasus Cambridge Analytica yang diduga kuat menjadi penyebab

kemenangan Donald Trump pada pemilihan presiden Amerika Serikat 2016. Algoritma yang selama ini berhasil menunjukkan kesukaan atau sebaliknya dan kecenderungan preferensi seseorang ini diduga dimanfaatkan oleh Aleksandr Kogan seorang professor dari Universitas Cambridge yang kemudian membuat aplikasi kuis bernama *This is Your Digital Life* yang diunduh oleh 270 ribu akun Facebook yang bersedia membagikan data pribadi mereka dan data teman-teman mereka membuat Kogan mampu memperoleh sampai dengan 50 juta data akun lainnya. Data inilah yang kemudian dijual pada Cambridge Analytica untuk merancang iklan politik bagi Trump,

*“Kami membuat berbagai model untuk mengeksploitasi apa yang kami tahu tentang mereka (pengguna Facebook) dan menargetkan isi hati mereka”, ungkap Wylie, Kepala Peneliti Cambridge Analytica, (Tempo.Co, 2018).*

Penelitian terkait algoritma media sosial dan risikonya telah dilakukan oleh berbagai kalangan dan institusi penelitian di berbagai dunia. Hal ini menunjukkan bahwa fenomena dan risiko terkait algoritma media sosial ini menimpa masyarakat

di seluruh dunia. Namun, penelitian terkait ini masih sedikit dilakukan di Indonesia.

Sebuah penelitian berjudul “Risiko Polarisasi Algoritma Media Sosial: Kajian terhadap Kerentanan Sosial dan Ketahanan Bangsa” oleh Devie Rahmawati (2018) menunjukkan hasil penelitian bahwa prioritas media sosial untuk meningkatkan kenyamanan pengguna dengan merangkul para pengguna dalam jaringan pergaulannya sendiri, menyebabkan pengguna justru tercerabut dari keterlibatan dengan khalayak yang lebih luas. Akibatnya, para pengguna menjadi tersekat serta menghabiskan waktu lebih lama di media sosial. Adapun penelitian lain yang senada yakni “Filter Gelembung, Ruang Bergema, dan Personalisasi Algoritma” karya Paramita, Loisa, Setyanto, dan Indiarma (2019) yang bertujuan untuk menganalisis lebih dalam efek distorsi informasi yang ditimbulkan berdasarkan personalisasi pengguna media sosial, serta efek terhadap polarisasi pendapat yang dihasilkan menunjukkan bahwa filter gelembung dan ruang bergema membentuk personalisasi pengguna internet

melalui algoritma. *User* menggunakan Instagram, Netflix, dan Tokopedia, dan aktivitas user seperti click, like dan share menjadi data awal yang digunakan teknologi algoritma untuk membentuk pola digital. Dengan teknologi algoritma, ketiga aplikasi tersebut akan selalu dan berkesinambungan memberikan informasi sesuai dengan keinginan user.

Penelitian lain dari Arina Rohmatul Hidayah (2018) membahas tindakan penganiayaan terkait dengan efek bubble filter, kondisi masyarakat digital, konsep ruang publik dan teori aksi rasional Jurgen Habermas. Hasil yang diperoleh melalui metode penelitian kepustakaan menunjukkan bahwa tindakan penganiayaan di media sosial dapat disebabkan oleh personalisasi web. Arina mengambil contoh kasus Ahok yang viral karena mengutip salah satu ayat Al Qur’an dalam kunjungannya di Kepulauan Seribu. Video tersebut langsung viral dan membuat Ahok dilaporkan kepada pihak kepolisian dan dipenjara selama 1 tahun 8 bulan 15 hari. Viralitas video tersebut memantik berbagai komentar dan bermacam “aksi” di media sosial,

baik pro maupun kontra. Kondisi yang tercipta di media sosial menjadi lebih agresif dan disinyalir menimbulkan kasus penganiayaan yang dilansir dari situs resmi [www.ccnindonesia.com](http://www.ccnindonesia.com) yang menyatakan bahwa salah satu jaringan relawan kebebasan berekspresi di Asia Tenggara yakni SAFENET mencatat bahwa sebanyak 59 orang telah menjadi sasaran persekusi atau "perburuan" intimidatif terkait postrolling dugaan penodaan agama yang menjerat Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok. Tindakan penganiayaan di media sosial dapat disebabkan oleh personalisasi web. Media sosial memungkinkan terjadinya gelembung besar (gelembung filter) yang membuat pengguna menolak ideologi atau kebenaran lainnya. Ini menjadi revolusi pola pikir karena kebebasan informasi. Sedangkan dalam konsep public sphere Habermas yang menekankan adanya diskusi kritis dan rasional, fenomena ini mengindikasikan adanya pergeseran. Dengan demikian, tujuan awal Habermas untuk memperkuat posisi masyarakat sipil melawan dominasi sistem kini berubah.

Di Indonesia, berbagai media sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram dan Twitter tidak luput menjadi sarana penyebaran hoaks, ujaran kebencian, hasutan-hasutan, disamping berbagai aktivitas positif lainnya, kampanye politik (walaupun banyak juga yang bernada negatif), iklan, berbagi informasi, edukasi, hiburan dan sebagainya.

Penelitian di Observatorium Media Sosial Indiana University sebagaimana yang diungkapkan oleh Ciampaglia dan Menczer (2019) dalam [theconversation.com](http://theconversation.com) mengidentifikasi tiga jenis bias yang membuat ekosistem media sosial rentan terhadap kesalahan informasi yang disengaja dan tidak disengaja. Bias ini didukung oleh mekanisme algoritma media sosial yang telah dirancang sedemikian rupa, salah satunya melalui personalisasi akun khalayak pengguna media sosial.

#### 1. Bias Kognitif.

Bias kognitif berasal dari cara otak memproses informasi yang ditemui setiap orang setiap hari. Otak hanya dapat menangani sejumlah informasi yang terbatas, dan jika terlalu banyak rangsangan yang masuk dapat menyebabkan

overlapping informasi. Hal itu dengan sendirinya memiliki implikasi serius terhadap kualitas informasi di media sosial. Hasil riset menemukan bahwa persaingan yang ketat untuk mendapatkan perhatian yang terbatas dari pengguna membuat beberapa ide menjadi viral meskipun kualitasnya rendah.

## 2. Bias Masyarakat.

Sumber bias lainnya berasal dari masyarakat. Ketika para pengguna terhubung dengan orang-orang dengan frekuensi dan preferensi serupa, algoritma media sosial akan memandu pemilihan teman bagi pengguna dan rekomendasi-rekomendasi informasi dan berita bagi pengguna media sosial. Bahkan untuk menentukan kecenderungan politik dari pengguna media sosial dapat dibaca hanya dengan melihat preferensi partisan dari teman-teman mereka. Jaringan sosial sangat efisien dalam menyebarkan informasi - akurat atau tidak - ketika mereka terkait erat dan terputus dari bagian lain masyarakat. Kecenderungan pengguna yang lebih dapat menerima sesuatu jika datang dari dalam lingkaran sosial mereka sendiri menciptakan "ruang gema"

yang siap untuk dimanipulasi, baik secara sadar maupun tidak sengaja. Ini membantu menjelaskan mengapa begitu banyak percakapan online berubah menjadi konfrontasi "kita versus mereka".

## 3. Bias Mesin.

Bias ketiga berasal dari algoritma yang beroperasi dan untuk menentukan apa yang dilihat para pengguna saat berselancar di dunia digital. Baik platform media sosial maupun mesin pencari juga menggunakan model algoritma serupa. Algoritma tersebut membawa sifat personalisasi terhadap pengguna. Teknologi personalisasi ini dirancang untuk hanya memilih konten yang paling menarik dan relevan untuk setiap pengguna. Misalnya, jika pengguna sering mengklik link Facebook dari sumber berita tertentu, Facebook akan cenderung menampilkan lebih banyak konten situs tersebut kepada orang tersebut. Apa yang disebut efek "gelembung filter" ini dapat mengisolasi orang dari berbagai perspektif, memperkuat bias konfirmasi. Platform media sosial terindikasi memaparkan pengguna ke kumpulan sumber yang kurang beragam. Ini juga masuk ke

dalam bias kognitif yang ada, memperkuat apa yang tampaknya populer terlepas dari kualitasnya. Semua bias algoritmik ini dapat dimanipulasi oleh program komputer yang berinteraksi dengan manusia melalui akun media sosial.

Ada kecenderungan khalayak pengguna media sosial untuk menyaring informasi yang ingin diterima atau dinikmati, baik berupa bacaan, visual, audio visual maupun konten lainnya sesuai dengan preferensi yang sudah mereka yakini (sebagai sebuah kebenaran atau konsep hidup yang cocok bagi mereka). Fenomena inilah yang disebut sebagai Echo Chamber.

Echo Chamber secara tidak langsung memiliki fungsi untuk memperkuat apa yang sudah diyakini. Girard Lotan, seorang profesor dari New York University menggambarkan fenomena echo chamber,

*“We construct our online profiles based on what we already know, what we’re interested in, and what we’re recommended, social networks are perfectly designed to reinforce our existing beliefs”, Lotan.*

Fenomena Echo Chamber ini semakin sulit dibendung karena algoritma yang memang sengaja diterapkan oleh platform media sosial. Secara singkat, filter bubble ini merupakan isolasi informasi berdasarkan ketertarikan khalayak pengguna media sosial dan memberikan saran berdasarkan perhitungan asumsi dari ketertarikan tersebut. Echo chamber dengan bantuan filter bubble membuat ruang yang tidak hanya menyaring informasi masuk namun juga menggaungkan informasi yang sudah terserap berulang kali. Fenomena ini menjadikan setiap khalayak diarahkan menuju kepada “suara-suara” yang sama dengan apa yang diyakininya secara lebih presisi. Rekaman suka dan tidak suka diambil saat khalayak beraktivitas melalui klik, like, block, unfollow, unfriend, mute maupun share di media sosial. Rekaman tersebut akan disimpulkan oleh algoritma kepada penyuntingan sehingga konten yang membuat kita tidak nyaman akan disaring atau filtered out (Lotan, 2014). Konten yang muncul berulang-ulang di hadapan layar kaca khalayak tersebut lama-lama akan menginternalisasi

keyakinan atas substansi konten sebagai kebenaran meskipun status keyakinan tersebut masih berada pada titik abu-abu bahkan salah sekalipun.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia (KEMENKOMINFO, 2019) dalam salah satu rilis berita yang berjudul “Banyak Korban Hoaks Terperangkap di Ruang Gema” pada laman resminya juga membahas terkait fenomena Echo Chamber ini:

“Efek ruang gema adalah suatu kondisi dimana seseorang hanya mau mendengar sesuatu yang sudah sepemikiran, sehingga memperteguh sikap mereka. Seperti gema suara di ruang tertutup, pikiran yang berulang memperkuat pandangan yang makin mengental dan ekstrim. Hoaks dan media yang tidak jelas kredibilitasnya pun dianggap sebagai kebenaran karena sesuai dengan suara yang bergema,” ucap Mariam F Barata, Direktur Tata Kelola Aplikasi Informatika.

KEMENKOMINFO juga memasukkan kutipan Menteri Penerangan Publik dan Propaganda Nazi,

“kebohongan yang diulang-ulang akan membuat publik percaya bahwa kebohongan

tersebut adalah kebenaran”, Paul Joseph Goebbels.

Lebih lanjut, Mariam menyampaikan,

“Sistem yang telah diterapkan di internet dimana ketika kita mencari sebuah berita, maka kita akan terus di-link ke berita sejenis membuat kita terjebak di ruang gema dan kita tidak menyadari hal tersebut,” jelas Mariam.

Efek ruang gema tersebut dinilai semakin parah dengan fenomena post-truth, yaitu kondisi ketika emosi dan keyakinan personal berdasarkan preferensi tertentu lebih kuat digunakan untuk menentukan benar-salahnya sesuatu dibandingkan fakta sebenarnya yang mungkin berbeda dengan preferensi personal khalayak. Kondisi ini dinilai membuat penyebaran hoaks semakin kuat di masyarakat.

#### **b. Kesempatan dan Kemampuan Pengguna untuk Tidak Terjebak oleh Personalisasi Algoritma**

Seargeant and Tagg (2018) setuju bahwa algoritma memiliki potensi untuk mengakibatkan distorsi informasi dan polarisasi opini terutama terkait sosio-politik. Mereka mengkritik efek gelembung filter oleh

algoritma yang mempersonalisasi pengguna, namun, berdasarkan hasil penelitian mereka, menunjukkan bahwa pengguna media sebenarnya memiliki kesempatan untuk keluar dari polarisasi tersebut dengan membuka diri secara mandiri untuk mencari dan menemukan hal-hal/berita yang lebih beragam. Sayangnya, ditemukan bahwa pengguna media sosial cenderung berusaha menghindari konflik dengan anggota jaringan mereka yang beragam atau tidak sesuai interest maupun preferensi mereka.

Sementara itu, Kelly. dkk (2019), berpandangan bahwa pengguna media sosial dituntut untuk menggunakan nalar kritis untuk membedakan informasi atau hal bersifat yang faktual dan berbasis bukti sehingga dapat membuat penilaian atau keputusan yang sehat dan rasional. Penelitian ini mengungkapkan bahwa remaja menjadi salah satu konsumen berita yang aktif di media sosial. Untuk menjadi konsumen berita yang kritis, generasi muda harus dibina dan dibudayakan untuk skeptis dalam memenuhi kebutuhan akan informasi dengan memerhatikan akurasi,

kelengkapan, dan sumber berita. Kemampuan berpikir dan menjadi kritis bukanlah proses dan hal yang otomatis dimiliki, melainkan didapatkan lewat proses belajar dan generasi muda perlu diajarkan keterampilan yang mereka butuhkan untuk dapat mengevaluasi, menyortir dan memanfaatkan sumber informasi dan berita yang melimpah di media sosial secara efektif.

Amrollahi & McBride (2019) melakukan penelitian menggunakan sains desain yang dikemukakan oleh Peffers, Tuunanen, Rothenberger, dan Chatterjee (2007), yang dimulai dengan identifikasi masalah dan motif lalu dilanjutkan dengan menentukan tujuan dan solusi. Penelitian menemukan bahwa gelembung filter menjadi masalah karena menciptakan hambatan untuk khalayak dapat berdiskusi dan berdialog secara rasional, padahal ini merupakan kebutuhan terutama dalam masyarakat demokratis. Penelitian ini mencoba penerapan teknik sains desain dalam sistem informasi yang memungkinkan pengguna media sosial meningkatkan kesadaran mereka terhadap gelembung filter dan berusaha untuk menghindari efeknya

dan tidak terjebak di dalamnya. Sebenarnya pengguna dapat mencari pendapat yang berbeda, bergabung dengan berbagai jaringan Twitter politik yang berbeda, dan berkontribusi dalam dialog yang sehat. Namun, seringkali pengguna tidak ingin menantang selera media sosial mereka sendiri dan lebih suka dengan kenyamanan dalam lingkaran mereka yang serupa. Terkait penelitian ini, dan wacana serta potensi polarisasi, dipandang perlu menanyakan motif yang menyebabkan orang tetap berada dalam gelembung filter. Untuk beberapa, pembatasan pada gelembung filter, dimotivasi oleh persepsi mereka tentang identitas mereka dalam suatu kelompok dan keinginan mereka untuk tetap berada dalam keamanan dan kenyamanan yang dirasakan dalam gelembung social tersebut. Ditemukan pula kecenderungan pengguna media sosial saat memasuki ruang virtual sosial yang berbeda untuk berpartisipasi dalam trolling, sarkasme, dan fitnah yang terlihat begitu lazim di media sosial. Penelitian ini juga menyinggung terkait public sphere Habermas yang

nampaknya sulit untuk diwujudkan jika kondisi filter bubble effect ini tidak ditindak lebih lanjut.

Adapun Bozdog (2013) melakukan observasi terhadap sistem kerja algoritma mesin pencari Google serta kajian pustaka dan menyatakan bahwa media seperti Google dan Facebook perlahan-lahan menggantikan saluran media tradisional dan menjadi garda informasi terdepan bagi masyarakat dan untuk menghadapi banyaknya informasi yang bisa merepotkan dan membebani khalayak, media social dan mesin pencari semacam ini mulai memperkenalkan fitur personalisasi, sebuah algoritma untuk menyaring informasi bagi masing-masing individu. Namun, dalam tulisan Bozdog ini menjelaskan bahwa sesungguhnya khalayak dapat memengaruhi desain algoritma dan proses filterisasinya secara manual (berusaha secara mandiri untuk mencari berbagai sumber informasi bahkan dari sisi yang berlawanan untuk mengetahui perspektif yang berbeda atau lebih beragam). Bozdog menilai penelitian empiris yang ekstensif masih diperlukan untuk menentukan sejauh mana yang

disebut "ruang gema" di jejaring media social memengaruhi khalayak.

Penelitian lain yang dilakukan pada 2017 menunjukkan hasil bahwa hegemoni media sosial beroperasi dalam berbagai aktivitas penggunaan media sosial, seperti swafoto, cyberwar, belanja daring, personalisasi diri pengguna, dan budaya share yang berimplikasi pada semakin samarnya struktur kognitif khalayak yang lebih semakin dipengaruhi oleh preferensi tertentu yang berulang-ulang dan belum tentu kebenarannya namun diyakini sebagai kebenaran oleh khalayak karena disuguhkan "secara berulang-ulang", sikap khalayak yang mulai dipengaruhi oleh sikap khalayak secara "umum" yang tergambar di media sosial, misalnya terbentuknya perilaku budaya share yang bisa dilakukan dengan cepat dan sangat mudah yang sayangnya banyak khalayak kurang atau bahkan tidak memerhatikan aspek kebenaran dan tidak melakukan check and recheck terlebih dahulu (Mulawarman dan Nurfitri, 2017).

Glotfelter membahas peran yang dimainkan oleh algoritma dan sirkulasinya dalam mendistribusi

konten serta strategi peredaran konten di media sosial. Kehadiran algoritma media sosial menuntut dan "memaksa" para pembuat konten untuk mengubah cara berpikir mereka terkait strategi konten agar dapat terdistribusi secara maksimal, efektif dan mencapai sasaran yang ditargetkan demi keberlangsungan pekerjaan mereka. Algoritma berperan sebagai pengambil keputusan terhadap hal/informasi yang tampil atau harus dan tidak harus ditampilkan dan dikonsumsi oleh pengguna media sosial. Untuk menjangkau lebih banyak pengguna media sosial yang beragam dengan tantangan model personalisasi algoritma media sosial diperlukan strategi khusus yang lebih out of the box, kreatif dan inovatif dari para pembuat konten (Angela Glotfelter, 2019). Urgensi terkait pengetahuan dan adaptasi terhadap algoritma tersebut penting dipahami guna mengefisienkan penggunaan media sosial dan membuka kesempatan pengguna untuk tidak terjebak dalam personalisasi algoritma media sosial.

Penelitian terkait pentingnya resiliensi dalam aktivitas digital termasuk bermedia social datang dari

Torres and Augusto (2018) untuk melihat bagaimana resiliensi terhadap informasi negative berpengaruh pada niat dan tingkat pembelian melalui digital. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner online kepada para peserta kursus manajemen profesional di University of Coimbra School of Economics dengan sampel valid sebanyak 280 orang. Hasil penelitian menunjukkan korelasi positif antara resiliensi terhadap informasi negatif dan niat serta tingkat membeli. Wawasan baru ini memerlukan pendalaman lebih lanjut tentang resiliensi terhadap informasi negatif dalam riset pemasaran, terutama saat menangani lingkungan digital. Lingkungan digital menghadirkan tantangan baru. Produk dan merk dinilai lebih mudah terpapar informasi negatif yang kurang bisa dikendalikan karena komunikasi dan konten yang disebar oleh pelanggan lewat media social dapat langsung tersebar luas sehingga penting untuk membangun ketahanan terhadap informasi negative. Selain itu, Veronika, Adiati, dan Ediati (2018) juga melakukan penelitian berupa kajian literature yang bertujuan untuk

melihat, menganalisis dan mendeskripsikan kebutuhan resiliensi bagi generasi digital dan pentingnya peran orang tua sebagai mediator anak dengan lingkungannya (termasuk gawai dan lingkungan virtual). Hasilnya menemukan bahwa penting menekankan peran orang tua sebagai mediator untuk membantu anak dalam menghadapi berbagai aktivitas digital yang sudah menjadi kebutuhan hidup anak karena orang tua merupakan lingkungan pertama bagi anak dan mempunyai kesempatan dan “kuasa” terhadap anak yang sepatutnya dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya dalam konteks yang lebih positif, salah satunya untuk membangun resiliensi sebagai benteng pertahanan anak dari berbagai risiko pengaruh (seperti perubahan mental, kesehatan fisik, prestasi belajar, dan sebagainya, termasuk akses terhadap konten kekerasan dan pornografi yang dapat dengan mudah ditemukan di dunia digital dan media sosial) yang bisa diterima dari aktivitasnya bermedia digital atau bermedia sosial.

Selaras dengan itu, keprihatinan yang berkembang tentang hubungan potensial antara

penggunaan media sosial dan kesehatan mental serta kesejahteraan kaum muda memantik Viner, Gireesh, Stiglic., dkk (2019) melakukan analisis sekunder terhadap data dari studi *Our Futures*, sebuah penelitian longitudinal skala nasional terhadap 12.866 anak muda dari usia 13 hingga 16 tahun di Inggris. Mereka mengeksplorasi hubungan antara frekuensi penggunaan media sosial dan kesehatan mental serta kesejahteraan remaja, dan bagaimana efek ini dapat dimediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesiapan menghadapi *Cyberbullying*, kecukupan tidur, dan aktivitas fisik dinilai sebagai mediator potensial dari efek tersebut. Intervensi untuk kesehatan mental harus mencakup upaya untuk mencegah atau meningkatkan *resilience* pada kaum muda.

Wamil dan Kayano (2020) melakukan penelitian pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode penelitian kepustakaan untuk memberikan gambaran dan refleksi atas pemikiran Foucault yang dinilai sedang berlangsung dalam masyarakat digital. Mereka mendeskripsikan proses kerja dan

dampak kuasa algoritmik dalam masyarakat digital yang berlangsung hingga saat ini. Hasil penelitian menunjukkan kemampuan kerangka konseptual dan analisa Foucault untuk membantu menafsirkan sekaligus membongkar logika kerja subyek-subyek algoritmik dan *governmentality* yang tersembunyi di balik gelombang euforia jutaan penggunaan teknologi digital dalam fantasi kebebasan dan demokrasi yang menciptakan *displinty power* atas tubuh dan pikiran yang tunduk serta patuh dalam masyarakat digital. Dalam masyarakat digital, *governmentality* algoritmik memproduksi subyek-subyek algoritmik yang diperlakukan sebagai data-data kecil yang di defenisi, manuver dan maknanya ditentukan oleh otomasi algoritmis berbasis sistem prediksi dan kontrol. Subyek-subyek algoritmik ini beroperasi membentuk defenisi dan makna sendiri agar kesadaran manusia dapat patuh pada relasi kuasa yang ada. Relasi kuasa yang terjadi antara negara dan kapitalisme global memudahkan penguasaan di berbagai sisi dalam masyarakat digital. Sementara itu, berbagai kerentanan

subyek-subyek algoritmik yang ada saat ini menyebabkan masyarakat harus menemukan formulasi baru dalam menghadapi kemajuan teknologi agar tidak terjebak pada fantasi-fantasi yang ditawarkan oleh teknologi. Kerangka konseptual Foucault ini dinilai membantu untuk menganalisis sehingga individu dapat menggunakan teknologi-teknologi diri agar subyek dapat hidup dan melakukan perlawanan, resiliensi atau resistensi yang bisa dibangun melalui formasi subyek kritis dengan cara memperbesar injeksi spirit dan etos hidup maupun etos kerja secara kolektif-kolegial bukan individual (pisah-pisahan). Sehingga masyarakat digital mampu bertransformasi untuk mencapai tataran tertentu seperti kebahagiaan, kesucian dan kearifan serta kesempurnaan dalam hidup.

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk memberikan informasi agar masyarakat lebih berhati-hati, mawas diri dan lebih bijak dalam menggunakan media sosial, menunjukkan alternatif kepada khalayak atau pembaca agar tidak terjebak dalam personalisasi yang

dibangun oleh algoritma yang dominan bertujuan untuk “menjaga/membuat pengguna nyaman dan betah bermedia sosial”, serta untuk meminimalisir efek bias yang ditimbulkan. Sebab, algoritma tidak memikirkan/menganalisis potensi polarisasi yang ditimbulkan pada pengguna, sehingga masyarakatlah yang harus pintar dan menyadari keragaman perspektif dan adanya peluang kebenaran pada sumber lain.

Serupa dengan fenomena post truth, jika diterpakan konten secara berulang-ulang, pengguna berkemungkinan pada akhirnya menganggap informasi itu sebagai sebuah kebenaran yang terinternalisasi ke dalam pikiran, sikap, dan tindakan mereka, padahal sesuatu/informasi itu belum tentu benar. Sehingga penting untuk mengedukasi urgensi kemampuan literasi media dan resiliensi agar khalayak tidak mudah terkena dampak negatif dari media sosial. Dan mengingatkan bahwa kegiatan literasi media ini juga menjadi tanggung jawab pemerintah sebagaimana amanat UUD 1945 bahwa pemerintah negara Indonesia harus mencerdaskan kehidupan

bangsa, yang sampai dengan saat ini belum optimal dilakukan. Mengedukasi peluang yang bisa dimanfaatkan dari algoritma tersebut, seperti peluang memajukan bisnis/usaha online untuk menghidupkan dan mengembangkan ekonomi masyarakat serta menyebarkan kebenaran suatu hal/informasi seluas-luasnya. Penelitian ini juga menjadi salah satu kampanye untuk gerakan literasi media di Indonesia.

## **SIMPULAN**

Teknologi telah mendominasi kontrol pada masyarakat. Pilihan-pilihan yang hadir ke hadapan masyarakat merupakan hasil filterisasi teknologi atau algoritma, termasuk dalam media sosial. Foucault (1982; Wamil & Kayano, 2020) memandang empat tipe utama teknologi yaitu (1) teknologi produksi, yang memungkinkan produksi, transformasi atau manipulasi segala sesuatu. (2) Teknologi sistem tanda, yang memungkinkan penggunaan tanda-tanda, makna-makna, simbol-simbol dan penandaan. (3) Teknologi-teknologi kekuasaan, yang

menentukan perilaku individu dan memasukkannya pada tujuan atau dominasi tertentu, suatu proses objektivikasi subyek. (4) Teknologi-teknologi diri, yang memungkinkan individu-individu melakukan berbagai hal dengan cara-caranya sendiri ataupun bantuan orang lain, sejumlah tindakan terhadap tubuh, jiwa, pikiran dan perilaku serta cara hidup untuk mencapai tataran tertentu seperti kebahagiaan, kedamaian, dan sebagainya.

Dunia digital membawa masyarakat pada batas-batas yang semakin samar antara fakta dan informasi, kebutuhan dan keinginan, kepentingan umum dan kepentingan golongan tertentu. Subyek-subyek tenggelam dalam palung-palung algoritmis sebagai dampak dari algoritma pasar yang terus menerus menyerang manusia digital dengan konten-konten berbasis pola tindakan konsumsi (Lim, 2017; Harker, Mahar, & Wilkes, 2009; Piliang & Jaelani, 2018).

Nugroho secara umum menyatakan tiga urgensi yang patut menjadi perhatian antara lain: pertama, sistem prediksi dan kontrol algoritma yang membentuk individu-

individu sebagai subyek yang tidak otonom dan secara sukarela menerima framing dominan dan trend yang diciptakan industry digital raksasa. Hal ini juga merupakan penanda hilangnya ruang-ruang privat. Kedua, ketimpangan kepemilikan data. Ketimpangan ini terjadi ketika subyek-subyek digital menyediakan informasi dan pengetahuan secara sukarela yang selanjutnya oleh server-server besar dikonversi menjadi keuntungan ekonomi. Ketiga, adalah masa depan tenaga kerja dalam era digital. Kehadiran teknologi dianggap belum mampu mengurangi angka pengangguran, seperti revolusi sebelumnya. Justru revolusi teknologi dapat menghilangkan dan menghapus pekerjaan yang tidak relevan dengan kebutuhan industri dan tidak dapat diadaptasi oleh pekerja. Sektor-sektor kreatif akan mendominasi. Pekerjaan yang berurusan dengan ide dan keterampilan digital, pengetahuan dan emosi akan lebih diminati pasar kerja (Nugroho, 2019; Wamil & Kayano, 2020).

Fenomena algoritma ini cenderung mendorong user atau khalayak “terkumpul” pada satu

lingkaran dengan pemahaman yang sama, satu gelembung informasi yang sama. Kemampuan untuk menerima perbedaan tergerus dan berujung pada penyempitan pandangan khalayak terhadap dunia. Hal ini dipercaya sebagai faktor penting penyebab polarisasi masyarakat, baik secara nyata atau maya. Masyarakat memiliki akses wawasan yang luas namun dipaksa memiliki pemikiran menyempit oleh algoritma yang diterapkan. Terciptalah masyarakat yang sentimen, banal, distorsif dan apriori. Masyarakat yang terpolar dan saling mendikotomikan. Ironi sebuah era digital, *fragmented while connected society* (Rifasya, 2020).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amrollahi, A., & McBride, N. (2019). How to burst the bubble in social networks? *24th UK Academy for Information Systems International Conference*. Oxford, UK.
- Barker, C. (2005). *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: PT Benteng Pustaka.
- Bozdog, E. (2013). Bias in algorithmic filtering and personalization. *Ethics Inf Technol SPRINGER*, 209–227.
- Ciampaglia, G. L., & Menczer, F. (2019). Retrieved from theconversation.com: <http://theconversation.com>

- Cooper, H. (2003). Psychological Bulletin. *Editorial. Psychological Bulletin*, 3-9.
- Finn, E. (2017). What Algorithms Want: Imagination in the Age of Computing. *Dialogia*.
- Foucault, M. (1982). The Subject and Power. *Critical Inquiry*.
- Glotfelter, A. (2019). Algorithmic Circulation: How Content Creators Navigate the Effects of Algorithms on Their Work. *Computers and Composition ELSEVIER*, <http://elsevier.com/locate/compcom>.
- Harari, Y. N. (2018). *Homo Deus: Masa Depan Umat Manusia*. Jakarta: PT Pustaka Alvabet.
- Harker, R., Mahar, C., & Wilkes, C. (2009). *(Habitus x Modal) + Ranah = Praktik: Pengantar Paling Komprehensif kepada Pemikiran Pierre Bourdieu*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hidayah, A. R. (2018). Persecution Act as Filter Bubble Effect. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada*, 112-126.
- KEMENKOMINFO. (2019). Retrieved from [aptika.kominfo.go.id](http://aptika.kominfo.go.id): <http://aptika.kominfo.go.id>
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, <http://www.tandfonline.com/oi/rcra20>.
- Lotan, G. (2018). Retrieved from [medium.com](http://medium.com): <http://medium.com>
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory 6th Edition*. London: SAGE Publications.
- Mulawarman, & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, Vol. 25, No. 1.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, H. d. (2019). *Membongkar Delusi Subyek-Subyek Algoritmik Dalam Masyarakat Digital: Prospek Emansipasi, Keadilan dan Inklusi Sosial dalam Ruang Kecepatan*. Yogyakarta: Makalah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM.
- Nur, W., & Kayano, S. (2020). Kuasa Algoritmik dalam Masyarakat Digital (Interpretasi Pandangan Foucault Atas Teknologi). *Jurnal Teknosains UIN Alauddin Makassar*, Vol. 14 No. 1.
- Piliang, Y. A., & Jaelani, J. (2018). *Teori Budaya Kontemporer: Penjelajahan Tanda dan Makna*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.
- Rahmawati, D. (2018). Risiko Polarisasi Algoritma Media Sosial: Kajian terhadap Kerentanan Sosial dan Ketahanan Bangsa. *Jurnal Kajian LEMHANNAS RI*, Edisi 33.
- Rifasya, F. (2020). Retrieved from [medium.com](https://medium.com/@fawwazrifasya/echo-chamber-dan-filter-bubble-penyebab-polarisasi-masyarakat-dalam-media-sosial): <https://medium.com/@fawwazrifasya/echo-chamber-dan-filter-bubble-penyebab-polarisasi-masyarakat-dalam-media-sosial>

- Seargeant, P., & Tagg, C. (2018). Social media and the future of open debate: A user-oriented approach to Facebook's filter bubble conundrum. *Discourse, Context & Media ELSEVIER*, <http://www.elsevier.com/locate/dcm>.
- Social, W. A., & Hootsuite. (2020). Retrieved from [wearesocial.com](http://wearesocial.com); [hootsuite.com](http://hootsuite.com); <http://www.wearesocial.com>; <http://hootsuite.com>
- Staubhaar, J. D., & Rose, R. L. (2006). *Communications Media in The Information Age Second Edition*. Belmont: Wadsworth.
- Suyanto. (2019). *Data Mining untuk Klasifikasi dan Klasterisasi Data*. Bandung: Informatika.
- Tempo.co. (2018). Retrieved from Tempo.co: <http://tempo.co>
- Viner, R. M., Aswathikutty-Gireesh, A., Stiglic, N., Hudson, L. D., Goddings, A.-L., Ward, J. L., & Nicholls, D. E. (2019). Roles of cyberbullying, sleep, and physical activity in mediating the effects of social media use on mental health and wellbeing among young people in England: a secondary analysis of longitudinal data. *Lancet Child Adolesc Health*, [www.thelancet.com/child-adolescent](http://www.thelancet.com/child-adolescent).