

## Polarisasi Politik Melalui Interaksi Sosial Di Instagram: Studi Kasus Pemilu 2024 Di Indonesia

Hema Junaice Sitorus<sup>a</sup>, Mellysa Tanoyo<sup>b</sup>, Irwansyah<sup>c</sup>

<sup>a</sup>Mahasiswa Program Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan, hema.junaice@gmail.com

<sup>b</sup>Mahasiswa Program Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan, mellysa.tanoyo@gmail.com

<sup>c</sup>Staf Pengajar Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI dan Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan, dr.irwansyah.ma@gmail.com

### ABSTRACT

*The 2024 General Election in Indonesia is one of the political events that has controversies and dynamics that create new history in Indonesia. Social media became an open platform for people to give their views on the presidential and vice presidential candidates. This research investigates how social interactions on Instagram impact political polarization during the 2024 General Election process in Indonesia. A qualitative approach is the method used in this research by exploring how social media platforms play a role in shaping users' political perceptions and contributing to the polarization of political discourse. Data was collected through in-depth interviews with active users of the platform, focusing on their interactions, experiences and the type of content they use. The findings of this study reveal that Instagram plays an important role in shaping political opinions and fostering polarized viewpoints. Key factors contributing to this phenomenon include algorithm-driven content curation, echo chamber effects and the influence of political influencers. In addition, this research highlights how visual and engaging content on such platforms amplifies emotional responses, further reinforcing polarized attitudes. This research emphasizes the importance of understanding the dynamics of social media interactions in the contemporary political landscape, especially in the context of elections. The insights gained from this research can inform strategies to mitigate the negative impacts of political polarization and promote a more balanced political discourse on social media platforms.*

**Keywords:** Social Interaction, Instagram, Political Polarization, General Election

### ABSTRAK

Pemilihan Umum atau Pemilu 2024 di Indonesia merupakan salah satu peristiwa politik yang memiliki kontroversi dan dinamika yang menciptakan sejarah baru di Indonesia. Media sosial menjadi wadah terbuka bagi masyarakat untuk dapat memberikan pandangan mengenai para calon presiden dan calon wakil presiden. Penelitian ini menyelidiki bagaimana interaksi sosial di Instagram terhadap polarisasi politik selama proses Pemilu 2024 di Indonesia. Pendekatan kualitatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan mengeksplorasi bagaimana platform media sosial berperan dalam pembentukan persepsi politik pengguna dan berkontribusi pada polarisasi wacana politik. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengguna aktif platform tersebut, dengan fokus pada interaksi, pengalaman, dan jenis konten yang mereka gunakan. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa Instagram memainkan peran penting dalam membentuk opini politik dan menumbuhkan sudut pandang yang terpolarisasi. Faktor-faktor utama yang berkontribusi terhadap fenomena ini termasuk kurasi konten yang digerakkan oleh algoritme, efek ruang gema, dan pengaruh influencer politik. Selain itu, penelitian ini menyoroti bagaimana konten visual dan menarik di platform tersebut memperkuat respons emosional, yang semakin memperkuat sikap yang terpolarisasi. Penelitian ini menekankan pentingnya memahami dinamika interaksi media sosial dalam lanskap politik kontemporer, terutama dalam konteks pemilu. Wawasan yang diperoleh dari penelitian ini dapat menginformasikan strategi untuk mengurangi dampak negatif dari polarisasi politik dan mempromosikan wacana politik yang lebih berimbang di platform media sosial.

**Keywords:** Interaksi Sosial, Instagram, Polarisasi Politik, Pemilu

### PENDAHULUAN

Platform media sosial berkembang menjadi alat penting dalam proses komunikasi, interaksi sosial dan untuk mendapatkan informasi pada era digital saat ini. Instagram merupakan platform yang sangat populer untuk berpartisipasi dalam debat politik dan berbagi foto dan video. Instagram adalah platform yang sangat populer yang mampu menyediakan ruang bagi penggunaannya untuk berbagi foto dan video serta berpartisipasi dalam debat politik. Fenomena ini semakin relevan saat Pemilihan Umum Indonesia 2024, karena interaksi sosial di media sosial dapat memengaruhi opini publik dan perilaku politik. Instagram memungkinkan pengguna terlibat secara aktif dalam perdebatan politik dengan fitur interaktifnya seperti komentar, likes, dan cerita. Meskipun platform ini dapat membantu menyebarkan informasi politik secara cepat dan luas, mereka juga dapat menjadi tempat subur untuk hoaks dan disinformasi. Instagram memiliki kemampuan untuk membentuk persepsi dan sikap politik masyarakat, jadi

penting untuk memperhatikan dampak interaksi sosial di platform ini terhadap polarisasi politik. Polarisasi politik, yang ditunjukkan oleh perbedaan sikap dan perspektif politik yang semakin tajam di antara kelompok-kelompok tertentu, dapat sangat memengaruhi stabilitas sosial dan politik suatu negara. Dalam konteks Pemilu Indonesia 2024, sangat penting untuk memahami bagaimana interaksi sosial di Instagram memengaruhi polarisasi politik. Ini karena sangat penting untuk menemukan strategi yang dapat mengurangi kemungkinan konflik dan mendorong percakapan konstruktif.

Dalam interaksi dengan seseorang atau kelompok sosial, pemahaman tentang tindakan sosial mereka merupakan hal penting yang ingin dicapai. Proses interaksi sosial yang dinamis terdiri dari hubungan antara individu dan kelompok manusia. Tentunya interaksi sosial akan terjadi dengan teratur dan tertib apabila setiap individu dalam masyarakat bertindak sesuai dengan konteks sosial masing-masing, contohnya jika setiap individu bertindak sesuai dengan kedudukannya dalam masyarakat dan tidak bertentangan dengan norma yang berlaku (Puji Lestari et al., 2013). Instagram merupakan platform media sosial saat ini yang paling populer dimana dengan platform ini memungkinkan setiap pengguna mengunggah foto serta melihat unggahan orang lain. Platform Instagram dianggap sebagai media sosial era digital yang memiliki potensi besar (Putu et al., 2021).

Polarisasi, sebagai fenomena sosial-politik yang kompleks dan selalu berubah, telah ada sejak awal sistem politik modern. Ini berlaku untuk semua sistem politik demokratis, meskipun perdebatan baru-baru ini tentang masalah ini sebagian besar berfokus pada demokrasi. Terutama di Indonesia, polarisasi politik telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir, menuju subjek yang telah dibahas secara mendalam dalam ilmu politik. Alam demokrasi di Indonesia saat ini menghadapi banyak tantangan. Dilihat dari sejarah Indonesia, polarisasi politik telah ada sejak lama antara Partai Islam, Partai Nasionalis, dan Partai Komunis. Setelah bertahun-tahun mereda, itu kembali bangkit ketika Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2014, yang menimbulkan polarisasi politik karena rivalitas politik. Seperti halnya konflik dalam masyarakat, polarisasi politik adalah sesuatu yang akan ada dalam suatu proses demokrasi (Fernando et al., 2022). Pemilihan umum adalah proses pemilihan mereka yang akan menjabat sebagai pemimpin negara. Pemilihan umum adalah cara untuk menunjukkan bahwa sebuah negara menganut sistem demokrasi dan juga sebagai cara nyata untuk menerapkan demokrasi itu sendiri. Salah satunya adalah memanfaatkan hak pilih secara kolektif dalam pemilihan umum. Menurut Sarbaini (2015:107), pemilihan adalah tempat di mana rakyat bersaing untuk memilih pemimpin atau wakil mereka di pemerintahan. Secara umum, pemilihan adalah proses pemilihan yang dilakukan oleh warga negara dan dapat dianggap sebagai hak warga negara untuk memilih wakil pilihannya di pemerintahan (Anggara, 2019).

#### **Rumusan Masalah:**

1. Bagaimana pola interaksi sosial pengguna Instagram selama masa kampanye Pemilu 2024 di Indonesia?
2. Apa faktor yang mendorong terjadinya polarisasi politik di Instagram selama Pemilu 2024?
3. Sejauh mana interaksi sosial di Instagram mempengaruhi sikap dan perilaku politik pengguna selama Pemilu 2024?
4. Bagaimana dampak negatif polarisasi politik yang dipicu oleh interaksi sosial di Instagram terhadap stabilitas sosial di Indonesia?
5. Apa saja strategi yang dapat diterapkan untuk mengurangi dampak negatif polarisasi politik di Instagram selama Pemilu 2024?

Tujuan dari penelitian ini antara lain untuk menganalisis bagaimana interaksi sosial di Instagram berkontribusi pada polarisasi politik selama kampanye Pemilu 2024. Dengan melihat bagaimana interaksi dan konten yang dibagikan di Instagram, penelitian ini akan menemukan komponen yang berkontribusi terhadap polarisasi politik dan memberikan saran untuk mengurangi efek negatifnya. Studi ini juga akan memberikan pemahaman mengenai peran media sosial dalam dinamika politik saat ini di Indonesia dan bagaimana hal itu dapat berkontribusi pada demokrasi serta partisipasi politik masyarakat. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi akademis yang signifikan ke bidang komunikasi politik dan media sosial. Selain itu, akan memberikan data empiris yang relevan bagi aktivis, pembuat kebijakan, dan masyarakat luas untuk membantu mereka memahami dan mengelola dinamika politik di era digital. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menunjukkan masalah yang dihadapi tetapi juga menawarkan solusi untuk mengubah lingkungan politik Indonesia menjadi lebih inklusif dan berkelanjutan.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam untuk dapat mengeksplorasi dan menganalisis dampak interaksi sosial di Instagram terhadap polarisasi politik pada Pemilu 2024 di Indonesia serta kajian literatur sebagai data pendukung. Metode ini dipilih untuk memberi pemahaman yang mendalam dan komprehensif mengenai pengalaman, pandangan, dan persepsi pengguna Instagram terkait interaksi politik yang terjadi di platform tersebut. Penelitian ini dirancang sebagai studi kasus yang berfokus pada Pemilu 2024 di Indonesia. Studi kasus memungkinkan penelitian ini untuk mengkaji fenomena polarisasi politik secara kontekstual dan detail dalam satu periode waktu tertentu. Pendekatan kualitatif memberikan keleluasaan untuk menggali pengalaman subyektif dan narasi yang kaya dari para partisipan. Selain itu, pendekatan kualitatif dapat digunakan untuk menjelaskan temuan dari berbagai jenis penelitian (Alshenqeti, 2014). Untuk melakukan tinjauan literatur yang terarah, prosedur pencarian literatur yang jelas sangat penting. Weissler (1994) mengatakan bahwa wawancara dalam penelitian ilmu sosial sangat penting. Penelitian kualitatif biasanya melibatkan wawancara sebagai bagian penting dari desain penelitian karena penelitian ini cenderung memberikan deskripsi rinci tentang individu dan peristiwa dalam latar alamiahnya. Cara terbaik untuk mendapatkan dan mempelajari konstruksi semacam itu adalah dengan berbicara dengan orang-orang, menurut Kvale (1996). Ini karena peristiwa semacam itu tidak sering "dapat diamati" secara langsung. Lebih khusus lagi, pewawancara memiliki kemampuan untuk meminta jawaban yang lengkap dan jelas serta mempelajari masalah yang mungkin muncul karena wawancara bersifat interaktif. Oleh sebab itu, wawancara adalah alat pengumpulan data yang lebih naturalistik dan tidak terlalu terstruktur, diharapkan mereka dapat memperluas cakupan pemahaman tentang fenomena yang diteliti (Alshenqeti, 2014).

No	Judul Penelitian Dan Nama	Metode Penelitian	Hasil
1	Media Sosial Menjadi Strategi Politik Masa Kini (Hutabarat, 2024)	Kualitatif	Media sosial telah terbukti sangat penting untuk kampanye politik dan menyebarkan informasi politik.
2	Penerimaan Generasi Z terhadap Polarisasi Politik (Fathurochman & Tutiasri, 2023)	Kualitatif	Generasi Z menyadari kemungkinan adanya polarisasi politik menjelang Pemilu 2024, baik di internet maupun di dunia nyata. Generasi Z juga percaya bahwa polarisasi politik adalah sesuatu yang pasti terjadi di setiap negara demokrasi yang mengadakan pemilihan pemimpin.
3	Penggunaan Media Sosial Oleh Peserta Pemilu Pada Masa Tenang (Pelanggaran Pemilu Atau Kebebasan Berekspresi) (Rizky Suling et al., 2024)	Kualitatif	Peran media sosial sebagai alat kampanye selama pemilu semakin meningkat dari beberapa pemilu terakhir, menunjukkan kemajuan masyarakat di era komputer dan internet yang cepat.
4	Cebong Kampret: The Polarizing Election Algorithm Cebong Kempret: Algoritma Pemilu yang Mempolarisasi (Sianipar, 2024)	Kualitatif	Polarisasi terjadi dengan pemanfaatan media sosial digital untuk menciptakan trending topik melalui bantuan <i>buzzer</i> melalui <i>media agency</i>
5	Kontestasi Wacana Politik Identitas Dalam Ruang Digital Menjelang Pemilihan Gubernur Sulawesi Tenggara (Iriyani Astuti Arief et al., 2023)	Kualitatif	Perdebatan terjadi diruang media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk memberikan komentar-komentar terhadap paslon yang didukung dengan perbedaan latarbelakang suku.

**Tabel 1.0. Sumber Literatur**

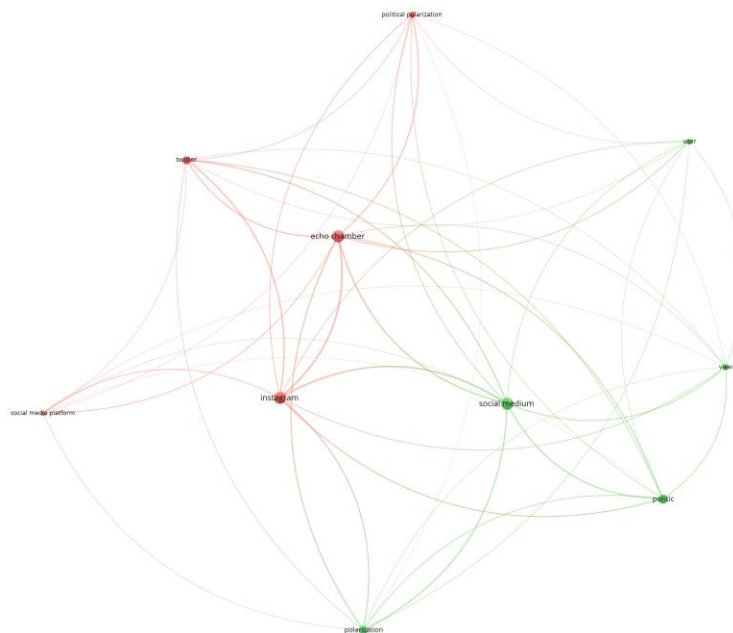
Partisipan dalam penelitian ini adalah pengguna aktif Instagram di Indonesia yang terlibat dalam diskusi politik selama masa kampanye Pemilu 2024. Pemilihan partisipan dilakukan secara tidak terstruktur terhadap lima informan untuk memastikan bahwa mereka memiliki pengalaman yang relevan dengan topik penelitian. Kriteria partisipan meliputi: Pengguna aktif Instagram dengan minimal 300 pengikut; Pernah berpartisipasi dalam diskusi

politik di Instagram dalam 6 bulan terakhir; Pengguna yang aktif berpartisipasi dalam Pemilu 2024 di Indonesia; Pengguna yang memiliki pengalaman yang relevan dengan polaritas politik; Beragam afiliasi politik untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas. Jumlah partisipan yang diwawancarai ditargetkan antara lima orang, atau hingga mencapai titik jenuh data (*data saturation*), di mana wawancara tambahan tidak lagi memberikan informasi baru yang signifikan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan secara tatap muka atau melalui panggilan video. Setiap wawancara berdurasi antara 60 hingga 90 menit. Panduan wawancara disusun untuk memastikan cakupan topik yang relevan, namun tetap fleksibel untuk memungkinkan eksplorasi lebih lanjut berdasarkan respons partisipan. Topik wawancara meliputi: Pengalaman partisipan dalam berinteraksi di Instagram terkait politik; Jenis konten politik yang sering dibagikan dan direspon; Persepsi terhadap polarisasi politik di Instagram; Dampak interaksi sosial di Instagram terhadap sikap dan perilaku politik mereka; Saran dan rekomendasi untuk mengurangi polarisasi politik di Instagram.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Ringkasan Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data yang disaring dengan beberapa metode dan berdasarkan pencarian serta penyeleksian literatur, terdapat 5 sumber literatur. Selain itu, pendekatan kualitatif dapat digunakan untuk menjelaskan temuan dari berbagai jenis penelitian (Snyder, 2019). Protokol pencarian literatur yang didefinisikan dengan baik sangat penting untuk melakukan tinjauan literatur yang terarah; protokol ini harus memastikan bahwa analisis dilakukan secara sistematis, jelas, dan berlaku untuk analisis atau penelitian lainnya. Secara umum terdapat dua *cluster* kata kunci pada data penelitian. Gambar 1 menyajikan ilustrasi jaringan kata kunci berdasarkan data penelitian ini.



**Gambar 1.0. Cluster Kata Kunci Penelitian**

Dalam rangka mendukung penelitian ini, dilakukan wawancara tidak terstruktur terhadap lima informan. Ketiga informan memberikan respon atas perilaku dan pengalaman menggunakan media sosial Instagram dalam konteks pelaksanaan Pemilu 2024 di Indonesia.

Nama	Usia	Pekerjaan	Hasil Wawancara
Novi	35	Karyawan Swasta	Saya cukup sering membaca informasi kampanye dari Instagram. Seperti misalnya paslon yang saya dukung, setiap ada tokoh atau artis tanah air yang juga merupakan pendukung paslon tersebut, maka biasanya feed Instagram artis bersangkutan juga muncul di Instagram saya. Secara pribadi saya cukup menikmati menggunakan Instagram atau media sosial untuk mencari informasi. Terkadang berita yang saya temukan atau saya konsumsi di sosial media menjadi referensi bahan diskusi dengan teman atau kolega di kantor atau di dunia nyata. Saya menyadari sekali bahwa penyebaran berita viral dan kampanye politik via sosial media sangatlah massive dan beredar sangat cepat. Visual penyampaian kampanye dengan lagu, hashtag, maupun video atau gaya joget yang disebarakan melalui media sosial, sangat efektif dalam meningkatkan follower politik. Saya pikir itu wajar di masa teknologi seperti sekarang ini.
Jon	38	Karyawan Swasta	Saya mengikuti perkembangan kampanye paslon Pemilu 2024 melalui YouTube dan Instagram. Konten-konten yang muncul di Instagram, kebanyakan mengulang dan muncul baik dalam bentuk feed maupun reels/short video. Secara pribadi saya kerap menonton cuplikan video yang menunjukkan paslon yang saya dukung, dan memang sering muncul sebagai rekomendasi video atau feed yang dapat saya baca dan sebarluaskan atau kirimkan ke beberapa teman saya yang terhubung di Instagram. Saya berpikir bahwa keamanan data Instagram maupun algoritme mesin pencarian sangatlah mengikuti preferensi saya sebagai pengguna baik Instagram maupun YouTube. Saya sering merasa seperti di-stalk oleh internet. Namun, untuk informasi yang saya konsumsi secara digital tidak semuanya saya percaya, terkadang saya menonton hanya untuk mengisi waktu atau mencari informasi.
Soleh	45	Supir	Saya sering menghabiskan waktu menonton berita atau membaca informasi kampanye di sosial media maupun di internet atau berita-berita online. Menurut saya, cara kampanye tersebut ringan dan sangat mudah dinikmati dan ditonton masyarakat. Kebanyakan berita memang bentuknya viral dan mengulang, terjadi dalam durasi atau periode waktu tertentu, kemudian bisa menceritakan rangkaian kampanye atau kegiatan yang sedang dilakukan oleh paslon maupun artis-artis pendukungnya.
Hendra	39	Karyawan Swasta	Pada Pemilu 2024, saya menonton dan membaca berita terkait proses kampanye, informasi capres dan caleg secara digital melalui media sosial antara lain platform Instagram, Facebook, YouTube dan platform berita online seperti detik.com. Perbedaan Pemilu sebelumnya dengan Pemilu 2024, memang sangat signifikan, karena saya sebagai masyarakat dipaparkan kampanye dan pemberitaan terkait pemilu 2024 secara lebih personal yang intensif melalui media sosial. Pemberitaan dalam bentuk video reels serta info grafik sangat memberikan pengaruh terhadap keputusan saya memilih paslon pada Pemilu 2024.
Tari	30	Karyawan Swasta	Saya cukup aktif menggunakan media sosial seperti Instagram dan Twitter (X). Diantara kedua platform tersebut, saya dengan mudah mendapatkan informasi Pemilu 2024. Bentuk informasinya cukup beragam, terutama di platform Instagram. Instagram Feed, Instagram Story dan Reels adalah sumber informasi utama yang bisa saya akses

Nama	Usia	Pekerjaan	Hasil Wawancara
			<p>untuk mengikuti perkembangan politik pemilu 2024 di Indonesia. Keputusan saya dalam menentukan kandidat paslon yang saya pilih, dipengaruhi oleh konten-konten yang saya lihat di media Instagram karena konten tersebut sangat <i>up to date</i> dan sesuai dengan pandangan saya. Saya melakukan eliminasi terhadap akun-akun Instagram yang mencoba menyudutkan paslon yang saya ingin pilih, meskipun saya memiliki perbedaan pandangan dan pilihan paslon dengan keluarga saya sendiri yang memicu perpecahan dan konflik dalam komunikasi keluarga.</p>

**Table 2.0. Hasil Wawancara**

Dari hasil wawancara tersebut, ditemukan kesamaan atau hasil bahwa pengguna sosial media dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai kampanye politik. Umumnya akun pengguna akan menampilkan *suggestion* berita yang identik dengan pasangan calon presiden dan waktu presiden yang akan dipilih atau yang sering dicari tahu perkembangan beritanya di jejaring sosial atau melalui mesin pencarian. Hal ini menunjukkan bahwa adanya ketergantungan informasi terhadap apa yang dipaparkan sosial media Instagram, baik untuk didiskusikan lebih lanjut, dicari tahu lebih lanjut, ataupun hanya untuk menambah informasi.

**Peran Media Sosial dalam Diskursus Politik**

Media sosial memiliki peran yang besar dalam diskusi politik, mengubah cara politisi, pemerintah, dan masyarakat berkomunikasi. Salah satu peran media sosial terhadap wacana politik adalah memperkuat eksistensi suara atau pandangan. Lanskap media digital membuka jalan bagi masyarakat untuk saling memberikan pengaruh, sekaligus memberdayakan pihak-pihak yang termotivasi untuk berpartisipasi dalam mencari atau menyebarkan informasi, membuat konten, dan mengekspresikan diri mereka sendiri (Kleis Nielsen & Ganter, 2018). Banyak organisasi media memanfaatkan peluang yang diciptakan dengan maraknya pencarian dan media sosial. Redaksi-redaksi dari berbagai organisasi media mulai semakin sering bekerja dengan optimasi mesin pencarian, serta menaruh perhatian khusus atas keterlibatan audiens atau pengguna media sosial dalam pencarian informasi tertentu (Dick, 2011).

Salah satu pembahasan yang menjadi perhatian media adalah isu-isu atau pemberitaan mengenai politik dan pemerintahan. Diskursus politik adalah kumpulan percakapan tentang kekuasaan, pemerintahan, kebijakan publik, dan proses politik (Miller, 1990). Diskursus ini mencakup segala bentuk komunikasi, mulai dari pidato resmi dan debat publik hingga komentar dan diskusi di media sosial yang tidak resmi. Foucault menyatakan bahwa diskursus mencakup lebih dari sekedar kata-kata, itu juga mencakup struktur dan aturan yang mengatur pemikiran dan pernyataan yang dapat diterima dalam konteks tertentu (Miller, 1990). Diskursus politik mengubah cara masyarakat melihat masalah politik dan bagaimana orang berinteraksi dengan sistem politik suatu negara.

Media, dalam konteks ini adalah media sosial, memiliki peran membentuk dan menyebarkan diskursus politik. Media dianggap sebagai “panggung” komunikasi di mana berbagai perspektif politik disajikan dan diperdebatkan (Miller, 1990). Selama beberapa waktu, media konvensional, termasuk surat kabar, televisi, dan radio, telah menjadi sumber utama informasi politik. Namun, cara masyarakat berinteraksi dengan informasi politik telah sangat berubah sejak munculnya media digital dan platform media sosial (Dick, 2011). Castells menyatakan bahwa media digital telah mengubah dunia komunikasi politik dengan memberikan akses informasi yang lebih luas dan lebih cepat serta memungkinkan partisipasi masyarakat yang lebih besar (Castells, 2009). Platform seperti Instagram, termasuk lainnya seperti YouTube, X (dahulu dikenal dengan Twitter) memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi secara aktif dalam diskursus politik, baik dengan membagikan konten, memberikan komentar, atau terlibat dalam diskusi langsung. Hal ini menciptakan ruang publik virtual di mana berbagai pandangan dapat bertemu dan berkembang. Shirky menekankan bahwa media sosial berperan sebagai suatu alat atau medium yang kuat untuk mobilisasi atau penyebaran informasi politik dan partisipasi publik, media sosial memungkinkan penggunaannya untuk menyampaikan pendapat mereka dan membentuk, serta mempengaruhi opini publik (Shirky, 2011).

**Alogaritme dan Bias Politik dalam Pembahasan Politik di Media Sosial**

Algoritme media sosial memainkan peran penting dalam mengkurasi dan menyajikan konten kepada penggunanya. Algoritme dirancang untuk meningkatkan keterlibatan pengguna dengan menampilkan konten yang

relevan dan menarik berdasarkan data yang dikumpulkan dari interaksi pengguna sebelumnya. Namun, dalam konteks politik, algoritme dapat menciptakan diskursus politik dan polarisasi masyarakat. Algoritme pada platform media sosial seperti Instagram menggunakan metrik seperti likes, shares, komentar, serta durasi menonton untuk menentukan seberapa relevan suatu konten terhadap penggunanya (Lee & Björklund Larsen, 2019). Algoritme dibuat untuk meningkatkan keterlibatan pengguna dengan menampilkan konten-konten yang menarik perhatian pengguna tersebut. Namun, hal ini mungkin menghasilkan “filter bubble” di mana orang atau pengguna hanya akan dipaparkan dengan konten yang sesuai dengan preferensi dan keyakinan mereka (Pariser, 2011).

Kurasi konten tersebut dapat membawa pengguna secara tidak sadar terisolasi dalam lingkungan informasi yang mendukung keyakinan mereka sendiri. Sementara, perspektif lain diabaikan atau dikecualikan. Pengguna media sosial akan cenderung mengonsumsi konten sesuai dengan keinginannya, bukan kebutuhannya. Fenomena ini dikenal dengan istilah “echo chamber” atau fenomena ruang gema (Dubois & Blank, 2018). Ruang gema tersebut dapat meningkatkan polarisasi dengan mengurangi paparan atau ketersediaan konten bagi pengguna yang mengandung argumen bertentangan dengan si pengguna, serta memperkuat keyakinan si pengguna yang sudah ada (Dubois & Blank, 2018). Algoritme meningkatkan bias politik dengan memprioritaskan konten yang sesuai dengan interaksi dan preferensi pengguna sebelumnya dalam ruang gema (Dubois & Blank, 2018).

Polarisasi politik adalah perbedaan politik yang semakin mendalam antara kelompok-kelompok yang berbeda. Media sosial dapat memperburuk polarisasi ini dengan mempromosikan konten yang ekstrem atau sensasional dan menciptakan ruang gema (Tucker et al., 2018). Seringkali, konten yang sensitif dan kontroversial mendapatkan lebih banyak perhatian, sehingga algoritme menyebarkannya lebih luas. Hal ini menyebabkan pandangan ekstrem menjadi lebih kuat dan mengurangi diskusi konstruktif antara kelompok-kelompok dengan pandangan berbeda (Interian et al., 2022).

### ***The User Engagement atau Keterlibatan Pengguna Media Sosial***

Keterlibatan pengguna media sosial Instagram (*user engagement*) adalah salah satu tujuan utama dari platform media sosial. Bagian ini menjadi salah satu faktor penentu algoritme yang digunakan oleh platform tersebut, dirancang untuk memaksimalkan waktu yang dihabiskan pengguna, interaksi dengan konten, dan keterlibatan keseluruhan. Dalam kaitannya dengan Pemilu 2024, hal ini menjadi salah satu medium yang dapat mendukung kesuksesan kampanye pasangan tertentu dan juga dapat menjadi alat yang mumpuni dalam pembentukan opini public terhadap pasangan tertentu.

Terhadap pandangan atau ideologi politik tertentu, komunikasi kampanye melalui media sosial Instagram memiliki peran antara lain sebagai berikut:

1. **Penguatan Bias Kognitif atau Bias Politik:** Ketika pengguna hanya terpapar pada informasi yang mendukung keyakinan mereka, bias kognitif seperti confirmation bias semakin diperkuat. Pengguna cenderung menolak informasi yang bertentangan dengan keyakinan mereka dan menerima informasi yang mendukung keyakinan mereka (Shirky, 2011). Hal ini dapat menyebabkan keyakinan politik mereka menjadi lebih ekstrim dan mereka menjadi kurang terbuka terhadap pandangan lain.
2. **Polarisasi Politik:** Penggunaan algoritme untuk meningkatkan keterlibatan melalui konten yang sesuai dengan preferensi politik seorang pengguna dapat menyebabkan polarisasi politik menjadi lebih buruk atau ekstrim. Pengguna yang sering terpapar pada pandangan yang sama cenderung mengembangkan perspektif yang lebih radikal dan ekstrim, yang memperdalam perbedaan ideologi politik di antara kelompok-kelompok (Tucker et al., 2018).
3. **Pembatasan Keberagaman Informasi:** Pengguna yang terjebak dalam filter bubble dan ruang gema tidak dapat mengakses banyak informasi, kecuali secara aktif dilakukan oleh si pengguna sendiri. Hal ini membatasi pemahaman mereka tentang masalah politik yang kompleks dan mengurangi kemampuan mereka untuk mengevaluasi informasi secara lebih kritis dan mendalam (Pariser, 2011). Pada akhirnya dapat menghambat pembicaraan politik yang efektif (Castells, 2009).

### **Proses Pembentukan Opini dan Keyakinan Politik melalui Interaksi Sosial di Instagram**

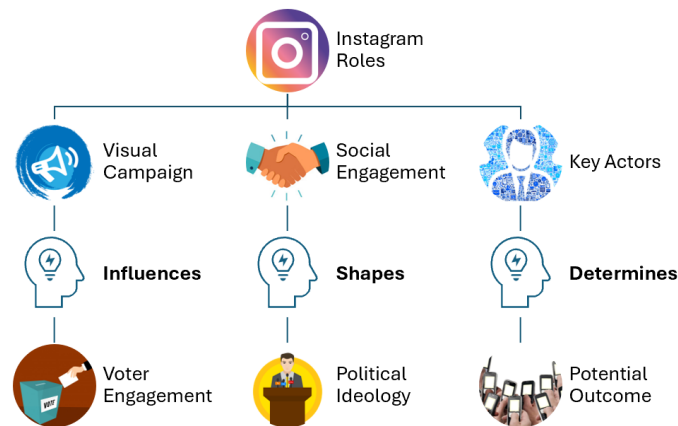
#### ***Fitur Instagram Berperan dalam Diskursus Politik***

Interaksi sosial melalui media sosial Instagram memainkan peran penting dalam pembentukan opini dan keyakinan politik pengguna (Bossetta & Schmökel, 2023). Fitur-fitur unik Instagram, seperti Stories, IGTV, Reels, hashtags, *influencers*, dan interaksi langsung melalui komentar dan likes, memfasilitasi diskursus politik yang dinamis dan visual (Putu Kurnia Dewi Lestari et al., 2023). Dalam jangka panjang, dapat terjadi pembentukan identitas politik,

polarisasi sosial, pengaruh pada perilaku pemilih, normalisasi politik visual, pembentukan opini publik, dan ketahanan terhadap desinformasi (Bossetta, 2018).

Beberapa fitur dalam Instagram yang memiliki peran dalam diskursus politik tersebut antara lain:

1. **Stories:** Fitur stories memungkinkan setiap pengguna untuk dapat berbagi foto maupun video dan akan bertahan dalam penayangan 1x24 jam. Dalam konteks politik, fitur ini sering digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan politik, kampanye, dan informasi dengan cepat. Stories memungkinkan pengguna untuk mendapatkan informasi secara instan dan visual, yang sering kali lebih menarik dan mudah diingat dibandingkan dengan teks panjang. Salah satu kekurangan dalam fitur ini adalah keterbatasan durasi konten. Dalam hal dipergunakan untuk konteks kampanye atau penyebaran informasi, terkadang fitur stories dapat menjadi kurang akurat karena tidak memuat konten dengan lengkap.
2. **IGTV dan Reels:** IGTV dan Reels memberikan platform bagi konten video yang lebih panjang dan dinamis. Politisi dan influencer politik sering menggunakan fitur ini untuk berbagi pidato, debat, atau pandangan mereka tentang isu-isu politik. Video ini dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan lebih muda yang mungkin tidak tertarik pada media tradisional.
3. **Hashtags:** Hashtags memungkinkan pengguna untuk mengelompokkan dan menemukan konten berdasarkan topik tertentu. Dalam konteks Pemilu 2024, hashtags seperti #Pilpres2024 atau #Pemilu2024 dapat digunakan untuk mengkonsolidasikan diskursus politik di satu tempat, memudahkan pengguna untuk menemukan informasi yang relevan dan berpartisipasi dalam diskusi yang sedang tren.
4. **Influencers:** *Influencers* di Instagram memiliki pengaruh besar terhadap pengikut mereka. Mereka sering kali digunakan oleh partai politik atau kandidat untuk mempromosikan agenda politik mereka. Influencers dapat mengubah atau membentuk opini publik melalui endorsement atau kampanye yang terlihat organik dan autentik.
5. **Komentar dan Likes:** Fitur komentar dan likes memungkinkan interaksi langsung antara pengguna. Pengguna dapat mengomentari postingan politik dan menunjukkan dukungan atau ketidaksepakatan mereka melalui likes. Hal ini menciptakan diskursus yang interaktif dan dinamis, di mana pandangan yang berbeda dapat diutarakan dan dibahas. Fitur inilah yang juga berpengaruh besar dalam penentuan algoritma pengguna sosial media dalam kurasi konten yang ditayangkan di akun pengguna masing-masing.



**Gambar 2. Konsep Peran Instagram dalam Keyakinan Politik**

### **Interaksi Sosial terkait Pemilu 2024 di Instagram**

Interaksi sosial melalui media sosial Instagram dalam konteks pembentukan opini dan keyakinan politik pengguna, antara lain sehubungan dengan pembentukan identitas politik, polarisasi, dan normalisasi politik visual (Bossetta & Schmøkel, 2023). Interaksi yang terjadi di Instagram dapat membantu dalam pembentukan identitas politik pengguna. Melalui eksposur yang terus-menerus terhadap konten tertentu, pengguna dapat mengembangkan keyakinan yang kuat terhadap partai politik, kandidat, atau ideologi tertentu (Putu Kurnia Dewi Lestari et al., 2023). Identitas politik ini kemudian menjadi bagian dari identitas pribadi pengguna yang lebih luas.



Sebagaimana yang telah dibahas sebelumnya, algoritme Instagram cenderung mempromosikan konten yang relevan dengan preferensi pengguna. Hal ini dapat memperkuat bias dan menciptakan ruang gema di mana pengguna hanya terpapar pada pandangan yang serupa. Dalam jangka panjang, hal ini dapat menyebabkan polarisasi politik yang lebih tajam dan segregasi sosial berdasarkan keyakinan politik tertentu (Bossetta, 2018; Bossetta & Schmøkel, 2023). Konten-konten yang dikomunikasikan melalui Instagram cenderung bersifat yang emosional dan persuasif dapat meningkatkan partisipasi politik dan memobilisasi pemilih. Selain itu, desinformasi yang tersebar melalui platform ini juga dapat memengaruhi keputusan pemilih, yang pada akhirnya juga mempengaruhi hasil pemilu (Putu Kurnia Dewi Lestari et al., 2023; Tucker et al., 2018). Dalam jangka panjang, penggunaan Instagram dan platform media sosial lainnya dapat mengubah cara masyarakat mengonsumsi informasi politik. Konten visual menjadi norma dalam komunikasi politik, menggeser fokus dari substansi dan debat yang mendalam ke presentasi *visual* dan *branding*. Hal ini dapat mengubah cara politisi menyampaikan pesan mereka dan bagaimana masyarakat memahami dan berinteraksi atas isu-isu politik (Shirky, 2011).

### Pemilu 2024 di Indonesia

Pemilu 2024 di Indonesia merupakan salah satu agenda penting dalam politik dan pemerintahan Indonesia. Sebagai negara demokratis, peran masyarakat menjadi sangat krusial dalam menentukan nasib bangsa. Pemilihan umum kali ini tidak hanya menentukan arah politik dan pemerintahan, tetapi juga mencerminkan bagaimana teknologi komunikasi, terutama media sosial seperti Instagram, memengaruhi dinamika politik dan opini publik. Instagram, dengan lebih dari 100 juta pengguna aktif di Indonesia, telah menjadi salah satu platform utama untuk kampanye politik dan diskusi publik. Instagram menyediakan berbagai fitur seperti Stories, IGTV, Reels, dan feed posting yang digunakan oleh politisi, partai politik, dan pendukung mereka untuk menyebarkan pesan kampanye, membangun citra, dan berinteraksi dengan pemilih (Rafiq, 2020).

Masyarakat dituntut untuk menjadi bijak dan cerdas, karena kemajuan teknologi komunikasi seperti Instagram tidak hanya bersifat informatif namun dapat menjadi celah pemanfaatan medium atau alat untuk menyebarkan informasi yang tidak benar. Penggunaan Instagram dalam Pemilu 2024 tidak hanya memberikan platform baru bagi kampanye politik tetapi juga mempengaruhi cara pemilih berinteraksi dengan informasi politik (I Putu Sastra Wingarta et al., 2021). Kehadiran media sosial ini memungkinkan penyebaran informasi yang lebih cepat dan luas, serta partisipasi yang lebih aktif dari masyarakat dalam diskursus politik (Lee & Björklund Larsen, 2019). Namun, hal ini juga membawa risiko polarisasi dan pembentukan ruang gema seperti yang telah dibahas dalam poin sebelumnya.

### Implikasi Pemaknaan Pemilu dalam Fase Kemajuan Teknologi Komunikasi

Kemajuan teknologi komunikasi, terutama dalam bentuk media digital dan internet, dalam konteks penelitian ini adalah Instagram, telah merevolusi cara informasi dikonsumsi dan disebarkan. Teknologi memungkinkan komunikasi yang lebih cepat, efisien, dan luas dibandingkan dengan metode tradisional. Beberapa aspek utama dari kemajuan teknologi komunikasi termasuk (Anwari et al., 2015; Fadli & Sazali, 2023):

1. **Digitalisasi Informasi:** Transformasi informasi ke dalam format digital memudahkan pengumpulan, penyimpanan, dan distribusi data secara cepat dan luas. Hal ini memungkinkan akses informasi yang lebih mudah dan cepat bagi pengguna di seluruh dunia. Apalagi, penampilan visual yang menarik dan beragam membuat pengguna media sosial lebih mudah menerima informasi.
2. **Internet dan Jaringan Sosial:** Internet telah menghubungkan orang-orang di seluruh dunia, memungkinkan komunikasi dan pertukaran informasi tanpa batas geografis. Dalam konteks Pemilu 2024, pemilih yang berada di Indonesia maupun di luar Indonesia, dapat mengakses informasi yang sama karena satu sama lain terhubung dengan platform media sosial seperti Instagram. Media sosial ini telah menciptakan ruang baru untuk berbagi berita, ide, dan opini.
3. **Mobile Application:** Penyebaran smartphone dan perangkat mobile lainnya telah mempermudah akses informasi di mana saja dan kapan saja. Aplikasi berita dan media sosial memungkinkan pengguna untuk mendapatkan update real-time tentang berbagai peristiwa.
4. **Algoritme dan Kecerdasan Buatan (AI):** Algoritme yang canggih dan kolaborasi dengan kemajuan kecerdasan buatan memungkinkan personalisasi konten, menyaring informasi yang relevan bagi setiap pengguna berdasarkan preferensi dan perilaku mereka. Ini meningkatkan efisiensi dan relevansi penyebaran informasi.

Di samping itu, kemajuan teknologi komunikasi Masyarakat memungkinkan peningkatan efisiensi waktu dalam penyebaran berita dengan cara-cara antara lain Real-Time Updates, Live Streaming (di dalam Instagram dikenal

dengan istilah live), dan penyebaran berita untuk menjadi viral misalnya dengan bantuan hashtag atau alat lainnya. Dalam konteks Pemilu 2024 di Indonesia, kemajuan teknologi komunikasi dan efisiensi waktu penyebaran berita memiliki dampak yang signifikan (Putu Sastra Wingarta et al., 2021; Nurcholis & Rizki Putra, 2020; Putu Kurnia Dewi Lestari et al., 2023). Beberapa contoh termasuk:

1. **Update Cepat Hasil Pemilu:** Pemilih dapat dengan cepat mengetahui perkembangan hasil pemilu tanpa harus menunggu laporan resmi dari media konvensional karena hasil pemilu dapat segera disebarkan melalui aplikasi berita dan media sosial setelah pemungutan suara.
2. **Kampanye Digital:** Kandidat dan partai politik dapat menggunakan media sosial dengan cepat untuk memulai kampanye mereka dan menjangkau pemilih di seluruh negeri. Jutaan orang dapat menerima pengumuman, dan informasi kegiatan kampanye secara langsung.
3. **Penangan Isu Kontroversial:** Kandidat politik dan partai politik dapat segera menanggapi masalah kontroversial atau peristiwa yang tiba-tiba terjadi dan berpotensi menciptakan keributan, melalui pernyataan yang diunggah di media sosial. Ini memungkinkan respons cepat dan pengendalian cerita publik.
4. **Partisipasi Publik (*user engagement*):** Pemilih dapat berpartisipasi dalam diskusi politik secara real-time berkat teknologi komunikasi. Melalui sesi live atau postingan media sosial, mereka dapat memberikan komentar, berbagi pandangan, dan bertanya langsung kepada kandidat.

## KESIMPULAN

Melalui penelitian yang dilakukan menghasilkan banyak temuan penting tentang bagaimana media sosial, terutama Instagram, membentuk dan memengaruhi polarisasi politik selama pemilu 2024 di Indonesia. Beberapa hasil utama penelitian ini antara lain: terjadinya Intensifikasi Polarisasi Politik dimana interaksi sosial di Instagram sebagian besar berkontribusi pada peningkatan polarisasi politik. Dengan memperkuat keyakinan mereka sendiri dan mengurangi eksposur terhadap perspektif alternatif, pengguna cenderung terlibat dalam kelompok-kelompok yang memiliki pandangan politik serupa. Selanjutnya adalah efek "*echo chamber*" di mana pengguna terus-menerus terpapar pada konten yang sejalan dengan pandangan politik mereka diperkuat oleh algoritma Instagram yang mengatur konten berdasarkan interaksi dan preferensi sebelumnya. Hal ini menyebabkan pandangan politik menjadi lebih terbatas dan polarisasi semakin meningkat. Influencer politik yang terdaftar di Instagram bertanggung jawab untuk membentuk opini publik dan mendukung narasi politik tertentu. Mereka dapat mempengaruhi persepsi dan sikap politik pengikut mereka secara signifikan melalui konten yang dikurasi dan dibagikan. Selanjutnya, Diseminasi Informasi dan Disinformasi yang terjadi melalui Instagram yang merupakan platform utama untuk diseminasi informasi, termasuk propaganda dan berita politik. Namun, disinformasi meningkat secara luas, yang dapat menyesatkan pengguna dan mempertajam polarisasi politik. Selanjutnya, Aktivisme dan Mobilisasi dalam Platform Instagram ini tidak hanya digunakan untuk menyebarkan informasi politik tetapi juga untuk mengatur aktivisme dan mobilisasi massa. Kampanye media sosial yang efektif memungkinkan gerakan politik untuk mendapatkan momentum dengan cepat. Sebagai penutup, melalui penelitian ini, Respons Pengguna terhadap konten politik di Instagram menjadi sangat emosional, dan sering menyebabkan perdebatan yang lebih sehat dan ketegangan politik yang meningkat.

## REKOMENDASI

Instagram berkontribusi secara signifikan terhadap polarisasi pemilu Indonesia 2024 dengan memungkinkan echo chambers, meningkatkan visibilitas konten politik, memperkuat pengaruh influencer, menyebarkan informasi palsu, dan meningkatkan intoleransi dan konflik online. Sangat penting bagi pengguna, pemerintah, platform, dan pihak terkait lainnya untuk bekerja sama untuk mengendalikan efek negatif dari peran Instagram dalam polarisasi politik. Melalui penelitian ini, penulis memberikan beberapa rekomendasi antara lain: Penguatan Pendidikan Digital dengan mendorong pengembangan program pendidikan digital yang membantu orang belajar menggunakan media dan berpikir kritis, khususnya tentang cara menggunakan konten politik di platform sosial seperti Instagram. Ini dapat membantu mengurangi penyebaran informasi palsu dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya mendapatkan informasi dari sumber yang terpercaya; Kolaborasi dengan Platform Sosial dengan mendorong kerja sama antara pemerintah, akademisi, dan platform media sosial untuk mengembangkan cara untuk mengurangi polarisasi politik di Instagram. Ini dapat mencakup meningkatkan transparansi algoritma, meningkatkan pemahaman pengguna tentang cara algoritma bekerja, dan mendorong konten yang beragam secara politik; Peran Aktivistis Digital dengan memanfaatkan peran aktivis digital dan masyarakat sipil untuk menyebarkan informasi yang akurat, mendorong

percakapan antara berbagai kelompok politik, dan mengimbangi cerita ekstrem di media sosial, aktivis digital dapat menjadi agen perubahan yang efektif dalam memerangi polarisasi politik dan memperkuat kesadaran akan pentingnya persatuan dalam demokrasi; Peningkatan Kesadaran Publik dengan melakukan Kampanye penyuluhan dan kesadaran publik tentang bahaya polarisasi politik yang disebabkan oleh interaksi sosial di Instagram dan media sosial lainnya. Hal ini dapat dicapai melalui seminar, penyuluhan, dan kampanye media sosial yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak dari penyebaran informasi yang salah dan polarisasi politik; Pengembangan Kode Etik untuk Pengguna dan Influencer dengan meminta influencer dan pengguna Instagram untuk membuat kode etik yang jelas tentang cara mereka menggunakan platform untuk kegiatan politik. Ada kemungkinan bahwa kode etik seperti ini akan memberikan garis besar tentang cara berinteraksi dengan konten politik, memberikan informasi yang akurat, dan mendorong percakapan yang konstruktif antara berbagai pihak. Diharapkan dengan menerapkan rekomendasi-rekomendasi tersebut, upaya untuk mengurangi polarisasi politik yang disebabkan oleh interaksi sosial di Instagram dan untuk meningkatkan kualitas diskusi politik online.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Para penulis menghaturkan terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberi pengetahuan dan kebijaksanaan untuk melakukan serta menyelesaikan penelitian ini. Tak luput kami ucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Irwansyah, atas arahan dan bimbingan yang memungkinkan para penulis dalam melakukan penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alshenqeeti, H. (2014). Interviewing as a Data Collection Method: A Critical Review. *English Linguistics Research*, 3(1). <https://doi.org/10.5430/elr.v3n1p39>
- Anggara, D. I. (2019). *ANALISIS STRATEGI POLITIK CALON KEPALA DESA INCUMBENT DALAM MENGHADAPI PEMILIHAN KEPALA DESA DI DESA BALONG TAHUN 2019*.
- Anwari, E., Devena, F., & Koerniawan, D. (2015). Perancangan Kampanye Etika Komunikasi pada Media Sosial. *Jurnal Telematika*, 10(2).
- Bossetta, M. (2018). The Digital Architectures of Social Media: Comparing Political Campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. Election. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 95(2), 471–496. <https://doi.org/10.1177/1077699018763307>
- Bossetta, M., & Schmökel, R. (2023). Cross-Platform Emotions and Audience Engagement in Social Media Political Campaigning: Comparing Candidates' Facebook and Instagram Images in the 2020 US Election. *Political Communication*, 40(1), 48–68. <https://doi.org/10.1080/10584609.2022.2128949>
- Castells, M. (2009). *Communication Power* (1st ed.). Oxford University Press Inc., New York.
- Dick, M. (2011). Search Engine Optimisation in UK News Production. *Journalism Practice*, 5(4), 462 - 477, 2011, 5(4), 462–477. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2010.551020>
- Dubois, E., & Blank, G. (2018). The Echo Chamber is Overstated: the Moderating Effect of Political Interest and Diverse Media. *Information Communication and Society*, 21(5), 729–745. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428656>
- Fadli, A., & Sazali, H. (2023). Peran Media Sosial Instagram @GREENPEACEID Sebagai Media Kampanye dalam Menjaga Lingkungan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(2), 209–222. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.32>
- Fathurochman, N. Y., & Tutiasri, R. P. (2023). *Penerimaan Generasi Z terhadap Polarisasi Politik*. <http://jiip.stkipyapisdempu.ac.id>
- Fernando, Z. J., Pratiwi, W., Perdana, P., & Saifulloh, A. (2022). *MODEL PENANAMAN NILAI-NILAI PANCASILA DALAM MENGHADAPI ANCAMAN POLARISASI POLITIK PEMILU 2024 DI INDONESIA*.
- Hutabarat, J. M. (2024). *Media Sosial Menjadi Strategi Politik Masa Kini*. 2(1), 204–214. <https://doi.org/10.59581/jpat.widyakarya.v2i1.2318>
- I Putu Sastra Wingarta, Berlian Helmy, Dwi Hartono, I Wayan Mertadana, & Reda Wicaksono. (2021). Pengaruh Politik Identitas terhadap Demokrasi di Indonesia. *Jurnal Lemhannas RI*, 9(4), 117–124. <https://doi.org/10.55960/jlri.v9i4.419>
- Interian, R., Marzo, R. G., Mendoza, I., & Ribeiro, C. C. (2022). *Network Polarization, Filter Bubbles, and Echo Chambers: An Annotated Review of Measures and Reduction Methods*. <https://doi.org/10.1111/itor.13224>

- Iriyani Astuti Arief, Indra Lestari, & Yunita Simatupang. (2023). KONTESTASI WACANA POLITIK IDENTITAS DALAM RUANG DIGITAL MENJELANG PEMILIHAN GUBERNUR SULAWESI TENGGRA. *Journal Publicuho*, 6(4), 1311–1324. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v6i4.272>
- Kleis Nielsen, R., & Ganter, S. A. (2018). Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms. *New Media and Society*, 20(4), 1600–1617. <https://doi.org/10.1177/1461444817701318>
- Lee, F., & Björklund Larsen, L. (2019). How should we theorize algorithms? Five ideal types in analyzing algorithmic normativities. In *Big Data and Society* (Vol. 6, Issue 2). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.1177/2053951719867349>
- Miller, S. (1990). Foucault on Discourse and Power. In *Theoria: A Journal of Social and Political Theory* (Issue 76).
- Nurcholis, A., & Rizki Putra, T. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa FISIPOL UGM. *Jurnal Universitas Gadjah Mada*, 2(1).
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble, What the Internet is Hiding From You*. The Penguin Press.
- Puji Lestari, I., Al Kautsar, M., & Tengah, J. (2013). *INTERAKSI SOSIAL KOMUNITAS SAMIN DENGAN MASYARAKAT SEKITAR*. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/komunitas>
- Putu, I., Permana, H., Ni, D., Ayu, K., & Pratiwi, N. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner pada Komunitas Online @deliciousbali. In *JUST-BEST: Journal of Sustainable Business and Management* (Vol. 1, Issue 1). doi. <https://globalresearcher.net/index.php/justbest/index>
- Putu Kurnia Dewi Lestari, N., Erviantono, T., & Wayan Radita Novi Puspitasari, N. (2023). *Analisis Strategi Komunikasi Politik Jaya Negara dalam Membentuk Political Branding Melalui Media Sosial Instagram*.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29.
- Rizky Suling, D., Kampus Unima, J., Tondano Selatan, K., Minahasa, K., & Utara, S. (2024). Penggunaan Media Sosial Oleh Peserta Pemilu Pada Masa Tenang (Pelanggaran Pemilu Atau Kebebasan Berekspresi) Justness |1. *Jurnal Hukum Politik Dan Agama*, 4(01).
- Shirky, C. (2011). The Political Power of Social Media. In *Foreign Affairs by the Council on Foreign Relations*.
- Sianipar, H. T. (2024). Cebong Kampret: The Polarizing Election Algorithm Cebong Kempret: Algoritma Pemilu yang Mempolarisasi. In *DIGICOMMTIVE : Journal of Communication Creative and Digital Culture* (Vol. 2, Issue 1).
- Tucker, J., Guess, A., Barbera, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., & Nyhan, B. (2018). Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3144139>