JURNAL BINCANG KOMUNIKASI
ISSN 2986-3678

THE ECHO CHAMBER EFFECT: ANALISIS SOSIOLOGIS PERAN ALGORITMA MEDIA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN SOLIDARITAS DAN POLARISASI KELOMPOK DI INDONESIA

Ahmad Mujammil Raza, Neima Aulia, Sopian
Program Studi Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta
**Corresponding Author:* amujammilr@gmail.com

Article History;
Submitted: *xxxx-xx-xx*
Revised : *xxxx-xx-xx*
Accepted : *xxxx-xx-xx*

Abstrak: Kehadiran massif media sosial, khususnya platform X, dalam diskursus politik di Indonesia telah menciptakan lingkungan informasi yang dikendalikan oleh algoritma. Fenomena tersebut menciptakan *echo chamber*, yang membuat pengguna terus-menerus terpapar pada konten yang meneguhkan opini mereka. Implikasinya, solidaritas internal kelompok (*in-group*) meningkat dan pada saat yang sama, polarisasi terhadap kelompok lain (*out-group*) juga semakin menguat Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara sosiologis peran ganda algoritma X dalam proses tersebut selama Pemilu Presiden 2024 selama periode 22 Maret sampai dengan 25 April 2024 . Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan desain studi kasus netnografi, data interaksi pengguna di platform X dikumpulkan dan dianalisis secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap kubu kontestan (secara berurutan, pasangan calon 1 Anies-Muhaimin, pasangan calon 2 Prabowo-Gibran, dan pasangan calon 3 Ganjar-Mahfud) berhasil membangun solidaritas internal melalui narasi unik seperti "K-Popfikasi", "Gemoy", dan "Sat Set". Pada saat yang sama, polarisasi diperparah oleh narasi serangan dan respons terbelah terhadap isu seperti film "Dirty Vote" yang secara implisit mengarah kepada pasangan calon 2 Prabowo-Gibran. Penelitian ini menyimpulkan bahwa efek *echo chamber* bukan sekadar fenomena teknis, melainkan telah menjadi kekuatan struktural yang secara fundamental membentuk realitas politik dan mengancam kohesi sosial di era digital.

Kata Kunci: *Echo Chamber*, Polarisasi Politik, Algoritma Media Sosial

Abstract: The massive presence of social media, particularly platform X, in political discourse in Indonesia has created an information environment controlled by algorithms. This trend sparks the creation of echo chambers, where users are consistently fed information that reinforces what they already believe, which has implications for strengthening in-group solidarity while increasing out-group polarization. This study aims to sociologically analyze the dual role of algorithm X in this process during the 2024 Presidential Election during the period from 22 March to 25 April 2024. Using a qualitative approach and netnography case study design, user interaction data on platform X was collected and thematically analyzed. The results showed that each contestant camp (respectively, candidate pair 1 Anies-Muhaimin, candidate pair 2 Prabowo-Gibran, and candidate pair 3 Ganjar-Mahfud) managed to build internal solidarity through unique narratives such as "K-Popfication", 'Gemoy', and "Sat Set". At the same time, polarization was exacerbated by attack narratives and divided responses to issues such as the "Dirty Vote" film that implicitly pointed to candidate pair 2 Prabowo-Gibran. This research concludes that the echo chamber effect is not just a technical phenomenon, but has become a structural force that fundamentally shapes political reality and threatens social cohesion in the digital age.

Keyword: Echo Chamber, Political Polarization, Social Media Algorithm

PENDAHULUAN

Kehadiran massif media sosial telah menggeser arena interaksi masyarakat Indonesia ke dalam sebuah ruang digital yang terintegrasi penuh dengan kehidupan sehari-hari. Namun, ruang interaksi ini bukanlah sebuah agora yang terbuka, melainkan sebuah lingkungan yang arsitekturnya dikendalikan oleh algoritma. Sistem ini, yang bertujuan memaksimalkan keterlibatan pengguna, secara inheren menciptakan apa yang oleh Pariser (2011) disebut sebagai "gelembung filter" (*filter bubble*), yang kemudian bermanifestasi sebagai "ruang gema" atau *echo chambers* (Sunstein, 2017). Di dalam ruang gema ini, individu secara konstan disuguhkan informasi yang mengafirmasi keyakinan mereka, sementara perspektif alternatif secara aktif disisihkan atau bahkan didiskreditkan.

Secara praktis, *echo chamber* adalah sebuah lingkungan informasi yang terisolasi di mana sebuah keyakinan diperkuat melalui repetisi dan validasi internal. Sebagai contoh, selama kontestasi politik elektoral di Indonesia, seorang pendukung Calon A akan cenderung melihat linimasanya dipenuhi oleh berita positif dan pujian yang mendukung Calon A, sementara konten mengenai Calon B yang muncul akan bersifat negatif atau menjadi bahan ejekan. Algoritma mempelajari preferensi ini dan terus menyajikan konten serupa, menciptakan persepsi bahwa "semua orang" mendukung Calon A. Hal yang sama persis terjadi pada pendukung Calon B di dalam ruang gemanya sendiri. Isolasi inilah yang menjadi fondasi bagi konsekuensi sosiologis yang mendalam dan bersifat dualistis. Di satu sisi, ia mampu memupuk solidaritas komunal yang kuat, di mana individu merasakan kohesi dan identitas bersama kelompoknya (*in-group*).

Dalam konteks pemilu di Indonesia, internet memudahkan para pendukung calon tertentu, yang mungkin tersebar secara geografis, untuk menemukan satu sama lain dan membentuk komunitas digital yang solid. Di dalam komunitas inilah interaksi mereka yang intens tidak hanya semakin mempolarisasi pandangan, tetapi juga dapat memicu ajakan untuk bertindak, baik secara daring maupun luring, demi mendukung calon yang mereka usung. Di sisi lain, mekanisme yang sama secara simultan mendorong polarisasi sosial dengan mempertegas batas dan sentimen negatif terhadap kelompok lain (*out-group*), sebuah fragmentasi yang menjadi karakteristik masyarakat jaringan (*network society*) (Castells, 1996). Proses fragmentasi ini pada dasarnya didorong oleh tiga komponen utama yang saling terkait: pertama, teknologi digital memfasilitasi munculnya komunitas yang terdiri dari individu-individu yang berpikiran sama; kedua, mereka semakin terisolasi dari informasi yang menantang keyakinan mereka; sebuah proses yang diperparah oleh ketiga, algoritma penyaringan. Kombinasi ketiga komponen ini menciptakan kondisi yang ideal bagi terjadinya polarisasi kelompok, sebuah fenomena yang digambarkan sebagai “tempat berkembang biak bagi ekstremisme” yang pada akhirnya ‘bahkan dapat membahayakan stabilitas sosial’ (Guess & Lyons, 2020).

Realitas polarisasi ini tecermin jelas dalam konteks Indonesia, di mana perdebatan publik menjadi semakin tajam, tidak hanya dalam isu politik, tetapi juga sosial dan budaya. Berangkat dari fenomena tersebut, berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji *echo chamber* dari beragam sudut pandang. Penelitian oleh Marco et al. (2021) menunjukkan adanya segregasi informasi di YouTube; maksudnya, pengguna cenderung terisolasi dalam 'gelembung' informasi di mana algoritma platform secara konsisten merekomendasikan konten yang sejalan dengan riwayat tontonan dan keyakinan mereka sebelumnya. Akibatnya, paparan terhadap sudut pandang yang berbeda atau berlawanan menjadi sangat terbatas, sehingga memperkuat polarisasi. Adapun kajian oleh Cinelli et al. (2020) membandingkan *echo chamber* di Facebook, X, dan Reddit, menyimpulkan bahwa polarisasi adalah produk interaksi antara dinamika sosial dan desain algoritmik. Dalam konteks Indonesia, penelitian oleh Mardianto

(2019) secara spesifik menjelaskan bagaimana ruang gema berperan memperkuat bias sosial dan ujaran kebencian.

Meskipun penelitian-penelitian terdahulu telah memberikan landasan teoritis yang kuat mengenai fenomena *echo chamber*, fokus kajiannya cenderung terbatas pada isu-isu spesifik. Sebagai contoh, studi oleh Marco et al. (2021) mendalami ruang gema dalam konteks pandemi COVID-19, sementara Cinelli et al. (2020) mengaitkannya dengan isu kesehatan kontroversial seperti vaksinasi dan aborsi. Dalam konteks lokal, penelitian Mardianto (2019) secara khusus menyoroti peran *echo chamber* dalam amplifikasi ujaran kebencian. Kesenjangan signifikan pun muncul, yakni minimnya analisis fenomena ini dalam konteks kontestasi politik elektoral terbaru di Indonesia. Penelitian ini mengisi kesenjangan riset dengan menganalisis dinamika polarisasi di media sosial X selama kontestasi Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024.

Lebih lanjut, kesenjangan penelitian juga teridentifikasi dari sisi pendekatan analitis. Hingga saat ini, belum banyak studi di Indonesia yang secara spesifik menggunakan kajian sosiologis untuk membedah proses dualistik dari *echo chamber*. Proses ini merujuk pada bagaimana algoritma media sosial tidak hanya berfungsi sebagai penguat solidaritas internal kelompok (*in-group solidarity*), tetapi juga secara simultan bekerja sebagai pendorong segregasi dan antagonisme terhadap kelompok luar (*out-group polarization*).

Untuk mengisi kekosongan analisis tersebut, penelitian ini akan memfokuskan analisisnya pada platform X (sebelumnya Twitter) selama periode 22 Maret sampai dengan 25 April 2024 yaitu masa kampanye pemilihan presiden 2024. Platform ini dipilih karena perannya yang sentral sebagai arena diskursus politik utama di Indonesia. Karakteristiknya yang terbuka, memiliki tempo interaksi yang cepat, dan berorientasi pada dialog publik menjadikan X sebuah "laboratorium sosial" yang ideal untuk mengobservasi bagaimana narasi yang saling bertentangan dikonstruksikan dan bagaimana polarisasi kelompok terjadi secara *real-time*.

Penelitian ini secara spesifik bertujuan untuk membongkar bagaimana mekanisme algoritma pada platform X bekerja dalam menciptakan dan memelihara lingkungan *echo chamber*, sekaligus menganalisis dampak sosiologisnya terhadap proses pembentukan solidaritas di dalam kelompok (*in-group*) dan kristalisasi persepsi terhadap kelompok lain (*out-group*) dalam konteks masyarakat Indonesia.

METODE

Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengupas makna, proses, dan konteks sosial dari fenomena *echo chamber* dan polarisasi yang dimediasi algoritma Berdasarkan filsafat positivisme, Sugiyono (2011) dalam Anggito dan Setiawan (2018) menjelaskan penelitian kualitatif berguna untuk penelitian dengan objek yang alamiah, peneliti dianggap sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel data dilakukan secara *purposive sampling* dan *snowball*, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi non-intrusif.

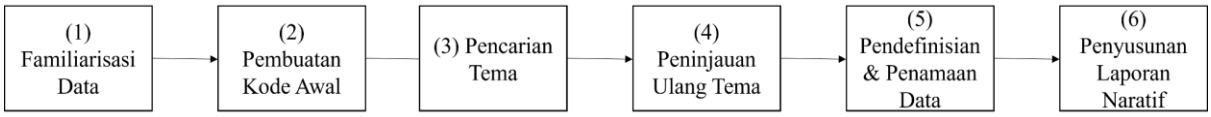
Secara spesifik, desain penelitian yang diadopsi adalah studi kasus netnografi. Pendekatan ini, sebagai adaptasi metode etnografi untuk ranah digital, dipilih karena kemampuannya untuk menyelidiki budaya, bahasa, dan interaksi sosial yang terjadi secara alamiah dalam komunitas daring (Kozinets, 2010;

Triyono, 2021). Kekuatan utama netnografi terletak pada sifatnya yang observasional dan non-intrusif. Hal ini menjadi sangat relevan karena fenomena *echo chamber* sering kali tidak disadari oleh individu di dalamnya, sehingga observasi pasif memungkinkan peneliti untuk menangkap dinamika otentik tanpa mempengaruhi perilaku subjek. Dengan demikian, desain ini selaras secara langsung dengan tujuan penelitian: melalui pengamatan otentik inilah peneliti dapat membongkar proses dualistik dari *echo chamber*, yakni bagaimana mekanisme pembentukan solidaritas *in-group* dan pendorong polarisasi *out-group* bekerja secara simultan dan alamiah dalam interaksi sehari-hari di media sosial.

Lokasi penelitian ini bersifat virtual, berpusat pada platform media sosial X (sebelumnya Twitter). Populasi penelitian adalah seluruh pengguna media sosial di Indonesia yang berpartisipasi aktif dalam diskursus publik mengenai isu sosial-politik yang dipilih sebagai kasus. Teknik *purposive sampling* (pengambilan sampel bertujuan) dipilih untuk menentukan sampel penelitian ini, mengingat besarnya cakupan populasi yang ada. Sampel akan dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu (1) akun yang secara eksplisit menunjukkan afiliasi pada salah satu kutub pasangan calon, (2) memiliki tingkat interaksi (balasan, suka, bagikan) yang tinggi, serta (3) aktif memproduksi dan menyebarkan konten yang relevan dengan isu selama periode waktu yang telah ditentukan (22 Maret - 25 April 2024).

Sumber data penelitian ini terbagi menjadi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan menggali langsung dari lokasi riset virtual, yang wujudnya adalah transkrip utuh dari unggahan, utas, komentar, balasan, serta konten visual (*meme*, infografis) dari sampel terpilih. Sementara itu, data sekunder digunakan sebagai pendukung dan pembanding, meliputi artikel berita dari media kredibel, laporan riset, dan jurnal ilmiah yang membahas isu terkait untuk memberikan konteks yang lebih luas. Sebagai instrumen utama dalam riset kualitatif ini, peneliti sendiri bertugas langsung sebagai pengamat, pengumpul data, sekaligus menjadi interpretator kunci dari seluruh temuan. (Sugiyono, 2017).

Pendekatan analisis data akan dilakukan secara induktif dan interpretatif. Seluruh data kualitatif yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik (*thematic analysis*) seperti yang dikembangkan oleh Braun & Clarke (2006). Proses ini meliputi beberapa tahapan sistematis: (1) familiarisasi data dengan membaca dan meninjau ulang seluruh transkrip secara mendalam; (2) pembuatan kode awal (*initial coding*) untuk menandai fitur-fitur data yang menarik; (3) pencarian tema (*searching for themes*) dengan mengelompokkan kode-kode yang relevan; (4) peninjauan ulang tema (*reviewing themes*) untuk memastikan validitas dan koherensinya; (5) pendefinisian dan penamaan tema secara final; hingga (6) penyusunan laporan naratif yang menginterpretasikan temuan. Sebagai penelitian kualitatif yang berfokus pada kedalaman makna, tidak ada uji statistik yang digunakan. Validitas temuan akan didasarkan pada kekayaan deskripsi, triangulasi sumber data, dan kekuatan argumentasi dalam menghubungkan data dengan kerangka konseptual sosiologi komunikasi.



Gambar 1. Visualisasi Metode

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian netnografi yang dilakukan pada platform X selama periode Pemilihan Umum Presiden 2024, diperoleh temuan mengenai manifestasi peran ganda algoritma dalam membentuk

solidaritas kelompok sekaligus mendorong polarisasi sosial. Temuan riset ini konsisten dengan studi sebelumnya, yang mengindikasikan bahwa platform media sosial pada dasarnya memfasilitasi pembentukan komunitas yang homogen secara ideologis. Riset menunjukkan bahwa pengguna di platform seperti X secara signifikan lebih mungkin menyebarkan pesan yang sesuai dengan posisi ideologis mereka, dengan sebagian besar interaksi politik terjadi di antara pengguna yang berpikiran sama. Fenomena ini menciptakan kondisi ideal bagi munculnya ruang gema (*echo chamber*), di mana individu lebih banyak terpapar pada pesan yang mendukung pandangan mereka (*pro-attitudinal*) dan semakin terisolasi dari informasi yang menentangnya (*counter-attitudinal*).

Fenomena pertama yang ditemukan secara menonjol adalah kekuatan platform X dalam memfasilitasi dan memperkuat solidaritas *in-group* untuk setiap kubu kontestan. Setiap kubu menunjukkan pemahaman mendalam terhadap audiensnya, melahirkan narasi dan identitas pembeda yang unik untuk membangun ikatan komunal. Pada kubu pasangan Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar, solidaritas ini terbangun melalui slogan afirmatif "AMIN Aja Dulu" dan diperkuat oleh program kampanye interaktif seperti "Desak Anies" dan "Slepet Imin". Program ini tidak hanya menjadi agenda resmi partai, tetapi juga diadopsi oleh para pendukung sebagai sebuah gerakan intelektual dan pendidikan politik yang otentik, bahkan diwacanakan menjadi model untuk kontestasi di level Pilkada.

Gambar 2. *Threads* Mengenai Desak Anies dan Slepet Imin
Sumber: x.com

Fenomena ini divalidasi oleh antusiasme para pendukung di X yang menganggap model kampanye tersebut sebagai cara menjaga kewarasan demokrasi.

Gambar 3. Pendapat Pengguna X Mengenai Desak Anies dan Slepet Imin
Sumber: x.com

Lebih jauh, muncul fenomena budaya "K-popfikasi" dimana para pendukung mengadopsi gaya *fandom* K-pop, menciptakan ikatan emosional dan rasa memiliki yang kuat.
Pendekatan berbeda terlihat pada kubu Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka, yang menjadikan narasi visual "Gemoy" sebagai kekuatan utamanya. Konsep ini secara efektif mengkomunikasikan citra kandidat dengan cara yang lebih personal dan menarik, sehingga berhasil membentuk ikatan emosional yang positif, terutama di kalangan pemilih muda. Didukung oleh yel-yel "Oke Gas Prabowo Gibran Paling Pas", narasi ini menjadi simbol pemersatu yang mudah disebarluaskan dalam bentuk *meme* dan konten video pendek.

Gambar 4. K-Popifikasi Paslon 2 Prabowo Gibran
Sumber: x.com

Para pendukung di X secara aktif mengadopsi dan menyebarkan persona "Gemoy" ini dalam unggahan mereka sebagai penanda identitas kelompok.

Gambar 5. Penggunaan Kata "GEMOY" pada *Threads*
Sumber: x.com

Adapun kubu Ganjar Pranowo-Mahfud MD memfokuskan pada pembangunan kohesi melalui slogan yang merepresentasikan etos kerja, seperti “Sat Set” dan “Gerak Cepat, Indonesia Unggul”.

Gambar 6. Penggunaan “Gerak Cepat” Pada Poster Paslon 3 Ganjar Mahfud
Sumber: x.com

Narasi ini diperkuat oleh unggahan serentak dari partai pendukung yang menekankan pengalaman dan komitmen kandidat.

Gambar 7. Penggunaan “Gerak Cepat” Pada Unggahan X PDI
Sumber: x.com

Di level pendukung, solidaritas ini termanifestasi dalam bentuk unggahan-unggahan yang seragam, menyatakan keyakinan dan harapan pada pasangan calon nomor urut 3 untuk mempertahankan demokrasi.

Gambar 8. Unggahan User X Dalam Mendukung Paslon 3
Sumber: x.com

Namun, di balik penguatan solidaritas internal tersebut, peneliti mengidentifikasi berbagai faktor yang secara sistematis mendorong polarisasi *out-group*. Ditemukan narasi serangan dan disinformasi yang ditujukan kepada setiap kandidat untuk menciptakan stereotip negatif. Kubu Anies diserang dengan isu politik identitas, kubu Ganjar dikaitkan dengan narasi oligarki, sementara kubu Prabowo-Gibran kerap diserang dengan isu nepotisme serta disajikan dalam bingkai yang merendahkan, seperti unggahan yang mengkritik pendukungnya saat berjoget.

Gambar 9. Unggahan User X Mengkritisi Kampanye
Sumber: x.com

Polarisasi ini juga memicu kecurigaan antar pengguna, di mana seorang pendukung yang mencoba bersikap akademis dapat langsung dituduh sebagai partisan oleh kelompok lain.

Gambar 10. Unggahan User X Mengkritisi Kampanye
Sumber: x.com

Puncak dari polarisasi afektif ini ter ilustrasi jelas dalam respons publik terhadap film dokumenter "*Dirty Vote*". Analisis percakapan di X menunjukkan film ini memecah audiens menjadi dua klaster digital yang saling berlawanan. Satu klaster mendukung narasi film dengan sentimen "kemarahan" dan "ketakutan" akan kecurangan, sementara klaster lain secara solid menolaknya. Sebuah unggahan yang mengajak untuk berkontemplasi melalui film tersebut pun segera dibingkai secara partisan melalui tagar oleh salah satu kubu, menunjukkan bagaimana sebuah isu netral dapat langsung ditarik ke dalam pusaran polarisasi.

Gambar 11. Unggahan User X Mengenai "*Dirty Vote*"
Sumber: x.com

Fenomena-fenomena ini dapat dianalisis secara sosiologis. Pembangunan solidaritas yang efektif pada setiap kubu merupakan manifestasi dari "ruang gema" dan "gelembung filter". Arsitektur algoritma X, yang dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan, secara konstan menyajikan konten yang mengafirmasi keyakinan pengguna, memperkuat identitas kolektif, dan mengisolasi mereka dari pandangan alternatif. Selanjutnya, perpecahan tajam dan sentimen negatif antar kelompok mencerminkan karakteristik "masyarakat jaringan". Dalam realitas ini, identitas sosial semakin dibentuk oleh afiliasi dalam jaringan digital yang terfragmentasi. Pembentukan klaster-klaster yang saling berlawanan, seperti pada kasus "*Dirty Vote*", adalah contoh sempurna dari fragmentasi tersebut, di mana kelompok membangun identitas mereka dalam oposisi terhadap kelompok lain.

Polarisasi ini juga dapat dipahami melalui konsep ikatan sosial. Gladwell (2010) berargumen bahwa media sosial dibangun di sekitar "ikatan lemah" (koneksi dengan kenalan, bukan teman dekat), yang umumnya tidak cukup kuat untuk memicu aktivisme berisiko tinggi. Akan tetapi, ikatan lemah justru fundamental dalam penyebaran informasi karena menghubungkan bagian-bagian jaringan yang berbeda. Hal ini menciptakan sebuah paradoks: meskipun secara teori kita terhubung dengan lebih banyak orang yang beragam, paparan terhadap opini yang berbeda sering kali bersifat insidental dan tidak cukup kuat untuk mengubah keyakinan, terutama karena sebagian besar konten yang kita lihat tetap berasal dari ikatan lemah yang cenderung lebih beragam secara ideologis dibandingkan ikatan kuat (keluarga, sahabat).

Pada akhirnya, peran sentral algoritma dalam proses ini tidak dapat diabaikan. Kekhawatiran yang diungkapkan Pariser (2011) menjadi sangat relevan; pertama, algoritma berpotensi meningkatkan kesenjangan partisipasi antara warga yang tertarik secara politik dengan yang tidak. Kedua, bagi mereka yang sudah memiliki preferensi partisan yang jelas, algoritma justru mengurangi kesempatan mereka untuk "mendengar dari sisi lain". Hasil dari proses ganda ini adalah sebuah masyarakat di mana pengalaman bersama yang diperlukan untuk berjalannya demokrasi yang sehat semakin terkikis. Dengan demikian, dapat ditarik pemahaman bahwa mekanisme personalisasi algoritma bersifat dualistis: ia efektif dalam menciptakan ruang untuk membangun solidaritas *in-group*, namun secara inheren juga menjadi mesin pendorong polarisasi *out-group* yang mempertajam perpecahan dalam struktur sosial masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis netnografi pada platform X selama Pemilu Presiden 2024, penelitian ini menyimpulkan bahwa efek *echo chamber* merupakan mekanisme sosiologis sentral yang membentuk dan mendistorsi lanskap diskursus politik. Efek ini bermanifestasi sebagai proses aktif dalam pembangunan realitas kolektif yang terpisah untuk setiap kubu. Setiap kelompok pendukung secara efektif menciptakan ruang gemanya sendiri melalui penggunaan narasi unik—seperti citra visual "Gemoy" yang diimplementasikan oleh pasangan calon 2 Prabowo-Gibran, etos kerja "Sat Set" yang diterapkan oleh pasangan calon 3 Ganjar-Mahfud, dan fenomena "K-popfikasi" yang melekat pada pasangan calon 1 Anies-Muhaimin —yang berfungsi sebagai penanda identitas dan perekat emosional. Di dalam ruang-ruang yang terkurasi oleh algoritma ini, keyakinan pengguna terus-menerus divalidasi dan diperkuat, sementara paparan terhadap pandangan alternatif diminimalkan.

Konsekuensi paling signifikan dari beroperasinya *echo chamber* ini adalah kristalisasi polarisasi afektif, dimana sentimen negatif dan kecurigaan terhadap *out-group* menjadi dominan. Hal ini terbukti secara gamblang pada respons publik terhadap film "*Dirty Vote*", di mana informasi yang sama diinterpretasikan secara diametral oleh klaster-klaster digital yang berlawanan, masing-masing dengan realitas dan kebenarannya sendiri. Fenomena ini menunjukkan bahwa *echo chamber* tidak hanya menyaring informasi, tetapi juga secara aktif membingkai makna dan mempolarisasi sentimen, mengubah diskursus publik menjadi arena pertentangan antar gelembung informasi yang sulit dipertemukan. Pada akhirnya, penelitian ini menegaskan bahwa efek *echo chamber* di era digital bukan lagi sekadar isu teknis-algoritmik, melainkan telah menjadi kekuatan struktural yang secara fundamental membentuk cara masyarakat memahami politik dan berinteraksi satu sama lain, sehingga mengancam fondasi ruang publik yang sehat dan demokratis.

DAFTAR PUSTAKA

Amendola, M., Cavaliere, D., De Maio, C., Fenza, G., & Loia, V. (2024). Towards echo chamber assessment by employing aspect-based sentiment analysis and GDM consensus metrics. *Online Social Networks and Media*, *39-40*, 100276. https://doi.org/10.1016/j.osnem.2024.100276

Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).

Carey, B., & Ventham, E. (2025). There is no fresh air: A problem with the concept of echo chambers. *Episteme*, 1–19. https://doi.org/10.1017/epi.2024.43

Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell, Cop.

Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The Echo Chamber Effect on Social Media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *118*(9), 1–8. PNAS. https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118

Eriyanto. (2022). *Metode Netnografi: Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Buda*. PT. REMAJA ROSDAKARYA.

Gatut Priyowidodo. (2022). *Monograf Netnografi Komunikasi: Aplikasi pada Tiga Riset Lapangan*. PT. RajaGrafindo Persada - Rajawali Pers.

Guess, A., & Lyons, B. (2020). Misinformation, disinformation, and online propaganda. *Cambridge University Press*. https://doi.org/10.1017/9781108890960

Halimatusa'diyah, I., & Adam, R. (2024). Political Buzzer Networks as Threat to Indonesian Democracy. *Iseas.edu.sg*, *2024*(No. 66). https://www.iseas.edu.sg/articles-commentaries/iseas-perspective/2024-66-political-buzzer-networks-as-threat-to-indonesian-democracy-by-iim-halimatusadiyah-and-ronald-adam/

Hartmann, D., Wang, S. M., Pohlmann, L., & Berendt, B. (2025). A systematic review of echo chamber research: comparative analysis of conceptualizations, operationalizations, and varying outcomes. *Journal of Computational Social Science*, *8*(2). https://doi.org/10.1007/s42001-025-00381-z

Iannone, A. (2024, February 14). *Social media and the 2024 election: right down to the buzzer*. Indonesia at Melbourne. https://indonesiaatmelbourne.unimelb.edu.au/social-media-and-the-2024-election-right-down-to-the-buzzer/

Indah Indainanto, Y., Cristwo Bangun, I., & Nasution, F. (2025). Political Framing: TikTok as Media in Shaping Public Opinion on Presidential Candidates in the 2024 Indonesia Presidential Election. *Journal Election and Political Parties JEPP*, *2*(1).

KAS Singapore & Digital Asia Hub. (2021, July 13). *The Industry of Political Buzzing in Indonesia and Its Impact on Social Media Governance*. Digital Asia. https://medium.com/digital-asia-ii/the-industry-of-political-buzzing-in-indonesia-and-its-impact-on-social-media-governance-303313e391f2

Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined* (2nd ed.). Sage Publications.

Machsunah, U., & Andriany, D. (2024a). Literature Review: The Function of Tiktok in the 2024 Presidential Election Campaign of the Republic of Indonesia. *Jurnal Polisci*, *1*(3), 112–121. https://doi.org/10.62885/polisci.v1i3.161

Machsunah, U., & Andriany, D. (2024b). Literature Review: The Function of Tiktok in the 2024 Presidential Election Campaign of the Republic of Indonesia. *Journal of Public Policy*, *1*(3), 112–121. https://doi.org/10.62885/polisci.v1i3.161

Mahmoudi, A., Jemielniak, D., & Ciechanowski, L. (n.d.). Echo Chambers in Online Social Networks: A Systematic Literature Review. *IEEEAccess*. https://doi.org/10.1109/ACCESS.2022

Marco, N. D., Cinelli, M., & Quattrociocchi, W. (2021). *JMIR Preprints Infodemics on Youtube: Reliability of Content and Echo Chambers on COVID-19*.

Mardianto. (2019). *PRASANGKA DAN UJARAN KEBENCIAN SIBER: PERAN POLA KOMUNIKASI DARING DAN ALGORITMA MEDIA SOSIAL (Ruang Gema dan Gelembung Informasi) Mardianto*.

Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press.

Peckham, S. (2023, April 13). *What are algorithms? How to prevent echo chambers*. Internet Matters. https://www.internetmatters.org/hub/news-blogs/what-are-algorithms-how-to-prevent-echo-chambers/

Rao, A., Morstatter, F., Hu, M., Chen, E., Burghardt, K., Ferrara, E., & Lerman, K. (2021). Political Partisanship and Antiscience Attitudes in Online Discussions About COVID-19: Twitter Content Analysis. *Journal of Medical Internet Research*, *23*(6), e26692. https://doi.org/10.2196/26692

Sari, Z. R., & Deslia, I. F. (2024). Implementation of Kpopfication in the campaign of presidential candidate Anies Rasyid Baswedan. *COMMICAST*, *5*(2), 96–111. https://doi.org/10.12928/commicast.v5i2.11424

Seah, N. (2024). *Democracy in the Digital Age: How Buzzer Culture is Stinging Indonesia's Democracy | New Perspectives on Asia | CSIS*. Csis.org. https://www.csis.org/blogs/new-perspectives-asia/democracy-digital-age-how-buzzer-culture-stinging-indonesias-democracy

Sharma, N., Liao, Q. V., & Xiao, Z. (2024). Generative Echo Chamber? Effect of LLM-Powered Search Systems on Diverse Information Seeking. *Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–17. https://doi.org/10.1145/3613904.3642459

Soderborg, S., & Muhtadi, B. (2023a, December 12). *Indonesia's polarisation isn't dead, just resting*. New Mandala. https://www.newmandala.org/indonesias-polarisation-isnt-dead-just-resting/

Soderborg, S., & Muhtadi, B. (2023b). Resentment and Polarization in Indonesia. *Journal of East Asian Studies*, 1–29. https://doi.org/10.1017/jea.2023.17

Sunstein, C. R. (2017). *Republic : Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.