

Pengaruh Algoritma Media Sosial Tik Tok Terhadap Pembentukan Opini Politik dan Polaritas Masyarakat Pada Masa Pilpres 2024

Muhammad Naufal^{1*}, Yulita Nilam Fridiyanti²
^{1,2}Universitas Wahid Hasyim Semarang

*Korespondensi: naufal5647@gmail.com

(Diterima oleh Dewan Redaksi: xx-xx-xxxx)
(Dipublikasikan oleh Dewan Redaksi: xx-xx-xxxx)

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pengaruh algoritma media sosial TikTok terhadap pembentukan opini politik dan polarisasi masyarakat selama Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis isi, studi ini menyoroti bagaimana sistem algoritme TikTok, yang beroperasi berdasarkan interaksi pengguna, mempersonalisasi konten politik dan membentuk pola konsumsi informasi secara selektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya menjadi media distribusi konten politik yang efektif bagi generasi muda, tetapi juga berperan dalam meningkatkan literasi politik serta mendorong partisipasi elektoral melalui penyajian konten yang ringkas, visual, dan kreatif. Namun demikian, sistem rekomendasi yang tertutup dan berorientasi pada keterlibatan tinggi turut memperkuat efek filter bubble dan echo chamber, yang memperdalam bias ideologis dan mempersempit ruang diskursus publik. Temuan ini menekankan pentingnya literasi digital dalam masyarakat serta perlunya transparansi algoritmik guna menjaga kualitas deliberasi politik dan demokrasi digital di era kontemporer.

Keywords: algoritma tiktok; polarisasi; pilpres 2024

Naufal & Yulita. 2025. Pengaruh Algoritma Media Sosial Tiktok Terhadap Pembentukan Opini Politik dan Polarisasi Masyarakat pada masa Pilpres 2024.

A. PENDAHULUAN

Pemilihan presiden adalah salah satu langkah politik penting dalam menjalankan demokrasi sebuah negara. Media sosial telah menjadi alat yang kuat untuk mempengaruhi masyarakat selama pemilihan presiden, dan merupakan salah satu platform yang digunakan untuk membahas masalah yang berkaitan dengan pemilihan presiden. Dalam kampanye online, media sosial juga menjadi alat penting untuk berinteraksi dengan calon pemilih. Dalam kampanye online 2024 ini, kandidat dapat mendapatkan dukungan dengan menampilkan citra publik yang positif. Untuk mendapatkan dukungan pemilih yang kuat, akan sangat penting untuk memahami bagaimana media sosial

membentuk persepsi publik. Namun, menurut (Hadi, 2018), kandidat akan menghadapi kesulitan dalam mengatur persepsi publik melalui media sosial karena kesadaran publik dan kritisme publik dapat meningkat setelah pengalaman pilpres sebelumnya. Kandidat harus mempertimbangkan apa yang mereka katakan untuk membangun kepercayaan publik dengan menjadi jujur, terbuka, dan responsif terhadap masalah yang diangkat oleh masyarakat melalui media sosial (Arianto, 2021).

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah mendorong transformasi yang signifikan dalam struktur kehidupan sosial. Salah satu dampak paling nyata terlihat dalam interaksi masyarakat yang kini semakin terdigitalisasi dan

berlangsung melalui medium virtual. Fenomena ini mencerminkan pergeseran dari interaksi konvensional menuju ruang digital yang lebih terbuka, cepat, dan terhubung secara luas, sekaligus menunjukkan bagaimana teknologi dapat digunakan menjadi instrumen penting dalam membentuk dinamika partisipasi politik masa kini. Media sosial seperti Facebook, X (sebelumnya Twitter), Instagram, dan TikTok kini tidak hanya menjadi ruang hiburan bagi masyarakat, melainkan juga dapat menjadi arena diskursus politik yang memengaruhi pembentukan opini publik dan proses demokratisasi di Indonesia (Wahyudi, 2018). Para aktor politik menggunakan media sosial sebagai media berkampanye politik dengan sangat beragam, dengan itu media sosial dapat menguntungkan para politisi tersebut dan merugikan para politisi dari partai politik lainnya (Deden Fahrudi, 2023). Fenomena ini mencerminkan munculnya apa yang disebut sebagai demokrasi digital, di mana ruang publik bertransformasi melalui medium digital yang bersifat terbuka.

Di balik kemudahan akses dan interaktivitas media sosial, terdapat sistem algoritma yang bekerja secara sistematis untuk menyeleksi dan merekomendasikan konten kepada pengguna berdasarkan data interaksi digital mereka seperti suka, komentar, dan waktu tayang. Mekanisme ini membentuk pengalaman digital yang terpersonalisasi, tetapi secara bersamaan menimbulkan risiko terbentuknya ruang informasi yang sempit dan homogen. Hal ini dikenal dengan istilah filter bubble dan echo chamber. Filter bubble adalah di mana pengguna cenderung hanya terpapar pada informasi yang sejalan dengan preferensi mereka, sehingga memperkuat bias kognitif dan mengurangi keberagaman perspektif, sedangkan echo chamber adalah di mana seseorang hanya melihat apa yang ingin mereka lihat, dan tidak ingin terpapar pada pandangan yang berbeda (Talitha Pandya, 2024).

Tiktok, dikenal sebagai Douyin di Tiongkok, merupakan platform jejaring sosial berbasis video pendek yang dirancang untuk menampilkan ekspresi kreatif, berbagi pengetahuan, serta berbagai momen

kehidupan. Aplikasi ini dikembangkan oleh ByteDance, sebuah perusahaan teknologi asal Beijing yang didirikan oleh Zhang Yiming pada tahun 2012. Tiktok pertama kali diluncurkan di pasar Tiongkok pada tahun 2016 dengan nama Douyin, dan mulai tersedia secara global pada tahun 2017 dengan nama Tiktok.

Kepopuleran Tiktok di kalangan generasi muda tidak terlepas dari fitur-fitur uniknya yang belum ditawarkan oleh platform media sosial lainnya, sehingga memungkinkan penggunaannya untuk mengekspresikan identitas dan kepribadian mereka secara lebih bebas dan kreatif. Kondisi ini dapat menjadi perhatian khusus dalam konteks polarisasi politik, yaitu keterbelahan masyarakat ke dalam kelompok ideologis yang ekstrem dengan minimnya ruang dialog. Penelitian yang dilakukan oleh (Khusnul Khatimah, 2024) menunjukkan bahwa polarisasi politik di Indonesia mengalami peningkatan, terutama dalam momentum kontestasi pemilu, di mana media sosial memainkan peran sentral dalam membentuk persepsi politik.

Menurut data terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, sekitar 73% dari total populasi Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial. Dari jumlah tersebut, sekitar 45% diantaranya menggunakan media sosial untuk mengikuti perkembangan politik dan berpartisipasi dalam diskusi politik online (Alen, 2023). Selain itu, survei dari Lembaga Survei Indonesia (LSI) pada tahun 2023 menunjukkan bahwa 30% responden mengaku pernah mengikuti kampanye politik melalui platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Tik-Tok, dan YouTube memungkinkan masyarakat di berbagai pelosok Indonesia untuk terlibat dalam diskusi publik secara langsung dan real-time. Hal ini meningkatkan keterlibatan warga dalam isu-isu politik yang mungkin sebelumnya hanya bisa diakses oleh kalangan tertentu yang memiliki akses terhadap media konvensional seperti televisi dan surat kabar.

Meskipun media sosial dapat memperluas akses partisipasi, algoritma yang bekerja di baliknya cenderung memprioritaskan konten dengan potensi keterlibatan tinggi

(high engagement), bukan kebenaran atau keberimbangan informasi. Akibatnya, ruang diskursus politik menjadi sempit, penuh dengan retorika populis, serta minim rasionalitas dan deliberasi publik (Suhendra, 2024). Dalam jangka panjang, fenomena ini tidak hanya mengancam kualitas demokrasi tetapi juga berpotensi mereduksi kecerdasan kolektif masyarakat, yakni kapasitas publik untuk secara bersama-sama mengevaluasi, menimbang, dan membuat keputusan secara logis serta didasarkan pada informasi yang akurat. Ketika algoritma lebih memprioritaskan konten yang bersifat sensasional dan emosional dibandingkan yang bersifat substantif, masyarakat rentan terperangkap dalam bias konfirmasi, ruang gema (echo chamber), serta mengalami peningkatan polarisasi. Konsekuensinya, kualitas wacana publik menurun dan peluang untuk berdialog secara terbuka antar kelompok dengan pandangan berbeda menjadi semakin terbatas.

Masalah yang akan dialami oleh penulis ialah berfokus pada pengaruh algoritma media sosial TikTok terhadap pembentukan opini politik dan polaritas masyarakat pada masa pilpres 2024, peneliti bertujuan untuk menganalisis peran algoritma di platform TikTok dalam membentuk pola konsumsi informasi pengguna. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana algoritma di platform TikTok, sebagai platform interaktif dengan jangkauan yang luas, telah mengubah lanskap politik di Indonesia dan apa saja dampak dalam meningkatkan kemudahan akses informasi dan keterlibatan publik dalam diskusi politik, serta tantangan seperti Penyebaran hoaks dan polarisasi opini yang dapat menghambat kualitas demokrasi di Indonesia. Urgensi tersebut terletak pada meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap media sosial sebagai sumber utama informasi, sementara mekanisme kerja algoritma masih belum dipahami secara luas.

B. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Reivania Calista Rizanul, 2025) mengeksplorasi bagaimana media sosial TikTok berperan dalam meningkatkan

keterlibatan politik masyarakat selama Pemilihan Presiden Indonesia tahun 2024. Menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kasus, penelitian ini mengungkapkan bahwa TikTok telah berkembang menjadi ruang komunikasi yang terbuka, terutama di kalangan generasi muda. Platform ini dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi, pembentukan persepsi publik, serta media kampanye politik digital yang efisien. Meskipun demikian, studi tersebut juga menyoroti dampak negatif dari penggunaan TikTok, seperti maraknya disinformasi, keterlibatan aktor-aktor politik bayaran (buzzer), serta polarisasi opini yang diperparah oleh algoritma yang memprioritaskan konten populer.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan studi yang dilakukan oleh Reivania, terutama dalam hal pendekatan metodologi dan tema utama yang diangkat. Sama-sama menerapkan pendekatan kualitatif untuk memahami dinamika partisipasi politik di era digital, khususnya di kalangan pemilih muda. Namun, fokus analisis dalam penelitian ini berbeda. Alih-alih membahas TikTok secara umum, penelitian ini secara khusus menyoroti peran bagaimana kerja algoritma TikTok dalam mendistribusikan sebuah konten dan bagaimana hal tersebut memengaruhi eksposur informasi yang diterima oleh pengguna. Pendekatan ini mengarahkan analisis pada aspek struktural dari teknologi digital, terutama sistem rekomendasi yang berbasis pada pola interaksi pengguna. Sistem tersebut mengidentifikasi bagaimana preferensi pengguna terhadap jenis konten tertentu dan menyesuaikan laman For You Page (FYP) mereka dengan menampilkan lebih banyak seperti konten politik, kampanye, atau bahkan konten yang sesuai dengan tokoh maupun pandangan politik yang disukai pengguna tersebut.

Posisi unik dari penelitian Reivania terletak pada eksplorasi awal terhadap peran TikTok dalam politik elektoral di Indonesia, terutama dalam konteks kampanye Pemilu 2024. Studi ini mengisi kekosongan literatur yang sebelumnya lebih banyak membahas media sosial konvensional seperti X dan X Youtube dengan mengangkat potensi sekaligus tantangan TikTok sebagai ruang demokrasi digital. Temuan mereka menjadi fondasi penting bagi penelitian ini, khususnya dalam memahami bahwa meskipun TikTok membuka ruang partisipasi yang lebih luas dan kreatif,

cara kerja algoritmanya yang tertutup (non transparent) justru membuka peluang terjadinya manipulasi informasi dan segmentasi informasi yang ekstrem. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melanjutkan diskursus yang telah dibangun oleh Reivania, tetapi juga memperdalamnya dengan melihat TikTok sebagai sistem teknologi yang aktif membentuk pengalaman politik pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan bagaimana algoritma Tiktok merekayasa arus informasi, serta konsekuensinya terhadap partisipasi politik yang reflektif dan demokratis.

media dan pesan-pesan online, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian (Ahmad, 2018) yang menganalisis metode penelitian analisis isi, baik kuantitatif maupun kualitatif, dan bagaimana metode tersebut diaplikasikan dalam riset sosial dan media.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam bagaimana algoritma media sosial Tiktok membentuk informasi bagi pengguna dan berkontribusi terhadap polarisasi sosial. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali pola, aktivitas, dan konteks sosial di balik interaksi pengguna, dengan analisa diarahkan pada konten yang diunggah oleh akun official dari tokoh politik tertentu, serta pengguna independen yang aktif memproduksi konten politik. Dengan fokus utama adalah pada konten yang disajikan oleh algoritma untuk pengguna.

Bagian ini menguraikan pendekatan, desain, dan prosedur yang digunakan dalam menganalisa bagaimana algoritma menyajikan konten kepada pengguna. Penelitian ini mengadopsi desain analisis isi kualitatif. Desain ini memungkinkan peneliti untuk secara sistematis mengidentifikasi, mengkategorikan, dan menginterpretasikan pola-pola yang muncul dari konten-konten politik yang disajikan oleh algoritma untuk pengguna.

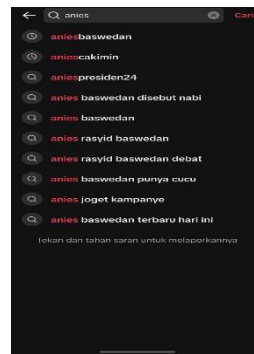
Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana algoritma media sosial Tiktok memfilter dan menampilkan informasi kepada penggunanya tanpa mengukur dampak langsung pada individu atau melibatkan interaksi responden. Pendekatan analisis isi telah banyak digunakan dalam penelitian komunikasi di Indonesia untuk memahami representasi

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

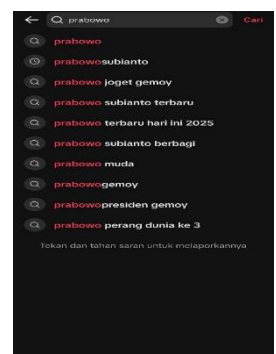
Penelitian ini menunjukkan bahwa Tiktok memiliki peran signifikan dalam membangun kesadaran politik serta mendorong keterlibatan pemilih dalam Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia. Sebagai platform media sosial, TikTok menyediakan ruang bagi generasi muda untuk mengakses informasi yang dikemas secara menarik dan mudah dipahami melalui format video pendek. Penyampaian kampanye dalam bentuk konten visual yang kreatif dan interaktif terbukti lebih mampu menarik perhatian pemilih muda dibandingkan metode komunikasi politik tradisional. Para kandidat dan partai politik memanfaatkan Tiktok sebagai media untuk menyampaikan pesan kampanye politik, citra dan personalisasi tokoh politik, memberikan edukasi tentang hak memilih, propaganda digital, serta membahas isu-isu penting terkait pemilu. Pengguna independen aktif dalam memproduksi dan menyebarkan konten propaganda politik. Penggunaan Tiktok yang masif terjadi pada awal tahun 2020 dan ditambah dengan karantina COVID-19 pada pertengahan bulan Maret 2020, membuat Tiktok menjadi aplikasi nomor satu yang paling Banyak di download pada tahun 2020 (IDN Times, 2020).

Meskipun TikTok memiliki potensi besar dalam mendorong partisipasi politik masyarakat, platform ini juga menghadapi banyak tantangan, khususnya terkait dengan penyebaran disinformasi dan polarisasi. Mekanisme kerja algoritma TikTok yang merekomendasikan konten berdasarkan preferensi dan interaksi pengguna cenderung menyajikan video-video berdasarkan riwayat aktivitas pengguna. Faktor yang mempengaruhi tampilan konten di halaman ini meliputi riwayat pencarian, akun-akun baru yang diikuti oleh pengguna, hashtag, suara (sound), efek, dan topik yang sedang Tren. Algoritma TikTok memberikan setiap video kesempatan yang sama untuk menjadi Viral, tidak tergantung pada popularitas pembuat konten (Susanto, 2023).

1. Melakukan pencarian suatu video dan menonton video tersebut sampai selesai
Riwayat pencarian dapat mempengaruhi bagaimana algoritma tersebut bekerja. Berikut beberapa contoh riwayat pencarian penulis sebagai pengguna TikTok tentang “menu pencarian”



Gambar 1



Gambar 2

Dari gambar tersebut ketika pengguna Tiktok ingin mencari suatu video dan melihat video tersebut sampai selesai dan memberi suka atau komentar pada video tersebut, kemudian bila scroll video yang sama, maka pada halaman untuk anda akan muncul konten video yang sama berdasarkan riwayat pencarian pengguna di Tiktok.

2. Konten yang muncul ketika sering mencari di menu pencari



Gambar 3



Gambar 4

Dari Gambar 3 dan 4 menampilkan bagaimana algoritma Tiktok dapat membuat pengguna yang sering mencari suatu konten video unsur politik, kemudian secara perlahan mulai terekspos pada konten-konten prapaganda politik yang sejalan

dengan preferensi pada pencarian dan interaksi yang sering dilakukan oleh pengguna. Proses ini menunjukkan bagaimana algoritma bekerja secara adaptif dan selektif dalam menyajikan konten, yang dalam konteks menyajikan sebuah konten propaganda politik yang dapat memperkuat bias ideologis pengguna, sehingga memperdalam polarisasi opini.

3. Pengamatan pada akun yang diikuti oleh pengguna TikTok

Konten video yang diikuti oleh pengguna biasanya akan muncul di halaman untuk anda. akun yang diikuti oleh penulis sebagai salah satu pengguna TikTok contohnya **@aniesbaswedan**, akun yang diikuti oleh penulis akan lebih sering muncul dalam aliran konten rekomendasi. Ini mencerminkan bagaimana sistem algoritma TikTok tidak hanya menyesuaikan konten berdasarkan popularitas konten, tetapi juga merespons preferensi individu dengan mengintegrasikan data interaksi seperti suka, komentar, durasi menonton, dan history akun yang diikuti.



Gambar 5



Gambar 6

Saat pengguna menonton konten video pada halaman untuk anda di TikTok, pada jangka waktu tertentu, algoritma yang bekerja dipengaruhi oleh oleh akun yang diikuti, riwayat pencarian, topik yang viral, musik yang sedang tren dan hashtag yang digunakan dalam konten video tersebut agar dapat muncul di halaman untuk anda pada pengguna lainnya.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa algoritma Tiktok memainkan peran sentral dalam membentuk opini politik masyarakat selama Pilpres 2024 di Indonesia, khususnya di kalangan pemilih muda. Dengan memanfaatkan sistem rekomendasi berbasis interaksi pengguna, TikTok secara aktif memfilter dan menyesuaikan konten politik sesuai dengan preferensi individual, menciptakan pengalaman digital yang sangat terpersonalisasi. Hal ini memperlihatkan bahwa platform tersebut bukan hanya sebagai ruang pasif penyebaran informasi, melainkan turut merekayasa pola konsumsi informasi politik secara struktural.

Di satu sisi, TikTok terbukti mampu meningkatkan partisipasi politik, memperluas akses terhadap informasi, serta mendorong literasi politik dengan menghadirkan kampanye dalam format video pendek yang kreatif dan mudah dicerna. Namun, di sisi lain, algoritma TikTok juga berkontribusi terhadap penyempitan ruang diskursus publik melalui efek filter bubble dan echo chamber, yang memperkuat bias ideologis dan menghambat dialog lintas pandangan.

Implikasi dari temuan ini adalah perlunya literasi digital yang lebih mendalam di kalangan masyarakat, agar pengguna media sosial tidak hanya menjadi konsumen pasif informasi, tetapi juga mampu menyaring dan menilai secara kritis setiap konten yang dikonsumsi. Selain itu, transparansi dan akuntabilitas dalam sistem algoritma platform media sosial perlu didorong untuk menjaga kualitas demokrasi di era digital yang semakin kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *Research Gate*, 1-20.
- Alen, N. P. (2023). Transformasi Media Sosial Dalam Kompetensi Komunikasi Politik. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5101-5109.
- Arianto, B. (2021). Pandemi Covid-19 dan Transformasi Budaya Digital di Indonesia. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 233-â.
- Deden Fahrui, A. F. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024: Studi Kasus tentang Akun Media Sosial Partai Politik dan Politisi. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 118-132.
- Hadi, A. (2018). Bridging Indonesia's Digital Divide: Rural-Urban Linkages? *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 17-33.
- Khusnul Khatimah, A. S. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik dan Demokrasi di Indonesia. *VOX POPULI*, 128-

- Subagyo, A., Ip, S., Kristian, I., Ip, S., & Kom, S. (2023). *Qualitative Research Methods*. CV. Aksara Global Akademia.
- Namira, I. (2020, December 17). *IDN Times*. From 10 Aplikasi Paling Banyak Diunduh pada 2020, Siapa Nomor 1?: <https://www.idntimes.com/tech/trend/10-aplikasi-paling-banyak-diunduh-pada-2020-siapa-nomor-00-4mlw3-85y014>
- Kristian, I. (2022). Sustainable Development and Public Policy Revitalization. *The International Journal of Education Management and Sociology*, 1(2), 41-50.
- Reivania Calista Rizanul, D. E. (2025). Analisis Peran Media Sosial (TikTok) dalam Dinamika Partisipasi Politik pada Pemilu Presiden 2024. *Journal of Social Contemplativa*, 51-61.
- Suhendra, F. S. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. *In Iapa Proceedings Conference*, 293-315.
- Susanto, G. E. (2023). Pemanfaatan Algoritma Tiktok Dan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 483-491.
- Talitha Pandya, H. N. (2024). Fenomena Filter Bubble di X dalam Membangun Partisipasi Politik Gen-Z Saat Periode Kampanye Pilpres 2024. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*.
- Wahyudi, V. (2018). Politik Digital di Era Revolusi Industri 4.0 "Marketing & Komunikasi Politik. *Politea: Jurnal Politik Islam*, 149-168.

