

MEDIA, ALGORITMA, DAN PEMBENTUKAN PERSEPSI POLITIK

Dinamika komunikasi politik, kurasi algoritmik, dan demokrasi di ruang digital



Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD

IBM-ASMI (Institut Bisnis dan Multimedia)

www.ruduct.com/cv.pdf

Bogor, 2026

Abstrak

Artikel ini membahas bagaimana media massa, platform digital, dan algoritma rekomendasi bersama-sama membentuk persepsi politik warga. Analisis berangkat dari pemahaman bahwa persepsi politik bukan refleksi netral atas realitas, melainkan hasil proses agenda-setting, framing, priming, seleksi informasi, pengulangan, interaksi sosial, dan penilaian emosional. Dalam ekosistem platform, algoritma menentukan urutan, keterlihatan, dan keberulangan konten berdasarkan tujuan seperti keterlibatan pengguna, prediksi relevansi, keamanan, dan nilai komersial. Sistem tersebut dapat memperluas akses informasi dan partisipasi, tetapi juga dapat memperkuat bias konfirmasi, polarisasi afektif, misinformasi, politik identitas, dan ketimpangan visibilitas. Artikel meninjau konsep-konsep utama komunikasi politik, ekonomi perhatian, personalisasi, filter bubble, echo chamber, computational propaganda, influencer politik, microtargeting, generative AI, deepfake, serta audit algoritma. Temuan riset mutakhir menunjukkan bahwa efek algoritma tidak seragam: pada sejumlah konteks perubahan feed hanya menghasilkan perubahan terbatas pada sikap, sedangkan eksperimen dan audit lain menemukan pergeseran paparan, jaringan akun yang diikuti, persepsi norma sosial, bahkan orientasi politik. Karena itu, algoritma harus dipahami sebagai institusi sosioteknis yang berinteraksi dengan struktur sosial, kepemilikan media, strategi elite, literasi warga, dan regulasi. Artikel mengusulkan kerangka tata kelola demokratis yang menggabungkan transparansi, akses data bagi peneliti, audit independen, perlindungan data, akuntabilitas iklan politik, desain yang memberi kendali kepada pengguna, penguatan jurnalisme, dan literasi media-algoritmik. Tujuan akhirnya bukan menghapus algoritma, melainkan memastikan bahwa sistem kurasi digital mendukung ruang publik yang plural, beralasan, aman, dan berorientasi pada kepentingan warga.

Kata Kunci: media politik; algoritma rekomendasi; persepsi politik; agenda-setting; framing; polarisasi; misinformasi; ekonomi perhatian; demokrasi digital; literasi algoritmik.

Daftar Isi

1. Pendahuluan
2. Persepsi Politik sebagai Konstruksi Sosial
3. Evolusi Media Politik: Dari Gerbang Redaksi ke Platform
4. Agenda-Setting, Framing, dan Priming
5. Anatomi Algoritma Rekomendasi
6. Ekonomi Perhatian dan Logika Keterlibatan
7. Personalisasi, Filter Bubble, dan Echo Chamber
8. Emosi, Identitas, dan Polarisasi Afektif
9. Misinformasi, Disinformasi, dan Computational Propaganda

10. Influencer, Kreator, dan Politik yang Dipersonalisasi
11. Iklan Politik, Data, dan Microtargeting
12. Generative AI, Deepfake, dan Krisis Keaslian
13. Temuan Empiris: Apa yang Sebenarnya Dilakukan Algoritma?
14. Konteks Indonesia
15. Dampak terhadap Demokrasi dan Manajemen Publik
16. Tata Kelola dan Regulasi Platform
17. Literasi Media dan Literasi Algoritmik
18. Kerangka Strategis bagi Media, Kampus, dan Organisasi
19. Skenario Masa Depan
20. Kesimpulan dan Rekomendasi

Glossarium

Daftar Pustaka

1. Pendahuluan

Politik modern berlangsung dalam lingkungan media yang tidak pernah benar-benar netral. Warga mengenal kandidat, partai, kebijakan, konflik, dan prestasi pemerintah terutama melalui representasi: berita, gambar, video, komentar, meme, percakapan, dan rekomendasi platform. Realitas politik yang luas, rumit, dan bergerak cepat harus dipadatkan menjadi paket-paket informasi yang dapat dipahami dalam waktu terbatas. Karena itu, apa yang disebut opini publik selalu terbentuk melalui proses mediasi.

Pada era penyiaran, organisasi media mempunyai peran dominan sebagai gatekeeper. Redaktur menentukan berita yang layak dimuat, jurnalis memilih narasumber, dan institusi penyiaran mengatur ritme perhatian publik. Internet kemudian menurunkan biaya produksi dan distribusi informasi. Namun demokratisasi produksi tidak otomatis menghasilkan demokratisasi perhatian. Ketika jumlah informasi menjadi nyaris tak terbatas, kelangkaan berpindah dari informasi menuju perhatian manusia. Platform digital lalu menjadi pengelola utama kelangkaan tersebut melalui algoritma pencarian, peringkat, rekomendasi, tren, moderasi, dan iklan.

Perubahan ini penting karena urutan informasi memengaruhi persepsi. Konten yang muncul pertama, sering, atau disertai indikator popularitas cenderung dianggap lebih relevan. Algoritma tidak harus memiliki niat politik agar menghasilkan konsekuensi politik. Optimasi untuk durasi menonton, klik, komentar, atau pertumbuhan pengguna dapat secara tidak langsung menguntungkan komunikasi yang emosional, sederhana, personal, dan konflikual. Pada saat yang sama, algoritma dapat membantu warga menemukan informasi yang sesuai kebutuhan, menghubungkan kelompok yang sebelumnya terpisah, dan memperluas suara minoritas.

Artikel ini menggunakan pendekatan sosioteknis. Algoritma dipahami bukan sekadar kode komputer, melainkan bagian dari institusi yang memiliki tujuan bisnis, aturan, data, tenaga kerja, dan hubungan kekuasaan. Efeknya bergantung pada desain platform, budaya politik, sistem media, ketimpangan sosial, literasi digital, dan strategi aktor. Dengan pendekatan ini, pertanyaan utama bukan hanya apakah algoritma memengaruhi politik, tetapi melalui mekanisme apa, dalam kondisi apa, terhadap siapa, dan dengan konsekuensi demokratis seperti apa.

2. Persepsi Politik sebagai Konstruksi Sosial

Persepsi politik adalah proses ketika individu memberi makna pada informasi tentang kekuasaan, kebijakan, identitas, dan kepentingan bersama. Bagian ini menempatkan 2. persepsi politik sebagai konstruksi sosial sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, keterbatasan perhatian dan rasionalitas. Warga tidak mungkin memproses seluruh informasi politik. Mereka menggunakan jalan pintas kognitif, reputasi sumber, identitas kelompok, dan kesan emosional. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma,

keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Seorang pemilih dapat menilai kebijakan ekonomi melalui harga kebutuhan sehari-hari, satu video viral, atau cerita dari jaringan keluarga, bukan melalui dokumen anggaran yang kompleks. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, pendidikan politik perlu menghubungkan data makro dengan pengalaman konkret tanpa mereduksi kompleksitas menjadi slogan. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, skema, memori, dan interpretasi. Informasi baru masuk ke dalam kerangka pengetahuan yang telah dimiliki. Fakta yang sama dapat ditafsirkan berbeda karena sejarah pengalaman, posisi sosial, dan identitas. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Berita tentang demonstrasi dapat dibaca sebagai ekspresi demokrasi oleh satu kelompok dan sebagai gangguan ketertiban oleh kelompok lain. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, komunikator publik harus menjelaskan konteks, bukan hanya mengulang fakta terpisah. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, heuristik kredibilitas. Dalam situasi informasi berlebih, warga menilai melalui isyarat seperti siapa yang berbicara, berapa banyak yang membagikan, dan apakah pesan sesuai dengan keyakinan awal.

Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Tanda centang, jumlah pengikut, atau potongan video yang tampak profesional dapat memberi kesan otoritas meski isinya lemah. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, platform dan media perlu memperbaiki indikator konteks dan asal-usul informasi. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, persepsi sebagai proses sosial. Pendapat politik dipelajari dan dinegosiasikan dalam keluarga, komunitas, organisasi, kampus, dan jaringan digital. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Pesan yang mula-mula diragukan dapat menjadi masuk akal setelah berulang kali muncul dari teman, tokoh agama, selebritas, dan media. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, intervensi literasi sebaiknya melibatkan komunitas, bukan hanya individu. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat

dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 2. persepsi politik sebagai konstruksi sosial perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

3. Evolusi Media Politik: Dari Gerbang Redaksi ke Platform

Transformasi media mengubah siapa yang dapat berbicara, siapa yang terlihat, dan siapa yang mengendalikan distribusi perhatian. Bagian ini menempatkan 3. evolusi media politik: dari gerbang redaksi ke platform sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, gatekeeping klasik. Media tradisional menyaring isu melalui norma profesional, rutinitas redaksi, kepemilikan, dan keterbatasan ruang. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Pada masa surat kabar dan televisi dominan, sejumlah kecil organisasi menentukan agenda nasional dan memberikan legitimasi kepada narasumber tertentu. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, pluralisme kepemilikan dan independensi redaksi tetap penting meskipun distribusi kini digital. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, gatekeeping berlapis. Di platform, seleksi dilakukan sekaligus oleh media, pengguna, algoritma, moderator, dan pengiklan. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Sebuah laporan investigasi dapat kalah terlihat dibanding potongan komentar singkat karena perbedaan format dan keterlibatan. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, jurnalisisme harus mengembangkan strategi distribusi tanpa menyerahkan standar editorial pada metrik popularitas. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, konvergensi lintas-media. Konten bergerak dari televisi ke media sosial, dari unggahan warga ke berita, dan dari percakapan tertutup ke agenda publik. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Satu klip debat dapat dipotong, diberi musik, dijadikan meme, lalu dikutip kembali dalam program televisi. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, analisis politik harus mengikuti perjalanan narasi, bukan hanya sumber pertama. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan

memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, platformisasi ruang publik. Platform menyediakan infrastruktur komunikasi sekaligus menetapkan aturan pasar perhatian. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Perubahan fitur rekomendasi atau moderasi dapat memengaruhi jutaan pengguna tanpa proses deliberasi publik. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, platform perlu diperlakukan sebagai institusi publik-semu dengan kewajiban akuntabilitas proporsional. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 3. evolusi media politik: dari gerbang redaksi ke platform perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

4. Agenda-Setting, Framing, dan Priming

Teori klasik komunikasi politik tetap relevan, tetapi kini bekerja dalam sistem kurasi yang personal, dinamis, dan terukur. Bagian ini menempatkan 4. agenda-setting, framing, dan priming sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, agenda-setting. Frekuensi dan penonjolan isu memengaruhi apa yang dianggap penting. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Ketika feed dipenuhi isu keamanan, warga dapat menilai situasi nasional terutama melalui ancaman meski indikator lain membaik. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, media dan platform perlu menjaga keberagaman agenda dan menyediakan konteks proporsional. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, framing. Pemilihan kata, gambar, sebab, korban, dan solusi membentuk cara masalah dipahami. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Kebijakan fiskal dapat dibingkai sebagai investasi sosial, pemborosan, atau redistribusi, masing-masing mengaktifkan penilaian berbeda. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, analisis framing harus menjadi bagian literasi publik dan evaluasi redaksi. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat

dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, *priming*. Paparan yang berulang membuat kriteria tertentu lebih mudah dipakai untuk menilai pemimpin. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Sorotan terus-menerus pada citra ketegasan dapat membuat kompetensi teknokratis kurang diperhatikan. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, debat publik perlu mengembangkan indikator evaluasi multidimensional. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, agenda algoritmik. Platform menyusun agenda individual berdasarkan prediksi interaksi, sehingga publik dapat memiliki daftar isu yang sangat berbeda. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Dua warga di kota yang sama dapat menerima gambaran politik yang hampir tidak bertemu karena sejarah tontonan dan jaringan akun berbeda. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, riset publik memerlukan akses data untuk mengukur distribusi agenda secara agregat dan antarkelompok. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan

penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 4. agenda-setting, framing, dan priming perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

5. Anatomi Algoritma Rekomendasi

Algoritma rekomendasi menyusun konten dengan memperkirakan kemungkinan tindakan pengguna dan nilai setiap konten bagi tujuan platform. Bagian ini menempatkan 5. anatomi algoritma rekomendasi sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, sinyal perilaku. Klik, durasi menonton, jeda, komentar, bagikan, mengikuti, dan menyembunyikan menjadi data untuk memprediksi minat. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Menonton video kontroversial hingga selesai karena terkejut dapat dibaca sebagai ketertarikan dan memicu rekomendasi serupa. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, pengguna perlu diberi kontrol untuk mengoreksi inferensi dan melihat alasan rekomendasi. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital

lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, fungsi tujuan. Sistem dioptimalkan untuk sasaran seperti retensi, kepuasan, keselamatan, atau pendapatan; pilihan sasaran selalu bernilai normatif. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Model yang mengutamakan waktu tonton dapat berbeda hasilnya dari model yang mengutamakan keberagaman sumber atau kualitas informasi. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, debat regulasi harus menilai tujuan sistem, bukan hanya akurasi teknis. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, umpan balik. Rekomendasi memengaruhi perilaku, perilaku menghasilkan data, dan data memperkuat rekomendasi berikutnya. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Ketertarikan awal yang kecil pada satu tema dapat berkembang menjadi dominasi feed setelah serangkaian klik. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, desain perlu memasukkan mekanisme eksplorasi, jeda, dan diversifikasi. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan

pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, ketidakjelasan sistem. Model pembelajaran mesin sulit dipahami secara rinci bahkan oleh organisasi pembuatnya karena skala, interaksi fitur, dan perubahan berkelanjutan. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Perusahaan dapat menjelaskan prinsip umum tetapi tetap kesulitan memprediksi efek pada kelompok khusus. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, audit empiris dan pengujian dampak harus melengkapi transparansi dokumenter. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 5. anatomi algoritma rekomendasi perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

6. Ekonomi Perhatian dan Logika Keterlibatan

Politik digital beroperasi dalam pasar perhatian, tempat waktu pengguna diubah menjadi data, peluang iklan, dan pengaruh. Bagian ini menempatkan 6. ekonomi perhatian dan logika keterlibatan sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui

pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, kelangkaan perhatian. Kelimpahan konten membuat persaingan utama bukan produksi informasi tetapi kemampuan menghentikan guliran layar. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Judul sensasional dan potongan konflik memperoleh keunggulan dibanding penjelasan kebijakan yang memerlukan konsentrasi. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, media perlu merancang format yang menarik tanpa mengorbankan akurasi. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, metrik keterlibatan. Like, komentar, dan bagikan menjadi indikator performa, tetapi tidak identik dengan kualitas demokratis. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Konten yang dibagikan untuk dikecam tetap dapat memperoleh jangkauan lebih besar. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, platform harus membedakan keterlibatan bermakna dari reaksi impulsif atau manipulatif. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan

pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, insentif kreator. Pendapatan dan visibilitas mendorong produksi rutin, personalisasi, dan adaptasi terhadap tren. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Kreator politik dapat meningkatkan intensitas bahasa karena konten moderat kurang menghasilkan interaksi. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, mekanisme monetisasi perlu mempertimbangkan risiko sosial dan pelanggaran berulang. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, komodifikasi emosi. Emosi publik menjadi sumber nilai ekonomi ketika kemarahan dan kecemasan memperpanjang penggunaan. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Konflik kecil dapat diperbesar menjadi krisis identitas karena format tersebut menguntungkan secara atensi. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, akuntabilitas bisnis harus memasukkan biaya eksternal terhadap kohesi sosial. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 6. ekonomi perhatian dan logika keterlibatan perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

7. Personalisasi, Filter Bubble, dan Echo Chamber

Personalisasi dapat meningkatkan relevansi, tetapi juga mengurangi peluang perjumpaan dengan informasi yang menantang atau tidak terduga. Bagian ini menempatkan 7. personalisasi, filter bubble, dan echo chamber sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, paparan selektif. Pengguna cenderung memilih sumber yang sejalan, sedangkan algoritma belajar dari pilihan tersebut. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Seorang pengguna yang mengikuti kanal satu kubu akan makin jarang menemukan argumen lawan yang disajikan secara wajar. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, intervensi perlu membedakan preferensi sadar dari penguatan otomatis. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan

memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, filter bubble. Kurasi personal dapat menciptakan lingkungan informasi yang berbeda tanpa disadari pengguna. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Warga dapat merasa bahwa semua orang mendukung posisi tertentu karena sebagian besar konten di feed bersifat seragam. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, indikator keberagaman dan pilihan feed kronologis dapat meningkatkan kesadaran. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, echo chamber jaringan. Homofili sosial dan pengulangan antaranggota kelompok memperkuat keyakinan. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Pesan yang sama beredar melalui akun partai, influencer, grup percakapan, dan media partisan sehingga tampak sebagai konfirmasi independen. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, pelacakan sumber dan literasi jaringan penting untuk mengenali amplifikasi. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan

pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, batas konsep. Tidak semua pengguna hidup dalam ruang tertutup, dan paparan silang dapat terjadi melalui konflik atau rasa ingin tahu. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Sebagian orang justru sering melihat pihak lawan, tetapi dalam bentuk ejekan yang memperkuat stereotip. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, kualitas paparan silang lebih penting daripada sekadar jumlahnya. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 7. personalisasi, filter bubble, dan echo chamber perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

8. Emosi, Identitas, dan Polarisasi Afektif

Komunikasi politik digital mengikat informasi dengan identitas dan emosi, sehingga perbedaan kebijakan mudah berubah menjadi permusuhan sosial. Bagian ini menempatkan 8. emosi, identitas, dan polarisasi afektif sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut

berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, bias negativitas. Ancaman dan skandal lebih cepat menarik perhatian daripada kemajuan bertahap. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Satu kegagalan simbolik dapat mendominasi persepsi meski kinerja kebijakan bersifat campuran. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, jurnalisme perlu memberi proporsi, tren, dan perbandingan. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, kemarahan moral. Ekspresi kemarahan memberi sinyal loyalitas kelompok dan mendorong penyebaran. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Unggahan yang mengecam lawan dapat menjadi sarana menunjukkan identitas kepada jaringan sendiri. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, desain platform perlu mengurangi hadiah otomatis bagi penghinaan dan dehumanisasi. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat

dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, politik identitas. Narasi “kami versus mereka” menyederhanakan konflik dan memobilisasi dukungan. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, isu teknis dapat diterjemahkan menjadi ancaman terhadap agama, etnis, kelas, wilayah, atau generasi. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, pemimpin dan pendidik perlu membangun identitas kewargaan yang lebih luas. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, polarisasi afektif. Warga tidak hanya berbeda pendapat, tetapi juga semakin tidak menyukai dan tidak mempercayai kelompok lawan. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Paparan terhadap contoh ekstrem lawan dapat dianggap mewakili seluruh kelompok. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, platform harus memberi ruang dialog terstruktur dan representasi yang lebih tipikal. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan

memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 8. emosi, identitas, dan polarisasi afektif perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

9. Misinformasi, Disinformasi, dan Computational Propaganda

Gangguan informasi memanfaatkan algoritma, otomatisasi, jaringan, dan psikologi untuk mengubah persepsi publik. Bagian ini menempatkan 9. misinformasi, disinformasi, dan computational propaganda sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, perbedaan konsep. Misinformasi dapat salah tanpa niat menipu; disinformasi sengaja dibuat untuk menyesatkan; malinformasi memakai fakta dalam konteks merusak. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Foto lama dapat dibagikan sebagai peristiwa baru, statistik benar dipotong dari konteks, atau rekaman diedit untuk mengubah makna. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, respons harus sesuai jenis, sumber, dan tingkat kerusakan. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, otomatisasi dan bot. Akun otomatis dapat meningkatkan volume, tren, dan kesan dukungan. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Jaringan bot dapat mengulang tagar sehingga jurnalis dan warga mengira isu tumbuh secara organik. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, platform memerlukan deteksi perilaku terkoordinasi dan pelaporan transparan. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, propaganda komputasional. Data besar, microtargeting, akun palsu, dan optimasi pesan digunakan secara terpadu untuk memanipulasi opini. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Kampanye dapat menguji banyak versi narasi dan mengirim pesan berbeda kepada segmen yang tidak saling melihat. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, audit kampanye digital dan arsip iklan publik menjadi penting. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, prebunking dan koreksi. Koreksi setelah viral sering terlambat, sedangkan inokulasi informasi dapat meningkatkan ketahanan. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Warga yang mengenali teknik manipulasi seperti pemalsuan otoritas atau dilema palsu lebih mampu menahan pesan. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, pendidikan perlu fokus pada pola manipulasi, bukan hanya daftar hoaks. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 9. misinformasi, disinformasi, dan computational propaganda perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

10. Influencer, Kreator, dan Politik yang Dipersonalisasi

Kreator digital menggabungkan informasi politik dengan hubungan parasosial, hiburan, gaya hidup, dan identitas personal. Bagian ini menempatkan 10. influencer, kreator, dan politik yang dipersonalisasi sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, kepercayaan parasosial. Audiens merasa mengenal kreator melalui paparan rutin dan gaya percakapan intim. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada

isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Rekomendasi politik dari kreator hiburan dapat diterima karena kepercayaan dibangun di luar domain politik. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, transparansi afiliasi dan sponsor perlu diperkuat. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, otentisitas performatif. Gaya spontan dan informal dianggap lebih jujur dibanding komunikasi institusional. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Video singkat dari ruang pribadi dapat mengalahkan konferensi pers yang formal. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, institusi publik perlu berkomunikasi manusiawi tanpa memanipulasi kedekatan. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, hibridisasi berita-hiburan. Batas antara berita, opini, satire, dan promosi semakin kabur. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma,

keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Meme politik dapat menyebarkan bingkai ideologis tanpa klaim eksplisit yang mudah diperiksa. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, literasi genre harus membantu audiens memahami tujuan dan standar bukti. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, ketergantungan platform. Karier kreator bergantung pada perubahan algoritma dan aturan monetisasi. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Perubahan kecil pada rekomendasi dapat mengalihkan perhatian politik menuju format atau aktor baru. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, penelitian harus mengamati hubungan ekonomi antara kreator, platform, agensi, dan partai. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 10. influencer, kreator, dan politik yang dipersonalisasi perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga

tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

11. Iklan Politik, Data, dan Microtargeting

Data digital memungkinkan segmentasi pesan yang sangat rinci dan sulit diawasi oleh publik luas. Bagian ini menempatkan 11. iklan politik, data, dan microtargeting sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, profiling pemilih. Data demografi, perilaku, lokasi, dan minat dapat dipakai untuk memperkirakan persuadabilitas. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Kampanye dapat mengirim pesan ekonomi kepada satu kelompok dan pesan identitas kepada kelompok lain. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, perlindungan data harus membatasi inferensi sensitif dan penggunaan sekunder. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, dark ads. Iklan hanya terlihat oleh target tertentu sehingga kontradiksi pesan tidak mudah diketahui. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Kandidat dapat menjanjikan kebijakan berbeda pada segmen yang saling terpisah. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, arsip iklan harus memuat isi, pembayar, target, jangkauan, dan biaya. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, eksperimen pesan. Platform memungkinkan pengujian A/B yang cepat terhadap judul, gambar, dan emosi. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Kampanye dapat menemukan pemicu ketakutan paling efektif tanpa pengawasan etis. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, standar riset manusia dan penilaian risiko perlu diterapkan pada eksperimen politik skala besar. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, ketimpangan informasi. Aktor dengan data, dana, dan keahlian lebih besar memiliki keunggulan struktural. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Partai kecil dan organisasi warga sulit bersaing dengan operasi data profesional. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, regulasi pembiayaan politik harus memasukkan belanja digital dan layanan data. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 11. iklan politik, data, dan microtargeting perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

12. Generative AI, Deepfake, dan Krisis Keaslian

AI generatif menurunkan biaya produksi teks, gambar, suara, dan video politik, sekaligus memperumit verifikasi keaslian. Bagian ini menempatkan 12. generative ai, deepfake, dan krisis keaslian sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, produksi massal. Model generatif dapat membuat ribuan variasi pesan yang disesuaikan dengan segmen. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Satu narasi dapat diterjemahkan, dilokalkan, dan diuji dalam banyak gaya secara otomatis. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi.

Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, platform dan kampanye perlu mendokumentasikan penggunaan AI dalam materi politik. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, deepfake. Rekayasa audiovisual dapat meniru tokoh dan menciptakan peristiwa yang tidak pernah terjadi. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Rekaman palsu yang dirilis dekat hari pemungutan suara dapat menyebar sebelum verifikasi selesai. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, protokol respons cepat, provenance, dan kanal verifikasi resmi harus dibangun. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, liar's dividend. Keberadaan deepfake memungkinkan pelaku menyangkal rekaman asli sebagai palsu. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Bukti autentik korupsi atau kekerasan dapat ditolak dengan alasan hasil AI. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya,

keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, standar forensik dan rantai bukti digital menjadi semakin penting. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, konten sintetis yang meyakinkan. Masalah bukan hanya kepalsuan, tetapi banjir konten yang menurunkan kapasitas perhatian dan kepercayaan. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Warga dapat menjadi sinis dan menganggap semua informasi politik sama-sama tidak dapat dipercaya. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, kebijakan harus menjaga ekosistem kepercayaan, bukan sekadar memberi label pada konten tertentu. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 12. generative ai, deepfake, dan krisis keaslian perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

13. Temuan Empiris: Apa yang Sebenarnya Dilakukan Algoritma?

Bukti empiris menunjukkan hasil yang beragam, sehingga klaim universal tentang efek algoritma harus dihindari. Bagian ini menempatkan 13. temuan empiris: apa yang sebenarnya dilakukan algoritma? sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, eksperimen feed Meta 2020. Studi kolaboratif menunjukkan perubahan kronologis atau pengurangan sumber sehaluan mengubah paparan, tetapi dampak jangka pendek pada sikap dan perilaku sering terbatas. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Hasil tersebut mengingatkan bahwa preferensi dan identitas politik tidak mudah diubah hanya dengan intervensi feed singkat. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, kebijakan perlu menghindari solusi tunggal dan menilai efek jangka panjang. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, eksperimen X. Penelitian lapangan 2026 melaporkan bahwa feed algoritmik dapat menggeser paparan, akun yang diikuti, dan sebagian opini politik dalam konteks tertentu. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Pengaruh tidak harus terjadi melalui satu pesan persuasif, tetapi melalui perubahan jaringan informasi yang berlanjut. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan

hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, audit harus mengukur efek langsung dan efek jaringan. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, audit TikTok. Audit selama pemilu Amerika Serikat 2024 menemukan ketimpangan paparan partisan pada feed yang sangat bergantung pada rekomendasi. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Hasil audit menunjukkan bahwa asimetri dapat muncul bahkan setelah memperhitungkan metrik keterlibatan. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, platform perlu membuka metodologi evaluasi fairness politik. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, desain ulang algoritma. Eksperimen pada Bluesky menunjukkan bahwa diversifikasi feed dapat mengurangi paparan ekstrem dan memperbaiki persepsi norma tanpa mengurangi kenikmatan pengguna. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Temuan ini membantah anggapan bahwa kualitas demokratis selalu bertentangan dengan pengalaman pengguna. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan

hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, desain pro-sosial perlu diuji dengan eksperimen transparan dan independen. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 13. temuan empiris: apa yang sebenarnya dilakukan algoritma? perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

14. Konteks Indonesia

Indonesia memiliki ekosistem politik digital yang khas: populasi besar, penggunaan seluler tinggi, keragaman budaya, media terkonsentrasi, dan komunikasi lintas-platform. Bagian ini menempatkan 14. konteks Indonesia sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, hibriditas media. Televisi, portal berita, YouTube, TikTok, Instagram, X, dan WhatsApp saling mengutip dan memperkuat. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Narasi yang bermula dari grup percakapan dapat naik menjadi isu media nasional, kemudian kembali ke komunitas sebagai berita yang dianggap terverifikasi. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, pemantauan harus mencakup sirkulasi lintas-platform dan lintas-bahasa. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, politik identitas dan lokalitas. Keragaman agama, etnis, dan wilayah dapat menjadi kekuatan demokrasi sekaligus sasaran manipulasi. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Pesan nasional sering dilokalkan menggunakan tokoh, dialek, dan simbol komunitas. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, literasi dan moderasi perlu peka konteks lokal tanpa mengorbankan hak sipil. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, buzzer dan jaringan koordinasi. Istilah buzzer mencakup spektrum dari relawan organik hingga operasi berbayar dan terkoordinasi. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Jaringan dapat menaikkan tagar, menyerang kritik, atau menciptakan kesan dukungan luas. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal

relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, transparansi pembiayaan dan identitas sponsor lebih efektif daripada pelabelan yang serampangan. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, kesenjangan literasi dan akses. Kualitas koneksi, pendidikan, usia, dan bahasa memengaruhi kemampuan memverifikasi informasi. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Pengguna baru internet dapat memperlakukan pesan pribadi dari keluarga sebagai sumber paling terpercaya. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, program literasi harus berbasis komunitas, berbahasa lokal, dan terhubung dengan layanan publik. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 14. konteks indonesia perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

15. Dampak terhadap Demokrasi dan Manajemen Publik

Persepsi yang dibentuk media dan algoritma memengaruhi legitimasi, partisipasi, kualitas kebijakan, dan kemampuan organisasi publik mengelola krisis. Bagian ini menempatkan 15. dampak terhadap demokrasi dan manajemen publik sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, legitimasi institusi. Paparan berulang terhadap narasi korupsi, kegagalan, atau konspirasi dapat mengikis kepercayaan, tetapi pengungkapan kritik juga penting bagi akuntabilitas. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Masalahnya bukan adanya kritik, melainkan ketika bukti dan rumor mendapat bobot yang sama. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, institusi harus merespons dengan data terbuka, penjelasan, dan perbaikan nyata. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, kualitas deliberasi. Format pendek dan konflik personal dapat mengurangi ruang bagi pertimbangan sebab-akibat dan trade-off kebijakan. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Kebijakan kompleks seperti subsidi energi dapat berubah menjadi pertarungan slogan. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi

perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, pemerintah dan media perlu menyediakan lapisan penjelasan dari ringkas hingga mendalam. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, respons krisis. Algoritma dapat mempercepat informasi darurat sekaligus rumor. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Dalam bencana atau wabah, koreksi yang terlambat dapat memengaruhi kepatuhan publik. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, organisasi perlu memiliki social listening, protokol verifikasi, dan juru bicara tepercaya. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, manajemen reputasi versus pelayanan. Tekanan viral mendorong organisasi mengejar citra jangka pendek. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Instansi dapat lebih sibuk menanggapi tren daripada memperbaiki akar layanan. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi

perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, indikator kinerja komunikasi harus dihubungkan dengan hasil pelayanan, bukan sekadar sentimen daring. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 15. dampak terhadap demokrasi dan manajemen publik perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

16. Tata Kelola dan Regulasi Platform

Tata kelola yang demokratis harus menyeimbangkan kebebasan berekspresi, keselamatan, inovasi, persaingan, privasi, dan integritas pemilu. Bagian ini menempatkan 16. tata kelola dan regulasi platform sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, transparansi bermakna. Publik memerlukan informasi tentang tujuan sistem, aturan rekomendasi, moderasi, dan risiko, bukan sekadar dokumen hukum panjang. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Laporan transparansi yang tidak dapat dibandingkan antarwaktu sulit dipakai untuk akuntabilitas. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, standar pelaporan perlu seragam, terukur, dan dapat diaudit. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, akses data peneliti. Tanpa data, klaim tentang dampak platform sulit diverifikasi independen. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Perubahan antarmuka atau kebijakan API dapat memutus penelitian longitudinal. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, mekanisme akses aman harus melindungi privasi sekaligus mendukung kepentingan publik. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, audit dan penilaian risiko. Audit harus menguji hasil pada kelompok berbeda, bahasa, wilayah, dan periode politik. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Model dapat terlihat netral secara rata-rata tetapi merugikan minoritas atau memperbesar ekstremitas tertentu. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, audit perlu independen, berulang, dan memiliki tindak lanjut. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, hak dan kendali pengguna. Pengguna harus dapat memilih feed, mengatur personalisasi, melihat alasan rekomendasi, dan mengajukan keberatan. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Kontrol yang tersembunyi atau rumit tidak menghasilkan otonomi nyata. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, desain antarmuka harus dinilai dari keterpakaian dan efek, bukan keberadaan formal. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 16. tata kelola dan regulasi platform perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

17. Literasi Media dan Literasi Algoritmik

Ketahanan demokrasi memerlukan warga yang memahami bukan hanya isi pesan, tetapi juga infrastruktur yang menentukan keterlihatannya. Bagian ini menempatkan 17. literasi media dan literasi algoritmik sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut

berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, evaluasi sumber. Warga perlu menilai asal, bukti, tanggal, konteks, dan kepentingan sumber. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Tangkapan layar tanpa tautan asli sering memutus informasi dari konteks. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, pendidikan harus melatih penelusuran lateral dan verifikasi silang. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, memahami rekomendasi. Feed bukan cermin dunia, melainkan prediksi personal yang dioptimalkan. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Konten berulang tidak selalu berarti populer secara umum; mungkin hanya sesuai profil pengguna. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, platform perlu memberi penjelasan sederhana dan latihan interaktif. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal

balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, regulasi diri digital. Pengguna dapat mengelola akun yang diikuti, waktu penggunaan, dan keragaman sumber. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Berhenti sejenak sebelum membagikan dapat mengurangi penyebaran impulsif. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, literasi harus mencakup kebiasaan, bukan hanya pengetahuan. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, kompetensi dialog. Demokrasi memerlukan kemampuan berbeda pendapat tanpa dehumanisasi. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Paparan silang yang penuh ejekan justru memperburuk polarisasi. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, kampus dan komunitas perlu melatih dialog berbasis bukti dan empati. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal

balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 17. literasi media dan literasi algoritmik perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

18. Kerangka Strategis bagi Media, Kampus, dan Organisasi

Organisasi dapat mengubah prinsip demokratis menjadi praktik manajemen, kurikulum, indikator, dan desain komunikasi. Bagian ini menempatkan 18. kerangka strategis bagi media, kampus, dan organisasi sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, strategi media. Redaksi perlu menggabungkan standar verifikasi dengan analitik distribusi dan koreksi yang terlihat. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Artikel panjang dapat disertai video singkat, visual data, dan halaman metodologi. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, metrik keberhasilan perlu mencakup kepercayaan, koreksi, keragaman, dan dampak publik. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, strategi kampus. Perguruan tinggi harus mengintegrasikan komunikasi politik, data science, etika AI, dan metode audit. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting,

framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Mahasiswa dapat melakukan audit feed, analisis jaringan, dan eksperimen literasi secara etis. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, kampus menjadi laboratorium kewargaan digital dan sumber bukti independen. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, strategi organisasi publik. Instansi memerlukan tata kelola data, social listening, manajemen isu, dan respons misinformasi. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Dashboard sentimen harus dibaca bersama data layanan dan survei representatif. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, keputusan tidak boleh didasarkan pada suara digital yang paling keras saja. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, kolaborasi multipihak. Masalah lintas-platform tidak dapat diselesaikan oleh satu sektor. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Media, platform, KPU, kampus, komunitas pemeriksa fakta, dan organisasi masyarakat sipil perlu berbagi protokol. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, kolaborasi harus memiliki batas peran, transparansi, dan evaluasi publik. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 18. kerangka strategis bagi media, kampus, dan organisasi perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

19. Skenario Masa Depan

Masa depan persepsi politik akan dipengaruhi oleh AI agentik, media sintetis, regulasi, dan perubahan perilaku generasi. Bagian ini menempatkan 19. skenario masa depan sebagai persoalan komunikasi politik, tata kelola teknologi, dan pembentukan pengetahuan publik. Persepsi politik tidak lahir sebagai salinan langsung dari realitas, melainkan sebagai hasil seleksi, penonjolan, pengulangan, penafsiran, dan interaksi sosial. Dalam lingkungan digital, seluruh proses tersebut berlangsung melalui pertemuan antara pilihan redaksional media, desain platform, data perilaku pengguna, kepentingan ekonomi, strategi aktor politik, serta kebiasaan psikologis warga.

Pertama, hiperpersonalisasi. Agen AI dapat menghasilkan pesan politik satu-ke-satu berdasarkan konteks pengguna. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi

algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Warga mungkin berdialog dengan bot kampanye yang menyesuaikan argumen secara real time. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, aturan harus menjamin identifikasi mesin, pembatasan data, dan arsip interaksi politik. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, fragmentasi realitas. Konten sintetis dan komunitas tertutup dapat memperbanyak dunia informasi paralel. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Kelompok berbeda mungkin tidak hanya berbeda penilaian, tetapi berbeda fakta dasar. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, institusi pengetahuan perlu memperkuat standar bukti dan ruang bersama. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, algoritma publik. Muncul peluang mengembangkan recommender system yang diatur untuk tujuan publik, pluralisme, dan pendidikan. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika

proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Media publik atau konsorsium nirlaba dapat menawarkan feed transparan dan dapat dikonfigurasi. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, pendanaan, independensi, dan evaluasi harus dirancang sejak awal. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Pertama, pergeseran regulasi. Negara akan semakin menuntut penilaian risiko dan akuntabilitas sistemik. Secara teoritis, mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep agenda-setting, framing, priming, paparan selektif, dan pembelajaran sosial. Media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan warga, tetapi sangat berpengaruh terhadap isu apa yang dianggap penting, atribut apa yang dilekatkan pada isu tersebut, dan standar apa yang dipakai untuk mengevaluasi pemimpin. Ketika proses ini dimediasi algoritma, keputusan editorial tidak hilang; keputusan itu justru dibagi antara jurnalis, insinyur perangkat lunak, pengiklan, moderator konten, dan pengguna yang terus-menerus meninggalkan jejak data.

Dalam praktiknya, Regulasi yang terlalu lemah gagal melindungi warga, sedangkan regulasi politis dapat menjadi sensor. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa informasi yang paling terlihat belum tentu informasi yang paling penting, paling benar, atau paling mewakili masyarakat. Keterlihatan merupakan hasil dari kompetisi perhatian. Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, rasa terancam, kebanggaan kelompok, atau humor politik sering memperoleh interaksi tinggi; interaksi itu kemudian dibaca sistem sebagai sinyal relevansi. Akibatnya, keberhasilan komunikasi politik dapat bergeser dari kemampuan menjelaskan kebijakan menuju kemampuan memproduksi rangsangan emosional yang mudah dibagikan.

Implikasinya, checks and balances, peradilan, dan partisipasi publik sangat penting. Namun hubungan sebab-akibat tidak boleh disederhanakan. Algoritma bekerja di atas preferensi, jaringan pertemanan, identitas, dan kondisi sosial yang sudah ada. Pengguna juga bukan penerima pasif: mereka memilih akun, menekan tombol suka, berhenti menonton, memberi komentar, memblokir, dan memindahkan informasi dari satu platform ke platform lain. Karena itu, efek media digital lebih tepat dipahami sebagai proses timbal balik: teknologi membentuk pilihan manusia, sementara pilihan manusia memberi data yang kembali membentuk teknologi.

Dari uraian tersebut, 19. skenario masa depan perlu dianalisis dengan pendekatan ekosistem. Fokus semata-mata pada satu platform atau satu jenis konten mudah mengabaikan arus lintas-media: cuplikan televisi dipotong untuk TikTok, unggahan X menjadi berita daring, percakapan WhatsApp memengaruhi diskusi keluarga, dan narasi influencer kemudian dikutip elite politik. Persepsi terbentuk melalui akumulasi

paparan dan legitimasi silang. Karena itu, tanggung jawab demokratis juga tersebar: negara, perusahaan platform, perusahaan media, partai, akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan warga memiliki peran yang berbeda tetapi saling bergantung.

20. Kesimpulan dan Rekomendasi

Analisis artikel ini menunjukkan bahwa media, algoritma, dan persepsi politik membentuk sebuah rangkaian kausal yang kompleks. Media memilih dan membingkai realitas; platform mengurutkan dan mempersonalisasi representasi tersebut; pengguna menafsirkan, bereaksi, dan menyebarkannya; aktor politik mempelajari respons itu dan menyesuaikan strategi; data perilaku kemudian kembali melatih sistem rekomendasi. Rangkaian ini menciptakan lingkaran umpan balik yang dapat memperkaya partisipasi demokratis, tetapi juga dapat menguatkan ketimpangan perhatian, manipulasi, dan polarisasi.

Tidak ada dasar ilmiah untuk menyatakan bahwa algoritma selalu dan secara otomatis menyebabkan polarisasi. Bukti empiris memperlihatkan heterogenitas efek. Pada sebagian eksperimen, perubahan feed menghasilkan pergeseran paparan yang nyata namun sedikit perubahan sikap jangka pendek. Pada konteks lain, feed algoritmik memengaruhi jaringan akun, persepsi norma, dan orientasi politik. Perbedaan ini logis karena efek bergantung pada intensitas paparan, desain platform, tingkat personalisasi, konteks pemilu, karakteristik pengguna, dan struktur sosial yang lebih luas. Kesimpulan yang bertanggung jawab bukan “algoritma tidak berpengaruh” atau “algoritma menentukan segalanya”, melainkan bahwa algoritma adalah faktor institusional penting yang pengaruhnya bersyarat dan dapat diubah melalui desain.

Bagi demokrasi, sasaran kebijakan tidak seharusnya berupa netralitas absolut yang mustahil. Setiap sistem kurasi mengandung prioritas. Sasaran yang lebih realistis adalah prosedur yang transparan, dapat diuji, dapat dipertanggungjawabkan, dan menghormati hak pengguna. Platform perlu menjelaskan tujuan rekomendasi, menyediakan pilihan feed, membuka akses data yang aman, mengaudit dampak sistemik, membatasi manipulasi terkoordinasi, dan menegakkan transparansi iklan politik. Negara perlu mengatur tanpa mengubah moderasi menjadi alat kontrol politik. Media perlu mempertahankan verifikasi, pluralisme, dan konteks sambil berinovasi dalam format. Kampus perlu menghasilkan penelitian independen dan pendidikan lintas-disiplin.

Rekomendasi strategis utama dapat dirumuskan sebagai berikut. Pertama, membangun transparansi algoritmik yang berorientasi pada dampak, bukan sekadar membuka kode. Kedua, menjamin akses data bagi peneliti independen dengan perlindungan privasi. Ketiga, mewajibkan arsip iklan politik dan pengungkapan sponsor, target, jangkauan, serta penggunaan AI. Keempat, mengembangkan audit rutin terhadap bias, ekstremitas, misinformasi, dan ketimpangan visibilitas pada berbagai bahasa dan kelompok. Kelima, memberi kendali yang mudah digunakan kepada warga atas personalisasi dan urutan feed. Keenam, memperkuat jurnalisme berkualitas dan media publik sebagai infrastruktur pengetahuan bersama. Ketujuh, mengintegrasikan literasi media, data, dan algoritmik dalam pendidikan. Kedelapan, membangun protokol nasional untuk menghadapi deepfake dan gangguan informasi pada masa pemilu atau krisis.

Pada akhirnya, kualitas demokrasi digital bergantung pada kemampuan masyarakat mengubah teknologi dari mesin perebutan perhatian menjadi infrastruktur pembentukan pengetahuan publik. Algoritma seharusnya tidak diposisikan sebagai penguasa tak terlihat ataupun kambing hitam tunggal. Ia adalah hasil keputusan manusia, organisasi, dan kebijakan. Karena itu, ia dapat diawasi, dievaluasi, dan dirancang ulang. Tantangan kita adalah memastikan bahwa media dan algoritma memperluas kapasitas warga untuk

memahami persoalan, menilai kekuasaan, dan mengambil keputusan secara bebas, bukan sekadar mempercepat reaksi terhadap rangsangan yang paling kuat.

Glossarium

Istilah	Definisi
Agenda-setting	Proses ketika media dan platform memengaruhi isu yang dianggap penting oleh publik.
Algoritma rekomendasi	Sistem komputasi yang memprediksi dan mengurutkan konten berdasarkan data, tujuan, dan aturan tertentu.
Algorithmic audit	Pemeriksaan sistematis terhadap perilaku dan dampak sistem algoritmik.
Bias konfirmasi	Kecenderungan mencari dan menerima informasi yang memperkuat keyakinan awal.
Bot	Akun atau perangkat lunak yang menjalankan aktivitas daring secara otomatis atau semiotomatis.
Computational propaganda	Penggunaan algoritma, otomatisasi, data besar, dan jaringan digital untuk memanipulasi opini publik.
Deepfake	Konten audiovisual sintesis yang meniru orang atau peristiwa secara meyakinkan.
Disinformasi	Informasi salah yang sengaja dibuat atau disebarkan untuk menipu.
Echo chamber	Lingkungan jaringan tempat keyakinan serupa terus diulang dan diperkuat.
Ekonomi perhatian	Sistem ekonomi yang memperlakukan perhatian pengguna sebagai sumber daya langka dan bernilai.
Engagement	Interaksi pengguna seperti klik, suka, komentar, berbagi, atau durasi menonton.
Filter bubble	Lingkungan informasi personal yang membatasi paparan terhadap perspektif berbeda.
Framing	Proses memilih dan menonjolkan aspek tertentu dari isu untuk membentuk interpretasi.
Gatekeeping	Proses seleksi informasi yang menentukan apa yang masuk ke ruang publik.
Generative AI	Sistem AI yang menghasilkan teks, gambar, suara, video, atau kode baru.
Influencer politik	Kreator atau tokoh daring yang memengaruhi pengetahuan, sikap, atau perilaku politik audiens.
Liar's dividend	Keuntungan bagi pelaku ketika bukti autentik dapat ditolak sebagai hasil manipulasi AI.
Malinformasi	Informasi faktual yang digunakan di luar konteks atau dengan cara yang dimaksudkan untuk merugikan.
Microtargeting	Penyampaian pesan yang sangat disesuaikan kepada segmen kecil berdasarkan data.
Misinformasi	Informasi salah yang disebarkan tanpa harus disertai niat menipu.

Paparan selektif	Kecenderungan memilih informasi yang sesuai dengan preferensi atau identitas.
Personalisasi	Penyesuaian konten atau layanan berdasarkan data dan prediksi tentang pengguna.
Platformisasi	Perluasan logika, infrastruktur, dan kekuasaan platform ke berbagai ranah sosial.
Polarisasi afektif	Meningkatnya rasa tidak suka dan tidak percaya terhadap kelompok politik lawan.
Priming	Proses ketika isu yang menonjol menjadi kriteria utama untuk menilai aktor politik.
Provenance	Informasi mengenai asal-usul, riwayat, dan perubahan suatu konten digital.
Social listening	Pemantauan sistematis percakapan digital untuk memahami isu, sentimen, dan risiko.
Virality	Kemampuan konten menyebar cepat melalui jaringan pengguna dan rekomendasi.

Daftar Pustaka

- Allcott, H., Gentzkow, M., & Yu, C. (2019). Trends in the diffusion of misinformation on social media. *Research & Politics*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2053168019848554>
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130–1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Bail, C. A., Argyle, L. P., Brown, T. W., et al. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(37), 9216–9221. <https://doi.org/10.1073/pnas.1804840115>
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Bor, A., Marie, A., Pradella, L., & Petersen, M. B. (2026). Social media users experience more political hostility in less economically equal and less democratic societies. *Nature Human Behaviour*, 10, 1083–1093. <https://doi.org/10.1038/s41562-026-02432-5>
- Brady, W. J., Doyle, M., Elnakouri, A., et al. (2026). Redesigning algorithms to intervene on social norm misperceptions during a national election. *Nature*, 655, 942–956. <https://doi.org/10.1038/s41586-026-10536-1>
- Butkowski, C. (2026). Expressive data: Conceptualizing political expression through social media feeds. *Political Communication*, 43(3), 425–444. <https://doi.org/10.1080/10584609.2025.2579716>
- Chen, W., Pacheco, D., Yang, K.-C., & Menczer, F. (2021). Neutral bots probe political bias on social media. *Nature Communications*, 12, 5580. <https://doi.org/10.1038/s41467-021-25738-6>
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Edgerly, S., & Thorson, K. (2020). Political communication and public opinion: Innovative research for the digital age. *Public Opinion Quarterly*, 84(S1), 189–194. <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa019>

- Gauthier, G., Hodler, R., Widmer, P., & Zhuravskaya, E. (2026). The political effects of X's feed algorithm. *Nature*, 652, 416–423. <https://doi.org/10.1038/s41586-026-10098-2>
- González-Bailón, S., Lazer, D., Barberá, P., et al. (2023). Asymmetric ideological segregation in exposure to political news on Facebook. *Science*, 381(6656), 392–398. <https://doi.org/10.1126/science.ade7138>
- Guess, A. M., Malhotra, N., Pan, J., et al. (2023). How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign? *Science*, 381(6656), 398–404. <https://doi.org/10.1126/science.abp9364>
- Guess, A. M., Nyhan, B., O’Keeffe, Z., & Reifler, J. (2020). Exposure to untrustworthy websites in the 2016 US election. *Nature Human Behaviour*, 4, 472–480. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0833-x>
- Huszár, F., Ktena, S. I., O’Brien, C., Belli, L., Schlaikjer, A., & Hardt, M. (2022). Algorithmic amplification of politics on Twitter. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 119(1), e2025334119. <https://doi.org/10.1073/pnas.2025334119>
- Ibrahim, H., Jang, H. D., Aldahoul, N., Kaufman, A. R., Rahwan, T., & Zaki, Y. (2026). Systematic partisan content skews in TikTok during the 2024 US elections. *Nature*, 654, 1004–1011. <https://doi.org/10.1038/s41586-026-10447-1>
- Iyengar, S., Sood, G., & Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization. *Public Opinion Quarterly*, 76(3), 405–431. <https://doi.org/10.1093/poq/nfs038>
- Kubin, E., & von Sikorski, C. (2021). The role of social media in political polarization: A systematic review. *Annals of the International Communication Association*, 45(3), 188–206. <https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., et al. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the post-truth era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353–369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>
- Lorenz-Spreen, P., Oswald, L., Lewandowsky, S., & Hertwig, R. (2023). A systematic review of worldwide causal and correlational evidence on digital media and democracy. *Nature Human Behaviour*, 7, 74–101. <https://doi.org/10.1038/s41562-022-01460-1>
- Margetts, H., John, P., Hale, S., & Yasseri, T. (2016). *Political turbulence: How social media shape collective action*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400873555>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Nyhan, B., Settle, J., Thorson, E., et al. (2023). Like-minded sources on Facebook are prevalent but not polarizing. *Nature*, 620, 137–144. <https://doi.org/10.1038/s41586-023-06297-w>
- Ohme, J. (2021). Algorithmic social media use and its relationship to attitude reinforcement and issue-specific political participation. *Journal of Information Technology & Politics*, 18(1), 36–54. <https://doi.org/10.1080/19331681.2020.1805085>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Persily, N., & Tucker, J. A. (Eds.). (2020). *Social media and democracy: The state of the field, prospects for reform*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108890960>

- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming. *Journal of Communication*, 57(1), 9–20. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x>
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400884711>
- Tucker, J. A., Theocharis, Y., Roberts, M. E., & Barberá, P. (2017). From liberation to turmoil: Social media and democracy. *Journal of Democracy*, 28(4), 46–59. <https://doi.org/10.1353/jod.2017.0064>
- van Loon, A., Katta, S., Bail, C. A., Hillygus, D. S., & Volfovsky, A. (2026). Designing social media to promote productive political dialogue. *Scientific Reports*. <https://doi.org/10.1038/s41598-026-63437-8>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.
- Woolley, S. C., & Howard, P. N. (Eds.). (2018). *Computational propaganda: Political parties, politicians, and political manipulation on social media*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190931407.001.0001>
- Yarchi, M. (2026). Social media and political polarization. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.1523>
- Zuboff, S. (2015). Big other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology*, 30, 75–89. <https://doi.org/10.1057/jit.2015.5>