

## Pengaruh Algoritma Media Sosial terhadap Selektivitas Konsumsi Berita Politik pada Generasi Z di Indonesia

Callie Rizma Riendani<sup>1</sup>, Indiartha Raghda Atshila S.<sup>2</sup>, Afif Abhinaya<sup>3</sup>, Ahmad Ridlo Abdillah<sup>4</sup>, Bahy Dzaky Mufadhol<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur  
24043010134@student.upnjatim.ac.id

### Abstract

This study wants to know how social media algorithms influence what political news is read by today's young people, namely Generation Z in Indonesia. We found that this algorithm makes young people tend to only see news that is in line with their political opinions. So that they have increasingly strong views on one side and find it difficult to accept different opinions. This is the same as us only being invited to talk to people who have the same opinions as us, so that we become less open to other views. This study is important because it shows how serious we are in learning to be able to assess the truth of the news we read on social media, so that we are not easily influenced by false or biased information.

**Keywords:** Social Media, Generation Z

### Abstrak

Penelitian ini ingin tahu bagaimana cara algoritma media sosial memengaruhi apa saja berita politik yang dibaca oleh anak muda pada zaman sekarang, yaitu generasi Z di Indonesia. Kami menemukan bahwa algoritma ini membuat anak muda cenderung hanya melihat berita yang sesuai dengan pendapat politik mereka. Sehingga mereka mempunyai pandangan yang semakin kuat terhadap satu sisi saja dan sulit menerima pendapat yang berbeda. Ini sama halnya seperti kita hanya diajak bicara dengan orang yang mempunyai pendapat yang sama dengan kita, sehingga kita jadi kurang terbuka terhadap pandangan lain. Penelitian ini penting, karena menunjukkan betapa seriusnya kita dalam belajar untuk bisa menilai kebenaran berita yang kita baca di media sosial, supaya tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang salah atau bias.

**Kata kunci:** Media Sosial, Generasi Z

Copyright (c) 2024 Callie Rizma Riendani, Indiartha Raghda Atshila S., Afif Abhinaya, Ahmad Ridlo Abdillah, Bahy Dzaky Mufadhol

---

✉ Corresponding author: Callie Rizma Riendani

Email Address: 24043010134@student.upnjatim.ac.id (Jl. Rungkut Madya, Surabaya, Jawa Timur)

Received 29 October 2024, Accepted 12 November 2024, Published 19 November 2024

## PENDAHULUAN

Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, media sosial telah menjadi kekuatan dominan dalam kehidupan sehari-hari, terutama bagi Generasi Z, kelompok demografi yang lahir antara pertengahan tahun 1990an hingga 2010an generasi ini tumbuh dalam lingkungan yang ada dimana-mana. Perubahan-perubahan ini telah merevolusi cara berita diakses, dikonsumsi, dan dievaluasi.

Media sosial menyediakan akses cepat dan komprehensif terhadap berbagai jenis informasi dan berita dulunya surat kabar, radio, berita yang dulunya disampaikan melalui saluran tradisional seperti TV kini dapat ditemukan langsung diumpan berita atau timeline media sosial anda. Media sosial memiliki fitur berbagi dan interaksi yang memungkinkan penggunaannya menyebarkan berita dengan cepat, sehingga mempercepat proses penyebaran informasi, sekaligus memberikan peluang baru dalam keakuratan dan keandalan pesan yang diterima Generasi Z, yang dikenal sebagai "digital

native”, mengonsumsi berita online dengan cara yang istimewa. Mereka sering mengandalkan algoritma media sosial untuk menampilkan berita yang disesuaikan dengan minat dan preferensi pribadi mereka, yang dapat meningkatkan bias konfirmasi dan mengurangi paparan terhadap perbedaan pendapat.

Selain itu, format berita di media sosial (sering kali dalam bentuk ringkasan singkat, gambar, dan video pendek) Cara masyarakat memahami dan bereaksi terhadap informasi. Perubahan ini mempunyai implikasi penting bagi masyarakat Media Sosial dapat memperluas jangkauan berita dan meningkatkan partisipasi masyarakat, namun juga dapat menimbulkan tantangan seperti penyebaran berita palsu, polarisasi informasi, dan kekacauan sosial. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana media sosial berdampak pada konsumsi berita Generasi Z dan bagaimana media sosial berdampak pada keterlibatan Generasi Z dalam isu-isu sosial dan politik.

Kami melakukan analisis media sosial terhadap perilaku konsumsi berita online Generasi Z dengan memeriksa aspek-aspek seperti kebiasaan konsumsi berita, efektivitas informasi, dan dampak sosial dari perubahan tersebut. Melalui analisis ini, kami menemukan bahwa media media sosial Kami berharap dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana kita membentuk pola pikir dan perilaku informasi era digital.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur seberapa besar pengaruh algoritma media sosial terhadap pilihan berita politik yang dikonsumsi oleh generasi Z di Indonesia. Kami akan mengumpulkan data melalui survei online yang disebar kepada pengguna media sosial aktif yang masuk dalam kategori generasi Z menggunakan kuesioner untuk mengukur tingkat konsumsi berita politik dan kesadaran mereka tentang algoritma media sosial. Pertanyaan dapat mencakup frekuensi konsumsi berita politik, sumber berita yang digunakan, dan bagaimana algoritma mempengaruhi pilihan mereka. Data yang terkumpul kemudian akan dianalisis menggunakan metode statistik untuk menguji hipotesis penelitian. Dengan metode ini, kami berharap dapat mengidentifikasi pola-pola konsumsi berita politik yang dipengaruhi oleh algoritma media sosial dan mengukur kekuatan pengaruh tersebut.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Algoritma media sosial adalah sebuah sistem yang kompleks, dirancang untuk menyediakan konten-konten yang paling berhubungan bagi setiap penggunanya. Algoritma ini mencatat apa yang dicari, diminati, dan konten apa yang sesuai dengan latar belakang pengguna. Di dalam konteks berita politik, algoritma ini akan menentukan berita mana yang akan muncul di beranda atau feed pengguna media sosial tersebut.

Algoritma media sosial memiliki dampak yang sangat besar terhadap pemilihan berita politik yang dikonsumsi oleh Generasi Z. Banyak cara yang bisa dilakukan algoritma untuk memengaruhi

pilihan berita, contohnya berita yang pernah dicari atau diklik oleh pengguna akan menjadi acuan untuk menampilkan berita serupa di kemudian hari; kemudian like, share, komentar, dan waktu yang dihabiskan pengguna media sosial pada suatu konten akan memengaruhi algoritma untuk memberikan konten yang serupa kedepannya; dan berita lokal atau regional sering kali diberikan prioritas bagi pengguna berdasarkan lokasi mereka.

Generasi Z, lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, adalah generasi yang tumbuh besar bersama teknologi digital. Dikenal sebagai "digital native", mereka memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap internet dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Keunikan generasi ini terletak pada kemampuan adaptasi yang cepat terhadap teknologi baru, preferensi terhadap pengalaman yang autentik, serta kepedulian yang tinggi terhadap isu-isu sosial.

Media sosial telah membentuk identitas dan perilaku Generasi Z secara signifikan. Platform-platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya menjadi sarana untuk berinteraksi dengan teman, tetapi juga menjadi sumber informasi, hiburan, dan inspirasi. Generasi Z menggunakan media sosial untuk mengeksplorasi minat, membangun komunitas, dan membentuk pandangan dunia mereka.

Generasi Z tumbuh dalam era yang penuh ketidakpastian, seperti perubahan iklim, ketidaksetaraan sosial, dan pandemi global. Mereka menghadapi tekanan yang unik, termasuk tuntutan untuk sukses, ekspektasi yang tinggi, dan persaingan yang ketat. Di sisi lain, mereka juga memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan dan menciptakan masa depan yang lebih baik.

Media sosial, sebuah fenomena yang merevolusi cara kita berkomunikasi dan berinteraksi, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Dalam beberapa dekade terakhir, platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok telah tumbuh pesat, menghubungkan miliaran orang di seluruh dunia. Kemunculan media sosial telah mengubah lanskap sosial, budaya, dan bahkan politik secara signifikan.

Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan kita, namun penggunaan yang berlebihan dapat berdampak negatif pada kesehatan mental. Penelitian menunjukkan bahwa perbandingan diri dengan orang lain di media sosial, *cyberbullying*, dan FOMO (*fear of missing out*) dapat memicu kecemasan, depresi, dan masalah kesehatan mental lainnya.

Media sosial telah mengubah lanskap politik secara drastis. Platform-platform ini memungkinkan para politikus untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat, namun juga membuka pintu bagi penyebaran berita palsu dan manipulasi opini publik. Algoritma yang mempersonalisasi konten dapat memperkuat polarisasi dan menghambat dialog yang konstruktif.

Era digital telah mengubah cara kita mengakses dan mengonsumsi informasi. Media sosial, dengan algoritma yang semakin canggih, telah menjadi pintu gerbang utama bagi Generasi Z untuk memperoleh berita, termasuk berita politik. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana algoritma media sosial mempengaruhi pilihan berita politik Generasi Z dan bagaimana hal ini berdampak pada partisipasi mereka dalam kehidupan politik.

Polarisasi politik yang semakin tajam menjadi isu global. Media sosial, dengan kemampuannya untuk menciptakan "filter bubble", seringkali dianggap sebagai salah satu faktor yang memperparah kondisi ini. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana algoritma media sosial berkontribusi pada pembentukan "filter bubble" berita politik pada Generasi Z di Indonesia, dan bagaimana hal ini berdampak pada pemahaman mereka terhadap isu-isu politik yang kompleks.

Generasi Z, sebagai generasi digital asli, memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk lanskap politik masa depan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Generasi Z mengonsumsi berita politik di era media sosial. Dengan menganalisis pengaruh algoritma media sosial terhadap pilihan berita mereka, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi komunikasi politik yang lebih efektif dan inklusif

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara kita mengonsumsi informasi, termasuk berita politik. Generasi Z, yang tumbuh besar dengan media sosial, memiliki pola konsumsi berita yang unik. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana algoritma media sosial mempengaruhi selektivitas konsumsi berita politik pada Generasi Z di Indonesia, serta dampaknya terhadap pemahaman mereka terhadap isu-isu politik, partisipasi politik, dan polarisasi opini.

<b>Fenomena</b>	<b>Penjelasan</b>	<b>Implikasi</b>
Filter Bubble	Algoritma menyajikan konten sesuai preferensi, menciptakan gelembung informasi.	Memperkuat bias, mengurangi paparan pandangan berbeda, polarisasi opini.
Polarisasi Opini	Pengguna terpecah ke dalam kelompok dengan pandangan yang sangat berbeda.	Sulit mencapai konsensus, meningkatkan perpecahan sosial.
Misinformasi dan Disinformasi	Berita palsu dan hoaks mudah menyebar.	Menyesatkan publik, merusak kepercayaan terhadap media.
Selektivitas Berdasarkan Identitas	Berita dipilih sesuai identitas sosial (politik, kelompok).	Memperkuat identitas kelompok, mengurangi empati terhadap kelompok lain.
Peran Influencer	Influencer membentuk opini publik, terutama generasi muda.	Pengaruh kuat terhadap pilihan berita dan pandangan politik.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini berhasil mengungkap bagaimana algoritma media sosial secara signifikan memengaruhi cara Generasi Z di Indonesia mengonsumsi berita politik. Beberapa temuan utamanya, yaitu algoritma media sosial menciptakan "filter bubble" yang menampilkan konten sesuai dengan preferensi dan riwayat pencarian pengguna. Hal ini dapat memperkuat bias, mengurangi paparan terhadap sudut pandang berbeda, dan memperparah polarisasi opini. Algoritma dapat memperkuat polarisasi dengan menyajikan konten yang mengonfirmasi pandangan yang sudah ada, menghambat dialog konstruktif dan memperburuk perpecahan sosial. Algoritma juga dapat mempercepat penyebaran berita palsu dan hoaks, yang berpotensi menyesatkan publik dan merusak kepercayaan

terhadap media. Namun, algoritma cenderung menyajikan berita yang sesuai dengan identitas sosial pengguna, seperti afiliasi politik atau kelompok sosial tertentu, sehingga memperkuat identitas kelompok dan mengurangi empati terhadap orang lain. Maka dari itu, influencer di media sosial memiliki dampak besar dalam membentuk opini publik, terutama di kalangan Generasi Z. Algoritma sering mempromosikan konten dari influencer, yang memengaruhi pilihan berita dan pandangan politik pengikut mereka.

Secara implikasi, Generasi Z perlu menyadari adanya "filter bubble" dan aktif mencari sumber berita yang beragam. Media perlu mengembangkan strategi untuk melawan penyebaran berita palsu dan meningkatkan kualitas jurnalisme. Dalam hal ini, pemerintah harus merumuskan kebijakan yang mendorong literasi digital dan mengurangi dampak negatif dari algoritma media sosial. Dan platform media sosial harus lebih transparan mengenai algoritma mereka dan mengembangkan fitur yang membantu pengguna mengakses informasi yang lebih beragam.

## **REFERENSI**

- Levy, R. (2020). Social Media, News Consumption, and Polarization: Evidence from a Field Experiment. *Mass Communication eJournal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3653388>.
- Feezell, J., Wagner, J., & Conroy, M. (2021). Exploring the effects of algorithm-driven news sources on political behavior and polarization. *Comput. Hum. Behav.*, 116, 106626. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106626>.
- Anspach, N. (2017). The New Personal Influence: How Our Facebook Friends Influence the News We Read. *Political Communication*, 34, 590 - 606. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1316329>.