

Polarisasi Sentimen Program Makan Bergizi Gratis di Tiktok: Ancaman *Echo Chamber* terhadap Kewargaan Digital

Muhammad Kamil Ridha^{1*}, Ayu Ramadhani², Budi Mulyono³

^{1,2,3} Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Universitas Negeri Yogyakarta

Corresponding Author's e-mail : muhammadkamil.2025@student.uny.ac.id



e-ISSN: 2964-0962

SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/seikat>

Vol. 5, No. 3, Juni 2026

Page: 850-862

Available at:

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/seikat/article/view/2180>

DOI:

<https://doi.org/10.55681/seikat.v5i3.2180>

Article History:

Received: 05-04-2026

Revised: 10-05-2026

Accepted: 20-06-2026

Abstract : *This study examines the algorithmic echo chamber phenomenon as a challenge to digital citizenship in sentiment polarization around Indonesia's Free Nutritious Meal (MBG) program on TikTok. Using a convergent parallel mixed-methods design, 60 TikTok videos (30 pro, 30 contra) were analyzed using MANOVA and qualitative multimodal content analysis. Quantitative results reveal significant differences in multivariate engagement profiles (Pillai's Trace = 0,280; F = 7,258; P < .001). Pro content attracted more likes as affirmative approval, while contra-content generated higher comments and shares as emotionally driven engagement. Qualitatively, the pro camp constructed economic solidarity and moral legitimacy narratives, whereas the contra camp deployed technical-failure framing to mobilize public anger. Findings confirm that TikTok's For Your Page algorithm actively constructs filter bubbles and echo chambers that isolate users into polarized ideological clusters, shifting policy discourse from rational deliberation to emotional identity conflict. Implications highlight the urgency of strengthening digital literacy, algorithmic awareness, and ethical expression as pillars of healthy digital citizenship.*

Keywords: *Algorithmic echo chamber, sentiment polarization, TikTok, digital citizenship, free nutritious meal program*

Abstrak : Penelitian ini mengkaji fenomena echo chamber algoritmik sebagai tantangan terhadap kewarganegaraan digital dalam polarisasi sentimen seputar program Free Nutritious Meal (MBG) Indonesia di TikTok. Dengan menggunakan desain metode campuran paralel konvergen, 60 video TikTok (30 pro, 30 kontra) dianalisis melalui MANOVA dan analisis konten multimodal kualitatif. Hasil kuantitatif mengungkapkan perbedaan profil keterlibatan multivariat yang signifikan (Pillai's Trace = 0,280; F = 7,258; P < .001). Konten pro menarik lebih banyak suka sebagai persetujuan afirmatif, sementara konten kontra menghasilkan komentar dan berbagi yang lebih tinggi sebagai keterlibatan yang didorong oleh emosi. Secara kualitatif, kubu pro membangun solidaritas ekonomi dan narasi legitimasi moral, sedangkan kubu kontra menggunakan pembingkai kegagalan teknis untuk memobilisasi kemarahan publik. Temuan mengonfirmasi bahwa algoritma *For Your Page* TikTok secara aktif membangun gelembung filter dan ruang gema yang mengisolasi pengguna ke dalam kelompok ideologis yang terpolarisasi, menggeser wacana kebijakan dari musyawarah rasional ke konflik identitas emosional. Implikasinya menyoroti urgensi penguatan literasi digital, kesadaran algoritmik, dan ekspresi etis sebagai pilar kewarganegaraan digital yang sehat.

Kata Kunci : Kewargaan digital, makan bergizi gratis, polarisasi sentimen, ruang gema algoritmik, tiktok

PENDAHULUAN

Transformasi ruang publik di Indonesia mengalami pergeseran fundamental seiring akselerasi digitalisasi yang secara substansial mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan isu-

isu kebijakan publik. Ruang publik yang dulunya bersifat fisik dan terbatas pada media massa konvensional kini bertransformasi menjadi ruang publik *virtual* yang dinamis dan partisipatif (Triguswinri, 2023). Tiktok menjadi salah satu *platform* yang paling sentral dalam transformasi ini. Tiktok berevolusi dari sekadar media hiburan menjadi arena utama komunikasi politik, strategi kampanye, dan pelibatan warga negara (Situmorang & Ritonga, 2025). Jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta jiwa pada tahun 2022 (Mulyono *et al.*, 2023), menjadikan Tiktok sebagai sumber informasi politik utama bagi berbagai lapisan masyarakat, termasuk pemilih pemula yang mengandalkan *platform* ini untuk memahami berbagai narasi kebijakan terkini (Vinalti *et al.*, 2024). Kehadiran Tiktok sebagai media baru juga memaksa institusi berita arus utama beradaptasi dengan mengunggah konten mereka ke *platform* tersebut demi menjaga relevansi di mata publik (Suryaputri, 2022).

Program Makan Bergizi Gratis (MBG) di tengah lanskap digital yang berkembang pesat ini hadir sebagai salah satu kebijakan yang paling banyak diperdebatkan. Program unggulan Presiden Indonesia yang dirancang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kualitas gizi siswa ini memantik kontroversi yang luas (Kiftiyah *et al.*, 2025), mulai dari kekhawatiran atas efisiensi anggaran, tantangan finansial yang besar, hingga persoalan keadilan distribusi (Maharani *et al.*, 2024). Program MBG tidak hanya dipandang sebagai instrumen kesehatan publik, tetapi juga menjelma menjadi komoditas politik yang dijadikan medan pertarungan opini di media sosial. Sebuah studi analisis sentimen pada *platform* X menunjukkan sekitar 81,7% percakapan tentang program MBG bersifat negatif, mencerminkan skeptisisme publik yang luas terhadap keberlanjutan anggaran dan efektivitas kebijakan (Saputra & Hasan, 2024; Tundo & Rachmawati, 2024). Fenomena ini membuktikan bahwa program MBG bukan sekadar program teknis pemerintah, melainkan arena pertarungan opini yang sarat muatan emosional dan ideologis.

Kompleksitas diskursus program MBG di Tiktok semakin diperumit oleh peran algoritma *For You Page* (fyp) Tiktok yang mengkurasi konten secara personal berdasarkan interaksi eksplisit maupun implisit pengguna (Shakespeare *et al.*, 2025). Algoritma ini dikenal memiliki sistem rekomendasi yang sangat agresif, tidak hanya menyajikan konten berdasarkan preferensi eksplisit, tetapi juga secara implisit membangun lingkungan informasi yang memengaruhi cara pengguna memahami realitas sosial (Scheibenzuber *et al.*, 2023). Kemampuan platform menyajikan konten secara terus-menerus dalam batasan semantik yang sempit, artinya pengguna terus-menerus diberikan variasi dari topik yang sama, secara efektif membatasi mereka terhadap perspektif yang beragam (Shakespeare *et al.*, 2025). Mekanisme personalisasi yang kuat ini dapat menciptakan gelembung filter (*filter bubble*), kondisi isolasi intelektual yang membuat individu terkurung dalam aliran data yang sesuai dengan pandangan mereka (Einav *et al.*, 2022; Pariser, 2011). Interaksi berulang dalam gelembung ini selanjutnya dapat mengeras menjadi ruang gema (*echo chamber*), yaitu suatu lingkungan yang memperkuat keyakinan melalui repetisi dan pandangan yang berlawanan secara sistematis disingkirkan (Botte *et al.*, 2022; Desmarchelier *et al.*, 2025).

Konsekuensi paling mengkhawatirkan dari dinamika algoritmik ini adalah meningkatnya polarisasi opini publik yang mengancam kualitas kewargaan digital (Ridha *et al.*, 2025). Algoritma media sosial cenderung mengamplifikasi suara-suara yang radikal dan emosional (Hu *et al.*, 2025), sementara *framing* emosional terbukti efektif memicu respons afektif yang kuat dan mengganggu kemampuan audiens untuk terlibat dalam argumentasi rasional (Scheibenzuber *et al.*, 2023). Meskipun transformasi digital di Indonesia berjalan cepat, kemajuan ini tidak selalu dibarengi peradaban digital yang matang (Ridha *et al.*, 2025). Warga negara digital sering kali memiliki kemampuan teknis untuk mengakses konten, namun lemah dalam etika penggunaan media dan kemampuan berpikir kritis untuk menyaring disinformasi (Zahrah & Dwiputra, 2023). Pengguna

yang tidak memiliki literasi algoritmik yang memadai rentan terjebak dalam spiral polarisasi yang dipicu oleh mesin rekomendasi platform, empati digital, dan etika berpendapat sering diabaikan demi membela posisi politik tertentu (Vinalti *et al.*, 2024).

Meskipun kajian tentang *echo chamber* dan algoritma media sosial telah dilakukan secara global, penelitian yang secara spesifik membedah diskursus kebijakan publik domestik seperti program MBG di platform Tiktok masih sangat terbatas. Celah literatur ini mendorong penelitian untuk: (1) menganalisis mekanisme simultan antara algoritma Tiktok dan perilaku pengguna dalam menciptakan dan memelihara polarisasi sentimen program MBG; (2) mengidentifikasi serta membandingkan narasi dan strategi pembingkai yang digunakan kubu pro dan kontra; serta (3) menguji secara statistik perbedaan profil keterlibatan antara kedua kubu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain *mixed methods* dengan model konvergen paralel yang memungkinkan pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta kualitatif dilakukan secara bersamaan namun terpisah, kemudian diintegrasikan pada tahap interpretasi (Prasetyo *et al.*, 2021). Penelitian ini juga menerapkan pendekatan studi kasus (Yin, 2018). Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya menyelidiki fenomena kontemporer secara mendalam dalam konteks dunia nyata. Kasus yang dipilih adalah sentimen publik mengenai program MBG di TikTok, mengingat relevansinya yang tinggi sebagai cerminan dinamika pembentukan ruang gema algoritmik pada isu kebijakan strategis nasional yang sedang berjalan.

Data dikumpulkan dari *platform* Tiktok pada periode April 2025–April 2026 untuk memastikan representasi pada puncak diskursus. Kata kunci pencarian yang digunakan adalah Makan Bergizi Gratis dengan *hashtag* yang berkaitan. Teknik *purposive sampling* diterapkan untuk memilih 60 video Tiktok berdasarkan tiga kriteria inklusi: (1) menggunakan kata kunci atau *hashtag* yang relevan; (2) memiliki tingkat keterlibatan tinggi untuk memastikan pengaruh signifikan terhadap sentimen publik; dan (3) secara eksplisit menunjukkan sikap pro atau kontra terhadap program MBG. Dari 60 video tersebut, 30 dikategorikan sebagai pro dan 30 dikategorikan sebagai kontra. Data dikumpulkan menggunakan lembar kodifikasi terstruktur berbasis Microsoft Excel yang mencatat variabel kuantitatif (*URL* video, *username* kreator, jumlah *likes*, jumlah komentar, jumlah *shares*, dan sentimen: 1=pro; 2 =kontra) serta variabel kualitatif (narasi utama, *sound* yang digunakan, dan *visual framing*).

Analisis kuantitatif dilakukan menggunakan *software* JASP melalui dua tahap. Pertama, statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan distribusi data pada setiap kelompok sentimen. Kedua, uji MANOVA (*Multivariate Analysis of Variance*) untuk menguji perbedaan profil keterlibatan secara simultan, dengan sentimen (pro/kontra) sebagai variabel independen dan kombinasi *likes*, komentar, serta *shares* sebagai variabel dependen. MANOVA dipilih karena keunggulannya dalam mendeteksi perbedaan kelompok berdasarkan kombinasi linear seluruh variabel dependen secara simultan, sehingga mampu menangkap pola perilaku yang diabaikan oleh uji univariat. Analisis kualitatif mencakup tiga tahapan, yaitu reduksi data, koding tematik, dan interpretasi. Sesuai dengan desain konvergen paralel, hasil kuantitatif dan kualitatif diintegrasikan pada tahap pembahasan untuk memberikan pemahaman yang saling melengkapi dan komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Analisis Kuantitatif

Data *engagement* mentah menunjukkan distribusi yang miring ke kanan (*right-skewed*) akibat fenomena viral. Hal ini dikarenakan sebagian kecil video memperoleh *engagement* yang jauh melampaui median kelompok. Transformasi Log10 berhasil menormalkan distribusi untuk memenuhi asumsi parametrik. Statistik deskriptif pasca-transformasi mengungkap pola diferensiasi yang sistematis antara kedua kelompok sebagaimana terlihat pada Tabel 1 berikut.

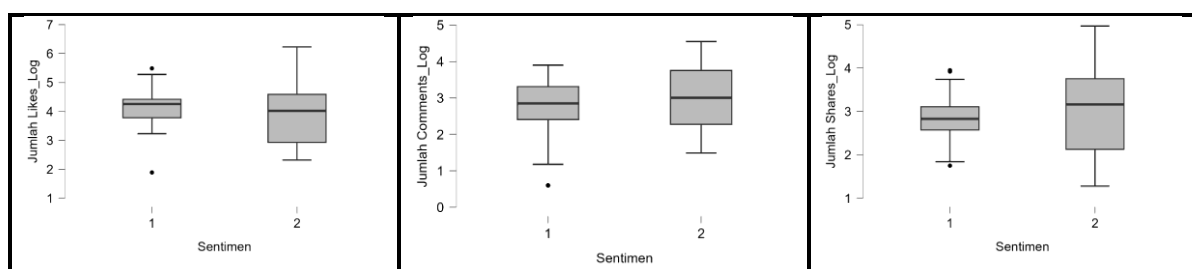
Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel *Engagement* (Setelah Transformasi Log10)

Variabel Dependen	Kelompok Sentimen	Jumlah Data (N)	Mean (Rata-Rata)	Standar Deviasi
Jumlah <i>Likes</i> (Log)	1	30	4,088	0,684
	2	30	3,952	1,107
Jumlah Komentar (Log)	1	30	2,803	0,754
	2	30	3,025	0,947
Jumlah <i>Shares</i> (Log)	1	30	2,831	0,558
	2	30	3,084	0,996

Sumber: diolah peneliti, 2026

Pola yang muncul menunjukkan diferensiasi karakter keterlibatan yang khas. Kelompok Pro mendominasi dimensi *likes*, sedangkan kelompok kontra mengungguli pada dimensi komentar dan *shares*. Perlu dicatat bahwa standar deviasi kelompok kontra secara konsisten lebih besar pada semua variabel. Hal ini mencerminkan variabilitas yang tinggi; artinya sebagian konten kontra meraih *virality* ekstrem, sementara yang lain memiliki jangkauan lebih terbatas. Perbedaan tersebut juga dapat dilihat dari Gambar 1 yang berisi *boxplot* yang secara visual mengonfirmasi temuan deskriptif di atas.

Gambar 1. *Boxplot* Masing-Masing Variabel *Engagement*



Sumber: *Output Software* JASP, 2026

Berikutnya, sebelum melakukan uji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi MANOVA berupa uji normalitas dan homogenitas. Hasil dari uji asumsi tersebut menunjukkan bahwa asumsi uji normalitas multivariat *Shapiro-Wilk* terpenuhi ($p\text{-value} = 0.194$). Sebaliknya, uji homogenitas dengan Box's M menghasilkan nilai yang signifikan ($p\text{-value} < 0.001$), menunjukkan pelanggaran asumsi homogenitas matriks kovarians. Meskipun asumsi homogenitas terlanggar, analisis tetap dapat dilanjutkan dengan dua dasar pertimbangan. Pertama, MANOVA bersifat *robust* terhadap pelanggaran asumsi pada sampel yang seimbang sempurna ($N = 30$ per kelompok). Kedua, statistik

Pillai's Trace diprioritaskan karena ketahanannya yang lebih tinggi pada kondisi heterogenitas *kovarians* dibandingkan dengan *Wilk's Lambda*.

Hasil uji multivariat menunjukkan pengaruh yang signifikan dari variabel sentimen gabungan profil *engagement* (*Pillai's Trace* = 0,280; $F = 7,258$; $p\text{-value} < 0,001$). Nilai *Pillai's Trace* sebesar 0,280 mengindikasikan bahwa variabel sentimen menjelaskan sekitar 28% variasi dalam kombinasi linier ketiga variabel *engagement*, sebagai sebuah ukuran efek yang substantif dalam konteks perilaku digital. Hipotesis penelitian yang menyatakan adanya perbedaan profil *engagement* yang signifikan antara kelompok pro dan kontra dengan demikian diterima.

Uji ANOVA univariat menghasilkan temuan yang paradoksial namun secara metodologis bermakna, yaitu tidak ada satu pun variabel *engagement* individual yang mencapai signifikansi statistik ketika diuji secara terpisah. Kontradiksi antara signifikansi multivariat dan non-signifikansi univariat ini bukan anomali, melainkan temuan substantif penting. Perbedaan profil *engagement* antara kedua kelompok bersifat kombinatorial, artinya tidak terletak pada satu dimensi dominan, melainkan pada pola interaksi terpadu dari ketiga variabel secara bersama-sama. Hal ini menegaskan bahwa MANOVA mampu menangkap dinamika perilaku digital yang diabaikan oleh uji univariat.

Hasil Analisis Kuantitatif Konstruksi Narasi Kubu Pro

Pertama, *framing* redistribusi ekonomi ke akar rumput. Narasi terkuat yang muncul bukan tentang manfaat gizi semata, melainkan tentang dampak ekonomi bagi kelompok marginal. Program MBG dikonstruksi sebagai mesin penggerak ekonomi rakyat kecil melalui penyerapan hasil panen petani lokal, pemberdayaan katering rumahan, dan penciptaan lapangan kerja bagi perempuan kepala keluarga di sekitar sekolah. *Framing* ini secara strategis menggeser medan perdebatan dari efisiensi birokrasi sebagai wilayah pemerintah yang mudah diserang, menuju solidaritas kelas sebagai wilayah kritik yang terasa tidak berempati. Penggunaan testimoni langsung dari pelaku UMKM memperkuat legitimasi narasi melalui bukti personal yang konkret.

Kedua, *framing* kemanusiaan sebagai perisai moral. Sejumlah besar konten pro menampilkan visual yang dirancang memaksimalkan respons empatik seperti anak-anak makan dengan lahap, ekspresi syukur ibu pekerja dapur, dan kontras antara kondisi gizi buruk sebelum dan sesudah program. *Framing* ini membangun asosiasi antara program MBG dan nilai kemanusiaan universal, sehingga setiap kritik terhadap kebijakan secara psikologis diartikulasikan sebagai serangan terhadap anak-anak dan orang miskin. Jebakan moral yang tercipta memaksa *audiens* untuk memilih posisi antara mendukung program berarti membela yang lemah atau mengkritik program diartikan tidak *peduli* pada penderitaan sesama.

Ketiga, *framing* objektivitas semu melalui format *pseudo-podcast*. Beberapa kreator mengadopsi format diskusi-*podcast* atau video infografis yang menampilkan data keberhasilan dengan tampilan profesional dan bahasa teknis. Format ini membangun ilusi objektivitas dan legitimasi akademis, sehingga posisi pro tampak sebagai kesimpulan rasional berbasis bukti, bukan keberpihakan emosional semata. Hal ini menunjukkan bahwa pembingkaian algoritmik tidak selalu bekerja melalui konten yang jelas-jelas emosional, tetapi juga melalui konten yang mengklaim rasionalitas sambil menyembunyikan agenda keberpihakan.

Konstruksi Narasi Kubu Pro

Pertama, *framing* kegagalan teknis dan ancaman keselamatan publik. Merupakan *framing* paling dominan dan paling tinggi tingkat keterlibatannya. Konten mengekspos dan mendokumentasikan kegagalan implementasi yang konkret, seperti lauk mentah, laporan

keracunan massal, menu yang tidak memenuhi standar gizi, dan distribusi yang terlambat. Setiap kegagalan teknis dikonstruksi bukan sebagai masalah operasional yang dapat diperbaiki, melainkan sebagai bukti sistemik ketidakmampuan negara. *Framing* ini sangat efektif mengaktifkan kemarahan dan ketakutan, dua emosi yang paling kuat mendorong perilaku berbagi konten.

Kedua, *framing* korupsi anggaran dan *corporate welfare*. Narasi ini mengaitkan program MBG dengan ekosistem oligarki dengan melihat anggaran triliunan rupiah yang diklaim lebih banyak mengalir ke konglomerat besar daripada petani kecil, dan program ini dicitrakan sebagai proyek bagi-bagi keuntungan politik. *Framing* ini memanfaatkan skeptisisme struktural yang sudah ada terhadap elit politik, dengan menghubungkan program MBG dengan narasi rente dan korupsi yang memiliki resonansi kuat di ruang digital Indonesia. Angka-angka anggaran besar yang disandingkan dengan kondisi infrastruktur publik yang buruk menciptakan kontras visual yang mudah viral.

Ketiga, *framing* suara yang dibungkam hingga penolakan dari target program itu sendiri. Dokumentasi demonstrasi oleh pelajar yang menolak menu MBG, serta video siswa yang memilih tidak memakan makanan yang disediakan, secara efektif meruntuhkan asumsi paternalistik bahwa rakyat miskin harus pasif menerima bantuan negara. *Framing* ini mengklaim posisi moral yang paradoksal, dengan narasi kubu kontra bukan anti-rakyat, justru mereka yang benar-benar mendengarkan aspirasi rakyat.

Keempat, *framing* ironi distributif. Konten mengekspos ketidakkonsistenan implementasi yang mengundang keheranan, yaitu distribusi MBG ke sekolah-sekolah elit sementara sekolah terpencil tidak mendapat akses. *Framing* ironi ini bekerja dengan memperlakukan pemerintah melalui humor dan satire, mengeksploitasi intoleransi *audiens* terhadap inkonsistensi antara klaim kebijakan pro-rakyat dengan implementasi yang nyata-nyata tidak tepat sasaran.

Pembahasan Hasil Penelitian

Dinamika Psikologis di Balik Diferensiasi Matrik Keterlibatan

Hasil MANOVA yang signifikan secara multivariat mencerminkan bahwa polarisasi sentimen program MBG di Tiktok tidak hanya terjadi pada tataran narasi, tetapi terefleksikan dalam pola respons psikologis pengguna yang terdiferensiasi. Pola ini dapat dibedah secara mendalam melalui *Goal Framing Theory* (GFT) yang menjelaskan bahwa perilaku individu di media sosial ditentukan oleh bingkai tujuan dominan dalam kognisi mereka berupa hedonik (kepuasan emosional segera), keuntungan (peningkatan sumber daya personal dan simbolis), atau normatif (tindakan sesuai moralitas dan kepentingan kolektif) (Lindenberg & Steg, 2007).

Tingginya rata-rata *likes* pada konten pro program MBG mengindikasikan keberhasilan kreator pro dalam mengaktifkan *hedonic goal frame* dan *normative goal frame* secara bersamaan (Yin et al., 2025). Strategi pembingkai kemandusiaan menampilkan visual anak-anak yang mendapatkan makanan bergizi dan ibu pekerja dapur yang bersyukur, membangun jebakan moral yang membuat audiens mereka berpikir bahwa memberikan *like* merupakan ekspresi solidaritas kemandusiaan, sementara mengkritiknya dianggap tidak berempati (Loupeppis & Intahchomphoo, 2025). *Like* berfungsi sebagai bentuk persetujuan afirmatif yang cepat dan pasif sebagai sebuah respons hedonik yang tidak menuntut keterlibatan kognitif mendalam. Penggunaan format *pseudo-podcast* juga secara cerdas mengaktifkan *gain goal frame* berupa reputasi digital, yaitu pengguna yang membagikan konten tersebut membangun citra diri sebagai individu yang terinformasi dan objektif di dalam klaster pendukungnya (Kirchner-Krath et al., 2024).

Sebaliknya, dominasi komentar dan *shares* pada konten kontra menunjukkan aktivasi emosi yang lebih intensif serta mendorong partisipasi aktif. Strategi *failure framing*, yang dihadirkan

sebagai eksposisi kegagalan teknis seperti kasus keracunan dan distribusi tidak merata, berhasil mengubah isu kebijakan menjadi kepanikan moral. Kemarahan adalah emosi yang secara sosial menular dan memiliki daya dorong terhadap perilaku berbagi (*shares*) sebagai peringatan bahaya kepada kelompok, serta memicu perdebatan di kolom komentar untuk mendeligitimasi program (Milli et al., 2025; Puryear et al., 2024). Ketika *gain goal frame* (status sebagai pejuang kebenaran) dan *hedonic goal frame* (kepuasan dari kemarahan moral) selaras dalam satu konten, intensitas respons diskursif meningkat secara eksponensial sebagai sebuah mekanisme perpindahan bingkai (*framing displacement*) yang membuat posisi audiens kian terpolarisasi (Wu et al., 2023).

Temuan bahwa signifikansi hanya muncul pada analisis multivariat, bukan pada analisis univariat, memiliki implikasi teoretis yang penting. Polarisasi digital tidak dapat ditangkal secara memadai melalui pengukuran satu dimensi *engagement*, tetapi termanifestasi sebagai pola perilaku kompleks yang terjalin antar berbagai bentuk keterlibatan. Hal ini menunjukkan bahwa dampak algoritma *echo chamber* terlalu halus untuk terlihat pada satu metrik tunggal, namun menjadi nyata ketika dianalisis sebagai satu kesatuan perilaku digital yang mencerminkan orientasi psikologis kolektif masing-masing klaster pengguna.

Resonansi Emosional dan Arsitektur Gelembung Filter

Pola keterlibatan yang terdiferensiasi tersebut tidak terbentuk secara organik, melainkan difasilitasi dan diamplifikasi secara sistematis oleh arsitektur platform Tiktok. Sebagai algoritma afektif, sistem rekomendasi Tiktok secara *real-time* memetakan keadaan emosional pengguna berdasarkan sinyal perilaku implisit, durasi menonton, tingkat penyelesaian video, pola *scroll*, dan pola interaksi, kemudian mengunci pengguna ke dalam batasan semantik yang sempit (Grandinetti & Bruinsma, 2023; Recoba & Aesthetika, 2022; Shakespeare et al., 2025). Mekanisme penguncian ini bekerja melalui kombinasi antara rekomendasi berbasis kesamaan profil dengan pengguna lain dan rekomendasi berbasis kesamaan konten dengan yang pernah dikonsumsi (Zhou, 2024). Setiap interaksi pengguna dengan konten program MBG menjadi bahan bakar algoritma untuk mempersempit lensa informasional yang disajikan.

Proses ini menciptakan *personalization drift*, yaitu pengguna yang awalnya memiliki posisi moderat secara bertahap terdorong menuju posisi yang lebih ekstrem tanpa disadari. Pendukung yang terus-menerus mendapatkan konten afirmatif akan semakin terisolasi dari kritik yang valid. Sebagai pengulas skeptis yang terus-menerus disuplai konten kritis, akan semakin memperkuat keyakinan penolakannya. Inilah radikalisasi mandiri (*self-radicalization*) yang bersifat gradual dan tidak tampak, berbeda dari proses radikalisasi yang disengaja, namun tidak kalah berbahaya dalam mengerosi kemampuan deliberasi publik (Gombar & Boban, 2025).

Perilaku pengguna sendiri memperkuat dinamika ini melalui paparan selektif (*selective exposure*). Berdasarkan teori disonansi kognitif, manusia cenderung menghindari informasi yang bertentangan dengan keyakinan yang sudah ada (Hartmann et al., 2025). Paparan selektif di Tiktok menjadi otomatis karena setiap tindakan melewati atau menonton penuh sebuah video dibaca sebagai sinyal preferensi oleh algoritma (Elmore et al., 2023). Seorang pengguna yang skeptis terhadap pemerintah dan secara habitual melewati video pujian terhadap program MBG secara tidak sadar melatih algoritma untuk mengurangi distribusi konten tersebut, sehingga mempertebal kepompong informasi yang mengelilinginya. Bias konfirmasi selanjutnya memastikan bahwa ketika konten berlawanan tersaji, pengguna cenderung melakukan *motivated reasoning*, yaitu mencari celah untuk mendiskreditkan sumber atau data daripada merevisi keyakinan (Funta & Ondria, 2023).

Framing theory memberikan lensa komplementer yang penting. Kedua kubu memanfaatkan elemen multimodal berupa teks, audio, dan visual secara terpadu untuk memaksimalkan resonansi

(Bateman & Tseng, 2023). Kubu pro menggunakan musik latar emosional yang hangat, visual wajah anak-anak bahagia, dan narasi kesejahteraan untuk mengaktifkan bingkai solidaritas. Kubu kontra menggunakan narasi kegagalan lapangan, musik yang bernuansa urgensi, dan framing investigatif untuk membangun kecurigaan dan kemarahan. Audio di Tiktok berperan khusus sebagai mediator emosional melalui pemilihan musik dengan tempo atau nuansa tertentu yang mampu membangun suasana urgensi, ketegangan, atau empati secara langsung (Bösch & Divon, 2024; Pilipets *et al.*, 2023). Pembingkai algoritmik berupa visibilitas konten ditentukan oleh sistem otomatis berdasarkan potensi *engagement*, yang secara inheren memprioritaskan konten yang paling emosional dan provokatif (Deng & Matthes, 2023), sehingga narasi paling ekstrem dari kedua kubu mendapatkan amplifikasi terbesar dalam fyp.

Interaksi sinergistik antara kedua arsitektur platform dan perilaku pengguna inilah yang melahirkan ruang gema algoritmik yang matang, yaitu lingkungan bukan hanya keyakinan yang terhomogenisasi, tetapi juga emosi dan pola respons digital yang turut tersinkronisasi dalam kluster ideologis yang saling terisolasi (Botte *et al.*, 2022; Desmarchelier *et al.*, 2025). Ruang gema ini bersifat generatif, artinya secara aktif memproduksi dan mereproduksi polarisasi melalui siklus umpan balik algoritmik yang terus-menerus, mengubah perbedaan kebijakan menjadi perbedaan identitas yang semakin mendalam dan bermusuhan.

Implikasi terhadap Deliberasi Publik dan Krisis Kewargaan Digital

Fenomena ruang gema algoritmik dalam diskursus program MBG menghadirkan implikasi yang mengkhawatirkan bagi kualitas demokrasi deliberatif di Indonesia. Ruang publik virtual di Tiktok yang seharusnya menjadi arena deliberasi rasional kritis yang mengacu pada konsepsi ruang publik Habermasian, yaitu individu berdiskusi secara rasional untuk membentuk kehendak kolektif dalam mengontrol kekuasaan (Chambers, 2023; Triguswinri, 2023), justru tereduksi menjadi ruang publik potemkin, yaitu ilusi keragaman wacana yang menyembunyikan homogenitas dan fragmentasi akut (Ekström *et al.*, 2022). Polarisasi ini tidak hanya menciptakan perbedaan, tetapi juga permusuhan yang membuat pengguna memandang pihak berbeda sebagai musuh, bukan sesama anggota komunitas politik yang memiliki hak dan tanggung jawab yang sama.

Evolusi partisipasi warga negara di era digital membawa paradoks yang nyata. Tiktok di satu sisi memungkinkan individu menjadi produsen konten aktif, melampaui batas-batas media massa konvensional dan mendorong terciptanya kewargaan digital dengan hak dan tanggung jawab baru (Chambers, 2023). Tetapi di sisi yang lain, peningkatan agensi ini disertai erosi tanggung jawab epistemik sebagai komitmen untuk memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya (Perez-Mugg, 2025). Tanpa keberadaan penjaga gerbang informasi layaknya media arus utama, warga digital dalam diskursus program MBG cenderung melakukan *motivated reasoning*, yaitu data tidak digunakan untuk mencari kebenaran, melainkan sebagai senjata untuk mendeligitimasi narasi lawan atau membela kelompok sendiri secara membabi buta (Funta & Ondria, 2023). Hal ini merupakan privatisasi komunikasi publik yang berbahaya, terutama pada isu kebijakan strategis yang membutuhkan evaluasi rasional dan berbasis fakta.

Goal framing theory menjelaskan akar struktural persoalan ini. Ruang publik fisik cenderung mengaktifkan *normative goal frame* karena adanya kontrol sosial yang nyata dan langsung. Seseorang enggan menyebarkan *hoaks* atau berpendapat tidak etis di hadapan orang yang dikenalnya secara langsung (Lindenberg & Steg, 2007). Sebaliknya, ruang digital Tiktok dengan desain *infinite scroll*, *autoplay*, dan anonimitas relatif secara struktural melemahkan kontrol kognitif pengguna serta mendorong respons emosional impulsif (Metzler & Garcia, 2024). *Hedonic goal frame* mendominasi dengan membuat pengguna berpartisipasi demi kepuasan emosional (kemarahan, kebanggaan, humor) dan *gain goal frame* demi status digital (*likes*, *followers*,

reputasi), bukan demi deliberasi normatif yang mencari kebaikan bersama. Akibatnya, partisipasi warga bergeser dari deliberasi bermakna menuju ekspresi diri dan pencarian reputasi digital semata.

Tantangan ini diperparah oleh defisit literasi kewargaan (*civic literacy*) yang masih signifikan. Merujuk pada tiga pilar kompetensi kewarganegaraan oleh Branson (1998) yaitu pengetahuan, keterampilan, dan disposisi. Kemampuan teknis menggunakan teknologi tidak memadai tanpa disposisi bertanggung jawab yang mendukung demokrasi. Konten tentang MBG yang dikemas melalui estetika meme, satire, dan humor mengaburkan esensi kebijakan dan memprioritaskan dimensi emosional. Hal ini membuat pengguna tanpa *normative goal frame* yang kuat menjadi rentan terhadap manipulasi algoritmik (Vinalti *et al.*, 2024). Di era pasca kebenaran ini, perlu multiliterasi yang mencakup kemampuan mengenali narasi menyesatkan, memahami cara kerja algoritma, dan berdialog secara etis. Selain itu, kebajikan seperti kemandirian, tanggung jawab moral, dan moderasi menjadi sangat penting agar individu tidak terjebak dalam spiral kebencian (Wagner, 2023).

Implikasi praktis dari temuan ini mencakup tiga domain intervensi yang saling terikat. Pertama, pada tataran pendidikan, pendidikan kewarganegaraan harus diorientasikan untuk membentuk kesadaran algoritmik, yaitu pemahaman bahwa konten yang dikonsumsi bukan cerminan realitas objektif melainkan hasil kurasi algoritmik yang dipersonalisasi. Siswa perlu dilatih mengidentifikasi strategi *framing multimodal*, melacak sumber informasi, dan secara proaktif mencari perspektif yang beragam. Kedua, pada tataran regulasi, diperlukan dorongan kebijakan menuju transparansi algoritma platform media sosial agar masyarakat dapat memahami kekuatan yang membentuk persepsi mereka terhadap kebijakan publik. Ketiga, pada tataran komunikasi kebijakan, pemerintah perlu meningkatkan kualitas dan keterjangkauan komunikasi terkait program MBG secara proaktif dan berbasis data, mempersempit ruang bagi disinformasi dan *framing* manipulatif yang mengeksploitasi ketidakpastian publik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengonfirmasi bahwa *algorithmic echo chamber* merupakan tantangan nyata dan struktural bagi kewargaan digital dalam konteks polarisasi sentimen terhadap program MBG di Tiktok. Polarisasi yang terjadi bukan sekadar cerminan perbedaan pendapat yang alami, melainkan produk dari interaksi kompleks antara algoritma afektif Tiktok, mekanisme psikologis pengguna, dan strategi *framing* emosional yang saling memperkuat secara berlapis.

Secara statistik multivariat, terdapat perbedaan profil keterlibatan yang signifikan antara konten pro dan kontra program MBG. Konten pro mendominasi *likes* sebagai cerminan persetujuan afirmatif cepat yang dipicu oleh aktivasi *hedonic* dan *normative goal frame* melalui narasi kemanusiaan. Konten kontra mendominasi komentar dan *shares* sebagai cerminan keterlibatan aktif emosional yang dipicu oleh failure framing dan kepanikan moral. Signifikansi yang hanya muncul pada level multivariat menegaskan bahwa polarisasi digital memanifestasikan diri sebagai pola perilaku kompleks yang tidak dapat direduksi pada satu dimensi metrik semata, melainkan harus dipahami sebagai kesatuan perilaku digital yang mencerminkan orientasi psikologis kolektif masing-masing kubu.

Secara kualitatif, algoritma *fyp* Tiktok secara sistematis mengunci pengguna ke dalam batasan semantik yang sempit melalui *personalization drift*. Dikombinasikan dengan paparan selektif, bias konfirmasi, dan *motivated reasoning* pengguna, mekanisme ini menciptakan ruang gema yang mengubah diskursus kebijakan menjadi pertarungan identitas politik yang emosional. Ruang publik virtual yang seharusnya menjadi arena deliberasi rasional tereduksi menjadi kluster-kluster ideologis yang terisolasi; warga negara tidak lagi memandang satu sama lain sebagai sesama

anggota komunitas politik yang berbagi tanggung jawab, melainkan sebagai musuh yang harus dikalahkan.

Implikasi penelitian ini menegaskan urgensi penguatan kesadaran algoritmik, literasi digital multilevel, etika berpendapat, dan transparansi algoritma platform sebagai fondasi kewargaan digital yang sehat. Pendidikan kewarganegaraan harus berevolusi secara substantif untuk merespons tantangan era algoritmik ini, dengan membentuk warga negara yang mampu mengaktifkan *normative goal frame* sebagai kompas moral dalam navigasi ruang digital dan bergerak dari korban pasif algoritma menjadi subjek politik yang otonom, kritis, dan bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Bateman, J. A., & Tseng, C.-I. (2023). *Multimodal discourse analysis as a method for revealing narrative strategies in news videos*. *Multimodal Communication*, 12(3), 261–285. <https://doi.org/10.1515/mc-2023-0029>
- Bösch, M., & Divon, T. (2024). The sound of disinformation: TikTok, computational propaganda, and the invasion of Ukraine. *New Media & Society*, 26(9), 5081–5106. <https://doi.org/10.1177/14614448241251804>
- Botte, N., Ryckebusch, J., & Rocha, L. E. C. (2022). Clustering and stubbornness regulate the formation of echo chambers in personalised opinion dynamics. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 599. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2022.127423>
- Branson, R. S. (1998). *The role of civic education*. Center for Civic Education.
- Chambers, S. (2023). Deliberative democracy and the digital public sphere: Asymmetrical fragmentation as a political not a technological problem. *Constellations*, 30(1), 61–68. <https://doi.org/10.1111/1467-8675.12662>
- Deng, R., & Matthes, J. (2023). Utopian or dystopian? The portrayal of the metaverse in popular news on social media. *Heliyon*, 9(4), e14509. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14509>
- Desmarchelier, B., Djellal, F., & Gallouj, F. (2025). Filter bubbles as a vector of tradition? Decoding opinion dynamics with agent-based modelling. *Journal of Computational Social Science*, 8(4), 88. <https://doi.org/10.1007/s42001-025-00422-7>
- Einav, G., Allen, O., Gur, T., Maaravi, Y., & Ravner, D. (2022). Bursting filter bubbles in a digital age: Opening minds and reducing opinion polarization through digital platforms. *Technology in Society*, 71. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.102136>
- Ekström, A. G., Niehorster, D. C., & Olsson, E. J. (2022). Self-imposed filter bubbles: Selective attention and exposure in online search. *Computers in Human Behavior Reports*, 7. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100226>
- Elmore, S., Meyers, C., & Fischer, L. M. (2023). Time well spent: Exploring the role of attitude and topic importance on selective exposure to agricultural messages. *Journal of Applied Communications*, 107(1), 1–21. <https://doi.org/10.4148/1051-0834.2458>
- Funta, R., & Ondria, P. (2023). Threats to Diversity of Opinion and Freedom of Expression via Social Media. *TalTech Journal of European Studies*, 13(2), 29–45. <https://doi.org/10.2478/bjes-2023-0014>
- Gombar, M., & Boban, M. (2025). Research on the Impact of Algorithmic Echo Chambers on Perceptions and Attitudes of Social Network Users in a Digital Society. *2025 MIPRO 48th ICT and Electronics Convention*, 1026–1033. <https://doi.org/10.1109/MIPRO65660.2025.11131918>

- Grandinetti, J., & Bruinsma, J. (2023). The affective algorithms of conspiracy TikTok. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 67(3), 274–293. <https://doi.org/10.1080/08838151.2022.2140806>
- Hartmann, D., Wang, S. M., Pohlmann, L., & Berendt, B. (2025). *A Systematic Review of Echo Chamber Research: Comparative Analysis of Conceptualizations, Operationalizations, and Varying Outcomes* (arXiv:2407.06631). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2407.06631>
- Hu, Y., Zhu, J., & Tang, C. (2025). Research on echo chamber effect and multiple quantum aggregation method in large scale group decision making. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, 145, 1–21. <https://doi.org/10.1016/j.engappai.2025.110044>
- Kiftiyah, A., Palestina, F. A., Abshar, F. U., & Rofiah, K. (2025). Program makan bergizi gratis (MBG) dalam perspektif keadilan sosial dan dinamika sosial – politik. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 5(1), 101–112. <https://doi.org/10.52738/pjk.v5i1.726>
- Kirchner-Krath, J., Dijkstra-Silva, S., Morschheuser, B., & von Korfflesch, H. F. O. (2024). Gameful systems for corporate sustainability: Systematic review, conceptual framework and research agenda on gamification and sustainable employee behavior in companies. *Internet Research*, 36(2), 513–550. <https://doi.org/10.1108/INTR-06-2024-1000>
- Lindenberg, S., & Steg, L. (2007). Normative, Gain and Hedonic Goal Frames Guiding Environmental Behavior. *Journal of Social Issues*, 63(1), 117–137. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.2007.00499.x>
- Loupessis, I., & Intahchomphoo, C. (2025). Framing the climate: How TikTok’s algorithm shapes environmental discourse. *Telematics and Informatics*, 102, 102329. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2025.102329>
- Metzler, H., & Garcia, D. (2024). Social Drivers and Algorithmic Mechanisms on Digital Media. *Perspectives on Psychological Science*, 19(5), 735–748. <https://doi.org/10.1177/17456916231185057>
- Milli, S., Carroll, M., Wang, Y., Pandey, S., Zhao, S., & Dragan, A. D. (2025). Engagement, user satisfaction, and the amplification of divisive content on social media. *PNAS Nexus*, 4(3), 1–10. <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgaf062>
- Mulyono, B., Affandi, I., Suryadi, K., & Darmawan, C. (2023). Online civic engagement through social media: An analysis of twitter big data. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 42(1), 12–26. <https://doi.org/10.21831/cp.v42i1.54201>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What internet hiding from you*. Penguin Press.
- Perez-Mugg, M. (2025). Instruction in the Age of Misinformation: Pedagogical Implications for Educating Responsible Knowers. *Educational Theory*, 75(2), 354–373. <https://doi.org/10.1111/edth.70008>
- Pilipets, E., Geboers, M., Divon, T., Bösch, M., Delavar-Kasmai, D., Tuters, M., Noordenbos, B., Rogers, R., & Zhang, X. (2023). Wartok: Networked soundscapes of memetic warfare. *AoIR Selected Papers of Internet Research*. <https://doi.org/10.5210/spir.v2023i0.13532>
- Prasetyo, W. H., Mahadir Naidu, N. B. M., Sari, B. I., Mustofa, R. H., Rahmawati, N., Wijaya, G. P. A., & Hidayat, O. T. (2021). Survey data of internet skills, internet attitudes, computer self-efficacy, and digital citizenship among students in Indonesia. *Data in Brief*, 39. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2021.107569>
- Puryear, C., Vandello, J. A., & Gray, K. (2024). Moral panics on social media are fueled by signals of virality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 127(1), 84–103. <https://doi.org/10.1037/pspa0000379>

- Recoba, A. M., & Aesthetika, N. M. (2022). Kebohongan antarpribadi di era self-media. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 14(2), 215–235. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v14i2.18340>
- Ridha, M. K., Mulyono, B., & Yulianto, E. M. (2025). Algorithmic echo chamber as a challenge of digital citizenship in discourse polarization on tiktok social media. *Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 6(2), 560–577. <https://doi.org/10.26418/jppkn.v6i2.99133>
- Saputra, R., & Hasan, F. N. (2024). Sentiment analysis on free lunch & milk program using naive bayes algorithm. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 6(3), 411–419. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v6i3.1378>
- Scheibenzuber, C., Neagu, L.-M., Rușeți, S., Artmann, B., Bartsch, C., Kubik, M., Dascalu, M., Trăușan-Matu, S., & Nistor, N. (2023). Dialog in the echo chamber: Fake news framing predicts emotion, argumentation and dialogic social knowledge building in subsequent online discussions. *Computers in Human Behavior*, 140. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107587>
- Shakespeare, D., Chareyron, V., & Roth, C. (2025). Reframing the filter bubble through diverse scale effects in online music consumption. *Scientific Reports*, 15(1). Scopus. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-75967-0>
- Situmorang, T. P., & Ritonga, A. D. (2025). TikTok and politics: A bibliometric mapping of research trends. *Studies in Media and Communication*, 13(3), 212–224. <https://doi.org/10.11114/smc.v13i3.7616>
- Suryaputri, J. D. (2022). Fenomena Junalisme TikTok di Media Baru. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, 1(2), 115–126. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v1i2.492>
- Triguswinri, K. (2023). Diskursus ruang publik Habermasian dan kebijakan publik: Studi literatur. *Public Policy and Management Inquiry*, 7(1), 637–642. <https://doi.org/10.20884/1.ppmi.2023.7.1.9173>
- Tundo, & Rachmawati, D. N. (2024). Implementasi algoritma naive bayes untuk analisis sentimen terhadap program makan siang gratis. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(3), 2925–2939. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i3.978>
- Vinalti, G., Jannah, L., Ayyun, S. Q., & Kotyazhov, A. V. (2024). Digital navigation and fact-checking practices among first-time voters: A digital ethnographic study of social science students in bengkulu, indonesia. *Potret Pemikiran*, 28(2), 221–235. <https://doi.org/10.30984/pp.v28i2.3227>
- Wagner, A. (2023). Cognitive Vulnerability. In Ó. L. González-Castán (Ed.), *An Epistemological Approach* (pp. 159–176). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110799163-010>
- Wu, Q., Lee, C. S., & Goh, D. H.-L. (2023). Understanding user-generated questions in social Q&A: A goal-framing approach. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 74(8), 990–1009. <https://doi.org/10.1002/asi.24770>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research design and application: Design and methods* (Sixth Edition). SAGE Publications.
- Yin, Y., Wang, Y., & Lu, Y. (2025). How to Design Green Compensation to Promote Managers' Pro-Environmental Behavior? A Goal-Framing Perspective. *Journal of Business Ethics*, 197(2), 341–353. <https://doi.org/10.1007/s10551-024-05762-4>
- Zahrah, F., & Dwiputra, R. (2023). Digital citizens: Efforts to accelerate digital transformation. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.1-11>

Zhou, R. (2024). Understanding the Impact of TikTok's Recommendation Algorithm on User Engagement. *International Journal of Computer Science and Information Technology*, 3(2), 201–208. <https://doi.org/10.62051/ijcsit.v3n2.24>