

ESKALASI PARTISANSHIP POLITIK DALAM PEMBENTUKAN POLARISASI PADA MASYARAKAT DIGITAL (Studi pada Platform Media Sosial TikTok)

Muhammad Guntur Purboyo^{1)*}, Junaidi Junaidi²⁾, Azis Amriwan³⁾.

^{1,2,3)} Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

*Corresponding authors: (muhammadguntur@fisip.unila.ac.id)

ABSTRAK

Pada era pemilihan 2014 dan 2019, *platform* yang paling dominan dimanfaatkan adalah twitter. Pembentukan identitas ini terlihat dari hadirnya istilah “Cebong” dan “Kampret” sebagai bentuk pemisahan kelompok partisanship dari kedua kubu calon. Tidak hanya sampai disitu, berkembangnya aktivitas digital di Media Sosial telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan politik. Penggunaan *platform* seperti TikTok menjadi bagian integral dari proses pembentukan ekspresi partisanship pada ajang pesta rakyat 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep partisanship dalam sosiologi politik Indonesia, dengan penekanan pada peran media sosial, khususnya TikTok. Penelitian ini menggunakan metode studi dokumentasi dengan melibatkan pengumpulan dan analisis data dari berbagai dokumen yang relevan seperti artikel akademik, laporan penelitian, arsip berita, dan konten TikTok yang terdokumentasi. Penelitian ini memanfaatkan kerangka konseptual yang melibatkan teori Weberian tentang partisanship, teori filter bubble, dan literatur terkait sosiologi politik. Hasil yang akan didapatkan dalam penelitian ini yaitu pola transformasi pemanfaatan media sosial dalam personal branding capres-cawapres dalam konstelasi politik Indonesia tahun 2024. Tiga tipe polarisasi politik pada media sosial yakni polarisasi ideologis, polarisasi afektif dan polarisasi audiens berita. polarisasi ini terjadi diakibatkan terdapat barrier informasi yang terkoptasi oleh *filter bubble* dan *echo-chamber*.

Kata Kunci: *partisanship, TikTok, transformasi politik, Filter bubble, echo-chamber.*

ABSTRACT

In the 2014 and 2019 election era, the most dominant platform used was Twitter. This identity formation can be seen from the presence of the terms "Cebong" and "Kampret" as a form of division of partisan groups between the two candidate camps. That's all, the transformation of digital activity on social media has changed the way society interacts with politics. The use of platforms such as TikTok is an integral part of the process of forming expressions of partisanship at the 2024 people's festival. This research aims to analyze the concept of partisanship in Indonesian political sociology, with an emphasis on the role of social media, especially TikTok. This research uses a documentation study method which involves collecting and analyzing data from various relevant documents such as academic articles, research reports, news archives, and documented TikTok content. This research uses a conceptual framework involving Weberian theory of partisanship, filter bubble concept, and literature related of political sociology. The results that will be obtained in this research are the transformation pattern of the use of social media on the personal branding of presidential and vice-presidential candidates in the Indonesian political constellation in 2024. Three types of political polarization on social media, namely ideological polarization, affective polarization, and news audience polarization. This polarization occurs when the information barrier is copied by the bubble filter and echo chamber.

Keywords: *partisanship, TikTok, political transformation, filter bubble, echo-chambers*

PENDAHULUAN

Partisanship menjadi fokus penelitian yang semakin penting di Indonesia sebagai sebuah negara dengan sejarah politik yang kaya dan dinamika sosial yang beragam (Levy, 1989; Przeworski, 1986). Dinamika yang terjadi pada pemilihan presiden 2014 dan 2019, menunjukkan persaingan ketat antara dua calon presiden yang terafiliasi dengan dua partai besar. Kedua kandidat berusaha membentuk aliansi dengan partai-partai yang lebih kecil untuk mendapatkan suara mayoritas. Dalam hal ini, peran keberpihakan dalam politik Indonesia lebih dari sekadar kompetisi elektoral, tetapi juga berdampak pada keberpihakan politik yang mempengaruhi sentimen masyarakat (Ahnaf & Lussier, 2019).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa selama pemilihan presiden, perubahan sentimen terhadap kebijakan pemerintah terkait erat dengan keberpihakan politik. Keberpihakan juga mempengaruhi pembuatan kebijakan dan tata kelola pemerintahan di Indonesia. Agenda dan prioritas partai politik seringkali membentuk arah kebijakan pemerintah, dan hal ini dapat mengakibatkan pergeseran kebijakan yang signifikan, tergantung pada partai mana yang berkuasa. Sebagai contoh, kebijakan ekonomi, program kesejahteraan sosial, dan pembangunan infrastruktur semuanya dapat berubah tergantung pada komposisi politik koalisi yang berkuasa (atau dikenal dengan istilah ganti pemimpin ganti kebijakan). Kondisi ini menjadi salah satu faktor pendukung dalam penciptaan eskalasi partisanship politik di dalam masyarakat (Converse, 2006; Fossati, 2020; Nurhasanah, 2019). Terbentuknya eskalasi partisanship di dalam masyarakat terkadang memiliki dampak pada dinamika sosial dan politik secara menyeluruh. Partisanship pada konteks ini tidak hanya sebagai sebuah dukungan politik tetapi juga mengarah pada nilai-nilai dan pemahaman politik individu yang pada konteks Indonesia bermuara pada pembentukan identitas (Converse, 2006).

Pembentukan identitas ini terlihat dari hadirnya istilah “Cebong” dan “Kampret” sebagai bentuk pemisahan kelompok partisanship dari kedua kubu calon. Polarisasi dukungan ini kemudian berkembang pembahasannya tidak hanya di dunia nyata tetapi juga menguat pada platform-platform digital di Indonesia (Kopaničová et al., 2022). Dengan kata lain distrupsi teknologi

memiliki peran dalam perubahan pola informasi dan komunikasi masyarakat. Distrupsi teknologi dan pemanfaatan media sosial pada ruang-ruang politik membentuk pola baru dalam interaksi politik. Pada era pemilihan 2019, platform yang paling dominan dimanfaatkan adalah twitter. Akan Tetapi, dengan berkembangnya aktivitas digital di Media Sosial telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan politik. Penggunaan Platform seperti TikTok menjadi bagian integral dari proses pembentukan ekspresi partisanship pada ajang pesta rakyat 2024. Jika dibandingkan dengan persentase mata pilih berdasarkan generasi pada tahun 2024 (databoks, 2023). Pada rentang generasi ini adalah generasi yang sebagian hidupnya dihabiskan untuk menikmati konten media sosial khususnya TikTok .

Berangkat dari data sebelumnya, dilansir dari data milik We are Social dan Hootsuite pada Agustus tahun 2023, Indonesia menempati peringkat Kedua dengan 106,51 juta akun aktif. Sebanyak 34,9 persen pengguna berada pada rentang usia 18-24 tahun, 28,2 persen pada rentang usia 25-34 tahun, pada rentang usia ini merupakan warga negara dengan profil mata pilih aktif untuk pemilu 2024 (Katadata.co.id, 2023). Kolaborasi kedua data ini menempatkan platform TikTok sebagai ruang potensial dalam branding politik di Indonesia. Hal ini dilatarbelakangi oleh keberhasilan menciptakan *political engagement* akan berdampak positif pada kualitas hubungan dan kegiatan politik online yang bermuara pada peningkatan elektoral (Abid et al., 2023; Alodat et al., 2023).

Berkaitan dengan hal ini Lalita Jain (2023) menemukan fakta bahwa *political engagement*, berpengaruh dan berdampak signifikan dengan penggunaan media sosial. Orang-orang yang menggunakan sosial media lebih memiliki kecenderungan aktif secara politik dan mengetahui lebih dalam tentang politik (Jain & Pandey, 2023). Fenomena yang terjadi pada platform tiktok menjadi gambaran utuh bagaimana pola *political branding* bergeser. Salah satu aktivitas yang menjadi FYP (*For Your Page*) atau istilah “viral” dalam platform tiktok adalah TikTok battle. Hal ini menempatkan perkembangan teknologi, khususnya media sosial, memiliki peranan penting dalam mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan politik sebagai bagian integral dari proses pembentukan dan ekspresi partisanship (Bimber, 2014).

Sementara aktivitas seseorang didalam media sosial akan membentuk alam semesta informasi yang dikenal dengan istilah *filter bubble*. *Filter bubbles* memberikan peluang lebih besar bagi pengguna media sosial dan jaringan internet untuk semakin sering memperoleh informasi yang sama dan yang disukai (Pariser, 2011). Sementara, *echo chamber* merupakan kondisi yang menggambarkan situasi tertentu yang dialami oleh sebagian orang sebagai akibat dari suplai media dan distribusi informasi atas permintaan mereka sendiri (Guess et al., 2018; Ross Arguedas et al., 2022). Berkenaan dengan hal ini, peran dari *filter bubble* dan *echo-chamber* yang menciptakan alam semesta informasi berdasarkan preposisi pengguna bermuara pada keterjebakan pada pola informasi tertentu tanpa ia sadari.

Dalam rangka pembentukan *logical frame work* konteks penelitian, dilakukan identifikasi pada beberapa penelitian yang berkenaan dengan permasalahan yang akan dikaji. Adapun penelitian terdahulu menyoroti dunia perpolitikan saat ini sangat dipengaruhi oleh peran pemuda, media massa, hingga komunikasi politik (Nurhayati, 2023). Mudahnya akses informasi saat ini mendorong masifnya bias konfirmasi yang berujung pada lahirnya polarisasi politik di masyarakat (Badrun, 2018; Rahmawati, 2018; Setiawati et al., 2023; Sodikin & Utari, 2020). Untuk itu diperlukan etika dalam berdemokrasi di media sosial hingga kebijakan pemerintah dalam mengelola buzzer guna mendukung stabilitas politik (Alya et al., 2023; Anugerah, 2020; Kafka et al., 2022; Miskal et al., 2023; Zaki et al., 2023).

Menilik pada rangkaian penelitian ini, tidak teridentifikasi oleh peneliti topik penelitian yang mengangkat terkait partisipanship politik di TikTok dari sisi eksistensi *echo chamber* dan *filter bubbles*. Untuk itu, penelitian ini menarik dilakukan guna mengisi celah kekosongan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Sehingga, dapat memberikan sumbangsih dalam mengurangi polarisasi politik yang berlarut ataupun perpecahan yang terjadi akibat perbedaan pandangan politik. Sehingga, rangkaian argumentasi ini menempatkan pentingnya dilakukan penelitian terkait media sosial TikTok.

Partisanship dalam media sosial tidak terbentuk begitu saja, dalam masyarakat digital dikenal istilah *filter bubble* dan *echo chamber* dimana

informasi yang diperoleh oleh pengguna merupakan hal-hal yang hanya disukai pengguna (Guess et al., 2018). Keterbatasan informasi ini memungkinkan akan tercipta polarisasi dan Eskalasi Partisanship dalam masyarakat Digital. Pada poin inilah kemudian penelitian ini memiliki peran untuk menelaah bagaimana Eskalasi Partisanship Politik dalam Pembentukan Polarisasi pada Masyarakat Digital khususnya pada platform TikTok pada kontestasi pemilihan presiden tahun 2024. Pada sisi lainnya, kebijakan pemerintah memiliki keterkaitan erat dengan pola kepemimpinan terpilih.

KAJIAN PUSTAKA

Max Weber dalam bukunya “*The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*” tidak secara langsung membahas partisanship politik, tetapi memberikan wawasan tentang bagaimana etika kerja Protestan dan konsep “panggilan” atau “*calling*” berkontribusi pada pengembangan kapitalisme modern. Weber meneliti bagaimana kepercayaan agama, khususnya Calvinisme, mempengaruhi perilaku ekonomi dan sosial yang pada akhirnya membentuk semangat kapitalisme (Bendix & Roth, 1971; Kalberg, 2001). Weber mengamati adanya korelasi antara latar belakang Protestan dan keberhasilan dalam usaha kapitalis. Dia menghubungkan hubungan ini dengan konsekuensi psikologis dari doktrin predestinasi dan panggilan dalam teologi Puritan. Akibatnya, muncul etika komitmen tanpa henti terhadap panggilan duniawi mereka, dan pantang menikmati keuntungan dari kerja keras tersebut. Praktik ini, menurut Weber, menghasilkan akumulasi modal secepat mungkin.

Meskipun Weber tidak secara eksplisit membahas partisanship politik dalam konteks ini, pemahaman tentang etika kerja Protestan dan konsep panggilan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana identitas kelompok dan nilai-nilai tertentu dapat mempengaruhi tindakan politik dan ekonomi (Kalberg, 2001). Ini dapat diterapkan untuk memahami bagaimana partisanship politik mungkin dipengaruhi oleh keyakinan dan nilai-nilai yang mendalam yang berasal dari latar belakang agama atau budaya. Max Weber, dalam analisisnya tentang partisanship, menekankan bahwa tindakan politik sering kali dipengaruhi oleh identitas kolektif dan loyalitas terhadap kelompok tertentu. Weber

berpendapat bahwa partisanship politik bukan hanya tentang persaingan kekuasaan, tetapi juga tentang perjuangan untuk mengukuhkan identitas dan nilai-nilai yang dianggap penting oleh suatu kelompok.

Dalam konteks Pilpres 2024 di Indonesia, fenomena ini sangat relevan. TikTok, sebagai media sosial yang populer, menjadi arena bagi pengguna untuk mengekspresikan dukungan politik mereka dan memperkuat identitas kelompok mereka. Hal ini sejalan dengan pandangan Weber bahwa media komunikasi memainkan peran penting dalam membentuk dan memperkuat partisanship politik.

Studi tentang partisanship politik dan media sosial telah menunjukkan bahwa platform digital dapat memperkuat *filter bubble* dan *echo chamber*, di mana pengguna cenderung terpapar informasi yang sejalan dengan pandangan politik mereka. Ahnaf & Lussier, (2019) menemukan bahwa media sosial dapat memperkuat kecenderungan ini, sementara Diego Fossati (2020), mengamati peran media sosial dalam mobilisasi politik di Indonesia. Weber mengargumenkan bahwa partisanship yang kuat dapat menghasilkan loyalitas yang mendalam namun juga konflik yang tajam antara kelompok-kelompok yang berbeda. TikTok, dengan algoritma yang menampilkan konten berdasarkan preferensi pengguna, berpotensi memperkuat loyalitas partisan sekaligus meningkatkan polarisasi politik, sebagaimana dikemukakan oleh Weber.

Lebih lanjut, penelitian oleh Kopaničová et al., (2022) mengenai *echo chamber* menunjukkan bahwa pengguna media sosial cenderung berinteraksi dalam kelompok-kelompok yang sepemikiran, yang memperkuat keyakinan politik mereka dan memarginalkan pandangan yang berbeda. Weber menyatakan bahwa dalam situasi seperti ini, partisanship dapat berubah menjadi konflik yang lebih intens karena perbedaan pendapat menjadi lebih tajam dan sulit dijembatani. Hasil penelitian ini menyoroti bagaimana TikTok tidak hanya sebagai media ekspresi, tetapi juga sebagai alat yang memperkuat perpecahan politik. Temuan ini konsisten dengan analisis Weber tentang bagaimana media dapat memperkuat dinamika partisanship politik.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi dokumentasi untuk menganalisis eskalasi partisanship politik di media sosial TikTok pasca Pilpres 2024 di Indonesia. Studi dokumentasi melibatkan pengumpulan dan analisis data dari berbagai dokumen yang relevan seperti artikel akademik, laporan penelitian, arsip berita, dan konten TikTok yang terdokumentasi. Data dikumpulkan dengan mengidentifikasi dan meninjau dokumen-dokumen yang memiliki relevansi dengan topik penelitian. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis konten, yang melibatkan pengkodean data untuk mengidentifikasi tema dan pola partisanship politik. Sumber data utama meliputi publikasi akademik tentang partisanship politik dan media sosial, laporan dari lembaga penelitian, serta konten TikTok yang dikumpulkan selama periode Pilpres 2024.

Untuk lebih memahami permasalahan secara lebih mendalam dalam realitas kontekstual, peneliti menggunakan data primer berupa observasi dan dokumentasi (Sahir, 2022). Selain itu, peneliti juga menggunakan data sekunder untuk menggambarkan hasil partisipasi politik yang dapat ditarik sebagai hasil diskusi dan penggiringan opini publik di platform tiktok. Hal ini dilakukan untuk melihat bagaimana efektifitas *platform* tersebut dalam memilih calon tertentu di pemilu presiden Indonesia tahun 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kewarganegaraan, Partisanship, Dan Kemandirian

Partisipasi politik merupakan inti dari hampir semua konsepsi kewarganegaraan demokratis yang baik, tetapi terlalu sedikit perhatian yang diberikan pada hubungan kritis antara partisipasi dan representasi yang difasilitasi oleh partai-partai (Urbinati & Warren, 2008). Dalam literatur terbaru, partai dipandang penting untuk partisipasi. Sebuah kata "kita" (berarti kolektif) diperlukan untuk mempertahankan dan meningkatkan komitmen politik, dan partai-partai membuat agenda tetap terlihat dan memberikan kesinambungan dari waktu ke waktu. Bagi Dimitrios E. Efthymiou (2018), misalnya, partisanship sangat berharga karena mendukung komitmen dan kontestasi politik. Partai-partai

menginformasikan, memobilisasi, dan mengorganisir partisipasi, dan mereka menghubungkan pemerintah dengan warga negara melalui "koneksi partisan"(Muirhead & Rosenblum, 2020).

Peran mereka meliputi pendidikan tentang isu-isu politik, "*epistemic resilience*" untuk melawan propaganda dan informasi yang keliru serta menciptakan mobilisasi kognitif (*cognitive mobilization*) (Invernizzi-Accetti & Wolkenstein, 2017; White & Ypi, 2016). Partai-partai adalah tempat pelatihan politik (*a useful training ground*) bagi warga negara untuk mengaitkan doktrin komprehensif mereka dengan demokrasi, sehingga berkontribusi pada konsensus tumpang tindih yang menjamin stabilitas (Bonotti, 2017). Klaim lainnya adalah bahwa partai adalah *collective epistemic agent* (agen penyampai pengetahuan politik secara kolektif) yang mengubah penilaian nilai abstrak menjadi konsepsi tentang keadilan yang koheren, mengurangi kompleksitas, menurunkan ambang batas kompetensi politik, dan menciptakan kesetaraan tingkat pengetahuan (Ebeling, 2016). Jonathan White dan Lea Ypi (2016), mengidentifikasi prinsip-prinsip struktur partai yang memungkinkan membentuk etos demokratis bagi kadernya. Bagi Urbinati (2019), *partisanship* sebenarnya adalah istilah untuk berpikir secara politik."

Dalam konteks lainnya menyatakan bahwa untuk menjadi warga negara yang baik, seseorang harus menjadi partisan. *Partisanship* itu sendiri, bukan hanya keberpihakan sebagai pendorong partisipasi, akan tetapi lebih pada cita-cita kewarganegaraan (White & Ypi, 2016). *Partisanship* menjadi elemen penentu kewarganegaraan yang baik adalah karena hal tersebut memberlakukan komitmen terhadap pluralisme (mengakui legitimasi posisi, mematuhi aturan persaingan yang diatur, dan menerima keberpihakan klaim partisan). Moral *distinctiveness* (kekhasan moral) dari *partisanship* terletak pada komitmen terhadap sifat sementara otoritas politik, rekreasi periodiknya (Kateb, 1981). Pandangan yang umum adalah bahwa, untuk memenuhi tujuan-tujuannya yang berharga, partai-partai membutuhkan pendukung, tetapi juga juga merupakan kasus bahwa partai perlu untuk untuk mewujudkan nilai keberpihakan (Rosenblum, 2010).

Saat ini, nilai normatif keberpihakan ditantang oleh klaim bahwa Independen memiliki kedudukan moral yang lebih tinggi. Dalam pandangan ini,

partai mungkin merupakan sine qua non sistemik dalam demokrasi. Sebaliknya, demokrasi membutuhkan warga negara yang berpikiran bebas, berpikiran independen, dan perwakilan yang tidak terpengaruh oleh kesetiaan partai, yang mempertimbangkan klaim-klaim saingannya, dan yang pergi ke tempat yang dituntun oleh fakta dan bukti. Logika dari pandangan ini adalah bahwa status “independen” tidak cukup dicirikan sebagai non-partisan, tetapi, setidaknya di Amerika Serikat, sebagai identitas politik yang berbeda yang mensyaratkan anti-partisan (Muirhead & Rosenblum, 2020). Independen didefinisikan berbeda dengan partisan, yang dikatakan dapat dibeli, atau rentan terhadap pengaruh yang tidak semestinya dari para aktivis, atau mereka sendiri adalah ekstremis yang berkontribusi pada kemiringan representasi dan polarisasi politik. Klaimnya adalah bahwa Independen merupakan publik yang lebih deliberatif dan sampai pada estimasi yang tidak bias terhadap kepentingan publik (Dalton et al., 2000).

Cita-cita normatif independensi memiliki konsekuensi institusional, di antaranya pemilihan pendahuluan non-partisan yang mencerminkan animus antipartai dan yang konstitusionalitasnya telah menjadi subjek kasus Mahkamah Agung AS (Thompson, 2002). Berdiri untuk prinsip-prinsip yang memiliki integritas inilah yang dimaksud dengan cita-cita normatif independensi. Namun bagi para partisanship, merupakan pemilih emosional yang anti-partai dan dianggap tidak memiliki kapasitas yang cukup "reliance and unweighted" (Wolfe, 2000). Politik bukan hanya tentang mendukung, tetapi juga tentang persatuan dalam kesatuan. Akan tetapi, Persatuan dan Kesatuan inilah yang menjadi tantangan dari etika partisanship.

Echo-Chambers, Filter Bubbles, dan Polarisasi

Ilmuwan sosial menggunakan istilah *echo chamber* (ruang gema) untuk menggambarkan situasi tertentu yang dialami oleh sebagian orang sebagai akibat dari suplai media dan distribusi informasi atas permintaan mereka sendiri. Sebagaimana situasi yang coba didefinisikan oleh Jamieson dan Capella (2008) dalam buku mereka “*echo chamber defined as a bounded enclosed media space*”, yang berpotensi memperbesar pesan-pesan yang disampaikan di dalamnya sekaligus mengisolasi dari sanggahan. Bagian pembesaran biasanya dianggap sebagai dominasi informasi yang konsisten dengan sikap (misalnya, seseorang

mencari informasi yang memperkuat pandangan mereka yang sudah ada sebelumnya) dan bagian isolasi tentang tidak adanya paparan lintas sektoral (misalnya, seseorang tidak menemukan perspektif sentris yang menantang pandangan mereka yang sudah ada sebelumnya).

Sementara, dalam debat publik dan kebijakan, istilah *echo chamber* terkadang digunakan bergantian dengan istilah *filter bubbles*, tetapi penting untuk membedakan antara keduanya. Istilah *filter bubble* pertama kali disebutkan oleh aktivis dan pengusaha Eli Pariser (2011), untuk menunjukkan keprihatinannya bahwa meningkatnya penggunaan personalisasi dalam peringkat hasil mesin pencari dan umpan media sosial. Kondisi ini bermuara pada penciptaan alam semesta informasi yang unik bagi kita semua yang mengikis kemungkinan adanya pola informasi yang sama pada setiap orang. *Filter bubbles* memberikan peluang lebih besar bagi pengguna media sosial dan jaringan internet untuk semakin sering memperoleh informasi yang sama dan yang disukai. Sementara hal yang tidak kita sukai akan disembunyikan dari kita berdasarkan data yang didiktekan oleh kepentingan komersial perusahaan platform dan bukan merupakan berdasarkan pilihan aktif kita sendiri.

Echo chamber adalah sebuah bentuk ruang informasi yang diciptakan sendiri secara aktif oleh pengguna media sosial berdasarkan aktifitas pencarian yang dia sukai dan membentuk ruang gema informasi. Sementara *filter bubbles* sedangkan adalah gelembung yang dihasilkan oleh algoritma pemeringkatan yang terlibat dalam aktivitas pasif tanpa pilihan aktif dari pengguna. Hasil dari kedua hal ini menunjukkan bagaimana kita disajikan berita dan informasi terdistribusi secara online. Termasuk dalam hal pemanfaatan media sosial dalam menentukan pilihan politik elektoral. Dewasa ini, kontestasi politik dalam *cyberspace* amat memungkinkan memiliki keterkaitan dengan polarisasi politik.

Kekhawatiran yang muncul dari kedua fenomena ini adalah hadirnya polarisasi politik, kurangnya empati yang akhirnya bermuara pada situasi dimana terjadi perpecahan dan tidak lagi memiliki kesamaan dalam visi berbangsa dan bernegara. Atau dengan kata lain memiliki pola realitas yang berbeda dalam ruang digitalnya. Terdapat tiga hal yang mungkin terjadi dalam konteks eskalasi dan polarisasi politik pada media sosial, Pertama polarisasi ideologis, mengacu pada

sejauh mana orang tidak setuju dengan isu-isu politik. Kedua, Polarisasi afektif, yang mengacu pada perasaan seseorang tentang 'pihak lain' (pihak yang tidak mereka setuju dalam suatu isu). Ketiga, polarisasi audiens berita, yang mengacu pada sejauh mana audiens dalam sumber berita di suatu negara secara umum lebih partisan secara politik atau campuran secara politik (Ross Arguedas et al., 2022).

Di luar itu, fokus kajian tentang politik adalah polarisasi elit. Meskipun berita dan penggunaan media dapat berkontribusi pada peningkatan atau penurunan relatif dalam polarisasi, banyak faktor lain yang sering dilihat oleh para ilmuwan sosial sebagai hal yang lebih penting. Termasuk peran partai politik dalam memberikan para pendukungnya berbagai isyarat dalam menghadapi isu-isu publik, serta tingkat homofili sosial yang dibentuk oleh perubahan pola-pola yang mengubah cara hidup kita, termasuk seberapa beragamnya kelompok-kelompok sosial utama kita (Guess et al., 2018; Mason, 2015; McPherson et al., 2001).

Partisanship dan Pembentukan Polarisasi Politik di Media Sosial TikTok

Dalam kajian akademis, partisanship dianggap sebagai elemen penting dalam mendorong partisipasi politik dan menciptakan kolektifitas dukungan yang diperlukan untuk komitmen politik yang berkelanjutan. Partai politik dipandang sebagai agen yang memobilisasi, mengorganisir, dan menghubungkan pemerintah dengan warga negara melalui koneksi partisan (*partisan connection*) (Muirhead & Rosenblum, 2020). Partai juga berperan dalam pendidikan politik dan mobilisasi kognitif (Invernizzi-Accetti & Wolkenstein, 2017), serta membantu mengurangi kompleksitas politik dan menciptakan kesetaraan epistemik (Ebeling, 2016).

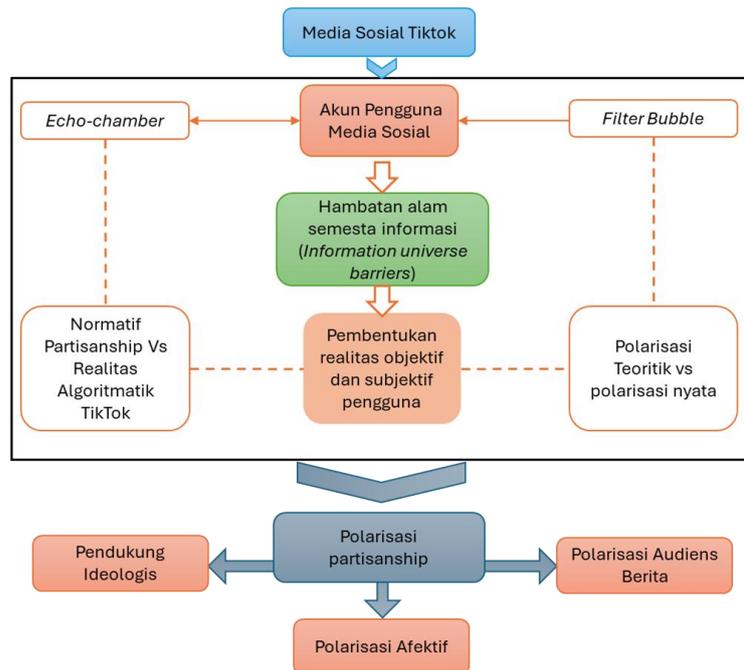
Namun, di media sosial TikTok, konsep partisanship ini sering kali terlihat lebih cair dan kurang terstruktur. TikTok, sebagai platform yang sangat dipengaruhi oleh algoritma, memungkinkan penyebaran informasi politik yang cepat dan luas tanpa filter yang ketat. Hal ini sering menghasilkan lingkungan yang penuh dengan bias informasi dan *filter bubbles* di mana pengguna hanya terpapar pada pandangan politik yang mereka setuju dan jarang menemukan perspektif yang berlawanan. Akibatnya, fungsi pendidikan dan mobilisasi yang diharapkan dari partisanship formal sering kali tereduksi menjadi sekadar

dukungan emosional dan penguatan prasangka pribadi. Dalam konsep *echo chambers* dan *filter bubbles* didefinisikan sebagai lingkungan media yang memperkuat dan mengisolasi pesan-pesan tertentu. Echo chambers muncul ketika individu hanya mengonsumsi informasi yang konsisten dengan sikap mereka sendiri, sementara *filter bubbles* terbentuk melalui algoritma yang mempersonalisasi konten berdasarkan preferensi pengguna (Pariser, 2011).

Pada platform media sosial TikTok, kedua fenomena ini sangat nyata. Algoritma TikTok dirancang untuk mempertahankan keterlibatan pengguna dengan menunjukkan konten yang sesuai dengan preferensi mereka, yang secara efektif menciptakan filter bubbles (Sarina et al., 2023). Pengguna yang tertarik pada konten politik tertentu akan terus menerima konten serupa, yang memperkuat pandangan mereka dan mengisolasi mereka dari perspektif yang berbeda (*Information universe barriers*). Sebagai contoh, pengguna yang sering menonton video dengan narasi politik sayap kiri akan terus disajikan video dengan perspektif yang sama, dan sebaliknya. Ini berkontribusi pada polarisasi politik di *platform*, di mana pengguna semakin terpisah dalam kelompok-kelompok ideologis yang homogen.

Berkaitan dengan kondisi ini, polarisasi politik, baik secara ideologis maupun afektif, semakin nyata di media sosial seperti TikTok. Ideologis polarisasi mengacu pada perbedaan pandangan yang tajam terhadap isu-isu politik, sementara afektif polarisasi merujuk pada sentimen negatif terhadap kelompok yang berbeda pandangan. Polarisasi audiens berita juga terlihat jelas di TikTok, di mana algoritma mendukung penyebaran konten yang cenderung partisan, memperdalam perbedaan di antara kelompok-kelompok pengguna (Ross Arguedas et al., 2022). Pengguna TikTok sering kali terlibat dalam konten yang memicu emosi kuat, baik itu kemarahan, kebencian, atau dukungan penuh. Video-video yang viral sering kali adalah yang kontroversial atau provokatif, yang cenderung meningkatkan polarisasi afektif. Hal ini menyebabkan situasi di mana dialog konstruktif dan pemahaman lintas kelompok menjadi semakin sulit dicapai. Polarisasi ini tidak hanya mempengaruhi pengguna TikTok sebagai individu tetapi juga dapat berdampak pada masyarakat luas, memperparah perpecahan sosial dan politik.

ESKALASI PARTISANSHIP POLITIK DALAM PEMBENTUKAN POLARISASI PADA MASYARAKAT DIGITAL



Gambar 01. Model Pembentukan Polariasai pada Masayarakat Digital

(Sumber: Diolah oleh tim peneliti, 2024)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok berperan signifikan dalam membentuk dan memperkuat partisanship politik pasca Pilpres 2024. Konten politik di TikTok cenderung sangat polarizing, dengan pengguna aktif menyebarkan narasi yang mendukung calon tertentu dan menyerang lawan politik. Fenomena *filter bubble* dan *echo chamber* sangat terlihat, di mana pengguna lebih sering terpapar pada konten yang sesuai dengan pandangan politik mereka, memperkuat bias dan polarisasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Bimber (2014) dan Guess et al., (2018) yang menyatakan bahwa media sosial dapat memperkuat polarisasi politik melalui algoritma yang menampilkan konten berdasarkan preferensi pengguna. Kondisi ini juga terjadi dalam polarisasi politik pada pengguna platform TikTok.

Di sisi lain, dari temuan penelitian ini juga berhasil menggambarkan bagaimana bentuk dari polarisasi ini terbentuk. Setidaknya terdapat 3 (tiga) bentuk polarisasi yang terjadi di media sosial TikTok. Pertama, polarisasi ideologis yang merupakan tipe polarisasi yang terbentuk secara ideologis tentang sikap menerima atau tidak menerima isu-isu politik tertentu. Pada pola ini

kecendrungan dukungan ideologis lebih menguat dengan pertimbangan pada substansial ideologi ketimbang sosok ataupun isu politik yang diangkat. Pada kontestasi pemilu dan pilpres 2024 terlihat bahwa polarisasi ini memiliki peranan penting dalam mempertahankan eksistensi partai politik khususnya yang terjadi pada PDI Perjuangan. Meski Capres dan Cawapresnya tidak merepresentasikan pilihan ideologi rakyat tetapi perolehan suara 16,72% dan sebagai peraih suara terbanyak (Detiknews, 2024).

Kedua polarisasi afektif, polarisasi ini terbentuk berdasarkan bagaimana perasaan seseorang terhadap orang lain. Pada realitas di lapangan yang masuk ke dalam kategori ini sering juga disebut sebagai pemilih emosional (*emotional voteis*). Pada pilpres 2024 acap kali kita mendengar istilah-istilah seperti “gemoy” untuk prabowo, Ganjar “merakyat”, dan Anis “bubble”. Branding karakter yang dilakukan oleh pasangan calon ini memberikan dampak pada elektabilitas pasangan. Disisi lain hal ini juga bermuara pada pembentukan polarisasi dukungan secara emosional sehingga tidak lagi mengedepankan ide yang di ditawarkan tetapi lebih kepada dukungan terhadap karakter yang di bentuk melalui media sosial. Meskipun tidak dilakukan proses survei resmi terkait hal ini beberpa media telah mempublikasikan hasil identifikasinya terkait dengan pengaruhnya terhadap elektabilitas pasangan. Menariknya, ilustrasi emosional yang terbentuk ini bermuara pada gencarnya AI video editing capcut membuatkan ratusan template Gemoy Squad yang diperuntukkan bagi para pendukung afektif pasangan calon.



Gambar 02. Pesoasifikasi Paslon di Media Sosial

(Sumber: Kabariku.com dan capcut template, 2024)

Dalam konteks yang berbeda, dalam paslon yang lain pencitraan di tiktok terlihat masih kurang. Hal ini bukannya tidak dipakai oleh paslon yang lain,

namun secara gerakan paslon nomor 2 menunjukkan keseriusan mereka dalam menggunakan aplikasi tiktok dalam membrending diri mereka, sehingga menyasar pemilih secara emosional. Artinya istilah “gemoy” berhasil membentuk *filter bubble* dan *echo chamber* di kalangan pengguna tiktok. Sedangkan, istilah-istilah paslon lain dari pasangan 01 dan 03 seperti istilah Anis “Bubble” dan Ganjar “merakyat” tidak dimaksimalkan secara baik oleh mereka. Secara sederhana polarisasi afektif ini terbentuk secara massif di media sosial tiktok merupakan dampak dari pemanfaatan *filter bubble* atau aktifitas pasif dari pengguna media sosial. Muara dari aktifitas ini membentuk polarisasi ketiga yang diistilahkan sebagai polarisasi audience berita.

Ketiga, polarisasi audiens berita. Polarisasi ini memiliki kecenderungan dimana audiace (orang tidak terlibat dalam politik secara langsung) lebih partisan secara politik. Aktifitas yang terjadi pada kelompok polarisasi ini memiliki kecenderungan lebih militan pada platform media sosial. Secara kontekstual pada platform TikTok terdapat aktifitas TikTok Battle yang didalam kontennya disajikan pertarungan gift (dalam islitah lain sawer) untuk mendukung salah satu pasangan calon presiden sebagaimana yang dilakukan oleh akun @Najib_05 dan @Politik_Indonesia. Kedua aknun ini adalah contoh dari berbagai akun yang memanfaatkan momentum ini.



Gambar 03. Aktifitas Tiktok Battle

(Sumber: Tiktok, 2024)

Keterlibatan tim sukses dari pasangan calon pada pola kontestasi TikTok Battle ini memberikan potensi keuntungan secara elektabilitas pada pasangan calon. Menariknya, keterlibatan tim sukses bukan pada pembuatan konten, tetapi lebih pada “sawer gift” untuk meningkatkan atensi penonton. Sementara pemilik akun (konten kreator TikTok) memanfaatkan momentum ini untuk memperoleh keuntungan secara finansial dari gift yang diterima. Dengan kata lain, polarisasi ini terbentuk dikarenakan setidaknya ada 3 (tiga) pihak yang diuntungkan yakni, pemilik konten yang memperoleh gift, Platform TikTok yang memperoleh keuntungan dalam layanan transaksi serta pasangan calon yang memperoleh elektabilitas dari penikmat tayangan. Dengan kata lain, polarisasi ini membentuk dari ruang ekonomi di media sosial tiktok yang dapat dimanfaatkan konten kreator tiktok ataupun influencer bagi pemilik tertentu. Polaraisasi ini memang sengaja diciptakan oleh mereka dengan melihat kebermanfaatan dalam menciptakan polarisasi pemilih. Keterlibatan penonton dalam aktifitas ini secara umum memiliki sikap yang lebih partisan atau dengan bahasa lain mendadak politik. Dapat dikatakan pola ini memiliki kecenderungan pada model partisipasi masyarakat media sosial yang dikategorikan sebagai masyarakat yang cenderung terhadap isu tertentu yang disebabkan oleh keterjebakan mereka dalam pola algoritmik *filter bubble* dan *echo chamber*.

KEHSIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok memainkan peran penting dalam eskalasi partisanship politik di Indonesia pasca Pilpres 2024. Platform ini tidak hanya menjadi media untuk berbagi informasi, tetapi juga medan pertempuran narasi politik yang mempengaruhi persepsi publik. Sementara teori partisanship dan konsep *echo chambers* serta *filter bubbles* menawarkan kerangka pemahaman yang penting tentang dinamika politik dan media, realitas di media sosial TikTok menunjukkan bahwa interaksi dan dampaknya jauh lebih kompleks. Algoritma TikTok dan sifat konten yang sangat terpersonalisasi menciptakan lingkungan yang sangat kondusif untuk polarisasi politik, seringkali mengabaikan tujuan edukatif dan mobilisasi politik yang diharapkan dari partisanship. Dengan memahami perbedaan ini, kita dapat lebih bijak dalam mengelola dan merespons fenomena politik di era digital ini.

Rekomendasi untuk pengguna media sosial adalah untuk lebih kritis dalam mengonsumsi konten politik dan aktif mencari informasi dari berbagai sumber untuk menghindari bias. Pembuat kebijakan disarankan untuk mengawasi dan mengatur konten politik di media sosial guna mengurangi polarisasi. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami dampak jangka panjang dari partisanship politik di media sosial terhadap stabilitas politik dan sosial di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abid, A., Harrigan, P., Wang, S., Roy, S. K., & Harper, T. (2023). Social media in politics: how to drive engagement and strengthen relationships. *Journal of Marketing Management*, 39(3-4), 298-337.
- Accetti, C. I., & Wolkenstein, F. (2017). The crisis of party democracy: cognitive mobilization, and the case for making parties more deliberative. *Am. Political Sci. Rev.*, 111(1), 97–109.
- Ahnaf, M. I., & Lussier, D. N. (2019). Religious Leaders and Elections in the Polarizing Context of Indonesia. *Humaniora*, 31(3), 227-237. doi:doi:10.22146/jh.49420
- Alodat, A. M., Al-Qora'n, L. F., & Hamoud, M. A. (2023). Social media platforms and political participation: A study of Jordanian youth engagement. *Social Sciences*, 12(7), 402.
- Arguedas, A. R., Robertson, C. T., Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2022, 1 19). *Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: a literature review*. Diambil kembali dari [reutersinstitute.politics.ox.ac.uk: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/echo-chambers-filter-bubbles-and-polarisation-literature-review](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/echo-chambers-filter-bubbles-and-polarisation-literature-review)
- Beling, M. E. (2016). Epistemic political egalitarianism, political parties, and conciliatory democracy. *Political Theory*, 44(5), 29–56.
- Bimber, B. (2014). Digital Media in the Obama Campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to the Personalized Political Communication Environment. *Journal of Information Technology & Politics*, 11(2), 130-150. doi:10.1080/19331681.2014.895691

- Bonotti, M. (2017). *Partisanship and Political Liberalism in Diverse Societies*. Oxford, UK: Oxford Univ. Press.
- Converse, P. E. (1964). *The nature of belief systems in mass publics (1964)*. New York: The Free Press.
- Dalton, R., McAllister, I., & Wattenberg, M. .. (2000). *The consequences of partisan dealignment. In Parties Without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Wattenberg: MP Wattenberg.
- databoks. (2023, Jui 05). *Kata Data Media Network*. (Katadata.com) Dipetik 03 12, 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/kpu-pemilih-pemilu-2024-didominasi-oleh-kelompok-gen-z-dan-milenial>
- Detiknews. (2024, 03 20). *Lengkap! Hasil Resmi Perolehan Suara Semua Parpol di Pileg 2024*. Diambil kembali dari detik.com: <https://news.detik.com/pemilu/d-7252792/lengkap-hasil-resmi-perolehan-suara-semua-parpol-di-pileg-2024>
- Efthymiou, D. E. (2018). The Normative Value of Partisanship: When and Why Partisanship Matters. *POLITICAL STUDIES*, 66(1), 192–208. doi:DOI10.1177/0032321717707401
- Fossati, D. (2020). Electoral reform and partisan dealignment in Indonesia. *International Political Science Review*, 41(3), 349-364.
- Guess, A. M., Nyhan, B., Lyons, B., & Reifler, J. (2018). *voiding the echo chamber about echo chambers: Why selective exposure to like-minded political news is less prevalent than you think*. Miami: Knight Foundation.
- Guess, A., Nyhan, B., Lyons, B., & Reifler, J. (2018). *Avoiding the echo chamber about echo chambers: Why selective exposure to like-minded political news is less prevalent than you think*. Miami: Knight Foundation.
- Jain, L., & Pandey, V. (2023). The Influence of Social Media Usage and Political Behaviors among Adults. *Journal of Communication and Management*, 2(2), 98-100.
- Jamieson, K. H., & Cappella, J. N. (2008). *Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment*. Oxford and New York: Oxford University Press.

- Katadata.co.id. (2023, 09 27). *Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka?* Diambil kembali dari Katadata Media Network:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka>
- Kateb, G. (1981). The moral distinctiveness of representative democracy. *Ethics*, 91(3), 357–74.
- Kopaničová, J., Klepochová, D., & Francová, Z. (2022). Use of Netnography in Contemporary Marketing Research. *Central European Business Review*, 11(4), 111-131. doi:10.18267/j.cebr.303
- Levy, C. (1989). eview of Paper Stones, a History of Electoral Socialism, by A. Przeworski & J. Sprague. *History Workshop*, 27, 207–212. Diambil kembali dari <http://www.jstor.org/stable/4288902>
- Mason, L. (2015). ‘I disrespectfully agree’: The differential effects of partisan sorting on social and issue polarization. *American Journal of Political Science*, 59(1), 128–145. doi:doi.org/10.1111/ajps.12089
- McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J. M. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual Review of Sociology*, 27(1), 415–444. doi:doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415
- Muirhead, R., & Rosenblum, N. L. (2020). The political theory of parties and partisanship: Catching up. *Annual Review of Political Science*, 23, 95-110.
- Nurhasanah. (2019). Political Dynamics in Presidential Election of Indonesia in 2019. *1st International Conference on Administration Science (ICAS 2019)*. 343, hal. 531-535. Palangkaraya: Atlantis Press. doi:10.2991/icas-19.2019.110
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. London: Viking.
- Przeworski, A., & Sprague, J. (1988). A History of Electoral Socialism. *American Political Science Review*, 82(2), 668-669. doi:doi:10.2307/1957454
- Rizaty, M. A. (2023, 12 12). *Data Jumlah Pengguna TikTok di Indonesia hingga Oktober 2023*. Diambil kembali dari dataindonesia:

<https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/data-jumlah-pengguna-tiktok-di-indonesia-hingga-oktober-2023>

- Rosenblum, N. (2008). *On the Side of the Angels: An Appreciation of Parties and Partisanship*. Princeton: Princeton Univ. Press.
- Sustikarini, A. (2020). Digital Democracy in Indonesia's 2019 Election: Between Citizen Participation and Political Polarization. *Proceedings of the International Conference on Agriculture, Social Sciences, Education, Technology and Health (ICASSETH 2019)* (hal. 238-242). Christchurch New Zealand: Atlantis Press. doi:10.2991/assehr.k.200402.055
- Thompson, D. (2002). *Just Elections: Creating a Fair Electoral Process in the United States*. Chicago: Univ. Chicago Press.
- Ulum, M. C., & Anggaini, N. L. (2020). *Community Empowerment: Teori dan Praktik Pemberdayaan Komunitas*. Malang: UBPerss.
- Urbinati, N. (2019). Taking sides. *Polit. Theory*, 47(1), 97–105.
- Urbinati, N., & Warren, M. (2008). The concept of representation in contemporary democratic theory. *Annu. Rev. Political Sci*, 387–412.
- White, J., & Ypi, L. (2016). *The Meaning of Partisanship*. Oxford, UK: Oxford Univ. Press.
- Wolfe, A. (2000, 10 22). *The tyranny of the undecided voter*. Diambil kembali dari New York Times: <https://www.nytimes.com/2000/10/22/opinion/the-tyranny-of-the-undecided-voter.html>

e-ISSN 2549-7235 p-ISSN 1411-004