

**PENGARUH PERSONALISASI ALGORITMA *FOR YOU PAGE* TIKTOK TERHADAP PEMBENTUKAN *ECHO CHAMBER* INFORMASI POLITIK PADA MAHASISWA PENGGUNA TIKTOK DI UNIVERSITAS WANITA INTERNASIONAL MENJELANG PEMILU
(Studi Analisis Mahasiswa Prodi Ilmu Politik Angkatan 2022)**

Neng Sri Mulyanti¹, Wentri Merdiani², Mulyadi³, Ani Surtiani⁴

Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional

ARTICLE INFO

Article history:

Received Oktober 2026

Revised Oktober 2026

Accepted Oktober 2026

Available Oktober 2026

nengsrimulyanti42@gmail.com¹

wentri@ac.iwu.id²

mulyadi@iwu.ac.id³

ani.surtiani@iwu.ac.id⁴

*This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu
Bangsa Institute*

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh personalisasi algoritma For You Page TikTok terhadap pembentukan echo chamber informasi politik pada mahasiswa Ilmu Politik Angkatan 2022 Universitas Wanita Internasional menjelang Pemilu 2024. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei terhadap 68 mahasiswa melalui purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan IBM SPSS Statistics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personalisasi algoritma berada pada kategori tinggi (3,54), sedangkan pembentukan echo chamber berada pada kategori sedang (3,18). Personalisasi algoritma berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembentukan echo chamber, dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ dan koefisien determinasi sebesar 13%. Sementara itu, 87% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian.

Kata kunci: Personalisasi Algoritma, Echo Chamber, Informasi Politik.

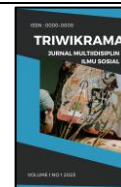
A B S T R A C T

This study aims to analyze the influence of TikTok's For You Page algorithm personalization on the formation of political information echo chambers among Political Science students of the 2022 cohort at International Women University ahead of the 2024 General Election. This study employed an explanatory quantitative approach using a survey of 68 students selected through purposive sampling. Data were analyzed using simple linear regression with IBM SPSS Statistics. The results indicate that algorithm personalization was categorized as high (3.54), while echo chamber formation was categorized as moderate (3.18). Algorithm personalization has a positive and statistically significant effect on echo chamber formation, with a significance value of $0.003 < 0.05$ and a coefficient of determination of 13%. The remaining 87% is influenced by other factors outside the research model.

Keywords: Algorithm Personalization, Echo Chamber Formation, Political Information.

1. PENDAHULUAN

Fenomena *echo chamber* dalam informasi politik semakin nyata dirasakan di kalangan generasi muda Indonesia, khususnya menjelang Pemilu 2024. *Echo chamber* merupakan kondisi ketika individu hanya terpapar informasi yang sesuai dengan pandangannya, sehingga perspektif yang berbeda semakin jarang ditemui (Sunstein, 2018). Kondisi ini dapat mengancam kualitas demokrasi karena membatasi akses masyarakat terhadap informasi politik yang berimbang dan objektif.



Mahasiswa merupakan kelompok intelektual yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi politik. Berdasarkan laporan DataReportal (2024), Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia. Algoritma *For You Page* TikTok menyajikan rekomendasi konten berdasarkan riwayat interaksi, minat, dan preferensi pengguna. Personalisasi tersebut membuat pengguna lebih sering terpapar konten serupa sehingga berpotensi membatasi keberagaman informasi yang diterima dan mendorong terbentuknya *echo chamber*. Menurut Sunstein (2018), paparan informasi yang homogen dan berulang dapat memperkuat keyakinan politik seseorang serta mengurangi keterbukaan terhadap sudut pandang berbeda. Temuan Bail dkk. (2018) juga menunjukkan bahwa interaksi pengguna media sosial dengan informasi politik dapat memperkuat pandangan yang telah dimiliki sebelumnya.

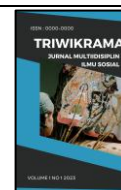
Perkembangan penggunaan TikTok di Indonesia menunjukkan peningkatan dari sekitar 99 juta pengguna pada 2022 menjadi 109 juta pada 2023 dan lebih dari 126 juta pada 2024 berdasarkan data Statista dan DataReportal (2024). Algoritma *For You Page* bekerja dengan menganalisis perilaku digital pengguna, seperti durasi menonton, akun yang diikuti, suka, komentar, dan jenis konten yang dijelajahi. Dalam konteks informasi politik, mekanisme ini berpotensi membuat pengguna lebih sering menerima konten yang sesuai dengan pandangan mereka. Kondisi tersebut berkaitan dengan *filter bubble*, yaitu situasi ketika pengguna menerima informasi yang semakin terbatas sesuai preferensinya (Pariser, 2011). Apabila berlangsung terus-menerus dan diperkuat oleh interaksi dengan pengguna yang memiliki pandangan serupa, *filter bubble* dapat berkembang menjadi *echo chamber* yang memperkuat keyakinan politik tertentu (Sunstein, 2018).

Fenomena tersebut relevan untuk dikaji pada mahasiswa Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2022 Universitas Wanita Internasional. Berdasarkan data penelitian terhadap 68 responden, sebanyak 25,0% tergolong pengguna berat (*heavy user*) dengan durasi penggunaan TikTok lebih dari empat jam per hari, sedangkan 76,5% mengaku pernah mengakses informasi politik melalui fitur *For You Page* dengan frekuensi kadang-kadang hingga sangat sering. Data tersebut menunjukkan bahwa TikTok menjadi salah satu sumber informasi politik bagi mahasiswa dan memperkuat alasan pemilihan kelompok tersebut sebagai subjek penelitian. Tingginya intensitas penggunaan TikTok serta keterbatasan literasi digital politik berpotensi meningkatkan paparan terhadap informasi yang seragam dan memperkuat sudut pandang politik secara sepihak.

Studi mengenai media sosial dan perilaku politik digital telah banyak dilakukan, terutama terkait penyebaran hoaks, kampanye digital, dan polarisasi politik. Namun, penelitian yang secara khusus menganalisis pengaruh personalisasi algoritma *For You Page* TikTok terhadap pembentukan *echo chamber* informasi politik pada mahasiswa, khususnya di Universitas Wanita Internasional menjelang Pemilu 2024, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh personalisasi algoritma *For You Page* TikTok terhadap pembentukan *echo chamber* informasi politik pada mahasiswa Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2022 Universitas Wanita Internasional, sekaligus memberikan kontribusi bagi pengembangan studi komunikasi politik digital di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan untuk mengetahui persamaan, perbedaan, dan kebaruan penelitian mengenai pengaruh personalisasi algoritma *For You Page* TikTok terhadap pembentukan *echo chamber* informasi politik. Sunstein (2018) menjelaskan bahwa media sosial dapat membentuk *echo chamber* dan memperkuat polarisasi politik, sedangkan Pariser (2011) mengungkapkan bahwa algoritma media sosial mempersonalisasi informasi berdasarkan preferensi pengguna. Tufekci (2017) juga menjelaskan peran media sosial dalam pembentukan opini publik



dan partisipasi politik. Penelitian Judijanto dkk. (2024) menunjukkan bahwa politik identitas dan penggunaan media sosial berpengaruh terhadap partisipasi politik digital pemilih muda serta meningkatkan risiko misinformasi dan polarisasi.

Selanjutnya, Marlina dan Hakim (2025) menemukan bahwa TikTok efektif digunakan sebagai media kampanye politik digital melalui konten interaktif dan tren viral. Al Fatih, Putera, dan Umar (2024) menjelaskan bahwa algoritma media sosial dapat membentuk *filter bubble* dan *echo chamber*, sedangkan Wahyuti dkk. (2025) menunjukkan bahwa algoritma TikTok dapat membatasi keragaman informasi dan memperkuat polarisasi politik. Amri dan Yandri (2025) mengungkapkan bahwa algoritma media sosial berkontribusi terhadap segmentasi politik, penyempitan ruang dialog publik, dan penyebaran disinformasi. Sementara itu, Rozi, Normansyah, dan Sjam (2024) menjelaskan bahwa media sosial memengaruhi pemahaman dan perilaku politik generasi muda, sedangkan Friska Dewi dkk. (2024) menemukan bahwa TikTok menjadi ruang bagi mahasiswa untuk mengikuti perkembangan isu dan berpartisipasi dalam politik menjelang Pemilu.

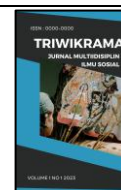
Berdasarkan penelitian tersebut, sebagian besar kajian masih berfokus pada media sosial secara umum, kampanye politik, literasi politik, dan polarisasi. Penelitian yang secara khusus menguji pengaruh personalisasi algoritma *For You Page* TikTok terhadap pembentukan *echo chamber* informasi politik pada mahasiswa Universitas Wanita Internasional masih terbatas. Oleh karena itu, kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian hubungan kedua variabel secara kuantitatif melalui pendekatan eksplanatif, dengan mahasiswa Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2022 sebagai subjek penelitian menjelang Pemilu.

Penelitian ini menggunakan tiga tingkatan teori, yaitu *grand theory*, *middle theory*, dan *applied theory*, untuk menjelaskan hubungan personalisasi algoritma TikTok dengan pembentukan *echo chamber* informasi politik. Teori Komunikasi Politik Digital yang dikaitkan dengan Castells (2010) digunakan sebagai *grand theory* untuk menjelaskan peran media sosial sebagai ruang komunikasi dan pembentukan opini publik pada era jaringan digital. Dalam konteks penelitian ini, TikTok menjadi salah satu media yang memungkinkan mahasiswa memperoleh informasi politik dan membentuk pandangan terhadap isu-isu politik.

Teori *Filter Bubble* dari Pariser (2011) digunakan sebagai *middle theory* untuk menjelaskan bagaimana algoritma media sosial menyaring dan mempersonalisasi informasi berdasarkan perilaku serta preferensi pengguna. Algoritma *For You Page* TikTok menganalisis interaksi pengguna, seperti durasi menonton, menyukai, mengomentari, dan mengikuti konten, kemudian menyajikan rekomendasi yang dianggap relevan. Proses tersebut berpotensi menyebabkan pengguna menerima informasi yang semakin seragam dan membatasi keberagaman perspektif. Pandangan Bucher (2018) dan Bakshy dkk. (2015) turut mendukung pembahasan mengenai personalisasi algoritma dan lingkungan informasi yang homogen.

Selanjutnya, teori *Echo Chamber* dari Sunstein (2018) digunakan sebagai *applied theory* untuk menjelaskan kondisi ketika individu lebih sering menerima informasi yang sesuai dengan keyakinannya sehingga kesempatan memperoleh perspektif berbeda menjadi terbatas. Garrett (2009) menjelaskan kecenderungan individu memilih informasi yang sesuai dengan keyakinan atau disebut *eksposur selektif*. Jamieson dan Cappella (2008) menerangkan bahwa lingkungan komunikasi yang didominasi informasi dan pendapat serupa dapat memperkuat keyakinan yang telah dimiliki. Bail dkk. (2018) menunjukkan bahwa interaksi di media sosial dapat memengaruhi polarisasi pandangan politik, sedangkan Völker (2019) menjelaskan bahwa paparan informasi yang sama secara berulang dapat menyulitkan penerimaan pendapat berbeda.

Dengan demikian, pembentukan *echo chamber* tidak hanya berkaitan dengan mekanisme algoritma, tetapi juga dengan perilaku pengguna dalam memilih dan menerima informasi. Ketiga



landasan teori tersebut digunakan untuk menjelaskan bagaimana personalisasi algoritma *For You Page* TikTok berpotensi membentuk pola konsumsi informasi politik yang homogen pada mahasiswa.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme sebagai landasan dalam menguji hubungan sebab-akibat antara personalisasi algoritma *For You Page* TikTok sebagai variabel independen (X) dan pembentukan *echo chamber* informasi politik sebagai variabel dependen (Y). Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei dan tipe penelitian eksplanatif, yang bertujuan menjelaskan pengaruh antarvariabel melalui data numerik dan analisis statistik. Subjek penelitian adalah mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2022 Universitas Wanita Internasional yang menggunakan TikTok minimal satu jam per hari dan pernah mengakses konten informasi politik melalui fitur *For You Page* menjelang Pemilu.

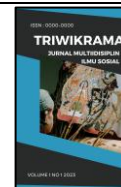
Populasi penelitian berjumlah 222 mahasiswa, dengan sampel sebanyak 68 mahasiswa yang ditentukan menggunakan rumus Cochran dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 10%, kemudian dikoreksi menggunakan *finite population correction*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup secara daring menggunakan Google Form, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka terhadap buku, jurnal, artikel ilmiah, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan personalisasi algoritma media sosial dan pembentukan *echo chamber* informasi politik.

Instrumen penelitian disusun berdasarkan teori personalisasi algoritma media sosial dari Bucher (2018) dan Gillespie (2014), teori *filter bubble* dari Pariser (2011), serta teori *echo chamber* dari Sunstein (2018). Kuesioner terdiri atas 24 butir pernyataan, yaitu 12 butir untuk variabel personalisasi algoritma *For You Page* TikTok (X) dan 12 butir untuk variabel pembentukan *echo chamber* informasi politik (Y). Seluruh pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju. Sebelum digunakan, instrumen melalui *pilot test* terhadap 30 responden yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian, tetapi tidak termasuk dalam sampel utama. Pengujian validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson *Product Moment*, sedangkan reliabilitas diuji menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan kriteria nilai minimal 0,70.

Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics melalui analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi data penelitian. Selanjutnya, uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dan uji linearitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan hubungan antarvariabel dalam analisis regresi. Pengaruh personalisasi algoritma *For You Page* TikTok terhadap pembentukan *echo chamber* informasi politik dianalisis menggunakan regresi linear sederhana. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t dengan tingkat signifikansi 0,05, sedangkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Penelitian dilaksanakan di Universitas Wanita Internasional pada Juni hingga Agustus 2026, meliputi tahapan pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, serta penyusunan laporan akhir penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Wanita Internasional pada Juni hingga Agustus 2026, dengan subjek mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2022 yang menggunakan



TikTok sebagai sumber informasi politik menjelang Pemilu. Objek penelitian adalah pengaruh personalisasi algoritma *For You Page* TikTok sebagai variabel independen (X) terhadap pembentukan *echo chamber* informasi politik sebagai variabel dependen (Y). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan tipe eksplanatif untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara kedua variabel.

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Presentasi (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	30	44,1
	Perempuan	38	55,9
Durasi Penggunaan Tiktok per-hari	1-2 Jam	27	39,7
	2-3 Jam	12	17,6
	3-4 Jam	12	17,6
	Lebih dari 4 Jam	17	25,0
Frekuensi Mengakses Konten Politik Melalui For Your Page Tiktok	Sangat Jarang	8	11,8
	Jarang	8	11,8
	Kadang-kadang	31	45,6
	Sering	17	25,0
	Sangat Sering	4	5,9

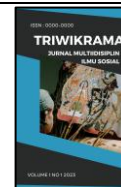
Sumber: Data Primer Diolah, 2026.

Berdasarkan karakteristik responden, dari 68 responden mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 38 orang (55,9%), sedangkan laki-laki sebanyak 30 orang (44,1%). Komposisi tersebut relatif berimbang, meskipun didominasi oleh perempuan. Berdasarkan durasi penggunaan TikTok, mayoritas responden menggunakan TikTok selama 1-2 jam per hari sebanyak 27 orang (39,7%), sementara 17 responden (25,0%) menggunakan TikTok lebih dari 4 jam per hari. Adapun responden yang menggunakan TikTok selama 2-3 jam dan 3-4 jam masing-masing berjumlah 12 orang (17,6%). Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menggunakan TikTok dalam durasi relatif singkat, tetapi terdapat pula pengguna berat (*heavy user*) yang berpotensi lebih intensif terpapar personalisasi algoritma *For You Page*. Sementara itu, frekuensi mengakses konten politik melalui *For You Page* TikTok didominasi kategori kadang-kadang sebanyak 31 responden (45,6%), diikuti kategori sering sebanyak 17 responden (25,0%). Responden yang sangat jarang dan jarang mengakses konten politik masing-masing berjumlah 8 orang (11,8%), sedangkan kategori sangat sering sebanyak 4 orang (5,9%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa tidak secara rutin mengakses konten politik di TikTok, tetapi tetap terpapar informasi politik melalui rekomendasi algoritma *For You Page*.

Analisis Statistik Deskriptif

Variabel X Personalisasi Algoritma *For You Page* TikTok

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan kecenderungan jawaban responden terhadap setiap butir pernyataan berdasarkan nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi. Variabel Personalisasi Algoritma *For You Page* TikTok (X) terdiri atas 12 butir pernyataan yang terbagi dalam tiga dimensi. Dimensi Relevansi Konten Berbasis Preferensi memperoleh rata-



rata 3,55 dengan kategori tinggi, menunjukkan bahwa rekomendasi video politik pada *For You Page* TikTok selaras dengan minat, preferensi pribadi, dan rekam jejak aktivitas digital mahasiswa. Dimensi Intensitas dan Keberulangan Paparan memperoleh rata-rata 3,65 dengan kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa interaksi pengguna terhadap video politik diikuti oleh meningkatnya rekomendasi konten sejenis. Indikator P8 memperoleh skor tertinggi sebesar 4,19. Sementara itu, dimensi Keseragaman dan Kurasi Pola Informasi memperoleh rata-rata 3,43 dengan kategori tinggi, yang menunjukkan adanya kecenderungan penyajian informasi politik dengan narasi dan sudut pandang yang seragam. Secara keseluruhan, variabel Personalisasi Algoritma *For You Page* TikTok memperoleh rata-rata 3,54 dalam kategori tinggi. Dimensi Intensitas dan Keberulangan Paparan menjadi dimensi dengan rata-rata tertinggi, yaitu 3,65, yang menunjukkan bahwa personalisasi algoritma berperan dalam mengatur paparan dan distribusi informasi politik kepada mahasiswa.

Variabel Y Pembentukan *Echo Chamber* Informasi Politik

Variabel Pembentukan *Echo Chamber* Informasi Politik (Y) terdiri atas 12 butir pernyataan yang terbagi dalam tiga dimensi. Dimensi Homogenitas Paparan Informasi memperoleh rata-rata 3,08 dengan kategori sedang, menunjukkan bahwa responden mulai menyadari keterbatasan variasi sumber dan isu politik pada linimasa TikTok. Dimensi Penguatan Keyakinan Politik memperoleh rata-rata 3,49 dengan kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa paparan informasi politik yang konsisten dapat memperkuat pandangan dan keyakinan politik pribadi mahasiswa. Sementara itu, dimensi Selektivitas Informasi memperoleh rata-rata 2,98 dengan kategori sedang, mengindikasikan kecenderungan mahasiswa untuk mengabaikan atau kurang mencari sudut pandang politik yang bertentangan dengan preferensinya. Secara keseluruhan, variabel Pembentukan *Echo Chamber* Informasi Politik memperoleh rata-rata 3,18 dengan kategori sedang. Hasil ini menunjukkan bahwa pembentukan *echo chamber* di kalangan mahasiswa Ilmu Politik Angkatan 2022 Universitas Wanita Internasional berada pada tingkat sedang, dengan penguatan keyakinan politik sebagai dimensi yang paling menonjol.

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan terhadap 68 responden menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* melalui aplikasi IBM SPSS Statistics. Item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai (r) hitung lebih besar daripada (r) tabel sebesar 0,239 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh 12 item variabel Personalisasi Algoritma *For You Page* TikTok (X) memiliki nilai (r) hitung antara 0,451-0,719 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Sementara itu, seluruh 12 item variabel Pembentukan *Echo Chamber* Informasi Politik (Y) memiliki nilai (r) hitung antara 0,318-0,662 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dengan demikian, seluruh 24 item pernyataan pada kedua variabel dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.



Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N Item	Keterangan
Personalisasi Algoritma For You Page TikTok (X)	0,811	12	Reliabel
Pembentukan Echo Chamber Informasi Politik (Y)	0,722	12	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Berdasarkan pengujian reliabilitas, variabel X (0,811) dan variabel Y (0,722) menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* yang melampaui kriteria minimal 0,70. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik untuk dipakai dalam pengambilan data.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
(One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)**

Parameter	Nilai
N	68
Test Statistic	0,081
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual pada model regresi terdistribusi secara normal menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan *Lilliefors Significance Correction*. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200, lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, data residual dinyatakan berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas pada model regresi linear telah terpenuhi.

Uji Linearitas

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas

Sumber Variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Combined	859,391	19	45,231	1,790	0,053
Linearity	269,319	1	269,319	10,656	0,002

Sumber Variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Deviation from Linearity	590,071	18	32,782	1,297	0,232
Within Groups	1213,124	48	25,273	-	-
Total	2072,515	67	-	-	-

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Uji linearitas dilakukan menggunakan fitur *Test for Linearity* pada IBM SPSS Statistics untuk mengetahui hubungan antara variabel Personalisasi Algoritma *For You Page* TikTok (X) dan Pembentukan *Echo Chamber* Informasi Politik (Y). Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi *Linearity* sebesar 0,002 ($< 0,05$) dan *Deviation from Linearity* sebesar 0,232 ($> 0,05$). Dengan demikian, hubungan kedua variabel dinyatakan linear. Setelah asumsi normalitas dan linearitas terpenuhi, analisis dapat dilanjutkan ke tahap regresi linear sederhana.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh Personalisasi Algoritma *For You Page* TikTok (X) terhadap Pembentukan *Echo Chamber* Informasi Politik (Y). Karena penelitian hanya menggunakan satu variabel bebas, uji multikolinearitas tidak diperlukan, sehingga pengujian asumsi klasik dibatasi pada uji normalitas dan linearitas. Hasil analisis menghasilkan persamaan regresi ($Y = 23,584 + 0,343X$). Nilai konstanta sebesar 23,584 menunjukkan bahwa ketika variabel personalisasi algoritma bernilai nol, skor pembentukan *echo chamber* diproyeksikan sebesar 23,584. Sementara itu, koefisien regresi positif sebesar 0,343 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan personalisasi algoritma *For You Page* TikTok diikuti peningkatan skor pembentukan *echo chamber* informasi politik sebesar 0,343 satuan. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi personalisasi algoritma yang dirasakan mahasiswa, semakin tinggi pula kecenderungan terbentuknya *echo chamber* informasi politik.

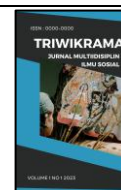
Uji Hipotesis

Uji t

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,140, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,997, dengan nilai signifikansi 0,003 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan signifikan secara statistik, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, Personalisasi Algoritma *For You Page* TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembentukan *Echo Chamber* Informasi Politik pada mahasiswa Ilmu Politik Angkatan 2022 Universitas Wanita Internasional. Artinya, semakin tinggi personalisasi algoritma yang dirasakan mahasiswa, semakin tinggi pula kecenderungan terbentuknya *echo chamber* informasi politik.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,130, yang berarti bahwa Personalisasi Algoritma *For You Page* TikTok memberikan kontribusi sebesar 13% terhadap Pembentukan *Echo Chamber* Informasi Politik. Sementara itu, sebesar 87% sisanya dipengaruhi



oleh faktor lain di luar penelitian, seperti literasi media, preferensi ideologi politik, interaksi sosial secara langsung (*offline*), dan paparan informasi dari platform media sosial lainnya. Dengan demikian, personalisasi algoritma *For You Page* TikTok memberikan kontribusi terhadap pembentukan *echo chamber* informasi politik, tetapi sebagian besar variasi pembentukannya berkaitan dengan faktor lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Pembahasan Variabel X Personalisasi Algoritma *For You Page* TikTok

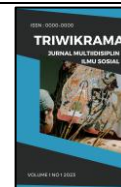
Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel Personalisasi Algoritma *For You Page* TikTok (X) berada pada kategori tinggi dengan rata-rata 3,54 dari skala 5. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Ilmu Politik Angkatan 2022 Universitas Wanita Internasional merasakan dominasi sistem rekomendasi algoritma dalam menyaring dan menyajikan konten politik. Dimensi Intensitas dan Keberulangan Paparan memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 3,65, dengan indikator P8 mencapai skor 4,19. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin sering mahasiswa menonton video politik, semakin banyak konten serupa yang direkomendasikan. Kondisi tersebut sejalan dengan pemikiran Bucher (2018) mengenai *algorithmic power*, yaitu algoritma tidak hanya menyaring informasi, tetapi juga membentuk pengalaman dan menentukan konten yang ditampilkan kepada pengguna.

Dimensi Relevansi Konten Berbasis Preferensi memperoleh rata-rata 3,55, yang menunjukkan keselarasan rekomendasi konten politik dengan minat dan aktivitas digital mahasiswa. Hal ini sesuai dengan konsep *filter bubble* Pariser (2011), bahwa algoritma menyesuaikan informasi berdasarkan profil dan kecenderungan pengguna. Sementara itu, dimensi Keseragaman dan Kurasi Pola Informasi memperoleh rata-rata 3,43, yang mengindikasikan adanya kecenderungan penyeragaman sudut pandang politik. Temuan ini memperkuat pandangan Gillespie (2014) mengenai *algorithmic curation*, yaitu peran algoritma dalam menyusun dan memprioritaskan informasi. Secara keseluruhan, personalisasi algoritma menjadikan TikTok sebagai lingkungan komunikasi politik yang terpersonalisasi dan berpotensi membatasi keragaman informasi yang diterima mahasiswa.

Pembahasan Variabel Y Pembentukan *Echo Chamber* Informasi Politik

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Pembentukan *Echo Chamber* Informasi Politik (Y) berada pada kategori sedang dengan rata-rata 3,18. Temuan ini mengindikasikan bahwa pembentukan *echo chamber* pada mahasiswa belum berada pada tingkat yang ekstrem. Dimensi Penguatan Keyakinan Politik memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 3,49, yang menunjukkan bahwa paparan konten politik dapat memvalidasi dan memperkuat pandangan politik pribadi mahasiswa. Kondisi ini sejalan dengan teori *echo chamber* Sunstein (2018), yang menjelaskan bahwa paparan informasi searah dapat memperkuat keyakinan awal seseorang. Sementara itu, dimensi Homogenitas Paparan Informasi memperoleh rata-rata 3,08 dan Selektivitas Informasi sebesar 2,98, yang keduanya berada pada kategori sedang.

Temuan tersebut menunjukkan adanya kecenderungan mahasiswa untuk mengabaikan informasi politik yang bertentangan dengan pandangannya, tetapi belum sampai pada kondisi menutup akses terhadap sudut pandang alternatif secara ekstrem. Hal ini sesuai dengan pemikiran Garrett (2009) mengenai *selective exposure* dan *selective avoidance*, yaitu kecenderungan individu memilih informasi yang sesuai dengan preferensinya dan menghindari informasi yang berlawanan.



Pembahasan Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y

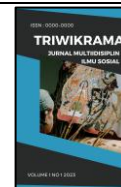
Hasil analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan ($Y = 23,584 + 0,343X$) dengan arah koefisien positif. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,140, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,997, dengan signifikansi 0,003 ($< 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga Personalisasi Algoritma *For You Page* TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembentukan *Echo Chamber* Informasi Politik pada mahasiswa Ilmu Politik Angkatan 2022 Universitas Wanita Internasional. Artinya, semakin tinggi personalisasi algoritma yang dirasakan mahasiswa, semakin tinggi pula kecenderungan terbentuknya *echo chamber* informasi politik.

Meskipun demikian, nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,130 menunjukkan bahwa personalisasi algoritma hanya memberikan kontribusi sebesar 13% terhadap pembentukan *echo chamber*, sedangkan 87% sisanya berkaitan dengan faktor lain di luar model penelitian. Faktor tersebut dapat mencakup *confirmation bias*, literasi media, preferensi ideologi politik, interaksi sosial secara langsung, dan paparan informasi dari platform lain. Nilai koefisien korelasi (*R*) sebesar 0,360 juga menunjukkan hubungan yang relatif terbatas. Dengan demikian, hasil penelitian menegaskan bahwa personalisasi algoritma TikTok merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap pembentukan *echo chamber*, tetapi bukan satu-satunya faktor penentu. Secara teoritis, temuan ini mendukung keterkaitan konsep *algorithmic power* (Bucher, 2018), *algorithmic curation* (Gillespie, 2014), *filter bubble* (Pariser, 2011), dan *echo chamber* (Sunstein, 2018). Oleh karena itu, upaya menghadapi pembentukan *echo chamber* informasi politik perlu disertai penguatan literasi media dan kemampuan berpikir kritis mahasiswa dalam mengonsumsi informasi politik digital.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa personalisasi algoritma *For You Page* TikTok pada mahasiswa Ilmu Politik Angkatan 2022 Universitas Wanita Internasional berada pada kategori tinggi, terutama dalam intensitas dan keberulangan paparan konten politik serta kesesuaian rekomendasi dengan preferensi pengguna. Sementara itu, pembentukan *echo chamber* informasi politik berada pada kategori sedang, dengan penguatan keyakinan politik sebagai dimensi yang paling menonjol. Hasil uji t menunjukkan bahwa personalisasi algoritma *For You Page* TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembentukan *echo chamber* informasi politik, dengan nilai t hitung sebesar 3,140 dan signifikansi 0,003. Namun, nilai koefisien determinasi sebesar 0,130 menunjukkan bahwa personalisasi algoritma hanya menjelaskan 13% variasi pembentukan *echo chamber*, sedangkan 87% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti literasi media digital, *confirmation bias*, ideologi politik, dan interaksi sosial secara langsung. Dengan demikian, personalisasi algoritma merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap pembentukan *echo chamber*, tetapi bukan satu-satunya faktor penentu.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan sampel yang hanya melibatkan 68 mahasiswa dari satu program studi di satu perguruan tinggi, penggunaan variabel yang terbatas, serta pendekatan survei *cross-sectional* yang belum dapat menggambarkan perubahan pembentukan *echo chamber* dari waktu ke waktu. Selain itu, penggunaan kuesioner berbasis laporan-diri (*self-report*) berpotensi menimbulkan bias persepsi dan *social desirability bias*. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan lebih memahami mekanisme algoritma *For You Page*, membuka diri terhadap beragam sudut pandang politik, serta melakukan pemeriksaan silang (*cross-*



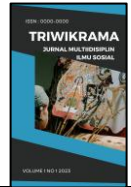
checking) terhadap sumber informasi yang tepercaya sebelum membagikan informasi politik. Pengembang TikTok juga disarankan menyediakan kendali preferensi algoritma yang lebih luas dan mendorong keberagaman sudut pandang pada linimasa. Sementara itu, Program Studi Ilmu Politik Universitas Wanita Internasional dan pemangku kepentingan literasi digital diharapkan meningkatkan edukasi mengenai literasi digital dan pemahaman algoritma media sosial, khususnya menjelang Pemilu.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas cakupan sampel ke berbagai program studi atau perguruan tinggi serta mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel literasi media digital, *confirmation bias*, ideologi politik, dan interaksi sosial secara langsung. Selain itu, penggunaan metode campuran (*mixed methods*) atau studi eksperimental dapat dipertimbangkan untuk menggali lebih mendalam dinamika perilaku pengguna dalam berinteraksi dengan algoritma media sosial. Dengan demikian, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai peran personalisasi algoritma dibandingkan faktor psikologis dan sosial lainnya dalam pembentukan *echo chamber* informasi politik di kalangan pemilih muda.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel

- Al Fatih, I.Z., Putera, R.A. & Umar, Z.H. 2024. Peran algoritma media sosial dalam penyebaran propaganda politik digital menjelang pemilu. *Jurnal Kajian Strategik Ketahanan Nasional* 7(1): 1-12.
- Amri, Y. & Yandri, L.I. 2025. Algoritma media sosial dan polarisasi politik dalam demokrasi digital di Indonesia. *Jurnal Suara Politik* 4(2): 78-91.
- Bail, C.A., Argyle, L.P., Brown, T.W., Bumpus, J.P., Chen, H., Hunzaker, M.B.F., Lee, J., Mann, M., Merhout, F. & Volfovsky, A. 2018. Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 115(37): 9216-9221.
- Bakshy, E., Messing, S. & Adamic, L.A. 2015. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science* 348(6239): 1130-1132.
- Friska Dewi, N., Anggraini, D., Arya Ghifari, T., Purwanto, B., Desvita Tori Khanafi, Z., Firnandyn, A., Dwi Yulianti, N. & Setyoningrum, A. 2024. Pengaruh penggunaan TikTok terhadap polarisasi politik pada Pemilu presiden di Indonesia: Studi kasus pada mahasiswa UNNES. *Jurnal Majemuk* 3(4): 644-660.
- Garrett, R.K. 2009. Echo chambers online?: Politically motivated selective exposure among Internet news users. *Journal of Computer-Mediated Communication* 14(2): 265-285.
- Gillespie, T. 2014. The relevance of algorithms. Dalam Gillespie, T., Boczkowski, P.J. & Foot, K.A. (penyunting). *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*, hlm. 167-194. Cambridge, MA: MIT Press.



- Judijanto, L., Wandan, H., Ayu, N., Triyantoro, A. & Suroso, S. 2024. Pengaruh politik identitas dan penggunaan media sosial terhadap partisipasi politik digital pemilih milenial dan Gen Z di Indonesia. *Sanskara Ilmu Sosial dan Humaniora* 2(1): 24-35.
- Marlina, D. & Hakim, L. 2025. Peran TikTok dalam kampanye politik: Strategi menarik Gen Z di Pemilu 2024. *Jurnal Audiens* 6(1): 196-213.
- Rozi, F.F., Normansyah, A.D. & Sjam, D.A. 2024. Pengaruh media sosial terhadap literasi politik pada pemilih pemula pada Generasi Z. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 5(1): 91-100.
- Völker, T. 2019. Deliberative Democracy in the Age of Social Media. *Matrizes* 13(3): 55-69.
- Wahyuti, T., Sarasati, F., Baskoro, R.M., Paninggiran, H. & Sudarmanto, B. 2025. Algoritma, echo chamber, polarisasi, dan viralitas di TikTok pada Pemilihan Presiden 2024. *Konvergensi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 6(2): 264-278.

Buku

- Arikunto, S. 2021. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bucher, T. 2018. *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M. 2010. *The Rise of the Network Society*. Edisi ke-2. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jamieson, K.H. & Cappella, J.N. 2008. *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment*. Oxford: Oxford University Press.
- Nazir, M. 2019. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pariser, E. 2011. *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. New York: Penguin Press.
- Singarimbun, M. & Effendi, S. 2019. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunstein, C.R. 2018. *Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton: Princeton University Press.
- Tufekci, Z. 2017. *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. New Haven: Yale University Press.

Web

- DataReportal. 2024. *Digital 2024: Indonesia*. Melalui <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia> [diakses 2024].
- Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. 2024. *Literasi Digital Nasional*. Melalui <https://komdigi.go.id> [diakses 2024].
- Statista. 2024. *Number of TikTok Users in Indonesia*. Melalui <https://www.statista.com/topics/1164/tiktok/> [diakses 2024].
- TikTok. 2024. *TikTok Newsroom*. Melalui <https://newsroom.tiktok.com/> [diakses 2024].