

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 2, Nomor 8, Agustus 2024, Halaman 189-195
Licensed by CC BY-SA 4.0
E-ISSN: 2986-6340
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13253688>

Tinjauan Komprehensif tentang Dampak Algoritma Media Sosial

Astried Silvanie^{1*}, Rino Subekti¹, Dwi Sidik Permana¹, Ari Kurniawan¹

¹Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957, Jakarta

*Email korespondensi: astried@ibi-k57.ac.id

Abstrak

Dalam era digital yang terus berkembang, algoritma dalam media sosial telah menjadi alat yang sangat penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan efektivitas bisnis. Latar belakang penelitian ini berfokus pada peran algoritma dalam personalisasi konten, optimasi engagement, akurasi pencarian, dan deteksi konten berbahaya. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana algoritma dapat digunakan untuk menganalisis sentimen dari komentar dan ulasan serta untuk memahami dampaknya terhadap persepsi publik terhadap merek, produk, dan isu tertentu. Metode yang digunakan mencakup analisis data teks melalui teknik pemrosesan bahasa alami dan model pembelajaran mesin untuk menilai emosi dan opini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa algoritma dapat secara efektif meningkatkan relevansi konten, meningkatkan interaksi pengguna, dan memberikan wawasan mendalam tentang sentimen publik, yang memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan strategis yang lebih baik. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa meskipun algoritma memiliki potensi besar dalam memperbaiki pengalaman pengguna dan memaksimalkan hasil bisnis, penting untuk menjaga transparansi dan etika dalam penggunaannya untuk menghindari masalah privasi dan penyalahgunaan data. Penelitian juga menyoroti pentingnya pemantauan berkelanjutan dan penyesuaian algoritma untuk memastikan mereka tetap efektif dan etis. Algoritma yang digunakan dalam media sosial harus dioptimalkan secara reguler untuk mengadaptasi perubahan dalam perilaku pengguna dan tren industri. Selain itu, harus ada upaya terus-menerus untuk mengatasi potensi bias yang mungkin muncul dalam proses analisis data, agar hasil yang diperoleh tidak hanya akurat tetapi juga adil. Kebijakan privasi yang jelas dan perlindungan data yang ketat juga menjadi aspek penting yang harus diperhatikan. Dengan pendekatan yang hati-hati dan proaktif dalam pengelolaan algoritma, perusahaan dapat memanfaatkan teknologi ini untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan mencapai tujuan bisnis, sambil membangun kepercayaan dan memastikan kepatuhan terhadap standar etika dan regulasi yang berlaku.

Kata kunci: algoritma, personalisasi, era digital

Abstract

In the ever-evolving digital era, algorithms in social media have become a very important tool in improving user experience and business effectiveness. The background of this research focuses on the role of algorithms in content personalisation, engagement optimisation, search accuracy, and malicious content detection. The main objective of this research is to explore how algorithms can be used to analyse sentiment from comments and reviews and to understand their impact on public perception of certain brands, products and issues. The methods used include analysing text data through natural language processing techniques and machine learning models to assess emotions and opinions. The results of this study show that algorithms can effectively increase content relevance, improve user interaction, and provide deep insights into public sentiment, allowing companies to make better strategic decisions. The conclusion of this research confirms that while algorithms have great potential in improving user experience and maximising business outcomes, it is important to maintain transparency and ethics in their use to avoid privacy concerns and data misuse. The research also highlights the importance of continuous monitoring and customisation of algorithms to ensure they remain effective and ethical. Algorithms used in social media should be optimised regularly to adapt to changes in user behaviour and industry trends. In addition, there should be constant efforts to address potential biases that may arise in the data analysis process, so that the results obtained are not only accurate but also fair. Clear privacy policies and strict data protection are also important aspects that must be considered. With a

careful and proactive approach to algorithm management, companies can utilise this technology to improve user experience and achieve business goals, while building trust and ensuring compliance with applicable ethical and regulatory standards.

Keywords: *algorithms, personalisation, digital age*

Article Info

Received date: 26 Juli 2024

Revised date: 30 Juli 2024

Accepted date: 2 Agustus 2024

PENDAHULUAN

Algoritma media sosial telah menjadi elemen yang tak terpisahkan dari pengalaman pengguna di berbagai platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok. Algoritma ini dirancang untuk mempersonalisasi konten, mengoptimalkan interaksi pengguna, dan meningkatkan keterlibatan, tetapi mereka juga menimbulkan berbagai implikasi yang kompleks. Seiring dengan meningkatnya ketergantungan masyarakat pada media sosial untuk mendapatkan informasi, hiburan, dan interaksi sosial, pemahaman yang mendalam tentang dampak algoritma ini menjadi semakin penting.

Dampak algoritma media sosial dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, termasuk sosial, psikologis, ekonomi, dan politik. Secara sosial, algoritma dapat membentuk dan memperkuat komunitas online, tetapi juga dapat menyebabkan polarisasi dan penyebaran informasi palsu (Rahmawati, 2018). Dari sudut pandang psikologis, algoritma dapat memengaruhi kesehatan mental pengguna melalui eksposur yang berlebihan terhadap konten yang dipersonalisasi, yang sering kali menekankan aspek negatif atau kontroversial. Dalam konteks ekonomi, algoritma mempengaruhi strategi pemasaran dan periklanan, menawarkan peluang baru bagi bisnis, namun juga memunculkan tantangan etis terkait privasi data pengguna (Zaky et al., 2024).

Algoritma media sosial memainkan peran penting dalam menentukan pengalaman pengguna di berbagai platform digital. Algoritma ini dirancang untuk menyaring, mengurutkan, dan menyajikan konten kepada pengguna berdasarkan preferensi dan perilaku mereka (Tri Andini et al., 2024). Dengan menganalisis data seperti riwayat penelusuran, interaksi sebelumnya, dan pola penggunaan, algoritma dapat mempersonalisasi umpan berita (feed) sehingga pengguna lebih cenderung melihat konten yang mereka anggap menarik atau relevan. Tujuan utama dari algoritma ini adalah untuk meningkatkan keterlibatan pengguna dengan menampilkan konten yang paling mungkin menghasilkan respons positif, seperti suka, komentar, atau berbagi. Selain itu, algoritma juga digunakan untuk merekomendasikan teman baru, halaman, atau grup yang mungkin diminati pengguna, yang pada gilirannya dapat meningkatkan interaksi dan partisipasi di platform (Rachmad et al., 2024). Dengan demikian, algoritma media sosial memiliki peran yang kompleks, menawarkan manfaat sekaligus tantangan yang harus dipahami dan dikelola dengan bijak oleh pengguna, pengembang, dan pembuat kebijakan.

Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa algoritma media sosial berfungsi sebagai mesin penggerak utama yang membentuk cara informasi didistribusikan dan dikonsumsi di platform digital. Mereka mengatur pengalaman pengguna dengan menganalisis data besar untuk memprediksi dan menyesuaikan konten yang disajikan, sehingga setiap pengguna menerima pengalaman yang unik (Presuel et al., 2019). Hal lain juga diungkapkan bahwa dengan menggunakan teknik pembelajaran mesin, algoritma ini dapat secara dinamis menyesuaikan diri dengan perubahan dalam preferensi pengguna dan tren yang berkembang. Selain menyediakan konten yang relevan dan menarik, algoritma juga memainkan peran penting dalam strategi monetisasi platform melalui iklan yang ditargetkan. Bisnis dapat memanfaatkan kemampuan ini untuk menjangkau audiens yang sangat spesifik, yang meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran mereka (Mahendra et al., 2024). Namun, di balik efisiensi dan personalisasi yang ditawarkan, algoritma juga menimbulkan kekhawatiran etis. Ketergantungan pada algoritma dapat memperkuat bias yang ada, menyebarkan informasi yang salah, dan mengisolasi pengguna dalam gelembung informasi yang sempit. Akibatnya, masyarakat menghadapi tantangan signifikan dalam memastikan bahwa algoritma ini beroperasi secara transparan dan bertanggung jawab, sehingga mereka dapat memfasilitasi interaksi yang sehat dan informasi yang dapat dipercaya di ruang digital (Bahram, 2023).

Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial telah menjadi salah satu sarana komunikasi dan informasi yang paling berpengaruh di dunia, dengan miliaran pengguna aktif yang mengandalkan platform ini untuk berbagai aktivitas sehari-hari. Di balik setiap interaksi di media sosial terdapat algoritma canggih yang dirancang untuk menyaring dan menyajikan konten berdasarkan preferensi individu. Meskipun algoritma ini mempermudah pengguna dalam menemukan konten yang relevan dan menarik, mereka juga memunculkan berbagai tantangan, seperti penyebaran informasi yang salah, penciptaan ruang gema, dan pengaruh negatif terhadap kesehatan mental. Mengingat dampak signifikan dari algoritma media sosial terhadap dinamika sosial, politik, dan ekonomi, penelitian ini menjadi sangat penting untuk memahami bagaimana algoritma ini mempengaruhi perilaku dan persepsi pengguna. Tujuan dari tinjauan ini adalah untuk mengidentifikasi tema utama dalam literatur yang ada, mengeksplorasi implikasi dari penggunaan algoritma di media sosial, dan mengusulkan area penelitian lebih lanjut untuk memitigasi dampak negatifnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam kepada pembuat kebijakan, pengembang platform, dan peneliti dalam mengelola dan mengembangkan algoritma yang lebih bertanggung jawab dan etis.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode tinjauan pustaka untuk menganalisis dampak algoritma media sosial pada pengguna dan masyarakat. Langkah pertama adalah melakukan pencarian literatur secara menyeluruh di berbagai basis data akademik seperti Google Scholar, PubMed, IEEE Xplore, dan Scopus. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian mencakup “algoritma media sosial,” “dampak algoritma,” “pengaruh psikologis media sosial,” dan “etika algoritma.” Pencarian difokuskan pada artikel dari jurnal yang telah diulas sejawat, konferensi internasional, dan buku yang relevan dengan topik ini, dengan rentang waktu dari tahun 2010 hingga 2024 untuk memastikan cakupan yang komprehensif dari perkembangan terbaru. Setelah literatur dikumpulkan, dilakukan proses seleksi untuk memastikan hanya sumber yang berkualitas dan relevan yang diikutsertakan dalam analisis. Studi yang dipilih harus fokus pada dampak sosial, psikologis, dan ekonomi dari algoritma media sosial, serta menyediakan data empiris atau analisis teoritis yang mendalam. Setiap artikel yang dipilih dianalisis untuk mengidentifikasi tema utama dan kesenjangan dalam literatur yang ada. Temuan dari studi-studi ini kemudian dikelompokkan berdasarkan kategori dampaknya, seperti dampak sosial dan psikologis, serta tantangan dan peluang yang muncul. Dengan menggunakan metode ini, penelitian bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas dan mendalam mengenai peran algoritma media sosial dalam masyarakat saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Dampak Sosial

Personalisasi umpan berita oleh algoritma media sosial memiliki dampak sosial yang signifikan karena dapat memperkuat keterhubungan dan interaksi dalam komunitas online, tetapi juga menimbulkan masalah sosial (Eg et al., 2023). Dengan menampilkan konten yang sesuai dengan minat dan pandangan pengguna, algoritma memfasilitasi komunikasi yang lebih intensif di antara individu dengan minat yang sama, memperkuat jaringan sosial dan keterlibatan komunitas (Koç, 2023). Namun, di sisi lain, personalisasi dapat menciptakan ruang gema, di mana pengguna hanya terpapar pada informasi dan pandangan yang sejalan dengan keyakinan mereka sendiri, memperburuk polarisasi dan fragmentasi sosial. Hal ini dapat mengurangi kesempatan untuk dialog yang konstruktif dan memperdalam perpecahan di Masyarakat (Wulandari et al., 2021). Secara keseluruhan, meskipun personalisasi umpan berita oleh algoritma media sosial meningkatkan keterlibatan dan relevansi konten, dampak sosialnya perlu diperhatikan dengan serius. Keseimbangan antara meningkatkan pengalaman pengguna dan menghindari efek negatif seperti polarisasi dan penyebaran informasi yang salah menjadi penting untuk menciptakan lingkungan media sosial yang lebih sehat dan inklusif. Lebih jauh, ketika algoritma fokus pada konten yang memicu keterlibatan, sering kali konten tersebut bersifat kontroversial atau sensasional, yang dapat mengaburkan kebenaran dan memengaruhi opini publik. Pengguna mungkin terpapar pada informasi yang tidak akurat atau menyesatkan, yang dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap isu-isu sosial dan politik. Ketergantungan pada algoritma untuk mempersonalisasi umpan berita dapat

menyebabkan masalah serius seperti penurunan kualitas informasi yang diterima pengguna dan peningkatan risiko penyebaran berita palsu.

Oleh karena itu, meskipun personalisasi algoritma dapat meningkatkan pengalaman pengguna dengan menyesuaikan konten yang ditampilkan, penting untuk memperhatikan dampak sosial yang lebih luas. Upaya harus dilakukan untuk memastikan bahwa algoritma tidak hanya memprioritaskan keterlibatan semata, tetapi juga mendukung penyampaian informasi yang akurat dan memperluas perspektif pengguna. Dengan mengelola dampak negatif ini secara efektif, dapat diharapkan bahwa media sosial dapat menjadi platform yang lebih inklusif dan bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan.

b. Dampak Psikologis

Algoritma media sosial sering kali menampilkan konten yang dirancang untuk memicu keterlibatan pengguna, yang kadang melibatkan tema-tema kontroversial atau emosional. Konten semacam ini dapat mencakup berita negatif, perdebatan panas, atau informasi sensasional. Ketika pengguna terpapar terus-menerus pada konten yang memicu emosi kuat atau negatif, seperti kemarahan atau kesedihan, hal ini dapat meningkatkan tingkat stres dan kecemasan.

Algoritma yang mempersonalisasi konten dapat membuat platform lebih adiktif, karena pengguna lebih cenderung terus-menerus memeriksa dan berinteraksi dengan konten yang menarik bagi mereka. Penggunaan yang berlebihan ini dapat mengganggu rutinitas harian, tidur, dan interaksi sosial di dunia nyata, yang semuanya dapat berkontribusi pada peningkatan stres dan kecemasan (Keles et al., 2020). Personalisasi juga dapat memperburuk perbandingan sosial. Pengguna sering kali melihat postingan yang ideal atau glamor dari orang lain, yang mungkin tidak mencerminkan kenyataan penuh dari kehidupan seseorang. Ini dapat menyebabkan perasaan tidak puas atau rendah diri ketika membandingkan diri sendiri dengan standar yang tidak realistis, berkontribusi pada kecemasan dan penurunan harga diri (Thursina Fazrian, 2023). Ketika algoritma media sosial mempersonalisasi umpan berita, mereka cenderung menampilkan konten yang memicu keterlibatan, sering kali dengan tema emosional atau negatif. Paparan berulang terhadap konten semacam ini, serta perbandingan sosial yang tidak sehat dan kecanduan penggunaan platform, dapat berdampak negatif pada kesehatan mental pengguna, menyebabkan peningkatan stres dan kecemasan.

Untuk mengatasi dampak negatif dari personalisasi konten media sosial terhadap kesehatan mental, beberapa langkah perlu diambil oleh pengguna, pengembang platform, dan pembuat kebijakan (Rifiyanti, 2020). Pengguna dapat mulai dengan menetapkan batasan waktu untuk penggunaan media sosial dan memilih konten yang positif serta membangun, sambil menerapkan teknik *mindfulness* untuk mengelola stres. Jika diperlukan, mereka juga harus mencari dukungan profesional (Acoba, 2024). Pengembang platform perlu meningkatkan transparansi tentang cara kerja algoritma, mengurangi penyebaran konten negatif, dan mengembangkan fitur yang mendukung kesehatan mental, seperti pengingat untuk istirahat. Selain itu, mereka harus berusaha menciptakan algoritma yang lebih etis dengan memperhatikan kualitas informasi. Pembuat kebijakan dapat berperan dengan membuat regulasi yang mendukung penggunaan algoritma yang sehat, meluncurkan kampanye edukasi tentang cara menggunakan media sosial dengan bijak, dan mendorong penelitian serta pemantauan dampak algoritma terhadap kesehatan mental. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan dampak negatif personalisasi konten dapat diminimalkan, sehingga pengguna dapat menikmati manfaat media sosial dengan lebih sehat.

c. Algoritma yang Etis

Algoritma yang etis mengacu pada desain dan penerapan algoritma yang mempertimbangkan dan mematuhi prinsip-prinsip moral dan tanggung jawab sosial. Ini melibatkan sejumlah aspek penting untuk memastikan bahwa algoritma beroperasi dengan cara yang adil, transparan, dan bertanggung jawab.

Algoritma yang etis harus memberikan pemahaman yang jelas tentang bagaimana keputusan diambil dan bagaimana data digunakan. Pengguna harus dapat mengetahui bagaimana algoritma mempengaruhi umpan berita mereka dan bagaimana informasi disaring (Munawar et al., 2023). Etika dalam ilmu komputer mencakup prinsip-prinsip penting yang harus diterapkan dalam pengembangan dan penggunaan teknologi komputer. Ini melibatkan perlindungan privasi dan data pengguna dengan memastikan data dikumpulkan dan digunakan secara aman dan sesuai regulasi. Selain itu, keamanan perangkat lunak harus diperhatikan untuk melindungi dari ancaman dan kerentanan. Etika juga menuntut pengembangan algoritma dan sistem yang adil, dengan mengurangi bias dan memastikan

perlakuan yang setara bagi semua pengguna. Transparansi dan akuntabilitas juga penting, agar pengguna memahami bagaimana keputusan diambil dan data digunakan.

Algoritma harus memastikan bahwa informasi yang disajikan akurat dan tidak menyesatkan. Ini penting untuk menghindari penyebaran berita palsu atau informasi yang salah yang dapat mempengaruhi persepsi publik dan keputusan pribadi (Nurohanisah et al., 2024). Berita palsu atau informasi yang salah adalah informasi yang disengaja disebar dengan tujuan menipu, menyesatkan, atau memanipulasi audiens. Deteksi berita palsu merupakan proses untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan informasi yang tidak akurat atau menyesatkan agar pengguna dapat membedakan antara berita yang benar dan yang salah.

d. Tantangan dan Peluang

Tantangan dalam mengelola algoritma media sosial melibatkan berbagai masalah kompleks yang memerlukan perhatian serius. Salah satu tantangan utama adalah transparansi, di mana seringkali algoritma yang digunakan untuk menyaring dan mempersonalisasi konten tidak dijelaskan dengan jelas kepada pengguna (Siti Masrichah, 2023). Pengguna sering kali tidak mengetahui bagaimana algoritma bekerja, kriteria apa yang digunakan untuk menentukan konten yang muncul di umpan berita mereka, dan bagaimana data pribadi mereka diproses. Ketidakjelasan ini dapat menyebabkan ketidakpercayaan dan kekhawatiran tentang bagaimana keputusan diambil dan bagaimana privasi mereka dilindungi.

Selain itu, akuntabilitas juga menjadi isu penting. Ketika algoritma menyebarkan konten yang salah, bias, atau berpotensi merugikan, sulit untuk menetapkan tanggung jawab secara jelas (Martin, 2019). Tanpa mekanisme akuntabilitas yang efektif, sulit untuk mengidentifikasi penyebab kesalahan atau bias dalam sistem dan melakukan perbaikan yang diperlukan. Hal ini juga mencakup tantangan dalam menilai dampak sosial dari algoritma, seperti polarisasi informasi atau penyebaran berita palsu, dan memastikan bahwa platform bertanggung jawab atas konsekuensi dari keputusan algoritmik mereka. Mengatasi tantangan ini memerlukan upaya kolaboratif dari pengembang platform, pembuat kebijakan, dan masyarakat untuk meningkatkan transparansi tentang bagaimana algoritma berfungsi dan memastikan bahwa ada mekanisme akuntabilitas yang jelas. Ini termasuk memberikan informasi yang lebih jelas kepada pengguna tentang bagaimana algoritma mempengaruhi konten yang mereka lihat dan menerapkan kebijakan yang memastikan bahwa platform bertanggung jawab terhadap dampak dari teknologi yang mereka gunakan.

Adapun peluang dalam hal ini adalah algoritma membantu menyajikan konten yang relevan dengan minat dan perilaku pengguna. Ini meningkatkan pengalaman pengguna dengan menampilkan posting, iklan, dan rekomendasi yang sesuai dengan preferensi mereka (Chandra, 2023). Algoritma dapat menganalisis data interaksi untuk menentukan waktu terbaik untuk memposting konten, serta jenis konten yang paling menarik bagi audiens. Ini membantu meningkatkan tingkat keterlibatan (engagement) dan visibilitas. Algoritma pencarian yang canggih memungkinkan pengguna menemukan konten yang mereka cari dengan lebih cepat dan akurat, berdasarkan relevansi dan popularitas.

Disamping itu, algoritma dapat menganalisis sentimen dari komentar dan ulasan untuk memahami persepsi publik terhadap merek, produk, atau isu tertentu (Amudharasan, 2023). Misalnya, jika sebuah merek meluncurkan produk baru, algoritma analisis sentimen dapat mengumpulkan semua komentar dan ulasan tentang produk tersebut dari berbagai platform media sosial. Dengan menganalisis data ini, algoritma dapat mengidentifikasi pola umum dalam opini publik—apakah mayoritas pengguna merasa puas (positif), tidak puas (negatif), atau netral terhadap produk tersebut. Selain itu, algoritma juga dapat mengungkapkan aspek spesifik yang sering dibicarakan, seperti kualitas produk, layanan pelanggan, atau harga. Hasil dari analisis ini sangat berguna bagi perusahaan dan pemangku kepentingan karena memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana produk atau merek diterima oleh konsumen. Dengan informasi ini, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait strategi pemasaran, perbaikan produk, atau pengembangan layanan pelanggan. Selain itu, analisis sentimen dapat membantu dalam mengidentifikasi tren atau potensi masalah sebelum menjadi krisis besar, memungkinkan perusahaan untuk merespons secara proaktif.

KESIMPULAN

Algoritma dalam media sosial memainkan peran krusial dalam mengoptimalkan pengalaman pengguna dan efektivitas bisnis. Dengan kemampuannya dalam personalisasi konten, algoritma dapat menyajikan materi yang relevan dengan minat dan perilaku pengguna, serta memaksimalkan engagement melalui analisis interaksi untuk menentukan waktu dan jenis konten yang paling efektif. Selain itu, algoritma membantu dalam peningkatan akurasi pencarian, memungkinkan pengguna menemukan konten yang mereka cari dengan lebih cepat dan tepat. Dalam hal keamanan dan kualitas, algoritma berperan dalam deteksi dan penghapusan konten berbahaya serta dalam analisis sentimen yang mendalam. Melalui analisis sentimen, algoritma dapat menilai emosi dalam komentar dan ulasan, memberikan wawasan berharga tentang persepsi publik terhadap merek, produk, atau isu tertentu. Informasi ini membantu perusahaan dalam mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki, merespons tren dan umpan balik secara proaktif, serta menyusun strategi pemasaran dan layanan pelanggan yang lebih efektif. Selain itu, algoritma meningkatkan targeting iklan dengan memanfaatkan data pengguna untuk mengarahkan iklan kepada audiens yang lebih relevan, sehingga meningkatkan efektivitas kampanye. Namun, penting untuk menjaga transparansi dan etika dalam penggunaan algoritma untuk menghindari masalah privasi dan penyalahgunaan data. Secara keseluruhan, algoritma tidak hanya memperbaiki pengalaman pengguna dan meningkatkan interaksi, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian tujuan bisnis di era digital yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Acoba, E. F. (2024). Social support and mental health: the mediating role of perceived stress. *Frontiers in Psychology, 15*(February), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1330720>
- Amudharasan, A. (2023). The Impact of Recommendation Algorithms: Analyzing the Influence of Data on Marketing Strategies in the Media Sector. *Open Journal of Business and Management, 11*(06), 3373–3384. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2023.116184>
- Bahram, M. (2023). Tantangan Hukum Dan Etika (Rekayasa Sosial Terhadap Kebebasan Berpendapat Di Dunia Digital). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah, 2*(12), 5092–5109. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i12.1895>
- Chandra, E. (2023). Kekuatan Algoritma Dalam Komunikasi Pemasaran Digital Aplikasi Tiktok. *Maha Widya Duta : Jurnal Penerangan Agama, Pariwisata Budaya, Dan Ilmu Komunikasi, 7*(2), 191–200. <https://doi.org/10.55115/duta.v7i2.3860>
- Eg, R., Demirkol Tønnesen, Ö., & Tennfjord, M. K. (2023). A scoping review of personalized user experiences on social media: The interplay between algorithms and human factors. *Computers in Human Behavior Reports, 9*(November 2022). <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100253>
- Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth, 25*(1), 79–93. <https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>
- Koç, B. (2023). the Role of User Interactions in Social Media on Recommendation Algorithms: Evaluation of Tiktok'S Personalization. *Doctoral Dissertation, July*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.34692.71040>
- Mahendra, G. S., Ohlyver, D. A., Umar, N., Judijanto, L., & ... (2024). *Tren Teknologi AI: Pengantar, Teori, dan Contoh Penerapan Artificial Intelligence di Berbagai Bidang* (Issue April). https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=qBsFEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA174&dq=transformasi+komunikasi+artificial+intelligence+kecerdasan+buatan+komunikasi+virtual+hci&ots=pP_5m-9EVY&sig=ti8WYwXMIW_CVZ-nROW9dBZ93v4
- Martin, K. (2019). Ethical Implications and Accountability of Algorithms. *Journal of Business Ethics, 160*(4), 835–850. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3921-3>
- Munawar, Z., Kom, M., Heryana, N., Kom, M., Riza, B. S., & ... (2023). *Etika Dalam Ilmu Komputer*. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=-jPYEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA37&dq=etika+dan+privasi+dalam+era+budaya+siber+tantangan+dan+solusi&ots=TFmRtBot1P&sig=NBs-I_VhctrHkzp_gSRPlcUvBSw
- Nurohanisah, S., Astuti, R., & Muhammad Basysyar, F. (2024). Deteksi Berita Palsu Menggunakan Algoritma Random Forest. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika), 8*(1), 422–428. <https://doi.org/10.36040/jati.v8i1.8418>

- Presuel, C., Sierra, M., Manuel, J., Monnet, J., & Chair, P. (2019). *Algorithms and the News: Social Media Platforms as News Publishers and Distributors* *Algoritmos y noticias: Redes sociales como editores y distribuidores de noticias*. 18(2), 261–285. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A13>
- Rachmad, Y. E., Indrayani, N., Harto, B., & at. all. (2024). *Digital Technology Management (Penggunaan Teknologi dalam Mengelola Manajemen yang Berdaya Saing)* (Issue June).
- Rahmawati, D. (2018). Risiko Polarisasi Algoritma Media Sosial: Kajian Terhadap Kerentanan Sosial dan Ketahanan Bangsa. *Jurnal Kajian Lemhanas RI*, 33(Maret), 37–49.
- Rifiyanti, H. (2020). Meningkatkan Kualitas Informasi dalam Bersosial Media Melalui Media Internet di Kampus IBI KOSGORO, Kota Jakarta. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 1(2), 255–270. <https://doi.org/10.55122/teratai.v1i2.144>
- Siti Masrichah. (2023). Ancaman Dan Peluang Artificial Intelligence (AI). *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 3(3), 83–101. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v3i3.1860>
- Thursina Fazrian. (2023). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Siswa Pada Salah Satu SMAN di Kota Bandung. *Jurnal Psikologi Dan Konseling West Science*, 1(01), 19–30. <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jpkws/article/view/180>
- Tri Andini, A., Pendidikan Matematika, P., & Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, F. (2024). Analisis Algoritma Pemrograman Dalam Media Sosial Terhadap Pola Konsumsi Konten. *Bahasa Dan Matematika*, 2(1), 286–296. <https://doi.org/10.61132/arjuna.v2i1.523>
- Wulandari, V., Rullyana, G., & Ardiansah, A. (2021). Pengaruh algoritma filter bubble dan echo chamber terhadap perilaku penggunaan internet. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 17(1), 98–111. <https://doi.org/10.22146/bip.v17i1.423>
- Zaky, I., Fatih, A., & Putera, R. A. (2024). *Jurnal Kajian Strategik Ketahanan Nasional Peran Algoritma Media Sosial dalam Penyebaran Propaganda Politik Digital Menjelang Pemilu Peran Algoritma Media Sosial Dalam Penyebaran Propaganda Politik Digital Menjelang Pemilu*. 7(1). <https://doi.org/10.7454/jkskn.v7i1.10090>