

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masifnya perkembangan teknologi membuat cara hidup masyarakat mengalami transformasi yang sangat signifikan di berbagai tatanan kehidupan, mulai dari tatanan sosial, ekonomi, politik, hingga budaya. Perubahan tatanan tersebut melahirkan realitas baru di mana masyarakat semakin terintegrasi dengan dunia digital. Salah satu bentuk nyata dari integrasi tersebut adalah maraknya penggunaan media sosial. Menukil data yang dipublikasi oleh *We Are Social* pada “Indonesia Digital Report 2025”, di Indonesia sendiri terdapat 72% pengguna media sosial dari total populasi atau lebih dari 207 juta orang menggunakan media sosial secara aktif.¹ Adapun media sosial yang paling sering digunakan dan digandrungi oleh masyarakat Indonesia adalah WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, serta Telegram.²

Gambar 1.1 Platform Media Sosial Terpopuler di Indonesia (n= 212 juta)



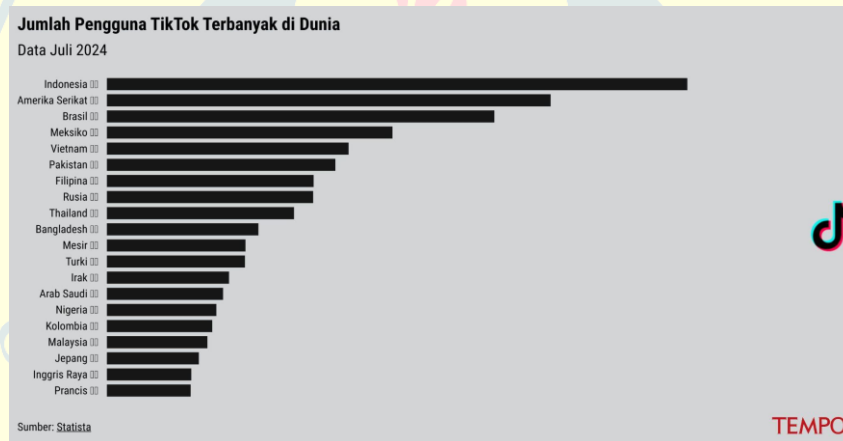
Sumber: *We Are Social* dalam *GoodStats*, 2024.

¹ We Are Social, “Media Social Use vs Total Population,” *GoodStats*, 2025, <https://goodstats.id/publication/media-social-use-vs-total-population-oWXdZ>. (Diakses 22 Agustus 2025).

² Pierre Rainer, “Inilah Media Sosial yang Paling Sering Dipakai di Indonesia,” *Goodstats*, 2024, <https://goodstats.id/article/inilah-media-sosial-paling-sering-dipakai-di-indonesia-Pdyt0>. (Diakses 1 Juli 2025).

Menariknya, meskipun TikTok hanya menempati posisi keempat sebagai platform yang paling banyak digunakan di Indonesia, dalam skala global, Indonesia berhasil menyabet posisi teratas sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia, yakni mencapai 157,6 juta pengguna. Jumlah ini mengungguli Amerika Serikat yang hanya memiliki 120,5 juta pengguna pada tahun 2024.³

Gambar 1.2 Data Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia Tahun 2024



Sumber: Statista dalam Tempo, 2024.

Bila ditilik lebih jauh, berdasarkan kelompok usia, mayoritas pengguna TikTok di Indonesia didominasi oleh kalangan muda. Data menunjukkan bahwa sekitar 76% pengguna platform ini berada pada rentang usia 18 hingga 34 tahun. Dari jumlah tersebut, kelompok usia 18–24 tahun menempati posisi terbanyak dengan kontribusi sekitar 40%, kemudian disusul kelompok usia 25–34 tahun yang mencapai 37%.⁴ Potret dari data tersebut menggambarkan bahwa TikTok telah menjadi ruang digital yang sangat erat kaitannya dengan gaya hidup anak muda Indonesia. Platform ini memberikan ruang bagi mereka untuk mengekspresikan diri, membangun identitas digital, sekaligus mengikuti arus tren global yang terus berkembang.

³ Faisal Javier, “Negara Dengan Pengguna TikTok Terbanyak,” *Tempo.co*, 2025, <https://www.tempo.co/data/data/negara-dengan-pengguna-tiktok-terbanyak-1197287>. (Diakses 22 Juli 2025).

⁴ Ginee, “Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Mengelegar!” *Ginee*, 2021, <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>. (Diakses 12 Juli 2025).

Gambar 1.3 Demografi Pengguna TikTok di Indonesia



Sumber: Ginee, 2021.

Akan tetapi, di balik fungsi TikTok sebagai ruang ekspresi anak muda tersebut, penggunaannya yang masif tidak hanya melahirkan tren budaya populer, tetapi juga memunculkan fenomena yang khas di kalangan penggunanya. Salah satu fenomena yang paling menonjol adalah “Racun TikTok”, yakni istilah populer di kalangan pengguna untuk menggambarkan konten-konten rekomendasi yang muncul di platform tersebut, baik berupa produk, makanan, tempat, maupun hal-hal lain, yang biasanya disajikan melalui pendekatan *storytelling* oleh *content creator*. Konten-konten ini menarasikan pengalaman pribadi kreator, baik setelah mencoba suatu produk, mengunjungi sebuah tempat, maupun menikmati makanan tertentu, sehingga terasa lebih natural dan dekat dengan keseharian audiens, serta tidak tampak seperti iklan konvensional. Karakteristik inilah yang membuat konten Racun TikTok terasa persuasif dan mudah diterima oleh penonton. Namun, meskipun kreator konten tampak sebagai penggerak utama di balik maraknya konten “Racun TikTok” melalui teknik *storytelling* yang mereka gunakan, sebenarnya terdapat mekanisme yang lebih mendasar dan terstruktur yang bekerja di balik fenomena ini, yaitu algoritma TikTok itu sendiri. Algoritma tersebut menentukan konten apa yang ditampilkan kepada pengguna, kapan konten itu muncul, serta seberapa sering konten serupa ditayangkan di halaman FYP pengguna. Akibatnya, tanpa disadari, pengguna terus-menerus terpapar konten yang berpotensi mengarahkan perhatian dan tindakan mereka ke arah

tertentu. Lebih dari itu, algoritma TikTok beroperasi dengan mengumpulkan dan mengolah data perilaku pengguna dalam skala besar. Setiap interaksi pengguna direkam sebagai data, mulai dari konten yang ditonton hingga selesai, konten yang dilewati, produk atau tautan yang diklik, hingga lamanya waktu yang dihabiskan di dalam platform.⁵ Data tersebut tidak hanya digunakan untuk menyesuaikan konten agar lebih relevan, tetapi juga dianalisis untuk memprediksi perilaku pengguna di masa depan. Prediksi tersebut tidak berhenti di tahap peramalan, tetapi juga dapat menjadi dasar bagi platform untuk merancang lingkungan digital pengguna sedemikian rupa sehingga tindakan tertentu terasa lebih mudah ditempuh dibandingkan tindakan lain. Melalui rancangan inilah data perilaku dimanfaatkan secara strategis untuk mengarahkan pengguna menuju tindakan yang menguntungkan platform secara komersial. Dengan demikian, TikTok berpotensi tidak hanya merespons preferensi pengguna, tetapi juga secara aktif membentuknya.⁶

Pembentukan preferensi pengguna tersebut tidak terjadi begitu saja, melainkan berlangsung melalui mekanisme algoritmik yang dirancang secara sistematis. Ketika seorang pengguna menonton konten Racun TikTok, misalnya ulasan produk, tempat makan, atau destinasi wisata, algoritma membaca tindakan tersebut sebagai sinyal preferensi. Berdasarkan sinyal tersebut, algoritma kemudian menampilkan konten sejenis secara berulang di *For You Page* pengguna, dan konten-konten tersebut tidak hanya berasal dari satu kreator saja, melainkan dari berbagai kreator yang berbeda, tetapi menawarkan rekomendasi yang serupa. Akibatnya, pengguna merasa bahwa rekomendasi tersebut memang layak untuk diikuti karena “banyak orang” yang memberikan kesaksian yang sama, padahal kemunculan konten-konten tersebut sejatinya diatur oleh algoritma. Inilah wujud nyata dari kekuasaan algoritmik yang

⁵ Zhao, Zhengwei. “Analysis on the ‘Douyin (Tiktok) Mania’ Phenomenon Based on Recommendation Algorithms.” *E3S Web of Conferences* 235 (2021): 03029, hlm. 4 dan 6. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202123503029>.

⁶ Shoshana Zuboff, “Surveillance Capitalism and the Challenge of Collective Action,” *New Labor Forum* 28, no. 1 (2019): 10–29, <https://doi.org/10.1177/1095796018819461>.

tidak bekerja melalui tekanan atau paksaan, melainkan melalui pengelolaan persepsi yang berlangsung secara halus dan terus-menerus.

Fenomena ini sebenarnya bukan sesuatu yang baru dalam kajian kritis terhadap platform digital. Apa yang telah diuraikan di atas, mengenai bagaimana platform mengumpulkan data perilaku, mengolahnya menjadi prediksi, lalu memanfaatkannya untuk mengarahkan tindakan pengguna, telah lebih dulu dikonseptualisasikan oleh Shoshana Zuboff melalui gagasan *instrumentarian power* dalam kerangka *surveillance capitalism* atau kapitalisme pengawasan.⁷ Yang membuat konsep ini penting adalah cara Zuboff menempatkannya sebagai bentuk kekuasaan yang baru. Berbeda dengan kekuasaan konvensional yang beroperasi melalui kekerasan, paksaan, maupun aturan hukum, *instrumentarian power* justru bekerja melalui pengaturan lingkungan digital yang membuat pengguna berperilaku sesuai kepentingan platform tanpa menyadari bahwa perilaku mereka sedang diarahkan. Kekuasaan ini tidak hadir sebagai larangan yang dapat ditolak atau ancaman yang dapat dilawan, melainkan sebagai kemudahan yang justru dinikmati pengguna. Dalam konteks TikTok, hal ini tampak dari tampilan FYP yang membuat pengguna terus menonton tanpa harus mencari, atau tombol pembelian yang tersemat langsung di dalam konten sehingga pengguna terdorong untuk bertransaksi tanpa berpindah aplikasi. Inilah yang membuat *instrumentarian power* sulit dikenali sebagai kekuasaan, sebab tidak pernah tampak sebagai paksaan.

Konten “Racun TikTok” merupakan salah satu contoh paling konkret dari cara kerja kekuasaan ini. Ketika seorang pengguna membuka TikTok dan menemukan konten Racun TikTok berulang kali di *For You Page*, lalu merasa bahwa konten tersebut memang sesuai dengan minatnya, dan akhirnya terdorong untuk mengikuti rekomendasi yang ditampilkan, pengguna merasa bahwa seluruh rangkaian tindakan tersebut adalah pilihannya sendiri. Padahal, jauh sebelum tindakan itu terjadi, perilakunya sudah terlebih dahulu diarahkan oleh mekanisme algoritmik yang merancang lingkungan digital di sekelilingnya, mulai dari konten apa yang

⁷ *Ibid.*

ditampilkan, seberapa sering konten serupa muncul, hingga seberapa mudah jalur tindakan tertentu disediakan oleh platform. Dari sinilah dapat terlihat bahwa fenomena Racun TikTok sesungguhnya bukan sekadar tren konsumsi di kalangan pengguna, melainkan cerminan dari cara kerja kekuasaan algoritmik yang mengarahkan perilaku pengguna melalui pengaturan lingkungan digital yang berlangsung secara halus, sistematis, dan sulit untuk disadari. Pengarahan perilaku yang berlangsung tanpa disadari inilah yang pada akhirnya berujung pada pembatasan ruang agensi pengguna. Agensi di sini dipahami sebagai kapasitas individu sebagai aktor sosial untuk bertindak, memilih, dan menentukan arah tindakannya sendiri, alih-alih sepenuhnya tunduk pada struktur atau sistem yang mengondisikannya.

Pembatasan agensi yang berlangsung pada level individu ini menyimpan konsekuensi yang lebih luas. Jika fenomena ini terus berlangsung tanpa kajian kritis yang memadai, implikasinya akan menyentuh persoalan yang lebih fundamental, yaitu melemahnya literasi digital generasi muda Indonesia. Ketergantungan yang semakin tinggi terhadap platform digital tanpa kapasitas untuk mengenali logika komersial yang bekerja di baliknya berpotensi membuat relasi antara pengguna dan platform menjadi semakin asimetris dari waktu ke waktu. Akibatnya, generasi muda berisiko tumbuh sebagai pengguna yang fasih mengoperasikan teknologi, tetapi tidak memiliki perangkat kritis untuk menegosiasikan posisinya dalam relasi tersebut. Dalam konteks inilah, kelompok yang paling intens berinteraksi dengan TikTok menjadi penting untuk dikaji secara lebih mendalam.

Mahasiswa, sebagai kelompok yang paling aktif menggunakan TikTok, menjadi pihak yang paling langsung merasakan dampak dari mekanisme ini. Mereka tidak sekadar terpapar konten, melainkan menjadi pengguna yang perilakunya secara terus-menerus diolah oleh sistem yang dirancang untuk kepentingan komersial platform. Dalam konteks itulah, Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum (FISH) Universitas Negeri Jakarta menjadi subjek yang relevan dan strategis untuk diteliti. Paling tidak, ada dua alasan yang mendasarinya. Pertama, Mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta adalah bagian dari generasi *digital native*, yaitu generasi

yang tumbuh dengan teknologi digital sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka, mulai dari komunikasi, hiburan, hingga konsumsi. Sebagai *digital native*, mereka juga termasuk dalam kelompok usia 18 hingga 24 tahun yang mendominasi pengguna TikTok di Indonesia.⁸ Kedua, mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta memiliki latar belakang pendidikan ilmu sosial dan hukum yang secara eksplisit melatih mereka untuk berpikir kritis terhadap berbagai fenomena sosial, karena itulah mereka menjadi subjek yang menarik untuk diteliti. Apabila mekanisme *instrumentarian power* terbukti tetap bekerja pada mereka yang sudah secara eksplisit dilatih untuk memiliki kesadaran analitis terhadap realitas sosial, maka hal tersebut memperlihatkan betapa halusnyanya kekuasaan algoritmik TikTok beroperasi, sekaligus menegaskan betapa mendesaknya kajian kritis terhadap fenomena ini untuk dilakukan.

Sayangnya, kajian yang secara kritis menelaah dimensi kekuasaan di balik algoritma TikTok masih sangat terbatas di Indonesia. Padahal, Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia⁹, sebuah fakta yang justru membuat kelangkaan kajian semacam ini semakin sulit untuk diabaikan. Sebagian besar penelitian yang ada baru sampai pada tahap mengukur pengaruh algoritma terhadap keputusan pembelian, atau mendeskripsikan bagaimana perilaku konsumtif pengguna terbentuk. Sementara itu, pertanyaan yang lebih substantif nyaris tidak pernah diajukan, yakni kekuasaan seperti apa yang sesungguhnya beroperasi di balik arsitektur algoritmik tersebut, dan pihak mana yang paling diuntungkan dari bekerjanya sistem ini. Pertanyaan semacam itu tidak dapat dijawab secara memadai hanya dengan pendekatan kuantitatif saja. Diperlukan kerangka teori yang secara eksplisit mampu mengurai relasi antara platform digital, data perilaku pengguna, dan kepentingan ekonomi-politik yang tersembunyi di baliknya. Kerangka itulah yang ditawarkan oleh teori *instrumentarian power* Shoshana Zuboff. Oleh karena itu, teori ini digunakan sebagai landasan analisis dalam penelitian ini.

⁸ Ginee, *Loc.Cit.*

⁹ Faisal Javier, *Loc.Cit.*

Tazkia (2025) dalam penelitiannya tentang perilaku *impulsive buying* Mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta pada platform TikTok mengungkap bahwa kecenderungan konsumtif mahasiswa banyak didorong oleh pengaruh *influencer* dan fitur TikTok Shop.¹⁰ Temuan ini memang memberikan gambaran yang komprehensif tentang pola perilaku individu dan pengaruh sosial di baliknya. Akan tetapi, penelitian tersebut belum menyentuh pertanyaan yang lebih mendasar, yaitu mekanisme kekuasaan algoritmik yang secara sistematis merancang kondisi di mana perilaku konsumtif itu terjadi. Lebih lanjut, Indriyanti *et al.* (2025) menemukan bahwa iklan di TikTok lebih efektif memicu pembelian impulsif dibandingkan komunitas media sosial lainnya.¹¹ Temuan ini memang memperkuat argumen bahwa TikTok memiliki daya dorong konsumsi yang lebih kuat dari platform lain. Akan tetapi, karena penelitian ini bertumpu pada kerangka S-O-R, pengguna hanya diposisikan sebagai pihak yang merespons stimulus, bukan sebagai subjek yang secara sistematis diarahkan oleh kekuasaan algoritmik. Akibatnya, pertanyaan yang justru paling krusial, yaitu siapa yang merancang stimulus itu dan untuk kepentingan apa, belum sempat dijawab. Kemudian, Putri dan Nurhayati (2024) membuktikan secara kuantitatif bahwa algoritma TikTok berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna TikTok Shop.¹² Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa kaitan antara algoritma dan perilaku konsumsi bukan sekadar dugaan, melainkan sesuatu yang dapat diukur secara empiris. Akan tetapi, angka-angka itu hanya mampu menjawab seberapa besar pengaruhnya, bukan mengapa dan bagaimana pengaruh itu bekerja. Pengalaman subjektif pengguna dan dimensi kekuasaan yang beroperasi di balik proses tersebut tidak terjangkau oleh pendekatan kuantitatif yang digunakan.

¹⁰ Hilmi Tazkia, “Perilaku *Impulsive Buying* di Platform TikTok pada Mahasiswa FISH UNJ” (Universitas Negeri Jakarta, 2025).

¹¹ Irma Satya Indriyanti *et al.*, “Buy Now, Think Later: TikTok and the Rise of Impulsive Consumption in Jakarta,” *International Journal of Economics, Business and Management Research* 9, no. 7 (2025).

¹² Ari Santi Putri and Siti Nurhayati, “Pengaruh Algoritma TikTok dan Konten Kreatif pada TikTok Shop terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi* 11, no. 1 (2024): 10–15, <https://doi.org/10.54131/jbma.v11i1.182>.

Maka dari itu, celah yang ditinggalkan oleh para peneliti terdahulu, sebagaimana telah dijabarkan di atas, menjadi titik tolak dari penelitian ini. Alih-alih mengukur seberapa besar pengaruh algoritma terhadap perilaku konsumsi, penelitian ini justru berusaha memahami kekuasaan yang bekerja di balik mekanisme tersebut, yakni bagaimana algoritma secara konkret mengarahkan perilaku mahasiswa FISH UNJ melalui rancangan lingkungan digital dalam fenomena “Racun TikTok”. Dari situlah penulis menuangkannya dalam skripsi bertajuk: “*Kendali Algoritma di Balik Konten ‘Racun TikTok’: Analisis Instrumentarian Power Shoshana Zuboff pada Mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta*”

1.2 Permasalahan Penelitian

Berangkat dari latar belakang yang telah diuraikan pada subbab 1.1, penelitian ini memusatkan perhatian pada kendali algoritma TikTok dalam fenomena “Racun TikTok” sebagai wujud nyata dari *instrumentarian power* yang beroperasi dalam kerangka *surveillance capitalism* yang dikembangkan oleh Shoshana Zuboff.¹³ Ada tiga hal utama yang ingin ditelaah dalam penelitian ini. Pertama, bagaimana mekanisme algoritmik TikTok bekerja melalui pembentukan *For You Page* (FYP), dalam mengasosiasikan konten “Racun TikTok” kepada mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta sebagai kelompok *digital native*. Kedua, bagaimana kesadaran mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta terhadap asimetri pengetahuan yang dihasilkan oleh sistem rekomendasi algoritma TikTok dalam konten Racun TikTok. Ketiga, bagaimana paparan tersebut pada akhirnya berimplikasi melalui mekanisme *economies of action*, yaitu *tuning*, *herding*, dan *conditioning*, sebagai manifestasi konkret dari *instrumentarian power* yang mengarahkan perilaku mahasiswa melalui rancangan lingkungan digital. Agar pembahasan tetap terarah pada aspek-aspek yang relevan, penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

¹³ Shoshana Zuboff (2020), *Op.Cit.* hlm 8.

1. Bagaimana pola kerja algoritma TikTok dalam mengasosiasikan konten “Racun TikTok” pada *For You Page* mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta?
2. Bagaimana kesadaran mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta terhadap asimetri pengetahuan yang dihasilkan oleh sistem rekomendasi algoritma TikTok dalam konten “Racun TikTok”?
3. Bagaimana implikasi *economies of action* melalui mekanisme *tuning*, *herding*, dan *conditioning* algoritma TikTok dalam konten “Racun TikTok” pada Mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan pola kerja algoritma TikTok dalam mengasosiasikan konten “Racun TikTok” pada *For You Page* mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta.
2. Mendeskripsikan kesadaran mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta terhadap asimetri pengetahuan yang dihasilkan oleh sistem rekomendasi algoritma TikTok dalam konten “Racun TikTok”.
3. Menganalisis implikasi *economies of action* melalui mekanisme *tuning*, *herding*, dan *conditioning* algoritma TikTok dalam konten “Racun TikTok” pada mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik dalam ranah akademik maupun praktis, yang akan diuraikan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Memberikan kontribusi pada kajian Sosiologi Digital, khususnya mengenai bagaimana algoritma media sosial berperan dalam mengarahkan perilaku pengguna melalui rancangan lingkungan digital yang beroperasi secara halus dan sistematis.
2. Memperkaya wacana kritis mengenai konsep *instrumentarian power* Shoshana Zuboff sebagai bentuk kekuasaan baru dalam masyarakat digital, serta bagaimana konsep tersebut bekerja dalam konteks pengguna *digital native* di Indonesia.
3. Menjadi rujukan untuk penelitian sosiologis lain terkait hubungan antara teknologi, kendali algoritmik, dan struktur kuasa di era digital, terutama pada kelompok *digital native*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Di samping kontribusi akademis, penelitian ini diharapkan memiliki sumbangsih pula secara praktis, khususnya bagi mahasiswa sebagai pengguna yang merupakan kelompok generasi *digital native*, pemerintah sebagai pemangku kebijakan, serta bagi para peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian lanjutan di masa mendatang.

1. Manfaat bagi Mahasiswa

Penelitian ini memberikan manfaat praktis bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta (FISH UNJ) dalam kehidupan sehari-hari mereka sebagai pengguna aktif TikTok. Pertama, mahasiswa diharapkan menjadi lebih sadar bahwa konten yang muncul di *For You Page* mereka bukanlah sesuatu yang netral atau kebetulan, melainkan hasil dari sistem yang secara aktif mengumpulkan dan mengolah data perilaku mereka. Kedua, dengan memahami cara kerja algoritma TikTok, mahasiswa dapat lebih selektif dalam mengonsumsi konten dan lebih bijak dalam mengambil

keputusan pembelian yang dipicu oleh konten Racun TikTok. Ketiga, penelitian ini dapat membantu mahasiswa mengenali kapan mereka sedang diarahkan oleh platform dan kapan mereka benar-benar membuat pilihan atas dasar kebutuhan sendiri, sehingga mereka dapat mempertahankan kendali atas keputusan konsumsi mereka di tengah lingkungan digital yang dirancang untuk menggiring perilaku pengguna.

2. Manfaat bagi Pemerintah sebagai Pemangku Kebijakan

Bagi pemerintah sebagai pemangku kebijakan, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan yang mengatur platform digital di Indonesia. Penelitian ini menyediakan bukti empiris tentang bagaimana mekanisme algoritmik platform digital secara konkret mengarahkan perilaku pengguna melalui rancangan lingkungan digital yang berlangsung secara halus dan sistematis. Bukti empiris tersebut dapat menjadi dasar argumentasi kebijakan, khususnya terkait dua hal. Pertama, perlunya mendorong kewajiban transparansi algoritmik bagi platform digital yang beroperasi di Indonesia. Kedua, perlunya regulasi yang melindungi pengguna dari potensi pengarahan perilaku yang dipicu oleh integrasi konten dan transaksi dalam satu platform seperti yang terjadi pada model *social commerce* TikTok Shop.

3. Manfaat bagi Peneliti di Masa Mendatang

Bagi peneliti di masa mendatang, penelitian ini dapat menjadi titik tolak bagi studi-studi selanjutnya yang ingin mengangkat tema serupa dengan metode, perspektif, atau wilayah kajian yang berbeda. Hasil kajian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan studi lanjutan, baik dengan memperluas cakupan analisis *instrumentarian power* dan *surveillance capitalism* secara lebih mendalam, melakukan pemetaan aktor-aktor yang terlibat dalam sistem tersebut, maupun memperluas subjek penelitian ke kelompok pengguna lain di luar mahasiswa FISIP UNJ. Hal ini akan memperkaya pemahaman tentang kendali algoritmik dalam perspektif *instrumentarian power*, khususnya terkait

dinamika perilaku pengguna platform digital pada generasi *digital native* di Indonesia.

1.5 Tinjauan Literatur Sejenis

Penelitian ini meninjau beberapa literatur sejenis yang berasal dari 1 buku, 12 artikel ilmiah internasional, 4 artikel ilmiah nasional. Hal ini dilakukan untuk mencegah plagiarisme penelitian dan meningkatkan pemahaman mengenai topik penelitian. Lebih lanjut, agar memudahkan dalam proses meninjau referensi acuan, penulis mengelompokkan literatur-literatur tersebut menjadi empat kategori, yakni: 1) algoritma sebagai kekuatan baru; 2) mekanisme kerja algoritma TikTok; 3) dampak algoritma TikTok; serta 4) pengaruh konten “Racun TikTok”, sebagaimana yang tertera dalam Gambar 1.4 di bawah ini.

Gambar 1.4 Peta Literatur



Sumber: Olahan Peneliti, 2025.

Intelligentia - Dignitas

Dalam beberapa literatur sejenis yang peneliti gunakan sebagai acuan, seperti garapan dari Zuboff (2019)¹⁴; Burrell & Fourcade (2021)¹⁵; Malmgren (2019)¹⁶; Andrew, *et al.* (2021)¹⁷; serta Vallas & Schor (2020)¹⁸, mereka menjelaskan bahwa algoritma dapat menjadi alat terselubung baru dalam distribusi kekuasaan yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang sosial, politik, dan ekonomi. Perusahaan berbasis platform digital memanfaatkan aktivitas digital yang dilakukan oleh pengguna platform sebagai komoditas bisnis, tanpa sepengetahuan atau persetujuan penuh dari penggunanya. Semakin banyak pengguna layanan mereka maka semakin besar pula jumlah data yang dikumpulkan oleh platform. Hal ini nantinya berkontribusi pada peningkatan profit dari platform tersebut. Perusahaan platform digital tidak hanya memosisikan pengguna semata-mata sebagai konsumen layanan mereka, melainkan juga sebagai produsen data. Data ini kemudian diproses guna meramalkan kecenderungan dan keputusan pengguna di masa depan, yang pada akhirnya memaksimalkan keuntungan perusahaan melalui pengaruh terhadap perilaku masyarakat. Data perilaku tersebut memiliki nilai jual yang sangat tinggi karena dibutuhkan oleh perusahaan pihak ketiga untuk riset pasar maupun untuk memasarkan produk mereka. Dengan kata lain, layanan platform seakan-akan memang diberikan secara gratis. Namun, sejatinya dibayar pengguna menggunakan data pribadi mereka. Lebih lanjut, perusahaan platform digital juga menerapkan berbagai strategi psikologis untuk meningkatkan ketergantungan pengguna terhadap aplikasi mereka, seperti teknik manipulasi yang diadaptasi dari industri perjudian.

¹⁴ Shoshana Zuboff, *Loc.Cit.*

¹⁵ Jenna Burrell and Marion Fourcade, "The Society of Algorithms," *Annual Review of Sociology* 47, no. 1 (2021): 213–37, <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-090820-020800>.

¹⁶ Evan Malmgren, "Resisting 'Big Other': What Will It Take to Defeat Surveillance Capitalism?" *Sage Publications* 28, no. 3 (2019): 42–50, <https://doi.org/10.1177/1095796019864097>.

¹⁷ Jane Andrew *et al.*, "Data Breaches in the Age of Surveillance Capitalism: Do Disclosures Have a New Role to Play?" *Critical Perspectives on Accounting* 90 (2023): 102396, <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2021.102396>.

¹⁸ Steven Vallas and Juliet B. Schor, "What Do Platforms Do? Understanding the Gig Economy," *Annual Review of Sociology* 46, no. 1 (2020): 273–94, <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-121919-054857>.

Penelitian yang dilakukan oleh Zhao (2021)¹⁹; Gabor (2023)²⁰; dan Andrew, *et al.* (2021)²¹ menyoroti lebih dalam mengenai cara TikTok menerapkan strategi agar pengguna betah berlama-lama menggunakan platform. Terdapat tiga strategi utama yang diterapkan oleh platform China tersebut. *Pertama*, TikTok sengaja mendesain antarmuka platform secara sederhana. Hal ini bertujuan agar pengguna hanya perlu menggulir layar mereka ke bawah (*scrolling*) untuk mengganti konten yang ingin mereka tonton. *Kedua*, algoritma TikTok tidak hanya menampilkan konten-konten yang disukai oleh pengguna saja, mereka juga menampilkan konten-konten baru yang mungkin menarik bagi pengguna, tetapi masih sesuai preferensi mereka sehingga pengguna terus penasaran dan menggulir untuk melihat lebih banyak konten. *Ketiga*, semakin sering pengguna menggunakan TikTok maka semakin banyak data dari aktivitas pengguna direkam oleh mereka. Data ini yang membuat algoritma TikTok memahami preferensi pengguna dengan baik. Hal inilah yang meningkatkan kemungkinan pengguna terus menonton tanpa sadar dan meningkatkan kecanduan. Adapun beberapa data pengguna yang digunakan untuk mengoptimalkan algoritma TikTok adalah konten-konten yang di-*share*, disukai, diikuti, waktu yang dihabiskan untuk menonton atau mengulang konten oleh pengguna. Semakin lama pengguna menonton atau mengulang konten, semakin besar kemungkinan algoritma akan menampilkan konten yang serupa di halaman “*For You Page*” mereka.

Intelligentia - Dignitas

¹⁹ Zhengwei Zhao, *Op.Cit.*, hlm. 1-9.

²⁰ Julianne Gabor, “The TikTok Algorithm Is Good, But Is It Too Good? Exploring the Responsibility of Artificial Intelligence Systems Reinforcing Harmful Ideas on Users,” *Catholic University Journal of Law and Technology* 32, no. 1 Fall 2023 (2023): 109–43.

²¹ Jane Andrew *et al.*, *Op.Cit.*, hlm. 2.

Menukil hasil penelitian yang dilakukan oleh Siyao Chen (2023)²²; Zuboff (2019)²³; Taylor & Chen (2024)²⁴; Felaco (2025)²⁵; dan Amarikwa (2023)²⁶, algoritma TikTok memiliki dampak sosial yang kompleks dan berlapis. Melalui sistem rekomendasi yang dipersonalisasi, algoritma tidak hanya mengatur distribusi konten, tetapi juga membentuk cara individu berinteraksi, memahami realitas sosial, dan memosisikan diri di dalam ruang digital. Siyao Chen²⁷ menunjukkan bahwa personalisasi algoritma berpotensi menciptakan *filter bubble* yang membatasi paparan pengguna terhadap perspektif yang beragam. Taylor & Chen²⁸ menemukan bahwa algoritma TikTok justru dapat memperlemah konektivitas sosial yang bermakna karena hubungan antar pengguna lebih banyak dibangun oleh kesamaan konten yang direkomendasikan sistem, bukan oleh kedekatan interpersonal yang otentik. Amarikwa²⁹ menambahkan dimensi lain dengan menunjukkan bahwa dampak algoritma tidak bersifat netral, di mana kelompok tertentu seperti orang kulit berwarna mengalami dampak yang lebih merugikan akibat bias yang tertanam dalam sistem algoritmik. Sementara itu, Felaco³⁰ menemukan bahwa meskipun pengguna memiliki kesadaran tertentu tentang keberadaan algoritma, kesadaran tersebut belum tentu

²² Siyao Chen, "How Social Media Can Solve the Problem of 'Filter Bubbles' Under the New Media Algorithm Recommendation Mechanism the Example of Tik Tok," in *Proceedings of the 2023 2nd International Conference on Social Sciences and Humanities and Arts (SSHA 2023)*, ed. Mohd Fauzi Bin Sedon *et al.*, vol. 752, Advances in Social Science, Education and Humanities Research (Atlantis Press SARL, 2023), https://doi.org/10.2991/978-2-38476-062-6_165.

²³ Shoshana Zuboff, *Loc.Cit.*

²⁴ Samuel Hardman Taylor dan Y Anthony Chen, "The Lonely Algorithm Problem: The Relationship Between Algorithmic Personalization and Social Connectedness on TikTok," *Journal of Computer-Mediated Communication* 29, no. 5 (2024). <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmae017>.

²⁵ Felaco, Cristiano. Making Sense of Algorithm: Exploring TikTok Users' Awareness of Content Recommendation and Moderation Algorithms. *International Journal of Communication*. Vol. 19 (2025): 1081–102. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/23508>.

²⁶ Melany Amarikwa, "Social Media Platforms' Reckoning: The Harmful Impact of TikTok's Algorithm on People of Color," *SSRN Electronic Journal*, advance online publication, 2023, <https://doi.org/10.2139/ssrn.4349202>.

²⁷ Chen, *Loc.Cit.*

²⁸ Taylor & Chen, *Loc.Cit.*

²⁹ Amarikwa, *Loc.Cit.*

³⁰ Felaco, *Loc.Cit.*

disertai pemahaman kritis tentang cara kerjanya. Dalam kerangka Zuboff³¹, seluruh dampak sosial tersebut tidak dapat dilepaskan dari logika *instrumentarian power* yang melatarbelakanginya, di mana algoritma bukan sekadar alat distribusi konten, melainkan instrumen kekuasaan yang secara sistematis membentuk perilaku dan membatasi ruang agensi pengguna tanpa mereka sadari. Inilah yang menjadi titik tolak penelitian ini.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Gratia, *et al.* (2022)³²; Hidayah, *et al.* (2023)³³; Kurniawan, *et al.* (2023)³⁴; dan Hidayat, *et al.* (2025)³⁵, menjelaskan bahwa “Racun TikTok” memiliki dampak dalam kehidupan masyarakat, khususnya pada mahasiswa. Racun TikTok merujuk pada konten rekomendasi yang dikemas secara menarik, singkat, dan persuasif sehingga mampu memengaruhi penonton untuk melakukan pembelian. Paparan konten semacam ini secara terus-menerus membuat pengguna terdorong untuk membeli barang bukan lagi berdasarkan kebutuhan, melainkan karena rasa tertarik, penasaran, dan keinginan mengikuti tren yang sedang viral. Akibatnya, muncul perilaku konsumtif yang ditandai dengan pembelian impulsif, pengeluaran yang berlebihan, serta menurunnya kemampuan individu dalam mengontrol keinginan berbelanja. Selain berdampak pada aspek ekonomi pribadi, Racun TikTok juga berpengaruh terhadap perubahan pola pikir dan gaya hidup. Konsumsi tidak lagi dipandang sebagai pemenuhan kebutuhan, tetapi sebagai bagian dari identitas sosial dan gaya hidup modern. Individu cenderung merasa perlu memiliki

³¹ Shoshana Zuboff (2020), *Loc. Cit.*

³² Gabriela Prima Gratia, *et al.*, “Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19,” *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi* 2, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.24002/konstelasi>.

³³ Isti Nurul Hidayah, *et al.*, “The Influence of the TikTok Poison Phenomenon as a Glow Up Trend on Interest in Buying Beauty Products,” *APLIKATIF: Journal of Research Trends in Social Sciences and Humanities* 2, no. 1 (2023): 1–7, <https://doi.org/10.59110/aplikatif.v2i1.119>.

³⁴ Yopie Diondy Kurniawan, *et al.*, “TikTok Poison Against the Consumerist Culture of Madiun City People in The Era of Digital Disruption,” *SEHATI: Socio-Economic and Humanistic Aspects for Township and Industry* 1, no. 2 (2023): 145–51. <https://doi.org/10.59535/sehati.v1i1.116>.

³⁵ Rizki Misbah Hidayat *et al.*, “Dampak Paparan Konten Negatif di TikTok dan Instagram terhadap Kesehatan Mental Siswa: Kajian Literatur,” *RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan* 3, no. 3 (2025): 136–43, <https://doi.org/10.62383/risoma.v3i3.769>.

barang yang sama dengan yang ditampilkan oleh kreator TikTok agar tidak dianggap ketinggalan tren. Hal ini memperkuat budaya konsumerisme, di mana nilai guna suatu barang menjadi kurang penting dibandingkan nilai simbolik dan citra yang ditampilkan. Penelitian juga menunjukkan bahwa faktor visual yang menarik, frekuensi kemunculan konten, serta keterlibatan emosional antara kreator dan penonton membuat pesan promosi dalam Racun TikTok terasa lebih meyakinkan dan mudah diterima. Di sisi lain, Racun TikTok turut dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran yang efektif oleh pelaku usaha dan *brand*. Konten yang dibuat terasa lebih natural dan tidak kaku seperti iklan konvensional, mampu membangun kepercayaan konsumen. Namun, efektivitas ini juga membawa dampak negatif ketika konsumen tidak memiliki literasi digital dan kontrol diri yang baik. Konsumen menjadi lebih mudah terpengaruh oleh opini kreator, bahkan tanpa mempertimbangkan kualitas, kebutuhan, maupun kondisi finansial.

1.6 Kerangka Konseptual

Pada bagian ini, peneliti menjelaskan dua konsep utama yang digunakan sebagai acuan berpikir (*warrant*) dalam penelitian, yaitu *Instrumentarian Power* dan algoritma TikTok beserta konten Racun TikTok. Kedua konsep tersebut saling berkaitan satu sama lain dan digunakan sebagai pisau analisis utama untuk mengkaji fenomena yang diteliti. Konsep *Instrumentarian Power* tidak dapat dipahami tanpa memahami konteks ekonomi tempat kekuasaan tersebut beroperasi, yaitu *Surveillance Capitalism*. Oleh sebab itu, *Surveillance Capitalism* tetap diuraikan dalam penelitian ini, bukan sebagai pisau analisis yang berdiri sendiri, melainkan sebagai bagian dari penjelasan *Instrumentarian Power* untuk memberikan pemahaman yang utuh tentang mengapa dan bagaimana kekuasaan algoritmik tersebut bekerja. Dengan kata lain, *Surveillance Capitalism* berfungsi sebagai konteks ekonomi yang menghidupi dan mendasari *Instrumentarian Power*, sehingga pembahasannya diintegrasikan ke dalam kerangka *Instrumentarian Power*, bukan dipisahkan sebagai konsep tersendiri.

1.6.1 *Instrumentarian Power* sebuah Kekuatan Baru dalam Dunia Modern

Pesatnya perkembangan teknologi digital tidak hanya mengubah cara manusia berkomunikasi dan mengakses informasi, tetapi juga melahirkan sistem ekonomi yang baru. Sistem ekonomi baru inilah yang oleh Shoshana Zuboff disebut sebagai *surveillance capitalism*. Berbeda dengan sistem ekonomi konvensional yang memperdagangkan barang dan jasa, *surveillance capitalism* menjadikan data perilaku pengguna sebagai komoditas utama yang diperjualbelikan di dalam pasar. Jika kapitalisme industri bertumpu pada penguasaan alat-alat produksi seperti pabrik, lahan, dan mesin, maka *surveillance capitalism* bergerak di atas logika yang berbeda. Yang diekstraksi bukan lagi sumber daya fisik, melainkan aktivitas, kebiasaan, dan pengalaman manusia dalam kehidupan sehari-hari. Setiap klik, pencarian, lokasi, dan interaksi pengguna dicatat, diolah, kemudian dijual sebagai komoditas di dalam pasar.³⁶ Singkatnya, kehidupan sehari-hari manusia menjadi sumber eksploitasi utama dalam sistem ekonomi ini.

Cara kerja sistem ini dimulai dari aktivitas pengguna di platform digital. Setiap kali pengguna menggunakan platform digital, aktivitas yang dilakukan pengguna tersebut meninggalkan jejak data yang sangat kaya. Sebagian kecil data tersebut digunakan untuk memperbaiki kualitas layanan platform. Namun, sebagian besar lainnya disimpan dan dimanfaatkan oleh platform untuk kepentingan komersial mereka. Kelebihan data inilah yang oleh Zuboff disebut sebagai *behavioral surplus*. Semakin banyak seseorang beraktivitas di platform digital, semakin besar pula nilai ekonomis yang dihasilkan, tanpa pengguna menyadarinya.³⁷ Kemudian, *behavioral surplus* tersebut diolah menggunakan kecerdasan buatan (*machine intelligence*) menjadi *prediction products*, yaitu produk prediksi yang mampu memperkirakan apa yang akan dilakukan, dibeli, atau diputuskan oleh pengguna di masa depan. Produk prediksi ini tidak dijual kepada pengguna, melainkan kepada pihak lain melalui

³⁶ Shoshana Zuboff (2020), *Op.Cit.* hlm. 8.

³⁷ Shoshana Zuboff (2020), *Op.Cit.* hlm. 63-64.

mekanisme pasar yang oleh Zuboff disebut *behavioral futures markets*, yakni pasar yang secara khusus memperjualbelikan *prediction products* manusia. Dengan demikian, sistem ini mengambil data pengguna tanpa kompensasi, mengolahnya menjadi prediksi, lalu menjual prediksi tersebut kepada pihak lain. Seluruh proses ini berlangsung tanpa sepengetahuan pengguna.³⁸ Pengguna bukan pembeli dalam sistem ini, melainkan sumber daya yang dieksploitasi untuk menghasilkan keuntungan bagi platform.

Persaingan yang kian sengit di *behavioral futures market* membuat platform-platform digital menyadari bahwa mengarahkan perilaku pengguna jauh lebih menguntungkan daripada sekadar menjual *prediction products*. Dari sinilah terjadi pergeseran yang sangat signifikan, di mana sistem yang pada awalnya dirancang hanya untuk menganalisis dan merekam pola perilaku pengguna berkembang menjadi sistem yang secara aktif berupaya membentuk dan mengendalikannya. Inilah yang melahirkan apa yang Zuboff sebut sebagai *means of behavioral modification*, sebuah mekanisme berbasis teknologi yang secara sistematis mendorong dan membentuk perilaku manusia dalam skala besar. Di titik ini *surveillance capitalism* tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sistem ekonomi saja, melainkan melahirkan sistem kekuasaan yang oleh Zuboff dinamai *instrumentarian power*.³⁹

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, *Instrumentarian Power* merupakan mekanisme kuasa baru yang lahir dari sistem ekonomi *Surveillance Capitalism* di tengah kehidupan masyarakat modern. Berbeda dengan mekanisme totalitarianisme yang menanamkan dominasi kekuasaannya melalui kekerasan fisik, hukum represif, atau larangan tersurat⁴⁰, *instrumentarian power* menanamkan dominasi kekuasaannya secara halus dan otomatis melalui infrastruktur digital, yang disebut sebagai *big other* oleh Zuboff.⁴¹ Karena beroperasi di dalam sistem digital yang

³⁸ Shoshana Zuboff (2020), *Op.Cit.* hlm. 9-10.

³⁹ Shoshana Zuboff (2020), *Op.Cit.* hlm. 8 dan 200-201.

⁴⁰ Shoshana Zuboff (2020), *Op.Cit.* hlm 223–236.

⁴¹ Shoshana Zuboff (2020), *Op.Cit.* hlm 237–239.

sudah menjadi bagian dari keseharian hidup manusia modern, mekanisme kuasa ini kerap kali tidak disadari oleh orang yang tengah dikuasainya, yakni pengguna.⁴²

Zuboff mengidentifikasi dua kerangka operasional yang menjadi fondasi dari *instrumentarian power*. Pertama, *means of behavioral modification*, yaitu serangkaian mekanisme yang digunakan untuk membentuk tindakan manusia.⁴³ Kedua, *economies of action*, yaitu strategi konkret yang digunakan untuk mengintervensi tindakan manusia secara langsung. *Means of behavioral modification* bekerja dalam dua tahap. Pada tahap pertama, sistem mengumpulkan data perilaku pengguna secara masif dan terperinci dari seluruh aktivitas digital maupun fisik mereka sehari-hari. Pada tahap kedua, data tersebut digunakan untuk memengaruhi dan mengarahkan tindakan pengguna. Inilah yang membedakan dari sistem pengumpulan data biasa, karena tujuannya bukan sekadar memahami perilaku manusia, tetapi untuk secara aktif mengarahkan perilaku pengguna menuju hasil yang menguntungkan platform secara komersial.

Di sinilah *economies of action* mengambil peran paling sentral. Berbeda dari tahap sebelumnya yang hanya berupaya memprediksi perilaku pengguna, *economies of action* melangkah lebih jauh dengan secara aktif mengintervensi situasi agar perilaku pengguna benar-benar mengarah pada tujuan yang telah ditetapkan oleh platform. Dengan kata lain, sistem tidak lagi berhenti pada pertanyaan tentang apa yang akan dilakukan pengguna, tetapi bergerak untuk memastikan bahwa tindakan tersebut terjadi sesuai dengan kepentingan platform. Zuboff menjelaskan bahwa *economies of action* beroperasi melalui tiga pendekatan, yaitu *tuning*, *herding*, dan *conditioning*. Pendekatan pertama adalah *tuning*. *Tuning* adalah intervensi halus yang dilakukan platform untuk membentuk preferensi dan kebiasaan pengguna secara sugestif, tanpa membatasi pilihan yang tersedia bagi mereka. Platform melakukan *tuning* dengan cara mendorong pengguna ke arah tertentu melalui stimulus-stimulus kecil yang

⁴² Shoshana Zuboff (2020), *Op.Cit.* hlm 8.

⁴³ Shoshana Zuboff (2020), *Op.Cit.* hlm 293-294.

disesuaikan dengan pola perilaku masing-masing pengguna, seperti notifikasi yang dikirim ketika pengguna sedang tidak membuka platform, rekomendasi konten yang sesuai dengan ketertarikan, atau pengaturan *default* tertentu yang menguntungkan platform.⁴⁴ Dalam *tuning*, pengguna tetap memiliki seluruh pilihan yang ada, tetapi dorongan-dorongan halus tersebut membuat satu pilihan terasa lebih menarik daripada pilihan lain. Pengguna tidak merasa diarahkan karena intervensi ini bekerja pada level sugesti, bukan pembatasan. Yang mereka rasakan hanyalah bahwa platform tersebut terasa cocok dan relevan dengan kebutuhan mereka, padahal rasa cocok dan relevan itu memang sengaja direkayasa oleh sistem sejak awal.⁴⁵

Pendekatan kedua adalah *herding*. Jika *tuning* bekerja pada level sugesti dengan tetap mempertahankan semua pilihan bagi pengguna, *herding* bekerja pada level struktural dengan mengurangi pilihan yang tersedia di lingkungan digital pengguna. Setelah pengguna merasa nyaman berada di platform melalui *tuning*, sistem bergerak ke tahap berikutnya dengan mulai mempersempit ruang pilihan mereka agar perilaku pengguna mengarah ke tujuan yang dikehendaki platform. Pembatasan ini tidak terasa seperti paksaan karena tidak ada larangan yang disampaikan secara langsung. Yang dilakukan sistem adalah membentuk lingkungan digital sedemikian rupa sehingga pilihan-pilihan alternatif menjadi sulit dijangkau, tidak terlihat, atau tidak praktis untuk ditempuh, sementara pilihan yang diinginkan platform dibuat paling mudah diambil. Hasilnya, pengguna memang masih bisa memilih, tetapi ruang pilihannya sudah dipersempit terlebih dahulu, sehingga keputusan yang mereka ambil cenderung sesuai dengan arah yang sudah dirancang platform.⁴⁶

Pendekatan ketiga adalah *conditioning*. *Conditioning* merupakan intervensi yang dilakukan oleh platform dengan melatih pengguna agar secara otomatis berperilaku sesuai keinginan mereka, sehingga platform tidak perlu mengarahkan tindakan pengguna secara aktif. Pada tahap inilah perilaku yang sebelumnya dibentuk

⁴⁴ Shoshana Zuboff (2020), *Op.Cit.* hlm 294-295.

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ Shoshana Zuboff (2020), *Op.Cit.* hlm 295-296.

melalui *herding* akhirnya menjadi kebiasaan yang pengguna jalankan sendiri. Proses internalisasi pada tahap *conditioning* bekerja melalui siklus *reward* dan *punishment* yang diulang secara konsisten. Ketika pengguna berperilaku sesuai keinginan platform, sistem memberikan *reward* berupa pengalaman yang menyenangkan, seperti konten yang terasa relevan, rekomendasi yang tepat, atau akses yang mudah ke fitur tertentu. Sebaliknya, ketika pengguna berperilaku di luar jalur yang diinginkan platform, sistem merespons dengan memberikan *punishment*, yakni memberikan pengalaman yang membuat pengguna merasa tidak nyaman, seperti konten yang muncul terasa tidak relevan, notifikasi menjadi lebih sering dan mengganggu, atau antarmuka terasa lebih lambat dan sulit digunakan. Siklus ini terus berulang hingga pengguna mulai mengasosiasikan perilaku tertentu dengan pengalaman yang menyenangkan dan perilaku lain dengan pengalaman yang tidak nyaman. Lama-kelamaan, perilaku yang diinginkan platform tertanam sebagai kebiasaan. Pada titik inilah *conditioning* mencapai tujuannya, yakni pengguna berperilaku sesuai kepentingan platform bukan karena dipaksa dari luar, melainkan karena mereka sendiri telah terbiasa melakukannya.⁴⁷

Zuboff menekankan bahwa ketiga pendekatan *economies of action*, yakni *tuning*, *herding*, dan *conditioning*, dirancang untuk bekerja secara halus dan tidak kasat mata, oleh karena itu pengguna tetap merasa bahwa setiap keputusan yang mereka ambil datang dari diri mereka sendiri dan bahwa kebebasan mereka untuk memilih masih sepenuhnya utuh.⁴⁸ Padahal, jauh sebelum keputusan itu sempat terpikirkan, perilaku mereka sudah lebih dulu dibentuk oleh sistem yang sejak awal dirancang untuk kepentingan komersial platform. Inilah yang secara mendasar membedakan *instrumentarian power* dari mekanisme kuasa konvensional. Kekuasaan konvensional beroperasi secara transparan, terdapat aturan yang dapat dibaca, larangan yang dapat ditolak, dan paksaan yang dapat dilawan. Sebaliknya, *instrumentarian power*

⁴⁷ Shoshana Zuboff (2020), *Op.Cit.* hlm 296-297.

⁴⁸ Shoshana Zuboff (2020), *Op.Cit.* hlm 190.

beroperasi secara tersembunyi, jauh di bawah ambang kesadaran subjek yang dikendalikannya. Tidak ada yang dapat ditolak karena tidak ada yang tampak sebagai ancaman. Tidak ada yang dapat dilawan karena tidak ada yang teridentifikasi sebagai sumber kekuasaan. Di sinilah letak bahaya terbesar *instrumentarian power* menurut Zuboff. Kekuasaan yang tidak pernah dikenali sebagai kekuasaan adalah kekuasaan yang paling sulit untuk ditantang dan dihentikan, sebab perlawanan terhadapnya mensyaratkan kesadaran akan keberadaannya, sementara sistem ini justru dirancang untuk menghindari kesadaran tersebut.⁴⁹

1.6.2 Algoritma TikTok dan Konten “Racun TikTok”

TikTok merupakan platform berbasis *short form video* (video berdurasi pendek) yang tengah digandrungi oleh masyarakat dalam beberapa tahun ke belakang. TikTok dirancang agar pengguna dapat membagikan, mengedit, serta menikmati konten dalam satu aplikasi saja. Salah satu keunggulan dari platform TikTok, yakni kemampuannya untuk mengkurasi konten yang muncul pada akun pengguna sesuai dengan preferensi mereka. Kemampuan mengkurasi dan menyesuaikan konten sesuai minat dari masing-masing pengguna dapat terjadi akibat adanya algoritma. Secara konseptual, algoritma TikTok adalah sistem otomatis yang berfungsi sebagai mekanisme pengasosiasian dan pendistribusi konten. Sistem ini menentukan konten mana yang akan ditampilkan kepada pengguna, khususnya melalui halaman beranda atau *For You Page* (FYP). Prinsip utama dari algoritma TikTok adalah personalisasi, yaitu algoritma mempelajari pola interaksi setiap pengguna, seperti jenis konten yang ditonton, durasi menonton, konten yang ditonton ulang, hingga konten yang dilewati, untuk memprediksi dan menyajikan konten yang dianggap paling relevan bagi mereka. Akibatnya, setiap pengguna mendapatkan pengalaman yang berbeda meskipun menggunakan platform

⁴⁹ Shoshana Zuboff (2020), *Op.Cit.* hlm 196.

yang sama.⁵⁰ Tujuan utama dari sistem ini adalah mempertahankan dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Semakin lama pengguna berinteraksi dengan platform, semakin banyak data perilaku yang dikumpulkan, dan semakin akurat pula algoritma dalam menyajikan konten di halaman *For You Page* (FYP). Yang perlu dicermati adalah bahwa pengumpulan data ini tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan relevansi konten, tetapi juga digunakan untuk memprediksi dan mengarahkan perilaku pengguna ke arah yang menguntungkan platform. Dalam kerangka Zuboff, inilah yang menjadikan algoritma TikTok bukan sekadar alat rekomendasi konten, melainkan instrumen *instrumentarian power* yang secara aktif membentuk perilaku pengguna melalui *tuning*, *herding*, dan *conditioning* secara bersamaan.

Salah satu manifestasi paling nyata dari cara kerja algoritma TikTok adalah kemunculan jenis konten yang dikenal dengan istilah “Racun TikTok”. Secara leksikal, kata “racun” merujuk pada zat berbahaya yang dapat mengganggu kesehatan atau bahkan merenggut nyawa.⁵¹ Namun dalam budaya digital, istilah ini mengalami pergeseran makna yang cukup signifikan, dari sesuatu yang mengancam menjadi sesuatu yang memikat dan sulit ditolak. “Racun TikTok” merujuk pada konten rekomendasi yang dikemas secara menarik dan terasa personal, baik berupa produk, makanan, tempat, maupun hal-hal lain, hingga mendorong pengguna untuk membeli, mengunjungi, atau mencoba sesuatu yang sering kali tidak direncanakan sebelumnya.⁵² Sementara itu, istilah “keracunan” digunakan secara metaforis untuk menggambarkan kondisi ketika seseorang merasa terdorong kuat untuk membeli sesuatu setelah terpapar konten tersebut. Dalam konteks ini, “Racun TikTok” dapat dipahami sebagai produk langsung dari *economies of attention* yang dijalankan algoritma TikTok. Konten yang terasa personal dan relevan adalah hasil *tuning*, sempitnya jenis konten yang terus-

⁵⁰ Brandon Carkner, “The Rhythm of The Algorithm: Behavioural Influences and TikTok Users,” *Emerging Library & Information Perspectives* 6, no. 1 (2024): 7–23, <https://doi.org/10.5206/elip.v6i1.16753>.

⁵¹ KBBI Daring Kemendikdasmen. Entri “Racun”, 2016, <https://kbbi.kemendikdasmen.go.id/entri/racun>. (Diakses 03 November 2025).

⁵² Gabriela Prima Gratia, *et al.*, *Loc. Cit.*

menerus muncul adalah hasil *herding*, dan dorongan untuk membeli yang terasa datang dari diri sendiri adalah hasil *conditioning* yang telah berlangsung secara bertahap dan hampir tak terasa. Pengguna tidak sepenuhnya kehilangan kendali, tetapi preferensi dan keputusan mereka telah dibentuk sedemikian rupa sehingga pilihan yang mereka buat terasa sepenuhnya otonom, padahal sudah diarahkan sebelumnya oleh sistem.

1.7 Hubungan Antar Konsep

Surveillance Capitalism merupakan sistem ekonomi baru yang memperjualbelikan data perilaku maupun pengalaman manusia di dalam pasar, bukan lagi memperjualbelikan barang atau jasa. Dalam sistem ini, aktivitas pengguna di ruang digital tidak hanya dimanfaatkan untuk menyediakan layanan, tetapi juga diekstraksi secara masif menjadi *behavioral data* yang mencakup berbagai jejak digital seperti pola menonton, durasi interaksi, respons emosional, serta preferensi konten. Sebagian kecil dari *behavioral data* tersebut memang digunakan untuk memperbaiki kualitas layanan yang diterima pengguna. Namun, sebagian besarnya tidak dikembalikan kepada pengguna, melainkan disimpan dan dimanfaatkan lebih jauh sebagai *behavioral surplus*, yaitu kelebihan data yang melampaui kebutuhan layanan dan dimanfaatkan sepenuhnya untuk kepentingan platform. *Behavioral surplus* tersebut diolah menggunakan kecerdasan buatan berbasis algoritma untuk menghasilkan *prediction products*, yaitu data prediksi perilaku yang sangat spesifik dan personal tentang pengguna. *Prediction products* inilah yang kemudian diperdagangkan dalam *behavioral futures markets* atau tempat di mana data perilaku tersebut diperjualbelikan. Kehadiran *surveillance capitalism* tidak hanya menandai munculnya sistem ekonomi baru, tetapi juga melahirkan bentuk kuasa yang mampu mengarahkan dan mengendalikan tindakan manusia melalui infrastruktur digital, yakni *instrumentarian power*.

Instrumentarian power merupakan bentuk kuasa yang bekerja secara halus, bukan lewat paksaan fisik ataupun tekanan ideologi, melainkan lewat modifikasi dan pengarahan perilaku yang hampir tidak terasa oleh penggunanya sendiri menggunakan

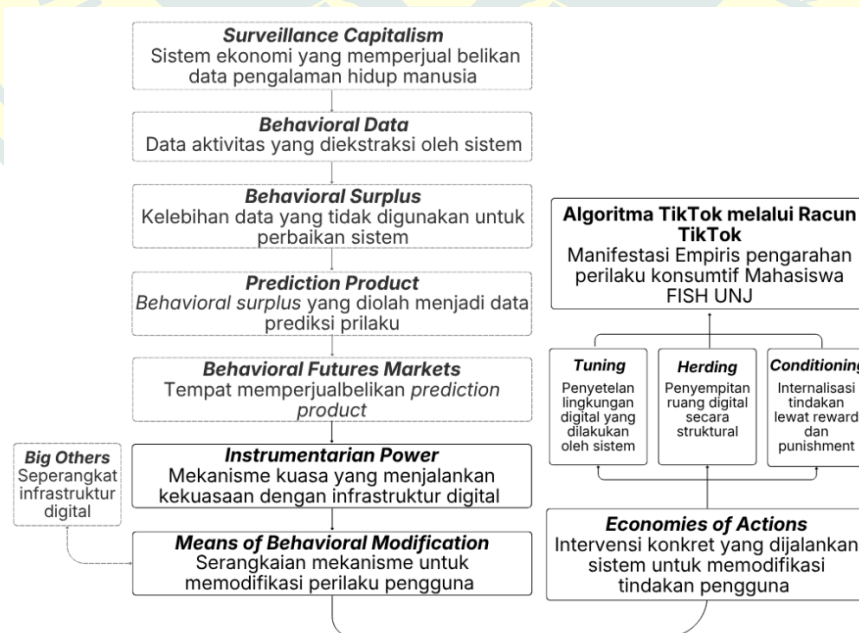
infrastruktur digital. Mekanisme kuasa ini beroperasi melalui *means of behavioral modification*, yaitu mekanisme pengumpulan data dan intervensi tindakan pengguna. Keduanya berjalan bersamaan dan saling menopang sebagai satu kesatuan yang tidak terpisahkan. *Means of behavioral modification* dijalankan melalui *economies of action* atau langkah intervensi konkret yang dilakukan sistem untuk memodifikasi tindakan pengguna. Pada fase ini, algoritma tidak hanya memprediksi perilaku pengguna, tetapi mulai aktif membentuk dan mempersempit pilihan yang tersedia agar perilaku pengguna sesuai dengan kepentingan platform. Untuk melakukannya, *economies of action* bekerja melalui tiga bentuk intervensi. Pertama, *tuning*, yakni intervensi halus yang dilakukan sistem untuk menyesuaikan lingkungan digital pengguna secara sugestif, dengan tujuan agar pengguna merasa nyaman dan betah berlama-lama di dalam platform. Dalam *tuning*, pilihan pengguna tidak dibatasi, melainkan didorong ke arah tertentu melalui stimulus-stimulus kecil yang disesuaikan dengan pola perilaku masing-masing pengguna. Kedua, *herding*, yakni intervensi struktural yang dilakukan sistem untuk mempersempit ruang pilihan pengguna, dengan tujuan agar perilaku mereka mengarah pada tindakan yang dikehendaki platform. Berbeda dengan *tuning* yang bekerja lewat sugesti, *herding* bekerja dengan membentuk lingkungan digital sedemikian rupa sehingga pilihan alternatif sulit dijangkau, sementara pilihan yang diinginkan platform dibuat paling mudah ditempuh. Ketiga, *conditioning*, yaitu langkah intervensi yang dilakukan sistem untuk menginternalisasi tindakan yang telah dibentuk sebelumnya. Ketiga mekanisme ini bersama-sama menciptakan ilusi bahwa pengguna bebas memilih. Padahal, ruang tindakan mereka sudah dibentuk dan dibatasi oleh sistem algoritmik bahkan sebelum mereka sempat menyadarinya.

Dalam konteks ini, dapat dipahami bahwa algoritma TikTok bukan sekadar sistem teknologi yang bekerja secara netral, melainkan manifestasi konkret dari *instrumentarian power*. Kemampuan algoritma TikTok dalam mempersonalisasi konten di halaman *For You Page* (FYP) menjadi fondasi utama dari mekanisme kuasa ini. Dengan mempelajari setiap pola interaksi pengguna seperti jenis konten yang ditonton, durasi menonton, hingga konten yang dilewati, algoritma mampu menyajikan

konten yang terasa sangat relevan dan personal bagi setiap pengguna. Akibatnya, setiap pengguna mendapatkan pengalaman FYP yang berbeda-beda, seolah platform ini benar-benar memahami pengguna.

Namun demikian, di balik personalisasi inilah *instrumentarian power* sesungguhnya bekerja melalui tiga pendekatan *economies of action* yang saling terkait. *Tuning* bekerja dengan menyesuaikan lingkungan digital pengguna secara halus, mendorong mereka ke arah tertentu tanpa membatasi pilihan yang tersedia. *Herding* melangkah lebih jauh dengan mempersempit ruang pilihan itu sendiri, sehingga pengguna praktis hanya memiliki satu atau beberapa jalur tindakan yang diinginkan platform. *Conditioning* kemudian bekerja pada level kebiasaan, dengan memperkuat perilaku-perilaku tertentu melalui pengulangan serta sistem *reward* dan *punishment* yang membuatnya menjadi rutin bagi pengguna. Ketiga pendekatan ini tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling melengkapi untuk mengarahkan perilaku pengguna ke arah yang dikehendaki platform. Untuk dapat lebih memahami bagaimana keterkaitan antarkonsep, peneliti menuangkannya dalam Gambar 1.5 di bawah ini.

Gambar 1.5 Hubungan Antarkonsep



Sumber: Olahan Peneliti, 2025.

Untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan dan keterkaitan antar konsep yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, dapat dilihat pada Gambar 1.5 di atas. Gambar tersebut menyajikan visualisasi secara sistematis dan terstruktur mengenai bagaimana setiap konsep saling berhubungan, memengaruhi, serta membentuk satu kesatuan kerangka pemikiran yang utuh. Dengan memahami keterkaitan tersebut, diharapkan pembaca dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alur berpikir yang menjadi landasan dalam penelitian ini.

1.8 Metodologi Penelitian

Bagian ini menguraikan kerangka metodologis yang digunakan dalam penelitian secara sistematis dan komprehensif. Pembahasan metodologi disusun ke dalam tujuh subbagian yang saling berkesinambungan guna memberikan gambaran menyeluruh mengenai prosedur ilmiah yang ditempuh selama proses penelitian berlangsung. Subbagian pertama (1.8.1) memaparkan metode dan pendekatan penelitian yang diadopsi, disertai dengan argumentasi akademis yang mendasari pemilihannya. Subbagian kedua (1.8.2) mendeskripsikan subjek penelitian, mencakup kriteria pemilihan serta teknik penentuan yang digunakan. Subbagian ketiga (1.8.3) menjelaskan lokasi penelitian yang ditetapkan sebagai *setting* pelaksanaan studi, sekaligus rentang waktu yang mencakup keseluruhan tahapan penelitian. Subbagian keempat (1.8.4) mengidentifikasi peran penulis dalam konteks penelitian lapangan sebagai bentuk reflektivitas dan transparansi metodologis. Subbagian kelima (1.8.5) menjabarkan teknik-teknik pengumpulan data yang diterapkan secara terencana dan terstruktur. Subbagian keenam (1.8.6) menguraikan prosedur analisis data yang digunakan untuk mengolah, menafsirkan, dan memaknai data yang telah diperoleh. Subbagian ketujuh (1.8.7) menjelaskan strategi triangulasi data yang dilakukan sebagai mekanisme verifikasi guna menjamin keabsahan dan kredibilitas temuan penelitian.

1.8.1 Metode Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *mixed methods*, yaitu metode yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dalam satu penelitian sekaligus.⁵³ Alasan penggunaan metode ini karena fenomena kendali algoritma TikTok tidak cukup apabila hanya dilihat dari satu sisi saja, dibutuhkan pemahaman yang mendalam sekaligus data yang dapat menggambarkan pola secara lebih luas. Oleh karena itu, kedua pendekatan ini digunakan secara bersamaan agar hasil penelitian menjadi lebih kaya dan menyeluruh. Kendati demikian, penelitian ini lebih condong ke arah kualitatif sebagai pendekatan utamanya. Hal ini dikarenakan penelitian ini lebih ingin memahami pengalaman, makna, dan dinamika yang dirasakan langsung oleh pengguna dalam berinteraksi dengan algoritma TikTok. Adapun data kuantitatif tidak digunakan sebagai pendekatan yang berdiri sendiri, melainkan hanya sebagai pelengkap yang membantu memperkuat dan memperdalam temuan-temuan kualitatif yang diperoleh selama penelitian berlangsung.

Pada metode penelitian kualitatif, penelitian ini menerapkan dua pendekatan secara bersamaan, yakni pendekatan studi kasus dan pendekatan netnografi. Pendekatan studi kasus dipilih karena dinilai paling relevan untuk memahami secara mendalam bagaimana mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta mengalami, merespons, dan memaknai kuasa algoritmik yang beroperasi di balik konten Racun TikTok dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dalam kerangka pendekatan ini, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) guna menggali pengalaman, persepsi, serta interpretasi subjektif para informan secara langsung dan terperinci. Sementara itu, pendekatan netnografi digunakan untuk mengkaji dan memahami dinamika interaksi serta fenomena sosial yang berlangsung di dalam platform TikTok, khususnya dalam kaitannya dengan mekanisme

⁵³ John W. Creswell dan J. David Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (SAGE Publications, 2018).

instrumentarian power sebagaimana dikonseptualisasikan oleh Shoshana Zuboff⁵⁴. Pendekatan netnografi dalam penelitian ini mengacu pada kerangka teoretis yang dikembangkan oleh Kozinets⁵⁵, dengan mengedepankan teknik observasi platform sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data di ruang daring. Observasi ini dilakukan menggunakan akun milik informan yang telah bersedia memperlihatkan aktivitas platformnya, serta akun baru yang secara khusus dibuat oleh peneliti untuk keperluan observasi. Penggunaan akun baru ini dimaksudkan agar algoritma TikTok yang terekam masih dalam kondisi “bersih” dan belum terkontaminasi oleh preferensi atau riwayat aktivitas tertentu dengan platform, sehingga peneliti dapat mengamati bagaimana algoritma bekerja dari titik awal secara lebih objektif dan membandingkannya dengan algoritma akun informan yang sudah terbentuk melalui kebiasaan penggunaan mereka sehari-hari.

Adapun pada metode penelitian kuantitatif, penelitian ini menggunakan pendekatan survei sebagai instrumen pengumpulan data tambahan yang bersifat komplementer terhadap data kualitatif utama. Survei dirancang untuk menjangkau responden secara lebih luas dengan tujuan memperoleh gambaran umum mengenai pola perilaku dan kecenderungan pengguna yang relevan dengan fokus kajian. Instrumen survei yang digunakan terdiri atas dua jenis pertanyaan, yakni pertanyaan tertutup (*closed-ended questions*) dan pertanyaan terbuka (*open-ended questions*), yang masing-masing diolah dengan pendekatan analisis yang berbeda sesuai dengan karakteristik datanya. Data yang diperoleh dari pertanyaan tertutup diolah menggunakan analisis statistik deskriptif sederhana. Analisis ini mencakup perhitungan distribusi frekuensi dan persentase jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan, sehingga menghasilkan gambaran yang ringkas dan terstruktur mengenai sebaran respons. Pendekatan ini dipilih karena sifat data yang sudah terstandarisasi

⁵⁴ Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, First trade paperback edition (PublicAffairs, 2020).

⁵⁵ Robert V. Kozinets, *Netnography the Essential Guide to Qualitative Social Media Research*, 3e ed. (SAGE Publications, 2020).

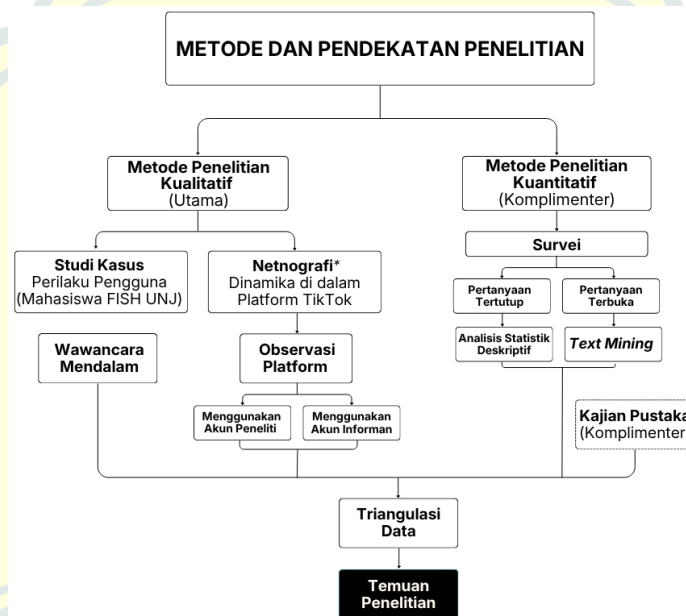
dalam pilihan jawaban yang terbatas, sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan deskriptif secara sistematis. Perlu ditegaskan bahwa analisis ini tidak melibatkan pengujian hubungan sebab-akibat (kausalitas) maupun analisis keterkaitan antarvariabel, mengingat tujuan survei dalam penelitian ini bukan untuk membangun model penjelasan, melainkan semata-mata untuk mendeskripsikan kecenderungan umum yang tampak pada populasi responden.

Sementara itu, data yang bersumber dari pertanyaan terbuka diolah lebih lanjut menggunakan metode *text mining*. Sebelum dianalisis, data teks terlebih dahulu melalui tahap pra-pemrosesan (*preprocessing*) yang meliputi pembersihan teks, penghapusan *stopword*, dan *stemming* guna memastikan kualitas data yang memadai. Selanjutnya, analisis dilakukan untuk mengidentifikasi kata atau frasa yang paling sering muncul, mengenali tema-tema dominan dalam respons responden, serta memetakan pola yang berulang. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengekstrak informasi bermakna dari data teks yang bersifat bebas dan tidak terstruktur secara lebih objektif dan efisien dibandingkan dengan pembacaan manual. Dengan demikian, hasil survei dalam penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menghasilkan kesimpulan yang bersifat kausalitas maupun generalisasi statistik yang representatif. Survei difungsikan sebagai sumber data pelengkap yang digunakan untuk mengidentifikasi pola umum dan kecenderungan perilaku pengguna, yang selanjutnya dapat memperkuat, memperjelas, atau memberikan konteks tambahan terhadap temuan-temuan yang diperoleh melalui pendekatan kualitatif.

Di samping itu, penelitian ini juga turut memanfaatkan kajian pustaka sebagai sumber data sekunder. Tinjauan literatur dilakukan terhadap berbagai rujukan akademis yang relevan, meliputi buku, jurnal ilmiah, artikel, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan algoritma platform digital dan *instrumentarian power*. Sumber-sumber tersebut digunakan untuk membangun landasan teoretis sekaligus memperdalam pemahaman kontekstual terhadap fenomena yang dikaji dalam penelitian ini. Melalui kombinasi seluruh pendekatan tersebut, peneliti dapat memperoleh data primer berupa pandangan, pengalaman, dan narasi partisipan

mengenai algoritma TikTok terhadap aktivitas mereka, sekaligus memperoleh gambaran yang lebih holistik dan komprehensif terhadap fenomena yang dikaji. Guna memberikan gambaran yang lebih jelas, peneliti memvisualisasikan metode dan pendekatan penelitian ini dalam Gambar 1.6 di bawah.

Gambar 1.6 Metode dan Pendekatan Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti, 2025.

1.8.2 Subjek Penelitian

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum (FISH) Universitas Negeri Jakarta dipilih sebagai subjek utama penelitian ini, baik sebagai informan maupun responden. Pemilihan ini didasarkan pada dua pertimbangan utama. *Pertama*, secara akademis mahasiswa FISH dibekali dengan kerangka berpikir kritis terhadap fenomena sosial, termasuk struktur sosial, relasi kuasa, serta dinamika media dan komunikasi. Dengan bekal keilmuan tersebut, mahasiswa FISH memiliki modal intelektual yang memadai untuk bersikap kritis terhadap fenomena kekuasaan yang beroperasi di balik platform digital. *Kedua*, justru karena latar belakang akademis itulah mahasiswa FISH menjadi subjek yang relevan dan menarik untuk diteliti. Penelitian ini ingin melihat apakah

bekal berpikir kritis yang mereka miliki di ruang akademik benar-benar tercermin dalam kebiasaan digital mereka atau justru mereka tetap terjebak dalam kuasa algoritmik meskipun secara teori sudah memahaminya. Dengan kata lain, ada potensi kesenjangan antara pengetahuan akademik dan praktik digital sehari-hari yang justru menjadi titik menarik dari penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyoroti fenomena Racun TikTok sebagai produk dari mekanisme kuasa algoritmik, tetapi juga mengeksplorasi sejauh mana kesadaran kritis mahasiswa ilmu sosial dan hukum mampu melawan, menegosiasikan, atau justru tetap tunduk pada *instrumentarian power* sebagaimana dikonseptualisasikan oleh Shoshana Zuboff.

Dalam rangka memperoleh kedalaman analisis, responden dan informan dalam penelitian ini dipilih melalui pendekatan *non-probability* sampling dengan metode *purposive sampling*, yakni penentuan partisipan secara sengaja berdasarkan karakteristik khusus yang dianggap relevan dan sesuai dengan kebutuhan serta tujuan penelitian.⁵⁶ Kriteria ini disusun sebagai acuan agar partisipan yang terlibat benar-benar relevan dengan fokus penelitian. Peneliti terlebih dahulu melakukan wawancara mendalam sebagai instrumen utama pengumpulan data. Untuk memastikan keterwakilan informan, peneliti menetapkan satu mahasiswa sebagai perwakilan dari setiap program studi. Dengan demikian, dari total dua belas program studi yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, masing-masing program studi diwakili oleh satu informan sehingga diperoleh data yang kaya, mendalam, dan merepresentasikan keseluruhan fakultas. Setelah wawancara dilaksanakan, peneliti kemudian menyebarkan kuesioner sebagai instrumen pelengkap guna memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai pola penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa FIS. Data dari kuesioner ini tidak berdiri sendiri, melainkan berfungsi untuk memperkuat dan melengkapi temuan yang telah diperoleh melalui wawancara mendalam sebelumnya.

⁵⁶ John W. Creswell dan J. David Creswell, *Op.Cit.* hlm. 145–155.

Tabel 1.1 Kriteria Responden dan Informan

No	Kriteria	Informan	Responden
1	Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum UNJ	v	v
2	Menggunakan dan familiar dengan TikTok minimal satu bulan terakhir	v	v
3	Pernah melihat dan familiar dengan konten-konten Racun TikTok	v	v
4	Bersedia memperlihatkan akun TikTok untuk observasi platform	v	

Sumber: Olahan Peneliti, 2025.

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini ditetapkan secara spesifik guna memastikan relevansi dan kedalaman data yang diperoleh. *Pertama*, informan merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta. *Kedua*, informan adalah pengguna aktif TikTok yang telah menggunakan dan familiar dengan platform tersebut setidaknya dalam satu bulan terakhir. Batas waktu satu bulan ini ditetapkan dengan pertimbangan bahwa rentang tersebut dinilai cukup untuk memungkinkan algoritma TikTok mempelajari pola perilaku pengguna dan mulai menyajikan konten yang dipersonalisasi secara signifikan, sehingga informan dianggap telah memiliki pengalaman yang memadai dalam berinteraksi dengan sistem rekomendasi platform. *Ketiga*, informan pernah melihat dan mengenal konten-konten Racun TikTok secara langsung melalui pengalaman penggunaan mereka. *Keempat*, informan bersedia untuk membuka dan memperlihatkan akun TikTok miliknya kepada peneliti sebagai bahan observasi platform. Sementara itu, kriteria responden dalam penelitian ini sedikit berbeda dari informan. Responden juga merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta yang menggunakan dan familiar dengan TikTok minimal dalam satu bulan terakhir dengan alasan yang sama, serta pernah melihat dan mengenal konten-konten Racun TikTok. Perbedaan utamanya terletak pada tidak adanya kewajiban untuk memperlihatkan akun, mengingat peran responden hanya sebatas pengisian kuesioner. Secara ringkas, kriteria informan dan responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.1 di atas.

Tabel 1.2 Daftar Informan Penelitian

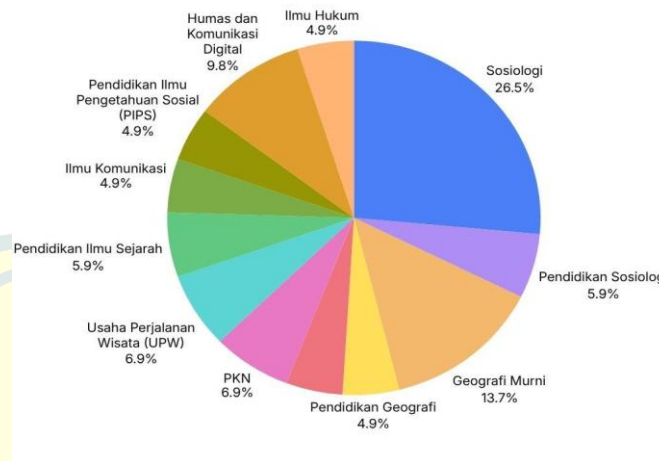
No	Nama Informan	Asal Program Studi	Angkatan
1	Reva	Sosiologi	2024
2	Sava	Pendidikan Sosiologi	2025
3	Delima	Geografi	2024
4	Ara	Pendidikan Geografi	2025
5	Aula	Pendidikan Agama Islam (PAI)	2022
6	Nabilah	Pendidikan Kewarganegaraan (PKN)	2025
7	Ghitta	Usaha Perjalanan Wisata (UPW)	2025
8	Yaasin	Pendidikan Ilmu Sejarah	2023
9	Miftah	Ilmu Komunikasi	2022
10	Alvia	Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (PIPS)	2022
11	Silka	Humas dan Komunikasi Digital	2024
12	Resa	Ilmu Hukum	2025

Sumber: Olahan Peneliti, 2025.

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan pada Tabel 1.1, peneliti berhasil memperoleh dua belas informan yang masing-masing merepresentasikan satu program studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, sebagaimana yang tertera pada Tabel 1.2. Penetapan satu informan per program studi ini dilakukan secara sengaja guna memastikan keterwakilan seluruh program studi yang ada di FISH UNJ, sehingga data yang diperoleh dapat mencerminkan keragaman perspektif akademik lintas disiplin dalam satu fakultas. Adapun daftar lengkap informan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.2 di atas.

Intelligentia - Dignitas

Gambar 1.7 Komposisi Responden Penelitian (n=102)



Sumber: Olahan Peneliti, 2025.

Adapun untuk responden, peneliti berhasil menghimpun sebanyak 102 responden yang tersebar dari seluruh dua belas program studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, sesuai dengan kriteria yang telah dijelaskan pada Tabel 1.1. Jumlah tersebut dipandang memadai untuk memberikan gambaran yang cukup representatif mengenai pola penggunaan TikTok di kalangan Mahasiswa FISH UNJ secara keseluruhan, meskipun data ini berfungsi sebagai pelengkap dan tidak dimaksudkan untuk menghasilkan generalisasi statistik yang luas. Untuk distribusi lengkap responden per program studi dapat dilihat pada Gambar 1.7 di atas.

1.8.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara *hybrid*, yaitu mengombinasikan metode daring dan luring dalam proses pengumpulan data. Pada tahap awal, peneliti melaksanakan wawancara mendalam (*in-depth interview*) sebagai instrumen utama pengumpulan data. Wawancara dilaksanakan secara *hybrid*, di mana sebagian besar dilakukan secara daring melalui platform Google Meeting, dan hanya dua informan yang ditemui secara langsung di lingkungan kampus Universitas Negeri Jakarta, yakni di Jl. Rawamangun Muka Raya No.11, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kecamatan Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Pemilihan model *hybrid* ini bertujuan

memberikan fleksibilitas bagi informan sehingga dapat menyesuaikan ketersediaan waktu dan kondisi mereka. Setelah wawancara selesai dilaksanakan, peneliti kemudian menyebarkan kuesioner secara daring melalui Google Form sebagai instrumen pelengkap. Penyebaran dilakukan secara daring untuk menjangkau mahasiswa FISH UNJ secara lebih luas dan efisien. Selain wawancara dan kuesioner, peneliti juga melakukan observasi langsung pada platform TikTok sebagai bagian dari teknik pengumpulan data netnografi.⁵⁷ Observasi ini bertujuan untuk melihat secara nyata bagaimana pola algoritma bekerja, jenis-jenis konten Racun TikTok yang muncul, serta bentuk interaksi pengguna di dalamnya. Dengan demikian, observasi berfungsi sebagai data pendukung yang memperkuat hasil analisis, sekaligus memastikan bahwa informasi yang diperoleh dari wawancara maupun kuesioner sesuai dengan konteks faktual di lapangan.

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu sekitar sepuluh bulan, yakni di mulai dari September 2025 hingga Juni 2026 sebagaimana yang tertera dalam Tabel 1.3 di bawah. Periode penelitian yang relatif panjang ini memberi kesempatan bagi penulis untuk melakukan pengamatan mendalam mengenai kendali algoritma TikTok, khususnya dalam konteks fenomena konten “Racun TikTok” di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, waktu yang cukup lama memungkinkan penulis mengkaji secara rinci mekanisme personalisasi dan strategi algoritma yang berperan dalam membentuk pengalaman pengguna serta dampaknya terhadap pola konsumsi informasi dan perilaku Mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta.

Tabel 1.3 Roadmap Penelitian

Kegiatan	Bulan									
	09	10	11	12	01	02	03	04	05	06
Penyusunan proposal penelitian awal										
Penyusunan instrumen penelitian										

⁵⁷ Penjelasan lebih detail lihat Kozinet (2020).

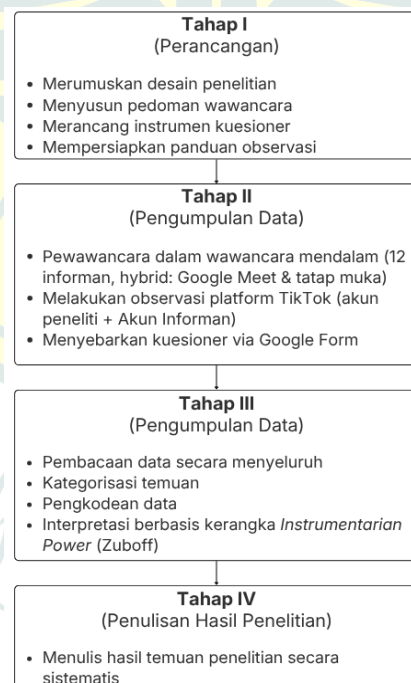
Kegiatan	Bulan									
	09	10	11	12	01	02	03	04	05	06
Pengumpulan data utama: wawancara mendalam & observasi platform di TikTok.										
Pengumpulan data pelengkap: survei										
Analisis data kualitatif (transkripsi, reduksi data, kategorisasi, <i>coding</i>).										
Penyusunan bab hasil & pembahasan, penarikan kesimpulan, serta revisi akhir.										

Sumber: Olahan Peneliti, 2025.

1.8.4 Peran Penulis

Peneliti bertanggung jawab sebagai penggerak utama dalam setiap tahapan proses penelitian, mulai dari perancangan, pelaksanaan pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, hingga penulisan hasil temuan, sebagaimana yang tertuang dalam Gambar 1.8 berikut.

Gambar 1.8 Peran Penulis



Sumber: Olahan Peneliti, 2025.

Pada tahap perancangan, peneliti berperan dalam merumuskan desain penelitian secara menyeluruh, menyusun pedoman wawancara, merancang instrumen kuesioner, serta mempersiapkan panduan observasi yang keseluruhannya disesuaikan dengan tujuan dan fokus penelitian.

Memasuki tahap pengumpulan data, peneliti terlebih dahulu bertindak sebagai pewawancara sekaligus pemandu dalam proses wawancara mendalam (*in-depth interview*) bersama dua belas informan yang telah ditetapkan. Bersamaan dengan pelaksanaan wawancara, peneliti juga melakukan observasi langsung pada platform TikTok, baik melalui akun informan yang telah bersedia diobservasi, maupun melalui akun baru yang dibuat khusus oleh peneliti untuk keperluan pengamatan yang lebih objektif. Setelah seluruh wawancara dan observasi selesai dilaksanakan, peneliti kemudian menyebarkan kuesioner melalui Google Form kepada mahasiswa FISH UNJ sebagai instrumen pelengkap guna memperluas jangkauan dan memperkuat temuan yang telah diperoleh sebelumnya.

Pada tahap pengolahan dan analisis data, peneliti menjalankan proses analisis secara bertahap melalui empat langkah, yakni: (1) pembacaan data secara menyeluruh untuk memperoleh gambaran umum temuan, (2) kategorisasi temuan berdasarkan tema-tema yang muncul dari data, (3) pengkodean untuk memetakan dan mengelompokkan data secara sistematis, serta (4) interpretasi untuk memaknai temuan dalam kaitannya dengan pertanyaan penelitian. Dalam keseluruhan proses analisis ini, kerangka *Instrumentarian Power* dari Shoshana Zuboff berfungsi sebagai lensa teoretis utama yang memandu peneliti dalam mengungkap bagaimana algoritma TikTok beroperasi sebagai mekanisme kuasa baru yang secara signifikan membentuk dan mengarahkan pola konsumsi konten mahasiswa. Setelah data selesai diolah dan dianalisis, peneliti kemudian menyusun dan menuliskan hasil temuan tersebut secara sistematis, terstruktur, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

Di sisi lain, sepanjang keseluruhan proses penelitian, peneliti senantiasa menegakkan standar etika penelitian yang ketat sebagai bentuk pertanggungjawaban moral kepada para partisipan. Hal ini diwujudkan melalui penjagaan kerahasiaan

identitas dan informasi yang diberikan oleh partisipan, serta perlindungan atas hak-hak mereka untuk sewaktu-waktu mengundurkan diri dari penelitian. Penegakan etika ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan penelitian yang aman, nyaman, dan menghargai kesukarelaan serta kepercayaan yang diberikan oleh partisipan sejak awal hingga akhir proses penelitian berlangsung.

1.8.5 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, yakni wawancara mendalam, observasi platform, survei, dan studi pustaka. Teknik-teknik tersebut tidak diterapkan secara acak, melainkan dirancang secara bertahap dan saling melengkapi satu sama lain guna menghasilkan data yang kaya, mendalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis. *Pertama*, peneliti melakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*) sebagai instrumen utama pengumpulan data kualitatif. Wawancara mendalam dipilih karena dianggap paling sesuai untuk menggali pengalaman subjektif, persepsi, dan pemaknaan informan secara langsung terhadap fenomena yang diteliti. Wawancara ini dilaksanakan pada bulan Januari hingga Februari 2026 bersama partisipan terpilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini melibatkan dua belas informan, di mana setiap informan berasal dari program studi yang berbeda di FISH UNJ, sehingga masing-masing program studi memiliki satu perwakilan dan keterwakilan data lintas disiplin dapat terjamin. Seluruh proses wawancara direkam dan ditranskripsi secara verbatim guna menangkap secara utuh narasi, ekspresi, serta pilihan kata informan yang berhubungan langsung dengan pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan algoritma TikTok. Dengan demikian, data yang diperoleh tidak hanya berupa jawaban singkat, tetapi juga mencakup konteks, nuansa emosional, dan makna yang terkandung di balik tuturan informan secara lebih menyeluruh.

Kedua, sejalan dengan pelaksanaan wawancara, peneliti juga melakukan observasi langsung pada platform TikTok sebagai bagian dari pendekatan netnografi.

Observasi ini termasuk ke dalam kategori *investigative data* dalam kerangka netnografi Kozinets, yakni data yang bersumber dari konten dan aktivitas digital yang sudah ada dan tersimpan di dalam platform.⁵⁸ Observasi dilakukan melalui dua akun dengan fungsi yang berbeda, tetapi saling melengkapi. Melalui akun informan yang telah bersedia diobservasi, peneliti mengamati konten-konten yang muncul di halaman *For You Page* (FYP) sebagai cerminan nyata dari hasil personalisasi algoritma yang terbentuk berdasarkan kebiasaan dan riwayat penggunaan masing-masing informan. Sementara itu, melalui akun baru yang dibuat khusus oleh peneliti untuk keperluan penelitian, observasi difokuskan pada eksplorasi fitur-fitur yang tersedia di dalam platform TikTok serta pengamatan terhadap FYP dalam kondisi algoritmik yang masih bersih dan belum terkontaminasi oleh preferensi penggunaan tertentu. Kombinasi kedua akun ini memungkinkan peneliti memperoleh perbandingan yang lebih objektif antara bagaimana algoritma bekerja pada pengguna aktif dibandingkan dengan bagaimana platform beroperasi secara default, sehingga temuan yang dihasilkan menjadi lebih kaya dan dapat divalidasi secara kontekstual.

Ketiga, setelah wawancara dan observasi selesai dilaksanakan, peneliti menyebarkan kuesioner melalui Google Form sebagai instrumen pelengkap. Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai pandangan dan pola penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa FISH UNJ secara umum, khususnya dalam kaitannya dengan konten Racun TikTok dan mekanisme algoritmanya. Penggunaan Google Form dipilih karena kemudahan aksesnya serta kemampuannya dalam menjangkau seluruh mahasiswa FISH UNJ tanpa terbatas oleh kendala waktu maupun lokasi. Data survei ini tidak berdiri sendiri, melainkan berfungsi untuk memperkuat, memperluas, dan melengkapi temuan kualitatif yang telah diperoleh melalui wawancara dan observasi sebelumnya.

Keempat, selain ketiga teknik di atas, peneliti juga melakukan studi pustaka dengan mengkaji berbagai literatur yang relevan, baik berupa buku, jurnal ilmiah,

⁵⁸ Robert V. Kozinets, *Netnography: The Essential Guide*, hlm 190–195.

artikel ilmiah, maupun sumber-sumber lain yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis. Studi pustaka ini tidak sekadar berfungsi sebagai pelengkap, melainkan juga sebagai fondasi teoretis yang melandasi keseluruhan proses analisis dalam penelitian ini. Dengan mengacu pada literatur yang relevan, peneliti dapat memaknai temuan empiris secara lebih kontekstual dan mendalam dalam kerangka keilmuan yang lebih luas, khususnya dalam kaitannya dengan konsep *instrumentarian power* dan dinamika algoritma platform digital.

1.8.6 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap dengan mengacu pada model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman, sebagaimana yang tertuang pada Gambar 1.9 di bawah.⁵⁹ Model ini dipilih karena dinilai paling sesuai untuk mengolah data kualitatif yang bersumber dari berbagai instrumen sekaligus, yakni wawancara mendalam, dan observasi platform. Berbeda dengan model analisis yang bersifat linear, model Miles dan Huberman bersifat siklus dan interaktif, di mana ketiga tahapannya dapat dilakukan secara berulang dan bolak-balik sepanjang proses analisis berlangsung hingga peneliti memperoleh kesimpulan yang mantap dan dapat dipertanggungjawabkan.

Tahap pertama adalah reduksi data, yakni proses memilah, menyederhanakan, dan memfokuskan data mentah yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi platform. Pada tahap ini, peneliti membaca seluruh transkrip wawancara secara menyeluruh, kemudian mengidentifikasi dan menandai bagian-bagian yang relevan dengan fokus penelitian, yakni pengalaman informan dalam berinteraksi dengan algoritma TikTok dan paparan mereka terhadap konten Racun TikTok. Data yang tidak relevan dengan pertanyaan penelitian disaring dan dikeluarkan dari proses analisis lebih lanjut, sehingga peneliti dapat bekerja dengan data yang lebih terfokus dan tidak terbebani oleh informasi yang tidak esensial.

⁵⁹ Matthew B. Miles, *et al.*, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, Edition 3 (Sage, 2014).

Tahap kedua adalah penyajian data, yakni proses menyusun dan menampilkan data yang telah direduksi ke dalam bentuk yang lebih terorganisir dan mudah dipahami. Pada tahap ini, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang dilengkapi dengan kutipan langsung dari informan, matriks perbandingan temuan antar informan, serta hasil observasi platform yang relevan. Penyajian data secara terstruktur ini memudahkan peneliti dalam melihat pola, kecenderungan, dan hubungan antar data secara lebih jelas sebelum melangkah ke tahap penarikan kesimpulan.

Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Berdasarkan pola dan tema yang ditemukan pada tahap penyajian data, peneliti mulai merumuskan kesimpulan sementara yang kemudian diverifikasi secara terus-menerus dengan kembali merujuk pada data awal. Proses verifikasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa kesimpulan yang ditarik tidak bersifat spekulatif, melainkan benar-benar berpijak pada data yang diperoleh di lapangan. Kerangka *Instrumentarian Power* dari Shoshana Zuboff digunakan sebagai lensa teoretis dalam proses interpretasi, guna mengungkap bagaimana mekanisme algoritmik TikTok beroperasi sebagai bentuk kuasa yang membentuk perilaku dan kesadaran digital mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta.

Adapun untuk data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner, peneliti menggunakan dua pendekatan analisis yang disesuaikan dengan jenis pertanyaan yang digunakan dalam instrumen survei, yakni analisis statistik deskriptif sederhana untuk pertanyaan tertutup dan *text mining* untuk pertanyaan terbuka. Data yang diperoleh dari pertanyaan tertutup diolah melalui perhitungan distribusi frekuensi dan persentase jawaban responden pada setiap butir pertanyaan. Distribusi frekuensi merujuk pada perhitungan jumlah kemunculan setiap pilihan jawaban dari keseluruhan responden, sehingga pola dominan dalam respons dapat teridentifikasi secara langsung. Adapun persentase dihitung dengan membagi frekuensi setiap jawaban dengan total seluruh responden, kemudian dikalikan seratus, sehingga memudahkan perbandingan antarpilihan jawaban secara proporsional. Kedua ukuran ini disajikan dalam bentuk tabel distribusi yang memuat kolom pilihan jawaban, frekuensi, dan persentase. Perlu

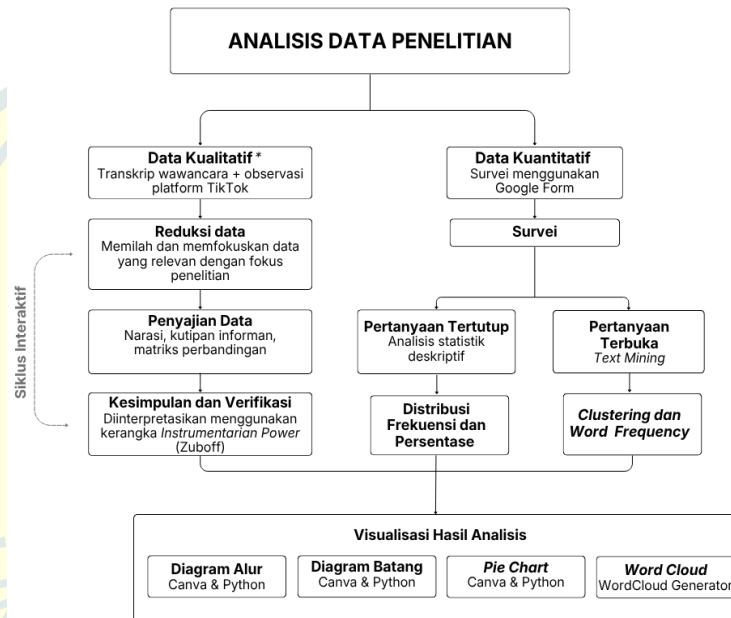
ditegaskan bahwa analisis ini tidak melibatkan pengujian hubungan antarvariabel maupun kesimpulan kausalitas, melainkan semata-mata digunakan untuk menggambarkan sebaran respons secara ringkas dan terstruktur.

Sementara itu, data yang bersumber dari pertanyaan terbuka diolah menggunakan metode *text mining* melalui beberapa tahapan sistematis. Tahap pertama adalah pra-pemrosesan teks (*text preprocessing*), yang mencakup *case folding*, penghapusan *stopword*, serta *stemming*, guna memastikan data yang dianalisis bersih, konsisten, dan representatif. Tahap kedua adalah analisis frekuensi kata (*word frequency analysis*), yakni perhitungan kata atau frasa yang paling sering muncul di seluruh jawaban responden, sehingga topik dan konsep dominan dapat teridentifikasi secara objektif. Tahap ketiga adalah identifikasi tema dominan, di mana kata-kata dan frasa yang saling berkaitan secara semantik dikelompokkan ke dalam tema-tema yang lebih luas, sehingga peneliti dapat melihat pola tematik yang berulang dalam keseluruhan respons secara lebih bermakna dan kontekstual.

Seluruh hasil analisis tersebut kemudian divisualisasikan dalam beberapa bentuk yang disesuaikan dengan jenis data yang disajikan. Diagram batang digunakan untuk membandingkan frekuensi jawaban antarkategori pada pertanyaan tertutup, sedangkan *pie chart* digunakan untuk menggambarkan proporsi dan distribusi data secara persentase. Diagram alur digunakan untuk menggambarkan proses atau mekanisme yang bersifat sekuensial. Adapun *word cloud* digunakan untuk memvisualisasikan sebaran dan frekuensi kemunculan kata kunci yang paling dominan dari jawaban pertanyaan terbuka. Meskipun *word cloud* bersumber dari instrumen kuantitatif, analisisnya bersifat kualitatif karena mengolah data tekstual, sehingga berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan temuan kuantitatif dengan temuan kualitatif dari wawancara dan observasi platform. Secara teknis, diagram batang, *pie chart*, dan diagram alur dikerjakan menggunakan aplikasi Canva sebagai alat utama dan dibantu dengan bahasa pemrograman Python untuk visualisasi data sederhana, sedangkan *word cloud* dibuat menggunakan Word Cloud Generator. Untuk

mempermudah pemahaman, peneliti menyajikan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini pada Gambar 1.9 berikut.

Gambar 1.9 Analisis Data Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti, 2025.

1.8.7 Triangulasi Data

Guna memastikan bahwa temuan penelitian ini benar-benar valid dan dapat dipercaya, peneliti menggunakan triangulasi sebagai cara untuk mengecek ulang data. Mengacu pada Creswell⁶⁰, triangulasi dilakukan dengan mengumpulkan data dari beberapa sumber yang berbeda, lalu memeriksa apakah data-data tersebut saling mendukung dan menunjukkan kesimpulan yang sama.⁶¹ Jika beberapa sumber data secara terpisah menghasilkan temuan yang serupa, maka kesimpulan yang ditarik menjadi lebih kuat dan dapat dipercaya. Namun, jika ada perbedaan antara satu sumber

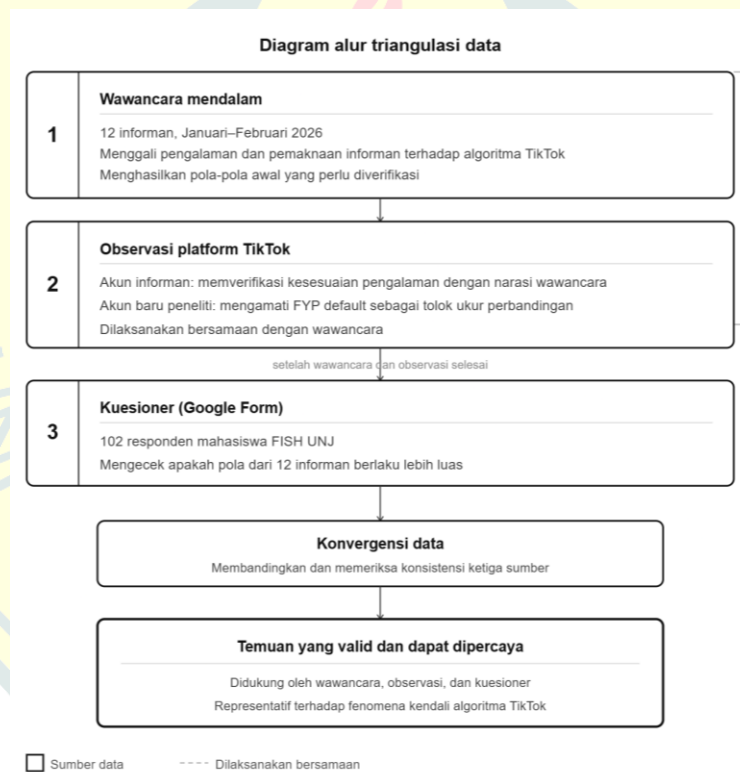
⁶⁰ John W. Creswell dan J. David Creswell, *Op.Cit.* hlm. 251.

⁶¹ *Ibid.*

dengan sumber lainnya, peneliti tidak mengabaikannya begitu saja, melainkan menjelaskan mengapa perbedaan itu bisa terjadi.⁶²

Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan menggunakan tiga sumber data yang berbeda, tetapi saling melengkapi, yaitu wawancara mendalam, observasi platform TikTok, dan kuesioner, sebagaimana tertuang dalam Gambar 1.10 di bawah. Ketiganya dilakukan secara berurutan dan hasilnya dibandingkan satu sama lain.

Gambar 1.10 Triangulasi Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti, 2025.

Tahap pertama adalah wawancara mendalam bersama dua belas informan yang dilaksanakan pada bulan Januari hingga Februari 2026. Dari wawancara ini, peneliti mendapatkan data langsung dari informan mengenai bagaimana mereka merasakan dan memaknai cara kerja algoritma TikTok dalam kehidupan sehari-hari. Para informan menceritakan pengalaman mereka berinteraksi dengan konten di platform, termasuk

⁶² *Ibid.*

bagaimana mereka merespons konten Racun TikTok yang muncul di FYP mereka. Dari sini mulai terlihat pola-pola awal yang kemudian perlu dicek dan dikonfirmasi kebenarannya melalui sumber data berikutnya.

Kedua, observasi platform. Bersamaan dengan pelaksanaan wawancara, peneliti juga melakukan observasi secara langsung pada platform TikTok menggunakan dua akun yang masing-masing memiliki fungsi berbeda. Akun pertama adalah milik informan, yang digunakan untuk memverifikasi apakah pengalaman mereka di platform memang sesuai dengan narasi yang mereka sampaikan saat wawancara. Akun kedua adalah akun yang dibuat khusus oleh peneliti dengan kondisi algoritma yang masih netral dan belum terbentuk oleh kebiasaan pengguna tertentu sehingga dapat dijadikan tolok ukur untuk melihat bagaimana TikTok bekerja sebelum sistem personalisasinya aktif. Perbandingan antara kedua akun ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih objektif mengenai sejauh mana algoritma TikTok bekerja secara personal terhadap masing-masing penggunanya.

Ketiga, kuesioner. Setelah wawancara dan observasi selesai, peneliti menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa FISH UNJ. Kuesioner ini bukan alat utama, melainkan digunakan untuk mengecek apakah pola-pola yang ditemukan dari dua belas informan juga berlaku di kalangan mahasiswa FISH UNJ yang lebih luas. Dengan begitu, kuesioner berfungsi sebagai lapisan konfirmasi tambahan yang memperluas jangkauan verifikasi temuan kualitatif ke sampel yang lebih besar. Dengan membandingkan ketiga sumber data ini secara bersamaan, peneliti dapat menarik kesimpulan yang lebih meyakinkan. Temuan yang dihasilkan bukan lagi sekadar narasi dari dua belas informan saja, tetapi sudah dicek dan diperkuat oleh data observasi serta kuesioner, sehingga gambaran yang dihasilkan menjadi lebih utuh dan representatif dari fenomena kendali algoritma TikTok di kalangan mahasiswa FISH Universitas Negeri Jakarta.

1.9 Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun dalam lima bab yang saling berkesinambungan. Secara garis besar, bab pertama berfungsi sebagai pengantar yang memperkenalkan topik penelitian secara menyeluruh. Dua bab berikutnya menyajikan temuan empiris yang diperoleh di lapangan. Bab keempat menjabarkan analisis mendalam terhadap temuan tersebut. Kemudian ditutup dengan penarikan kesimpulan di bab kelima. Adapun sistematika penulisan skripsi ini secara lebih rinci tertuang dalam Gambar 1.11 berikut ini.

Gambar 1.11 Sistematika Penulisan



Sumber: Olahan Peneliti, 2025.

Bab I: Bab ini menguraikan keseluruhan kerangka penelitian yang menjadi pijakan awal. Pembahasan diawali dengan latar belakang yang menjelaskan mengapa fenomena kendali algoritma TikTok di balik konten Racun TikTok penting untuk diteliti, dilanjutkan dengan rumusan permasalahan, tujuan, serta manfaat penelitian baik secara akademis maupun praktis. Penulis juga memaparkan tinjauan literatur sejenis yang relevan sebagai pembanding, kemudian mengembangkan kerangka konseptual yang berpijak pada konsep *instrumentarian power* sebagai bentuk kekuatan

baru di era digital, serta algoritma TikTok dan fenomena konten Racun TikTok. Bab ini ditutup dengan penjelasan mengenai hubungan antar konsep, metodologi penelitian yang digunakan, dan sistematika penulisan.

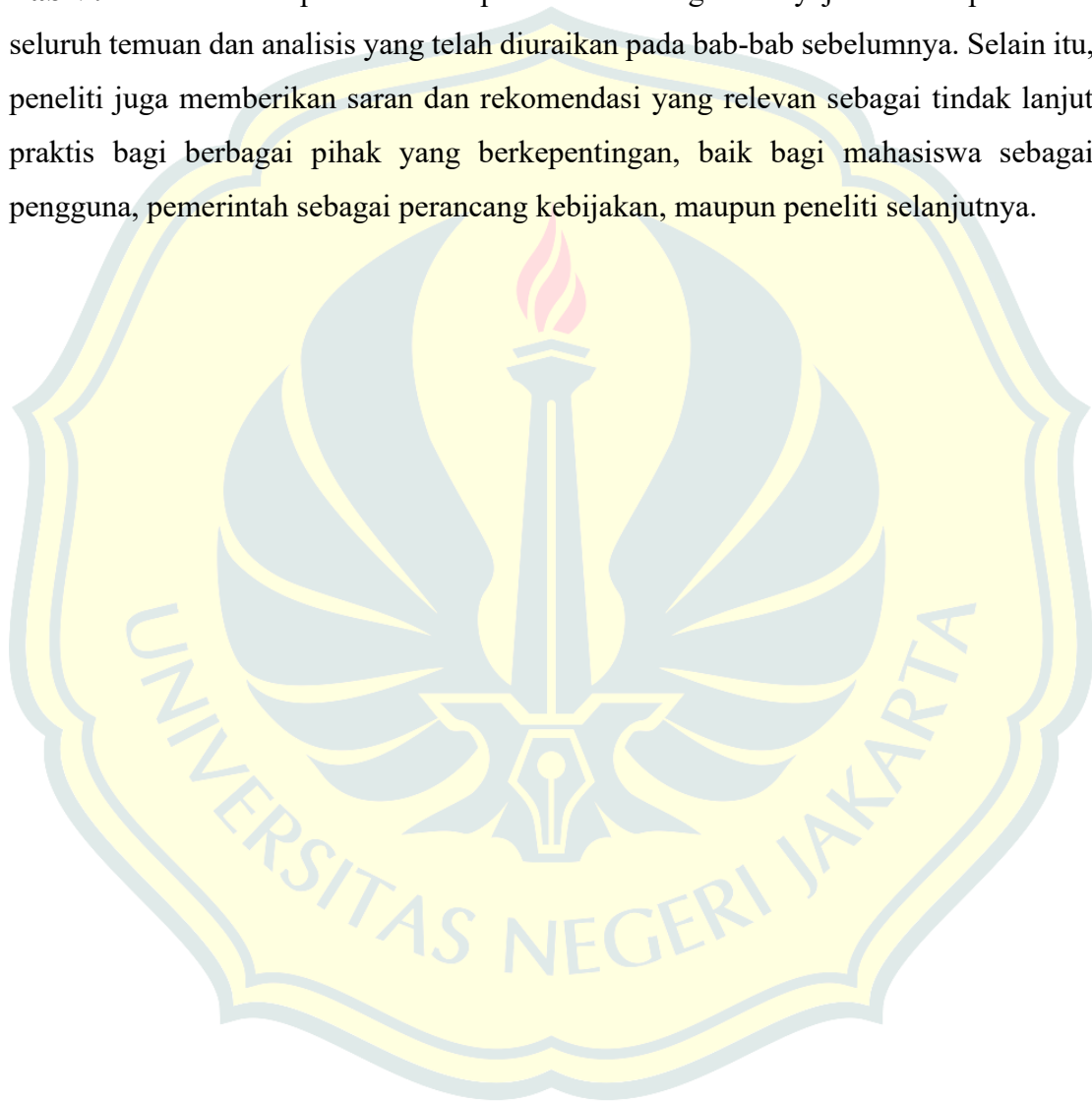
Bab II: Bab ini menyajikan temuan empiris yang berkaitan dengan gambaran umum objek dan subjek penelitian. Pembahasan meliputi TikTok sebagai platform digital beserta sejarah perkembangan dan fitur-fitur utamanya, Racun TikTok sebagai tren konsumsi digital yang mencakup definisi, asal-muasal, ragam bentuk, dan karakteristiknya, serta mahasiswa FISH UNJ sebagai bagian dari generasi *digital native* dan pola penggunaan TikTok di kalangan mereka. Bab ini menjawab konteks yang melatarbelakangi pertanyaan penelitian pertama dan kedua mengenai bagaimana algoritma TikTok bekerja dan bagaimana mahasiswa berposisi dalam ekosistem digital tersebut.

Bab III: Bab ini menguraikan temuan empiris mengenai cara kerja algoritma TikTok secara lebih spesifik. Pembahasan mencakup peran *influencer* sebagai pemicu awal paparan konten Racun TikTok, jenis data yang digunakan algoritma dalam mengasosiasikan konten Racun TikTok pada halaman *For You Page* mahasiswa FISH UNJ, pola distribusi dan asosiasi konten Racun TikTok yang terbentuk melalui mekanisme algoritmik, serta kesadaran mahasiswa FISH UNJ terhadap asimetri pengetahuan yang dihasilkan oleh sistem rekomendasi algoritma TikTok. Bab ini secara langsung menjawab pertanyaan penelitian pertama dan kedua.

Bab IV: Bab ini menyajikan analisis mendalam terhadap temuan penelitian melalui kacamata kerangka *instrumentarian power* Shoshana Zuboff. Analisis difokuskan pada tiga mekanisme utama, yaitu *tuning* sebagai mekanisme penyetelan lingkungan digital melalui personalisasi *For You Page*, *herding* sebagai mekanisme penyempitan ruang tindakan melalui pengarahan preferensi konten Racun TikTok, dan *conditioning* sebagai mekanisme pembentukan kebiasaan konsumsi konten di *For You Page* TikTok. Bab ini juga menganalisis implikasi *economies of action* terhadap pembatasan ruang agensi mahasiswa FISH UNJ secara keseluruhan, sekaligus mengintegrasikan seluruh temuan empiris ke dalam kerangka *instrumentarian power* Zuboff guna menegaskan

relevansi teoretis penelitian ini. Bab ini secara langsung menjawab pertanyaan penelitian ketiga.

Bab V: Bab ini menutup keseluruhan pembahasan dengan menyajikan kesimpulan atas seluruh temuan dan analisis yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya. Selain itu, peneliti juga memberikan saran dan rekomendasi yang relevan sebagai tindak lanjut praktis bagi berbagai pihak yang berkepentingan, baik bagi mahasiswa sebagai pengguna, pemerintah sebagai perancang kebijakan, maupun peneliti selanjutnya.



Intelligentia - Dignitas