

Wota Communication Strategies for Addressing Hate Speech Against JKT48 on TikTok

[Strategi Komunikasi Wota dalam Menghadapi Hate Speech terhadap JKT48 di Media Sosial TikTok]

Rafly Maulana Isyak¹⁾, Ferry Adhi Dharma²⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Email Penulis Korespondensi: ferryadhidharma@umsida.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze Wota's communication strategies in addressing hate speech directed at JKT48 on the social media platform TikTok. The study employs SWOT analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in Wota's communication strategies. Data were collected through interviews with six informants from the JKT48 fan community, observation of communication activities on TikTok, documentation of comments, and a literature review. The results indicate that Wota's communication strategies involve clarification, education, dissemination of information, reinforcement of positive narratives, non-engagement, direct responses, and reporting of content that constitutes harassment or racism. The practice of the echo chamber plays a role in strengthening solidarity, accelerating the spread of information, and supporting community coordination, but it also has the potential to limit openness to different perspectives. The SWOT analysis results show a strength score of 3.08, a weakness score of 2.17, an opportunity score of 3.50, and a threat score of 2.38, with coordinates (0.91; 1.12). These findings indicate that Wota's communication strategy has strengths and opportunities that can be leveraged, while still requiring openness to constructive criticism and objectivity in responding to hate speech.*

Keywords - Wota; JKT48 ; hate speech; TikTok; echo chamber; communication strategy.

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi Wota dalam menghadapi hate speech terhadap JKT48 di media sosial TikTok. Penelitian menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam strategi komunikasi Wota. Data diperoleh melalui wawancara dengan enam informan dari komunitas penggemar JKT48, observasi aktivitas komunikasi di TikTok, dokumentasi komentar, serta studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Wota dilakukan melalui klarifikasi, edukasi, penyebaran informasi, penguatan narasi positif, non-engagement, respons langsung, dan pelaporan terhadap konten yang mengarah pada pelecehan atau rasisme. Praktik echo chamber berperan dalam memperkuat solidaritas, mempercepat penyebaran informasi, dan mendukung koordinasi komunitas, tetapi juga berpotensi membatasi keterbukaan terhadap perspektif berbeda. Hasil analisis SWOT menunjukkan skor kekuatan sebesar 3,08, kelemahan 2,17, peluang 3,50, dan ancaman 2,38, dengan koordinat (0,91; 1,12). Temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Wota memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan, dengan tetap diperlukan keterbukaan terhadap kritik konstruktif dan objektivitas dalam merespons hate speech.*

Kata Kunci - Wota; JKT48; hate speech; TikTok; echo chamber; strategi komunikasi.

I. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini budaya dan komunikasi saling berkaitan dan tidak bisa dipisahkan, karena budaya berpengaruh dalam menentukan siapa yang berbicara, dengan siapa ia berinteraksi, topik apa yang dibahas, serta bagaimana pesan disampaikan [1]. Perkembangan teknologi digital juga memperluas ruang interaksi budaya melalui media sosial. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas, solidaritas, dan partisipasi komunitas. Salah satu bentuk budaya yang berkembang melalui media digital adalah budaya populer. Budaya populer, termasuk musik pop, anime, film, dan budaya idola dari Jepang, telah memperoleh perhatian luas di Indonesia, khususnya musik pop *western*, mengalami dominasi, hal ini dapat memengaruhi perkembangan budaya pop dari negara lain; namun demikian, meskipun berbagai karya populer di Indonesia yang di adaptasi melalui musik J-Pop yang masih terkenal, anime, film, dan sebagainya memiliki

popularitas yang terus berkembang, budaya pop tersebut tetap memiliki potensi besar untuk menjadi sangat populer di kalangan audiens [2]. Menurut [3], lagu adalah bentuk ragam suara yang memiliki irama, di dalamnya terdapat lirik yang berisi ungkapan perasaan pribadi melalui susunan kata dalam sebuah nyanyian. Terpaan media merupakan perilaku audiens dalam menggunakan media, sedangkan efektivitas secara umum menunjukkan sejauh mana tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dapat tercapai [4].

Dalam konteks budaya, sebuah lagu hadir sebagai wujud dukungan emosional bagi individu yang merasa terasing atau sedang mengalami tekanan [5]. Kesamaan minat terhadap musik dan idola juga dapat mendorong terbentuknya ruang komunikasi yang relatif homogen. Hal tersebut sejalan dengan fenomena *echo chamber* yang dijelaskan oleh Cass R. Sunstein, yaitu ketika individu atau kelompok hanya menerima informasi yang sejalan dengan keyakinan mereka, sehingga mereka terisolasi dari sudut pandang lain dan pada akhirnya ikut memperkuat polarisasi [6]. Fans JKT48 (Wota) juga dikenal sebagai komunitas yang sangat solid karena hubungannya erat dengan *member* JKT48 melalui berbagai bentuk interaksi, baik melalui media sosial maupun pertemuan langsung seperti *handshake event*, *2-shot event*, *video call*, konser, serta beragam kegiatan lainnya [7]. Interaksi tersebut menunjukkan bahwa Wota tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pihak yang memproduksi, menyebarkan, dan menafsirkan pesan mengenai JKT48 di ruang digital.

Seiring hadirnya smartphone atau ponsel pintar, manusia menjadi bisa mengakses berbagai hal hanya dengan sekali sentuhan. Sebelum teknologi seperti ini semakin populer, orang umumnya berkomunikasi melalui telepon kabel, sehingga prosesnya dilakukan dengan cara berbincang langsung satu sama lain [8]. Salah satu media yang sering menjadi sasaran untuk melakukan penyebaran ujaran kebencian adalah media sosial. Media sosial merupakan alat komunikasi dalam menyebarkan sebuah berita dan pesan kepada masyarakat [9]. Dalam perspektif pandang linguistik, ketika seseorang menyampaikan postingan atau tuturannya di media sosial, hal tersebut dipahami sebagai sebuah Tindakan [10].

Aplikasi berbasis video pendek ini memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk berkreasi, menyampaikan informasi, serta berinteraksi secara langsung. Akan tetapi, meski menawarkan kemudahan tersebut, TikTok juga dapat menjadi ruang yang rentan terhadap berbagai tindakan negatif, seperti ujaran kebencian, intoleransi, dan diskriminasi [11]. Sistem penyebaran konten yang cepat melalui fitur rekomendasi dan halaman *For You Page* dapat membuat suatu komentar atau video memperoleh jangkauan luas dalam waktu singkat. Kondisi tersebut menyebabkan ujaran kebencian berpotensi menyebar dan memengaruhi persepsi publik terhadap individu, kelompok, maupun komunitas tertentu. Interpretasi ujaran di media sosial tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial yang mengiringinya, sebab pada platform seperti TikTok komentar yang tampak sederhana sering kali menyimpan maksud tertentu yang tidak bisa dipahami hanya melalui bentuk bahasanya saja [12]. Analisis ujaran kebencian tidak cukup hanya menelaah makna kata, melainkan juga perlu mempertimbangkan konteks [13].

Beberapa penelitian terdahulu mengenai komunitas penggemar JKT48 telah membahas pola komunikasi, interaksi antarpenggemar, kohesivitas kelompok, serta pembentukan citra komunitas. Penelitian mengenai komunikasi kelompok fans JKT48 menunjukkan bahwa komunikasi dalam komunitas dan pemanfaatan media sosial berperan dalam membangun kohesivitas kelompok (Komunikasi Kelompok Fans JKT48, 2024). Penelitian lain mengenai strategi komunikasi fanbase JKT48 di Instagram berfokus pada penggunaan media sosial untuk membangun citra positif melalui penyampaian informasi, apresiasi terhadap JKT48, dan kegiatan promosi [14]. Berdasarkan penelusuran terhadap penelitian terdahulu, belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji strategi komunikasi Wota dalam menghadapi *hate speech* terhadap JKT48 di TikTok dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian terdahulu yang membahas Wota dan JKT48 cenderung berfokus pada pola komunikasi, kohesivitas, interaksi penggemar, atau pembentukan citra, sedangkan penelitian mengenai *hate speech* cenderung berfokus pada klasifikasi ujaran, konteks bahasa, serta dampaknya. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan pada penggabungan tiga aspek, yaitu komunitas Wota sebagai objek penelitian, *hate speech* terhadap JKT48 di TikTok sebagai fenomena yang dikaji, dan analisis SWOT sebagai alat untuk mengevaluasi strategi komunikasi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada fokus, objek, platform, dan metode analisis yang digunakan. Penelitian terdahulu mengenai komunitas penggemar JKT48 umumnya membahas pola komunikasi, interaksi antarpenggemar, kohesivitas kelompok, serta strategi fanbase dalam membangun citra positif [14]. Sementara itu, penelitian mengenai *hate speech* terhadap idola dan penggemar lebih banyak menganalisis bentuk ujaran, fungsi tindak tutur, makna pragmatik, serta dampaknya terhadap objek yang menjadi sasaran [11], [13], [15]. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini berfokus pada evaluasi strategi komunikasi Wota dalam menghadapi *hate speech* terhadap JKT48 di media sosial TikTok menggunakan analisis SWOT. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi bentuk ujaran kebencian, tetapi juga memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi strategi komunikasi Wota.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi komunikasi Wota dalam menghadapi *hate speech* terhadap JKT48 di media sosial TikTok melalui analisis SWOT. Penelitian ini berfokus pada pengidentifikasian bentuk-bentuk *hate speech* yang muncul terhadap JKT48 di TikTok, menggambarkan strategi komunikasi yang digunakan Wota, serta menilai kekuatan dan kelemahan internal Wota dalam menjalankan strategi tersebut. Selain itu,

penelitian ini juga menelaah peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi Wota serta merumuskan alternatif strategi komunikasi yang lebih efektif, etis, dan konstruktif dalam menghadapi hate speech terhadap JKT48.

II. METODE

Pada penelitian ini, metode yang digunakan untuk menyelesaikan skripsi adalah metode kualitatif deskriptif. Metode tersebut berfokus pada pengolahan data yang bersifat deskriptif, sehingga hasil penelitian disajikan secara menggambarkan kondisi atau temuan yang diperoleh (Djam'an Satori, 2011: 23)[16]. Dalam penelitian ini, penulis bertujuan mengidentifikasi strategi efektif yang dapat diterapkan selama masa transformasi. Oleh karena itu, analisis SWOT digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari strategi komunikasi yang diterapkan Komunitas Wota dalam menghadapi hate speech terhadap JKT48. Analisis ini dipakai untuk memetakan kekuatan serta kelemahan, baik yang berasal dari faktor internal maupun eksternal. Tujuannya adalah untuk mengetahui kondisi organisasi secara lebih menyeluruh, sekaligus menyusun strategi yang lebih sesuai berdasarkan potensi dan situasi yang sedang dihadapi [17].

Penelitian ini mengadopsi konsep echo chamber dari Cass R. Sunstein untuk mengkaji situasi di mana individu atau kelompok terperangkap dalam arus informasi yang cenderung homogen [6], di mana lingkungan tersebut memperkuat polarisasi dengan membiarkan hoaks dan misinformasi tersebar tanpa tantangan. Dengan menerapkan metode studi kasus yang berfokus pada fenomena dalam konteks spesifik, penelitian ini menganalisis berbagai aspek strategi komunikasi, respons pemangku kepentingan, serta capaian yang dihasilkan, sekaligus menggunakan analisis SWOT sebagai alat pendukung untuk mengevaluasi secara komprehensif kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi JKT48 dalam berkarya, sehingga peneliti dapat menggali secara mendalam bagaimana JKT48 mengidentifikasi, merespons, dan mengurangi dampak suatu isu termasuk fenomena ujaran kebencian melalui pendekatan kualitatif seperti wawancara, diskusi kelompok, tinjauan literatur, dan observasi.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*). Pemilihan studi kasus dilakukan karena penelitian berfokus pada satu fenomena tertentu yang spesifik, yaitu strategi komunikasi komunitas Wota dalam menghadapi hate speech terhadap JKT48 di platform TikTok. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali informasi secara mendalam mengenai bentuk strategi, proses komunikasi, serta faktor-faktor yang memengaruhi penerapannya. Penulis terlebih dahulu melakukan kajian literatur terhadap analisis SWOT sebagai alat untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dari strategi yang digunakan oleh fans JKT48 lalu menyusun pedoman wawancara semi-terstruktur yang disesuaikan dengan konteks data utama diperoleh melalui wawancara daring dengan fandom JKT48 (Wota) dan tim Analytics, yang hasilnya ditranskrip, dikode, dan dikategorikan berupa matriks IFAS dan EFAS kemudian dikonversi ke dalam bobot dan rating untuk menyusun hasil penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dengan tiga orang anggota Komunitas Legion 48 dan tiga orang dari Komunitas Punk Idol. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi terhadap aktivitas komunikasi di media sosial TikTok, serta memanfaatkan dokumentasi berupa komentar. Data lain diperoleh dari artikel-artikel yang dianggap relevan dan dapat mendukung penelitian ini.

Hal ini tentu menarik untuk dibahas, bagaimana JKT48 bisa tetap eksis dengan tantangan *hate speech* yang cukup banyak sehingga peneliti memilih judul "*Strategi Komunikasi Wota dalam Menghadapi Hate Speech terhadap JKT48 di Media Sosial TikTok*"

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan enam informan yang berasal dari komunitas penggemar JKT48, ditemukan bahwa strategi komunikasi Wota dalam menghadapi hate speech di TikTok dilakukan melalui beberapa bentuk respons, yaitu memberikan klarifikasi, menyampaikan edukasi, membangun narasi positif, memberikan tanggapan secara langsung, memilih tidak memberikan respons atau non-engagement, serta melakukan pelaporan terhadap konten yang telah mengarah pada pelecehan atau rasisme. Seluruh informan menunjukkan bahwa ketika menemukan konten atau komentar negatif mengenai JKT48, informasi tersebut dapat dibagikan kembali kepada anggota komunitas untuk menentukan bentuk respons yang dianggap sesuai. Pola ini memperlihatkan bahwa komunikasi Wota tidak berlangsung dalam satu bentuk respons yang seragam, tetapi disesuaikan dengan konteks dan tingkat permasalahan yang muncul di media sosial.

Salah satu bentuk respons yang ditemukan adalah klarifikasi dan edukasi. Berdasarkan hasil observasi, terdapat komentar pengguna TikTok @sounllie_ yang menyampaikan penghinaan terhadap JKT48 melalui pernyataan "muka sama sifat nya sama sama jelek, dasar tonggos". Terhadap situasi tersebut, ditemukan respons dari akun @TerrenceshawMiller yang tidak menggunakan serangan balik, tetapi memberikan penjelasan bahwa kritik terhadap

idol maupun fans tetap diperbolehkan selama disampaikan dengan memperhatikan norma, kesopanan, dan kepantasan berbahasa. Respons tersebut juga mengingatkan agar kritik tidak berubah menjadi serangan terhadap pribadi. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian Wota memilih membangun kontra-narasi melalui komunikasi yang bersifat edukatif dan humanis dibandingkan membalas hate speech dengan bentuk serangan yang sama.

“Baik member maupun fans juga sama-sama manusia yg ga sempurna & memiliki kesalahan. Pada protes itu kali pun was no exception. Banyak yg sudah out of focus & fell into persecution towards staff members. In fact, there were numerous detestable mistakes that plagued the protest then. On the other hand, Olla juga pernah crossed the line multiple times dengan jokesnya. Kayak waktu JKT48 school a couple of years ago dimana dia bawa jokes tongkrongan yg inappropriate & menyinggung masalah SARA, itu malah ga banyak yg bahas. Intinya, kalo mau menegur & mengkritisi yah sah² saja, asalkan, memperhatikan norma², kesopanan & kepantasan berbahasa. Jangan malah jadi serangan ad hominem. Idol & fans harus sama-sama ikut bertumbuh melalui berbagai macam tantangan & masalah yg ada. Idol & fans harus saling menyemangati, saling menguatkan, saling mengingatkan & saling mendukung untuk sama-sama menjadi insan yang lebih baik lagi dari hari ke harinya. Peace out, you guys!” ujar akun Tiktok @TerrenceshawMiller.

Strategi tersebut dapat dipahami sebagai cara berkomunikasi untuk mengubah suasana dari hal yang memicu konflik menjadi pembicaraan yang lebih jelas dan saling memahami. Penelitian H. W. et al., 2022; Nasution et al., (2021) tentang hate speech terhadap idol dan penggemar K-Pop di Instagram dan Twitter menunjukkan bahwa media sosial sering menjadi tempat munculnya hinaan, tuduhan yang merugikan nama baik, serta ajakan untuk memprovokasi[15], [18]. Karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa respons yang diberikan oleh Wota berbeda dari situasi tersebut. Wota berusaha menghadapi komentar negatif dengan cara menjelaskan kembali informasi yang benar serta berkomunikasi dengan bahasa yang lebih baik dan lebih mudah dipahami. Ini memperkuat bahwa menghadapi ujaran kebencian tidak selalu harus melawan secara langsung, tetapi bisa juga dengan mengatur cara menyampaikan pesan agar tidak memperbesar masalah dan tetap menjaga komunikasi.

Praktik penguatan narasi juga terlihat dalam interaksi pengguna TikTok mengenai salah satu member JKT48 generasi 11, yaitu Alya. Beberapa komentar menunjukkan dukungan terhadap penampilan dan potensi Alya, kemudian memperoleh persetujuan dari pengguna lain. Terdapat pula komentar yang menyatakan bahwa Alya mempunyai potensi tetapi belum memperoleh perhatian yang maksimal. Pada sisi lain, ditemukan komentar yang memberikan pandangan lebih moderat dengan menyatakan bahwa seorang member tidak harus selalu menonjol melalui penampilan di atas panggung karena masih dapat mengembangkan daya tarik melalui bidang lain. Temuan tersebut menunjukkan bahwa ruang komunikasi Wota tidak sepenuhnya terdiri atas pandangan yang identik, tetapi terdapat kecenderungan penguatan terhadap narasi yang memiliki kesamaan arah, disertai dengan beberapa pandangan yang lebih moderat.

Dalam konteks penelitian ini, pola tersebut dapat dianalisis melalui konsep echo chamber. Echo chamber merupakan kondisi ketika pengguna media sosial lebih banyak berinteraksi dengan pihak yang mempunyai pandangan serupa sehingga narasi tertentu dapat terus diperkuat dalam kelompok tersebut. Cinelli et al., (2021) menjelaskan bahwa media sosial dapat membatasi paparan terhadap perspektif yang beragam dan mendorong terbentuknya kelompok pengguna yang memiliki kecenderungan pandangan serupa serta memperkuat narasi bersama. Temuan penelitian ini memperlihatkan bentuk yang relatif serupa, yaitu adanya proses berbagi informasi, persetujuan, dan penguatan narasi positif di antara pengguna yang memiliki keterikatan terhadap JKT48[19].

Namun, echo chamber dalam penelitian ini tidak hanya dipahami sebagai ruang yang menghasilkan homogenitas pendapat. Praktik tersebut juga berfungsi sebagai mekanisme koordinasi komunikasi ketika Wota menghadapi hate speech. Ketika sebuah konten dianggap menyerang JKT48, anggota komunitas dapat menyebarkan informasi tersebut, kemudian menentukan apakah perlu memberikan klarifikasi, membuat konten positif, tidak memberikan respons, atau melaporkan konten. Dengan demikian, echo chamber dapat berfungsi sebagai ruang penguatan solidaritas dan koordinasi informasi. Raza et al., (2025) juga menunjukkan bahwa echo chamber dapat memperkuat solidaritas internal kelompok, meskipun pada saat yang sama dapat meningkatkan jarak terhadap kelompok yang memiliki pandangan berbeda[20].

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa strategi komunikasi Wota mempunyai dua sisi. Pada sisi pertama, penguatan narasi internal dapat membantu mempercepat penyebaran informasi, membangun solidaritas, dan mendukung klarifikasi terhadap hate speech. Pada sisi lainnya, komunikasi yang terlalu berputar pada lingkungan internal dapat menyebabkan keterbukaan terhadap pandangan berbeda menjadi terbatas. Oleh karena itu, echo chamber dalam penelitian ini tidak ditempatkan semata-mata sebagai praktik negatif, tetapi sebagai pola komunikasi yang dapat memberikan fungsi perlindungan terhadap narasi komunitas sekaligus mempunyai risiko apabila tidak disertai keterbukaan terhadap kritik konstruktif.

A. Analisis Faktor Internal melalui IFAS

Berdasarkan hasil kategorisasi data wawancara, ditemukan lima faktor yang termasuk ke dalam aspek Strengths dan lima faktor yang termasuk ke dalam aspek Weaknesses. Penentuan faktor dilakukan berdasarkan tema

yang muncul dari hasil wawancara dengan informan, sedangkan bobot dan rating ditentukan berdasarkan tingkat kemunculan dan intensitas penyampaian faktor dalam wawancara. Hasil perhitungan tersebut kemudian digunakan untuk melihat kondisi internal strategi komunikasi Wota.

Tabel 1. Strenghts (Kekuatan)

No	Faktor Strategi	Tingkat Signifcant	Bobot	Rating	Score
1	Tingkat loyalitas para fans JKT48 yang tinggi	3	0,25	2	0,50
2	Solidaritas komunitas yang kuat dari fandom	2	0,17	4	0,67
3	Penyebaran informasi yang cukup masif	3	0,25	3	0,75
4	JKT48 mempunyai citra positif di ruang publik	2	0,17	3	0,50
5	Sub Total	1	0,17	4	0,67

Strenghts (Kekuatan)

Berdasarkan tabel Strengths, total skor kekuatan strategi komunikasi Wota memperoleh nilai 3,08. Faktor dengan skor tertinggi adalah penyebaran informasi yang cukup masif dengan skor 0,75. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan Wota dalam menyebarkan informasi menjadi salah satu kekuatan penting dalam menghadapi hate speech di TikTok. Penyebaran informasi memungkinkan klarifikasi, konten positif, dan informasi mengenai JKT48 beredar melalui jaringan komunikasi fandom.

“Kelebihan terbesar mungkin kedepannya untuk komentar atau konten media sosial hate speech bakal lama kelamaan juga berhenti sendiri jika tidak ada yg merespon atau peduli terhadap komentar hate speech seperti itu lama kelamaan bakal kapok sendiri bikin komentar atau Konten konten yg menjelekkan Nama JKT 48 ituu gada yg peduli dan Lebih tepatnya ga dapet viewers dan Pendapat/Dukungan,” (Zd, Anggota Legion 48, 13 juni 2026)

Kekuatan berikutnya adalah solidaritas komunitas dan dukungan terhadap proses kreatif idol yang masing-masing memperoleh skor 0,67. Sementara itu, tingkat loyalitas fans dan citra positif JKT48 masing-masing memperoleh skor 0,50. Hasil wawancara dengan Zd juga memperlihatkan bahwa strategi non-engagement dianggap dapat mengurangi perhatian terhadap konten hate speech karena konten tersebut tidak memperoleh respons maupun dukungan dari pengguna lain. Sementara itu, WR menjelaskan bahwa fans mempunyai berbagai bentuk respons, mulai dari membuat video klarifikasi, kompilasi momen member, edukasi budaya idol, memberikan argumen, memilih diam, hingga melaporkan konten yang mengarah pada pelecehan atau rasisme.

“Setiap penggemar memiliki cara tersendiri dalam bersikap. Ada yang memilih membuat konten bernuansa positif, misalnya video klarifikasi, kompilasi momen member yang menginspirasi, hingga edukasi budaya idol kepada netizen. Namun, ada pula yang bersikap lebih tegas dengan langsung menanggapi komentar, menyertakan argumen, bahkan terlibat debat di kolom komentar. Sayangnya, pendekatan tersebut belum sepenuhnya seragam. Sebagian fans juga memilih untuk tidak menanggapi secara langsung agar situasinya tidak semakin melebar dan pembenci tidak mendapat perhatian. Tetapi ketika komentar sudah melampaui batas terutama yang mengarah pada pelecehan atau rasisme biasanya respons dilakukan melalui pelaporan”.

Temuan mengenai kuatnya penyebaran informasi dan solidaritas tersebut sejalan dengan penelitian Ramadhanti et al., (2025) yang menemukan bahwa interaksi digital dalam komunitas fandom dapat membentuk dan mempertahankan kepercayaan serta solidaritas antarpenggemar, meskipun interaksi dilakukan secara anonim[21]. Hal

ini memperkuat temuan penelitian bahwa jaringan komunikasi dan solidaritas yang terbentuk di dalam fandom dapat menjadi modal sosial dalam menjalankan respons komunikasi terhadap isu yang berkaitan dengan idol.

Selain itu, penelitian Rizaldi et al., (2025) mengenai strategi komunikasi fanbase JKT48 di Instagram menunjukkan bahwa komunitas penggemar menggunakan konten informatif, apresiatif, dan promosi untuk membangun citra positif JKT48[14]. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa aktivitas komunikasi fandom dapat diarahkan pada penyebaran informasi dan penguatan citra positif, meskipun penelitian ini secara khusus melihat penggunaannya dalam menghadapi hate speech di TikTok.

Tabel 2. Weaknesses (kelemahan)

No	Faktor Strategi	Tingkat Significant	Bobot	Rating	Score
1	Arus informasi cenderung bergerak satu arah	3	0,25	2	0,5
2	Para fans berpotensi menjadi terlalu defensif	3	0,25	3	0,75
3	Risiko munculnya fanatisme yang berlebihan	2	0,17	2	0,33
4	Fandom cenderung apatis saat menerima pendapat	3	0,25	2	0,5
5	Bias dalam situasi yang lebih rumit	1	0,08	1	0,08

Weaknesses (Kelemahan)

Berdasarkan tabel Weaknesses, total skor kelemahan memperoleh nilai 2,17. Faktor dengan skor tertinggi adalah potensi fans menjadi terlalu defensif dengan skor 0,75. Selanjutnya, arus informasi yang cenderung satu arah dan kecenderungan apatis terhadap pendapat memperoleh skor masing-masing 0,50. Risiko fanatisme berlebihan memperoleh skor 0,33, sedangkan bias dalam situasi yang lebih rumit memperoleh skor 0,08.

Temuan wawancara dengan Zd memperlihatkan bahwa sebagian fans dapat memberikan respons yang terlalu defensif ketika JKT48 mendapatkan kritik. Informan menjelaskan bahwa terdapat fans yang langsung membalas atau bahkan ikut masuk ke persoalan pribadi member. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa loyalitas yang menjadi kekuatan fandom dapat berubah menjadi kelemahan apabila respons terhadap kritik tidak disertai batasan komunikasi yang jelas. Dalam konteks ini, permasalahan bukan terletak pada dukungan terhadap idol, tetapi pada cara dukungan tersebut diekspresikan ketika menghadapi perbedaan pendapat.

“Menurut saya, kelemahannya ada pada fanatisme yang berlebihan. Ada beberapa fans yang terlalu defensif ketika JKT48 dikritik, sehingga langsung membalas atau ikut mencampuri masalah pribadi member. Menurut saya, mendukung idol itu boleh, tetapi tetap harus ada batasnya supaya tidak malah menimbulkan konflik dan membuat citra JKT48 menjadi kurang baik.”, (Zd, Anggota Legion 48, 13 juni 2026)

Kondisi tersebut berkaitan dengan karakteristik echo chamber yang dapat membatasi paparan terhadap perspektif berbeda. Cinelli et al.,(2021) menunjukkan bahwa kelompok yang terbentuk berdasarkan kesamaan pandangan dapat memperkuat narasi bersama sekaligus mengurangi keberagaman paparan informasi[19]. Hal ini memperkuat temuan penelitian bahwa arus informasi yang terlalu berorientasi pada narasi internal fandom berpotensi membuat sebagian anggota kurang terbuka terhadap kritik atau perspektif dari luar kelompok.

Kelemahan tersebut juga perlu dilihat dalam konteks komunikasi fandom JKT48. Pada tahun 2025, JKT48 bahkan menyelenggarakan JKT48 Fanspace sebagai ruang diskusi dua arah antara manajemen dan perwakilan fans, dengan tujuan memungkinkan pertukaran sudut pandang, saran, dan masukan yang membangun. Fakta tersebut menunjukkan pentingnya komunikasi dua arah dalam lingkungan fandom dan menjadi penguat bahwa keterbukaan terhadap masukan merupakan aspek yang relevan dalam pengembangan komunikasi komunitas.

B. Analisis Faktor Eksternal melalui EFAS

Analisis faktor eksternal dilakukan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang muncul dari lingkungan komunikasi Wota di media sosial. Hasil kategorisasi wawancara menghasilkan lima faktor Opportunities dan lima faktor Threats.

Tabel 3. Opportunities (Peluang)

No	Faktor Strategi	Tingkat Significant	Bobot	Rating	Score
1	Komunitas berpotensi dimanfaatkan sebagai sarana kampanye citra positif	3	0,21	4	0,86
2	Fandom dapat turut berperan dalam edukasi digital	3	0,21	3	0,64
3	Mobilisasi massa untuk mendukung karya serta berbagai aktivitas	3	0,21	4	0,86
4	Memperluas keterlibatan (engagement) dengan audiens baru melalui konten yang konsisten dan bernuansa positif	3	0,21	4	0,86
5	Komunikasi yang solid dapat membantu menjaga keberlangsungan proses kreatif	2	0,14	2	0,29
Sub Total		14	1,00		3,50

Opportunities (Peluang)

Berdasarkan tabel Opportunities, total skor peluang memperoleh nilai 3,50. Tiga faktor memperoleh skor tertinggi yang sama, yaitu kampanye citra positif, mobilisasi massa untuk mendukung aktivitas JKT48, dan perluasan engagement dengan audiens baru, masing-masing sebesar 0,86. Selanjutnya, edukasi digital memperoleh skor 0,64, sedangkan komunikasi yang solid untuk mendukung keberlangsungan proses kreatif memperoleh skor 0,29.

Peluang tersebut terlihat dari pernyataan Zd yang menyebutkan bahwa fans tidak hanya berfokus pada respons terhadap hate speech, tetapi juga dapat mengarahkan perhatian pada kegiatan komunitas dan berbagai event JKT48. Sementara itu, Wd melihat peluang lain melalui peran fans sebagai jembatan edukasi budaya idol. Menurut informan,

konten dapat digunakan untuk menunjukkan bahwa JKT48 tidak hanya berkaitan dengan penampilan, tetapi juga kerja keras, pesan positif, dan kedekatan emosional antara idol dan penggemar.

“Peluang pasti ada tapi yaa ga terlalu peduli juga selagi ga bikin nama baik komunitas itu jelek pasti lebih fokus bikin event komunitas minggu an atau meramaikan event kedepannya”. (Zd, Anggota Legion 48, 13 juni 2026)

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Rizaldi et al.,(2025) yang menemukan bahwa aktivitas fanbase JKT48 melalui media sosial dapat diarahkan pada penyebaran informasi, apresiasi, dan penguatan citra positif[14]. Hal ini memperkuat temuan bahwa komunitas penggemar memiliki peluang untuk menggunakan media sosial bukan hanya sebagai ruang respons terhadap serangan, tetapi juga sebagai ruang produksi konten positif dan pengenalan nilai-nilai fandom kepada audiens yang lebih luas.

Peluang tersebut juga didukung oleh penelitian mengenai komunitas penggemar digital. Ramadhanti et al., (2025)) menemukan bahwa interaksi digital dalam komunitas penggemar dapat membentuk dan mempertahankan solidaritas meskipun berlangsung melalui interaksi anonim[21]. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa hubungan antarpenggemar dapat menjadi dasar untuk membangun koordinasi, solidaritas, dan partisipasi dalam aktivitas digital maupun komunitas.

Tabel 4. Threats (Ancaman)

No	Faktor Strategi	Tingkat Significant	Bobot	Rating	Score
1	Potensi terjadi konflik dengan pengguna Medsos	2	0,15	3	0,46
2	Munculnya stigma sosial terhadap fandom yang dinilai fanatic	3	0,23	2	0,46
3	Adanya serangan berupa ujaran kebencian, pelecehan, serta framing yang negative	3	0,23	1	0,23
4	Risiko polarisasi pendapat yang membuat komunitas semakin menjauh	2	0,15	2	0,31
5	Hilangnya objektivitas saat menilai situasi karena fandom terlalu bergantung	3	0,23	4	0,92
	Sub Total	13	1,00		2,38

Threats (Ancaman)

Berdasarkan tabel Threats, total skor ancaman memperoleh nilai 2,38. Faktor dengan skor tertinggi adalah hilangnya objektivitas saat menilai situasi dengan skor 0,92. Selanjutnya, potensi konflik dengan pengguna media sosial dan stigma terhadap fandom yang dianggap fanatik masing-masing memperoleh skor 0,46. Risiko polarisasi pendapat memperoleh skor 0,31, sedangkan serangan berupa hate speech, pelecehan, dan framing negatif memperoleh skor 0,23.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa ancaman yang paling menonjol bukan hanya berasal dari munculnya hate speech, tetapi juga dari kemungkinan respons internal fandom yang terlalu terikat pada perspektif kelompok. Apabila seluruh kritik dianggap sebagai serangan, maka terdapat risiko bahwa perbedaan antara hate speech dan kritik konstruktif menjadi kabur. Dalam konteks komunikasi, kondisi tersebut dapat menyebabkan respons yang kurang proporsional dan meningkatkan kemungkinan konflik dengan pengguna lain.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Cinelli et al., (2021) yang menunjukkan bahwa interaksi yang didominasi oleh kelompok dengan pandangan serupa dapat menghasilkan segregasi informasi [19]. Penelitian Raza et al., (2025) juga menunjukkan bahwa penguatan solidaritas internal melalui echo chamber dapat berlangsung bersamaan dengan meningkatnya polarisasi terhadap kelompok luar [20]. Hal ini memperkuat temuan penelitian bahwa solidaritas Wota merupakan kekuatan, tetapi apabila tidak diimbangi keterbukaan terhadap perspektif lain, solidaritas tersebut dapat beriringan dengan risiko polarisasi.

Ancaman berupa hate speech sendiri juga relevan dengan penelitian Nasution et al., (2021), yang menemukan adanya komentar berupa penghinaan, pencemaran nama baik, dan provokasi terhadap idol dan penggemarnya di media sosial [15]. Penelitian mengenai TikTok oleh Zulfikar & Nurhanifah, (2025) juga menunjukkan bahwa kolom komentar TikTok dapat menjadi ruang munculnya makian, sindiran, pelecehan, dan bentuk ujaran kebencian lainnya [11]. Temuan tersebut memperkuat bahwa lingkungan komunikasi digital yang menjadi ruang interaksi Wota juga memiliki potensi konflik verbal yang perlu dikelola melalui strategi komunikasi yang sesuai.

C. Analisis Posisi Strategi Komunikasi Wota Berdasarkan IFAS dan EFAS

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS, faktor Strengths memperoleh skor 3,08, sedangkan Weaknesses memperoleh skor 2,17. Selisih kedua faktor tersebut dihitung menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} X &= S - W \\ X &= 3,08 - 2,17 \\ X &= 0,91 \end{aligned}$$

Nilai tersebut menunjukkan bahwa skor faktor kekuatan dalam pemetaan internal penelitian lebih tinggi daripada skor kelemahan. Kekuatan terutama berasal dari kemampuan penyebaran informasi, solidaritas komunitas, dukungan terhadap proses kreatif, loyalitas fans, serta citra positif JKT48. Namun, hasil tersebut tidak berarti bahwa seluruh strategi komunikasi telah berjalan tanpa persoalan karena masih terdapat kelemahan berupa sikap defensif, arus informasi satu arah, dan keterbatasan keterbukaan terhadap perspektif berbeda.

Sementara itu, hasil EFAS menunjukkan bahwa Opportunities memperoleh skor 3,50, sedangkan Threats memperoleh skor 2,38. Perhitungan tersebut menghasilkan:

$$\begin{aligned} Y &= O - T \\ Y &= 3,50 - 2,38 \\ Y &= 1,12 \end{aligned}$$

Nilai tersebut menunjukkan bahwa skor peluang dalam pemetaan eksternal penelitian lebih tinggi daripada skor ancaman. Peluang terutama berasal dari penggunaan komunitas untuk kampanye citra positif, edukasi digital, mobilisasi dukungan, dan perluasan engagement dengan audiens baru. Meskipun demikian, peluang tersebut tetap berada dalam lingkungan komunikasi yang memiliki ancaman berupa konflik, stigma fandom, hate speech, polarisasi, dan berkurangnya objektivitas.

Dengan demikian, koordinat hasil analisis SWOT berada pada (0,91; 1,12). Posisi tersebut menunjukkan bahwa dalam pemetaan yang digunakan penelitian ini, faktor kekuatan internal dan peluang eksternal mempunyai nilai positif. Temuan tersebut menjadi dasar evaluasi bahwa strategi komunikasi Wota dapat memanfaatkan kekuatan jaringan komunikasi dan solidaritas fandom untuk mengembangkan komunikasi positif, edukasi digital, dan penyebaran informasi. Namun, hasil tersebut perlu dibaca bersama dengan kelemahan dan ancaman yang ditemukan, khususnya sikap defensif dan potensi berkurangnya objektivitas.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Wota dalam menghadapi hate speech terhadap JKT48 di TikTok berlangsung melalui kombinasi klarifikasi, edukasi, penguatan narasi positif, respons langsung, non-engagement, dan pelaporan. Praktik tersebut membentuk pola komunikasi yang memiliki karakteristik echo chamber karena terdapat proses berbagi informasi dan penguatan narasi dalam lingkungan fandom. Echo chamber dapat membantu memperkuat solidaritas dan mempercepat penyebaran klarifikasi, tetapi juga memiliki risiko membatasi keterbukaan terhadap perspektif yang berbeda. Hasil IFAS dan EFAS memperlihatkan bahwa

strategi komunikasi Wota mempunyai kekuatan internal dengan skor 3,08, kelemahan 2,17, peluang 3,50, dan ancaman 2,38, dengan koordinat (0,91; 1,12). Oleh karena itu, evaluasi strategi komunikasi Wota perlu mempertahankan kekuatan berupa solidaritas dan penyebaran informasi, sekaligus meningkatkan keterbukaan terhadap kritik konstruktif, menjaga objektivitas, dan membedakan antara hate speech dengan kritik yang masih berada dalam batas komunikasi yang wajar.

V. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian, dapat disimpulkan bahwa Wota menghadapi hate speech terhadap JKT48 di TikTok melalui klarifikasi, edukasi, penyebaran konten positif, respons langsung, non-engagement saat komentar memprovokasi, serta pelaporan jika konten mengarah pada pelecehan atau rasisme. Strategi ini membentuk echo chamber yang membantu solidaritas, mempercepat penyebaran informasi, dan mendukung koordinasi respons. Namun, pola ini juga berpotensi membuat fandom kurang terbuka pada perspektif lain dan memicu sikap defensif jika tidak dijaga secara objektif.

Analisis menunjukkan bahwa strategi komunikasi Wota memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan, meskipun tetap ada kelemahan dan ancaman yang perlu diperhatikan. Oleh karena itu, penerapan strategi komunikasi tersebut perlu terus disertai beberapa prinsip penting. Wota disarankan untuk menjaga keterbukaan terhadap kritik yang bersifat konstruktif, agar klarifikasi dan edukasi tidak berubah menjadi perdebatan yang tidak produktif. Selain itu, kemampuan membedakan hate speech dengan kritik yang wajar menjadi kunci agar respons tetap proporsional dan tidak memperbesar konflik. Terakhir, pemeliharaan objektivitas serta penerapan etika komunikasi diperlukan supaya respons Wota terhadap hate speech dapat berjalan lebih konstruktif, bertanggung jawab, dan tidak merugikan pihak lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan serta bantuan dalam penyusunan artikel ini. Secara khusus, penulis menyampaikan terima kasih kepada Dewa, Bintang, dan Faisal yang senantiasa memberikan semangat selama proses penulisan. Penulis juga mengapresiasi keberadaan Inggie Ardianto Nugroho yang telah senantiasa membimbing, membantu, serta memberikan berbagai masukan sejak tahap penelitian hingga artikel ini selesai. Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan evaluasi secara berkelanjutan sehingga artikel ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah turut berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung.

REFERENSI

- [1] M. E. Azzahra, H. Y. Hasanah, D. Amelia, R. Melati, and A. D. Salwi, "Pengaruh Media Sosial terhadap Komunikasi Antarbudaya Remaja: Studi Kasus di TikTok," *J. Bisnis dan Komun. Digit.*, vol. 2, no. 2, p. 9, 2024, doi: 10.47134/jbkd.v2i2.3380.
- [2] Fitri Madania, "Studi_Netnografi_Dinamika_Participatory_Culture_Ko.pdf," 2023.
- [3] D. F. Gunadi, "Representasi Makna Perpisahan pada Lirik Lagu 'Give Me Five' Karya JKT48: Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure," *J. Pendidik. Non Form.*, vol. 1, no. 2, p. 11, 2023, doi: 10.47134/jpn.v1i2.129.
- [4] Akbar Zheldy Abitya, "Pengaruh Terpaan Dan Efektivitas Konten Youtube Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Subscribers," *Communicology J. Ilmu Komun.*, vol. 11, no. 1, pp. 16–28, 2023, doi: 10.21009/communicology.031.02.
- [5] R. C. S. Sukarelawati, Ruhimat, "Resiliensi Pesan Dalam Lirik Lagu 'Birth' JKT48 (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure) Sukarelawati," *Univ. Djuanda Bogo*, vol. 9, 2025.
- [6] E. Gustin, M. A. Firmansyah, and D. D. Perdana, "Echo Chamber pada Interaksi Komentar di Akun Instagram @turnbackhoaxid dalam Konteks Post – Truth," *J. Komun. dan Teknol. Inf.*, vol. 16, no. 9, pp. 262–283, 2024.
- [7] D. M. Angelica and Z. A. Fadil, "Communication Strategies Implemented by JKT48 Towards Fan Loyalty," *Proc. Int. Conf. Cult. Sustain. Dev.*, vol. 1, pp. 98–105, 2023.
- [8] O. Wuriyanti and P. Febriana, "Problematisasi Penggunaan New Media (Whatsapp) di Kalangan Lansia Sebagai Media Bertukar Pesan di Era Digital," *J. Komun.*, vol. 16, no. 2, pp. 161–175, 2022, doi: 10.21107/ilkom.v16i2.15770.
- [9] I. Harliyana, "Ujaran Kebencian Pada Kolom Komentar Media," *Kande*, vol. 06, no. 01, pp. 69–78, 2025.
- [10] M. F. Agus Syahid, Muhlisin, "Tindak Tutur Ujaran Kebencian Bermuatan AntarGolongan di Media SOsial

- Indonesia: Kajian Linguistik Forensik,” *Hukum*, vol. 15, no. 1, pp. 35–54, 2025.
- [11] Zulfikar and Nurhanifah, “Digital Interaction : Dinamika Intoleransi serta Diskriminasi dan Ujaran Kebencian SARA di TIKTOK pada Akun @ CALLIBO Digital Interaction : Dynamics of Intolerance and Discrimination and Hate Speech of SARA on TIKTOK on the @ CALLIBO account penting dalam,” *J. Ilmu Pemerintah dan Ilmu Komun.*, vol. 4, no. 2, pp. 642–663, 2025, [Online]. Available: <https://media.neliti.com/media/publications/619667-digital-interaction-dynamics-of-intolera-cec3ef4a.pdf>
- [12] L. Adqiyah, K. Riyanni, N. Mayasari, and D. E. Juansah, “Analisis Pragmatik Terhadap Ujaran Kebencian Dalam Komentar Netizen Pada Platform Tiktok Terkait Pemberitaan Gus Elham,” pp. 84–94, 2026.
- [13] Y. Datau, D. N. Djou, and U. Zakaria, “Ujaran Kebencian dalam Kolom Komentar pada Konten Pilpres 2024 di Media Sosial Tiktok,” *Innov. J. Soc. Sci.*, vol. 5, no. 4, pp. 3761–3772, 2025, [Online]. Available: <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/20282%0Ahttps://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/20282/13768>
- [14] M. A. Rizaldi, S. Mayasari, and S. E. Hadi, “Strategi Komunikasi Akun Media Sosial Instagram Fanbase JKT48 Dalam Membangun Citra,” vol. 2, no. 3, pp. 187–220, 2025.
- [15] M. M. Nasution, J. Izar, and I. H. Afifah, “An Analysis of Hate Speech Against K-pop Idols and Their Fans on Instagram and Twitter,” *JETLi J. English Teach. Linguist.*, vol. 2, no. 2, pp. 91–99, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.unida-aceh.ac.id/index.php/jetli>
- [16] S. Hanyfah, G. R. Fernandes, and I. Budiarmo, “Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car Wash,” *Semnas Ristek (Seminar Nas. Ris. dan Inov. Teknol.*, vol. 6, no. 1, pp. 339–344, 2022, doi: 10.30998/semnasristek.v6i1.5697.
- [17] T. H. Diniasti and R. R. Wulan, “A SWOT Analysis on the Transformation Process of Telkom University National Campus Analisis SWOT dalam Transformasi Telkom University National Campus,” *Kanal J. Ilmu Komun.*, vol. 14, no. 1, pp. 11–23, 2025, doi: 10.21070/kanal.v14i1.1857.
- [18] J. K. H. W., K. F. Rizkyawan, M. Z. Haris, R. K. Muzaqi, and Y. N. Afifah, “Fenomena Echo Chamber di Media Sosial dan Dampaknya Terhadap Polarisasi Politik bagi Mahasiswa,” *J. Pendidik. Kewarganegaraan*, vol. 9, no. 2, pp. 121–130, 2022, doi: 10.32493/jpkn.v9i2.y2022.p121-130.
- [19] M. Cinelli, G. de Francisci Morales, A. Galeazzi, W. Quattrociocchi, and M. Starnini, “The echo chamber effect on social media,” *Proc. Natl. Acad. Sci. U. S. A.*, vol. 118, no. 9, 2021, doi: 10.1073/pnas.2023301118.
- [20] A. M. Raza, N. Aulia, and S. Sopian, “The Echo Chamber Effect: Analisis Sosiologis Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Solidaritas dan Polarisasi Kelompok di Indonesia,” *J. Bincang Komun.*, vol. 3, no. 1, pp. 39–52, 2025, [Online]. Available: <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JBK/article/view/27736>
- [21] N. Z. Ramadhanti, N. Rahmawati, and N. Niko, “The dynamics of Carat Indonesia’s solidarity in anonymous interactions on X,” *Privet Soc. Sci. J.*, vol. 5, no. 4, pp. 13–25, 2025, doi: 10.55942/pssj.v5i4.353.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.