

ANALISIS DAMPAK ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) PADA PLATFORM MEDIA SOSIAL TERHADAP KUALITAS INTERAKSI SOSIAL GENERASI Z

**Shaqina Nova Syafitri¹; Ade Linhar P^{2*}; Deswita Amalia Situmorang³; MHD.
Rafly Septian⁴; Muhammad Iqbal⁵**

¹⁻⁵ Program Studi Teknologi Informasi, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan,

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

shaqinanovasyafitri@gmail.com¹, adelinhar@uinsyahada.ac.id^{2*},

deswitaamaliasitumorang@gmail.com³, muhammadralflypungkut2121@gmail.com⁴,

iqbal052020@gmail.com⁵

Abstract

This study analyzes the impact of Artificial Intelligence (AI) on social media platforms regarding the quality of Generation Z's social interactions. Employing a qualitative descriptive literature review method to examine scientific publications from Google Scholar, ScienceDirect, and ResearchGate, this study reveals a paradox: an increase in digital connectivity that conversely decreases the authenticity of social relationships. The findings indicate that AI algorithms on platforms such as Instagram, TikTok, and YouTube successfully create personalized content while simultaneously triggering social pressure. AI recommendation systems encourage content conformity, construct performative digital identities, and shift communication patterns from reflective-emotional to rapid-visual. The resulting negative impacts include increased social anxiety, loneliness, the echo chamber phenomenon, and a dependency on algorithm-based validation that erodes deep interpersonal relationships. As a solution, this study emphasizes the importance of comprehensive critical digital literacy to build reflective awareness of algorithms, rather than focusing solely on technical skills. Its practical implications demand the development of more ethical platform designs, the integration of critical digital literacy into educational policies, and parental guidance. These recommendations aim to enable Generation Z to form healthy, critical, and authentic identities and interactions within an AI-driven digital environment.

Keywords: *Artificial Intelligence, Social Media, Generation Z, Social Interaction, Algorithm, Digital Identity, Authenticity, Digital Literacy*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis dampak kecerdasan buatan (AI) pada media sosial terhadap kualitas interaksi sosial Generasi Z. Menggunakan metode studi literatur deskriptif kualitatif terhadap publikasi ilmiah dari *Google Scholar*, *ScienceDirect*, dan *ResearchGate*, studi ini mengungkapkan adanya paradoks: peningkatan koneksi digital yang justru menurunkan autentisitas hubungan sosial. Hasil kajian menunjukkan bahwa algoritma AI pada platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube berhasil menciptakan personalisasi konten, namun sekaligus memicu tekanan sosial. Sistem rekomendasi AI mendorong konformitas konten, mengonstruksi identitas digital yang performatif, dan mengubah pola komunikasi dari reflektif-emosional menjadi cepat-visual. Dampak negatifnya meliputi peningkatan kecemasan sosial, kesepian, fenomena

echo chamber, serta ketergantungan pada validasi algoritma yang mengikis hubungan interpersonal yang mendalam. Sebagai solusi, penelitian ini menegaskan pentingnya literasi digital kritis yang komprehensif untuk membangun kesadaran reflektif terhadap algoritma, bukan sekadar keterampilan teknis. Implikasi praktisnya menuntut pengembangan desain platform yang lebih etis, integrasi literasi digital dalam kebijakan pendidikan, serta pendampingan orang tua. Rekomendasi ini bertujuan agar Generasi Z mampu membentuk identitas dan berinteraksi secara sehat, kritis, dan autentik di lingkungan digital berbasis AI.

Kata kunci: Kecerdasan Buatan, Media Sosial, Generasi Z, Interaksi Sosial, Algoritma, Identitas Digital, Autentisitas, Literasi Digital

PENDAHULUAN

Revolusi digital yang dipicu oleh kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) telah merekonstruksi pola interaksi sosial manusia secara mendasar, khususnya di kalangan Generasi Z yang merupakan digital native sejati. Platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube telah berevolusi dari sekadar ruang berbagi konten menjadi ekosistem digital kompleks yang dikontrol oleh algoritma AI, yang menentukan visibilitas konten, membentuk opini publik, dan mengatur pola interaksi antar pengguna. Integrasi AI dalam platform media sosial menciptakan pengalaman yang dipersonalisasi melalui sistem rekomendasi konten, automasi respons, dan kurasi informasi berbasis preferensi pengguna, yang di satu sisi meningkatkan efisiensi komunikasi, namun di sisi lain menimbulkan kekhawatiran serius terhadap kualitas dan autentisitas hubungan sosial yang terbangun (Corsi, 2024; Hohenstein et al., 2023).

Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, merupakan kelompok demografis pertama yang mengalami kehidupan digital sejak usia dini. Mereka tidak mengenal era tanpa internet, smartphone, atau media sosial, sehingga teknologi bukan lagi sekadar alat bantu, melainkan telah menjadi bagian integral dari identitas dan kehidupan sosial mereka (Phua et al., 2017). Di Indonesia sendiri, data APJII (2024) mencatat bahwa penetrasi internet Indonesia mencapai 79,5%, dengan Generasi Z menjadi kelompok yang memberikan kontribusi terbesar terhadap pengguna internet, yaitu 34,40%. Dalam konteks ini, algoritma AI tidak hanya memfasilitasi interaksi, tetapi juga secara aktif membentuk cara Generasi Z berkomunikasi, membangun relasi, dan mengonstruksi identitas digital mereka. Komunikasi visual seperti video pendek, emoji, dan fitur story lebih disukai dibanding komunikasi verbal tradisional, yang mempersingkat waktu perhatian dan menggeser interaksi dari refleksi emosional ke

ekspresi cepat berbasis algoritma (Bayer et al., 2016). Keterikatan Generasi Z terhadap teknologi inilah yang menjadikan mereka kelompok paling terdampak oleh mekanisme algoritmik media sosial yang digerakkan oleh AI.

Peristiwa ini menimbulkan paradoks kontemporer: di tengah meningkatnya jumlah koneksi digital, banyak pengguna muda justru melaporkan perasaan kesepian, kecemasan sosial, dan terputusnya hubungan dengan kehidupan nyata (Apriyanti et al., 2024). Algoritma yang dirancang untuk meningkatkan engagement sering kali menciptakan tekanan sosial bagi pengguna untuk mempertahankan persona ideal yang sesuai dengan ekspektasi komunitas daring dan tren yang dikurasi oleh sistem (Arora et al., 2024). Hal ini mengakibatkan pergeseran nilai sosial, di mana kecepatan, estetika visual, dan popularitas digital menggeser kejujuran emosional dan kedalaman relasi interpersonal. Lebih jauh lagi, kekhawatiran tentang ruang gema (echo chamber) dan informasi yang salah muncul dari kecenderungan AI untuk memperkuat kepercayaan yang ada, yang berpotensi mengisolasi pengguna dari perspektif yang beragam (Corsi, 2024). Ketergantungan pada AI dapat menyebabkan hubungan yang kurang otentik, karena pengguna dapat memprioritaskan konten yang disarankan secara algoritmik daripada hubungan yang asli (Hohenstein et al., 2023).

Dampak negatif dari fenomena ini tidak hanya terbatas pada aspek psikologis individual, tetapi juga meluas ke dimensi sosio-kultural yang lebih luas. Generasi Z sering kali merasa tertekan untuk menciptakan citra ideal yang sesuai dengan ekspektasi algoritma dan komunitas daring, yang mengakibatkan pencitraan diri yang berlebihan dan mengikis autentisitas dalam berinteraksi (Arora et al., 2024). Fenomena ini menciptakan ketegangan internal antara persona digital yang performatif dengan kepribadian asli dalam kehidupan nyata, yang pada gilirannya mempengaruhi kepercayaan diri dan kesehatan mental (Sikumbang et al., 2024). Di sisi lain, penggunaan AI juga menimbulkan masalah etika terkait privasi data dan perlunya transparansi dalam proses algoritmik (Corsi, 2024).

Penelitian tentang dampak AI terhadap interaksi sosial Generasi Z menjadi semakin urgen mengingat kelompok ini akan menjadi mayoritas populasi produktif dalam beberapa dekade mendatang. Pemahaman mendalam tentang bagaimana teknologi berbasis AI memengaruhi pola komunikasi, pembentukan identitas, dan kualitas hubungan sosial mereka tidak hanya relevan dari perspektif akademis, tetapi juga memiliki implikasi praktis bagi pengembangan kebijakan pendidikan, desain platform

digital yang lebih etis, dan strategi literasi digital yang kritis. Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji dampak media sosial terhadap kesehatan mental dan perilaku remaja, masih terdapat kesenjangan pemahaman mengenai peran spesifik algoritma AI dalam membentuk dinamika interaksi sosial dan konstruksi identitas digital di kalangan Generasi Z (Arkhipova et al., 2024).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji dampak teknologi terhadap perilaku remaja. Mashlahah dan Arifin (2023) menunjukkan bahwa perkembangan teknologi memiliki dampak positif dan negatif terhadap perilaku pemuda pemudi di era milenial, termasuk lunturnya kebudayaan setempat dan munculnya bahasa gaul sebagai media komunikasi. Marciano dan Viswanath (2023) menemukan bahwa keterlibatan penggunaan media sosial memengaruhi interaksi sosial di kalangan Gen Z, dengan kecenderungan interaksi yang lebih dangkal dibandingkan komunikasi tatap muka. Sementara itu, Arkhipova dan Janssen (2024) menyatakan bahwa rekomendasi AI secara signifikan memengaruhi praktik individual dan sosial Generasi Z di media sosial. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara komprehensif mengintegrasikan perspektif tekanan sosial, identitas digital, dan perubahan pola komunikasi dalam satu kerangka analisis yang holistik, khususnya dalam konteks Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif dampak penerapan *Artificial Intelligence* (AI) pada platform media sosial terhadap kualitas interaksi sosial Generasi Z melalui metode studi literatur. Penelitian ini berfokus pada bagaimana algoritma AI memengaruhi tekanan sosial digital, pembentukan identitas digital, perubahan pola komunikasi, serta implikasinya terhadap pengembangan literasi digital dan desain platform media sosial yang lebih etis. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah sebagai referensi bagi akademisi, pendidik, pengembang platform digital, dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan pemanfaatan AI yang lebih bertanggung jawab dan mendukung terciptanya interaksi sosial yang sehat di era digital.

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam memperluas pemahaman tentang dampak tersembunyi dari algoritmisasi interaksi sosial, sekaligus memberikan landasan empiris bagi pengembangan literasi digital kritis yang tidak hanya fokus pada keterampilan teknis penggunaan teknologi, tetapi juga kesadaran reflektif tentang bagaimana teknologi membentuk perilaku, nilai, dan relasi sosial di era digital. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi pijakan bagi pemangku kepentingan-mulai dari pengembang platform, pendidik, pembuat kebijakan, hingga

orang tua-dalam merancang intervensi yang mendukung terciptanya lingkungan digital yang lebih inklusif, etis, dan kondusif bagi pengembangan hubungan sosial yang sehat dan autentik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (literature review) dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis pemanfaatan platform media sosial berbasis kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) dan dampaknya terhadap kualitas interaksi sosial Generasi Z. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti mengkaji dan menyintesis berbagai hasil penelitian terdahulu secara komprehensif, sehingga dapat memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai fenomena yang diteliti (Page et al., 2021). Proses pelaporan kajian diperkuat dengan prinsip transparansi seleksi literatur yang merujuk pada PRISMA 2020 (Page et al., 2021), terutama dalam menjelaskan identifikasi, penyaringan, kelayakan, dan sintesis sumber.

Proses penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan, dimulai dari identifikasi topik dan rumusan masalah, yaitu menitikberatkan pada pengaruh AI terhadap interaksi sosial Generasi Z. Selanjutnya dilakukan pencarian dan pengumpulan literatur melalui basis data ilmiah seperti Google Scholar, ScienceDirect, dan ResearchGate dengan kata kunci "Artificial Intelligence," "social media algorithms," "Generation Z," dan "social interaction." Kriteria inklusi yang digunakan meliputi publikasi dalam rentang waktu 2014-2024, berbahsa Indonesia atau Inggris, dan relevan dengan topik penelitian. Kriteria eksklusi mencakup publikasi yang tidak memiliki validitas akademik yang memadai atau tidak terkait langsung dengan tema penelitian.

Dari literatur yang terkumpul, dilakukan seleksi berdasarkan relevansi, validitas akademik, dan keterkaitan tematik, diikuti dengan analisis isi (content analysis) untuk menelaah pola, kesamaan, dan perbedaan temuan di setiap penelitian. Tahap terakhir adalah sintesis hasil kajian, yang bertujuan merangkum temuan utama sehingga membentuk gambaran holistik tentang bagaimana algoritma AI memengaruhi pola komunikasi, tekanan sosial, dan kualitas interaksi sosial Generasi Z. Metode ini bersifat deskriptif dan analitis, karena fokusnya bukan untuk menguji hipotesis, tetapi untuk memberikan pemahaman mendalam yang integratif berdasarkan literatur yang tersedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tekanan Sosial yang Didorong oleh Algoritma AI

Algoritma AI pada platform media sosial menciptakan tekanan sosial yang kompleks bagi Generasi Z melalui berbagai mekanisme. Sistem rekomendasi berbasis AI dirancang untuk memaksimalkan engagement dengan menampilkan konten yang paling mungkin mendapat interaksi tinggi, yang secara tidak langsung mendorong pengguna untuk memproduksi konten yang sesuai dengan tren algoritmik (Corsi, 2024). Hal ini menciptakan siklus konformitas di mana kreativitas individual tersubordinasi oleh logika popularitas digital. Penelitian Arora et al. (2024) menunjukkan bahwa Generasi Z mengalami tekanan untuk terus-menerus menghadirkan citra diri yang sempurna dan sesuai dengan ekspektasi komunitas digital. Fenomena “Instagramworthy” atau “TikTokable” menjadi standar baru dalam menentukan nilai suatu pengalaman atau momen kehidupan. Tekanan ini diperkuat oleh metrik visibilitas seperti jumlah like, komen, dan share yang menjadi ukuran validasi sosial di ruang digital.

Lebih lanjut, algoritma AI cenderung menciptakan echo chamber di mana pengguna hanya terpapar pada perspektif yang sejalan dengan preferensi mereka sebelumnya. Corsi (2024) menjelaskan bahwa mekanisme ini membatasi keberagaman pandangan dan memperkuat polarisasi opini. Generasi Z yang tumbuh dalam ekosistem Informasi yang homogen berisiko mengalami kesulitan dalam berempati dengan perspektif yang berbeda dan mengembangkan kemampuan berpikir kritis.

Tekanan sosial juga muncul dari fear of missing out (FOMO) yang diperparah oleh algoritma yang terus-menerus menampilkan aktivitas tema atau influencer. Marciano dan Viswanath (2023) menemukan bahwa FOMO mendorong Generasi Z untuk terus terhubung dengan platform media sosial, bahkan ketika aktivitas tersebut menimbulkan kelelahan digital dan mengurangi kualitas istirahat.

2. Perubahan Identitas dan Autentisitas Digital

Identitas digital Generasi Z dikonstruksi dalam ruang yang sangat dipengaruhi oleh algoritma AI. Swart (2021) menjelaskan bahwa proses pembentukan identitas digital ini bersifat performatif, di mana individu secara sadar atau tidak sadar menyesuaikan presentasi diri mereka dengan ekspektasi algoritma dan audiens digital. Hal ini menciptakan ketegangan antara autentisitas diri dengan persona digital yang ditampilkan. Fenomena curated self atau diri yang dikurasi menjadi semakin dominan di kalangan Generasi Z. Mereka cenderung menampilkan versi ideal dari kehidupan mereka, dengan

menyaring momen-momen negatif dan hanya membagikan pengalaman yang dianggap layak untuk konsumsi publik. Sikumbang et al. (2024) menunjukkan bahwa praktik ini dapat mengakibatkan disonansi kognitif antara realitas kehidupan sehari-hari dengan representasi digital yang ditampilkan, yang pada gilirannya berdampak pada kesehatan mental dan harga diri.

Algoritma AI memperburuk fenomena ini dengan memberikan reward dalam bentuk visibilitas lebih tinggi pada konten yang sesuai dengan pola tertentu. Generasi Z yang menginginkan validasi sosial dan popularitas digital terdorong untuk terus memproduksi konten yang performatif, bahkan jika hal tersebut bertentangan dengan nilai atau keinginan pribadi mereka. Hohenstein kemampuan individu untuk mengembangkan identitas yang koheren dan stabil. Dalam konteks Indonesia, Schellewald (2023) menemukan bahwa konstruksi identitas digital juga berimplikasi pada lunturnya nilai-nilai budaya lokal. Generasi Z cenderung mengadopsi tren global yang dipromosikan oleh algoritma media sosial, yang sering kali tidak sesuai dengan norma sosial dan budaya setempat. Hal ini menciptakan konflik identitas antara nilai tradisional yang diajarkan dalam keluarga dan komunikasi dengan nilai-nilai yang dipromosikan dalam ruang digital.

3. Pergeseran Pola Komunitas

Algoritma AI telah mengubah pola komunikasi Generasi Z secara fundamental. Bayer et al. (2016) menunjukkan bahwa komunikasi visual seperti emoji, stiker, GIF, dan video pendek menjadi dominan, menggantikan komunikasi verbal yang lebih reflektif dan mendalam. Pergeseran ini tidak hanya mengubah medium komunikasi, tetapi juga mengubah cara Generasi Z memproses dan mengekspresikan emosi. Platform seperti TikTok dan Instagram Reels yang menggunakan algoritma berbasis AI untuk mempromosikan konten video pendek telah mempersingkat rentang perhatian Generasi Z. Marciano dan Viswanath (2023) menemukan bahwa generasi ini cenderung lebih nyaman dengan komunikasi yang cepat, ringkas, dan visual daripada percakapan panjang yang memerlukan perhatian berkelanjutan. Hal ini berdampak pada kemampuan mereka untuk terlibat dalam diskusi yang mendalam dan reflektif.

Automasi respons dan chatbot berbasis AI juga mengubah ekspektasi Generasi Z terhadap kecepatan komunikasi. Mereka mengharapkan respons yang instan dan menjadi tidak sabar ketika komunikasi memerlukan waktu lebih lama. Phua et al. (2017) menjelaskan bahwa pola ini dapat mengurangi kualitas komunikasi interpersonal, karena percakapan yang bermakna seringkali memerlukan waktu untuk refleksi dan pemikiran

yang matang. Di sisi lain, algoritma rekomendasi konten menciptakan pola komunikasi yang lebih pasif. Generasi Z cenderung mengonsumsi konten yang dikurasi oleh algoritma daripada secara aktif mencari informasi atau terlibat dalam diskusi produktif. Zeng et al. (2022) menunjukkan bahwa pola konsumsi pasif ini dapat mengurangi kemampuan berpikir kritis dan kemandirian intelektual. Perubahan pola komunikasi juga terlihat dalam preferensi terhadap komunikasi asinkron dibanding komunikasi real-time. Generasi Z lebih nyaman dengan pesan teks, voice note, atau komentar di media sosial dibanding panggilan telepon atau pertemuan tatap muka. Hal ini mencerminkan keinginan untuk memiliki kontrol lebih besar terhadap waktu dan cara mereka berinteraksi, namun di sisi lain dapat mengurangi keterampilan komunikasi interpersonal langsung yang penting untuk membangun hubungan yang mendalam.

4. Implikasi terhadap Pengembangan Literasi Digital Kritis dan Desain Platform yang Lebih Etis

Temuan penelitian ini memiliki implikasi signifikan terhadap pengembangan literasi digital kritis. Literasi digital tidak dapat lagi dipahami hanya sebagai kemampuan teknis menggunakan teknologi, tetapi harus mencakup kesadaran kritis tentang bagaimana algoritma AI membentuk perilaku, nilai, dan hubungan sosial. Corsi (2024) menekankan pentingnya transparansi algoritmik agar pengguna memahami bagaimana konten dikurasi dan dipersonalisasi untuk mereka. Pendidikan literasi digital kritis harus mengajarkan Generasi Z untuk mengenali tekanan sosial yang ditimbulkan oleh algoritma dan mengembangkan kemampuan untuk membuat keputusan yang otonom tentang penggunaan media sosial. Ini termasuk kemampuan untuk mengidentifikasi echo chamber, memahami bias algoritmik, dan mengevaluasi kualitas informasi di tengah banjir konten yang dikurasi oleh AI (Hohenstein et al., 2023).

Dari perspektif desain platform, penelitian ini menyarankan perlunya pendekatan yang lebih etis dalam pengembangan algoritma AI. Platform media sosial harus mempertimbangkan dampak sosial dan psikologis dari mekanisme engagement yang mereka ciptakan. Arora et al. (2024) merekomendasikan pengembangan fitur-fitur yang mendukung wellbeing pengguna, seperti pembatasan waktu penggunaan, reminder untuk beristirahat, dan opsi untuk mematikan metrik visibilitas yang dapat menciptakan tekanan sosial. Regulasi dan kebijakan publik juga perlu dikembangkan untuk melindungi Generasi Z dari dampak negatif algoritmisasi media sosial. Ini mencakup perlindungan data pribadi, transparansi dalam penggunaan AI, dan akuntabilitas platform terhadap dampak sosial yang ditimbulkan oleh algoritma mereka. Sikumbang et al. (2024)

menekankan bahwa kolaborasi antara pemerintah, platform teknologi, institusi pendidikan, dan masyarakat sipil sangat penting dalam menciptakan ekosistem digital yang lebih sehat. Peran orang tua dan pendidik juga krusial dalam membimbing Generasi Z menggunakan media sosial secara bijak. Pendampingan tidak hanya berupa pengawasan atau pembatasan, tetapi juga dialog terbuka tentang pengalaman digital mereka, risiko yang ada, dan strategi untuk membangun hubungan yang autentik di tengah dominasi algoritma AI (Marciano dan Viswanath, 2023).

Meskipun demikian, kajian ini memiliki batasan yang perlu diperhatikan. Literatur yang digunakan berasal dari konteks negara, kelompok usia, dan platform yang berbeda sehingga hasilnya tidak dapat secara otomatis digeneralisasi kepada seluruh Generasi Z di Indonesia. Selain itu, algoritma platform bersifat dinamis dan dapat berubah dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, temuan literatur perlu dipahami sebagai gambaran mekanisme dan pola yang dilaporkan penelitian sebelumnya, bukan sebagai ukuran tetap dari perilaku semua pengguna.

Keterbatasan dan Arah Penelitian Lanjutan

Dalam konteks penelitian ini, kualitas interaksi sosial dapat dipandang melalui beberapa indikator konseptual, yaitu kedalaman komunikasi, autentisitas presentasi diri, keberagaman perspektif, kualitas hubungan interpersonal, serta kemampuan pengguna mengendalikan respons terhadap rekomendasi algoritmik. Indikator tersebut membantu menjelaskan mengapa konektivitas yang tinggi tidak selalu identik dengan hubungan sosial yang berkualitas. Interaksi yang banyak tetapi didominasi konsumsi pasif, pencarian validasi, atau paparan konten homogen dapat menghasilkan pengalaman yang berbeda dari interaksi yang aktif, suportif, dan reflektif.

Sintesis tersebut memperlihatkan bahwa penelitian mengenai media sosial dan AI perlu menghindari kesimpulan yang terlalu sederhana. Temuan yang menunjukkan risiko tidak berarti setiap penggunaan media sosial menghasilkan dampak negatif, sementara temuan yang menunjukkan manfaat juga tidak berarti algoritma selalu mendukung kualitas hubungan. Perbedaan hasil dapat muncul karena jenis aktivitas, karakteristik konten, usia pengguna, konteks sosial, dan desain platform. Ansari et al. (2024), melalui systematic review dan meta-analysis terhadap 51 studi dengan total 680.506 partisipan, menemukan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan tidak menunjukkan hubungan yang konsisten dengan kesejahteraan, sedangkan penggunaan yang bermasalah menunjukkan hubungan negatif dengan subjective well-being dan psychological well-being. Temuan

ini mendukung pentingnya membedakan intensitas penggunaan dari pola penggunaan yang bermasalah.

Untuk memperjelas posisi penelitian, beberapa temuan penelitian 2021–2025 yang relevan dirangkum pada tabel berikut. Tabel ini tidak dimaksudkan untuk menggantikan hasil kajian utama, tetapi untuk menunjukkan hubungan antara fokus penelitian terdahulu dengan tema AI, algoritma, kesejahteraan, dan interaksi sosial Generasi Z.

Tabel Sintesis Penelitian Terdahulu

Kerangka ini juga menegaskan posisi literasi digital sebagai variabel yang dapat membantu pengguna menghadapi lingkungan algoritmik. Pengguna yang memahami cara rekomendasi bekerja memiliki peluang lebih besar untuk mempertanyakan konten yang diterima, mengatur preferensi, dan mencari sumber pembandingan. Karena itu, kualitas interaksi sosial tidak hanya merupakan hasil dari teknologi, tetapi merupakan hasil interaksi antara desain sistem, karakteristik konten, kemampuan pengguna, dan konteks sosial.

Kerangka tersebut menjelaskan mengapa dampak AI tidak bersifat tunggal. Apabila rekomendasi mempertemukan pengguna dengan komunitas suportif dan informasi yang relevan, AI dapat memperluas kesempatan interaksi. Sebaliknya, apabila rekomendasi memperkuat paparan negatif, homogenitas informasi, atau tekanan untuk mengejar engagement, kualitas hubungan dapat mengalami penurunan. Kajian umbrella review tahun 2024 juga menegaskan bahwa dampak media sosial terhadap kesejahteraan remaja dipengaruhi oleh karakteristik individu, pola penggunaan, konten, dan desain platform, sehingga hubungan tersebut tidak tepat dijelaskan hanya melalui jumlah waktu penggunaan.

Berdasarkan keseluruhan kajian, hubungan antara AI dan kualitas interaksi sosial Generasi Z dapat dipahami melalui rantai proses: data dan perilaku pengguna → personalisasi algoritmik → paparan konten → respons dan kebiasaan pengguna → perubahan pola interaksi sosial. Pada tahap pertama, aktivitas pengguna menghasilkan sinyal data. Pada tahap kedua, sistem memproses sinyal tersebut untuk memilih dan mengurutkan konten. Pada tahap ketiga, konten yang berulang dapat memengaruhi perhatian, emosi, persepsi norma sosial, dan pilihan interaksi. Pada tahap keempat,

respons pengguna kembali menjadi masukan bagi sistem sehingga membentuk siklus personalisasi.

Sintesis Temuan dan Kerangka Konseptual

Pada tingkat keluarga dan institusi pendidikan, pendampingan sebaiknya tidak berhenti pada larangan menggunakan media sosial. Taylor dan Brisini (2024) menunjukkan pentingnya *algorithm awareness* sebagai keterampilan bagi orang tua dalam memahami risiko dan peluang TikTok. Pendampingan yang bersifat dialogis memungkinkan pengguna muda membicarakan pengalaman mereka, mengenali tekanan sosial, serta memahami alasan di balik kebiasaan penggunaan. Strategi tersebut lebih sejalan dengan tujuan membangun kemandirian digital dibandingkan pengawasan yang hanya berorientasi pada durasi.

Swart (2021) menekankan bahwa pengalaman sehari-hari dengan algoritma dapat menjadi bagian dari proses terbentuknya literasi algoritmik. Oleh sebab itu, pendidikan tidak cukup hanya mengajarkan cara menggunakan aplikasi. Mahasiswa dan pelajar juga perlu diajak melakukan refleksi sederhana, misalnya membandingkan hasil rekomendasi dari beberapa akun, mengidentifikasi faktor yang kemungkinan memengaruhi konten, serta menilai apakah rekomendasi tersebut memperluas atau justru mempersempit sudut pandang. Pendekatan semacam ini dapat mengubah pengguna dari konsumen pasif menjadi pengguna yang lebih sadar terhadap mekanisme platform.

Berdasarkan sintesis penelitian terdahulu, literasi digital kritis untuk Generasi Z perlu memiliki sedikitnya empat komponen. Pertama, kesadaran algoritmik, yaitu kemampuan memahami bahwa konten yang muncul pada beranda bukan representasi netral dari seluruh informasi yang tersedia. Kedua, evaluasi konten, yaitu kemampuan memeriksa kredibilitas, konteks, dan tujuan suatu informasi sebelum mempercayai atau menyebarkannya. Ketiga, pengelolaan interaksi, yaitu kemampuan menentukan kapan harus terlibat, berhenti, atau memindahkan komunikasi dari ruang digital ke interaksi langsung. Keempat, kesadaran data, yaitu pemahaman mengenai konsekuensi berbagi informasi pribadi dalam ekosistem yang dipersonalisasi.

Strategi Penguatan Literasi Digital Kritis

Aspek privasi juga perlu diperhatikan karena personalisasi bergantung pada pemrosesan data pengguna. Dalam konteks Generasi Z, pemahaman mengenai data menjadi semakin penting karena aktivitas sosial, minat, lokasi, dan kebiasaan penggunaan dapat meninggalkan jejak digital. Pendekatan yang berorientasi pada pengguna perlu menjelaskan data yang dikumpulkan, tujuan pemrosesan, dan pilihan kontrol yang tersedia. Dengan begitu, pengguna tidak hanya menjadi penerima rekomendasi, tetapi mempunyai kapasitas untuk mengambil keputusan mengenai bagaimana mereka ingin berinteraksi dengan sistem.

Kebutuhan terhadap transparansi juga berkaitan dengan kepercayaan. Haque et al. (2025) menemukan bahwa pengguna menginginkan penjelasan ketika menerima rekomendasi yang tidak familiar serta ingin mengetahui bagaimana data pribadi digunakan. Penjelasan yang sederhana mengenai alasan rekomendasi dapat membantu pengguna memahami sistem dan meningkatkan persepsi terhadap transparansi serta keterpahaman platform. Dengan demikian, desain antarmuka dapat menjadi bagian dari strategi peningkatan literasi algoritmik, misalnya melalui pilihan untuk melihat alasan rekomendasi, mengatur preferensi, atau mengendalikan jenis informasi yang digunakan untuk personalisasi.

Salah satu persoalan penting dalam interaksi sosial berbasis AI adalah rendahnya keterlihatan proses algoritmik bagi pengguna. Pengguna dapat melihat hasil rekomendasi, tetapi tidak selalu mengetahui alasan suatu konten muncul, data apa yang digunakan, atau bagaimana preferensi mereka memengaruhi rekomendasi berikutnya. Swart (2021) menunjukkan bahwa pengalaman anak muda dengan kurasi algoritmik berkaitan dengan kebutuhan untuk memahami cara kerja algoritma dan membangun *algorithmic literacy*. Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi digital perlu mencakup kemampuan memahami hubungan antara data pengguna, algoritma, dan keluaran platform.

Transparansi Algoritma, Privasi, dan Kepercayaan Pengguna

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa AI sebaiknya dipahami sebagai teknologi yang memiliki peluang dan risiko. Persoalan utamanya bukan sekadar ada atau tidaknya AI pada media sosial, tetapi bagaimana desain rekomendasi, pola penggunaan, kualitas konten, dan konteks sosial pengguna saling berinteraksi. Karena itu, rekomendasi

kebijakan dan literasi digital perlu diarahkan pada penggunaan yang aktif, sadar, dan reflektif, bukan hanya pembatasan durasi penggunaan.

AI juga dapat memperluas kesempatan untuk berinteraksi dengan kelompok yang memiliki minat serupa meskipun berada di lokasi berbeda. Generasi Z dapat memanfaatkan rekomendasi konten untuk menemukan komunitas belajar, kegiatan kreatif, diskusi hobi, maupun jejaring sosial baru. Angelini et al. (2024) menemukan bahwa fitur-fitur media sosial dan penggunaan yang berorientasi pada orang lain dapat berkaitan dengan kualitas persahabatan yang dirasakan remaja. Artinya, teknologi tidak secara otomatis membuat hubungan menjadi dangkal; hasilnya sangat dipengaruhi oleh bagaimana fitur digunakan dan bagaimana pengguna terlibat dalam hubungan tersebut.

Pembahasan mengenai dampak AI pada interaksi sosial tidak dapat hanya berfokus pada risiko. Personalisasi juga dapat membantu pengguna menemukan komunitas, informasi, hiburan, dan materi pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Penelitian Marciano dan Viswanath (2023) menunjukkan bahwa pengalaman positif di media sosial serta inspirasi sosial dapat berhubungan dengan flourishing pada remaja. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang yang mendukung hubungan sosial dan perkembangan positif ketika digunakan dalam konteks yang tepat.

Dampak Positif AI terhadap Interaksi Sosial Generasi Z

Dengan demikian, kualitas interaksi sosial Generasi Z perlu dilihat bukan hanya dari frekuensi penggunaan media sosial, tetapi juga dari karakter lingkungan informasi yang dibentuk oleh sistem rekomendasi. Dua pengguna dengan durasi penggunaan yang sama dapat memperoleh pengalaman sosial yang berbeda karena sistem rekomendasi memproses riwayat interaksi masing-masing. Perspektif ini memperluas pembahasan dari sekadar screen time menuju kualitas paparan, pola keterlibatan, dan kemampuan pengguna memahami proses algoritmik.

Pada tingkat interaksi sosial, mekanisme tersebut menghasilkan hubungan timbal balik antara perilaku pengguna dan keluaran algoritma. Ketika pengguna berulang kali berinteraksi dengan jenis konten tertentu, sistem memperoleh sinyal bahwa konten tersebut relevan dan dapat meningkatkan peluang munculnya konten serupa. Kondisi ini dapat memberi manfaat berupa efisiensi pencarian informasi dan penemuan komunitas yang sesuai minat. Namun, jika proses personalisasi terlalu sempit, pengguna dapat

menerima lingkungan informasi yang kurang beragam. Corsi (2024) menunjukkan bahwa sistem rekomendasi berbasis AI memiliki peran penting dalam menentukan konten yang terpapar kepada pengguna dan bahwa penguatan algoritmik dapat berkaitan dengan penyebaran konten ber kredibilitas rendah.

Sistem rekomendasi pada media sosial bekerja dengan memproses berbagai sinyal perilaku pengguna, seperti akun yang diikuti, konten yang disukai, komentar, durasi menonton, pencarian, serta pola interaksi. Sinyal tersebut digunakan untuk memperkirakan jenis konten yang kemungkinan besar akan dipilih atau diberi respons oleh pengguna. Studi audit terhadap TikTok menunjukkan bahwa bahasa, lokasi, akun yang diikuti, tombol suka, serta lamanya pengguna menonton video dapat memengaruhi perubahan rekomendasi yang diterima pengguna (Zeng et al., 2022). Temuan tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman pengguna tidak hanya dibentuk oleh pilihan sadar, tetapi juga oleh proses personalisasi yang berlangsung secara terus-menerus di belakang layar.

Mekanisme Kerja Algoritma AI dalam Membentuk Paparan Konten

Peneliti/Tahun	Fokus	Temuan Utama	Relevansi
Swart (2021)	Kurasi algoritmik	Anak muda perlu memahami personalisasi dan membangun algorithmic literacy.	Literasi algoritmik Gen Z.
Zeng et al. (2022)	Personalisasi TikTok	Bahasa, lokasi, akun diikuti, like, dan durasi menonton memengaruhi rekomendasi.	Mekanisme paparan konten.
Marciano & Viswanath (2023)	Media sosial dan flourishing	Pengalaman sosial positif dan inspirasi berkaitan dengan flourishing remaja.	Sisi positif interaksi digital.
Corsi (2024)	Amplifikasi algoritmik	Sistem rekomendasi berperan menentukan konten yang diterima pengguna.	Risiko kualitas informasi.
Angelini et al. (2024)	Kualitas persahabatan	Fitur dan penggunaan berorientasi pada orang lain berkaitan dengan friendship quality.	Kualitas hubungan sosial.
Haque et al. (2025)	Explainability AI	Pengguna menginginkan alasan rekomendasi dan informasi penggunaan data.	Transparansi algoritmik.

Pada akhirnya, hubungan antara AI dan Generasi Z perlu dipandang sebagai hubungan yang dinamis. Sistem berubah, kebiasaan pengguna berubah, dan bentuk interaksi sosial juga berubah. Oleh karena itu, literasi digital perlu dikembangkan secara berkelanjutan. Pengguna harus memiliki kemampuan untuk belajar kembali ketika fitur, algoritma, dan pola komunikasi baru muncul. Kemampuan adaptif tersebut menjadi penting agar Generasi Z tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga mampu mengambil keputusan yang sadar terhadap dampak teknologi pada kehidupan sosialnya.

Model tersebut dapat digunakan sebagai kerangka sederhana dalam pendidikan literasi digital. Keunggulannya adalah pengguna tidak hanya diajarkan untuk mengurangi penggunaan media sosial, tetapi diajarkan untuk meningkatkan kualitas interaksi. Pendekatan ini juga sejalan dengan temuan bahwa dampak media sosial dipengaruhi oleh jenis penggunaan, pengalaman sosial, karakteristik pengguna, dan desain platform. Dengan demikian, intervensi yang hanya berfokus pada durasi belum tentu cukup untuk menjelaskan seluruh persoalan.

Berdasarkan hasil sintesis, model penggunaan yang lebih reflektif dapat dirumuskan dalam lima tahap. Tahap pertama adalah sadar, yaitu memahami bahwa konten yang muncul dipengaruhi oleh sistem rekomendasi. Tahap kedua adalah cek, yaitu memeriksa sumber dan konteks konten. Tahap ketiga adalah pilih, yaitu menentukan apakah konten layak diikuti, dibagikan, atau direspons. Tahap keempat adalah kendalikan, yaitu mengatur preferensi, privasi, dan waktu penggunaan. Tahap kelima adalah refleksi, yaitu mengevaluasi apakah penggunaan media sosial membantu atau justru mengganggu hubungan sosial dan aktivitas sehari-hari.

Rekomendasi Model Penggunaan Media Sosial yang Lebih Reflektif

Pengembang juga perlu mempertimbangkan evaluasi dampak sosial dalam proses pengujian sistem. Selain mengukur akurasi rekomendasi, metrik evaluasi dapat dilengkapi dengan indikator keberagaman konten, kualitas pengalaman, keberadaan konten berisiko, dan kemudahan pengguna mengontrol personalisasi. Radesky et al. (2024) menunjukkan bahwa rekomendasi algoritmik pada platform video dapat menghasilkan pola paparan yang perlu dikaji dari perspektif perkembangan anak. Temuan semacam ini menunjukkan pentingnya evaluasi rekomendasi secara berkelanjutan.

Transparansi tidak berarti seluruh kode sumber algoritma harus dibuka kepada pengguna. Transparansi yang relevan bagi pengguna adalah informasi yang membantu mereka memahami mengapa suatu konten muncul, data apa yang berperan, dan bagaimana mereka dapat mengubah preferensi. Pendekatan tersebut dapat diterapkan melalui bahasa yang sederhana dan kontrol yang mudah ditemukan. Dengan demikian, transparansi menjadi fitur yang dapat meningkatkan pemahaman dan agency pengguna.

Dari sisi pengembang, temuan kajian menunjukkan perlunya desain yang tidak hanya mengejar engagement, tetapi juga memperhatikan kualitas pengalaman pengguna. Rekomendasi dapat dirancang dengan memberikan kontrol yang lebih jelas kepada pengguna, misalnya pilihan untuk mengatur preferensi, mengurangi topik tertentu, melihat alasan rekomendasi, dan mengelola penggunaan data. Haque et al. (2025) menunjukkan bahwa pengguna menginginkan penjelasan yang mudah dipahami ketika menerima rekomendasi yang tidak familiar serta informasi mengenai penggunaan data.

Implikasi bagi Pengembang Platform dan Tata Kelola

Perguruan tinggi juga dapat menggunakan studi kasus media sosial untuk melatih kemampuan berpikir kritis. Mahasiswa dapat diminta mengidentifikasi sinyal yang mungkin digunakan sistem rekomendasi, menganalisis kemungkinan bias, membandingkan pengalaman beberapa akun, serta menyusun rekomendasi desain yang lebih transparan. Aktivitas tersebut membuat literasi algoritmik menjadi pengalaman praktis dan tidak berhenti pada definisi teoritis.

Dalam konteks perguruan tinggi, mahasiswa Teknologi Informasi tidak hanya perlu memahami cara membangun sistem rekomendasi, tetapi juga memahami dampak sosial dari sistem tersebut. Pembelajaran dapat diarahkan agar mahasiswa mempertimbangkan aspek transparansi, fairness, privasi, keamanan, dan wellbeing ketika merancang aplikasi. Pendekatan ini sejalan dengan kebutuhan pengembangan teknologi yang berorientasi pada manusia, karena kualitas perangkat lunak tidak hanya ditentukan oleh performa teknis tetapi juga oleh konsekuensi penggunaannya.

Institusi pendidikan memiliki posisi penting karena Generasi Z banyak menggunakan teknologi dalam proses belajar dan kehidupan sosial. Literasi digital kritis dapat diintegrasikan ke dalam pembelajaran melalui kegiatan analisis algoritma, evaluasi informasi, etika penggunaan AI, keamanan data, dan refleksi terhadap kebiasaan

bermedia sosial. Materi tersebut tidak harus menjadi mata kuliah baru, tetapi dapat dimasukkan ke dalam tugas atau diskusi pada berbagai mata kuliah yang relevan dengan teknologi dan komunikasi.

Implikasi bagi Pendidikan dan Perguruan Tinggi

Pada aspek hubungan interpersonal, pengguna perlu membedakan komunikasi yang sesuai dilakukan melalui media sosial dan komunikasi yang lebih tepat dilakukan secara langsung. Percakapan singkat, koordinasi, dan berbagi informasi dapat dilakukan secara digital, sedangkan persoalan yang membutuhkan empati, klarifikasi, atau pembahasan mendalam dapat membutuhkan komunikasi yang lebih panjang. Dengan demikian, teknologi digunakan sebagai alat pendukung hubungan, bukan sebagai satu-satunya ruang untuk membangun hubungan.

Pengguna juga dapat melakukan diversifikasi sumber informasi dengan mengikuti akun atau komunitas yang memiliki perspektif berbeda. Tujuannya bukan mencari perbedaan secara berlebihan, tetapi mengurangi ketergantungan pada satu pola informasi. Kebiasaan membandingkan informasi, memeriksa sumber, dan memberi jeda sebelum merespons dapat membantu menjaga kualitas komunikasi. Langkah tersebut penting terutama ketika pengguna menghadapi konten yang memancing emosi atau mendorong reaksi cepat.

Bagi Generasi Z, hasil kajian ini dapat diterapkan melalui kebiasaan sederhana dalam menggunakan media sosial. Pengguna dapat mulai dengan menyadari bahwa halaman beranda merupakan hasil personalisasi, bukan gambaran lengkap mengenai dunia sosial. Ketika pengguna menyadari hal tersebut, mereka dapat lebih kritis terhadap konten yang terus muncul dan tidak langsung menganggap frekuensi kemunculan sebagai tanda bahwa suatu informasi paling benar, paling penting, atau paling populer.

Implikasi Praktis bagi Generasi Z

Implikasi teoretis berikutnya adalah perlunya membedakan antara konektivitas dan kualitas relasi. Jumlah pengikut, komentar, atau interaksi tidak secara otomatis menunjukkan kedalaman hubungan sosial. Angelini et al. (2024) menunjukkan bahwa karakteristik fitur dan bentuk penggunaan media sosial memiliki hubungan dengan kualitas persahabatan yang dirasakan. Hal tersebut memperkuat gagasan bahwa

indikator kuantitas interaksi perlu dilengkapi dengan indikator kualitas, seperti dukungan sosial, kedekatan, keterbukaan, dan kebermaknaan komunikasi.

Konsep tersebut juga membantu menjelaskan hubungan antara struktur teknologi dan perilaku pengguna. Pengguna memang memiliki kemampuan untuk memilih, tetapi pilihan tersebut berlangsung di dalam lingkungan yang telah disusun oleh sistem rekomendasi. Swart (2021) memperlihatkan bahwa pengalaman pengguna muda terhadap algoritma tidak selalu terlihat secara langsung, karena proses kurasi berlangsung di balik antarmuka. Dengan demikian, kemampuan memahami algoritma menjadi bagian dari kompetensi sosial digital, bukan hanya kompetensi teknis.

Kajian ini memberikan implikasi teoretis bahwa kualitas interaksi sosial pada era AI tidak lagi cukup dipahami melalui hubungan langsung antara individu dan media sosial. Terdapat lapisan algoritmik yang ikut menentukan lingkungan informasi tempat interaksi berlangsung. Algoritma berfungsi sebagai mekanisme seleksi, pengurutan, dan personalisasi yang dapat memengaruhi apa yang dilihat pengguna sebelum pengguna memutuskan untuk merespons. Karena itu, analisis interaksi sosial digital perlu memasukkan konsep *algorithmic mediation* sebagai bagian dari proses komunikasi.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa integrasi AI dalam platform media sosial telah menciptakan dampak kompleks terhadap kualitas interaksi sosial Generasi Z. Algoritma AI menciptakan tekanan sosial melalui sistem rekomendasi yang mendorong konformitas konten dan menciptakan *echo chamber* yang membatasi keberagaman perspektif. Konstruksi identitas digital Generasi Z menjadi semakin performatif dan terpisah dari autentisitas diri, menciptakan ketegangan internal yang berdampak pada kesehatan mental. Pola komunikasi mereka bergeser dari reflektif emosional menjadi cepat-visual, mengurangi kemampuan untuk terlibat dalam interaksi yang mendalam dan bermakna. Meskipun AI memberikan efisiensi dan personalisasi dalam komunikasi digital, dampak negatifnya terhadap autentisitas hubungan sosial, kesehatan mental, dan kemampuan berpikir kritis Generasi Z tidak dapat diabaikan. Paradoks digital ini menunjukkan bahwa peningkatan kuantitas koneksi tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan kualitas relasi interpersonal.

Penelitian ini merekomendasikan pengembangan literasi digital kritis yang komprehensif, desain platform media sosial yang lebih etis dan berorientasi pada

wellbeing pengguna, serta kolaborasi multipihak dalam menciptakan regulasi yang melindungi Generasi Z dari dampak negatif algoritmisasi. Pendidikan literasi digital harus mengintegrasikan kesadaran reflektif tentang pengaruh algoritma AI dan mengembangkan kemampuan untuk membuat keputusan otonom tentang penggunaan teknologi. Keterbatasan penelitian ini terletak pada metode studi literatur yang tidak melibatkan pengumpulan data primer dari pengalaman langsung Generasi Z. Penelitian mendatang disarankan untuk menggunakan metode mixed-methods dengan wawancara mendalam atau studi etnografi digital untuk memperoleh pemahaman yang lebih kaya tentang pengalaman subjektif Generasi Z dalam berinteraksi dengan media sosial berbasis AI. Selain itu, penelitian komparatif lintas budaya dapat memberikan wawasan tentang bagaimana konteks sosial-kultural yang berbeda memediasi dampak algoritma AI terhadap interaksi sosial.

REFERENSI

- Angelini, F., Gini, G., Marino, C., & Van Den Eijnden, R. (2024). Social media features, perceived group norms, and adolescents' active social media use matter for perceived friendship quality. *Frontiers in Psychology*, 15, 1222907. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1222907>
- Ansari, S., Iqbal, N., Asif, R., Hashim, M., Farooqi, S. R., & Alimoradi, Z. (2024). Social Media Use and Well-Being: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 27(10), 704–719. <https://doi.org/10.1089/cyber.2024.0001>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). APJII jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Corsi, G. (2024). Evaluating Twitter's algorithmic amplification of low-credibility content: An observational study. *EPJ Data Science*, 13, 18. <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-024-00456-3>
- Haque, A. K. M. B., Islam, N., & Mikalef, P. (2025). To Explain or Not To Explain: An Empirical Investigation of AI-based Recommendations on Social Media Platforms. *Electronic Markets*, 35, 2. <https://doi.org/10.1007/s12525-024-00741-z>
- Marciano, L., & Viswanath, K. (2023). Social media use and adolescents' well-being: A note on flourishing. *Frontiers in Psychology*, 14, 1092109. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1092109>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71.

<https://doi.org/10.1136/bmj.n71>

Radesky, J., Bridgewater, E., Black, S., O'Neil, A., Sun, Y., Schaller, A., Weeks, H. M., & Campbell, S. W.

(2024). Algorithmic Content Recommendations on a Video-Sharing Platform Used by Children. *JAMA Network Open*, 7(5), e2413855. <https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2024.13855>

Schellewald, A. (2023). Understanding the popularity and affordances of TikTok through user experiences. *Media, Culture & Society*, 45(8). <https://doi.org/10.1177/01634437221144562>

Swart, J. (2021). Experiencing Algorithms: How Young People Understand, Feel About, and Engage With Algorithmic News Selection on Social Media. *Social Media + Society*, 7(2). <https://doi.org/10.1177/20563051211008828>

Taylor, S. H., & Brisini, K. S. (2024). Parenting the TikTok algorithm: An algorithm awareness as process approach to online risks and opportunities. *Computers in Human Behavior*, 150, 107975. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107975>

Zeng, J., et al. (2022). An empirical investigation of personalization factors on TikTok. *Proceedings of the ACM Web Conference 2022*. <https://doi.org/10.1145/3485447.3512102>

Skogen, J. C., Andersen, A. I. O., Finserås, T. R., Ranganath, P., Brunborg, G. S., & Hjetland, G. J. (2023). Commonly reported negative experiences on social media are associated with poor mental health and wellbeing among adolescents: Results from the LifeOnSoMe-study. *Frontiers in Public Health*, 11, 1192788. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1192788>