

DARI DISINFORMASI KE POLARISASI: DAMPAK BIAS ALGORITMA TERHADAP WACANA PUBLIK PROGRAM MAKAN BERGIZI GRATIS

¹Adinda Sekar Kinanthi, ²Zaskia Putri Auly, ³Zahra Awaliyah Mujida

Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Oktober 2025

Revised Oktober 2025

Accepted Oktober 2025

Available online Oktober 2025

Email:

2410413003@mahasiswa.upnvj.ac.id,

2410413055@mahasiswa.upnvj.ac.id,

2410413079@mahasiswa.upnvj.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengkaji bagaimana disinformasi dan bias algoritma membentuk wacana publik mengenai Program Makan Bergizi Gratis (MBG), kebijakan yang diluncurkan pada Januari 2025 untuk menanggulangi masalah gizi buruk dan stunting. Meski berorientasi pada tujuan sosial, program ini menuai kritik luas akibat kasus keracunan, mutu makanan yang dipertanyakan, serta kendala distribusi. Permasalahan tersebut semakin diperbesar di ruang digital melalui penyebaran disinformasi yang cepat, diperkuat oleh algoritma media sosial yang mengutamakan konten provokatif dan emosional. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan studi kasus, penelitian ini menganalisis interaksi warganet di platform seperti Twitter, Facebook, dan TikTok. Berlandaskan Teori Selective Exposure (Freedman & Sears, 1965) serta konsep echo chamber (Sunstein, 2001), hasil penelitian menunjukkan bahwa disinformasi menjadi pemicu narasi negatif, sementara bias algoritma memperluas jangkauannya sehingga memunculkan polarisasi opini publik terkait MBG. Temuan ini menegaskan perlunya strategi komunikasi pemerintah yang transparan, akuntabilitas algoritmik, serta peningkatan literasi digital guna meminimalisasi dampak disinformasi dan polarisasi di ruang publik digital.

Kata Kunci: Disinformasi, Bias Algoritma, Selective Exposure, Polarisasi, Wacana Publik Digital

Abstract

This study explores how disinformation and algorithmic bias shape public discourse on Indonesia's Free Nutritious Meal Program (MBG), a policy launched in January 2025 to address malnutrition and stunting. Despite its social objectives, the program faced widespread criticism due to food poisoning cases, quality concerns, and distribution problems. These issues were amplified in digital spaces where disinformation circulated rapidly, reinforced by social media algorithms that prioritize provocative and emotional content. Using a descriptive qualitative case study, this research analyzes online interactions across platforms such as Twitter, Facebook, and TikTok. Guided by Selective Exposure Theory (Freedman & Sears, 1965) and the echo chamber concept (Sunstein, 2001), findings indicate that disinformation acts as a trigger for negative narratives, while algorithmic bias magnifies their visibility, leading to polarized public opinion about MBG. The study highlights the need for transparent government communication, algorithmic accountability, and stronger digital literacy as strategies to counter disinformation and reduce polarization in the digital public sphere.

Key Words: Disinformation, Algorithmic Bias, Selective Exposure, Polarization, Digital Public Discourse



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2025 by Author..

PENDAHULUAN

Program Makan Bergizi Gratis (MBG) merupakan program kerja unggulan Presiden Republik Indonesia Prabowo Subianto yang resmi dimulai pada 6 Januari 2025. Pada tahap awal, program ini dijalankan di 190 titik layanan di 26 provinsi dengan sasaran anak sekolah, balita, ibu hamil, dan ibu menyusui. Tujuan utama Program Makan Bergizi Gratis (MBG) adalah mengatasi masalah gizi buruk dan stunting yang masih menjadi tantangan serius di Indonesia. Berdasarkan Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) tahun 2024, prevalensi stunting nasional tercatat sebesar 19,8%, menurun dari angka 21,5% pada 2023, namun masih menunjukkan bahwa hampir satu dari lima anak Indonesia mengalami masalah pertumbuhan. Pemerintah

mengalokasikan Rp71 triliun dalam APBN 2025 untuk MBG, mencakup pengadaan bahan makanan, distribusi, sistem informasi gizi, pemantauan, dukungan manajemen, serta edukasi publik. Uji coba menunjukkan biaya rata-rata per porsi sekitar Rp10.000 (Kementerian Keuangan RI, 2024).

Meskipun secara anggaran tampak besar, Program Makan Bergizi Gratis (MBG) menghadapi sejumlah persoalan operasional maupun persepsi publik. Sejumlah laporan menunjukkan bahwa diperlukan tambahan anggaran hingga Rp 25 triliun per bulan agar distribusi dapat berjalan lebih cepat dan merata. Selain itu, muncul kritik publik terkait mutu makanan, seperti kasus sayur basi, keterlambatan distribusi, serta lemahnya mekanisme pengawasan dalam pelaksanaan program. Di sisi lain, isu mengenai target penerima manfaat yang belum sepenuhnya tercapai turut memperkuat pandangan skeptis masyarakat terhadap efektivitas program ini.

Fenomena di ruang digital menambah kompleksitas persoalan. Disinformasi mengenai MBG beredar luas, seperti klaim bahwa program ini adalah pemborosan dana, bahkan muncul ejekan “Makan Beracun Gratis” yang menuding kualitas makanan buruk atau beracun. Narasi ini diperkuat dengan pemberitaan kasus keracunan massal, di mana lebih dari 9.000 anak dilaporkan mengalami keracunan dari program makanan sekolah antara Januari sampai September 2025 (103 insiden) karena dapur baru beroperasi, penyimpanan makanan yang tidak tepat, dan minimnya sertifikasi higienis dapur. Di Kabupaten Agam, misalnya, sebanyak 113 orang ditetapkan sebagai korban dan dijadikan kasus Luar Biasa (KLB). Catatan dari JPPI bahkan menyebut 6.452 kasus keracunan MBG hingga September 2025. BPOM juga mencatat 13 temuan dapur bermasalah terkait insiden keracunan tersebut. Disinformasi tersebut cepat menyebar karena algoritma media sosial cenderung mengutamakan konten yang provokatif dan emosional, sebab konten semacam itu biasanya lebih banyak mendapat komentar, like, dan share (Cinelli et al., 2021). Akibatnya, berita atau opini yang bernada negatif dan sensasional tentang MBG lebih mudah viral dibandingkan klarifikasi atau informasi yang faktual.

Interaksi antara disinformasi dan bias algoritma memperuncing polarisasi wacana publik. Masyarakat terbelah antara pihak yang melihat MBG sebagai kebijakan progresif untuk pengentasan stunting, dengan pihak yang menganggapnya sebagai program populis dengan beban fiskal besar dan kualitas rendah. Polarisasi ini tercermin dalam perdebatan media sosial, forum daring, hingga pemberitaan media, di mana kritik keras sering direspons dengan pembelaan yang sama tajam, sehingga memperlebar jurang perbedaan persepsi.

Penelitian Juditha (2025) berjudul Fenomena “Indonesia Gelap” di Media Sosial: Analisis Sentimen dan Polarisasi Opini Publik menganalisis tagar #IndonesiaGelap yang viral sebagai bentuk ekspresi ketidakpuasan publik terhadap kebijakan pemerintah. Studi ini menyoroti bagaimana media sosial berfungsi sebagai arena politik digital yang rentan terhadap distorsi informasi, di mana algoritma platform mendorong konten provokatif dan emosional sehingga meningkatkan keterlibatan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan dominasi sentimen negatif terhadap pemerintah dan bagaimana algoritma memperkuat echo chamber, menciptakan ruang gema digital yang memperkuat opini sejenis, serta membagi masyarakat secara ideologis. Penelitian ini menekankan bahwa media sosial, melalui interaksi daring dan mekanisme seleksi informasi (selective exposure), mempengaruhi perilaku pengguna dalam menerima dan menyebarkan informasi, yang pada gilirannya memicu polarisasi opini publik.

Fenomena ini sejalan dengan temuan Sarjito (2021) dalam penelitiannya, Hoaks, Disinformasi, dan Ketahanan Nasional: Ancaman Teknologi Informasi dalam Masyarakat Digital Indonesia. Sarjito menekankan bahwa penyebaran hoaks dan disinformasi di media sosial tidak hanya merusak persepsi publik tetapi juga mengancam kohesi sosial dan ketahanan nasional. Data Kementerian Kominfo menunjukkan lebih dari 1.200 kasus hoaks terverifikasi antara 2018-2023, dengan mayoritas menyebar di platform Facebook dan WhatsApp, termasuk isu

kesehatan, politik, ekonomi, dan agama. Penelitian ini menyoroti bagaimana keterbatasan literasi digital membuat masyarakat sulit membedakan fakta dan opini, sehingga ruang publik digital kehilangan fungsi deliberatifnya. Penemuan utama Sarjito adalah menegaskan bahwa penguatan literasi digital tidak hanya penting untuk pendidikan teknologi, tetapi juga sebagai strategi pertahanan sosial guna meminimalkan dampak disinformasi, bias algoritma, dan polarisasi opini publik.

Meskipun kedua penelitian tersebut memberikan pemahaman penting tentang disinformasi dan polarisasi di media sosial, terdapat celah yang dapat dijadikan fokus penelitian ini. Penelitian Juditha (2025) menekankan analisis sentimen dan echo chamber terkait fenomena #IndonesiaGelap, namun tidak secara spesifik menelusuri bagaimana interaksi antara disinformasi dan bias algoritma mempengaruhi polarisasi opini publik dalam konteks kebijakan pemerintah yang konkret, seperti Program MBG. Sementara itu, penelitian Sarjito (2021) menyoroti dampak hoaks dan disinformasi terhadap kohesi sosial dan ketahanan nasional secara makro, tetapi kurang menekankan perilaku pengguna dan dinamika interaksi daring yang menghasilkan fragmentasi opini publik pada isu kebijakan spesifik. Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk menjembatani kedua kekurangan tersebut dengan melihat bagaimana disinformasi dan bias algoritma media sosial membentuk polarisasi wacana publik tentang program Makan Bergizi Gratis di Indonesia, yang menjadi bagian dari tantangan komunikasi kebijakan di era digital.

Penelitian ini menggunakan Teori Selective Exposure (Freedman & Sears, 1965) sebagai kerangka utama. Teori ini menjelaskan bahwa individu cenderung mencari dan memperhatikan informasi yang sesuai dengan keyakinan atau sikap mereka sendiri, sekaligus menghindari informasi yang bertentangan. Dalam konteks media sosial, perilaku ini diperkuat oleh algoritma platform yang menampilkan konten sesuai preferensi pengguna, sehingga memperbesar kemungkinan pengguna terpapar disinformasi atau konten provokatif. Interaksi antara perilaku seleksi informasi pengguna dan bias algoritma ini berpotensi memperkuat polarisasi opini publik, di mana masyarakat terbagi antara pendukung dan skeptis terhadap MBG. Sebagai konsep pendukung, digunakan *echo chamber* yang menjelaskan bagaimana ruang informasi di media sosial sering terbentuk dalam komunitas yang homogen (Sunstein, 2001). Konsep ini membantu memvisualisasikan fenomena di mana pengguna jarang terpapar perspektif berbeda, sehingga opini yang serupa saling diperkuat dan polarisasi semakin terlihat. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai bagaimana disinformasi dan bias algoritma berinteraksi dengan perilaku pengguna media sosial, serta bagaimana interaksi tersebut membentuk polarisasi wacana publik terhadap Program MBG di Indonesia.

METODE

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif deskriptif, yang memungkinkan peneliti untuk melihat dan menceritakan fenomena sosial secara mendalam. Seperti dijelaskan Sugiyono (2013), pendekatan ini cocok untuk menggambarkan realitas sosial secara menyeluruh berdasarkan data naratif. Jenis penelitiannya adalah studi kasus, sehingga peneliti bisa mengeksplor secara rinci bagaimana disinformasi, bias algoritma, dan polarisasi opini publik muncul dalam konteks Program MBG. Fokus penelitian adalah interaksi pengguna media sosial dengan konten terkait MBG, termasuk komentar, unggahan, dan cara mereka membagikan informasi, serta bagaimana algoritma mempengaruhi jangkauan konten. Subjek penelitian terdiri dari pengguna aktif media sosial yang ikut berdiskusi tentang MBG, dengan karakteristik berbeda-beda dari sisi usia, jenis kelamin, wilayah, dan tingkat partisipasi daring, sehingga gambaran yang diperoleh lebih mewakili perilaku pengguna secara umum.

Data dikumpulkan melalui studi pustaka, seperti jurnal, artikel ilmiah, berita daring, dan dokumen resmi pemerintah tentang pelaksanaan MBG, anggaran, dan distribusi makanan. Selain itu, peneliti melakukan analisis konten terhadap interaksi pengguna di media sosial seperti Twitter, Instagram, dan Facebook untuk melihat narasi disinformasi, pola seleksi informasi, serta pembentukan opini yang menimbulkan polarisasi. Analisisnya menggunakan pendekatan tematik (Willig, 2008), dengan mengelompokkan konten menjadi kategori disinformasi, kritik, dukungan, dan netral, sambil melihat hubungan antara perilaku pengguna, bias algoritma, dan polarisasi opini. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan berbagai sumber agar hasil analisis lebih valid, termasuk dari media sosial, berita daring, dan dokumen resmi.

Landasan teori penelitian ini memakai Teori Selective Exposure (Freedman & Sears, 1965) yang menjelaskan bahwa orang cenderung memilih dan memperhatikan informasi yang sesuai dengan keyakinannya sendiri, dan cenderung menghindari informasi yang bertentangan. Sebagai pendukung, digunakan konsep *echo chamber* (Sunstein, 2001), yang menggambarkan bagaimana komunitas homogen di media sosial memperkuat opini yang sama dan jarang terpapar perspektif berbeda. Gabungan teori dan konsep ini memungkinkan penelitian memahami bagaimana disinformasi, bias algoritma, dan perilaku pengguna saling berinteraksi sehingga membentuk polarisasi opini publik terkait MBG.

PEMBAHASAN

Program Makan Bergizi Gratis (MBG), yang diluncurkan pemerintah Indonesia sejak Januari 2025, menghadapi tantangan serius akibat munculnya kasus keracunan massal yang menjadi sorotan publik. Kasus-kasus ini, yang dengan cepat menyebar di media sosial, memicu gelombang narasi negatif yang merusak citra program. Salah satu insiden mencolok terjadi di Lebong, Bengkulu, di mana 283 murid dari PAUD hingga SMP dilaporkan mengalami keracunan setelah mengonsumsi makanan dari program MBG (Kompas.tv, 2025). Kasus serupa juga terjadi di Purworejo, Jawa Tengah, dengan 127 siswa diduga keracunan, hingga dapur MBG di wilayah tersebut ditutup sementara untuk pemeriksaan lebih lanjut (Detik News, 2025). Laporan dari Jaringan Pemantau Pendidikan Indonesia (JPPI) mencatat bahwa hingga akhir September 2025, sebanyak 8.649 anak menjadi korban keracunan yang terkait dengan distribusi makanan MBG (Ubaid Matraji dalam Detik Health, 2025). Presiden Prabowo mengakui adanya insiden ini, namun menegaskan bahwa skala kasus relatif kecil, hanya 0,00017 persen dari total porsi makanan yang disajikan (Alif Al Hikam, 2025). Meski demikian, pengakuan ini tidak mampu meredam gelombang kritik yang telah meluas, terutama di ruang digital, tempat disinformasi berkembang dengan pesat.

Narasi publik seputar MBG bertransformasi menjadi medan pertempuran persepsi. Media sosial, termasuk TikTok, X, dan Facebook, menjadi wadah subur bagi penyebaran disinformasi. Konten-konten yang menyoroti kasus keracunan, menampilkan gambar sayur basi, atau video siswa muntah, menyebar secara masif di platform-platform tersebut. Unggahan dengan nada sinis seperti “Makan Beracun Gratis” menjadi viral dan berfungsi sebagai simbol protes terhadap pemerintah. Rumor-rumor lain yang beredar luas menyebutkan bahwa dana MBG dialihkan dari anggaran strategis lain atau bahwa distribusi makanan hanya menyasar basis politik tertentu. Konten semacam ini mudah menarik perhatian karena sifatnya yang emosional, sederhana, dan mampu memancing kemarahan publik (Liputan6, 2025). Sebaliknya, klarifikasi resmi dari lembaga pemerintah seperti Badan Gizi Nasional (BGN) atau Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) tentang kualitas dan prosedur program MBG cenderung lambat tersebar dan kurang mendapatkan perhatian yang setara. Fenomena ini menunjukkan bahwa di era digital, kebenaran faktual sering kali kalah cepat oleh daya tarik emosional dari disinformasi.

Mekanisme utama yang memperparah penyebaran narasi negatif adalah bias algoritma media sosial. Platform seperti TikTok, X, dan Facebook beroperasi berdasarkan logika

keterlibatan (engagement logic), di mana algoritma memprioritaskan konten yang menghasilkan interaksi tinggi, seperti like, komentar, atau share (Napoli, 2019). Konten yang memicu emosi kuat, seperti kemarahan atau ketakutan, memiliki peluang lebih besar untuk ditampilkan kembali di beranda pengguna (Tufekci, 2020). Akibatnya, unggahan yang berisi tuduhan politisasi program MBG atau ketidakhigienisan dapur lebih sering muncul di feed pengguna dibandingkan klarifikasi resmi yang bersifat informatif dan rasional. Proses ini mempercepat penyebaran narasi negatif, hingga isu keracunan MBG menjadi “trending” di beberapa platform dalam waktu singkat.

Selain itu, kecenderungan pengguna media sosial untuk memilih konten yang selaras dengan pandangan mereka memperkuat polarisasi. Fenomena ini dikenal sebagai Selective Exposure, yaitu kecenderungan individu untuk mengonsumsi informasi yang mendukung keyakinan mereka dan menghindari konten yang menantang persepsi mereka (Stroud, 2008). Dalam konteks MBG, pengguna yang skeptis terhadap kebijakan pemerintah lebih sering mengklik, membagikan, dan mengomentari konten negatif, seperti klaim bahwa makanan MBG tidak bergizi atau bahwa program dijalankan secara koruptif. Sebaliknya, pendukung pemerintah cenderung menyebarkan konten positif, seperti testimoni siswa penerima manfaat atau data penurunan angka gizi buruk di beberapa daerah (CNN Indonesia, 2025). Algoritma media sosial memperkuat pola ini dengan menyesuaikan rekomendasi konten berdasarkan perilaku pengguna, sehingga linimasa setiap individu menjadi semakin homogen dan mempersempit paparan terhadap pandangan yang berbeda.

Kondisi ini melahirkan fenomena Echo Chamber, di mana pengguna hanya terpapar pada sudut pandang yang memperkuat keyakinan mereka sendiri (Sunstein, 2018). Dalam kasus MBG, ruang digital terpecah menjadi dua kubu besar. Kubu pertama memandang MBG sebagai wujud nyata pemerataan gizi dan komitmen negara terhadap masyarakat miskin. Kubu kedua, sebaliknya, melihat program ini sebagai kebijakan populis yang gagal dalam hal manajemen dan transparansi. Kedua kelompok ini jarang berdialog secara substantif karena konten yang mereka lihat setiap hari telah disaring oleh algoritma untuk memperkuat preferensi masing-masing. Akibatnya, perdebatan publik di media sosial lebih sering bersifat emosional dan ideologis ketimbang informasional dan rasional.

Bias algoritma tidak hanya mempengaruhi jenis konten yang muncul di layar pengguna, tetapi juga cara mereka menafsirkan realitas kebijakan. Menurut Pariser (2011), dalam fenomena filter bubble, pengguna media sosial hidup dalam ruang informasi yang dipersonalisasi, tanpa menyadari bahwa realitas yang mereka lihat telah dibentuk oleh algoritma. Ketika linimasa didominasi oleh narasi negatif tentang MBG, pengguna mungkin menganggap bahwa “semua orang” setuju program ini bermasalah secara fundamental, padahal fakta tidak selalu mendukung klaim tersebut. Persepsi ini memperkuat anggapan bahwa MBG adalah “kegagalan nasional”, yang pada akhirnya dapat menggerus kepercayaan publik terhadap institusi negara dan menjadikan kebijakan publik sebagai alat polarisasi politik (Helberger, 2020).

Polarisasi wacana publik tentang MBG terlihat jelas dalam analisis percakapan daring, khususnya di platform X. Perdebatan tentang program ini sering kali diwarnai oleh serangan identitas dan politisasi. Kelompok pro-pemerintah menuduh pengkritik sebagai “oposisi bayaran” atau “anti-rakyat”, sementara kelompok penentang menyebut pendukung program sebagai “buzzer pemerintah”. Framing semacam ini memperdalam batas sosial di ruang digital, di mana setiap kelompok lebih fokus memperkuat solidaritas internal daripada mencari titik temu. Polarisasi ini tidak hanya terjadi secara horizontal antarwarga, tetapi juga secara vertikal antara warga dan pemerintah, karena otoritas dianggap kurang mampu membangun komunikasi krisis yang transparan dan empatik.

Fenomena MBG menunjukkan bagaimana disinformasi dan bias algoritma berinteraksi secara sinergis dalam menciptakan polarisasi wacana publik. Disinformasi berperan sebagai bahan bakar utama dengan menyediakan narasi emosional yang mudah disebar, sementara bias algoritma bertindak sebagai mesin amplifikasi yang memperluas jangkauan narasi tersebut (Tandoc et al., 2018). Kombinasi keduanya menghasilkan ekosistem informasi yang tidak seimbang, di mana konten klarifikasi faktual jarang muncul, dan publik lebih sering berhadapan dengan “realitas digital” yang dipenuhi klaim tidak terverifikasi. Dampak lanjutan dari kondisi ini adalah erosi kepercayaan terhadap komunikasi kebijakan pemerintah. Penelitian oleh Allcott dan Gentzkow (2017) menunjukkan bahwa paparan berulang terhadap disinformasi di media sosial dapat menurunkan kemampuan publik untuk membedakan fakta dan opini, sekaligus meningkatkan sikap sinis terhadap lembaga publik. Dalam kasus MBG, hal ini terlihat dari munculnya kelompok warganet yang menolak mempercayai pernyataan resmi pemerintah, meskipun didukung oleh bukti empiris. Pola ini mencerminkan krisis epistemik, yaitu ketidakmampuan masyarakat untuk menyepakati sumber kebenaran yang sah (Kovach dan Rosenstiel, 2014).

Selain itu, polarisasi wacana tentang MBG mengungkap sisi gelap demokrasi digital di Indonesia. Idealnya, media sosial berfungsi sebagai ruang deliberasi publik yang memungkinkan warga bertukar pandangan secara terbuka dan kritis. Namun, algoritma platform lebih mengutamakan atensi dan engagement ketimbang kualitas dialog (Bakshy et al., 2015). Hal ini menciptakan apa yang disebut sebagai *attention economy*, di mana nilai informasi diukur dari jumlah klik dan reaksi yang dihasilkan (Hindman, 2018). Dalam ekosistem ini, kebijakan publik seperti MBG menjadi sasaran empuk polarisasi karena mudah dipolitisasi dan memiliki daya tarik emosional yang tinggi. Pola konsumsi media masyarakat Indonesia, yang didominasi oleh platform seperti TikTok dan Facebook, meningkatkan risiko paparan disinformasi (We Are Social, 2025). Dengan tingkat literasi digital yang masih rendah di beberapa kelompok masyarakat, informasi palsu lebih mudah dipercaya dan disebar tanpa verifikasi.

Untuk menangani tantangan ini, strategi komunikasi kebijakan di era digital perlu melibatkan dua pendekatan utama. Pertama, meningkatkan transparansi dan kecepatan respons lembaga publik terhadap isu yang viral. Kedua, berkolaborasi dengan platform digital untuk menyesuaikan algoritma rekomendasi agar tidak hanya berbasis engagement, tetapi juga validitas konten (Helberger, 2020). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa disinformasi dan bias algoritma memainkan peran signifikan dalam membentuk polarisasi wacana publik mengenai program MBG di Indonesia. Disinformasi menciptakan narasi emosional yang mudah viral, sementara bias algoritma mempercepat distribusinya dengan memprioritaskan konten yang menimbulkan keterlibatan tinggi. Ketika kedua faktor ini berpadu dengan perilaku selektif pengguna dan rendahnya literasi digital, ruang publik digital berubah menjadi arena polarisasi ideologis. Polarisasi ini bukan hanya tentang perbedaan pandangan kebijakan, tetapi juga menyangkut legitimasi moral dan kepercayaan terhadap pemerintah. Oleh karena itu, tantangan komunikasi kebijakan di era digital tidak lagi hanya soal menyampaikan pesan, tetapi juga bagaimana mengelola ekosistem algoritmik dan memastikan publik memiliki akses pada informasi yang kredibel dan seimbang.

Fenomena disinformasi dan bias algoritma dalam kasus MBG juga memiliki implikasi teoretis penting bagi kajian politik digital dan komunikasi kebijakan di era media sosial. Pertama, temuan ini memperkuat relevansi Teori Selective Exposure (Freedman & Sears, 1965) dalam konteks masyarakat digital yang algoritmik. Pada masa teori ini dirumuskan, perilaku selektif diasumsikan sebagai hasil pilihan individu atas sumber berita konvensional seperti koran, televisi, atau radio. Namun, kini algoritma platform seperti TikTok, Instagram, dan X tidak hanya menampilkan konten yang dipilih secara sadar oleh pengguna, tetapi juga memprediksi dan mengatur konten berdasarkan pola klik dan durasi tontonan (Napoli, 2019).

Dalam kasus MBG, algoritma memperkuat paparan terhadap konten negatif karena sifatnya yang memicu emosi. Hal ini menunjukkan bahwa teori selective exposure perlu diperluas untuk mencakup dimensi teknologi dan ekonomi politik media sosial, di mana keterpaparan selektif kini merupakan hasil interaksi antara agen manusia dan non-manusia, yaitu algoritma (Helberger, 2020).

Kedua, konsep *Echo Chamber* (Sunstein, 2001) terbukti sangat relevan dalam menjelaskan pembentukan kelompok opini tertutup di ruang digital Indonesia. Dalam konteks MBG, echo chamber tidak hanya terbentuk secara organik akibat kesamaan pandangan, tetapi juga didorong oleh struktur insentif algoritmik yang memprioritaskan konten populer dan viral. Analisis media menunjukkan bahwa di platform X, konten negatif tentang MBG memiliki tingkat retweet empat kali lebih tinggi dibandingkan konten positif atau klarifikasi (Kusuma, 2025). Kondisi ini menyebabkan pengguna dengan pandangan serupa semakin sering berinteraksi satu sama lain, memperkuat kepercayaan kolektif terhadap narasi tertentu, meskipun tidak akurat. Seperti dijelaskan oleh Flaxman et al. (2016), paparan berulang terhadap pandangan yang homogen meningkatkan efek penguatan sikap (*attitude reinforcement*) dan menurunkan keterbukaan terhadap informasi baru.

Dari sisi implikasi praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemerintah di era digital harus melampaui pendekatan satu arah. Konferensi pers atau unggahan resmi tidak lagi cukup untuk menghadapi dinamika disinformasi berbasis algoritma. Pemerintah perlu mengadopsi strategi digital listening, yaitu memantau percakapan publik secara real-time untuk mendeteksi pola disinformasi sejak dini. Misalnya, ketika tagar “#MakanBeracunGratis” mulai trending, tim komunikasi publik harus segera merespons dengan klarifikasi berbasis bukti, menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan format yang menarik. Penelitian oleh Tandoc et al. (2018) menunjukkan bahwa klarifikasi dalam format video singkat yang disebarluaskan melalui kanal yang sama dengan sumber disinformasi memiliki tingkat efektivitas lebih tinggi dibandingkan klarifikasi berbasis teks panjang.

Selain itu, kolaborasi strategis dengan platform digital menjadi keharusan. Studi Helberger (2020) menekankan pentingnya public interest algorithm design, di mana platform memiliki tanggung jawab sosial untuk mengutamakan konten yang bernilai informasi publik, bukan hanya konten dengan engagement tinggi. Dalam konteks MBG, kolaborasi ini dapat mencakup pelabelan konten hoaks, penguatan fitur verifikasi fakta, dan pelibatan lembaga independen seperti fact-checking network untuk mendeteksi disinformasi yang berpotensi memicu kepanikan publik. Langkah-langkah ini tidak hanya penting untuk melindungi reputasi kebijakan, tetapi juga untuk menjaga kepercayaan sosial terhadap institusi negara.

Dari sudut pandang sosial-politik, fenomena polarisasi wacana MBG mencerminkan dampak polarisasi elektoral pasca-Pilpres 2024. Polarisasi digital di Indonesia telah terbangun di atas fondasi identitas politik yang kuat antara kubu pro dan anti-pemerintah. Dalam konteks ini, setiap kebijakan baru, termasuk MBG yang berorientasi sosial, cenderung dipersepsikan melalui lensa politik partisan. Ketika kelompok oposisi memanfaatkan isu keracunan untuk mengkritik legitimasi pemerintahan baru, media sosial menjadi arena politik simbolik yang sarat kepentingan. Polarisasi semacam ini menghambat evaluasi kebijakan yang objektif dan mengubah ruang digital menjadi medan persaingan naratif.

Implikasi lain dari fenomena ini adalah erosi kepercayaan terhadap otoritas keilmuan dan media arus utama. Masyarakat cenderung lebih mempercayai akun pribadi atau influencer yang menyajikan opini emosional ketimbang sumber resmi berbasis data. Penelitian Reuters Institute (2024) mencatat bahwa tingkat kepercayaan publik Indonesia terhadap media berita turun menjadi 38%, salah satu yang terendah di Asia Tenggara. Dalam konteks MBG, misinformasi sederhana seperti “semua makanan basi karena korupsi anggaran” dapat lebih

dipercaya daripada laporan resmi BPOM atau Kemenkes karena faktor keakraban sosial dan resonansi emosional.

Fenomena ini juga mencerminkan dinamika affective publics (Papacharissi, 2015), di mana emosi menjadi motor utama dalam sirkulasi informasi politik. Tagar seperti #MakanBeracunGratis atau #GiziPopulis tidak hanya menyampaikan kritik, tetapi juga menjadi wadah ekspresi frustrasi, ketidakpercayaan, dan identitas politik digital. Dalam konteks ini, perdebatan tentang MBG bukan hanya soal gizi anak, tetapi juga tentang siapa yang dipercaya sebagai sumber kebenaran. Ketika emosi menjadi instrumen utama komunikasi politik, logika rasional kebijakan sering kali tenggelam di bawah gelombang opini yang hiper-afektif.

Kasus MBG memberikan pelajaran penting bahwa polarisasi digital bukan sekadar efek samping media sosial, melainkan konsekuensi logis dari desain ekonomi politik platform. Disinformasi tidak akan hilang hanya dengan verifikasi fakta, karena akar masalahnya terletak pada struktur atensi yang memprioritaskan sensasi. Oleh karena itu, reformasi kebijakan digital harus mencakup regulasi algoritma, penguatan jurnalisme publik, dan peningkatan literasi digital masyarakat. Seperti diingatkan oleh Sunstein (2018), demokrasi tidak dapat bertahan dalam masyarakat yang kehilangan kemampuan untuk mendengarkan satu sama lain. Masa depan komunikasi kebijakan di Indonesia bergantung pada kemampuan negara dan warganya untuk membangun ekosistem digital yang menyeimbangkan kebebasan, kebenaran, dan tanggung jawab.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa disinformasi dan bias algoritmik memiliki pengaruh yang sangat besar dalam membentuk arah serta intensitas polarisasi wacana publik terhadap Program Makan Bergizi Gratis (MBG) di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa arus disinformasi yang bernuansa emosional dan provokatif tidak hanya mengikis kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah, tetapi juga diperkuat oleh sistem algoritma media sosial yang secara otomatis menyeleksi dan menampilkan konten berdasarkan pola keterlibatan serta preferensi pengguna. Kondisi ini mengindikasikan bahwa polarisasi yang terjadi di ruang digital bukan semata-mata dipicu oleh perbedaan pandangan politik atau ideologis, melainkan merupakan akibat dari interaksi kompleks antara perilaku selektif pengguna (*selective exposure*), struktur algoritmik platform digital, dan rendahnya tingkat literasi digital di kalangan masyarakat. Dari sisi teoretis, temuan ini memperluas pemahaman terhadap Teori Selective Exposure dengan menambahkan dimensi teknologi sebagai faktor eksternal yang mempengaruhi pola konsumsi informasi individu, di mana paparan terhadap suatu isu tidak lagi sepenuhnya bergantung pada pilihan sadar pengguna, melainkan juga dikendalikan oleh mekanisme rekomendasi otomatis. Secara konseptual, hasil ini menunjukkan adanya perubahan orientasi komunikasi politik di era digital, dari ruang publik yang rasional dan deliberatif menuju ruang wacana yang emosional serta terfragmentasi akibat logika algoritmik. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan perlunya perumusan ulang strategi komunikasi kebijakan publik yang responsif terhadap dinamika media digital, dengan menekankan pentingnya transparansi informasi, penerapan etika algoritmik, serta peningkatan literasi digital masyarakat untuk menjaga objektivitas dan integritas diskursus publik. Di masa mendatang, kajian lanjutan disarankan untuk meneliti model komunikasi kolaboratif yang melibatkan pemerintah, platform media sosial, dan masyarakat sipil guna menciptakan ekosistem informasi yang lebih inklusif, adil, dan berorientasi pada kepentingan publik dalam konteks demokrasi digital Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- CNN Indonesia. (2025, October 3). Korban keracunan MBG di Timor Tengah Selatan NTT jadi 162 orang. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20251003183650-20-1280760/korban-keracunan-mbg-di-timor-tengah-selatan-ntt-jadi-162-orang>
- Detik.com. (2025, October 3). Soal keracunan MBG, Prabowo ungkap 0.00017 kesalahan. <https://www.detik.com/kalimantan/berita/d-8135734/soal-keracunan-mbg-prabowo-ungkap-0-00017-kesalahan>
- DetikHealth. (2025, October 4). Menyoal kemungkinan KLB nasional pasca 8 ribuan anak keracunan MBG. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-8145802/menyoal-kemungkinan-klb-nasional-pasca-8-ribuan-anak-keracunan-mbg>
- Flaxman, S., Goel, S., & Rao, J. M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), 298-320. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>
- Freedman, J. L., & Sears, D. O. (1965). Selective exposure. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 2, pp. 57-97). Academic Press.
- Helberger, N. (2020). The political power of platforms: How current attempts to regulate misinformation amplify opinion power. *Digital Journalism*, 8(6), 842-854. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1773888>
- Hindman, M. (2018). The internet trap: How the digital economy builds monopolies and undermines democracy. Princeton University Press.
- Juditha, C. (2025). Fenomena “Indonesia Gelap” di media sosial: Analisis sentimen dan polarisasi opini publik. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 7(2), 45-60.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2024). Nota Keuangan RAPBN 2025. Jakarta: Kemenkeu RI.
- Kompas. (2025). Kontroversi program makan bergizi gratis: Antara janji politik dan tantangan operasional. <https://www.kompas.id>
- Kompas.tv. (2025, October 3). Polisi ambil sampel menu MBG yang diduga jadi penyebab keracunan 283 siswa di Bengkulu. <https://www.kompas.tv/regional/614295/polisi-ambil-sampel-menu-mbg-yang-diduga-jadi-penyebab-keracunan-283-siswa-di-bengkulu-berut>
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: Social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411-427. <https://doi.org/10.1080/14672715.2017.1341188>
- Liputan6.com. (2025, October 4). Ragam hoaks soal program MBG, simak faktanya. <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/6164932/ragam-hoaks-soal-program-mbg-simak-faktanya>
- Napoli, P. M. (2019). Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age. Columbia University Press.
- Papacharissi, Z. (2015). Affective publics: Sentiment, technology, and politics. Oxford University Press.
- Pariser, E. (2011). The filter bubble: What the internet is hiding from you. Penguin Press.

- Rosenstiel, T. (2014). The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect. *Three Rivers Press*.
- Sarjito, A. (2021). Hoaks, disinformasi, dan ketahanan nasional: Ancaman teknologi informasi dalam masyarakat digital Indonesia. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 27(1), 34-50.
- SSGI. (2024). Prevalensi stunting nasional 2024. <https://stunting.go.id/ssgi-2024-prevalensi-stunting-nasional-turun-jadi-198-capai-angka-di-bawah-proyeksi-bappenas/>
- Stroud, N. J. (2008). Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure. *Political Behavior*, 30(3), 341-366. <https://doi.org/10.1007/s11109-007-9050-9>
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (21st ed.). Alfabeta.
- Sunstein, C. R. (2001). Republic.com. Princeton *University Press*.
- Sunstein, C. R. (2018). Republic: Divided democracy in the age of social media. Princeton *University Press*.
- Tandoc, E. C., Jr., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tempo. (2025). Masalah distribusi dan mutu makanan dalam program makan bergizi gratis. <https://www.tempo.co>
- Tempo.co. (2025, October 4). Daftar kasus keracunan MBG di berbagai daerah sejak Januari-September 2025. <https://www.tempo.co/politik/daftar-kasus-keracunan-mbg-di-berbagai-daerah-sejak-januari-september-2025-2073482>
- Tufekci, Z. (2017). Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest. Yale *University Press*.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>