
BACKLASH DI ERA DIGITAL: MEMAHAMI RESPONS NEGATIF TERHADAP KONTEN SENSITIF DI PLATFORM MEDIA SOSIAL

Maya Miranti¹, Muhammad Guntur Purboyo², Junaidi³

^{1,2,3}Universitas Lampung

mayamrty@gmail.com¹, muhammadguntur@fisip.unila.ac.id²

ABSTRACT; *This study aims to explore the phenomenon of backlash on social media and analyse the factors that influence the occurrence of backlash, including the type of content, the popularity of the individual, and its impact. The method used is qualitative with a phenomenological approach, involving in-depth interviews with six informants from various departments at Lampung University. The results showed that backlash on social media is caused by anonymity, echo chambers, controversial content, and polarisation. Anonymity allows users to comment without direct consequences, encouraging aggressive behaviour. Echo chambers reinforce group beliefs and norms, so when exposed to different views, strong defensive reactions occur. Controversial content triggers intense emotions and reactions, increasing the likelihood of conflict. Polarisation deepens differences between groups, reinforcing distrust and hostility, so negative reactions are more likely when ideas are confronted. The research concludes that the combination of these factors creates favourable conditions for backlash on social media platforms.*

Keywords: *Backlash, Social Media, Social Interaction, Filter Bubble, Echo-Chamber.*

ABSTRAK; Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena *backlash* di media sosial dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya *backlash*, termasuk jenis konten, popularitas individu, dan dampaknya. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, melibatkan wawancara mendalam dengan enam informan dari berbagai jurusan di Universitas Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *backlash* di media sosial disebabkan oleh anonimitas, echo chambers, konten kontroversial, dan polarisasi. Anonimitas memungkinkan pengguna berkomentar tanpa konsekuensi langsung, mendorong perilaku agresif. Echo chambers memperkuat keyakinan dan norma kelompok, sehingga ketika terpapar pada pandangan yang berbeda, terjadi reaksi defensif yang kuat. Konten kontroversial memicu emosi dan reaksi intens, meningkatkan kemungkinan konflik. Polarisasi memperdalam perbedaan antar kelompok, memperkuat ketidakpercayaan dan permusuhan, sehingga reaksi negatif lebih mungkin terjadi saat konfrontasi ide. Penelitian ini menyimpulkan bahwa

kombinasi faktor-faktor tersebut menciptakan kondisi yang mendukung terjadinya backlash di platform media sosial.

Kata Kunci: *Backlash*, Sosial Media, Interaksi Sosial, Filter Bubble, Echo-Chamber.

PENDAHULUAN

Backlash adalah istilah yang digunakan dalam berbagai bidang seperti feminisme, ekonomi, dan teknik mesin. Dalam konteks feminisme, *backlash* mengacu pada reaksi negatif dan perlawanan terhadap kemajuan yang dicapai oleh gerakan feminis. Menurut Faludi (1991), *backlash* bukan hanya serangan langsung terhadap feminisme, tetapi juga serangkaian tindakan, sikap, dan kebijakan yang bertujuan untuk menghentikan atau membalikkan pencapaian feminis. Faludi mengungkapkan bahwa *backlash* muncul dalam berbagai bentuk, termasuk melalui media, budaya populer, dan kebijakan publik. Faludi berargumen bahwa *backlash* merupakan usaha terencana untuk menghalangi dan membatalkan kemajuan yang telah dicapai dalam kesetaraan gender, sering kali dilakukan dengan cara-cara tidak langsung namun efektif.

Di bidang ekonomi, *backlash* merujuk pada reaksi negatif yang muncul akibat tindakan atau kebijakan ekonomi tertentu yang bertujuan untuk mempertahankan atau meningkatkan posisi kompetitif. Pelc (2020) menjelaskan bahwa perusahaan dan negara sering menggunakan taktik tidak langsung dan kadang-kadang tersembunyi untuk menghindari konflik terbuka. Strategi-strategi ini dapat mencakup penyesuaian regulasi, manipulasi tarif, atau perubahan kebijakan perdagangan yang secara halus menekan pesaing tanpa memicu reaksi langsung. Pendekatan ini bertujuan untuk mengelola dan mengurangi dampak negatif dari persaingan yang ketat, sambil tetap mempertahankan atau meningkatkan keuntungan ekonomi.

Sedangkan, pada aktivitas media sosial juga dikenal dengan istilah *backlash* yang dipresentasikan sebagai cara seseorang untuk menghindari dari konfrontasi. Akan tetapi, *Backlash* dalam feminisme, ekonomi dan media sosial itu dimaknai secara berbeda. *Backlash* dalam media sosial adalah reaksi negatif yang muncul sebagai respons terhadap konten atau perilaku tertentu di platform media sosial. Fenomena ini sering kali terjadi ketika pengguna merasa terancam atau tidak setuju dengan apa yang mereka lihat, dengar, atau baca. *Backlash* dapat muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari komentar negatif, kampanye boikot, hingga

penyerangan terhadap individu atau kelompok tertentu yang dianggap bertanggung jawab atas konten yang tidak disukai (Kintu et al, 2020).

Salah satu penyebab utama *backlash* di media sosial adalah perkembangan narsisme dan anarkisme di media sosial. Narsisme di platform seperti Instagram dapat berdampak negatif pada kesehatan mental, terutama melalui fenomena narsisme visual, di mana individu sering memposting foto atau video yang menampilkan diri mereka dalam bentuk positif. Ini dapat meningkatkan harga diri seseorang yang bergantung pada dukungan sosial dan persahabatan di media sosial, tetapi juga dapat menyebabkan kecemasan akan ketinggalan informasi dan kecenderungan untuk berperilaku egois. Sedangkan anarkisme, sering dipandang sebagai bentuk kekerasan simbolik, juga dapat memperburuk situasi di media sosial. Anarkisme dapat memunculkan kecenderungan narsistik, yang ditandai oleh sikap mencintai diri sendiri secara berlebihan dan kurangnya penghargaan terhadap perasaan orang lain. Individu narsis sering menggunakan media sosial untuk membesar-besarkan diri dan mencapai popularitas (Sakinah dkk, 2019).

Backlash media sosial dalam konteks analisis teori Interaksi Simbolik, yang dikembangkan oleh George Herbert Mead dan Herbert Blumer, berfokus pada bagaimana individu berinteraksi dengan satu sama lain dan membentuk makna melalui simbol dan bahasa dalam konteks sosial. Teori ini menyatakan bahwa makna dibangun melalui proses interaksi sosial dan bahwa individu menginterpretasikan dan memodifikasi makna tersebut dalam konteks sosial mereka. Menurut Teori Interaksi Simbolik, makna terbentuk melalui interaksi sosial dan penggunaan simbol (Nelson, 1998). Dalam dunia media sosial, *backlash* dapat terjadi ketika individu atau kelompok memberikan tanggapan negatif atau menolak simbol tertentu seperti gagasan, pandangan, atau konten yang dianggap tidak sesuai atau kontroversial. Reaksi ini mencerminkan perbedaan cara pihak-pihak yang berbeda menginterpretasikan dan memaknai simbol-simbol tersebut.

Dengan cepatnya perkembangan platform media sosial seperti Instagram, Tiktok, X dan lain sebagainya membuat individu kini memiliki kesempatan yang lebih besar untuk menyebarluaskan opini, pandangan, dan konten kepada audiens global. Ini membuka peluang untuk diskusi yang lebih terbuka namun juga meningkatkan kemungkinan terjadinya konflik dan ketidaksetujuan. Oleh karena itu, dengan kebebasan ekspresi yang diberikan oleh media sosial kepada penggunanya, memungkinkan mereka untuk menyebarkan pandangan dan ide ke *audiens* yang besar. Namun, kebebasan ini juga dapat mengakibatkan penyebaran konten

yang kontroversial atau sensitif, yang mungkin menyinggung sejumlah pihak. Ketika pandangan atau ide yang dibagikan dianggap tidak pantas atau ofensif, *backlash* bisa muncul sebagai respons dari mereka yang merasa terganggu atau tidak setuju. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi terjadinya *backlash* di media sosial

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan sebuah fenomena secara eksploratif melalui informasi dari perspektif informan secara mendalam (Creswell, J & Creswell, 2018). Pendekatan fenomenologi merupakan studi yang mengeksplorasi suatu penelitian secara mendalam, mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan. Kasus ini dapat berupa suatu peristiwa, aktivitas, proses, dan program (Creswell and David Creswell, 2016). Sehingga dengan pendekatan fenomenologi transendental membantu peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman individu dan bagaimana mereka memandang, menggunakan media sosial sehingga dapat menyebabkan hambatan interaksi sosial.

Peneliti memilih 6 informan yang merupakan mahasiswa FISIP Universitas Lampung yang berasal dari jurusan administrasi bisnis, hubungan internasional, sosiologi dan perkantoran. Penelitian dilakukan selama dua bulan. Adapun beberapa informan dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Berani Menyuarakan Pendapat
3. Cepat Tersinggung atau Mudah Terprovokasi
4. Mengikuti Tren
5. Anonimitas di Media Sosial
6. Pencari Perhatian
7. Merasa Terancam atau Terganggu

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh data yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan ada 2 yaitu data sekunder dan data primer. Data sekunder didapatkan melalui studi pustaka berupa

literatur penelitian terdahulu seperti buku, jurnal, karya ilmiah lainnya, dokumentasi ataupun arsip yang dapat digunakan sebagai informasi pendukung. Data primer diperoleh dari wawancara terhadap informan dan observasi mengenai penggunaan media sosial harian informan, cara informan berinteraksi, serta berperilaku. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Fenomenologi dari Creswell (2007). Yaitu, 1) *Data Managing* 2) *Reading, Memoing* 3) *Describing, Classifying, Interpreting* 4) *Representing, Visualizing*. Selanjutnya, teknik keabsahan data dalam penelitian ini yaitu, triangulasi data dan triangulasi metode.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan pada mahasiswa Unila mengenai media sosial. Peneliti menemukan beberapa temuan yang dapat menggambarkan mengenai *backlash* yang terjadi di media sosial.

Backlash

Dalam konteks sosial, *backlash* merujuk pada reaksi negatif terhadap perubahan sosial atau kebijakan tertentu, sering kali sebagai respons terhadap kemajuan dalam hak-hak individu atau kelompok tertentu, seperti feminisme. *Backlash* mulai berkembang dalam buku yang berjudul “*The Undeclared War Against American*” Women karya Susan Faludi, yang diterbitkan pada tahun 1991, secara kritis meneliti reaksi budaya dan politik terhadap gerakan feminis yang muncul pada tahun 1980-an. Faludi berpendapat bahwa reaksi balik ini merupakan reaksi sistematis yang bertujuan untuk membalikkan kemajuan yang telah dicapai oleh perempuan selama tahun 1960-an dan 70-an, dengan tujuan untuk mengembalikan status quo patriarki (Faludi,1991).

Faludi mengidentifikasi serangan balik tersebut sebagai upaya terkoordinasi untuk melemahkan pencapaian feminis dengan membingkainya sebagai sesuatu yang merugikan kesejahteraan perempuan. Narasi ini disebarkan melalui berbagai media, yang seringkali menggunakan taktik menyalahkan korban. Misalnya, media menyatakan bahwa gerakan feminis bertanggung jawab atas isu-isu seperti ketidakbahagiaan perempuan dan disintegrasi keluarga, meskipun tidak ada bukti yang kredibel yang mendukung klaim ini (Faludi,1991). *Backlash* dalam konteks media sosial merujuk pada reaksi negatif yang muncul sebagai respons terhadap tindakan atau pernyataan yang dianggap tidak tepat, ofensif, atau tidak sesuai

oleh pengguna lain. Fenomena ini sering kali terjadi dalam lingkungan yang sangat terhubung dan interaktif yang ditawarkan oleh platform media sosial. *Backlash* dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti:

- 1 *Hate Speech*: Ujaran kebencian yang ditujukan kepada individu atau kelompok tertentu. Ini sering kali muncul dalam bentuk komentar negatif yang mendorong permusuhan atau diskriminasi.
- 2 *Cyberbullying*: Tindakan perundungan yang dilakukan secara daring, di mana individu menjadi sasaran serangan verbal atau penghinaan di platform media sosial.
- 3 *Trolling*: Pengguna yang sengaja mengunggah konten provokatif untuk memicu reaksi emosional dari orang lain, sering kali dengan tujuan mengganggu atau merusak diskusi yang sehat

Oleh karena itu media sosial adalah platform yang kuat untuk berbagi informasi, tetapi juga rentan terhadap konfrontasi dan *backlash*. Konfrontasi bisa terjadi ketika terdapat perbedaan pendapat yang signifikan, sementara *backlash* adalah reaksi negatif massal terhadap pernyataan, tindakan, atau konten yang diposting online. *Backlash* bisa merusak reputasi seseorang secara drastis dan cepat. Beberapa faktor yang dapat memicu konfrontasi dan *backlash* di media sosial antara lain:

- 1 Konten Kontroversial: Postingan yang menyentuh isu sensitif atau kontroversial.
- 2 Komunikasi yang Buruk: Pesan yang disampaikan dengan cara yang tidak tepat atau menyinggung.
- 3 *Filter Bubble* dan *Echo Chamber*: Peran teknologi dan algoritma dalam membentuk identitas digital juga penting. Algoritma yang digunakan oleh media sosial sering kali memfilter konten berdasarkan preferensi pengguna, yang bisa memperkuat *filter bubble* dan *echo chamber*.
- 4 Anonimitas: Kemudahan untuk berkomentar tanpa harus menampilkan identitas asli sering kali membuat orang lebih berani menyampaikan kritik atau serangan.

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwasanya *backlash* di media sosial dan interaksi sosial memiliki hubungan yang kompleks dan saling mempengaruhi. Polarisasi opini, penguatan emosi negatif, viralitas konten, dan pengaruh sosial adalah beberapa faktor yang memperkuat hubungan ini. *Backlash* dalam media sosial adalah reaksi negatif yang muncul

sebagai respons terhadap konten atau perilaku tertentu di platform. *Backlash* dapat muncul dari berbagai alasan, seperti posting yang dianggap kontroversial, tindakan yang dianggap tidak pantas, atau pernyataan yang menyinggung. Fenomena ini sering kali terjadi ketika pengguna merasa terancam atau tidak sejalan dengan apa yang mereka lihat, mendengar, atau baca. *Backlash* dapat muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari komentar negatif, kampanye boikot, hingga penyerangan terhadap individu atau kelompok tertentu yang dianggap bertanggung jawab atas konten yang tidak disukai (Kintu et al, 2020).

Media Sosial Dapat Melindungi Dari Konfrontasi dan ”*Backlash*”

Anonimitas di media sosial melindungi pengguna dari konfrontasi dan *backlash*. Dengan menggunakan nama palsu atau profil anonim, mereka merasa lebih aman untuk menyampaikan pendapat tanpa risiko terhadap identitas asli mereka. Anonimitas ini memberikan perlindungan, memungkinkan mereka berbicara lebih bebas dan jujur tanpa takut akan dampak sosial atau personal. Banyak pengguna menggunakan akun anonim untuk mengekspresikan diri tanpa khawatir tentang konsekuensi. Mereka dapat berbicara secara terbuka tentang topik yang sensitif atau kontroversial tanpa memikirkan dampaknya pada reputasi mereka secara pribadi. Hal ini memungkinkan mereka untuk berdiskusi secara bebas dan terbuka, seperti yang disebutkan dalam survei Kaspersky bahwa 49% responden menggunakan akun anonim untuk memanfaatkan kebebasan berbicara tanpa memengaruhi reputasi mereka (Nugroho, 2020).

Anonimitas memungkinkan mereka untuk terlibat dalam diskusi kontroversial atau mengungkapkan pandangan yang tidak populer tanpa khawatir akan konsekuensi negatif yang biasanya terkait dengan identitas nyata. Dengan demikian, anonimitas menciptakan ruang bagi pengguna untuk berpartisipasi lebih aktif dan terbuka dalam percakapan di media sosial. Dari beberapa informan tersebut mengatakan bahwasanya dengan media sosial juga dapat menyembunyikan atau memblokir informasi atau orang tertentu. Hal ini membantu pengguna untuk membatasi paparan mereka terhadap konfrontasi atau serangan balik dengan menghindari konten atau orang yang berpotensi bermasalah.

Oleh karena itu, anonimitas yang dapat membuat orang merasa lebih aman dalam berkomunikasi atau berinteraksi. Ini dapat mengurangi rasa takut akan konfrontasi langsung atau *backlash*, karena mereka merasa lebih terlindungi di balik layar. Selain itu di media sosial memungkinkan pengguna untuk mengontrol siapa yang dapat melihat konten mereka. Dengan menggunakan filter atau pengaturan privasi yang tepat, pengguna dapat membatasi akses

orang-orang yang mungkin menyebabkan konfrontasi atau *backlash* terhadap mereka. Sehingga dengan begitu mereka merasa bahwa mereka bebas berekspresi di media sosial.

Konten Kontroversial dan Polarisasi

Konten kontroversial adalah salah satu penyebab utama *backlash* di media sosial. Jenis konten ini meliputi pernyataan, gambar, video, atau tindakan yang menimbulkan perdebatan dan memicu emosi kuat di kalangan pengguna. Seperti pengeditan video oleh netizen yang memihak dapat merusak reputasi seseorang atau menyebarkan informasi palsu, yang dapat menimbulkan dampak jangka panjang yang serius. Hal ini menunjukkan bahwa konten kontroversial memiliki potensi besar untuk memicu konflik di masyarakat (Yumni, 2022). Ada beberapa elemen kunci yang membuat konten kontroversial menjadi pemicu *backlash* yang signifikan di platform ini. Konten kontroversial sering kali berhubungan dengan isu-isu sensitif seperti politik, agama, ras, gender, dan hak asasi manusia. Ketika konten yang menyentuh topik-topik ini diunggah, reaksi emosional yang kuat dari pengguna tidak bisa dihindari. Emosi seperti kemarahan, ketidaksetujuan, dan frustrasi dapat memicu *backlash* yang meluas. Emosi negatif ini sering diperparah oleh kemampuan media sosial untuk menyebarkan konten dengan cepat dan luas, memungkinkan reaksi cepat dari banyak pengguna (Astuti dkk, 2023).

Konten yang kontroversial kerap kali menyebabkan polarisasi di media sosial. Ketika pandangan atau tindakan yang diunggah bertentangan dengan keyakinan atau nilai-nilai dari sekelompok pengguna, mereka cenderung memberikan reaksi keras. Polarisasi ini semakin diperparah oleh fenomena *echo chamber*, di mana pengguna hanya berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki pandangan serupa. Ini memperkuat keyakinan mereka dan membuat mereka lebih cenderung untuk bereaksi negatif terhadap pandangan yang berbeda. Hal ini memperkuat keyakinan mereka dan membuat mereka lebih rentan terhadap reaksi negatif terhadap pandangan yang berbeda. Contohnya, Selama pandemi COVID-19, isu vaksinasi menjadi sangat kontroversial. Pengguna media sosial terbagi menjadi dua kubu: yang mendukung vaksinasi dan yang menolak. Di platform seperti *instagram*, *facebook* dan lain sebagainya, banyak pengguna yang hanya berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki pandangan serupa, menciptakan *echo chamber*. Akibatnya, informasi yang mendukung atau menentang vaksinasi diperkuat, sementara argumen dari pihak lawan diabaikan. Hal ini menyebabkan reaksi negatif yang kuat terhadap individu atau organisasi yang mempromosikan vaksinasi, sering kali dalam bentuk serangan verbal atau kampanye boikot.

Oleh karena itu, polarisasi adalah proses di mana pandangan individu atau kelompok menjadi semakin ekstrem dan terpisah dari pandangan kelompok lain. *Echo chamber* memperburuk polarisasi dengan membatasi interaksi pengguna hanya pada mereka yang memiliki pandangan serupa. Ini terjadi karena algoritma media sosial dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna dengan menampilkan konten yang sesuai dengan preferensi mereka. Akibatnya, pengguna terus-menerus terpapar konten yang memperkuat keyakinan mereka sendiri dan jarang melihat pandangan yang berbeda. (Oktafian, 2024). Dalam *echo chamber*, keyakinan yang sudah ada diperkuat karena pengguna hanya berinteraksi dengan orang-orang yang setuju dengan mereka. Ini mengurangi kemungkinan mereka untuk mempertimbangkan perspektif lain atau mengubah pandangan mereka. Menurut Sunstein (2001), interaksi dalam kelompok homogen cenderung memperkuat keyakinan ekstrem dan mengurangi keterbukaan terhadap pandangan yang berbeda.

Akibatnya, pengguna menjadi semakin yakin bahwa pandangan mereka adalah yang benar, sementara pandangan yang berbeda dianggap salah atau bahkan berbahaya. *Echo chamber* tidak hanya memperkuat keyakinan yang ada, tetapi juga meningkatkan kecenderungan untuk bereaksi negatif terhadap pandangan yang berbeda. Ketika pengguna akhirnya dihadapkan dengan pandangan yang berlawanan, mereka lebih mungkin merespons dengan kemarahan, ketidaksetujuan, atau *backlash*. Ini karena mereka jarang terpapar pada argumen yang berlawanan dan tidak terbiasa dengan dialog konstruktif. Reaksi negatif ini semakin memperparah polarisasi, menciptakan siklus di mana perbedaan pandangan semakin tajam dan sulit dijumpai. Hal ini didukung oleh penelitian dari Kiran Garimella mengenai "*Polarization on Social Media*" mengenai algoritma dan perilaku pengguna di platform media sosial telah terbukti mempersempit luasnya konten yang dikonsumsi, yang pada akhirnya mengarah ke masyarakat terpolarisasi di mana beragam pendapat tidak dianjurkan (Garimella, 2018).

***Echo Chambers* dan Penguatan Reaksi Negatif**

Echo chambers merupakan ruang di mana ide dan keyakinan yang ada terus diperkuat melalui interaksi berulang dengan orang lain yang berpikiran sama. Dalam konteks media sosial, algoritma sering kali memastikan bahwa pengguna terus terpapar pada konten yang mendukung pandangan mereka, sehingga menciptakan lingkungan yang homogen dan memperkuat bias kognitif. Hal ini bisa membuat pandangan atau opini tertentu tampak lebih

dominan dan benar daripada yang sebenarnya. *Filter bubble* menciptakan *echo chambers*, di mana informasi yang serupa diulang dan diperkuat dalam kelompok yang berpikiran sama. Dalam konteks ini, *backlash* sering kali menjadi lebih intens karena pengguna dalam *echo chamber* saling memperkuat reaksi negatif mereka (Zimmer dkk, 2019; Wulandari dkk, 2021). Adapun contohnya dari satu informan, yaitu kontroversi seputar *body image* di Instagram. Ketika memposting foto dirinya di media sosial tanpa filter, memperlihatkan *stretch marks* dan bekas jerawat, dengan pesan bahwa semua tubuh itu indah. Namun reaksi yang didapatkan dari pengikutnya ada yang sebagian besar mendukung gerakan *body positivity*. Namun, ada juga beberapa pengikut yang tidak setuju dan merasa bahwa mempromosikan tubuh yang tidak "sempurna" adalah tindakan yang salah.

Oleh karena itu dalam *echo chamber* yang terbentuk, pengikut yang mendukung mulai memperkuat pesan positifnya, sementara mereka yang menentang mulai menggemakan ketidaksetujuan mereka dengan lebih spontan. Bagi kelompok yang tidak setuju/tidak suka dengan hal tersebut mulai mengirim komentar negatif, menyatakan bahwa tidak seharusnya mempromosikan "ketidaksempurnaan" dan bahwa foto-fotonya memberikan contoh yang buruk bagi remaja lainnya. Komentar negatif ini diperkuat dan disebar oleh akun-akun lain yang berada dalam *echo chamber* yang sama. Sehingga bagi mereka yang mendukung pesan *body positivity* merasa tertekan oleh *backlash* dan mulai ragu untuk memposting konten serupa. Sebaliknya, mereka yang berada dalam *echo chamber* yang menentang merasa semakin kuat dalam keyakinan mereka bahwa standar kecantikan yang ketat harus dipertahankan.

Dari perspektif teori interaksi sosial, *echo chambers* mempengaruhi cara orang memproses dan merespons informasi. Dalam *echo chambers*, interaksi sosial cenderung homogen, di mana individu berkomunikasi terutama dengan mereka yang memiliki pandangan serupa. Ini memperkuat norma kelompok dan meningkatkan keyakinan individu terhadap pandangan mereka sendiri, sekaligus menambah ketidakpercayaan dan permusuhan terhadap kelompok lain. Akibatnya, ketika dihadapkan pada informasi atau opini yang berlawanan, individu dalam *echo chambers* cenderung bereaksi dengan *backlash* yang kuat. Mereka merasa pandangan mereka diserang dan merespons secara defensif, yang sering kali memperburuk konflik dan meningkatkan polarisasi. Dengan demikian, *echo chambers* dan penguatan reaksi negatif memiliki keterkaitan erat dalam mempengaruhi dinamika interaksi sosial di media sosial

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian, *backlash* di media sosial disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu anonimitas yang diberikan oleh media sosial, *echo chambers*, konten kontroversial, dan polarisasi. Anonimitas memungkinkan pengguna untuk berkomentar tanpa konsekuensi langsung, mendorong perilaku yang lebih agresif. *Echo chambers* membuat individu hanya berinteraksi dengan pandangan serupa, menghindari konfrontasi dengan perspektif yang berbeda, yang memperkuat keyakinan dan norma kelompok. Konten kontroversial cenderung memicu emosi dan reaksi yang intens, meningkatkan kemungkinan terjadinya konflik. Polarisasi memperdalam perbedaan antar kelompok, memperkuat ketidakpercayaan dan permusuhan, sehingga reaksi negatif lebih mungkin terjadi saat ada konfrontasi ide. Sehingga, kombinasi faktor-faktor ini menciptakan kondisi yang mendukung terjadinya *backlash* di platform media sosial. Oleh karena itu, tentukan batasan untuk diri anda dalam hal keterlibatan dengan komentar negatif. Kadang-kadang, lebih baik untuk tidak merespons secara langsung atau terlibat dalam perdebatan yang tidak produktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Balabanova, E., Palmieri, R., & Liu, Z. (2023). Twitter (X), Fast Fashion and Backlash: Argumentation and Ethics on Social Media. *Business and Professional Communication Quarterly*, 23294906231208411.
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132.
- Barberá, P., Jost, J. T., Nagler, J., Tucker, J. A., & Bonneau, R. (2015). Tweeting from left to right: Is online political communication more than an echo chamber?. *Psychological science*, 26(10), 1531-1542.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Creswell, Jhon. W. 2013. Research Design 'Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed'.
- Faludi, S. (2009). *Backlash: The undeclared war against American women*. Crown.
- Garimella, K., De Francisci Morales, G., Gionis, A., & Mathioudakis, M. (2018, April). Political discourse on social media: Echo chambers, gatekeepers, and the price of bipartisanship. In *Proceedings of the 2018 world wide web conference* (pp. 913-922).
- Mead, G. H., & Strauss, A. L. (1934). *The social psychology of george herbert mead*.

- Sakinah, U., Zatrachadi, M. F., & Darmawati, D. (2019). Fenomena narsistik di media sosial sebagai bentuk pengakuan diri. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 2(1), 34-43.
- Sunstein, C. R. (2001). *Designing democracy: What constitutions do*. Oxford University Press.
- Kintu, B., & Ben-Slimane, K. (2020). Companies responses to scandal backlash caused by social media influencers. *International Journal of Market Research*, 62(6), 666-672.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *science*, 359(6380), 1146-115
- Nelson. D. Lindsey. 1998. Herbert Blumer's Sym-bolic Interactionism. University of Coloradoat Boulder Spring. http://www.colorado.edu/Communication/metadiscourses/Papers/App_Papers/Nelson.htm diakses pada 05Januari 2009 pkl. 09.00
- Zimmer, F., Scheibe, K., Stock, M., & Stock, W. G. (2019, January). Echo chambers and filter bubbles of fake news in social media. Man-made or produced by algorithms. In 8th annual arts, humanities, social sciences & education conference (pp. 1-22).
- Wulandari, V., Rullyana, G., & Ardiansah, A. (2021). Pengaruh algoritma filter bubble dan echo chamber terhadap perilaku penggunaan internet. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 17(1), 98-111.