

Dampak Algoritma Media Sosial Terhadap Narasi Keislaman: Tantangan Dan Strategi Literasi Digital

Riska Wahyuni^{1*}, Putroe Balqis²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Email: wahyuniriska178@gmail.com¹, PutroeBalqis04@gmail.com²,

DOI:

Received: 9 Oktober 2025

Revised: 9 Oktober 2025

Accepted: 13 Oktober 2025

Abstract:

The high penetration of the internet in Indonesia has changed the pattern of religious information consumption among the public, particularly through social media controlled by algorithms. These algorithms play a role in determining the Islamic content that appears on users timelines, often prioritising popular and sensational narratives over in-depth and moderate analyses. This study aims to analyse how social media algorithms shape Islamic narratives and explore the role of digital literacy in enhancing users critical awareness. The method used is qualitative-descriptive, with data collection techniques including literature review and digital observation. The results of the study indicate that algorithms create filter bubbles and echo chambers, increasing the risk of religious polarisation. Digital literacy is necessary for users to critically filter information and select credible sources.

Keywords: *Algorithms, Digital Literacy, Islamic Narratives, Social Media*

Abstrak:

Tingginya penetrasi internet di Indonesia telah mengubah pola konsumsi informasi keagamaan di kalangan masyarakat, terutama melalui media sosial yang dikendalikan oleh algoritma. Algoritma ini berperan dalam menentukan konten Islam yang muncul di linimasa pengguna, seringkali memprioritaskan narasi yang populer dan sensasional dibandingkan analisis yang mendalam dan moderat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana algoritma media sosial membentuk narasi Islam dan mengeksplorasi peran literasi digital dalam meningkatkan kesadaran kritis pengguna. Metode yang digunakan adalah deskriptif-kualitatif, dengan teknik pengumpulan data meliputi studi pustaka dan observasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma menciptakan filter bubble dan echo chamber, yang meningkatkan risiko polarisasi keagamaan. Literasi digital diperlukan agar pengguna dapat menyaring informasi secara kritis dan memilih sumber yang kredibel.

Kata Kunci: *Algoritma, Literasi Digital, Narasi Islami, Media Sosial*

PENDAHULUAN

Pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 212,9 juta orang, yang setara dengan sekitar 77% dari total populasi negara tersebut, yakni 276, 4 juta jiwa (Jauza, 2024). Penetrasi internet yang tinggi ini menunjukkan peningkatan akses digital di berbagai lapisan masyarakat, sebagaimana dilaporkan oleh Athaya Jauza, yang mencatat adanya tren

pertumbuhan pengguna internet seiring dengan berkembangnya infrastruktur telekomunikasi dan adopsi teknologi digital di Indonesia. Dalam konteks wacana keislaman, peran algoritma media sosial menjadi semakin signifikan dalam membentuk pemahaman keagamaan masyarakat. Algoritma ini menentukan konten yang muncul di lini masa pengguna berdasarkan preferensi, interaksi dan tren yang berkembang, sehingga dapat memperkuat pandangan tertentu sekaligus membatasi akses terhadap perspektif yang beragam. Hal ini berpengaruh pada konsumsi informasi keislaman, yang tidak jarang membentuk ekosistem digital yang mengutamakan narasi populer dibandingkan dengan kajian yang lebih mendalam (Suryadi & Anwar, 2024, pp. 50–51).

Kajian mengenai dampak algoritma media sosial telah cukup banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Secara umum, penelitian-penelitian tersebut dapat diklasifikasikan menjadi dua pola utama. *Pertama*, menyoroti bagaimana algoritma digital (AI/media sosial) membentuk komunikasi, persepsi publik dan memicu polarisasi (Al Fatih et al., 2024; Nurfajri et al., 2025; Rahmawati, 2018). *Kedua*, penerapan algoritma untuk mengolah dan menganalisis data dari media sosial (Indriyani et al., 2023; Krisna & Salamah, 2022; S. Wulandari & Hasan, 2024). Meskipun demikian, hingga saat ini masih jarang ditemukan kajian yang secara spesifik mengkaji mekanisme kerja algoritma media sosial dalam menyajikan informasi keislaman serta dampaknya terhadap pembentukan narasi keislaman di ruang digital. Selain itu, masih sangat terbatas penelitian yang mengeksplorasi bagaimana literasi digital dapat meningkatkan kesadaran kritis dan kapasitas pengguna media sosial dalam menyaring serta memahami informasi keislaman secara lebih bijak dan kontekstual.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara umat Islam mengakses dan memahami ajaran agama, terutama melalui media sosial yang dikendalikan oleh algoritma. Namun, bagaimana sebenarnya cara kerja algoritma media sosial dalam menentukan konten yang dikonsumsi pengguna? Selain itu, algoritma ini juga memiliki dampak terhadap narasi keislaman, baik dalam hal polarisasi pemahaman agama, penyebaran informasi yang bersifat sensasional, maupun potensi radikalisasi. Oleh karena itu, diperlukan kajian mengenai sejauh mana peran literasi digital dalam membantu masyarakat memahami dan menghadapi algoritma media sosial agar mereka dapat mengakses informasi keislaman yang lebih berimbang dan kredibel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis cara kerja algoritma media sosial dalam menyajikan informasi serta memahami dampaknya terhadap narasi keislaman di ruang digital. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji bagaimana literasi digital dapat berperan dalam meningkatkan kesadaran dan kemampuan pengguna media sosial dalam menyaring informasi keislaman, sehingga mereka dapat menghindari dampak negatif algoritma dan memperoleh pemahaman agama yang lebih objektif dan inklusif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menganalisis dampak algoritma media sosial terhadap narasi keislaman serta

peran literasi digital dalam menghadapinya. Data penelitian diperoleh dari dua sumber yaitu data primer melalui observasi terhadap pola kerja algoritma di platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram, serta data sekunder dari jurnal, artikel ilmiah dan laporan terkait. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui studi pustaka, observasi digital, dan analisis konten. Untuk memastikan validasi data, penelitian ini yaitu membandingkan hasil dari berbagai metode agar memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai pengaruh algoritma terhadap narasi keislaman dan bagaimana literasi digital dapat menjadi solusi dalam menghadapinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cara Kerja Algoritma Media Sosial

Algoritma media sosial adalah sebuah sistem yang kompleks yang dirancang untuk menampilkan konten yang paling relevan bagi setiap penggunanya. Algoritma ini bekerja dengan mencatat interaksi pengguna seperti pencarian, minat, dan riwayat konsumsi konten untuk kemudian menampilkan rekomendasi yang sesuai. Semakin sering pengguna berinteraksi dengan jenis konten tertentu, semakin besar kemungkinan mereka akan terus menerima konten serupa. Dampak dari algoritma ini sangat besar, terutama dalam pola konsumsi informasi. Misalnya, berita yang pernah diklik oleh pengguna akan menjadi acuan bagi sistem untuk menampilkan berita serupa di kemudian hari. Selain itu, faktor-faktor seperti jumlah *like*, *share*, komentar dan durasi waktu yang dihabiskan pengguna dalam suatu konten juga menentukan bagaimana algoritma menyusun rekomendasi (Riendani et al., 2025, p. 226).

Setiap platform media sosial memiliki algoritma uniknya sendiri, tetapi prinsip dasarnya serupa yaitu meningkatkan pengalaman pengguna dengan menampilkan konten yang dianggap paling relevan dan menarik. Namun, penerapan algoritma ini tidak selalu netral dan dapat menimbulkan dampak tertentu, baik secara individual maupun sosial (Chandra, 2023, p. 194). Salah satu platform yang memiliki sistem algoritma rekomendasi yang unik adalah TikTok. Berbeda dengan media sosial lainnya yang lebih mengutamakan jaringan pertemanan atau pengikut, TikTok lebih menekankan pada analisis pola interaksi pengguna secara langsung. Ini berarti bahwa rekomendasi konten tidak hanya berdasarkan akun yang diikuti, tetapi lebih kepada keterlibatan (*engagement*) dengan jenis video tertentu.

TikTok berperan sebagai agen kuratif sekaligus prediktif dalam menentukan musik yang akan viral. Algoritmanya, yang berbasis *machine learning*, mampu menyaring jutaan video setiap harinya dan menyoroti konten musik yang mendapatkan perhatian tinggi dari pengguna. Tidak hanya interaksi langsung seperti jumlah tayangan dan komentar, tetapi juga pola distribusi sosial dari video yang menggunakan musik tersebut turut diperhitungkan. (Hakim, 2024, p. 80)

Dampak dari sistem rekomendasi ini berkaitan erat dengan bagaimana tren musik terbentuk dan menyebar di TikTok. Penelitian menunjukkan bahwa algoritma TikTok cenderung lebih mempromosikan musik dengan karakteristik tertentu, misalnya lagu dengan tempo cepat, ritme menarik, dan durasi yang sesuai untuk video pendek. Genre seperti pop, hip-hop, dan EDM lebih sering

mendapatkan eskposur dibandingkan genre yang lebih lambat atau eksperimental. Ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok dapat menjadi platform demokratisasi musik, algoritmanya memiliki kecenderungan untuk menguntungkan genre tertentu sehingga menciptakan ketidakseimbangan dalam representasi musik global (Hakim, 2024).

Selain itu, kreator konten memiliki peran aktif dalam mendukung algoritma TikTok. Kreator dengan pengaruh besar (*influencer*) dapat mempercepat viralitas sebuah lagu dengan menciptakan konten yang menarik dan mudah direplikasi, seperti tantangan menari atau *lip-sync*. Algoritma kemudian merespons dengan meningkatkan distribusi konten tersebut, menciptakan siklus viral yang terus berkembang. Ini menandakan bahwa viralitas tidak hanya bergantung pada algoritma, tetapi juga pada kreativitas dan partisipasi pengguna dalam memperluas jangkauan konten (Hakim, 2024). Namun, dibalik keberhasilan algoritma TikTok dalam menyajikan konten yang relevan bagi penggunanya, ada fenomena lain yang muncul, yaitu *filter bubble* dan *echo chamber*.

Filter bubble adalah konsep yang dikemukakan oleh Eli Pariser (2011) yang menggambarkan bagaimana algoritma dapat menciptakan dunia informasi yang terbatas bagi setiap individu berdasarkan perilaku mereka di internet. Sistem ini bekerja dengan menampilkan konten yang paling sesuai dengan preferensi pengguna berdasarkan interaksi seperti *like*, *share*, komentar, dan riwayat pencarian yang secara tidak langsung mengisolasi pengguna dari perspektif lain yang berbeda. (V. Wulandari et al., 2021, p. 99)

Fenomena ini dapat diamati pada berbagai platform media sosial. misalnya, seseorang yang sering mencari berita dengan sudut pandang tertentu akan semakin banyak menerima berita serupa, tanpa disadari mengabaikan sudut pandang lain. Pariser sendiri menyadari hal ini setelah melihat bahwa Facebook lebih sering menampilkan unggahan teman-temannya yang liberal dibandingkan yang konservatif, menunjukkan bahwa algoritma lebih memprioritaskan konten yang sesuai dengan kecenderungan pengguna (V. Wulandari et al., 2021). Haim membuktikan dengan melakukan penelitian pada Google News pada aspek politik, olahraga, dan entertainment. Penelitiannya menunjukkan bahwa fenomena *filter bubble* memiliki efek yang terlihat besar terhadap personalisasi algoritmik. Setiap pengguna internet dibantu dalam mengatasi banyaknya informasi yang tersedia melalui algoritma *filter*. Algoritma tersebut akan memberikan beberapa rekomendasi yang dipersonalisasi berdasarkan informasi terkait kebutuhan individu (Romadlona & Triyono, 2024, p. 5).

Filter bubble memang mempermudah pencarian informasi yang relevan, tetapi di sisi lain juga memiliki dampak negatif. Dengan hanya menerima konten yang serupa, pengguna dapat terjebak dalam lingkup informasi yang sempit dan kurang terpapar dengan sudut pandang yang berbeda. Hal ini berpotensi memperkuat bias konfirmasi, di mana seseorang cenderung hanya menerima informasi yang mendukung pandangan mereka dan mengabaikan informasi yang bertentangan. (V. Wulandari et al., 2021)

Lebih jauh dari *filter bubble*, fenomena *echo chamber* terjadi ketika pengguna internet tidak hanya dikurung dalam lingkaran informasi yang sama, tetapi juga berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki pandangan yang serupa.

Akibatnya, perspektif yang diterima semakin sempit dan memperkuat keyakinan tertentu tanpa adanya perdebatan yang sehat. Menurut GGFLearn (2019), *echo chamber* adalah lingkungan di mana seseorang hanya menemukan informasi atau pendapat yang mencerminkan dan memperkuat opini mereka sendiri. (V. Wulandari et al., 2021) Fenomena ini terlihat di berbagai media sosial, di mana pengguna cenderung terhubung dengan komunitas yang memiliki pandangan yang serupa, sehingga memperkuat keyakinan yang ada dan mengabaikan alternatif lain. (V. Wulandari et al., 2021)

Jika ditarik lebih luas, hubungan antara *filter bubble* dan *echo chamber* bisa diibaratkan seperti efek domino. Algoritma pertama-tama menyaring konten yang sesuai dengan niat pengguna (*filter bubble*), lalu menghubungkan mereka dengan komunitas yang memiliki kesukaan atau opini yang sama. Seiring waktu, interaksi ini memperkuat sudut pandang tertentu dan semakin mengurangi keterpaparan terhadap informasi yang berbeda. (V. Wulandari et al., 2021)

Dampak dari fenomena ini bisa sangat besar. *Echo chamber* dapat mengurangi fleksibilitas berpikir dan keterbukaan seseorang terhadap topik baru. Selain itu, dalam konteks politik, sosial, fenomena ini berkontribusi terhadap polarisasi masyarakat, di mana orang-orang semakin sulit menerima atau memahami pandangan yang berbeda. Sunstein (2007) menyatakan bahwa algoritma media sosial dapat menciptakan kelompok-kelompok dengan nilai dan perspektif yang sama, yang pada akhirnya memisahkan pengguna dari informasi yang bertentangan dengan keyakinan mereka. (V. Wulandari et al., 2021)

Algoritma media sosial dirancang untuk memberikan pengalaman yang lebih personal dan relevan bagi pengguna, tetapi di sisi lain juga memiliki dampak yang perlu diwaspadai. Dalam kasus TikTok, algoritma berperan besar dalam membentuk tren musik dan mempercepat penyebaran konten viral. Namun, dalam skala yang lebih luas, algoritma media sosial juga dapat menciptakan lingkungan informasi yang terbatas melalui fenomena *filter bubble* dan *echo chamber*, yang berpotensi mempersempit cara pandang pengguna. Kesadaran akan cara kerja algoritma ini menjadi kunci bagi pengguna agar tidak terjebak dalam pola konsumsi informasi yang sempit. Dengan memahami bagaimana algoritma bekerja, pengguna dapat lebih kritis dalam mengonsumsi konten dan berusaha mencari informasi dari berbagai sumber agar tidak terjebak dalam *filter bubble* maupun *echo chamber*.

Selain membentuk pola konsumsi informasi secara umum, algoritma media sosial juga berpengaruh terhadap bagaimana narasi keagamaan, termasuk Islam, dikonstruksi dan disebarluaskan di dunia digital. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sumber utama pembelajaran agama, algoritma berperan besar dalam menentukan jenis konten keislaman yang diterima oleh pengguna. Hal ini menimbulkan pertanyaan penting: bagaimana algoritma memengaruhi cara kita memahami Islam? Apakah algoritma memperkaya wawasan keagamaan atau justru membatasi perspektif kita dalam memahami keberagaman Islam? Untuk menjawab pertanyaan ini, kita perlu melihat lebih jauh dampak algoritma terhadap narasi keislaman dalam ruang digital.

Dampak Algoritma Terhadap Narasi Keislaman

Kemajuan teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara umat Islam mengakses dan memahami ajaran agama. Media sosial telah menjadi ruang baru bagi penyebaran dakwah Islam, diskusi keagamaan, serta pembentukan identitas keislaman di era modern. Namun, dalam ekosistem digital ini, algoritma media sosial memainkan peran penting dalam menentukan konten apa yang akan muncul di layar pengguna. Algoritma yang bekerja berdasarkan *engagement* (interaksi pengguna) memiliki konsekuensi besar terhadap narasi keislaman. Seiring dengan konsep *filter bubble* (Pariser, 2011) dan *echo chamber* (Sustein, 2007), algoritma dapat membentuk lingkungan digital di mana umat Islam hanya terpapar pada perspektif tertentu tanpa adanya keberagaman pandangan. (Hidayatulloh, 2024) Hal ini dapat berujung pada polarisasi keagamaan, penyederhanaan ajaran Islam, hingga potensi radikalisasi. (Nurhayati et al., 2023, p. 13)

Media sosial bekerja dengan prinsip personalisasi konten, yang berarti bahwa setiap individu menerima informasi yang disesuaikan dengan minat dan riwayat preferensi mereka. Hal ini juga berlaku dalam konsumsi konten keislaman. Menunjukkan bahwa pengguna yang sering berinteraksi dengan konten dari perspektif tertentu akan semakin sering disajikan konten serupa, sehingga membentuk *filter bubble* yang membatasi eksposur terhadap pandangan yang berbeda. (Nurhayati et al., 2023) Fenomena ini berdampak pada:

1. Penguatan Identitas Keagamaan secara Monolitik. Individu yang cenderung mengikuti penceramah dengan pandangan konservatif akan lebih sering disajikan konten serupa, sementara individu yang mengonsumsi kajian progresif juga akan semakin terjebak dalam lingkaran informasi yang serupa.
2. Minimnya Dialog Inklusif antar Mazhab dan Aliran. Polarisasi ini dapat menyebabkan ketidakmampuan pengguna untuk memahami perspektif keislaman lain yang berbeda, sehingga menurunkan tingkat toleransi dalam perbedaan pendapat (Enjang & Supandi, 2025, p. 1605).

Di era digital, dakwah Islam tidak lagi hanya dilakukan di Masjid atau majelis taklim, tetapi juga melalui berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook. Namun, tidak semua dakwah mendapatkan tingkat eksposur yang sama. Algoritma media sosial lebih cenderung mendorong konten yang memiliki daya tarik emosional tinggi dan tingkat interaksi yang besar. Akibatnya:

1. Konten Dakwah yang lebih Sensasional Lebih Mudah Viral. Kajian-kajian ilmiah atau diskusi mendalam tentang Islam sering kali kalah populer dibandingkan ceramah yang bersifat retorik, provokatif atau mengandung konflik (Al Fatih et al., 2024).
2. Tantangan dalam Dakwah Berbasis Ilmiah. Algoritma media sosial sering mempromosikan konten yang sensasional atau kontroversial, yang dapat mengutamakan narasi ekstrem atau distorsi informasi daripada pandangan yang lebih seimbang dan akurat (Dermawan, 2024, p. 26).
3. Algoritma mengutamakan *engagement*, bukan moderasi. Video yang menimbulkan kontroversi atau menimbulkan reaksi emosional tinggi

sering kali mendapatkan interaksi yang lebih besar, yang membuat algoritma lebih sering merekomendasikan konten sejenis (Akbar, 2023).

4. Radikalisasi bertahap melalui rekomendasi konten. Pengguna yang awalnya mengakses video ceramah Islam moderat bisa saja, dalam beberapa langkah, diarahkan algoritma menuju konten yang lebih eksklusif atau bahkan ekstrem (Kartono, 2024).

Meskipun algoritma memiliki dampak negatif terhadap narasi keislaman, ada strategi yang bisa diterapkan untuk memanfaatkannya secara positif:

1. Meningkatkan Literasi Digital Umat Islam. Pengguna media sosial harus memahami cara kerja algoritma dan tidak hanya bergantung pada rekomendasi platform untuk mendapatkan informasi keislaman.
2. Mendorong Produksi Konten Dakwah yang berkualitas. Ulama dan akademisi perlu mengoptimalkan strategi digital agar dakwah berbasis keilmuan juga dapat bersaing di ruang digital.
3. Memanfaatkan Algoritma untuk menyebarkan Islam Moderat. Dai dan institusi Islam dapat menggunakan analisis data untuk memahami pola algoritma dan memanfaatkannya untuk menyebarkan Islam yang inklusif dan rahmatan lil'alam.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa algoritma TikTok memiliki pengaruh signifikan dalam menyebarkan konten keagamaan. Misalnya:

1. Algoritma TikTok menentukan jenis konten yang muncul di halaman pengguna berdasarkan interaksi pengguna sebelumnya. Pengguna yang sering berinteraksi dengan konten Pro-Palestina akan lebih banyak melihat video yang mendukung pandangan tersebut, yang dapat memperkuat keyakinan mereka terhadap isu-isu tertentu (Nisa et al., 2024, p. 152).
2. TikTok memungkinkan konten dakwah menjadi viral lebih cepat dibandingkan dengan media tradisional, karena sistem rekomendasinya yang berbasis engagement tinggi (Daniah et al., 2025, p. 133).

Algoritma media sosial memiliki dampak signifikan terhadap cara umat Islam mengakses, memahami, dan menyebarkan narasi keislaman. Dengan adanya *filter bubble* dan *echo chamber*, pengguna cenderung hanya terekspos pada perspektif keislaman yang sesuai dengan preferensi mereka, yang dapat menyebabkan polarisasi dan eksklusivisme. Selain itu, algoritma lebih mendorong konten yang sensasional dibandingkan dengan kajian mendalam, yang berpotensi mengubah wajah dakwah Islam di media sosial. Dalam beberapa kasus, algoritma bahkan dapat berkontribusi terhadap radikalisasi keagamaan melalui sistem rekomendasi yang bertahap. Namun, dengan pemahaman yang baik tentang cara kerja algoritma, umat Islam dapat menggunakannya sebagai alat untuk menyebarkan pesan keislaman yang lebih moderat, inklusif dan edukatif. Oleh karena itu diperlukan strategi dan literasi yang lebih baik agar media sosial dapat menjadi sarana dakwah yang bermanfaat bagi semua.

Peran Literasi Digital dalam Menghadapi Algoritma Media Sosial

Literasi digital memainkan peran krusial dalam menghadapi algoritma media sosial yang mempengaruhi konten yang kita lihat sehari-hari. Kemampuan untuk memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital dengan

bijak membantu individu mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh algoritma tersebut (Safitri, 2024).

Algoritma media sosial dirancang untuk menyajikan konten berdasarkan preferensi pengguna, seringkali menciptakan *filter bubble* yang membatasi paparan terhadap perspektif berbeda. Dengan literasi digital yang baik, pengguna dapat mengenali pola ini dan mencari informasi dari berbagai sumber untuk mendapatkan pandangan yang lebih seimbang. Selain itu, literasi digital mencakup kemampuan berpikir kritis dalam menilai keakuratan informasi yang diterima (Alya, 2025). Dalam konteks algoritma yang cenderung memprioritaskan konten sensasional atau provokatif, keterampilan ini memungkinkan individu untuk tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang menyesatkan atau hoaks (Salsabila et al., 2023).

Pemahaman tentang cara kerja algoritma juga memungkinkan pengguna untuk lebih selektif dalam berinteraksi dengan konten. Dengan demikian, mereka dapat mengendalikan jenis informasi yang muncul di linimasa mereka, sehingga mengurangi risiko terjebak dalam polarisasi atau disinformasi. Secara keseluruhan, literasi digital tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis dalam menggunakan teknologi, tetapi juga memperkuat kapasitas individu untuk berpikir kritis, memahami konteks, dan berpartisipasi secara aktif dan bertanggung jawab dalam ekosistem digital yang dipengaruhi oleh algoritma media sosial.

KESIMPULAN

Algoritma media sosial memainkan peran penting dalam membentuk pola konsumsi informasi keislaman di era digital. Dengan sistem yang bekerja berdasarkan interaksi pengguna, algoritma dapat menciptakan *filter bubble* dan *echo chamber*, yang berpotensi mempersempit keberagaman perspektif dalam memahami ajaran Islam. Akibatnya, pengguna cenderung hanya terpapar pada narasi yang sejalan dengan preferensi mereka, sehingga meningkatkan risiko polarisasi keagamaan dan menurunkan dialog inklusif antarmazhab. Selain itu, algoritma lebih mendorong konten yang bersifat sensasional dan emosional, menyebabkan dakwah berbasis ilmiah dan moderat sering kali kalah dalam persaingan eksposur. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan peningkatan literasi digital agar umat Islam dapat lebih kritis dalam menyaring informasi keagamaan yang mereka konsumsi. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang cara kerja algoritma, pengguna dapat secara sadar mencari sumber informasi yang lebih beragam dan kredibel, serta mendukung produksi konten dakwah yang edukatif. Selain itu, kolaborasi antara ulama, akademisi dan pembuat kebijakan perlu menciptakan lingkungan digital yang lebih sehat dan mendukung penyebaran Islam yang inklusif serta rahmatan lil' alamin.

REFERENSI

- Akbar, Y. K. (2023). *Faktor Umum yang Dipertimbangkan oleh Algoritma Media Sosial*. Mangcoding.
- Al Fatih, I. Z., Putera, R. A., & Umar, Z. H. (2024). Peran algoritma media sosial dalam penyebaran propaganda politik digital menjelang pemilu. *Jurnal Kajian Stratejik Ketahanan Nasional*, 7(1), 6.

- Alya, R. (2025). *Pentingnya Literasi Digital dalam Mengatasi Hoaks dan Disinformasi di Media Sosial*.
- Chandra, E. (2023). Kekuatan Algoritma Dalam Komunikasi Pemasaran Digital Aplikasi Tiktok. *Maha Widya Duta : Jurnal Penerangan Agama, Pariwisata Budaya, Dan Ilmu Komunikasi*, 7(2).
- Daniah, H. A., Bakhrudin, E., & Satria, A. (2025). Analisis Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI AL- AZIS terhadap Penggunaan Tiktok Sebagai Media Dakwah. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 6.
- Dermawan, H. (2024). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Narasi Islam di Dunia Digital. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Studies Islamic*, 1(1).
- Enjang, & Supandi, D. (2025). Dampak Media Sosial Terhadap Identitas Keagamaan Muslim Pada Abad Ke-21 Perspektif Sosial dan Budaya. *AL-AFKAR : Journal for Islamic Studies*, 8(1).
- Hakim, P. N. (2024). Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Tren Musik: Studi Tentang Lagu Viral di TikTok. *Widya Sundaram: Jurnal Pendidikan Seni Dan Budaya*, 02(01).
- Hidayatulloh, M. F. (2024). *Transendensi Spiritual di Era digital: Apakah Algoritma Mampu Menyentuh Ranah Ketuhanan? The Columnist*.
- Indriyani, F. A., Fauzi, A., & Faisal, S. (2023). Analisis sentimen aplikasi tiktok menggunakan algoritma naïve bayes dan support vector machine. *TEKNOSAINS: Jurnal Sains, Teknologi Dan Informatika*, 10(2), 176–184.
- Jauza, A. (2024). Analisis Data Pengguna Media Sosial Di Indonesia. In *Indonesiana*. [https://www.indonesiana.id/read/171182/analisis-data-pengguna-media-sosial-di-indonesia#:~:text=Terlihat bahwa pada tahun 2024%2C pengguna internet di,juta orang atau sekitar 60%25%2C4%25 dari total populasi](https://www.indonesiana.id/read/171182/analisis-data-pengguna-media-sosial-di-indonesia#:~:text=Terlihat bahwa pada tahun 2024%2C pengguna internet di,juta orang atau sekitar 60%25%2C4%25 dari total populasi.).
- Kartono, M. (2024). *Ketika Algoritma Meradikalisasi Manusi*. Ruangobrol.Id.
- Krisna, D. A. N., & Salamah, U. (2022). Perbandingan Algoritma Naïve Bayes Dan K-Nearest Neighbor Untuk Klasifikasi Berita Hoax Kesehatan Di Media Sosial Twitter. *Jurnal Teknik Informatika Kaputama (JTIK)*, 6(2).
- Nisa, P. K., Hana, M., Azzahra, S. M., Bintang, M., Zarkasyi, J. M. A., & M, A. A. (2024). *Peran Aplikasi Tiktok Dalam Transformasi Perilaku Mahasiswa*. 2.
- Nurfajri, I., Teguh, E., Pratama, H., Tupamahu, G. S., Saputra, R., & Erwina, Y. (2025). *Dampak Algoritma AI terhadap Komunikasi Publik : Memahami Manipulasi Informasi dan Realitas*. 1(3).
- Nurhayati, M. A., Wirayudha, A. P., Fahrezi, A., Pasama, D. R., & Noor, A. M. (2023). Islam Dan Tantangan Dalam Era Digital: Mengembangkan Koneksi Spiritual Dalam Dunia Maya. *Al-Aufa: Jurnal Pendidikan Dan Kajian Keislaman*, 5(1).
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. penguin UK.
- Rahmawati, D. (2018). Risiko Polarisasi Algoritma Media Sosial : Kajian Terhadap Kerentanan Sosial dan Ketahanan Bangsa. *Jurnal Kajian Lemhanas RI*, 33.
- Riendani, C. R., S, I. R. A., Abhinaya, A., & Abdillah, A. R. (2025). Pengaruh Algoritma Media Sosial terhadap Selektivitas Konsumsi Berita Politik pada Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Pustaka Cendikia Hukum Dan Ilmu Sosial*, 2(3).
- Romadlona, A. A., & Triyono, A. (2024). Pengaruh Filter Bubble YouTube Terhadap Pembentukan Perilaku Fanatisme Politik Identitas pada Pilpres

2024. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Safitri, F. (2024). *Peran Literasi Digital dalam Mencegah Penyebaran Informasi Palsu atau Hoax di Media Sosial*.
- Salsabila, A. A., Dinie, A. D., & Rizky, S. H. (2023). Pentingnya Literasi di Era Digital dalam Menghadapi Hoaks di Media Sosial. *Inspirasi Dunia: Jurnal Riset Pendidikan Dan Bahasa*, 3(1), 45-54. <https://doi.org/10.58192/insdun.v3i1.1775>
- Suryadi, I., & Anwar, S. (2024). Realitas Virtual dan Polarisasi Agama: Menelaah Pengaruh Media Sosial di Indonesia. *Al-Balagh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1).
- Wulandari, S., & Hasan, F. N. (2024). Analisis Sentimen Masyarakat Indonesia Terhadap Pengalaman Belanja Thrifting Pada Media Sosial Twitter Menggunakan Algoritma Naïve Bayes. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 8(2).
- 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).