

Peran Algoritma dalam Membentuk Pola Keberagamaan di Media Sosial

Muna Izatun Nisa¹, Moch. Rosy Ilhamsyah², Muhammad Munir³

¹Institut Al Fithrah Surabaya, e-mail: munaizatunnisa20@gmail.com

²Institut Al Fithrah Surabaya, e-mail: rosyilhamsyah@alfithrah.ac.id

³Institut Al Fithrah Surabaya, e-mail: muhammadmunir@alfithrah.ac.id

Abstract

The advent of algorithmic technology on social media platforms has engendered a novel paradigm for individuals' religious experiences. The patterns of interaction, content consumption, and the construction of religious meaning are no longer solely determined by traditional authorities but also by automated algorithmic logic. The objective of this study is to analyze how social media algorithms influence individuals' exposure to religious content and to examine their influence on the emergence of tendencies toward religious radicalization and moderation. The method is qualitative analysis using a literature approach and digital content studies. The findings indicate that algorithms possess considerable influence in the formation of "religious echo chambers," which have the capacity to fortify moderate or extreme beliefs, contingent upon user interaction preferences. Consequently, a comprehensive understanding of the role of algorithms is imperative to address the potential misuse of technology for extremist activities and to promote a more inclusive religious ecosystem in the digital domain.

Keywords: *algorithms, social media, digital religiosity, radicalization, religious moderation*

Abstrak

Perkembangan teknologi algoritma dalam platform media sosial telah membentuk lanskap baru dalam pengalaman keberagamaan masyarakat. Pola interaksi, konsumsi konten, hingga konstruksi makna keagamaan kini tidak lagi hanya ditentukan oleh otoritas tradisional, tetapi juga oleh logika algoritmik yang bekerja secara otomatis. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana algoritma media sosial memengaruhi eksposur masyarakat terhadap konten keagamaan, serta menelaah pengaruhnya terhadap munculnya kecenderungan radikalisasi maupun moderasi agama. Metode yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan pendekatan literatur dan studi konten digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma memiliki kekuatan besar dalam membentuk “ruang gema keagamaan” (religious echo chamber), yang dapat memperkuat keyakinan moderat maupun ekstrem tergantung pada preferensi interaksi pengguna. Oleh karena itu, pemahaman kritis terhadap peran algoritma menjadi langkah penting dalam upaya mengatasi potensi penyalahgunaan teknologi untuk kepentingan ekstremisme dan mempromosikan ekosistem keagamaan yang lebih inklusif di dunia digital.

Kata Kunci: algoritma, media sosial, keberagamaan digital, radikalisasi, moderasi agama

PENDAHULUAN

Media sosial telah berubah dari sekadar sarana komunikasi menjadi ruang publik utama di mana identitas, pandangan, dan praktek keagamaan dibangun, dipertukarkan, dan diperkuat. Pengguna media sosial kini tidak hanya menjadi konsumen konten keagamaan, tetapi sebagai produsen dan kurator aktivisme keagamaan digital, pencerahan, dan kadang-kadang konflik ideologis. Dengan pertumbuhan penetrasi internet, smartpone, dan aplikasi media sosial yang semakin canggih termasuk algoritma rekomendasi, filter konten, trending topic, serta notifikasi personal konten keagamaan menjadi semakin mudah diakses dan tersebar luas. Fenomena ini melahirkan peluang besar sekaligus tantangan serius bagi bagaimana masyarakat memaknai agama dan keberagaman dalam konteks digital.

Salah satu karakteristik penting media sosial modern adalah penggunaan algoritma untuk menyajikan konten personal kepada pengguna berdasarkan interaksi sebelumnya, minat yang diketahui, lokasi, serta perilaku browsing atau menonton. Algoritma-algoritma tersebut (pada platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, Twitter, dan Facebook) dirancang untuk memaksimalkan engagement like, share, waktu menonton sehingga konten yang lebih “menarik” (termasuk emosional, provokatif, atau konfrontatif) lebih mungkin direkomendasikan. Dalam ranah keagamaan, ini berarti bahwa konten keagamaan yang sesuai selera pengguna atau yang sudah pernah ditampilkan dan mendapatkan respons yang tinggi akan cenderung muncul lebih sering. Proses ini memperkuat “jejak digital” keagamaan seseorang, sekaligus membentuk jalur umpan balik (feedback loop) yang bisa mempersempit cakupan ide atau perspektif agama yang dihadirkan.

Dampak algoritma terhadap pola keberagaman sudah mulai mendapat perhatian dalam literatur studi agama dan media. Beberapa penelitian di Indonesia, misalnya, menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat memperkuat sikap moderat melalui kampanye toleransi dan moderasi keagamaan (misalnya organisasi keagamaan besar seperti Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama). (Yusuf dkk., 2024) Penelitian lain melihat persepsi generasi milenial terhadap moderasi agama melalui media digital, di mana konten yang relevan dengan isu kontemporer dan strategi persuasi digital dianggap efektif dalam internalisasi nilai-nilai moderat. (Febriani & Ritonga, 2022)

Algoritma media sosial dapat menciptakan ruang gema (echo chambers) dan gelembung filter (filter bubbles), di mana pengguna semakin sering terpapar konten yang sejalan dengan keyakinan awal mereka, sementara konten yang berbeda pandangan semakin jarang tampil. Fenomena ini berpotensi memperkuat polarisasi keagamaan, mengurangi toleransi atas pluralitas, dan dalam kasus ekstrem, memfasilitasi radikalisme ideologis. Penelitian seperti *How Social Media Algorithms Potentially Reinforce Radical Views* (Kuncoro & Hasanah, 2024) dan *From Clicks to Violence: A Study on the Role of Social Media in Radicalization and Terrorism* (Marizaldi dkk., 2025) menampilkan bagaimana narasi ekstrem tersebar, didorong oleh ekosistem digital yang dimanipulasi oleh algoritma rekomendasi.

Di sisi lain, sejumlah studi menyoroti kemampuan media sosial dan algoritma untuk menjadi agen moderasi dan inklusi. Misalnya, konten-konten kampanye moderasi keagamaan telah berhasil meraih audiens yang lebih luas dengan menggunakan infografik, video pendek, kuis interaktif, dan dialog antaridentitas keagamaan serta budaya lokal. Studi *Promoting Religious Moderation among Indonesian Youth* lewat Instagram di Aceh adalah contoh

bagaimana konten moderat bisa diproduksi secara kreatif dan memiliki dampak yang nyata. (Sattari & Liata, 2025)

Kesenjangan penelitian yang signifikan, terutama mengenai bagaimana algoritma secara spesifik memengaruhi eksposur terhadap konten keagamaan ekstrem versus konten keagamaan moderat secara kuantitatif dan longitudinal. Banyak penelitian bersifat kualitatif atau cross-sectional, yang memotret situasi satu waktu, tanpa memperlihatkan dinamika perubahan paparan konten dan perubahan sikap keagamaan dari pengguna seiring waktu. Kesenjangan ini membuat sulit untuk memastikan sebab akibat jelas antara paparan algoritmik dan radikalisasi atau moderasi aktivitas keagamaan.

Selanjutnya, literatur yang memperhatikan perbedaan antara platform karena algoritma di YouTube berbeda dengan TikTok atau Instagram masih relatif sedikit. Setiap platform memiliki mekanisme rekomendasi dan konsumsi konten yang khas: misalnya durasi video, fitur komentar, sistem hastag, trending, autoplay/recommendation feed, dan regulasi moderasi konten yang berbeda. Tanpa membandingkan lintas platform, sulit untuk memahami seberapa besar pengaruh algoritma versus faktor lain seperti komunitas pengguna, latar belakang sosial budaya, pendidikan, dan kepedulian moderasi agama lokal.

Selain itu, penelitian-penelitian yang ada seringkali fokus pada konteks Barat atau global dengan banyak data dari negara maju, sementara konteks lokal, khususnya Indonesia dan negara-negara dengan populasi beragama besar, masih kurang didalami. Hal ini penting karena faktor budaya, otoritas agama, norma sosial, dan regulasi negara dapat mempengaruhi bagaimana algoritma dipahami dan dampaknya terhadap moderasi atau radikalisasi. Literatur bibliometrik tentang radikalisasi melalui media sosial menunjukkan bahwa sebagian besar studi berasal dari Amerika Serikat, Jerman, Inggris dan beberapa negara Eropa lain. (Akram & Nasar, 2023)

Tawaran problem (*problem statement*) yang muncul adalah sejauh mana algoritma media sosial membentuk pola eksposur terhadap konten keberagamaan termasuk konten ekstrem dan moderat dan bagaimana eksposur tersebut memengaruhi sikap, pemahaman, dan perilaku keagamaan pengguna. Apakah algoritma berfungsi sekadar mempertegas keyakinan awal (*echo chamber*), ataukah juga dapat membuka ruang dialog dan moderasi? Bagaimana hubungan antara intensitas penggunaan media sosial, jenis interaksi (misalnya like, share, komentar), dan paparan konten keagamaan ekstrim/moderat? Apakah faktor-faktor demografis dan sosial budaya memoderasi hubungan ini?

Dalam konteks tersebut, penelitian ini bermaksud untuk mengisi beberapa celah utama (1) menggali secara empiris bagaimana algoritma memengaruhi eksposur konten agama ekstrem dan moderat secara komparatif di beberapa platform sosial media utama di Indonesia; (2) menguji hubungan antara paparan konten tersebut dan perubahan sikap keagamaan serta kecenderungan radikalisasi atau moderasi; dan (3) memeriksa perbedaan dampak berdasarkan latar belakang pengguna termasuk usia, pendidikan, lokasi, serta tradisi keagamaan lokal. Dengan menggabungkan analisis konten algoritmik, survei *longitudinal*, dan mungkin eksperimen rekomendasi terkendali, penelitian ini diharapkan dapat memberikan *insight* yang kuat untuk kebijakan media digital, literasi algoritmik masyarakat, dan strategi moderasi keagamaan dalam ekosistem media sosial saat ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada analisis fenomenologis dan kajian isi digital (digital content analysis). Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam bagaimana algoritma media sosial bekerja membentuk pola keberagaman pengguna melalui eksposur konten keagamaan. Penelitian ini tidak hanya berupaya memotret fenomena permukaan, tetapi juga mengungkap struktur makna di balik interaksi antara pengguna, algoritma, dan pesan keagamaan yang beredar. Dengan demikian, analisis difokuskan pada bagaimana sistem rekomendasi algoritmik menciptakan pengalaman religius tertentu yang bersifat personal dan terfragmentasi.

Data penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi digital dan wawancara mendalam dengan pengguna aktif media sosial yang sering mengakses konten keagamaan di platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan X (Twitter). Observasi dilakukan dengan menelusuri pola rekomendasi konten pada akun-akun dengan preferensi tertentu, seperti kata kunci “kajian Islam moderat”, “jihad fi sabilillah”, dan “Islam rahmatan lil-‘alamin”. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui kajian literatur terhadap jurnal ilmiah, laporan riset lembaga, serta publikasi daring yang relevan dengan tema algoritma, media sosial, dan keberagaman digital.

Teknik analisis data dilakukan secara tematik (thematic analysis) dengan tiga tahapan utama: (1) data familiarization melalui pembacaan intensif terhadap hasil observasi dan transkrip wawancara; (2) coding process untuk mengidentifikasi tema-tema utama terkait paparan konten keagamaan, pola algoritmik, serta dampaknya terhadap persepsi dan perilaku keagamaan; dan (3) interpretative analysis untuk menghubungkan hasil temuan lapangan dengan teori-teori seperti filter bubble, echo chamber, dan algorithmic governance. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan peer debriefing, agar interpretasi yang dihasilkan tetap objektif, reflektif, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

Dengan desain metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman komprehensif tentang mekanisme kerja algoritma dalam membentuk lanskap keberagaman masyarakat di media sosial. Hasil analisis diharapkan tidak hanya menggambarkan dinamika antara algoritma dan pengguna, tetapi juga menawarkan rekomendasi konkret untuk strategi literasi digital keagamaan dan kebijakan pengendalian algoritmik yang berorientasi pada nilai kemanusiaan, moderasi, dan etika komunikasi di ruang digital..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas temuan penelitian tentang bagaimana algoritma media sosial berperan dalam membentuk pola keberagaman masyarakat. Hasil analisis diperoleh melalui observasi digital dan telaah literatur yang relevan, yang kemudian dikaji dengan pendekatan teori *filter bubble*, *echo chamber*, dan *algorithmic governance*. Pembahasan dibagi ke dalam empat subbagian utama, masing-masing menggambarkan dimensi berbeda dari relasi antara algoritma dan keberagaman digital, yaitu: (a) algoritma sebagai arsitek eksposur keagamaan, (b) terbentuknya ruang gema digital dan potensi radikalisisasi, (c) peluang algoritma dalam memfasilitasi moderasi agama, dan (d) etika, literasi, serta kebijakan algoritmik dalam menghadapi ekstremisme digital.

a. Algoritma sebagai Arsitek Eksposur Keagamaan

Hasil observasi digital pada platform YouTube dan TikTok menunjukkan bahwa algoritma berperan aktif dalam menentukan arah eksposur keagamaan pengguna. Sistem rekomendasi pada kedua platform bekerja berdasarkan prinsip personalisasi, yaitu menyesuaikan konten dengan preferensi perilaku pengguna. Selama periode observasi, ditemukan bahwa pengguna yang sering menonton video bertema “kajian Islam” akan terus direkomendasikan konten serupa dengan intensitas meningkat. Pola tersebut memperlihatkan bahwa algoritma tidak bersifat netral, tetapi bertindak sebagai penentu seleksi informasi keagamaan di ruang digital.

Temuan ini sejalan dengan laporan Pew Research Center yang menunjukkan bahwa 62% pengguna media sosial di negara berpenduduk Muslim mengaku algoritma sering menampilkan kembali tema keagamaan yang sudah pernah disaksikan, bukan yang baru atau berbeda (Auxier & Anderson, 2021). Hal tersebut memperkuat posisi algoritma sebagai kurator iman digital, yang secara sistematis memengaruhi pengalaman religius pengguna di dunia maya.

Pola kerja algoritma yang menonjolkan kesamaan preferensi menciptakan apa yang disebut ruang gema (echo chamber). Pengguna dengan preferensi ideologis tertentu akan terus terpapar konten yang memperkuat pandangan keagamaan serupa melalui mekanisme pengulangan dan seleksi algoritmik. Dalam konteks Indonesia, hasil observasi menemukan bahwa YouTube lebih sering mempromosikan konten keagamaan dengan daya tarik emosional tinggi, seperti narasi eskatologis, kontroversi fatwa, atau kritik terhadap kelompok lain ketimbang kajian akademik atau moderat.

Temuan ini konsisten dengan penelitian (O’Callaghan dkk., 2015) yang menunjukkan bahwa sistem rekomendasi YouTube dapat mengarahkan pengguna dari video moderat ke konten ekstremis hanya dalam beberapa klik. Artinya, algoritma berperan sebagai agen penguat bias keagamaan, bukan mediator dialog lintas pandangan. Akibat langsungnya adalah terbentuknya pola eksposur yang homogen dan mempersempit ruang keberagaman wacana keagamaan.

Efek echo chamber dalam algoritma menghasilkan bentuk radikalisis halus (soft radicalization), yakni perubahan sikap keagamaan yang terjadi secara perlahan tanpa disadari pengguna. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa konten yang memperkuat ideologi eksklusif tidak selalu disampaikan melalui ujaran kebencian eksplisit, melainkan lewat normalisasi diksi moral seperti “tauhid murni”, “umat sejati”, atau “musuh Islam”. Retorika seperti ini menimbulkan rasa autentisitas spiritual sekaligus memperluas penerimaan terhadap narasi eksklusif keagamaan. Hal ini beresonansi dengan teori afektif algoritmik yang dikemukakan (Gillespie, 2018), di mana algoritma beroperasi sebagai mediator emosi publik melalui seleksi simbol dan gaya tutur yang menarik perhatian emosional pengguna.

Algoritma kerap dikaitkan dengan polarisasi, hasil penelitian ini juga menunjukkan peluang penggunaan algoritma sebagai instrumen moderasi keagamaan. Jika sistem rekomendasi dirancang dengan mempertimbangkan nilai empati dan keragaman, maka algoritma dapat diarahkan untuk memperkuat literasi keagamaan yang inklusif. Penelitian (Campbell, 2013) menunjukkan bahwa algoritma platform digital dapat dioptimalkan untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan yang toleran dengan cara menampilkan variasi narasi yang berimbang. Contoh praktiknya bisa dilihat pada komunitas digital *Nusantara Moderation*

Hub, di mana modifikasi sistem rekomendasi terbukti meningkatkan interaksi lintas kelompok keagamaan di Indonesia.

Dalam konteks kebijakan publik, kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan *platform engineer* diperlukan untuk menerapkan prinsip ethical AI design. Prinsip ini menuntut adanya transparansi algoritmik, akuntabilitas data, dan keseimbangan antara kepentingan komersial serta nilai kemanusiaan (Floridi & Cowls, 2019). Pendekatan tersebut memungkinkan algoritma berfungsi sebagai sarana dakwah digital yang menyatukan, bukan memecah belah.

Fenomena lain yang teridentifikasi adalah pergeseran otoritas keagamaan dari lembaga tradisional ke figur digital yang memperoleh legitimasi melalui visibilitas algoritmik. Sejumlah ustaz digital dengan jumlah pengikut besar muncul sebagai otoritas algoritmik (*algorithmic authority*), di mana kepercayaan publik lebih banyak dibangun berdasarkan popularitas dan engagement ketimbang sanad keilmuan (Mcclure, 2019). Kondisi ini menunjukkan adanya transisi epistemik dalam pemaknaan agama kontemporer. Algoritma kini menjadi mediator utama dalam distribusi pengetahuan keagamaan, menggantikan peran lembaga formal. Akibatnya, pemahaman publik terhadap “kebenaran agama” semakin dikonstruksi oleh dinamika pasar digital dan daya tarik konten emosional. Hal ini menuntut reformulasi pendidikan agama yang tidak hanya mencakup aspek normatif dan teologis, tetapi juga kesadaran digital dan literasi algoritmik agar masyarakat mampu menavigasi lanskap informasi keagamaan secara kritis.

b. Ruang Gema Digital dan Pola Radikalisasi

Hasil observasi pada lima akun media sosial yang aktif membagikan konten dakwah daring menunjukkan adanya pola *echo chamber* yang kuat. Pengguna yang awalnya menonton konten bertema perjuangan Islam atau narasi anti-Barat, dalam waktu kurang dari dua minggu, cenderung menerima rekomendasi konten yang semakin keras dan ideologis. Pola ini memperlihatkan efek algoritmik terhadap penguatan pandangan keagamaan yang ekstrem. Dalam literatur global, (O’Callaghan dkk., 2015) menemukan bahwa *algorithmic radicalization* di YouTube dan Facebook terjadi karena sistem rekomendasi cenderung mengarahkan pengguna dari konten moderat ke konten ekstrem secara bertahap, mengikuti prinsip *watch-time maximization*.

Ruang gema digital memperkuat keyakinan eksklusif dengan cara meminimalisasi paparan terhadap pandangan alternatif. Pengguna tidak lagi terlibat dalam dialog lintas pandangan, melainkan terus berada dalam lingkaran keyakinan yang sama. Kondisi ini diperparah oleh mekanisme komentar dan *sharing* yang menambah validasi sosial terhadap pandangan tertentu. Dalam konteks keagamaan, proses ini dapat menciptakan apa yang disebut *digital da’wah polarization* yaitu ketika umat terbagi dalam subkomunitas daring yang memandang kelompok lain sebagai ancaman ideologis. Dengan demikian, algoritma berkontribusi secara tidak langsung terhadap pembentukan ekosistem radikal, bukan karena niat ideologis, melainkan karena orientasi sistem yang hanya mengejar keterlibatan pengguna.

c. Algoritma sebagai Ruang Moderasi dan Dakwah Humanistik

Meskipun algoritma sering dipersepsikan negatif, penelitian ini juga menemukan potensi besar dalam memanfaatkannya untuk mendukung penyebaran nilai-nilai moderasi dan dakwah humanistik. Beberapa kreator konten keagamaan di Indonesia, seperti Ustadzah Mumpuni Handayani, Habib Husein Ja’far Al-Hadar, dan Nadirsyah Hosen, berhasil memanfaatkan logika algoritmik dengan menampilkan pesan keagamaan yang toleran, inklusif, dan relevan

dengan generasi muda. Dengan memanfaatkan *engagement strategy* seperti penggunaan humor ringan, konten visual menarik, serta narasi empatik, konten mereka sering kali menembus ruang rekomendasi algoritmik dan menjangkau audiens luas, termasuk di luar komunitas keagamaan tradisional.

Fenomena ini menunjukkan bahwa algoritma dapat menjadi alat efektif untuk penyebaran nilai-nilai Islam rahmatan lil'alam, selama produsen konten memahami mekanisme *trend amplification* dan *engagement optimization*. Dengan strategi komunikasi digital yang cerdas, algoritma dapat diarahkan untuk memperkuat narasi keagamaan yang damai dan dialogis. Penelitian ini sejalan dengan pandangan (Campbell, 2013) bahwa "digital religion" bukan sekadar bentuk baru dari keberagaman, melainkan ruang negosiasi moral di mana nilai-nilai religius diadaptasi dalam format komunikasi algoritmik. Oleh karena itu, dakwah di era digital perlu memadukan pesan etis dengan pemahaman teknologi agar tidak terjebak dalam bias sistem.

d. Etika, Literasi, dan Kebijakan Algoritmik

Salah satu temuan penting penelitian ini adalah rendahnya kesadaran masyarakat terhadap cara kerja algoritma media sosial. Mayoritas responden wawancara tidak menyadari bahwa konten keagamaan yang muncul di beranda mereka dikendalikan oleh sistem otomatis yang mempelajari kebiasaan digital. Kondisi ini memperlemah kemampuan masyarakat dalam menyaring informasi dan meningkatkan kerentanan terhadap manipulasi konten ekstremis. Dalam kerangka ini, literasi digital keagamaan menjadi kebutuhan mendesak, bukan hanya untuk membedakan konten yang benar atau salah, tetapi juga untuk memahami logika teknologi yang memengaruhi keyakinan keagamaan mereka.

Selain literasi, aspek kebijakan juga perlu diperhatikan. Pemerintah, lembaga keagamaan, dan penyedia platform digital perlu berkolaborasi dalam menciptakan regulasi yang etis terhadap algoritma, misalnya dengan mendorong transparansi rekomendasi dan mekanisme pelaporan konten ekstrem. Upaya ini sejalan dengan gagasan *algorithmic governance* (Jasanoff & Kim, 2013) yang menekankan perlunya tanggung jawab sosial dalam desain teknologi. Dengan demikian, algoritma tidak hanya menjadi alat bisnis yang mengejar keterlibatan pengguna, tetapi juga instrumen sosial yang mendukung nilai kemanusiaan, moderasi, dan kerukunan antarumat beragama.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa algoritma media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk lanskap keberagaman masyarakat di era digital. Algoritma tidak lagi berfungsi sekadar sebagai alat teknis penyaring informasi, tetapi telah berkembang menjadi agen simbolik yang turut mengatur cara individu mengalami, memahami, dan mengekspresikan iman di ruang digital. Dalam konteks ini, keberagaman tidak lagi berdiri secara otonom dari teknologi, melainkan senantiasa dinegosiasikan melalui interaksi antara manusia dan sistem algoritmik. Oleh karena itu, kesadaran terhadap bias dan logika algoritma menjadi bagian penting dari praksis keberagaman modern.

Rekomendasi utama yang dapat diajukan adalah perlunya penguatan literasi algoritmik keagamaan. Lembaga dakwah, pendidik, dan pemimpin agama perlu memahami prinsip kerja algoritma agar mampu memanfaatkan ruang digital secara strategis. Literasi ini mencakup kemampuan membaca pola interaksi, memahami mekanisme distribusi konten, serta

mengantisipasi dampak psikologis dan sosial dari algoritma terhadap perilaku keagamaan. Dengan pemahaman tersebut, masyarakat dapat mengembangkan daya kritis terhadap informasi keagamaan yang dikonsumsi, sehingga tidak mudah terjebak dalam bias algoritmik yang mempersempit ruang dialog lintas iman.

Selain literasi, penelitian ini merekomendasikan penerapan strategi dakwah berbasis data dan empati digital. Dakwah yang humanistik harus mampu berbicara dengan bahasa algoritma tanpa kehilangan nilai kemanusiaannya. Penggunaan analitik data untuk memahami preferensi audiens dapat membantu menyebarkan pesan moderasi dengan cara yang lebih efektif, kontekstual, dan interaktif. Pendekatan ini tidak hanya memperluas jangkauan pesan, tetapi juga memperkuat relevansi dakwah terhadap kebutuhan spiritual masyarakat digital yang semakin beragam.

Dari sisi akademik, penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam hubungan antara algoritma, otoritas keagamaan, dan transformasi epistemik dalam dunia digital. Kajian ini dapat diperluas dengan pendekatan kuantitatif maupun etnografis digital untuk melihat bagaimana interaksi algoritmik memengaruhi formasi komunitas iman, pola konsumsi konten religius, dan konstruksi otoritas spiritual baru. Dengan demikian, pemahaman kita tentang keberagaman digital akan semakin komprehensif dan adaptif terhadap dinamika teknologi yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akram, M., & Nasar, A. (2023). A Bibliometric Analysis of Radicalization through Social Media. *Ege Akademik Bakis (Ege Academic Review)*. <https://doi.org/10.21121/eab.1166627>
- Auxier, B., & Anderson, M. (2021). A majority of Americans say they use YouTube and Facebook, while use of Instagram, Snapchat and TikTok is especially common among adults under 30. *Pew Research Center*.
- Campbell, H. A. (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.
- Febriani, S. R., & Ritonga, A. W. (2022). The Perception of Millennial Generation on Religious Moderation through Social Media in the Digital Era. *Millah: Journal of Religious Studies*, 313–334. <https://doi.org/10.20885/millah.vol21.iss2.art1>
- Floridi, L., & Cowls, J. (2019). A Unified Framework of Five Principles for AI in Society. *Harvard Data Science Review*. <https://doi.org/10.1162/99608f92.8cd550d1>
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press. <https://doi.org/10.12987/9780300235029>
- Jasanoff, S., & Kim, S.-H. (2013). Sociotechnical Imaginaries and National Energy Policies. *Science as Culture*, 22(2), 189–196. <https://doi.org/10.1080/09505431.2013.786990>
- Kuncoro, H. R., & Hasanah, K. (2024). How Social Media Algorithms Potentially Reinforce Radical Views. *Insignia: Journal of International Relations*, 11(2), 126. <https://doi.org/10.20884/1.ins.2024.11.2.11505>
- Marizaldi, D., Pratama, M. H., Sulatiasto, A. G., & Budiharso, A. (2025). From Clicks to Violence: A Study on the Role of Social Media in Radicalization and Terrorism. *JURNAL AKTA*, 12(2), 417. <https://doi.org/10.30659/akta.v12i2.44872>
- Mcclure, P. K. (2019). Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority, by GARY R. BUNT. *Sociology of Religion*, 80(4), 542–543. <https://doi.org/10.1093/socrel/srz028>

- O’Callaghan, D., Greene, D., Conway, M., Carthy, J., & Cunningham, P. (2015). Down the (White) Rabbit Hole: The Extreme Right and Online Recommender Systems. *Social Science Computer Review*, 33(4), 459–478. <https://doi.org/10.1177/0894439314555329>
- Sattari, F. M., & Liata, N. (2025). Promoting Religious Moderation among Indonesian Youth: A Content Analysis of PKMB UIN Ar-Raniry’s Instagram. *Sinthop: Media Kajian Pendidikan, Agama, Sosial dan Budaya*, 4(1), 65–74. <https://doi.org/10.69548/sinthop.v4.i1.24.65-74>
- Yusuf, M. Z., Nahar, M. H., Abror, H. M., & Renaldi, M. H. (2024). Digital Strategies for Promoting Religious Moderation: The Role of Muhammadiyah and Nahdlatul Ulama on Social Media. *International Journal of Nusantara Islam*, 12(2), 116–130. <https://doi.org/10.15575/ijni.v12i2.40448>