



Algoritma dan Agama: Bagaimana Media Sosial Membentuk Pemahaman Keislaman Generasi Muda

Mutiara Fajriana¹

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

mutiara.fajriana@mhs.unj.ac.id

Adnan Priyami Sadeli²

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

adnan.priyami@mhs.unj.ac.id

Nazwa³

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

nazwa@mhs.unj.ac.id

Fattah Ilyas Hawari⁴

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

fattah.ilyas@mhs.unj.ac.id

Abdul Fadhil⁵

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

abdul_fadhil@unj.ac.id

*Korespondensi: email: mutiara.fajriana@mhs.unj.ac.id

Abstrak

History Artikel:
Received 1 Juni 2026
Revised 15 juni 2026
Accepted 25 Juni 2026
Available online 8 Juli 2026

The advancement of social media in the digital era has had a profound influence on how the younger generation understands Islamic teachings. Platforms such as TikTok, Instagram, and YouTube are no longer used solely for entertainment and communication, but have also become primary sources of religious information. Social media algorithms operate by tailoring content based on user activity and interests, thereby shaping repetitive and personalized patterns of religious information consumption. This exposes the younger generation more readily to a wide range of Islamic interpretations, from moderate to conservative and even extremist perspectives. At the same time, the role of religious authority has undergone a significant shift, moving away from traditional scholars and educational institutions toward digital influencers and Islamic content creators who deliver religious material in a concise, engaging, and accessible manner. Although social media offers greater accessibility to Islamic preaching and knowledge, the overly rapid and simplified presentation of religious information may lead to a superficial understanding that lacks depth and contextual grounding. Furthermore, the emergence of filter bubble and echo chamber phenomena causes users to predominantly consume information that aligns with their pre-existing views. Therefore, enhancing both digital literacy and religious literacy is essential so that the younger generation is able to engage with information critically and selectively, and is not easily swayed by hoaxes or extremist narratives on social media. When utilized appropriately, social media can serve as a positive, inclusive, and contextually relevant medium for Islamic outreach and education.

Kata kunci:

Digital algorithms, digital literacy, Islamic understanding, social media, younger generation

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah memberikan pengaruh yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk cara generasi muda memahami ajaran Islam. Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube saat ini tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan dan komunikasi, tetapi juga menjadi sumber utama dalam memperoleh pengetahuan keagamaan. Generasi muda cenderung lebih tertarik mengakses konten dakwah digital karena dinilai lebih praktis, cepat, menarik, dan mudah dipahami dibandingkan pembelajaran agama secara tradisional. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial kini telah menjadi ruang baru dalam membentuk pemahaman dan identitas keislaman generasi muda pada era digital.

Fenomena tersebut dipengaruhi oleh algoritma media sosial yang bekerja dengan menyesuaikan konten berdasarkan aktivitas dan ketertarikan pengguna. Semakin sering seseorang menonton atau berinteraksi dengan suatu konten, maka sistem akan terus menampilkan konten serupa secara berulang. Dalam konteks agama, kondisi ini membuat generasi muda lebih mudah menerima berbagai bentuk pemahaman Islam, baik yang moderat, konservatif, maupun ekstrem. Selain itu, peran otoritas keagamaan juga mulai mengalami perubahan, dari yang sebelumnya didominasi oleh ulama dan lembaga pendidikan tradisional menjadi influencer dan kreator konten dakwah digital yang menyampaikan materi agama secara singkat, visual, dan mudah dipahami masyarakat.

Di samping memberikan manfaat, media sosial juga menimbulkan berbagai tantangan terhadap pemahaman keislaman generasi muda. Kehadiran media sosial memang mempermudah akses terhadap ilmu agama dan memperluas penyebaran dakwah Islam secara cepat. Akan tetapi, penyampaian informasi agama yang terlalu singkat dan instan dapat menyebabkan pemahaman yang kurang mendalam serta minim konteks. Selain itu, algoritma media sosial dapat memunculkan fenomena *filter bubble* dan *echo chamber*, yaitu situasi ketika pengguna hanya menerima informasi yang sesuai dengan pandangannya sendiri sehingga mengurangi keterbukaan terhadap perbedaan pemikiran dalam Islam. Oleh sebab itu, diperlukan kemampuan literasi digital dan literasi keagamaan yang baik agar generasi muda dapat memahami informasi secara kritis, selektif, dan bijaksana sehingga media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah dan pendidikan Islam yang positif, moderat, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam rahmatan lil 'alamin.

METODE

Metodologi yang digunakan dalam artikel ini adalah metode kepustakaan (*library research*). Pemilihan metode ini didasarkan pada fokus kajian yang lebih menekankan pada analisis literatur, pemikiran, serta data yang bersumber dari referensi tertulis yang relevan dengan topik pembahasan.

Sumber data yang digunakan berupa buku akademik, artikel jurnal ilmiah, karya ilmiah, situs web terpercaya, serta publikasi lain yang berkaitan langsung dengan permasalahan penelitian. Sumber-sumber tersebut tidak hanya menjadi acuan utama untuk memahami teori dan konsep, tetapi juga menjadi dasar dalam menyajikan analisis yang lebih mendalam (Sugiyono, 2019).

Metode kepustakaan ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum, menjelaskan aktualitas situasi, serta menyampaikan realitas faktual dari topik penelitian. Proses ini dilakukan dengan mengumpulkan literatur yang relevan, kemudian membaca, memahami, mengkategorikan, dan mengkritisi isi literatur sehingga diperoleh pemahaman yang utuh. Selanjutnya dilakukan analisis dan interpretasi agar hasil dapat disajikan secara sistematis,

runtut, serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan pendekatan ini, diharapkan tidak hanya menghasilkan rangkuman literatur, tetapi juga mampu menghadirkan analisis kritis, perbandingan pandangan, serta sintesis dari berbagai sumber. Hal ini sejalan dengan tujuan penelitian kepustakaan, yaitu menghadirkan pembahasan yang lebih komprehensif dan objektif berdasarkan sumber tertulis yang valid serta kredibel.

HASIL

1. Cara Algoritma Membentuk Preferensi Konten Keagamaan

Perkembangan media sosial telah mengubah cara generasi muda memperoleh informasi keagamaan. Jika pada masa sebelumnya pemahaman keislaman lebih banyak diperoleh melalui lembaga pendidikan, kajian masjid, ataupun tokoh agama secara langsung, saat ini media sosial menjadi salah satu ruang utama dalam pencarian pengetahuan agama. Platform seperti TikTok, Instagram, YouTube, maupun X menggunakan sistem algoritma yang secara otomatis menyeleksi dan merekomendasikan konten sesuai perilaku pengguna. Algoritma bekerja dengan mengumpulkan data interaksi pengguna seperti video yang ditonton, durasi melihat konten, komentar, pencarian, hingga aktivitas menyukai atau membagikan suatu unggahan. Dari data tersebut sistem akan memprediksi jenis konten yang dianggap paling menarik bagi pengguna sehingga mampu meningkatkan keterlibatan pengguna dalam platform digital. Kondisi ini menjadikan pengguna tidak sepenuhnya memilih konten yang dikonsumsi, melainkan turut dipengaruhi oleh sistem rekomendasi yang dibangun platform media sosial.

Dalam konteks keagamaan, algoritma dapat membentuk preferensi seseorang terhadap jenis konten Islam tertentu melalui mekanisme personalisasi. Ketika seorang pengguna mulai menonton ceramah mengenai tema tertentu, seperti hijrah, kajian akhlak, fiqh, ataupun dakwah singkat, algoritma akan menangkap pola ketertarikan tersebut lalu menampilkan konten yang serupa secara berulang. Akibatnya, pengguna akan lebih sering terpapar oleh pandangan keagamaan yang sejalan dengan ketertarikan awalnya. Situasi ini secara tidak langsung dapat membentuk cara berpikir dan pemahaman keislaman generasi muda karena konten yang terus muncul cenderung dianggap sebagai informasi yang dominan atau bahkan paling benar. Penelitian menunjukkan bahwa algoritma media sosial memiliki peran penting dalam mengarahkan distribusi pesan dakwah digital dan memengaruhi cara pengguna memahami pesan keagamaan yang diterimanya.

Selain personalisasi, algoritma media sosial juga memunculkan fenomena filter bubble dan echo chamber. Filter bubble merupakan keadaan ketika pengguna lebih banyak menerima informasi yang sesuai dengan preferensi pribadinya, sedangkan echo chamber terjadi ketika pengguna terus menerus terpapar oleh sudut pandang yang sama tanpa adanya perspektif lain. Dalam isu keagamaan, kondisi ini dapat menyebabkan pengguna hanya melihat interpretasi Islam tertentu dan semakin jarang menemukan keberagaman pemikiran dalam Islam. Akibatnya, generasi muda berpotensi memiliki pemahaman yang sempit karena informasi yang diterima tidak bersifat seimbang. Penelitian mengenai aktivitas religius kaum muda di media sosial juga menunjukkan bahwa konten keagamaan dalam platform digital cenderung membentuk ruang informasi homogen yang memperkuat identitas kelompok tertentu.

Di sisi lain, algoritma juga memiliki dampak positif dalam penyebaran pengetahuan Islam. Melalui sistem rekomendasi, pengguna dapat lebih mudah memperoleh akses terhadap ceramah, kajian, maupun konten edukasi keislaman yang sebelumnya sulit dijangkau secara langsung. Dakwah digital menjadi lebih cepat menyebar dan mampu menjangkau kelompok usia muda yang aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Akan tetapi,

kemudahan tersebut perlu disertai dengan kemampuan literasi digital dan literasi keagamaan yang baik. Generasi muda perlu memahami bahwa konten yang muncul pada halaman media sosial bukan sepenuhnya representasi realitas, melainkan hasil seleksi sistem algoritma yang dirancang untuk meningkatkan interaksi pengguna. Oleh karena itu, kemampuan berpikir kritis sangat diperlukan agar pengguna tidak menerima seluruh informasi keagamaan secara mentah tanpa melakukan verifikasi lebih lanjut.

2. Dampak Positif & Negatif Media Sosial terhadap Pemahaman Islam

Dampak positif dari Internet dan media sosial adalah memungkinkan individu menjadi lebih kreatif dalam mendesain konten media mereka dalam mengirim dan menerima pesan ke berbagai audiens di mana saja, kapan saja. Selain itu, ia memiliki banyak efek positif lainnya. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa penyebaran media sosial juga memiliki dampak negatif. Misalnya, penggunaan berlebihan dapat menyebabkan kecanduan internet, yang membuat kita berisiko terisolasi dan kurang berinteraksi dengan orang lain (Pratidina & Mitha, 2023).

Selama berabad-abad yang lalu, pengetahuan Islam masih tersimpan balik tembok pesantren, majelis taklim, dan ruang-ruang kajian yang tidak semua orang bisa masuk. Media sosial mengubah struktur itu secara fundamental. Seperti seorang remaja di pelosok Kalimantan kini bisa mengikuti kajian tafsir dari ustaz di Yogyakarta, atau bahkan menyaksikan ceramah ulama Mesir dengan terjemahan, hanya dari layar ponselnya. Platform digital seperti Instagram, YouTube, dan TikTok telah menjadi sarana utama bagi generasi muda dalam mengakses, menyebarkan, dan mendiskusikan informasi keagamaan secara cepat dan interaktif. Media sosial menghadirkan konten keislaman yang bersifat menarik, mudah dijangkau, serta dikemas dalam format visual yang sesuai dengan preferensi generasi muda yang cenderung menyukai informasi ringkas dan audiovisual. Ini bukanlah sebuah hal yang kecil. Selama ini, kesenjangan pemahaman agama sering kali adalah kesenjangan akses, bukan kesenjangan kemauan belajar. (Umami & Andayani, 2023)

Media sosial saat ini bukan cuma digunakan untuk hiburan atau komunikasi sehari-hari, tapi juga mulai menjadi tempat orang mencari pemahaman tentang agama. Hal ini terjadi karena akses terhadap konten keislaman sekarang jauh lebih mudah dibanding sebelumnya. Anak muda bisa menemukan pembahasan agama hanya lewat aplikasi yang memang sudah mereka buka setiap hari. Dari situ, proses belajar agama terasa lebih dekat dan tidak terlalu formal. Menariknya, bentuk dakwah juga ikut menyesuaikan perkembangan media. Jika dulu dakwah identik dengan ceramah panjang atau tulisan yang cukup berat untuk dibaca, sekarang penyampaiannya lebih beragam. Ada video singkat, desain infografis, sampai podcast kajian yang bisa didengarkan sambil melakukan aktivitas lain. Perubahan cara penyampaian ini cukup penting, karena banyak remaja sebenarnya tertarik belajar agama, hanya saja kadang merasa kesulitan atau kurang nyaman dengan metode yang terlalu kaku.

Di sisi lain, kemudahan ini tetap perlu disikapi dengan hati-hati. Tidak semua konten agama di media sosial memiliki sumber yang jelas atau pemahaman yang tepat. Karena itu, meskipun media sosial bisa menjadi sarana dakwah yang efektif, isi kontennya tetap harus diperhatikan. Jika materi yang disampaikan berasal dari sumber yang sah dan dapat dipercaya, media sosial justru bisa membantu remaja lebih terbuka untuk memahami ajaran Islam secara bertahap.

Ada fenomena yang cukup menarik dalam penggunaan media sosial, terutama dalam konteks dakwah dan pemahaman agama di kalangan anak muda. Media sosial ternyata tidak selalu menjadi tujuan akhir dalam belajar agama, tetapi justru bisa menjadi titik awal munculnya rasa ingin tahu. Banyak orang awalnya hanya melihat potongan video singkat atau

kutipan sederhana tentang Islam, tetapi dari situ muncul keinginan untuk mencari penjelasan yang lebih lengkap. Misalnya, seseorang yang melihat Reels berdurasi satu menit tentang makna sabar bisa saja kemudian mencari tafsir ayatnya, menonton kajian penuh di YouTube, atau bertanya langsung kepada ustaz dan guru ngaji. Artinya, meskipun konten di media sosial sering dianggap singkat dan dangkal, dalam beberapa kondisi ia tetap memiliki fungsi penting sebagai pemantik kesadaran. (Ermalyona & Hermawan, 2025)

Platform seperti TikTok saat ini tidak bisa dipandang hanya sebagai media hiburan semata. Di kalangan generasi muda, platform ini juga mulai berperan dalam memperluas pemahaman keagamaan dan memperkuat identitas keislaman. Konten Islami yang disajikan dengan cara yang ringan dan dekat dengan kehidupan sehari-hari membuat banyak anak muda merasa lebih mudah memahami pembahasan agama. Mereka tidak hanya menerima materi tentang ibadah, tetapi juga mulai mengenal nilai-nilai Islam dalam kehidupan sosial, seperti adab berbicara, cara menghargai orang lain, sampai pentingnya menjaga hubungan dengan keluarga dan lingkungan sekitar. Hal ini menjadi cukup penting di tengah derasnya pengaruh budaya pop global yang hampir setiap hari muncul di media sosial. Generasi muda terus terpapar berbagai tren, gaya hidup, dan pola pikir dari luar yang kadang tidak selalu sejalan dengan nilai-nilai Islam. Karena itu, kehadiran ruang digital yang tetap menampilkan identitas Muslim memiliki peran seperti penyeimbang. Konten tentang sejarah Islam, kajian singkat, pengingat salat, atau bahkan pengalaman hijrah dari kreator sebaya dapat menjadi semacam “jangkar budaya” yang membantu generasi muda tetap merasa dekat dengan identitas keislamannya, meskipun berada di lingkungan digital yang sangat beragam.

Di sisi lain, kemudahan akses terhadap konten keagamaan di media sosial juga membawa risiko yang tidak bisa dianggap kecil. Riset Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta menunjukkan bahwa sebagian besar generasi muda pernah terpapar konten radikalisme di media sosial. (Muthohirin, 2015). Angka tersebut sebenarnya menunjukkan bahwa ruang digital bukan hanya dipenuhi konten dakwah yang menenangkan atau edukatif, tetapi juga menjadi tempat masuknya berbagai ideologi keagamaan yang ekstrem secara perlahan dan sering kali tidak disadari. Yang membuat situasi ini cukup mengkhawatirkan adalah cara penyebarannya yang terlihat “normal”. Konten radikal tidak selalu hadir dalam bentuk ajakan kekerasan secara langsung. Kadang ia muncul lewat potongan ceramah, meme, video pendek, atau narasi keagamaan yang dikemas sangat emosional dan persuasif. Karena tampilannya mirip dengan konten dakwah biasa, banyak anak muda akhirnya sulit membedakan mana pemahaman agama yang moderat dan mana yang sebenarnya mengarah pada sikap intoleran atau ekstrem.

Beberapa platform seperti Facebook, YouTube, Twitter, hingga WhatsApp bahkan telah lama digunakan sebagai media propaganda, perekrutan, dan penyebaran ideologi tertentu oleh kelompok-kelompok radikal. Generasi muda menjadi target utama karena mereka merupakan pengguna media sosial paling aktif dan paling mudah dijangkau oleh algoritma digital. Dalam kondisi seperti ini, media sosial bukan lagi sekadar sarana komunikasi, tetapi sudah menjadi arena perebutan pengaruh dan pembentukan cara berpikir keagamaan di kalangan anak muda. Karena itu, kemampuan literasi digital dan sikap kritis dalam memilih sumber menjadi sangat penting agar generasi muda tidak mudah menerima semua informasi agama secara mentah hanya karena kontennya terlihat meyakinkan atau viral. (Muthohirin, 2015)

Ada perbedaan antara sekadar mengetahui informasi agama dan benar-benar memahami maknanya secara mendalam. Media sosial dengan pola penyampaian yang cepat

dan singkat sering kali membuat seseorang hanya berhenti pada tingkat “tahu”, bukan memahami secara utuh. Konten keagamaan yang dikonsumsi dalam bentuk video pendek atau potongan ceramah memang memudahkan akses informasi, tetapi belum tentu menghasilkan pemahaman yang mendalam. Karena itu, kemampuan untuk bersikap kritis dan melakukan crosscheck terhadap informasi menjadi sangat penting. (Umami & Andayani, 2023)

3. Pergeseran Otoritas Keagamaan di Era Algoritma dan Media Sosial

Pergeseran otoritas keagamaan (*shifting religious authority*) merupakan salah satu fenomena paling signifikan yang dihadirkan oleh revolusi digital dalam kehidupan umat Islam kontemporer. Dalam tradisi keilmuan Islam, otoritas keagamaan secara historis dibangun di atas beberapa pilar utama, yaitu kedalaman penguasaan teks (*textual mastery*), rekognisi komunitas ulama (*peer recognition*), dan legitimasi institusional yang diperoleh melalui proses pendidikan formal di pesantren, madrasah, maupun universitas Islam. Ulama sebagai *warāsat al-anbiyā'* (pewaris para nabi) memperoleh otoritasnya melalui proses panjang transmisi keilmuan yang terstruktur, yang mencakup kefasihan berbahasa Arab, penguasaan ilmu-ilmu alat (*ulum al-alat*), kemampuan ijtihad, serta pengakuan dari jaringan ulama yang telah mapan (Zaman, 2002). Sistem ini menempatkan otoritas keagamaan sebagai sesuatu yang bersifat vertikal dan hierarkis, di mana legitimasi seorang tokoh agama ditentukan oleh posisinya dalam rantai transmisi ilmu pengetahuan yang panjang dan terverifikasi.

Berger (1967) menjelaskan bahwa otoritas keagamaan dalam masyarakat berfungsi sebagai *sacred canopy*, yakni payung sakral yang memberikan makna kolektif kepada komunitas beriman dan menjaga koherensi sistem kepercayaan dari ancaman relativisme. Namun, modernitas dan globalisasi telah mulai mengikis fungsi payung sakral ini jauh sebelum era media sosial hadir. Roy (2004) berargumen bahwa globalisasi Islam telah menghasilkan fenomena *de-culturalization*, yaitu pemisahan Islam dari konteks budaya lokalnya, yang melahirkan individu Muslim yang membangun identitas keagamaannya secara mandiri tanpa bergantung pada otoritas lokal. Fenomena ini ditandai oleh kecenderungan untuk kembali ke teks secara literal, namun tanpa bimbingan tradisi interpretif yang mapan, sehingga membuka ruang bagi berbagai interpretasi yang sebelumnya tidak memiliki legitimasi dalam tradisi keilmuan Islam klasik.

Kemunculan internet dan media sosial mempercepat proses pergeseran ini secara dramatis. Eickelman dan Anderson (2003) mencatat bahwa teknologi informasi telah memungkinkan aktor-aktor non-ulama untuk masuk ke ruang produksi wacana keagamaan, menciptakan apa yang mereka sebut sebagai "demokratisasi fatwa." Siapapun kini dapat memproduksi, mendistribusikan, dan bahkan memobilisasi pendapat keagamaan tanpa memerlukan legitimasi institusional yang dahulu menjadi prasyarat utama. Fenomena ini melahirkan tipologi otoritas keagamaan baru yang oleh kalangan akademisi Indonesia disebut sebagai "ustaz medsos," yakni figur-figur yang memperoleh otoritasnya bukan dari kedalaman ilmu, melainkan dari jumlah *followers*, kemampuan *storytelling* digital, dan daya tarik visual (Hew, 2018). Berbeda dengan ulama tradisional yang membangun otoritas secara vertikal melalui sanad, otoritas digital dibangun secara horizontal melalui jaringan *engagement* dan *virality* konten.

Aspek yang paling krusial dalam dinamika ini adalah peran algoritma platform media sosial dalam menentukan siapa yang "terdengar" dan siapa yang "tenggelam" dalam ruang keagamaan digital. Algoritma platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube tidak dirancang untuk mengoptimalkan kedalaman ilmu atau kebenaran teologis, melainkan untuk memaksimalkan *engagement*, yaitu waktu yang dihabiskan pengguna di platform tersebut (Bucher, 2018). Dalam logika ini, konten keagamaan yang emosional, kontroversial, atau

menyederhanakan persoalan kompleks cenderung mendapat lebih banyak distribusi algoritmik dibanding konten yang mendalam dan bernuansa. Campbell dan Evolvi (2020) menyebut proses ini sebagai "*religious algorithmization*," yakni kondisi di mana logika komersial platform digital secara tidak langsung menentukan bentuk dan substansi wacana keagamaan yang beredar di masyarakat. Dengan demikian, platform media sosial bukan hanya medium komunikasi pasif, melainkan telah bertransformasi menjadi "kurator keagamaan tersembunyi" yang keputusan teknisnya memiliki konsekuensi teologis dan sosial yang sangat nyata (Gillespie, 2014).

Generasi muda Muslim, terutama Generasi Z dan Milenial, merupakan kelompok yang paling intensif terpapar oleh dinamika ini. Hasyim (2020) menemukan bahwa mayoritas Muslim muda di Indonesia mendapatkan informasi keagamaan dari media sosial, jauh melampaui sumber-sumber tradisional seperti kiai atau buku teks Islam. Pergeseran ini bukan sekadar perubahan medium, melainkan transformasi epistemologis dalam cara pengetahuan agama dihasilkan, divalidasi, dan dikonsumsi. Pew Research Center (2012) dalam studinya tentang Muslim muda global menemukan bahwa aksesibilitas internet berkorelasi positif dengan meningkatnya individualisme keagamaan, yaitu kecenderungan untuk membentuk pemahaman agama secara mandiri tanpa mediasi otoritas tradisional. Generasi muda cenderung bersikap sebagai "konsumen spiritual" yang memilih, memadukan, dan memodifikasi elemen-elemen dari berbagai sumber keagamaan sesuai preferensi pribadinya, sebuah fenomena yang oleh Roy (2004) disebut sebagai "individualisasi Islam."

Konsumsi keagamaan melalui algoritma juga membawa risiko struktural berupa terbentuknya *echo chamber*, yaitu ruang digital di mana seseorang hanya terpapar pada konten yang memperkuat keyakinan yang sudah ada. Pariser (2011) memperkenalkan konsep "*filter bubble*" untuk menggambarkan bagaimana algoritma personalisasi menciptakan realitas informasi yang berbeda-beda bagi setiap pengguna, sehingga mempersulit terjadinya paparan terhadap perspektif yang lebih moderat atau beragam. Dalam konteks pemahaman Islam, filter bubble algoritmik dapat berujung pada radikalisasi gradual yang tidak disadari. Wiktorowicz (2005) menjelaskan bahwa proses radikalisasi keagamaan sering kali dimulai dari "*cognitive opening*," yaitu momen ketika seseorang mulai mempertanyakan otoritas mapan dan mencari jawaban alternatif, dan media sosial dengan ekosistem kontennya yang tidak terfilter oleh tradisi keilmuan menyediakan lingkungan yang kondusif bagi proses tersebut.

Di sisi lain, ekosistem digital juga mendorong lahirnya fenomena yang oleh Fealy dan White (2008) disebut sebagai "*islamisme populer*," yaitu perpaduan antara ekspresi keislaman dengan budaya pop, konsumerisme, dan estetika media. Di platform seperti Instagram dan TikTok, keislaman seringkali dipresentasikan melalui bingkai estetika yang dikurasi secara cermat, di mana daya tarik visual dan relevansi kultural seringkali lebih menentukan penerimaan sebuah pesan keagamaan dibanding kedalaman dan validitas ilmiahnya. Haenni (2005) menyebut ini sebagai "Islam pasar" (*market Islam*), di mana ekspresi keagamaan dikemas, diproduksi, dan dikonsumsi menurut logika industri budaya. Turner (2011) melihat kemunculan "*celebrity preachers*" sebagai gejala global dari fenomena ini, di mana figur-figur muda karismatik membangun otoritas keagamaan melalui kombinasi antara pengetahuan agama yang cukup, kemampuan komunikasi yang tinggi, dan penguasaan estetika digital dalam logika *personal branding* (Abidin, 2018).

Institusi Islam tradisional seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah di Indonesia telah berupaya merespons tantangan ini dengan berbagai strategi adaptasi digital. Bruinessen (2013) mencatat berbagai inisiatif digital yang dilakukan untuk menghadirkan wacana Islam

moderat dalam bahasa dan format yang dapat bersaing di ekosistem digital. Namun, Miichi (2014) mengidentifikasi ketegangan internal dalam proses adaptasi ini, yaitu antara kebutuhan untuk "berbicara dalam bahasa digital" dan keinginan untuk mempertahankan kedalaman tradisi keilmuan klasik. Mandaville (2007) menunjukkan bahwa institusi keagamaan tradisional menghadapi *structural disadvantage* yang inheren dalam ekosistem digital, karena tradisi keilmuan Islam klasik yang menghargai nuansa, kompleksitas, dan ketidakpastian (*tawaqquf*) seringkali kalah bersaing dengan pesan-pesan yang sederhana, absolut, dan emosional yang lebih "*algorithmically friendly*." Hal ini menciptakan insentif struktural bagi institusi tradisional untuk menyederhanakan pesannya demi relevansi digital, sebuah pilihan yang berisiko mengikis kedalaman tradisi itu sendiri.

Pada tataran epistemologis, pergeseran otoritas keagamaan ke ekosistem digital menciptakan apa yang dapat disebut sebagai krisis validasi pengetahuan agama, di mana masyarakat, terutama generasi muda, kehilangan pedoman yang jelas tentang bagaimana membedakan pengetahuan agama yang valid dari yang tidak valid (Bunt, 2009). Dalam sistem tradisional, validasi dilakukan melalui sanad dan konsensus ulama; dalam ekosistem digital, validasi dilakukan melalui jumlah *likes*, *shares*, dan komentar, yaitu metrik yang sama sekali tidak berhubungan dengan kebenaran substansi teologis. Pada tataran sosial, pergeseran ini juga mendorong fragmentasi komunitas Muslim, di mana identitas keagamaan semakin didefinisikan secara personal dan subjektif, terlepas dari komunitas dan tradisi kolektif (Roy, 2004). Meskipun demikian, era digital juga membuka peluang nyata berupa aksesibilitas terhadap sumber-sumber keilmuan Islam primer yang lebih luas, dialog lintas mazhab yang lebih mudah, serta kemungkinan pembaruan pemahaman Islam yang lebih inklusif dan kontekstual (Anderson, 2003). Kunci untuk mengoptimalkan peluang ini sambil meminimalkan risikonya terletak pada pengembangan literasi digital keagamaan, yaitu kemampuan kritis generasi muda untuk menavigasi, mengevaluasi, dan memanfaatkan sumber-sumber keagamaan digital secara bijak dan bertanggung jawab.

4. Solusi dan Strategi

Selama ini, literasi digital sering dipahami secara terlalu sederhana, seolah hanya berkaitan dengan kemampuan membedakan berita hoaks dan bukan hoaks. Padahal, dalam konteks keislaman, persoalannya jauh lebih kompleks dari itu. Seseorang tidak cukup hanya bertanya apakah suatu informasi benar atau salah, tetapi juga perlu mempertanyakan dari mana sumber informasi tersebut berasal, siapa yang menyebarkannya, apa kepentingan di baliknya, dan apakah isi yang disampaikan benar-benar mewakili pemahaman Islam yang utuh. Hal ini penting karena media sosial sering menyajikan informasi agama dalam bentuk yang sangat singkat, cepat, dan emosional. Akibatnya, banyak orang merasa sudah memahami suatu persoalan agama hanya karena menonton potongan video satu menit atau membaca kutipan singkat tanpa konteks yang lengkap. Di titik inilah kemampuan berpikir kritis menjadi sangat diperlukan, bukan untuk membuat seseorang menjadi curiga terhadap semua informasi agama, tetapi agar tidak mudah menerima dan menyebarkan pemahaman yang belum jelas dasar keilmuannya. Dalam konteks ini, Pendidikan Agama Islam memiliki peran yang cukup strategis dalam meningkatkan literasi media sosial di kalangan generasi muda. Pembelajaran PAI tidak hanya berfungsi menyampaikan materi keagamaan secara teoritis, tetapi juga dapat membantu siswa memahami etika bermedia sosial, pentingnya tabayyun, serta cara menggunakan media digital secara bertanggung jawab. (Fikri, 2023)

Pendidikan agama Islam dapat mendorong generasi muda untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana berbagi pengetahuan Islam, mengajak kepada kebaikan, dan membangun perilaku yang lebih etis di ruang digital. Selain itu, siswa juga perlu dibekali kemampuan untuk mengevaluasi sumber informasi, memahami strategi dakwah digital, dan menyadari bahwa

tidak semua konten keagamaan yang viral memiliki landasan pemahaman yang kuat. Dengan begitu, literasi digital dalam perspektif Islam tidak berhenti pada kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga mencakup tanggung jawab moral dan kesadaran etis dalam berinteraksi di ruang digital.

Jika masalah utama di media sosial adalah munculnya otoritas palsu yang terlihat meyakinkan karena kemasan kontennya menarik, maka solusi yang dibutuhkan bukan sekadar memblokir konten tersebut, tetapi menghadirkan sumber keilmuan yang benar dengan cara penyampaian yang juga menarik dan relevan bagi generasi muda. Teknologi digital seperti media sosial, video pembelajaran, dan platform dakwah dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam yang moderat, inklusif, dan terbuka terhadap keberagaman. Karena itu, tantangan di era digital bukan hanya membatasi konten negatif, tetapi juga menghadirkan konten keislaman yang sehat, kredibel, dan mampu bersaing di ruang digital. (Jumari & Djazilan, 2025)

Strategi lain yang cukup penting adalah mengintegrasikan nilai moderasi beragama ke dalam kurikulum digital, khususnya dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam. Memang hasilnya mungkin tidak bisa terlihat secara cepat, tetapi dampaknya bisa jauh lebih panjang karena menyentuh cara berpikir generasi muda sejak awal. Selama ini, pembelajaran agama sering hanya berfokus pada materi normatif, sementara tantangan yang dihadapi siswa di ruang digital berkembang jauh lebih kompleks. Padahal, media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka dan ikut memengaruhi cara memahami agama.

Karena itu, pembelajaran PAI tidak cukup hanya mengajarkan teori keagamaan, tetapi juga perlu membantu siswa memahami bagaimana bersikap di tengah arus informasi digital yang begitu cepat. Misalnya dengan membahas kasus nyata tentang hoaks keagamaan di kelas, melatih siswa mengevaluasi kredibilitas akun dakwah, atau membiasakan mereka melakukan tabayyun sebelum mempercayai dan menyebarkan suatu informasi. Hal-hal seperti ini justru lebih dekat dengan kebutuhan generasi muda saat ini dibanding pembelajaran yang hanya menekankan hafalan konsep.

Dalam konteks yang lebih luas, integrasi nilai moderasi beragama dalam pendidikan Islam juga penting untuk memperkuat sikap toleran dan terbuka terhadap keberagaman di era digital. Media sosial, *e-learning*, dan video pembelajaran sebenarnya dapat dimanfaatkan sebagai sarana membangun karakter Islami yang damai dan inklusif, bukan hanya sebagai media hiburan atau perdebatan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Jumari dan Djazilan (2025) yang menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital secara etis dapat membantu memperkuat nilai moderasi beragama dan menangkal berkembangnya radikalisme di ruang digital.

Nilai tabayyun sendiri sebenarnya bukan hal baru dalam Islam. Jauh sebelum era media sosial muncul, Al-Qur'an sudah mengajarkan pentingnya memeriksa informasi secara teliti sebelum mempercayai atau menyebarkannya, sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Hujurat ayat 6. Karena itu, literasi digital dalam perspektif Islam pada dasarnya bukan sekadar kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga tentang membangun tanggung jawab moral dalam menerima dan menyebarkan informasi.

KESIMPULAN

Perkembangan media sosial dan sistem algoritma yang menyertainya telah mengubah lanskap pemahaman keagamaan generasi muda Muslim secara mendasar. Algoritma platform digital tidak hanya berfungsi sebagai pengantar informasi, tetapi telah bertransformasi menjadi kurator keagamaan tersembunyi yang secara tidak langsung membentuk preferensi, keyakinan, dan identitas keislaman penggunanya. Kemudahan akses terhadap konten keislaman memang membuka peluang besar dalam demokratisasi pengetahuan agama, terutama bagi mereka yang sebelumnya tidak memiliki akses terhadap lembaga pendidikan formal maupun tokoh agama terpercaya.

Namun di sisi lain, logika algoritma yang mengutamakan engagement di atas kedalaman ilmu telah melahirkan sejumlah persoalan serius. Fenomena filter bubble dan echo chamber menyempitkan wawasan keagamaan generasi muda, sementara pergeseran otoritas keagamaan dari ulama tradisional menuju figur-figur digital yang lebih mengandalkan kemasan visual daripada kedalaman keilmuan menciptakan krisis validasi pengetahuan agama yang nyata. Lebih jauh, ekosistem digital yang tidak terfilter oleh tradisi keilmuan yang mapan membuka celah masuknya konten radikal dan pemahaman keislaman yang menyimpang secara gradual dan sering kali tidak disadari. Kondisi ini menegaskan bahwa kemudahan akses informasi agama belum tentu berbanding lurus dengan kualitas pemahaman yang dihasilkan.

SARAN

Berdasarkan berbagai dinamika yang telah diuraikan, terdapat beberapa hal yang perlu mendapat perhatian serius dari berbagai pihak.

Pertama, generasi muda perlu secara aktif membangun literasi digital keagamaan, yakni tidak hanya mampu menggunakan teknologi, tetapi juga kritis dalam mengevaluasi sumber, memahami kepentingan di balik konten, dan membiasakan tabayyun sebelum menerima maupun menyebarkan informasi agama. Kesadaran bahwa konten yang muncul di beranda media sosial adalah hasil seleksi algoritma, bukan representasi kebenaran agama yang utuh, merupakan bekal epistemologis yang sangat penting.

Kedua, institusi pendidikan, khususnya melalui pembelajaran Pendidikan Agama Islam, perlu bertransformasi agar lebih responsif terhadap tantangan digital. Materi pembelajaran tidak cukup berhenti pada ranah normatif-teoritis, tetapi perlu mengintegrasikan diskusi kasus nyata tentang hoaks keagamaan, latihan mengevaluasi kredibilitas sumber dakwah digital, serta penguatan nilai moderasi beragama agar siswa memiliki fondasi yang kokoh dalam menavigasi ruang informasi digital.

Ketiga, para pendakwah, ulama, dan institusi Islam tradisional perlu mengambil peran yang lebih aktif dan strategis dalam ekosistem digital. Kehadiran konten keislaman yang sehat, kredibel, mendalam, namun tetap relevan secara kultural bagi generasi muda merupakan kebutuhan mendesak sebagai penyeimbang arus konten yang dangkal maupun menyesatkan.

Keempat, para peneliti, pembuat kebijakan, dan platform digital perlu lebih serius mendorong transparansi algoritma serta pengembangan mekanisme kurasi konten keagamaan yang lebih bertanggung jawab. Pada akhirnya, media sosial hanyalah alat, dan kualitas pemahaman keislaman generasi muda akan sangat ditentukan oleh sejauh mana mereka mampu memanfaatkan alat tersebut dengan bijak, kritis, dan bertanggung jawab.

REFERENSI

- Abidin, C. (2018). *Internet celebrity: Understanding the new influencers*. Emerald Publishing.
- Anderson, J. W. (2003). The internet and Islam's new interpreters. Dalam D. F. Eickelman & J. W. Anderson (Eds.), *New media in the Muslim world: The emerging public sphere* (edisi ke-2, hlm. 45–60). Indiana University Press.
- Berger, P. L. (1967). *The sacred canopy: Elements of a sociological theory of religion*. Doubleday.
- Beta, A. R. (2019). Commerce, piety and politics: Indonesian young Muslim women's groups as religious influencers. *New Media & Society*, 21(10), 2140–2159.
- Bruinessen, M. van (Ed.). (2013). *Contemporary developments in Indonesian Islam: Explaining the "conservative turn"*. Institute of Southeast Asian Studies.
- Bucher, T. (2018). *If... then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.
- Bunt, G. R. (2009). *iMuslims: Rewiring the house of Islam*. University of North Carolina Press.
- Bunt, G. R. (2018). *Hashtag Islam: How cyber-Islamic environments are transforming religious authority*. University of North Carolina Press.
- Bunt, G. R. (2024). *Islamic algorithms: Online influence in the Muslim metaverse*. Bloomsbury.
- Campbell, H. A. (Ed.). (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.
- Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2020). Contextualizing current digital religion as an emerging field. Online: *Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 15, 9–30. <https://doi.org/10.11588/rel.2020.0.73625>
- Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (Eds.). (2003). *New media in the Muslim world: The emerging public sphere* (2nd ed.). Indiana University Press.
- Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (Eds.). (2003). *New media in the Muslim world: The emerging public sphere* (edisi ke-2). Indiana University Press.
- Ermalyona, A., & Hermawan, A. (2025). Penggunaan media sosial terhadap pemahaman nilai-nilai Islam pada generasi muda. *Advanced Journal of Education and Religion*, 2(1), 42–49.
- Fealy, G., & White, S. (Eds.). (2008). *Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia*. Institute of Southeast Asian Studies.
- Fikri, L. H. (2023). Pendidikan agama Islam dan literasi media sosial dalam menghadapi era informasi bagi generasi muda Indonesia. *Journal of Education and Religious Studies*, 3(3). <https://doi.org/10.57060/jers.v3i03.123>
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. Dalam T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (hlm. 167–194). MIT Press.
- Gunawan, A. (2026). Algoritma sebagai mimbar: Analisis personalisasi konten keagamaan pada media sosial terhadap moderasi beragama. *IKHBAR: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 1(2).
- Haenni, P. (2005). *L'Islam de marché: L'autre révolution conservatrice*. Éditions du Seuil.
- Hannan, A., & Mursyidi, A. F. (2023). Social media and the fragmentation of religious authority among Muslims in contemporary Indonesia. *Digital Muslim Review*, 1(2), 84–104.
- Harisi, I. L., Mas'ud, M., Imran, A., & Amien, M. Y. (2026). Algorithms, religious authority, and digital da'wah: A qualitative study of social media in Indonesia. *Journal of Mathematics Instruction, Social Research and Opinion*, 5(1).
- Hasyim, S. (2020). Otoritas keagamaan dan fatwa online di Indonesia. *Studia Islamika: Indonesian Journal for Islamic Studies*, 27(2), 75–113. <https://doi.org/10.36712/sdi.v27i2.14809>

- Hew, W. W. (2018). The art of dakwah: Social media, visual persuasion and the Islamist propagation of Felix Siauw. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 61–79. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416757>
- Hidayat, D. (2020). Dakwah digital dan perubahan pola keberagamaan generasi muda. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(1), 1–25.
- Jumari, & Djazilan, M. S. (2025). Integrasi nilai-nilai Aswaja an-Nahdliyah dalam pendidikan Islam multikultural di era digital. *An-Nahdhoh: Jurnal Kajian Islam Aswaja*, 5(1), 37–44.
- Lohlker, R., & Wahid, S. H. (2026). The transformation of Islamic religious authority. *Religions*, 17(4), 493.
- Mandaville, P. (2007). *Global political Islam*. Routledge.
- Miichi, K. (2014). The role of the internet and social media for democratization in Indonesia. Dalam K. Miichi & O. Farouk (Eds.), *Southeast Asian Muslims in the era of globalization* (hlm. 83–106). Palgrave Macmillan.
- Muthohirin, N. (2015). Radikalisme Islam dan pergerakannya di media sosial. *Afkaruna: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 11(2), 240–259. <https://doi.org/10.18196/AIIJIS.2015.0050.240-259>
- Nurhamidin, N., dkk. (2025). Transformasi otoritas keagamaan di era digital: Analisis sosiologis terhadap pergeseran pola otoritas ulama di media sosial. *Al-Muqaddimah*, 1(1), 39–48.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Pew Research Center. (2012). *The world's Muslims: Unity and diversity*. <https://www.pewresearch.org/religion/2012/08/09/the-worlds-muslims-unity-anddiversity-executive-summary/>
- Pratidina, N. D., & Mitha, J. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Masyarakat: Studi Literature. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 810. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3083>
- Roy, O. (2004). *Globalized Islam: The search for a new ummah*. Columbia University Press.
- Turner, B. S. (2011). *Religion and modern society: Citizenship, secularisation and the state*. Cambridge University Press.
- Umami, S., & Andayani, D. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemahaman remaja tentang ajaran agama Islam (Studi kasus di Universitas Teknologi Mataram pada mahasiswa jurusan Sistem Informasi). *TSAQOFAH: Jurnal Penelitian Guru Indonesia*, 3(6), 1373–1379. <https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v3i6.2687>
- Wiktorowicz, Q. (Ed.). (2005). *Islamic activism: A social movement theory approach*. Indiana University Press.
- Zaman, M. Q. (2002). *The ulama in contemporary Islam: Custodians of change*. Princeton University Press.