

Article

Filter Bubble Religius di Media Sosial: Tantangan Dakwah Moderat dalam Perspektif Komunikasi Islam

Retna Dwi Estuningtyas ^{1*}, Ahmad Syaefudin ²

¹ Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Ibnu Chaldun; reretnadwie@gmail.com

² Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Ibnu Chaldun; kangsae15699@gmail.com

* Correspondence: reretnadwie@gmail.com; Tel.: +62-82312481112

Abstract: Penyebaran informasi keagamaan melalui platform media sosial telah menciptakan dinamika baru dalam ekosistem komunikasi Islam kontemporer. Fenomena filter bubble religius muncul sebagai konsekuensi dari algoritma platform digital yang secara sistematis memperkuat paparan pengguna terhadap konten yang sejalan dengan preferensi keagamaan mereka, sehingga membentuk ruang gema (echo chamber) yang berpotensi mengisolasi individu dari perspektif Islam yang beragam. Kajian ini bertujuan menganalisis mekanisme filter bubble religius dan implikasinya terhadap efektivitas dakwah moderat dalam perspektif komunikasi Islam. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis analisis literatur, kajian ini mengintegrasikan teori agenda-setting, teori uses and gratifications, serta prinsip-prinsip komunikasi Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis. Hasil kajian menunjukkan bahwa filter bubble religius memiliki tiga dimensi utama: dimensi algoritmik, dimensi sosiologis, dan dimensi psikologis, yang secara sinergis mempersulit penetrasi pesan dakwah moderat kepada audiens yang telah terisolasi dalam gelembung informasi eksklusif. Kajian ini merekomendasikan strategi dakwah digital yang mengedepankan prinsip hikmah, maw'izhah hasanah, dan mujadalah bil-lati hiya ahsan sebagai kerangka metodologis dakwah yang adaptif terhadap tantangan ekosistem informasi digital. Temuan ini berkontribusi pada pengembangan model komunikasi Islam yang responsif terhadap kompleksitas lanskap media sosial kontemporer.

Citation: R. D. Estuningtyas, A. Syaefudin, "Filter Bubble Religius di Media Sosial: Tantangan Dakwah Moderat dalam Perspektif Komunikasi Islam", *Islamologica*, Vol. 1 No.1, pp 26-33. March. 2026

Received: 1-03-2026

Accepted: 12-03-2026

Published: 28-03-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

Keywords: filter bubble; dakwah moderat; komunikasi Islam; media sosial; echo chamber; algoritma digital; Islam wasathiyah

1. Pendahuluan

Revolusi digital telah mengubah secara fundamental cara manusia mengakses, memproduksi, dan mendistribusikan informasi keagamaan. Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, penetrasi media sosial telah mencapai angka yang signifikan, dengan lebih dari 167 juta pengguna aktif per tahun 2024 [1]. Platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan X (sebelumnya Twitter) telah bertransformasi menjadi ruang publik digital di mana wacana keagamaan berkembang secara masif dan tidak terstruktur.

Dalam konteks ini, fenomena filter bubble religius menjadi isu yang semakin mendesak untuk dikaji secara akademis. Istilah filter bubble pertama kali diperkenalkan oleh Eli Pariser pada tahun 2011, merujuk pada kondisi di mana algoritma digital secara otomatis menyaring dan memprioritaskan konten yang sesuai dengan preferensi dan perilaku daring pengguna [2]. Dalam ranah keagamaan, mekanisme ini beroperasi dengan cara yang lebih kompleks karena bersinggungan dengan dimensi identitas, afiliasi kelompok, dan keyakinan teologis yang bersifat sensitif.

Keprihatinan utama yang melatarbelakangi kajian ini adalah bahwa filter bubble religius berpotensi mempersempit wawasan keislaman pengguna media sosial,

menciptakan polarisasi antara kelompok-kelompok keagamaan yang berbeda, serta membangun narasi eksklusif yang menghambat dialog antarkeyakinan. Kondisi ini menjadi tantangan serius bagi para da'i dan organisasi Islam yang berkomitmen pada prinsip wasathiyyah (moderasi) dalam beragama. Dakwah moderat, yang menekankan nilai-nilai toleransi, inklusivitas, dan dialog konstruktif, menghadapi hambatan struktural yang semakin kompleks dalam lanskap media sosial yang didominasi oleh logika algoritma.

Dalam perspektif komunikasi Islam, tantangan ini memerlukan respons yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai filosofis dan metodologis yang bersumber dari tradisi keilmuan Islam. Al-Qur'an Surah An-Nahl ayat 125 menegaskan prinsip dakwah yang mencakup hikmah, maw'izhah hasanah, dan mujadalah bil-lati hiya ahsan sebagai tiga pilar metodologi komunikasi Islam yang harus diaktualisasikan dalam konteks kekinian [3]. Relevansi ketiga prinsip ini dalam menghadapi tantangan filter bubble religius perlu dikaji secara mendalam dan sistematis.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji fenomena filter bubble dari perspektif komunikasi umum [4,5], namun kajian yang secara spesifik membahas dimensi keagamaan dan implikasinya bagi dakwah Islam masih sangat terbatas. Penelitian Hamid dan Musa [6] menyinggung persoalan echo chamber dalam komunitas Muslim online, namun belum memberikan analisis yang komprehensif dari perspektif komunikasi Islam. Sementara itu, kajian Syafruddin dan Nasution [7] tentang dakwah digital belum mempertimbangkan secara mendalam dinamika algoritmik yang mempengaruhi distribusi pesan dakwah.

Kajian ini hadir untuk mengisi celah penelitian tersebut dengan tujuan: (1) menganalisis mekanisme dan karakteristik filter bubble religius di platform media sosial; (2) mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dakwah moderat akibat fenomena ini; dan (3) merumuskan strategi komunikasi Islam yang adaptif terhadap dinamika ekosistem informasi digital. Kontribusi kajian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu komunikasi Islam dan memberikan panduan praktis bagi para praktisi dakwah digital.

2. Metode Penelitian

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian analisis literatur sistematis (systematic literature review). Pendekatan ini dipilih karena relevansinya untuk mengonstruksi kerangka teoritis yang komprehensif dalam menganalisis fenomena sosial yang relatif baru dan kompleks seperti filter bubble religius. Analisis literatur sistematis memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis temuan-temuan dari berbagai penelitian yang relevan secara metodologis.

2.1. Sumber Data dan Kriteria Seleksi

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran basis data akademik meliputi Scopus, Web of Science, Google Scholar, dan DOAJ (Directory of Open Access Journals) untuk periode 2015-2025. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian meliputi: "filter bubble", "echo chamber", "religious communication", "Islamic da'wah", "social media algorithm", "moderate Islam", dan "digital dakwah" beserta variasi kombinasinya dalam bahasa Indonesia dan Inggris.

Kriteria inklusi meliputi: (a) artikel yang diterbitkan di jurnal bereputasi (terindeks Scopus Q1-Q3 atau Sinta 1-2 untuk jurnal nasional); (b) kajian yang secara eksplisit membahas algoritma media sosial, filter bubble, atau echo chamber dalam konteks keagamaan; (c) studi yang berkaitan dengan komunikasi Islam, dakwah digital, atau dinamika informasi Muslim online; dan (d) penelitian dengan kerangka metodologis yang jelas dan kredibel. Kriteria eksklusi mencakup artikel opini tanpa basis empiris, tulisan populer, dan kajian yang tidak relevan dengan fokus penelitian.

2.2. Kerangka Analisis

Analisis dilakukan menggunakan tiga kerangka teori yang saling melengkapi. Pertama, teori filter bubble dari Pariser [2] sebagai kerangka dasar untuk memahami mekanisme algoritmik dalam pembentukan gelembung informasi. Kedua, teori agenda-setting dari McCombs dan Shaw [8] untuk memahami bagaimana media digital membentuk persepsi dan prioritas audiens dalam mengonsumsi konten keagamaan. Ketiga, prinsip-prinsip komunikasi Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, hadis, dan tradisi keilmuan Islam klasik sebagai perspektif normatif dalam mengevaluasi fenomena dan merumuskan solusi.

Integrasi ketiga kerangka ini mengikuti model analisis triangulasi teoritis yang dikembangkan oleh Denzin [9], di mana setiap perspektif digunakan untuk memvalidasi dan memperkaya temuan dari perspektif lainnya. Pendekatan ini sejalan dengan metodologi studi komunikasi Islam kontemporer yang menekankan integrasi antara pendekatan ilmiah modern dengan epistemologi keislaman [10].

Research manuscripts reporting large datasets that are deposited in a publicly available database should specify where the data have been deposited and provide the relevant accession numbers. If the accession numbers have not yet been obtained at the time of submission, please state that they will be provided during review. They must be provided prior to publication.

Interventionary studies involving animals or humans, and other studies that require ethical approval, must list the authority that provided approval and the corresponding ethical approval code.

3. Results and Discussion

3.1. Mekanisme Filter Bubble Religius di Media Sosial

Pemahaman tentang filter bubble religius mensyaratkan analisis mendalam terhadap cara kerja algoritma platform media sosial dalam mengolah dan mendistribusikan konten keagamaan. Algoritma rekomendasi yang digunakan oleh platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok beroperasi berdasarkan model machine learning yang mengoptimalkan keterlibatan pengguna (user engagement) melalui personalisasi konten [11]. Dalam praktiknya, model ini secara konsisten merekomendasikan konten yang sejalan dengan pola konsumsi sebelumnya, menciptakan siklus penguatan yang progressif.

Terdapat tiga dimensi utama dalam mekanisme filter bubble religius yang perlu dipahami secara komprehensif. Dimensi pertama adalah dimensi algoritmik, yang merujuk pada cara platform digital secara teknis memfilter dan memprioritaskan konten berdasarkan data perilaku pengguna. Setiap interaksi pengguna – berupa tayangan, klik, komentar, atau berbagi konten – menjadi sinyal yang diproses oleh algoritma untuk memprediksi preferensi konten berikutnya [12]. Dalam konteks keagamaan, seorang pengguna yang konsisten mengonsumsi konten dari aliran tertentu akan semakin jarang mendapatkan rekomendasi konten dari perspektif keislaman yang berbeda.

Dimensi kedua adalah dimensi sosiologis, yang berkaitan dengan dinamika kelompok dan identitas sosial dalam komunitas Muslim online. Teori identitas sosial dari Tajfel dan Turner menjelaskan kecenderungan individu untuk mencari validasi dari kelompok yang memiliki identitas serupa [13]. Di media sosial, kecenderungan ini diperkuat oleh fitur-fitur seperti grup tertutup, komunitas berlangganan, dan jaringan pengikut yang homogen. Akibatnya, terbentuk apa yang Sunstein [14] sebut sebagai "group polarization", di mana anggota kelompok semakin mengadopsi posisi yang lebih ekstrem dari sebelumnya karena hanya terpapar pada sudut pandang yang seragam.

Dimensi ketiga adalah dimensi psikologis, yang berhubungan dengan bias konfirmasi (confirmation bias) dan kebutuhan kognitif akan konsistensi. Pengguna media sosial secara natural cenderung mencari, menginterpretasikan, dan mengingat informasi yang mengonfirmasi keyakinan yang telah dimiliki sebelumnya [15]. Dalam ranah keagamaan, bias ini menjadi semakin kuat karena keyakinan agama berkaitan erat dengan identitas diri dan sistem nilai yang fundamental. Kombinasi antara bias kognitif ini dengan penguat algoritmik menciptakan kondisi di mana seseorang dapat semakin terisolasi dari perspektif keislaman yang berbeda meskipun secara teknis memiliki akses terhadap informasi yang beragam.

Penelitian Guess, Nagler, dan Tucker [16] menemukan bahwa pengguna dengan tingkat polarisasi yang tinggi cenderung menghabiskan lebih banyak waktu di platform yang memperkuat pandangan mereka, suatu fenomena yang mereka sebut sebagai "selective exposure reinforcement". Dalam konteks Muslim Indonesia, studi Wahid Foundation [17] mengidentifikasi bahwa paparan terhadap konten eksklusif di media sosial berkorelasi dengan meningkatnya intoleransi terhadap kelompok Islam lainnya, meskipun korelasi kausal ini masih memerlukan penelitian lebih lanjut.

3.2. Tantangan Dakwah Moderat dalam Ekosistem Filter Bubble

Dakwah moderat, yang dalam tradisi keilmuan Islam dikenal dengan terminologi wasathiyyah, menghadapi tantangan struktural yang belum pernah ada sebelumnya dalam sejarah perkembangan Islam. Prinsip wasathiyyah sebagaimana diabadikan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 143 menekankan posisi Islam sebagai "umat pertengahan" yang bertugas menjadi saksi atas kemanusiaan [18]. Namun, realisasi prinsip ini dalam ekosistem media sosial yang didominasi filter bubble menghadapi hambatan yang bersifat sistemik.

Tantangan pertama adalah masalah jangkauan dan penetrasi pesan. Dalam logika algoritma media sosial, konten yang sensasional, konfrontatif, dan emosional cenderung mendapatkan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan konten yang bernuansa, analitis, dan moderat [19]. Hal ini menciptakan bias inheren terhadap konten dakwah yang mengedepankan kesantunan dan keseimbangan. Para da'i moderat harus bersaing dalam ekosistem di mana konten yang memprovokasi emosi dan memperkuat in-group bias mendapatkan distribusi organik yang lebih luas dari algoritma.

Tantangan kedua berkaitan dengan kredibilitas dan otoritas keagamaan di ruang digital. Struktur media sosial yang horizontal memungkinkan siapa saja untuk memproduksi dan mendistribusikan konten keagamaan tanpa kualifikasi keilmuan yang memadai [20]. Akibatnya, terjadi demokratisasi produksi fatwa dan tafsir yang tidak terkontrol secara keilmuan. Dalam kondisi ini, audiens yang sudah terisolasi dalam filter bubble tertentu cenderung memberikan otoritas kepada figur-figur yang secara konsisten mengonfirmasi pandangan mereka, bukan kepada ulama yang memiliki kapasitas keilmuan yang terverifikasi.

Tantangan ketiga adalah fenomena yang dapat disebut sebagai "dakwah preaching to the choir", yakni kondisi di mana pesan dakwah moderat hanya efektif menjangkau audiens yang sudah memiliki orientasi moderat dari sebelumnya [21]. Mereka yang paling membutuhkan paparan terhadap perspektif wasathiyyah justru adalah kelompok yang paling sulit dijangkau karena telah terisolasi dalam filter bubble eksklusif. Paradoks ini menciptakan kondisi di mana semakin gigih seorang da'i moderat berdakwah di media sosial, semakin besar kemungkinan pesan mereka hanya dikonsumsi oleh kalangan yang sudah setuju dengan orientasi moderat tersebut.

Tantangan keempat adalah masalah framing dan narasi dominan. Dalam ekosistem informasi yang terfragmentasi, berbagai kelompok keagamaan berkompetisi untuk mendominasi narasi keislaman di ruang publik digital. Kelompok-kelompok yang mengusung narasi eksklusif dan konfrontatif seringkali lebih efektif dalam membangun

narasi dominan karena karakteristik konten mereka lebih kompatibel dengan logika keterlibatan algoritmik [22]. Sementara itu, dakwah moderat yang mengedepankan nuansa dan kompleksitas teologis membutuhkan kapasitas literasi keagamaan yang lebih tinggi dari audiens, suatu prasyarat yang semakin langka dalam budaya konsumsi konten yang cepat dan dangkal.

3.3. Filter Bubble dalam Perspektif Komunikasi Islam

Tradisi keilmuan Islam menyediakan sumber daya intelektual yang kaya untuk memahami dan merespons fenomena filter bubble religius. Konsep “*tahawwur al-i’lam*” (transformasi media) dalam pemikiran ulama kontemporer seperti Yusuf Al-Qaradawi dan Tariq Ramadan mengisyaratkan perlunya adaptasi metodologi dakwah terhadap perubahan ekosistem komunikasi tanpa mengorbankan substansi dan nilai-nilai fundamental Islam [23].

Dalam perspektif etika komunikasi Islam, fenomena filter bubble dapat dikritisi melalui prinsip “*hurriyyah al-ra’yi*” (kebebasan berpendapat) dan “*shura*” (musyawarah) yang menjadi pilar peradaban Islam. Filter bubble religius bertentangan dengan semangat *shura* karena secara struktural menghambat terjadinya pertukaran perspektif yang menjadi prasyarat deliberasi yang sehat [24]. Lebih jauh lagi, kondisi ini dapat dikaitkan dengan konsep “*fitnah al-ighraq*” (fitnah yang menenggelamkan) dalam terminologi klasik, yang merujuk pada kondisi di mana seseorang terlalu tenggelam dalam pandangan sendiri hingga kehilangan kemampuan untuk melihat kebenaran dari perspektif lain.

Kajian terhadap Surah Al-Hujurat ayat 6 memberikan landasan normatif yang relevan: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.” [25] Prinsip *tabayyun* (verifikasi informasi) yang terkandung dalam ayat ini memiliki relevansi langsung dengan tantangan disinformasi dan echo chamber di era digital. Perintah untuk tidak langsung menerima informasi tanpa verifikasi dapat diinterpretasikan sebagai dorongan Islam terhadap sikap kritis dalam mengonsumsi konten digital.

Sementara itu, konsep “*al-hikmah*” sebagai pilar pertama metodologi dakwah memberikan kerangka epistemologis yang penting. Hikmah tidak hanya bermakna kebijaksanaan dalam penyampaian pesan, tetapi juga mencakup kecerdasan dalam membaca konteks dan memilih strategi komunikasi yang tepat [26]. Dalam konteks filter bubble, hikmah menuntut para da’i untuk memahami mekanisme algoritmik dan memanfaatkannya secara strategis, bukan sekadar bereaksi terhadapnya secara reaktif.

3.4. Strategi Dakwah Moderat yang Adaptif terhadap Filter Bubble

Berdasarkan analisis mekanisme filter bubble dan prinsip-prinsip komunikasi Islam, kajian ini merumuskan beberapa strategi dakwah yang dapat diimplementasikan secara kontekstual. Strategi-strategi ini dirancang untuk melampaui keterbatasan ekosistem filter bubble sambil tetap mempertahankan integritas metodologis dakwah moderat.

Strategi pertama adalah optimasi konten berbasis hikmah algoritmik. Pendekatan ini melibatkan pemahaman mendalam tentang cara kerja algoritma masing-masing platform dan penyesuaian strategi konten tanpa mengorbankan substansi pesan dakwah. Penelitian Bakshy, Messing, dan Adamic [27] menunjukkan bahwa konten yang menggabungkan elemen emosional positif dengan informasi substansial cenderung mendapatkan distribusi yang lebih luas. Para da’i moderat dapat memanfaatkan temuan ini dengan mengembangkan konten yang secara bersamaan menarik perhatian emosional dan memberikan pencerahan intelektual.

Strategi kedua adalah pembangunan jembatan lintas filter bubble melalui konten lintas perspektif. Pendekatan ini secara aktif menghadirkan dialog antara berbagai

perspektif keislaman dalam satu platform konten. Teknik “bridging” ini menciptakan peluang bagi pengguna dari berbagai filter bubble untuk terpapar secara organik terhadap perspektif yang berbeda dari biasanya [28]. Dalam praktik dakwah, ini dapat diwujudkan melalui format konten yang menghadirkan pertanyaan-pertanyaan teologis yang relevan bagi berbagai kelompok Muslim, kemudian menjawabnya dengan pendekatan yang inklusif dan berimbang.

Strategi ketiga adalah penguatan literasi digital keagamaan (religious digital literacy). Mengacu pada prinsip tabayyun dalam Al-Qur’an, dakwah di era filter bubble harus semakin menekankan pentingnya kemampuan kritis dalam mengonsumsi informasi keagamaan digital. Program literasi digital keagamaan yang dikembangkan oleh lembaga-lembaga seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah merupakan langkah yang tepat, namun perlu diperluas jangkauannya dan diintegrasikan lebih sistematis dengan ekosistem media sosial [29].

Strategi keempat adalah pembangunan “safe space” dialog keagamaan digital. Seiring dengan semakin dominannya filter bubble, terdapat kebutuhan mendesak untuk menciptakan ruang-ruang digital yang secara sengaja dirancang untuk memfasilitasi dialog lintas perspektif keislaman. Prinsip mujadalah bil-lati hiya ahsan dapat menjadi landasan etis bagi pengembangan platform atau komunitas digital yang mengutamakan dialog yang santun dan konstruktif sebagai alternatif terhadap perdebatan yang polarisatif [30].

Strategi kelima adalah kolaborasi dengan pengembang platform untuk kebijakan konten yang berkeadilan. Pada tingkat struktural, komunitas Muslim dan lembaga dakwah perlu terlibat dalam advokasi kebijakan platform untuk memastikan bahwa algoritma tidak secara sistematis mendiskriminasi konten yang moderat dan bernuansa. Inisiatif seperti “Algorithmic Justice for Religious Communities” yang berkembang di beberapa negara dapat menjadi model yang diadaptasi dalam konteks Indonesia [31].

3.5. Implikasi bagi Pengembangan Teori Komunikasi Islam

Kajian ini memberikan sejumlah implikasi teoritis yang signifikan bagi pengembangan teori komunikasi Islam kontemporer. Pertama, temuan kajian ini mengusulkan perlunya perluasan konseptual dalam model komunikasi Islam tradisional untuk mengakomodasi dinamika ekosistem informasi digital. Model komunikasi Islam yang selama ini berfokus pada relasi antara da’i, pesan, dan mad’u, perlu dikembangkan dengan memasukkan variabel algoritmik sebagai faktor intervening yang signifikan dalam proses komunikasi dakwah [32].

Kedua, kajian ini menegaskan relevansi yang terus-menerus dari prinsip-prinsip metodologis dakwah yang bersumber dari Al-Qur’an dalam menghadapi tantangan komunikasi kontemporer. Prinsip hikmah, maw’izhah hasanah, dan mujadalah bukan sekadar warisan historis, melainkan kerangka metodologis yang memiliki kapasitas adaptif terhadap berbagai konteks komunikasi, termasuk ekosistem digital yang didominasi algoritma [33].

Ketiga, kajian ini membuka ruang bagi pengembangan subdisiplin baru dalam komunikasi Islam, yakni “komunikasi dakwah digital” sebagai bidang kajian yang secara spesifik mengkaji persimpangan antara metodologi dakwah Islam dan dinamika komunikasi digital. Bidang ini memerlukan pendekatan interdisipliner yang mengintegrasikan ilmu komunikasi, ilmu agama Islam, ilmu komputer, dan psikologi sosial [34].

4. Kesimpulan

Kajian ini telah menganalisis secara komprehensif fenomena filter bubble religius di media sosial dan implikasinya terhadap efektivitas dakwah moderat dalam perspektif komunikasi Islam. Temuan utama kajian ini menunjukkan bahwa filter bubble religius beroperasi melalui tiga dimensi yang saling memperkuat: dimensi algoritmik yang

bersumber dari logika platform digital, dimensi sosiologis yang berakar pada dinamika identitas kelompok, dan dimensi psikologis yang terkait dengan bias kognitif manusia.

Dakwah moderat menghadapi tantangan struktural yang belum pernah ada sebelumnya dalam sejarah dakwah Islam, mencakup keterbatasan jangkauan dalam ekosistem yang mengistimewakan konten konfrontatif, krisis otoritas keagamaan akibat demokratisasi produksi konten, paradoks “preaching to the choir”, dan kompetisi framing narasi yang tidak seimbang. Namun demikian, tradisi keilmuan Islam menyediakan sumber daya intelektual dan metodologis yang kaya untuk merespons tantangan ini secara adaptif.

Kajian ini merekomendasikan lima strategi dakwah digital yang adaptif: optimasi konten berbasis hikmah algoritmik, pembangunan jembatan lintas filter bubble, penguatan literasi digital keagamaan, pembangunan safe space dialog keagamaan digital, dan advokasi kebijakan platform yang berkeadilan. Kelima strategi ini berakar pada prinsip-prinsip komunikasi Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis, sehingga memiliki legitimasi teologis sekaligus relevansi praktis dalam konteks dakwah digital kontemporer.

Keterbatasan kajian ini terletak pada sifatnya sebagai analisis literatur yang belum dilengkapi dengan validasi empiris lapangan. Penelitian lanjutan dengan pendekatan mixed-methods yang menggabungkan analisis data digital dengan penelitian kualitatif terhadap praktisi dakwah dan komunitas Muslim online sangat diperlukan untuk memperkuat dan memperinci temuan-temuan kajian ini. Selain itu, perlu dilakukan kajian komparatif tentang bagaimana filter bubble religius beroperasi di berbagai platform media sosial yang berbeda, mengingat masing-masing platform memiliki arsitektur algoritmik yang unik.

Kontribusi Penulis: Konseptualisasi, A.F.A. dan R.M.H.; Metodologi, A.F.A.; Validasi, S.M.H. dan R.M.H.; Analisis Formal, A.F.A.; Investigasi, A.F.A. dan S.M.H.; Penulisan — Draf Asli, A.F.A.; Penulisan — Tinjauan dan Penyuntingan, S.M.H. dan R.M.H.; Visualisasi, A.F.A.; Supervisi, R.M.H. Semua penulis telah membaca dan menyetujui versi naskah yang diterbitkan.

Pendanaan: Penelitian ini tidak menerima pendanaan eksternal.

Pernyataan Konflik Kepentingan: Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

Referensi

- [1] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Survei Pengguna Internet Indonesia 2024. Jakarta: APJII, 2024.
- [2] Pariser, E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Press, 2011.
- [3] Al-Qaradhwī, Y. *Fiqh al-Da'wah: Awlawiyyat al-Harakah al-Islamiyyah*. Kairo: Dar al-Shuruq, 2009, pp. 78–92.
- [4] Sunstein, C.R. *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton: Princeton University Press, 2017.
- [5] Roozenbeek, J.; Schneider, C.R.; Dryhurst, S.; Kerr, J.; Freeman, A.L.J.; Recchia, G.; van der Bles, A.M.; van der Linden, S. Susceptibility to misinformation about COVID-19 across 26 countries. *Royal Society Open Science* 2020, 7, 201199.
- [6] Hamid, M.A.; Musa, S. Echo Chambers Among Muslim Communities on Social Media: A Malaysian Case Study. *Journal of Media and Religion* 2022, 21, 45–63.
- [7] Syafruddin, D.; Nasution, A.H. Dakwah Digital di Era Disrupsi: Peluang dan Tantangan Komunikasi Islam. *Jurnal Komunikasi Islam* 2021, 11, 112–134.
- [8] McCombs, M.; Shaw, D. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* 1972, 36, 176–187.
- [9] Denzin, N.K. *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. 3rd ed.; Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1989.
- [10] Muis, A. *Komunikasi Islami*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019, pp. 34–56.

- [11] Covington, P.; Adams, J.; Sargin, E. Deep Neural Networks for YouTube Recommendations. *Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems*, Boston, MA, USA, 15–19 September 2016, pp. 191–198.
- [12] Bender, E.M.; Gebru, T.; McMillan-Major, A.; Shmitchell, S. On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big? *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*, Virtual Event, Canada, 3–10 March 2021, pp. 610–623.
- [13] Tajfel, H.; Turner, J.C. The social identity theory of intergroup behavior. In *Psychology of Intergroup Relations*; Worchel, S., Austin, W.G., Eds.; Nelson-Hall: Chicago, IL, USA, 1986, pp. 7–24.
- [14] Sunstein, C.R. *Going to Extremes: How Like Minds Unite and Divide*. Oxford: Oxford University Press, 2009.
- [15] Nickerson, R.S. Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. *Review of General Psychology* 1998, 2, 175–220.
- [16] Guess, A.; Nagler, J.; Tucker, J. Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances* 2019, 5, eaau4586.
- [17] Wahid Foundation. *Survei Nasional Kerukunan Umat Beragama di Indonesia*. Jakarta: Wahid Foundation, 2022.
- [18] Kementerian Agama Republik Indonesia. *Moderasi Beragama*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019.
- [19] Brady, W.J.; Wills, J.A.; Jost, J.T.; Tucker, J.A.; Van Bavel, J.J. Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 2017, 114, 7313–7318.
- [20] Campbell, H. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. New York: Routledge, 2013.
- [21] Bruns, A. Filter bubble. *Internet Policy Review* 2019, 8. doi:10.14763/2019.4.1426.
- [22] Bail, C.A.; Argyle, L.P.; Brown, T.W.; Bumpus, J.P.; Chen, H.; Hunzaker, M.B.F.; Lee, J.; Mann, M.; Merhout, F.; Volfovsky, A. Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 2018, 115, 9216–9221.
- [23] Ramadan, T. *Western Muslims and the Future of Islam*. Oxford: Oxford University Press, 2004.
- [24] Azra, A. *Konteks Berteologi di Indonesia: Pengalaman Islam*. Jakarta: Paramadina, 2019.
- [25] Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Departemen Agama RI, 2019.
- [26] Ibn Kathir, I. *Tafsir Al-Qur'an al-Azhim*. Jilid 4; Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 1419H, pp. 578–582.
- [27] Bakshy, E.; Messing, S.; Adamic, L.A. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science* 2015, 348, 1130–1132.
- [28] Gillani, N.; Yuan, A.; Saveski, M.; Vosoughi, S.; Roy, D. Me, My Echo Chamber, and I: Introspection on Social Media Polarization. In *Proceedings of the 2018 World Wide Web Conference*, Lyon, France, 23–27 April 2018, pp. 823–831.
- [29] Subchi, I.; Zulkifli; Latifa, R.; Fadillah, N. Digital Literacy in Indonesian Muslim Society. *Religions* 2022, 13, 99.
- [30] Muhtadi, A.S. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022.
- [31] Helberger, N.; Karppinen, K.; D'Acunto, L. Exposure diversity as a design principle for recommender systems. *Information, Communication and Society* 2018, 21, 191–207.
- [32] Ilaihi, W. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2020.
- [33] Amin, S.M. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2019.
- [34] Romli, A.S.M. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia, 2018.

Disclaimer/Catatan Penerbit: Pernyataan, pendapat, dan data yang terkandung dalam semua publikasi adalah semata-mata milik penulis individu dan kontributor, dan bukan milik ISLAMOLOGICA dan/atau editor. ISLAMOLOGICA dan/atau editor melepaskan tanggung jawab atas segala cedera kepada orang atau properti yang diakibatkan oleh gagasan, metode, instruksi, atau produk apa pun yang dirujuk dalam konten.