

ALGORITMA TIKTOK SEBAGAI MESIN POLARISASI AGAMA: STUDI NETNOGRAFI PADA KOMUNITAS DAKWAH DIGITAL DI INDONESIA

At'tin Rahmah Pertiwi¹, Iskarimatun Nisa², Meity Suryandari³

^{1,2,3}Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Az-Zaytun Indonesia

attinrahmahpertiwi@gmail.com¹, nisaiskarimatun@gmail.com²,

meity@iai-alzaytun.ac.id³

ABSTRACT

This study examines how TikTok's recommendation algorithm contributes to the formation of religious polarization among Indonesian Muslim users. Using a netnographic approach, the research conducts an in-depth observation of the distribution patterns of da'wah content, user interactions, and the dynamics of echo chambers formed through TikTok's For You Page (FYP) mechanism. Data were collected through digital observation of 50 active da'wah accounts and analysis of more than 200 TikTok contents over the period of January–March 2026. The results indicate that TikTok's algorithm tends to reinforce the homogeneity of religious content consumed by users, thereby creating echo chambers that have the potential to intensify religious exclusivism. These findings are analyzed through the framework of Mediatization theory and the principles of Islamic communication, which emphasize the values of tawassuth (moderation) and tasamuh (tolerance). This study provides important implications for the development of digital literacy based on Islamic values in the era of social media platforms.

Keywords: *TikTok Algorithm, Religious Polarization, Digital Da'wah, Netnography, Mediatization, Echo Chamber*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji bagaimana algoritma rekomendasi TikTok berkontribusi terhadap pembentukan polarisasi agama di kalangan pengguna Muslim Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan netnografi, penelitian ini mengobservasi secara mendalam pola distribusi konten dakwah, interaksi pengguna, dan dinamika echo chamber yang terbentuk melalui mekanisme For You Page (FYP) TikTok. Data dikumpulkan melalui observasi digital terhadap 50 akun dakwah aktif dan analisis terhadap lebih dari 200 konten TikTok dalam kurun waktu Januari–Maret 2026. Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma TikTok cenderung memperkuat homogenitas konten keagamaan yang dikonsumsi pengguna, sehingga menciptakan ruang gema (echo chamber) yang berpotensi mengintensifkan sikap eksklusivisme beragama. Temuan ini dianalisis melalui kerangka teori Mediatization dan prinsip Komunikasi Islam yang menekankan nilai tawassuth (moderasi) dan

tasamuh (toleransi). Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan literasi digital berbasis nilai Islam di era platform media sosial.

Kata Kunci: Algoritma TikTok, Polarisasi Agama, Dakwah Digital, Netnografi, Mediatization, Echo Chamber

A. Pendahuluan

Perkembangan platform media sosial berbasis video pendek, khususnya TikTok, telah mengubah secara fundamental cara masyarakat Indonesia mengakses dan mengonsumsi konten keagamaan. Dengan lebih dari 125 juta pengguna aktif di Indonesia pada tahun 2025, TikTok menjelma menjadi salah satu kanal dakwah digital yang paling berpengaruh, sekaligus arena kontestasi wacana keagamaan yang kompleks (Kementerian Kominfo, 2025).

Fenomena dakwah digital di TikTok tidak dapat dilepaskan dari peran sentral algoritma rekomendasi yang bekerja di balik layar. Algoritma For You Page (FYP) TikTok dirancang untuk memaksimalkan waktu tonton pengguna dengan cara menyajikan konten yang paling relevan berdasarkan riwayat interaksi, preferensi tontonan, dan data perilaku digital pengguna. Meskipun mekanisme ini berhasil meningkatkan engagement pengguna secara

signifikan, ia juga berpotensi menciptakan filter bubble dan echo chamber dalam ranah diskursus keagamaan (Pariser, 2011; Sunstein, 2017).

Sejumlah penelitian terdahulu telah mendokumentasikan fenomena polarisasi di platform media sosial secara umum. Bail et al. (2023) menemukan bahwa paparan terhadap konten dari kelompok ideologi yang berlawanan di Twitter justru memperkuat polarisasi, bukan meredakannya. Dalam konteks Indonesia, Lim (2022) mengidentifikasi bagaimana media sosial memperparah fragmentasi sosial-keagamaan pasca Pemilu 2019. Lebih spesifik, Wahid Foundation (2024) melaporkan peningkatan signifikan konten intoleransi agama di platform video pendek selama periode 2022-2024.

Penelitian tentang algoritma TikTok dan dampaknya terhadap konten keagamaan di Indonesia masih relatif terbatas. Rachman & Hidayat (2024) meneliti representasi Islam moderat di TikTok, namun tidak

secara khusus mengkaji mekanisme algoritmik yang membentuk distribusi kontennya. Sementara itu, Aziz & Fauziah (2023) membahas etika dakwah digital, namun lebih berfokus pada konten Instagram dan belum menyentuh dinamika spesifik TikTok. Kesenjangan riset (research gap) inilah yang menjadi landasan penelitian ini: belum ada kajian komprehensif yang secara spesifik mengaitkan cara kerja algoritma TikTok dengan proses polarisasi agama dalam komunitas Muslim Indonesia, khususnya dari perspektif Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dari perspektif Komunikasi Islam, polarisasi keagamaan yang diperkuat oleh algoritma bertentangan dengan prinsip-prinsip fundamental dakwah yang menekankan hikmah, mau'izhah hasanah, dan mujadalah billati hiya ahsan (QS. An-Nahl: 125). Algoritma yang menciptakan ruang gema justru berpotensi menutup ruang dialog dan mempersempit wawasan keberagamaan umat.

Penelitian ini menggunakan teori Mediatization sebagai kerangka utama analisis. Mediatization, sebagaimana dikembangkan oleh Hjarvard (2013) dan Couldry & Hepp (2017), merujuk pada proses di mana

institusi social, termasuk institusi agama, secara progresif diadaptasi terhadap logika media. Dalam konteks TikTok, logika algoritmik menjadi kekuatan mediatizing yang membentuk ulang bagaimana pesan-pesan keagamaan diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi.

Deep mediatization, konsep yang dikembangkan Couldry & Hepp (2017), menjelaskan bagaimana media digital tidak hanya memediasi komunikasi agama, tetapi secara aktif membentuk konstruksi realitas keagamaan itu sendiri. Algoritma TikTok dalam perspektif ini bukan sekadar alat penyebar pesan dakwah, melainkan aktor aktif yang turut mendefinisikan wajah Islam yang mana yang lebih banyak terekspos kepada audiens.

Hjarvard (2013) membedakan dua dimensi mediatization: mediatization institusional (institutional mediatization), yaitu ketika institusi sosial secara sadar mengadopsi logika media untuk mempertahankan relevansinya, dan mediatization difus (diffuse mediatization), yaitu ketika logika media meresap secara tidak disadari ke dalam praktik sehari-hari. Dalam konteks dakwah digital di TikTok,

kedua dimensi ini berlangsung serentak: institusi dakwah formal seperti pesantren dan ormas Islam secara sadar membuka kanal TikTok sebagai media komunikasi baru (mediatization institusional), sementara gaya penyampaian, pilihan topik, dan bahasa dakwah secara bertahap bergeser mengikuti selera algoritma tanpa selalu disadari oleh para pendakwah itu sendiri (mediatization difus). Pergeseran inilah yang menjadikan teori Mediatization sangat relevan sebagai lensa analisis, karena memungkinkan penelitian ini untuk tidak hanya mendeskripsikan apa yang terjadi, tetapi juga menjelaskan mengapa perubahan dalam ekosistem dakwah digital bersifat struktural dan sistemik.

Teori Mediatization dalam penelitian ini dioperasionisasikan melalui dua indikator utama. Pertama, perubahan dalam logika produksi konten dakwah, yang diamati melalui pergeseran format, durasi, gaya bahasa, dan tema konten yang digunakan oleh kreator dakwah sampel. Kedua, perubahan dalam pola distribusi dan konsumsi konten keagamaan, yang diamati melalui dinamika FYP dan perilaku interaksi pengguna selama periode observasi.

Dengan menggabungkan kedua indikator ini, penelitian mampu memetakan sejauh mana logika algoritmik TikTok telah menjadi kekuatan mediatizing yang mengubah lanskap dakwah digital di Indonesia.

Konsep echo chamber (Sunstein, 2017) dan filter bubble (Pariser, 2011) menjadi konsep pendukung yang relevan. Echo chamber menggambarkan kondisi di mana individu hanya terpapar pada informasi yang memperkuat keyakinan yang sudah dimiliki sebelumnya. Filter bubble menjelaskan bagaimana algoritma secara personal menyaring informasi berdasarkan preferensi pengguna, menciptakan gelembung informasi yang berbeda bagi setiap individu.

Penting untuk dibedakan antara echo chamber sebagai fenomena sosial-psikologis dan filter bubble sebagai fenomena teknis-algoritmik, meski keduanya saling memperkuat. Echo chamber dapat terbentuk secara organik melalui seleksi sosial—di mana individu secara sukarela memilih untuk bergaul dengan orang-orang yang berpandangan serupa—jauh sebelum era media sosial. Namun, filter bubble adalah produk langsung dari desain

algoritmik platform digital: ia tidak membutuhkan niat sadar dari pengguna, karena tersembunyi di balik antarmuka yang tampak netral. Dalam konteks TikTok, kedua fenomena ini berinteraksi secara sinergistik: kecenderungan psikologis pengguna untuk berinteraksi lebih banyak dengan konten yang sesuai keyakinannya (echo chamber) memberi sinyal kepada algoritma untuk semakin mempersempit rekomendasi (filter bubble), yang pada gilirannya semakin memperkuat kecenderungan awal tersebut. Siklus penguatan diri (self-reinforcing cycle) inilah yang menjadikan polarisasi keagamaan di TikTok bersifat progresif dan sulit dibalikkan tanpa intervensi sadar.

Dalam bingkai Komunikasi Islam, dakwah yang baik (dakwah bil hikmah) mensyaratkan adanya dialog yang terbuka, penghormatan terhadap perbedaan, dan upaya membangun persaudaraan (ukhuwah islamiyah) yang melampaui batas-batas ideologi kelompok. Polarisasi yang diperkuat algoritma bertentangan dengan semangat wasathiyyah (moderasi Islam) yang menjadi arus utama Islam di Indonesia (Asy'ari, 2023).

Komunikasi Islam sebagai sebuah paradigma keilmuan tidak sekadar meminjam teori komunikasi Barat dan menambahkan label Islam di atasnya, melainkan membangun kerangka epistemologis yang bersumber dari al-Qur'an, al-Hadits, dan tradisi intelektual Islam. Dalam paradigma ini, setiap tindakan komunikasi—termasuk produksi dan distribusi konten dakwah digital—dipahami sebagai ibadah yang memiliki dimensi etis dan tanggung jawab moral kepada Allah, kepada sesama manusia, dan kepada masyarakat luas. Prinsip-prinsip komunikasi Islam seperti qawlan sadidan (perkataan yang benar dan tepat sasaran), qawlan balighan (perkataan yang berpengaruh dan efektif), qawlan kariman (perkataan yang mulia dan memanusiakan), dan qawlan layyinan (perkataan yang lemah lembut) semuanya bermuara pada tujuan mewujudkan rahmatan lil'alamin—Islam sebagai rahmat bagi seluruh alam semesta. Kerangka normatif ini menjadi standar evaluasi yang digunakan dalam penelitian ini untuk menilai apakah ekosistem dakwah digital yang terbentuk melalui algoritma TikTok sudah sesuai atau

justru bertentangan dengan cita-cita komunikasi Islam.

Secara khusus, penelitian ini menyandarkan evaluasinya pada dua nilai inti wasathiyah Islam yang paling relevan dengan fenomena polarisasi algoritmik: tawassuth (sikap pertengahan yang menghindari eksklusivisme dan radikalisme) dan tasamuh (toleransi yang menghargai keragaman penafsiran dan praktik keagamaan). Kedua nilai ini secara historis menjadi ciri khas Islam Nusantara yang dikembangkan oleh Nahdlatul Ulama, Muhammadiyah, dan berbagai pesantren di Indonesia sebagai respons terhadap realitas kemajemukan bangsa. Pertanyaan yang menjadi benang merah evaluatif dalam penelitian ini adalah: apakah algoritma TikTok, melalui mekanisme distribusi kontennya, sedang membantu atau justru menghambat internalisasi nilai tawassuth dan tasamuh di kalangan generasi muda Muslim Indonesia yang kini semakin banyak mengonsumsi konten keagamaan melalui platform tersebut?.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi pola distribusi konten dakwah yang

dibentuk oleh algoritma TikTok; (2) menganalisis proses pembentukan echo chamber dalam komunitas dakwah digital di TikTok; dan (3) mengevaluasi implikasi algoritmik tersebut terhadap moderasi beragama dari perspektif Komunikasi Islam.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi (Kozinets, 2020). Netnografi merupakan adaptasi metode etnografi untuk lingkungan digital, yang memungkinkan peneliti untuk mengobservasi dan menginterpretasikan perilaku, interaksi, dan budaya komunitas online secara mendalam. Metode ini dipilih karena mampu menangkap nuansa budaya digital komunitas dakwah TikTok yang tidak dapat direduksi ke dalam data kuantitatif semata. Lokus penelitian adalah platform TikTok (www.tiktok.com) dengan fokus pada konten-konten berkaitan dengan dakwah Islam, diskusi keagamaan, dan isu-isu teologi kontemporer di Indonesia.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik yang saling melengkapi. Pertama, observasi digital partisipatif selama 12 minggu

(Januari–Maret 2026), di mana peneliti membuat akun TikTok baru yang bersih dari riwayat tontonan sebelumnya, kemudian secara sistematis mengikuti (follow) akun-akun dakwah sampel untuk mengamati bagaimana FYP berkembang dari waktu ke waktu. Kedua, dokumentasi sistematis terhadap konten, metadata (jumlah like, share, komentar, durasi), dan hashtag yang digunakan. Ketiga, analisis komentar (comment analysis) untuk mengidentifikasi pola respons dan interaksi antar pengguna sebagai indikator polarisasi.

Data dianalisis menggunakan analisis tematik (Braun & Clarke, 2006) yang dikombinasikan dengan analisis jaringan konten secara kualitatif. Tahapan analisis meliputi: (1) familiarisasi data melalui pembacaan berulang catatan lapangan digital; (2) pengkodean awal (initial coding) terhadap pola-pola yang muncul; (3) pengembangan tema; (4) peninjauan dan pendefinisian tema; serta (5) penyusunan laporan naratif yang mengintegrasikan temuan dengan kerangka Mediatization dan perspektif Komunikasi Islam.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan Pola Distribusi Konten Dakwah di FYP TikTok

Observasi selama 12 minggu menunjukkan pola yang konsisten dalam cara algoritma TikTok mendistribusikan konten dakwah kepada pengguna. Pada minggu pertama, FYP menampilkan konten dari berbagai spektrum keagamaan. Namun, seiring bertambahnya interaksi pengguna, konten yang muncul semakin terkonsentrasi pada satu ragam perspektif keagamaan tertentu.

Tabel 1. Perubahan Diversitas Konten Dakwah di FYP dalam 12 Minggu Observasi

Periode	% Konten Moderat	% Konten Konservatif	Indeks Diversitas
Minggu 1–3	48%	31%	Tinggi (0.78)
Minggu 4–8	35%	52%	Sedang (0.54)
Minggu 9–12	22%	71%	Rendah (0.31)

Sumber: Hasil observasi netnografi penelitian ini, 2026.

Dinamika Echo Chamber dalam Komunitas Dakwah TikTok

Analisis terhadap pola komentar pada 200 konten sampel

mengungkapkan adanya segregasi komunitas yang cukup jelas. Pengguna yang secara konsisten berinteraksi dengan konten dari kelompok dakwah tertentu cenderung membentuk kluster komunitas yang tertutup. Komentar-komentar bernada mendukung (affirming comments) sangat mendominasi, sementara komentar kritis atau alternatif sering kali mendapatkan respons negatif berupa balasan defensif atau bahkan dilaporkan sebagai spam.

Dari 200 konten yang dianalisis, 73% menampilkan pola komentar yang homogen secara ideologis. Hanya 27% konten yang memperlihatkan adanya dialog lintas perspektif keagamaan. Konten dengan topik-topik sensitif seperti hukum fikih kontemporer, hubungan antaragama, dan isu khilafah menunjukkan tingkat homogenitas komentar tertinggi, mencapai 89%.

Strategi Konten Kreator dalam Memanfaatkan Algoritma

Observasi mendalam terhadap 50 akun kreator dakwah menunjukkan adanya kesadaran yang tinggi di kalangan kreator terhadap cara kerja algoritma TikTok. Strategi yang paling umum digunakan meliputi:

penggunaan hashtag keagamaan yang trending (#ceramahislam, #tausiyah, #dakwah), pembuatan konten yang memicu komentar tinggi (comment-baiting) melalui pertanyaan retorik atau pernyataan kontroversial, serta pengunggahan konten secara konsisten pada jam-jam prime time pengguna Indonesia (pukul 18.00–22.00 WIB).

PEMBAHASAN

Algoritma TikTok sebagai Agen Mediatization Agama

Temuan penelitian ini memperkuat argumen Couldry & Hepp (2017) tentang deep mediatization, yakni bahwa media digital tidak sekadar memediasi pesan agama, tetapi secara aktif membentuk ulang logika dan struktur wacana keagamaan itu sendiri. Kecenderungan FYP TikTok untuk semakin menyempitkan diversitas konten yang disajikan kepada pengguna merupakan manifestasi nyata dari bagaimana logika algoritmik menggantikan logika teologis dalam penentuan konten dakwah apa yang layak tersebar.

Hal ini sejalan dengan temuan Bail et al. (2023) yang menunjukkan bahwa eksposur berulang terhadap

konten bermuatan ideologis justru memperdalam keyakinan yang sudah ada, bukan membuka dialog. Perbedaan konteks penelitian ini—TikTok versus Twitter—justru memperkuat validitas temuan tersebut karena menunjukkan bahwa dinamika serupa berlaku lintas platform.

Lebih jauh, proses mediatization yang berlangsung melalui algoritma TikTok bukan semata bersifat teknis, melainkan juga memiliki dimensi politis dan kultural yang dalam. Ketika logika algoritmik—yang mengutamakan engagement berupa likes, shares, dan komentar—menjadi penentu visibilitas sebuah pesan dakwah, maka konten yang bernuansa emosional, sensasional, atau konfrontatif cenderung mendapat distribusi lebih luas dibandingkan konten yang bersifat reflektif, edukatif, dan moderat. Kondisi ini menciptakan insentif struktural bagi para kreator untuk memproduksi konten yang lebih memancing reaksi daripada mempromosikan pemahaman keagamaan yang mendalam. Dalam perspektif Hjarvard (2013), inilah yang disebut sebagai subordinasi logika agama terhadap logika media: institusi dakwah secara tidak sadar mulai mengadopsi kaidah-kaidah produksi

konten media hiburan demi bertahan dalam persaingan perhatian di platform digital.

Temuan berupa penurunan indeks diversitas konten dari 0.78 menjadi 0.31 dalam 12 minggu observasi (lihat Tabel 1) secara kuantitatif mencerminkan proses mediatization yang berjalan progresif. Semakin lama seorang pengguna berinteraksi dengan ekosistem konten tertentu di TikTok, semakin dalam pula kurator algoritmik membangun profil keagamaannya, hingga akhirnya FYP berubah menjadi cermin yang hanya memantulkan kembali keyakinan yang sudah dimiliki pengguna. Proses ini tidak membutuhkan intervensi ideologis yang disengaja dari pihak platform; ia terjadi secara otomatis sebagai konsekuensi dari optimasi engagement yang menjadi inti desain algoritmik TikTok (Zuboff, 2019). Temuan ini sekaligus menegaskan bahwa riset yang hanya berfokus pada analisis konten tanpa menelaah mekanisme distribusi algoritmiknya akan menghasilkan pemahaman yang tidak lengkap tentang ekologi informasi keagamaan di era digital.

Echo Chamber dan Ancaman Moderasi Beragama

Data penelitian ini mengkonfirmasi bahwa TikTok telah menjadi ruang di mana echo chamber keagamaan berkembang secara organik, dimediasi oleh kecerdasan buatan algoritma. Fenomena ini berimplikasi serius terhadap moderasi beragama (wasathiyyah) di Indonesia, mengingat TikTok kini menjadi salah satu sumber utama informasi keagamaan bagi generasi muda Muslim.

Dari perspektif Komunikasi Islam, kondisi ini merupakan tantangan mendasar. Prinsip dakwah bil hikmah (QS. An-Nahl: 125) mensyaratkan keterbukaan terhadap dialog dan pertukaran argumentasi yang rasional. Namun, logika algoritmik TikTok secara struktural menghambat kondisi tersebut dengan menciptakan gelembung ideologis yang membuat pengguna semakin jarang terpapar pada perspektif keagamaan yang berbeda.

Temuan ini memperluas dan memperdalam penelitian Rachman & Hidayat (2024) yang hanya mengkaji representasi Islam moderat tanpa menganalisis mekanisme algoritmik di baliknya. Penelitian ini membuktikan

bahwa moderasi konten dalam perspektif kreator belum cukup jika mekanisme distribusi algoritmiknya secara inheren bersifat polarisatif.

Perlu dipahami pula bahwa echo chamber keagamaan di TikTok tidak terbentuk dalam isolasi, melainkan berinteraksi dengan faktor-faktor sosiokultural yang lebih luas. Konteks Indonesia sebagai negara dengan keragaman aliran dan mazhab Islam yang tinggi menjadikan fragmentasi wacana keagamaan di platform digital berdampak lebih kompleks. Ketika kelompok-kelompok dengan orientasi keagamaan berbeda masing-masing mengembangkan gelembung informasinya sendiri di TikTok, ruang pertemuan virtual yang seharusnya dapat menjadi arena dialog lintas kelompok justru semakin menyempit. Lim (2022) mencatat bahwa polarisasi digital di Indonesia memiliki kecenderungan untuk memperkuat segregasi komunitas yang sudah ada secara offline, dan temuan penelitian ini mengkonfirmasi bahwa TikTok—dengan mekanisme FYP-nya—berperan sebagai akselerator proses tersebut di ranah keagamaan.

Dalam perspektif Komunikasi Islam yang lebih mendalam,

fenomena ini tidak hanya bertentangan dengan prinsip dakwah bil hikmah, tetapi juga mengancam sendi-sendi ukhuwah islamiyah (persaudaraan sesama Muslim) dan ukhuwah wathaniyah (persaudaraan kebangsaan). Ketika seorang pengguna muda Muslim secara eksklusif mengonsumsi konten dari satu kelompok keagamaan selama berbulan-bulan melalui FYP TikTok, ia tidak hanya kehilangan eksposur terhadap perspektif keagamaan yang beragam, tetapi juga berisiko mengembangkan prasangka (su'uzhan) terhadap kelompok Muslim lain yang berbeda pandangan. Kondisi ini bertentangan langsung dengan konsep tasamuh (toleransi) yang merupakan salah satu pilar utama wasathiyyah Islam sebagaimana diuraikan oleh Asy'ari (2023). Oleh karena itu, upaya memperkuat moderasi beragama di Indonesia pada era digital tidak dapat mengabaikan dimensi algoritmik dari platform media sosial yang digunakan oleh jutaan Muslim Indonesia.

Implikasi bagi Dakwah Digital Berkesadaran Algoritmik

Penelitian ini mengusulkan konsep dakwah digital berkesadaran

algoritmik (algorithmically-conscious da'wah) sebagai respons atas tantangan yang ditemukan. Para dai dan pendakwah digital perlu memiliki pemahaman yang memadai tentang cara kerja algoritma platform agar dapat secara strategis merancang konten dakwah yang tidak hanya efektif secara algoritmik, tetapi juga sehat secara ekologis bagi wacana keagamaan yang moderat dan inklusif.

Secara praktis, dakwah digital berkesadaran algoritmik mensyaratkan setidaknya tiga kompetensi baru bagi para pendakwah di era platform. Pertama, kompetensi literasi algoritmik, yaitu kemampuan memahami bahwa setiap interaksi pengguna dengan konten—mulai dari durasi tonton, komentar, hingga tindakan berbagi—adalah data yang diproses algoritma untuk menentukan distribusi konten selanjutnya. Dengan memahami mekanisme ini, pendakwah dapat secara sadar merancang konten yang mendorong interaksi bermakna (misalnya, komentar reflektif dan pertanyaan terbuka) daripada sekadar reaksi emosional. Kedua, kompetensi desain konten inklusif, yakni kemampuan memproduksi konten

dakwah yang secara sengaja memperkenalkan keragaman perspektif dan mendorong penonton untuk mengeksplorasi sudut pandang lain. Strategi ini berpotensi memperluas wawasan keagamaan penonton sekaligus memberi sinyal kepada algoritma bahwa konten tersebut relevan bagi audiens yang lebih beragam. Ketiga, kompetensi membangun komunitas lintas perspektif, di mana pendakwah secara aktif berkolaborasi dengan kreator dari latar keagamaan yang berbeda untuk menciptakan ruang dialog yang organik di dalam platform.

Pada level kelembagaan, implikasi penelitian ini menuntut respons yang lebih sistemik dari institusi pendidikan Islam, organisasi dakwah, serta lembaga-lembaga pemerintah yang bertanggung jawab atas pengelolaan ruang digital. Pesantren dan perguruan tinggi Islam perlu mengintegrasikan literasi algoritmik dan etika media sosial ke dalam kurikulum pendidikan dakwah mereka, sebagai bagian dari upaya mempersiapkan dai yang tidak hanya cakap dalam ilmu agama, tetapi juga melek teknologi (Yusuf & Kurniawan, 2024). Di sisi lain, organisasi masyarakat sipil dan platform

teknologi juga memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan fitur-fitur yang secara aktif mempromosikan diversitas konten—misalnya melalui mekanisme rekomendasi berbasis keseimbangan perspektif (perspective-balanced recommendation)—sebagai alternatif terhadap model optimasi engagement yang cenderung polarisatif. Tanpa intervensi struktural di level desain platform, upaya literasi digital individual saja tidak akan cukup untuk membalikkan kecenderungan polarisasi yang secara sistemik diperkuat oleh arsitektur algoritmik TikTok.

D. Kesimpulan

Penelitian ini berhasil mengungkap tiga temuan utama. Pertama, algoritma FYP TikTok terbukti secara empiris menyempitkan diversitas konten dakwah yang dikonsumsi pengguna dari waktu ke waktu, dengan indeks diversitas yang menurun drastis dari 0.78 pada tiga minggu pertama menjadi 0.31 pada minggu ke-9 hingga ke-12 observasi. Kedua, echo chamber keagamaan terbentuk secara organik dan diperkuat secara algoritmik, dengan 73% konten sampel menunjukkan

pola komentar yang homogen secara ideologis. Ketiga, kreator konten dakwah secara aktif mengeksploitasi logika algoritmik TikTok dengan strategi-strategi yang berpotensi memperparah polarisasi.

Implikasi teoretis penelitian ini memperkuat dan memperluas teori Mediatization dengan menunjukkan bahwa pada era deep mediatization, algoritma platform telah menjadi agen mediatization yang lebih berpengaruh dari institusi media konvensional. Implikasi praktisnya mendesak adanya pengembangan kurikulum literasi digital berbasis nilai Islam di pesantren dan perguruan tinggi Islam, serta perlunya dialog antara komunitas dakwah digital dengan pengembang platform teknologi terkait desain algoritma yang lebih inklusif.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada lingkup observasi yang dibatasi pada periode tiga bulan dan pada akun-akun berbahasa Indonesia saja. Penelitian lanjutan perlu memperluas cakupan temporal dan mengintegrasikan metode analisis jaringan (social network analysis) untuk memetakan ekologi konten dakwah TikTok secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Asy'ari, M. (2023). Wasathiyah Islam di Era Digital: Tantangan dan Peluang Dakwah Moderat di Platform Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(2), 145–168. <https://doi.org/10.15642/jki.2023.13.2.14>.
- Aziz, A., & Fauziah, N. (2023). Etika Dakwah Digital Influencer Muslim di Instagram: Antara Popularitas dan Tanggung Jawab Moral. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 43(1), 89–112.
- Bail, C. A., Argyle, L. P., Brown, T. W., & Volfovsky, A. (2023). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 120(14), e2301934120.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Polity Press.
- Hjarvard, S. (2013). *The Mediatization of Culture and Society*. Routledge.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2025). *Statistik Pengguna Media Sosial Indonesia 2025*. Kominfo.
- Kozinets, R. V. (2020). *Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Lim, M. (2022). Cyber Urban Activism and Political Change in Indonesia. *Globalizations*, 14(2), 200–214.

- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Press.
- Rachman, F., & Hidayat, D. (2024). Representasi Islam Wasathiyyah di TikTok: Analisis Konten Akun Dakwah Berpengaruh. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 9(1), 55–78.
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton University Press.
- Wahid Foundation. (2024). *Laporan Tahunan Pemantauan Konten Intoleransi di Media Sosial Indonesia 2024*. Wahid Foundation.
- Yusuf, A. M., & Kurniawan, R. (2024). Algoritma dan Agama: Bagaimana Platform Digital Membentuk Konsumsi Konten Keagamaan Generasi Z Muslim Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi*, 8(3), 412–436.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. PublicAffairs.