

Pengaruh Algoritma Media Sosial Terhadap Narasi keislaman di Ruang Digital

M. Samsudin Amin

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Corresponding Author: Ilyuly15@gmail.com

DOI: 10.61693/elwasathy.vol31.2025.148-158



Copyright © 2025 penulis

Diajukan: 25/05/2025

Diterima: 30/05/2025

Diterbitkan: 31/05/2025

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah membawa dampak signifikan dalam transformasi dakwah Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana algoritma media sosial memengaruhi penyebaran narasi keislaman di ruang digital, termasuk peluang dan tantangan yang ditimbulkannya. Platform seperti instagram, tiktok, dan facebook memanfaatkan algoritma untuk menyajikan konten berdasarkan preferensi pengguna, yang kemudian mempengaruhi eksposur dan bentuk pemahaman keagamaan masyarakat. Di satu sisi, media sosial memperluas jangkauan dakwah dan membuka ruang diskusi keagamaan secara lintas budaya; namun di sisi lain, algoritma juga berpotensi memperkuat narasi ekstrem, menyebarkan misinformasi, serta melemahkan otoritas keilmuan tradisional. Penelitian ini menyoroti pentingnya literasi digital dan kesiapan akan menghadapi era dakwah digital melalui penguasaan teknologi, penyusunan pesan yang bijak, dan konsistensi penyebaran konten yang sah.

Kata Kunci: Narasi Keislaman, Algoritma Media Sosial, Dakwah Digital.

ABSTRACT

The rise of social media has significantly transformed the landscape of Islamic preaching. This study aims to analyze how social media algorithms influence the dissemination of Islamic narratives in digital spaces, including the opportunities and challenges they present. Platforms such as instagram, tiktok, and facebook employ algorithms to deliver content based on user preferences, which in turn shapes public exposure and religious understanding. On the one hand, social media expands the reach of Islamic preaching and enables cross-cultural religious discourse; on the other hand, algorithms risk amplifying extreme narratives, spreading misinformation, and undermining traditional scholarly authority. This study highlights the need for digital literacy and the preparedness of preachers to navigate the digital preaching era through technological competence, wise message construction, and consistent distribution of authentic Islamic content.

Keywords: Islamic Narrative, Social Media Algorithm, Digital Preaching.

PENDAHULUAN

Format perkembangan komunikasi di dunia saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, terutama media sosial. Media sosial saat ini sudah seperti kebutuhan masyarakat pada umumnya, dan telah menjadi salah satu kekuatan dominan dalam pembentukan opini publik dan penyebaran informasi. Berbagai platform yang digunakan, seperti instagram, facebook, twiter, dan tiktok (Dermawan, 2024). Fungsi media sosial adalah sebagai saluran komunikasi yang cepat dan efisien, juga sebagai arena penting untuk membentuk dan memperluas narasi sosial dan politik, termasuk konteks keagamaan.

Banyak dari seluruh orang di berbagai belahan dunia menggunakan media sosial untuk sebuah tujuan, mulai dari mencari hiburan hingga membangun koneksi profesional. Sebagian besar, media sosial juga menjadi sumber utama informasi, juga tentang keagamaan. Dalam artian, media sosial memberikan ruang yang sangat luas bagi aktivis dakwah guna menyampaikan atau syiar Islam. Mereka dapat berbicara langsung kepada khalayak yang jauh lebih besar dibandingkan metode konvensional, seperti ceramah di masjid atau kajian kelompok.

Islam merupakan salah satu agama terbesar di dunia dengan jumlah penganut yang melebihi 1,8 miliar jiwa. Dalam hal ini, Islam mengalami transformasi signifikan dalam cara ajarannya disebarluaskan. Jika sebelumnya dakwah dan interaksi antar umat Muslim lebih banyak berlangsung melalui masjid, literatur keagamaan, kini keberadaan media sosial telah mengalihkan proses tersebut ke ranah digital (Dermawan, 2024).

Media sosial menghadirkan peluang bagi individu maupun kelompok untuk menyebarkan pesan dan nilai-nilai Islam dengan jangkauan yang lebih luas. Berbagai platform digital menjadi wadah bagi para cendekiawan, tokoh agama, serta pengguna umum untuk menyampaikan pemikiran, tafsir, dan ajaran Islam. Kondisi ini turut mendorong terjadinya diskusi lintas negara dan budaya, serta menciptakan pertukaran ilmu yang lebih dominan dan responsif dibandingkan dengan pendekatan tradisional (Ridwan & Tasruddin, 2025).

Meski demikian, pergeseran ini juga membawa sejumlah tantangan, di satu sisi, media sosial mampu memperkuat pemahaman keagamaan dengan menyediakan akses yang lebih terbuka terhadap ajaran dan praktik Islam. Konten seperti video ceramah, artikel, dan forum diskusi daring menjadi sarana yang menjangkau

khalayak yang sebelumnya sulit diakses oleh dakwah konvensional. Namun, di sisi lain media sosial juga membuka peluang tersebarinya pemahaman yang keliru dan ekstrem, atau dapat berpotensi menimbulkan polarisasi di tengah umat serta memperkuat stereotip negatif terhadap Islam di kalangan luar.

Selain itu, penggunaan media sosial dalam konteks keagamaan juga menghadapi persoalan terkait keaslian dan keabsahan informasi. Konten yang beredar di media sosial tidak selalu melalui proses verifikasi yang memadai, sehingga membuka celah bagi penyebaran informasi yang tidak akurat. Kondisi ini dapat mempengaruhi cara umat Islam memahami ajaran agamanya dan bagaimana mereka mengamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah kontribusi media sosial dalam membentuk narasi keislaman dengan menganalisis bagaimana platform digital digunakan dalam proses penyebaran agama Islam, juga penafsiran. Upaya dalam penelitian ini juga untuk mengidentifikasi peluang serta tantangan yang muncul, termasuk bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara positif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka (*library research*) (Setiawan, 2018). Pendekatan ini bertujuan untuk mendalami bagaimana algoritma media sosial dalam narasi keislaman di ruang digital. Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri dari literatur-literatur yang berkaitan dengan algoritma media sosial dan narasi keislaman di ruang digital. Literatur yang dijadikan sumber ialah artikel-artikel ilmiah, dan buku-buku yang membahas tentang algoritma media sosial dalam kaitannya dengan narasi keislaman di ruang digital.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif melalui pendekatan tematik (Setiawan, 2018). Dengan menelaah bagaimana algoritma platform seperti tiktok, instagram, dan facebook memengaruhi narasi keagamaan. Peneliti juga memanfaatkan hasil studi terdahulu dan teori-teori komunikasi digital untuk mendukung argumentasi dan menarik kesimpulan atas peluang dan tantangan yang muncul dalam penyebaran dakwah Islam di era digital. Sebagaimana yang dibahas oleh (Chandra, 2023) menyoroti algoritma media sosial

tiktok dan (Octoriansyah, 2022) menjabarkan bagaimana pengaruh di ruang digital. (M. Amirul Mukhlisin Al Hariri dkk., 2024) yang menjelaskan bagaimana peluang dan tantangan narasi keislaman di Indonesia yang dijumpai beredarnya berita palsu dan munculnya radikalisme di media sosial. Juga (Zuhri, 2021) di dalam bukunya beragama di ruang digital menyangkan anak muda yang berguru di media sosial daripada ke ustadz atau kiai.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Algoritma Media Sosial

Algoritma media sosial adalah serangkaian aturan dan mekanisme yang digunakan oleh berbagai platform untuk menentukan bagaimana suatu konten ditampilkan kepada pengguna. Tujuan utama dari algoritma ini adalah untuk meningkatkan kenyamanan pengguna, menampilkan konten yang sesuai dengan minat mereka, serta mendorong interaksi yang lebih tinggi. Meskipun setiap platform memiliki algoritma tersendiri, sebagaimana besar menggunakan prinsip-prinsip dasar yang sama (Chandra, 2023)

Komunikasi yang digunakan oleh media sosial untuk memperoleh maupun memberikan informasi ada tiga logika, yakni: *pertama*, logika *Programmability* sebagai kemampuan media sosial menarik kreativitas penyumbang konten setiap pengguna. *Kedua*, logika *Popularity* merupakan sistem terciptanya popularitas pada suatu konten. *Ketiga*, logika *Connectivity* mengarah pada sistem yang bertujuan untuk menghubungkan pengguna pada jenis konten yang disukai (Ipansyah, M.Ag dkk., 2024). Seperti pada platform yang sering digunakan adalah tiktok dan instagram, saat pengguna membuka aplikasi, mereka akan langsung disuguhkan dengan halaman “for you” atau biasa di sebut dengan FYP (*for you page*). Halaman ini menyerupai linimasa yang menampilkan video-video atau foto-foto pilihan berdasarkan preferensi pengguna yang dianalisis oleh sistem tersebut.

Merlyna Lim, seorang profesor di *Carleton University* dan ketua penelitian Kanada untuk *digital media and world network society* di Ottawa, menyoroti bahwa proses perangkingan konten di media digital tidak semata-mata dikendalikan oleh algoritma mesin, tetapi juga dipengaruhi oleh perilaku pengguna itu sendiri. Ia menjelaskan bahwa sistem perangkingan ini cenderung memperkuat konten-

konten yang ekstrem, seperti yang paling populer, paling banyak disukai, paling diminati, atau paling sering dicari. Semakin sering suatu konten banyak diakses melalui mesin pencarian, maka algoritma akan menilai konten tersebut sebagai sesuatu yang paling relevan atau penting (Chandra, 2023).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Octoriansyah, 2022), ditemukan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi intensi seseorang untuk terus menggunakan dan terikat dengan instagram, hasil studi tersebut mengungkapkan bahwa niat keterikatan dipengaruhi oleh tiga aspek utama: minat, ketepatan waktu, dan hubungan sosial. Artinya, semakin tinggi tingkat interaksi yang dilakukan pengguna, seperti memberikan tanda suka, berkomentar, menyimpan, dan membagikan konten, semakin besar pengaruh positif terhadap keinginan untuk tetap terhubung dengan platform tersebut. Di samping itu, ketepatan waktu yang mencakup akurasi informasi serta waktu publikasi konten juga turut mempengaruhi keterikatan pengguna.

Algoritma media sosial, memiliki peran penting dalam menentukan bagaimana konten disajikan dan didistribusikan kepada pengguna (Chandra, 2023) menyimpulkan beberapa cara algoritma media sosial mempengaruhi komunikasi dalam narasi keislaman: (1) pengaturan tampilan konten. (2) personalisasi konten. (3) keterlibatan dan interaksi. (4) tren dan hashtag. (5) penggunaan video viral dan multimedia. (6) waktu publikasi yang tepat. (7) kemitraan dan influencer marketing.

Algoritma media sosial memiliki peran krusial dalam menentukan konten yang disajikan kepada pengguna, yang secara langsung mempengaruhi cara narasi keislaman disebarluaskan dan diterima di ranah digital. Algoritma ini dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna dengan menampilkan konten yang sesuai dengan preferensi dan perilaku sebelumnya, sehingga menciptakan pengalaman yang dipersonalisasi (Chandra, 2023).

Personalisasi yang dilakukan oleh algoritma media sosial dapat menyebabkan fenomena *filter bubble*, di mana pengguna hanya terpapar pada pandangan dan informasi yang sejalan dengan keyakinan mereka. Dalam konteks keislaman, hal ini berpotensi membatasi pemahaman pengguna terhadap keragaman interpretasi dan praktik Islam, serta memperkuat pandangan tertentu

secara eksklusif. Sebagai contoh, studi oleh Risky (Nabilah Risky, 2023) menyoroiti bagaimana media sosial dapat memperkuat pemikiran ekstremis melalui penyebaran konten yang mendukung ideologi tertentu, yang pada akhirnya berdampak pada patologi sosial.

Algoritma cenderung memprioritaskan konten yang memicu respons emosional kuat, seperti kemarahan atau ketakutan, karena konten semacam itu meningkatkan keterlibatan pengguna. Akibatnya, narasi keislaman yang bersifat ekstrem atau sensasional lebih mungkin mendapatkan visibilitas tinggi. Berdasarkan (Awasthi, 2025) menjelaskan bagaimana algoritma media sosial dapat memperkuat ekstremisme dengan mengarahkan pengguna ke konten yang semakin radikal. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran serius terkait proses radikalisasi daring, di mana individu terpapar pada ideologi ekstrem tanpa disadari.

Perkembangan media sosial telah mendemokratisasi produksi dan distribusi konten keagamaan, memungkinkan individu tanpa legitimasi formal untuk menyebarkan interpretasi Islam kepada audiens luas. Hal ini menantang otoritas tradisional ulama membahas bagaimana otoritas keagamaan beradaptasi dengan lanskap digital yang terus berkembang. Meskipun demokratisasi ini membuka ruang bagi beragam suara, terdapat risiko penyebaran informasi yang tidak akurat atau menyesatkan mengenai ajaran Islam.

Pengaruh media sosial

Algoritma yang memprioritaskan keterlibatan dapat secara tidak sengaja memfasilitasi penyebaran misinformasi dan disinformasi terkait Islam (M. Amirul Mukhlisin Al Hariri dkk., 2024). Konten yang sensasional atau kontroversial sering kali mendapatkan perhatian lebih, terlepas dari keakuratannya. Media sosial dapat menyebarkan ajaran palsu yang menyebabkan kebingungan dan kesalahpahaman dalam komunitas Muslim. Penyebaran informasi yang tidak diverifikasi ini dapat merusak pemahaman yang benar tentang Islam dan menciptakan ketegangan internal dalam komunitas Muslim.

Usaha untuk mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh algoritma media sosial, diperlukan strategi yang efektif. Pendidikan literasi digital menjadi krusial agar pengguna dapat secara kritis mengevaluasi konten yang mereka konsumsi. Selain itu, kolaborasi antara platform media sosial dan otoritas keagamaan dapat

membantu memastikan bahwa algoritma mempromosikan konten yang akurat dan bermanfaat. Misalnya, inisiatif untuk menandai atau menghapus konten yang mengandung misinformasi dapat membantu menjaga integritas informasi keislaman di dunia maya.

2. Peluang dan Tantangan Narasi Keislaman

Era digital yang semakin terhubung, media sosial telah menjadi sarana utama dalam penyebaran informasi, termasuk dalam hal keagamaan. Namun, di balik kemudahan akses dan kecepatan distribusinya, media sosial menyimpan tantangan besar dalam hal kualitas dan akurasi informasi yang tersebar di dalamnya (M.I.Kom, 2024). Salah satu tantangan utama adalah keberadaan informasi yang tidak melalui proses verifikasi. Konten-konten yang belum terbukti kebenarannya kerap kali menyebar secara masif dalam waktu singkat, tanpa adanya penyaringan atau peninjauan fakta yang memadai. Hal ini berpotensi menimbulkan penyesatan pemahaman, terutama terkait ajaran Islam yang seharusnya disampaikan dengan landasan yang sahih dan otoritatif.

Lebih jauh, banyak informasi tentang Islam yang beredar di media sosial berasal dari sumber yang tidak kredibel, baik individu tanpa latar belakang pendidikan agama, maupun akun-akun anonim yang hanya mengandalkan narasi provokatif. Ketika informasi-informasi seperti ini dikonsumsi oleh masyarakat yang tidak memiliki filter keilmuan yang kuat, maka besar kemungkinan akan terjadi salah tafsir, bahkan distorsi terhadap nilai-nilai Islam itu sendiri.

Selain itu, media sosial juga membuka ruang bagi tersebarnya narasi keislaman yang ekstrem dan menyimpang. Kelompok-kelompok radikal dan individu dengan pandangan keagamaan yang keras sering kali memanfaatkan media sosial sebagai sarana propaganda. Mereka menyampaikan ideologi yang tidak sejalan dengan prinsip moderat Islam, dengan kemasan visual yang menarik dan mudah diterima oleh kalangan tertentu, terutama generasi muda yang aktif di ruang digital. Narasi-narasi ini tidak hanya membahayakan pemahaman internal umat Islam, tetapi juga memperburuk citra Islam di mata masyarakat luas, khususnya di kalangan non-Muslim yang mungkin tidak memiliki pemahaman yang utuh terhadap ajaran agama ini.

Penyebaran konten keagamaan yang menyimpang juga memperkuat stereotip negatif dan menumbuhkan ketidakpercayaan sosial. Dalam jangka panjang, hal ini bisa menciptakan jarak dan konflik antar kelompok masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk terus mendorong literasi digital di kalangan umat Muslim agar mampu membedakan antara informasi yang sah dan yang menyesatkan, serta memastikan bahwa media sosial digunakan secara bertanggung jawab dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman yang damai, inklusif, dan berdasar pada sumber yang valid (M. Amirul Mukhlisin Al Hariri dkk., 2024).

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang besar bagi para dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui media sosial dan platform digital. Namun, di balik peluang tersebut, terdapat sejumlah tantangan kompleks yang harus dihadapi agar dakwah dapat tetap relevan dan efektif. Salah satu tantangan utama adalah kesenjangan digital, yakni ketidakmerataan akses terhadap teknologi, perangkat, dan literasi digital di kalangan masyarakat dan pendakwah itu sendiri. Banyak dai, khususnya di daerah terpencil, masih mengalami keterbatasan dalam mengakses perangkat canggih, koneksi internet stabil, maupun pelatihan teknis untuk mengoperasikan media sosial secara optimal (M. Amirul Mukhlisin Al Hariri dkk., 2024).

Situasi ini diperburuk oleh kurangnya pemahaman akan cara kerja platform digital seperti instagram, tiktok, youtube, dan facebook, yang sebenarnya memiliki potensi besar sebagai medium dakwah. Tanpa pengetahuan memadai tentang produksi konten, pengelolaan audiens, serta pemanfaatan algoritma, pesan dakwah yang disampaikan cenderung kalah bersaing dengan konten dari influencer yang lebih terampil dalam menggunakan media sosial (Ibnu Kasir & Awali, 2024). Di samping itu, perubahan algoritma yang terjadi secara berkala pada platform-platform digital turut menambah beban adaptasi yang harus dijalani oleh para dai agar konten mereka tetap terlihat dan menjangkau audiens.

Tantangan berikutnya menyangkut kualitas konten dakwah. Dalam dunia digital, konten menjadi ujung tombak komunikasi. Namun, membuat konten yang menarik, relevan, dan tetap sesuai dengan nilai-nilai syariat bukanlah hal yang mudah. Dai harus mampu memahami audiensnya baik dari sisi usia, kebutuhan informasi, hingga gaya komunikasi dan menyampaikan pesan dengan bahasa yang

inspirasi, sederhana, dan penuh hikmah. Prinsip dakwah dalam Islam yang mengutamakan *mau'izhah hasanah* (nasihat yang baik) perlu diterjemahkan ke dalam bentuk visual, narasi, dan interaksi yang sesuai dengan karakteristik media sosial (Q.S. An-Nahl: 125) (M. Amirul Mukhlisin Al Hariri dkk., 2024).

Dalam ruang interaktif seperti media sosial, dai juga dihadapkan pada tantangan etika dan interaksi sosial. Komentar negatif, kritik tajam, hingga provokasi bisa datang dari berbagai arah. Situasi ini menuntut dai untuk tetap menjaga adab dan kesabaran, dua nilai yang sangat dijunjung dalam Islam. Interaksi yang etis, meski dalam dunia maya, adalah bagian dari cerminan dakwah itu sendiri, sebagaimana diajarkan Nabi Muhammad saw. dalam menghadapi berbagai bentuk celaan dengan ketenangan dan kasih sayang (Azis & Fahmi, 2021)

Selain itu, dakwah digital menuntut disiplin waktu dan konsistensi. Untuk menjaga relevansi dan visibilitas, konten dakwah harus diunggah secara rutin dan terjadwal. Platform media sosial umumnya memberikan prioritas terhadap akun yang aktif dan konsisten. Maka dari itu, para dai perlu memiliki manajemen waktu yang baik untuk mengatur jadwal produksi konten di tengah kesibukan lain yang mereka jalani. Tanpa konsistensi, algoritma akan menurunkan jangkauan konten yang berakibat pada menurunnya interaksi dan daya jangkau dakwah.

Oleh karena itu, agar dakwah Islam di era digital tetap efektif, para dai dituntut untuk mengembangkan keterampilan teknis, memahami karakteristik media digital, beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi, serta menjaga integritas dan akhlak dalam setiap interaksi. Penggabungan antara kemampuan teknologi, kreativitas dalam menyusun pesan, dan keteguhan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam menjadi kunci keberhasilan dakwah di era digital yang penuh tantangan ini.

KESIMPULAN

Perkembangan media sosial telah mengubah wajah dakwah Islam secara mendalam. Algoritma media sosial berperan penting dalam menentukan jenis dan jangkauan konten keagamaan yang diterima oleh publik. Di satu sisi, hal ini membuka peluang besar bagi para dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membentuk narasi keislaman yang inklusif dan edukatif.

Namun di sisi lain, terdapat tantangan besar berupa penyebaran misinformasi, dominasi narasi ekstrem, serta lemahnya filter keilmuan di ruang digital. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi digital di kalangan umat dan dai, pemahaman mendalam tentang algoritma media sosial, serta komitmen untuk menyebarkan ajaran Islam yang sahih dan moderat. Kesuksesan dakwah digital tidak hanya bergantung pada konten yang disampaikan, tetapi juga pada strategi komunikasi, integritas, dan kemampuan dai dalam menjaga adab serta merespons tantangan digital dengan bijak.

DAFTAR RUJUKAN

- Awasthi, S. (2025, Februari 13). *From clicks to chaos: How social media algorithms amplify extremism*. Orfonline.Org. <https://www.orfonline.org/expert-speak/from-clicks-to-chaos-how-social-media-algorithms-amplify-extremism>
- Azis, A. R., & Fahmi, F. (2021). Etika Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebajikan Tanpa Diskriminasi. *Alhaqiqa: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(1), 31–40. <https://doi.org/10.36915/alhaqiqa.v5i1.145>
- Chandra, E. (2023). Kekuatan Algoritma Dalam Komunikasi Pemasaran Digital Aplikasi Tiktok. *Maha Widya Duta: Jurnal Penerangan Agama, Pariwisata Budaya, dan Ilmu Komunikasi*, 7(2). <https://doi.org/10.55115/duta.v7i2.3860>
- Dermawan, H. (2024). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Narasi Islam di Dunia Digital. *Andragogia: Journal Education Science And Islamic Studies*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.52496/andragogia.v1i1.565>
- Ibnu Kasir, & Awali, S. (2024). Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern. *Jurnal An-nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(1), 59–68. <https://doi.org/10.54621/jn.v11i1.842>
- Ipansyah, M.Ag, D. N., M.Ag, D. H. M., S. H., M.H, H. B., S. H., Mulyati, S. AgM, H.I, F., Rahmi, S. Ag, M.H, H. D., Kurdi, S. Ag, M.Si., S., & Rudi Perdana, S.H, F. (2024). *Media Sosial Ditinjau dari Beberapa Aspek Keilmuan*. Zahir Publishing.
- M. Amirul Mukhlisin Al Hariri, Mahir Arriyadli Ma'ruf, & Saihul Atho' Alaul Huda. (2024). Moderasi Beragama: Peluang Dan Tantangan Di Era Digital. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 5(2), 151–158. <https://doi.org/10.58401/salimiya.v5i2.1401>
- M.I.Kom, D. F. R., S. Sos. (2024). *Tabayyun Digital, Dialektika Algoritma dan Penggunaan Media Sosial Konten Islami*. umsu press.

- Nabilah Risky, N. R. (2023). The Role of Social Media in the Spread of Religious Extremism Thoughts and Their Impact on Social Pathology. *Journal Intellectual Sufism Research (JISR)*, 6(1), 29–34. <https://doi.org/10.52032/jisr.v6i1.154>
- Octoriansyah, D. M. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Digital dalam Membentuk Kesadaran Merk dan Keputusan Membeli Produk Dealjava di Kota Medan. *Komunika*, 18(1), 45–52. <https://doi.org/10.32734/komunika.v18i1.8107>
- Ridwan, R., & Tasruddin, R. (2025). Optimalisasi Media Sosial untuk Dakwah Islam: Tantangan dan Strategi: *AL-QIBLAH: Jurnal Studi Islam Dan Bahasa Arab*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.36701/qiblah.v4i1.1969>
- Setiawan, A. A., Johan. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak.
- Zuhri, A. M. (2021). *Beragama di Ruang Digital; Konfigurasi ideologi dan Ekspresi Keberagamaan Masyarakat Virtual*. Nawa Litera Publishing.