

Algoritma Media Sosial: Urgensi Pendidikan Dakwah dalam Platform Digital Youtube

Nauva Auliyatul Faizah, Nijma Auliah Salsadilah, Elok Atika
Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
*e-mail: nauvaaaly@gmail.com

Abstract

Technological advances have brought about major changes in the dissemination of Islamic information. Social media has become the main means of disseminating da'wah content, including Islamic studies in the form of videos, photos, and live broadcasts. However, behind this convenience, a serious challenge arises in the form of the dissemination of unvalidated information due to social media algorithms that prioritize user engagement over content veracity. This research uses a qualitative approach with a library research approach. Data sources collected included books, journals, and Islamic preaching videos on the social media platform YouTube. This study aims to examine how social media algorithms filter, disseminate, and shape Islamic understanding, and emphasizes the importance of information validation to reduce misinformation. By referring to previous research and offering new perspectives, this study is expected to encourage the formation of a healthier and more responsible digital ecosystem in spreading Islamic narratives.

Keywords: *Algorithm, Da'wah, Social Media, Digital Ecosystem*

Abstrak

Kemajuan teknologi membawa perubahan besar dalam penyebaran informasi keislaman. Media sosial menjadi sarana utama dalam menyebarluaskan konten dakwah, termasuk kajian Islam dalam bentuk video, foto, dan siaran langsung. Namun, di balik kemudahan ini, muncul tantangan serius berupa penyebaran informasi yang tidak tervalidasi akibat algoritma media sosial yang lebih mengutamakan keterlibatan pengguna daripada kebenaran konten. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi pustaka (*library research*). Sumber data dikumpulkan berupa buku, jurnal, dan video dakwah yang ada di media sosial platform youtube. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah bagaimana algoritma media sosial memfilter, menyebarkan, dan membentuk pemahaman keislaman, serta menekankan pentingnya validasi informasi untuk mengurangi misinformasi. Dengan merujuk pada penelitian sebelumnya dan menawarkan perspektif baru, kajian ini diharapkan dapat mendorong terbentuknya ekosistem digital yang lebih sehat dan bertanggung jawab dalam menyebarkan narasi keislaman.

Kata Kunci: *Algoritma, Dakwah, Media Sosial, Ekosistem Digital*

PENDAHULUAN

Kemajuan internet di era teknologi komunikasi dan informasi telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam kehidupan manusia¹. Internet, sebagai salah satu penemuan paling berpengaruh di abad ini, memainkan peran krusial dalam mempercepat proses komunikasi di seluruh dunia. Dengan akses internet yang semakin luas dan cepat, masyarakat kini dapat dengan mudah mendapatkan informasi dari berbagai sumber di seluruh penjuru dunia dengan cara yang lebih efisien. Berbagai platform jejaring sosial yang populer, seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter, TikTok, dan YouTube, telah menjadi alat utama untuk berbagi informasi. Di antara konten yang dibagikan, terdapat juga banyak materi yang bernuansa Islami², yang memungkinkan pengguna untuk saling berbagi pengetahuan dan pemahaman tentang agama dengan lebih mudah.

Salah satu aspek yang turut terdampak oleh perkembangan ini adalah narasi keislaman. Misalnya, kajian Islam yang biasanya dilakukan di ruang khutbah, ruang kelas, dan literatur buku, kajian Islam telah menjelma menjadi siaran langsung di media sosial, video, atau kegiatan online lainnya³. Kajian Islam di media sosial bukanlah hal baru yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya akun-akun yang mempunyai visi menyiarkan dakwah Islam kepada masyarakat baik itu dalam bentuk foto maupun video, adapun isi materinya yaitu tentang ilmu fiqih, akidah dan ibadah, sampai pada pembahasan tafsir Al-Qur'an.

Namun, dibalik kemudahan dan kecepatan ini, muncul tantangan serius yang perlu diwaspadai. Algoritma media sosial, yang dirancang untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna, sering kali tidak mempertimbangkan validitas informasi. Akibatnya, konten yang menarik dan viral lebih mudah tersebar, tanpa memerdulikan kebenaran atau keakuratannya.

¹ Ahmad, Amar. Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Kesenjangan Informasi: Akar Informasi Dan Berbagai Standarnya. *Jurnal Dakwah Tabligh*, (2012) 3(1), 137–149

² Muhammad Afda Nahied, Rofiatul Ubaidillah, Mediatisasi Hadis: Transformasi Interpretasi Dalam Era Digital, *AL- Manar: Jurnal Kajian Al-Quran Dan Hadits*, Vol. 10, No. 5, 2024 Hal.88

³ Helmy Zakariya, "Al-Maidah 51 Dari Offline Ke Online" (Skripsi, Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2018), 1.

Fenomena ini berpotensi memicu penyebaran hoaks, yang dapat menimbulkan kesalahpahaman dan konflik di masyarakat.

Sejauh ini, penelitian yang berkaitan dengan pengaruh Algoritma Media Sosial dalam Menentukan Narasi Keislaman dalam pentingnya validasi informasi dikaji oleh penelitian terdahulu dalam beberapa kategori pertama, penelitian Herman Dermawan⁴, Penelitian tersebut berfokus pada, arah penelitian Menjelaskan bagaimana media sosial menjadi alat utama dalam membentuk narasi Islam, baik secara positif. Kedua, penelitian Ramdhan Ibrahim⁵, kecenderungan penelitian lebih fokus pada Meneliti bagaimana algoritma media sosial mendorong penyebaran meme dan bagaimana masyarakat memahami maknanya. ketiga, Devie Rahmawati⁶, dalam konteksnya penelitian ini menjelaskan bagaimana algoritma media sosial menciptakan polarisasi sosial dan politik. Terlepas dari penelitian sebelumnya kajian ini memiliki perbedaan dibandingkan sebelumnya, penelitian ini lebih menekankan pada bagaimana algoritma media sosial memfilter, menyebarkan, dan membentuk pemahaman keislaman, serta bagaimana validasi informasi dapat mengatasi misinformasi dalam konteks digital.

Dalam konteks ini, Tujuan utama dari penulisan ini adalah untuk mengurangi penyebaran informasi yang tidak valid terkait di media sosial, sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya memverifikasi informasi sebelum membagikannya. Dengan demikian, diharapkan dapat tercipta ekosistem digital yang lebih sehat dan bertanggung jawab dalam menyebarkan ajaran Islam.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan fenomena pengaruh algoritma media sosial

⁴ Herman Dermawan. "Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Narasi Islam Di Dunia Digital." *Andragogia: Journal Education Science And Islamic Studies* 1.1 (2024): 21-30.

⁵ Ramdhan, Ibrahim. "Dari Meme Ke Makna: Jembatan Menuju Literasi Melalui Algoritma Media Sosial: Indonesia." *Literasi: Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif* 5.1 (2024): 80-97.

⁶ Devie, Rahmawati. "Risiko Polarisasi Algoritma Media Sosial: Kajian Terhadap Kerentanan Sosial Dan Ketahanan Bangsa." *Jurnal Lemhannas RI* 6.1 (2018): 37-50.

dalam menentukan narasi keislaman serta pentingnya validasi dalam video dakwah melalui youtube secara mendalam. Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang fokus pada deskripsi rinci dari suatu fenomena berdasarkan data yang dikumpulkan tanpa manipulasi variabel yang diteliti (Adiningrat, Albina, Padila, & Tanjung, 2025). Penelitian ini dirancang untuk menghasilkan pemahaman yang kaya dan holistik tentang masalah yang dibahas, yaitu bagaimana algoritma YouTube membentuk narasi keislaman yang tersebar di platform tersebut serta bagaimana validasi konten dakwah menjadi aspek krusial dalam menjaga keabsahan pesan keagamaan yang disampaikan. Pendekatan ini dipilih karena relevan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang bersifat eksploratif dan interpretatif.

Dalam penelitian ini, studi literatur digunakan sebagai teknik pengumpulan data utama, studi literatur adalah proses sistematis untuk mengumpulkan, meninjau, dan menganalisis data yang bersumber dari berbagai literatur, seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, dan sumber digital lainnya yang relevan. Hasil analisis literatur ini menjadi dasar bagi penarikan kesimpulan yang relevan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian, serta menawarkan rekomendasi untuk para kreator konten dakwah dalam memastikan bahwa video yang pengguna unggah di YouTube telah melewati proses validasi yang baik guna menjaga akurasi dan integritas pesan keislaman yang disampaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial Sebagai Alat Transformasi Dakwah

Media sosial berfungsi sebagai alat yang mengubah cara orang berinteraksi di dunia digital. Ini memungkinkan individu untuk berbagi dan membuat berbagai jenis konten, mulai dari informasi hingga hiburan. Di era digital saat ini, istilah yang berkaitan dengan media telah mengalami perubahan, mencakup kemajuan teknologi, jangkauan, produksi massal dan pengaruh yang berbeda dibandingkan dengan media tradisional⁷. Hal yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari

⁷ Erick Febriyanto Dkk, Sistem Verifikasi Sertifikat Menggunakan Qrcode Pada Central Event Information, Techno.COM, Vol. 18, No. 1, Februari 2019 : 50-63

semua yang rumit menjadi ringkas sehingga semakin memudahkan pengguna.

Di sinilah keberadaan media sosial menjadi tantangan sekaligus peluang untuk pengembangan aktivitas dakwah. Selama ini kegiatan dakwah banyak dilakukan melalui media-media konvensional, seperti pengajian, jumatatan, selamatan, dan pertemuan-pertemuan lainnya. Sehingga waktu dan jangkauan dakwahnya pun sangat terbatas. Berbeda kalau aktivitas dakwah ini menggunakan media sosial, seperti Facebook, YouTube ataupun WhatsApp⁸, Penceramah bisa menggunakan platform ini untuk membagikan pesan-pesan agama, nasehat kepada jama'ahnya atau masyarakat umum. Interaksi melalui komentar, pesan, atau berbagi konten dakwah memudahkan masyarakat mendapatkan ilmu agama tanpa harus hadir langsung di majelis⁹, Ini memberi kesempatan bagi siapa saja untuk berdakwah, menyebarkan ajaran agama, dan menunjukkan kemampuannya, Sehingga sekarang ini, banyak dai-dai atau ustadz-ustadz yang mendadak populer berkat aktivitas dakwahnya melalui media sosial. Maka media sosial menjadi saluran baru untuk mengekspresikan kegiatan dakwah bagi kalangan tertentu,¹⁰ Berdakwah melalui media sosial ini memberikan beberapa keuntungan, di antaranya dapat dilakukan kapan saja, serta khalayaknya pun sangat luas tidak terbatas dan pengguna dapat mengaksesnya kapanpun dan di manapun.

komunikasi dakwah melalui media sosial mensyaratkan adanya interaksi sosial antara dai sebagai pemberi pesan dan mad'u sebagai penerima pesan.¹¹ Meskipun interaksi dalam dakwah di media sosial tidak selalu langsung, tetapi bisa terjadi secara simbolik. Misalnya, orang bisa meniru, terinspirasi, atau merasa terhubung dengan dai melalui konten yang dibagikan, Proses ini membuat dai dan mad'u saling mempengaruhi meskipun tidak berkomunikasi secara langsung, sehingga muncul fenomena untuk menerima, meniru, dan mengikuti apa yang

⁸ Firman Maulidna Dkk. Etika Dakwah Di Media Digital : Tantangan Dan Solusi Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam Volume 3, Nomor. 2 Tahun 2025.Hlm 324

⁹ Muhammad Mahsyah Nawaffani, Dakwah Digital Dan Dakwah Mimbar : Analisis Peran Dan Dampak Dalam Era Digitalisasi, Jurnal Sanaamul Qur'an Vol. 4 Nomor 2, Agustus 2023.Hlm.148

¹⁰ Aan Mohamad Burhanudin Yayah Nurhidayah Ulfa Chaerunisa, Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @Cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender, Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Volume 10 No. 2 Desember 2019. Hlm 239.

¹¹ Ilham Maulana Dll. Dakwah Di Media Sosial, Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam Volume 3, Nomor 3, 2018.Hlm 262

disampaikan oleh dai dalam proses interaksi sosial melalui media, Begitu pula asumsi yang terjadi ketika berlangsung komunikasi dakwah melalui media sosial yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad, Adi Hidayat, Antara kedua dai sebagai pemberi pesan dengan mad'u sebagai penerima pesan akan terjadi interaksi sosial yang menimbulkan pengaruh terhadap pemikiran, sikap, dan tindakan yang ditampilkan oleh dai. Misalnya setelah mengikuti ceramah keagamaan yang ditampilkan oleh sosial media tersebut, seseorang tampak menjadi lebih bijaksana dan saleh dalam perilaku kesehariannya, dari interaksi sosial melalui media sosial tersebut pada kondisi tertentu dapat menciptakan integrasi sosial, karena sekarang ini media menjadi sesuatu yang utama dalam kehidupan masyarakat, Sepertinya di dalam kalangan masyarakat tertentu tak mungkin bisa hidup dengan normal tanpa kehadiran media sosial.

Pengaruh Algoritma Media Sosial Terhadap Dakwah Di Youtube

Algoritma adalah metode efektif yang diekspresikan sebagai rangkaian terbatas. Algoritma juga merupakan kumpulan perintah untuk menyelesaikan suatu masalah,¹² dalam konteks teknologi, algoritma di media sosial yaitu menentukan konten apa yang muncul di beranda berdasarkan perilaku dan preferensi pengguna. Hal tersebut memicu Pengaruh Algoritma yang merujuk pada cara sistem di platform digital yang dirancang untuk memberikan pengalaman yang lebih personal dengan menampilkan informasi yang relevan, sehingga pengguna cenderung melihat konten yang pengguna sukai. Namun, algoritma juga dapat menciptakan echo chamber,¹³ dimana pengguna hanya terpapar pada informasi yang sesuai dengan pandangan pengguna, membatasi informasi terhadap perspektif yang berbeda, sehingga algoritma mempercepat penyebaran informasi, tapi juga bisa membuat konten jadi seragam.

Pembatasan informasi terjadi saat algoritma menampilkan konten berdasarkan riwayat pencarian dan interaksi pengguna. Proses ini menyebabkan

¹² Gun Gun Maulana, Pembelajaran Dasar Algoritma Dan Pemrograman Menggunakan El-Goritma Berbasis Web, Jurnal Teknik Mesin (Jtm): Vol. 06, Edisi Spesial 2017.Hlm 8

¹³ Wilson, J. Q. Politics and Polarization, Religion and Polarization . (2005). Hlm 76

pengguna hanya terpapar pada informasi yang selaras dengan preferensi atau keyakinan yang telah dimilikinya. Akibatnya, terbentuklah "filter gelembung" (*filter bubble*) yang membatasi akses terhadap perspektif alternatif, sehingga memicu polarisasi persepsi tanpa disadari oleh pengguna, dalam jangka panjang, kondisi ini berpotensi mengurangi kemampuan individu untuk memahami kompleksitas isu secara objektif, penulis memberikan contoh pengaruh algoritma pada platform youtube tentang dakwah ini penulis mencontohkan ketika seseorang sering menonton video dakwah Ustadz Abdul Somad dengan berbagai tema yang disukai.



Gambar 1. Trend Dakwah di Media Youtube

Pada platform youtube dapat memengaruhi cara pandang dan pemahaman seseorang, Algoritma youtube akan merekomendasikan lebih banyak video dakwah Ustadz Abdul Somad dari berbagai tema, atau dengan tema yang sama tetapi berbeda pandangan, sehingga jika seseorang sering menonton dakwahnya, pengguna akan terus mendapatkan rekomendasi video serupa atau tema yang sama dengan napa yang ditonton, bisa jadi ketika seseorang aktif dalam komunitas atau grup yang mayoritas anggotanya sepakat dengan pandangan ustadz Abdul Somad, dalam situasi ini, opini yang sama akan terus diperkuat, sementara pandangan yang berbeda cenderung diabaikan atau ditolak, kombinasi ini disebut dengan filter bubble dan echo chamber yang dapat membatasi pemahaman seseorang, karena pengguna hanya terpapar pada satu sudut pandang pada dakwah Ustadz Abdul Somad tidak hanya memengaruhi pemahaman agama, tetapi juga dapat membentuk pola pikir dan sikap sosial seseorang.

Algoritma yang menyebabkan filter bubble dan echo chamber tidak bisa sepenuhnya disalahkan karena membantu pengguna mendapatkan konten yang pengguna sukai. Namun, di sisi lain, efeknya juga tidak bisa dianggap remeh karena dapat membatasi wawasan dan memperkuat pandangan yang sempit. Oleh karena itu, sebagai pengguna, pengguna harus menggunakan internet secara bijak, artinya tidak hanya mengandalkan algoritma untuk mendapatkan informasi, tetapi juga secara aktif mencari sudut pandang lain agar pemahaman lebih luas dan tidak terjebak dalam satu perspektif saja, pengaruh penyebaran informasi di media digital terhadap praktik dakwah penyebaran informasi di media digital memiliki pengaruh signifikan terhadap praktik dakwah, baik positif maupun negatif.¹⁴ Adapun perilaku yang dapat pengguna garis bawahi dari hasil survei di atas adalah:

1. Dampak Positif

- a) Pengguna dapat lebih mudah mendapatkan konten yang dimaksud (dari segi relevansi dan presisi informasi)
- b) Pengguna dapat dengan mudah menyaring informasi yang tidak disukai dan tidak dibutuhkan
- c) Pengguna jauh lebih bahagia karena sistem menyediakan hal-hal yang disukai (khususnya ketika bermain sosial media)
- d) Pengguna jauh lebih cepat mendapatkan kabar terbaru mengenai topik kesukaan audiens

2. Dampak Negatif

- a) Pengguna lebih malas mencari informasi diluar topik kesukaan
- b) Pengguna memanfaatkan algoritma filter bubble sebagai alat yang menyajikan konten secara otomatis di internet. Sehingga pengguna terasa seperti dilayani dan dimanjakan.
- c) Muncul rasa nyaman yang mengakibatkan pengguna tidak kreatif atau penasaran dengan hal baru
- d) Opini pengguna bisa menjadi jadi jauh lebih fanatik dan tidak terbuka

¹⁴ Firman Maulidna Dkk. Etika Dakwah Di Media Digital : Tantangan Dan Solusi Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam Volume 3, Nomor. 2 Tahun 2025.Hlm 320

Urgensi Validasi Dalam Memilih Vidio Dakwah Melalui Youtube

Metode validasi informasi merupakan pendekatan yang penting untuk memastikan keakuratan dan kebenaran suatu informasi.¹⁵ Setiap peristiwa kini dapat diakses oleh pengguna melalui media sosial, dengan ratusan hingga ribuan informasi beredar setiap harinya, bahkan dalam setiap detik. Seringkali, masyarakat belum sempat memahami konteks dari informasi tersebut, tetapi pengguna sudah memberikan reaksi. Fenomena ini juga berlaku untuk validitas video di YouTube, baik yang berasal dari akun resmi maupun yang tidak resmi, yang menekankan pentingnya validasi informasi dalam menghadapi arus informasi yang begitu cepat.¹⁶ Dalam menggunakan media sosial youtube, agar tidak terjerumus kearah yang negatif maka sangat dibutuhkan tahapan penerapan literasi media.¹⁷ Maka dari itu sangat penting mencari validitas dalam menggunakan media sosial, Bagaimana menentukan video itu valid atau tidak dengan beberapa trik untuk mengetahui validitas video youtube yaitu: *Pertama*, Bijak memilih video dari akun resmi dibandingkan dengan akun lain yang mengatasnamakan public figure, terutama di YouTube. Misalnya, dengan mengakses akun resmi Ustadz Abdul Somad Official, pengguna dapat memastikan bahwa informasi yang diterima adalah akurat dan terpercaya, dengan mengandalkan akun resmi, pengguna juga dapat mengetahui siapa pembuat konten tersebut dan apa yang akan diunggah, sehingga pengguna terhindar dari informasi yang mungkin telah diedit atau dimanipulasi. Selain itu, konten yang diunggah di akun resmi biasanya lebih transparan dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga pengguna bisa lebih tenang dalam menyerap informasi yang disampaikan, dengan memilih akun resmi sangat penting untuk menjaga keakuratan dan integritas informasi yang dikonsumsi.

¹⁵ Diah Rahmah Suci Dkk. Validitas Media Pembelajaran Interaktif Menggunakan Aplikasi Emaze Tentang Materi Protista Untuk Peserta Didik Sma, Jurnal Pendidikan Dasar, Volume 6, Nomor 4, Desember 2022;827-839. Hlm 834

¹⁶ Juliswara, Mengembangkan Model Literasi Media Yang Berkebhinnekaan Dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) Di Media Sosial. Jurnal Pemikiran Sosiologi, 4(2), 142. . (2017). <https://doi.org/10.22146/jps.v4i2.28586>

¹⁷ Lediesta Wiryanda Dkk, Literasi Media Sosial Di Tiktok Pada Remaja Dalam Menentukan Validitas Informasi, Journal Of Intercultural Communication And Society Juni 2023, Vol. 2, No. 1.Hlm 7

Kedua, apabila tidak dapat menemukan video yang dicari, mungkin akan mencari dengan kata kunci "Ustadz Abdul Somad," dan hasil pencarian tersebut seringkali akan menampilkan video lain yang bukan dari akun resmi, oleh karena itu, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah memeriksa deskripsi video untuk mencari informasi tentang profil pembuatnya. Selain itu, pengguna juga bisa melihat jumlah subscriber dan viewers, meskipun angka yang tinggi tidak selalu menjamin validitas, banyaknya orang mengakses video tersebut menunjukkan bahwa orang-orang tertarik untuk mengetahui lebih lanjut. Namun, penting untuk diingat bahwa video dari akun resmi biasanya akan memiliki jumlah viewers yang lebih banyak, karena kepercayaan masyarakat terhadap konten yang diunggah. Oleh karena itu, memilih untuk menonton video dari akun resmi tidak hanya membantu pengguna mendapatkan informasi yang lebih akurat, tetapi juga memastikan bahwa pengguna mengikuti konten yang telah terverifikasi dan dapat dipertanggungjawabkan.

Ketiga, jangan mudah terpengaruh oleh tampilan awal sebuah video di Youtube, yang seringkali dirancang dengan menarik dan menggelegar untuk menarik perhatian penonton dan membuat penasaran, untuk itu audiens tidak langsung untuk mengklik akun tersebut dan perlu diingat bahwa isi video dan klikbait tersebut seringkali berbeda. selalu utamakan untuk memilih konten dari akun resmi, karena akun-akun resmi cenderung tidak menggunakan teknik klikbait yang berlebihan, akun resmi akan lebih fokus pada penyampaian informasi yang akurat dan berkualitas, dengan memilih video dari sumber yang terpercaya, pengguna dapat memastikan bahwa apa yang pengguna tonton adalah konten yang bermanfaat dan tidak menyesatkan. Selain itu, dengan menghindari video yang hanya mengandalkan tampilan menarik, pengguna dapat lebih bijak dalam menyerap informasi yang relevan dan berkualitas.

Dilihat dari judul video YouTube, seperti "*Viral No Hoax*," seringkali dapat menarik perhatian untuk menontonnya. Namun, penting untuk mencari konten yang disajikan dengan cara yang elegan dan tidak hanya mengandalkan sensasi. Pilihlah video yang menawarkan informasi yang jelas dan bermanfaat, serta berasal

dari sumber yang terpercaya. Dengan demikian, pengguna tidak hanya terjebak dalam judul yang menarik, tetapi juga mendapatkan wawasan yang berkualitas. Mengutamakan konten yang informatif dan akan membantu pengguna lebih bijak dalam menyerap informasi, serta menghindari potensi misinformasi yang sering kali muncul di platform media sosial.

Semakin masyarakat tidak mencari video yang valid, semakin besar kemungkinan informasi yang diterima tidak akurat. Misalnya, jika pengguna memilih video tanpa mempertimbangkan kualitasnya, sering kali isi video tersebut akan mengecewakan atau memiliki rating yang buruk. Sebaliknya, jika pengguna lebih selektif dalam memilih video, pengguna cenderung menemukan konten yang lebih berkualitas dan valid. Oleh karena itu, penting untuk selalu melakukan penilaian sebelum menonton, seperti memeriksa rating, komentar, dan sumber video tersebut. Dengan cara ini, pengguna dapat memastikan bahwa informasi yang pengguna konsumsi benar-benar bermanfaat dan dapat dipercaya. Mengambil waktu untuk memilih dengan bijak akan sangat membantu dalam menghindari konten yang tidak berkualitas dan memastikan bahwa pengguna mendapatkan informasi yang tepat.

KESIMPULAN

Algoritma media sosial, khususnya di platform seperti YouTube, memainkan peran signifikan dalam penyebaran dan pembentukan narasi keislaman melalui konten dakwah. Namun, algoritma ini juga memiliki dampak negatif, yaitu cenderung menciptakan filter bubble dan echo chamber. Algoritma dirancang untuk meningkatkan interaksi pengguna dengan menampilkan konten yang relevan berdasarkan preferensi dan riwayat interaksi. Hal ini dapat membatasi perspektif pengguna karena hanya terpapar pada informasi yang selaras dengan pandangannya, yang pada akhirnya berpotensi menyebarkan misinformasi. Media sosial telah mengubah praktik dakwah dari metode konvensional menjadi digital (*video, live broadcast*), menawarkan jangkauan yang lebih luas dan waktu yang fleksibel. Namun, tantangan seriusnya berupa penyebaran informasi yang tidak

tervalidasi karena algoritma memprioritaskan keterlibatan pengguna daripada kebenaran konten. Untuk mengatasi risiko misinformasi, validasi informasi menjadi sangat krusial. Beberapa cara untuk memvalidasi video dakwah di *YouTube* yaitu dengan memilih video dari akun resmi (*official account*) dibandingkan akun yang mengatasnamakan tokoh publik, memeriksa deskripsi video untuk mengetahui profil pembuat konten, menghindari konten yang hanya mengandalkan tampilan menarik atau *clickbait* yang berlebihan, serta memilih konten yang disajikan secara elegan dan informatif daripada yang mengandalkan sensasi atau judul sensasional. Pengguna harus menggunakan internet secara bijak, tidak hanya mengandalkan algoritma, tetapi juga secara aktif mencari sudut pandang lain agar pemahaman lebih luas dan tidak terjebak dalam satu perspektif sempit.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A., & Amar, A. (2012). Perkembangan teknologi komunikasi dan kesenjangan informasi: Akar informasi dan berbagai standarnya. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 3(1),
- Burhanudin, A. M., Nurhidayah, Y., & Chaerunisa, U. (2019). Dakwah melalui media sosial: Studi tentang pemanfaatan media Instagram @Cherbonfeminist sebagai media dakwah mengenai kesetaraan gender. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10(2).
- Dermawan, H. (2024). Peran media sosial dalam pembentukan narasi Islam di dunia digital. *Andragogia: Journal of Education Science and Islamic Studies*, 1(1)
- Devie, R. (2018). Risiko polarisasi algoritma media sosial: Kajian terhadap kerentanan sosial dan ketahanan bangsa. *Jurnal Lemhannas RI*, 6(1),
- Febriyanto, E., dkk. (2019). Sistem verifikasi sertifikat menggunakan QR Code pada Central Event Information. *Techno.COM*, 18(1)
- Juliswara, F. (2017). Mengembangkan model literasi media yang berkebhinnekaan dalam menganalisis informasi berita palsu (hoax) di media sosial. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 4(2), 142. <https://doi.org/10.22146/jps.v4i2.28586>
- Maulana, G. G. (2017). Pembelajaran dasar algoritma dan pemrograman menggunakan El- Goritma berbasis web. *Jurnal Teknik Mesin (JTM)*, 6(Edisi Spesial)
- Maulana, I., dkk. (2018). Dakwah di media sosial. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(3)
- Maulidna, F., dkk. (2025). Etika dakwah di media digital: Tantangan dan solusi. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam*, 3(2)

- Nahied, M. A., & Ubaidillah, R. (2024). Mediatisasi hadis: Transformasi interpretasi dalam era digital. *AL-MANAR: Jurnal Kajian Al-Quran dan Hadits*, 10(5)
- Nawaffani, M. M. (2023). Dakwah digital dan dakwah mimbar: Analisis peran dan dampak dalam era digitalisasi. *Jurnal Sanaamul Qur'an*, 4(2)
- Ramdhan, I. (2024). Dari meme ke makna: Jembatan menuju literasi melalui algoritma media sosial di Indonesia. *Literasi: Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif*, 5(1)
- Suci, D. R., dkk. (2022). Validitas media pembelajaran interaktif menggunakan aplikasi Emaze tentang materi Protista untuk peserta didik SMA. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 6(4), 827–839.
- Wilson, J. Q. (2005). Politics and polarization, religion and polarization.
- Wiryanda, L., dkk. (2023). Literasi media sosial di TikTok pada remaja dalam menentukan validitas informasi. *Journal of Intercultural Communication and Society*, 2(1)
- Zakariya, H. (2018). *Al-Maidah 51 dari offline ke online* (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).