



Algoritma, Buzzer, dan Viralitas Isu Agama: Studi tentang Polarisasi dalam Komunikasi Politik Islam

Muh. Wisnul B. Pamus^{1*}, Haidir Fitra Siagiaan²

¹⁻² Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

*Penulis Korespondensi: muhwisnul295@gmail.com

Abstract. *The development of digital technology has fundamentally transformed the practice of Islamic political communication, particularly through the emergence of algorithm-based social media. This article aims to analyse the interrelationship between media algorithms, the 'buzzer' phenomenon, and the virality of religious issues in shaping polarisation amongst the Muslim community. This research employs a qualitative approach using a literature review method, examining various recent literature in the fields of political communication, digital media, and Islamic studies. The findings indicate that social media algorithms are not neutral; rather, they reinforce users' preferences through content selection mechanisms that have the potential to create echo chambers. In this context, 'buzzers' act as strategic actors who construct narratives and mobilise public opinion, whilst the virality of religious issues accelerates the spread of collective emotions that are often not balanced by information verification. These three factors simultaneously contribute to increasing social polarisation, the fragmentation of the Muslim community, and the weakening of the quality of religious discourse. This article emphasises the importance of media literacy and the internalisation of Islamic communication ethics as a means of mitigating the negative impacts of digital political communication.*

Keywords: Algorithms; Buzzer; Islamic Political Communication; Media Literacy; Virality.

Abstrak. Perkembangan teknologi digital telah mentransformasi secara mendasar praktik komunikasi politik Islam, terutama melalui kehadiran media sosial yang berbasis algoritma. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis keterkaitan antara algoritma media, fenomena buzzer, dan viralitas isu agama dalam membentuk polarisasi di kalangan umat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan yang mengkaji berbagai literatur mutakhir dalam bidang komunikasi politik, media digital, dan studi Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa algoritma media sosial tidak bersifat netral, melainkan memperkuat preferensi pengguna melalui mekanisme seleksi konten yang berpotensi menciptakan ruang gema (*echo chamber*). Dalam konteks ini, buzzer berperan sebagai aktor strategis yang mengkonstruksi narasi dan memobilisasi opini publik, sementara viralitas isu agama mempercepat penyebaran emosi kolektif yang seringkali tidak diimbangi dengan verifikasi informasi. Ketiga faktor tersebut secara simultan berkontribusi terhadap meningkatnya polarisasi sosial, fragmentasi umat, dan melemahnya kualitas diskursus keagamaan. Artikel ini menegaskan pentingnya literasi media dan internalisasi nilai-nilai etika komunikasi Islam sebagai upaya mitigasi terhadap dampak negatif komunikasi politik digital.

Kata kunci: Algoritma; Buzzer; Komunikasi Politik Islam; Literasi Media; Viralitas.

1. LATAR BELAKANG

Transformasi digital telah mengubah wajah komunikasi politik secara global, termasuk dalam konteks masyarakat Muslim. Jika sebelumnya komunikasi politik Islam lebih banyak berlangsung melalui mimbar, forum keagamaan, dan media massa konvensional, kini ia mengalami pergeseran signifikan ke ruang digital yang lebih terbuka, cepat, dan tidak terkontrol secara ketat (Rohid et al., 2025). Media sosial menjadi arena utama di mana berbagai aktor, baik individu maupun kelompok, berinteraksi, berkompetisi, dan memproduksi narasi politik yang berkelindan dengan identitas keagamaan (Solahudin & Fakhruroji, 2019).

Dalam perkembangan ini, komunikasi politik Islam tidak lagi sekadar menjadi medium penyampaian nilai-nilai normatif yang berlandaskan ajaran agama, tetapi juga menjadi

instrumen kontestasi kekuasaan (Karman et al., 2023). Isu-isu keagamaan kerap dimobilisasi untuk kepentingan politik praktis, sehingga memunculkan dinamika baru yang kompleks (Yigit, 2025). Salah satu fenomena yang menonjol adalah meningkatnya polarisasi di kalangan umat, yang ditandai dengan menguatnya perbedaan pandangan, sikap eksklusif, serta kecenderungan untuk menolak perspektif yang berbeda.

Polarisasi ini tidak dapat dilepaskan dari peran teknologi, khususnya algoritma media sosial yang secara sistematis mengatur distribusi informasi. Di sisi lain, munculnya buzzer sebagai aktor komunikasi digital turut memperkuat konstruksi opini publik melalui strategi tertentu yang seringkali tidak transparan (Geschke et al., 2018). Ditambah lagi, karakteristik isu agama yang sensitif dan emosional menjadikannya sangat mudah viral, sehingga mempercepat proses pembentukan opini sekaligus memperbesar potensi konflik (Ahmmad et al., 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini berupaya untuk menjawab pertanyaan utama: bagaimana algoritma media, buzzer, dan viralitas isu agama berkontribusi terhadap polarisasi dalam komunikasi politik Islam? Pertanyaan ini menjadi penting untuk dijawab mengingat dampaknya yang tidak hanya bersifat komunikasi, tetapi juga sosial, politik, dan keagamaan.

2. KAJIAN TEORITIS

Komunikasi politik Islam pada dasarnya merupakan bagian dari praktik komunikasi politik yang berlandaskan nilai-nilai ajaran Islam. Dalam perspektif normatif, komunikasi ini seharusnya mencerminkan prinsip kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan orientasi pada kemaslahatan umat. Konsep seperti *sidq* (kejujuran), *'adl* (keadilan), dan *tabayyun* (klarifikasi) menjadi landasan etis yang membedakan komunikasi politik Islam dari praktik komunikasi politik yang semata-mata pragmatis (Ahmmad et al., 2025).

Namun, dalam realitas kontemporer, komunikasi politik tidak dapat dilepaskan dari struktur kekuasaan dan teknologi yang memediastinya. Teori agenda setting menjelaskan bahwa media memiliki kemampuan untuk menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik. Sementara itu, teori framing menekankan bagaimana media membingkai suatu isu sehingga memengaruhi cara publik memahaminya. Dalam konteks media digital, kedua teori ini mengalami perluasan karena peran algoritma yang secara otomatis memilih dan menyajikan konten kepada pengguna (Scheufele & Tewksbury, 2007).

Algoritma media sosial bekerja dengan memanfaatkan data perilaku pengguna, seperti riwayat pencarian, interaksi, dan preferensi konten. Mekanisme ini menghasilkan apa yang

dikenal sebagai *filter bubble*, yaitu kondisi di mana pengguna hanya terpapar pada informasi yang sejalan dengan pandangannya. Dalam jangka panjang, hal ini menciptakan *echo chamber*, yaitu ruang komunikasi yang memperkuat keyakinan internal kelompok dan mengurangi kemungkinan terjadinya dialog yang konstruktif (Iannelli et al., 2022).

Di sisi lain, fenomena buzzer dapat dipahami melalui perspektif teori propaganda dan komunikasi strategis. Buzzer tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga secara aktif membentuk persepsi publik melalui pengulangan pesan, penggunaan simbol, serta manipulasi emosi. Dalam konteks politik Islam, praktik ini menjadi problematis ketika narasi keagamaan digunakan sebagai alat legitimasi atau delegitimasi politik.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu suatu metode yang dilakukan dengan mengkaji dan menganalisis berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Data diperoleh dari kitab dan buku, jurnal ilmiah, serta literatur lain yang berkaitan dengan pembahasan yang dikaji. Selanjutnya data yang telah terkumpul dianalisis secara deskriptif-analitis, yaitu dengan memaparkan dan mengkaji hasil bahasan. melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan sistematis terkait objek pembahasan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media dan Pembentukan Opini

Peran media dalam membentuk opini umat tidak dapat dipandang secara sederhana sebagai proses penyampaian informasi. Media, baik massa maupun sosial, berfungsi sebagai aktor yang aktif dalam mengonstruksi realitas sosial. Dalam konteks Islam, media seringkali menjadi ruang di mana makna keagamaan diproduksi, dinegosiasikan, dan diperdebatkan. Media massa konvensional memiliki kekuatan dalam menentukan agenda publik melalui seleksi isu, sementara media sosial memperluas partisipasi publik dalam proses tersebut (Goryacheva, 2021).

Namun, perlu diakui bahwa keterbukaan media sosial tidak selalu berbanding lurus dengan kualitas informasi. Justru, dalam banyak kasus, keterbukaan ini menciptakan kondisi di mana otoritas keilmuan menjadi kabur. Siapa pun dapat berbicara atas nama agama, tanpa harus memiliki kapasitas keilmuan yang memadai (Masruha et al., 2025). Hal ini menyebabkan terjadinya pergeseran otoritas dari ulama tradisional ke figur-figur populer yang lebih menguasai teknik komunikasi digital.

Fenomena buzzer memperkuat dinamika tersebut dengan menghadirkan aktor-aktor yang secara sistematis memproduksi dan menyebarkan narasi tertentu. Buzzer seringkali bekerja dalam jaringan yang terorganisir, menggunakan berbagai strategi untuk memaksimalkan jangkauan dan dampak pesan. Dalam banyak kasus, mereka tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membingkai isu sedemikian rupa sehingga memengaruhi persepsi publik secara signifikan (Amin et al., 2024). Ketika isu yang diangkat berkaitan dengan agama, dampaknya menjadi jauh lebih besar karena menyentuh aspek identitas dan keyakinan yang bersifat mendasar.

Viralitas isu agama merupakan fenomena lain yang tidak kalah penting. Dalam ekosistem media sosial, konten yang memicu emosi cenderung lebih mudah menyebar dibandingkan konten yang bersifat informatif atau analitis. Isu agama, yang seringkali berkaitan dengan nilai-nilai sakral dan identitas kolektif, memiliki potensi besar untuk menjadi viral. Ketika sebuah isu agama menjadi viral, proses penyebarannya seringkali tidak diiringi dengan verifikasi yang memadai (Florina, 2019). Akibatnya, informasi yang belum tentu benar dapat dengan cepat membentuk opini publik.

Algoritma media sosial memainkan peran kunci dalam mempercepat dan memperluas penyebaran konten semacam ini. Dengan mengutamakan konten yang memiliki tingkat interaksi tinggi, algoritma cenderung mempromosikan konten yang kontroversial atau provokatif. Dalam jangka panjang, hal ini menciptakan lingkungan komunikasi yang tidak seimbang, di mana suara-suara moderat menjadi kurang terdengar. Polarisasi pun menjadi semakin tajam karena masing-masing kelompok hanya terpapar pada narasi yang menguatkan posisinya sendiri (Rosyadi & Eriyanto, 2019).

Dari perspektif komunikasi politik Islam, kondisi ini menunjukkan adanya ketegangan antara nilai normatif dan praktik empiris. Di satu sisi, Islam mengajarkan pentingnya menjaga persatuan, menghindari fitnah, dan mengedepankan dialog yang konstruktif. Di sisi lain, realitas media digital justru mendorong terjadinya fragmentasi dan konflik. Ketegangan ini menuntut adanya upaya reflektif untuk mengembalikan komunikasi politik Islam pada nilai-nilai dasarnya.

Literasi Media dan Kesadaran Kritis

Dalam menghadapi kompleksitas komunikasi digital, literasi media menjadi kebutuhan yang tidak dapat ditawar. Literasi media tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis dalam menggunakan media, tetapi juga mencakup kemampuan analitis untuk memahami, mengevaluasi, dan memproduksi informasi secara kritis (Sholikhah et al., 2025). Umat Islam

perlu dibekali dengan kemampuan untuk membedakan antara fakta dan opini, memahami konteks informasi, serta mengenali potensi bias dan manipulasi.

Kesadaran kritis juga menjadi aspek penting yang harus dikembangkan. Kesadaran ini memungkinkan individu untuk tidak mudah terprovokasi oleh informasi yang bersifat emosional atau provokatif. Dalam perspektif Islam, konsep *tabayyun* memberikan landasan normatif yang kuat untuk mengembangkan sikap kritis. *Tabayyun* menekankan pentingnya verifikasi informasi sebelum mengambil sikap atau menyebarkannya kepada orang lain (Istiqomah et al., 2025).

Selain itu, peran ulama, akademisi, dan institusi pendidikan menjadi sangat penting dalam membangun literasi media di kalangan umat. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai sumber pengetahuan, tetapi juga sebagai penjaga nilai-nilai etika dalam komunikasi. Dengan demikian, upaya peningkatan literasi media harus dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan, melibatkan berbagai pihak, dan disesuaikan dengan perkembangan teknologi yang terus berubah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Algoritma media sosial, fenomena buzzer, dan viralitas isu agama merupakan tiga elemen yang saling terkait dalam membentuk dinamika komunikasi politik Islam di era digital. Ketiganya tidak hanya memengaruhi cara informasi disebarkan, tetapi juga membentuk cara umat memahami dan merespons isu-isu politik dan keagamaan. Dalam banyak kasus, interaksi antara ketiga elemen ini menghasilkan polarisasi yang semakin tajam, yang pada akhirnya dapat mengancam kohesi sosial umat.

Dalam menghadapi kondisi ini, diperlukan pendekatan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga normatif. Literasi media dan kesadaran kritis menjadi kunci untuk membangun masyarakat yang lebih resilien terhadap disinformasi dan manipulasi. Pada saat yang sama, nilai-nilai etika komunikasi Islam perlu diinternalisasikan kembali sebagai pedoman dalam berinteraksi di ruang digital. Dengan demikian, komunikasi politik Islam dapat kembali berfungsi sebagai sarana untuk membangun kemaslahatan, bukan justru memperdalam konflik.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmmad, M., Shahzad, K., Iqbal, A., & Latif, M. (2025). Trap of Social Media Algorithms: A Systematic Review of Research on Filter Bubbles, Echo Chambers, and Their Impact on Youth. *Societies*. <https://doi.org/10.3390/soc15110301>
- Amin, A. R. Al, Fahmi, M. Y., & Bariroh, L. (2024). The Political Economy of Buzzer Actor Networks in Text Production. *The Sunan Ampel Review of Political and Social Sciences*.

<https://doi.org/10.15642/sarpass.2024.4.1.30-44>

- Florina, I. (2019). Literasi Media Baru di Kalangan Dosen Menanggapi Isu Politik dalam Pusaran Hoax dan Hate speech. *ETTISAL: Journal of Communication*. <https://doi.org/10.21111/ettisal.v4i1.2821>
- Geschke, D., Lorenz, J., & Holtz, P. (2018). The triple-filter bubble: Using agent-based modelling to test a meta-theoretical framework for the emergence of filter bubbles and echo chambers. *The British Journal of Social Psychology*, 58, 129–149. <https://doi.org/10.1111/bjso.12286>
- Goryacheva, O. (2021). Constructing media reality with an agenda in mind. *Vestnik Universiteta*. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-9-151-155>
- Iannelli, G., De Marzo, G., & Castellano, C. (2022). Filter bubble effect in the multistate voter model. *Chaos*, 32(4), 43103. <https://doi.org/10.1063/5.0079135>
- Istiqomah, S. N., Amin, M. N., & Ikhwanudin, M. (2025). Pandangan Al-Qur'an Terhadap Hoaks Persepektif Tafsir Maqāsidī (Studi Q.S. Al-Ḥujurāt: 6 dan al-Nūr: 15). *Journal of Islamic Scriptures in Non-Arabic Societies*. <https://doi.org/10.51214/jisnas.v2i1.949>
- Karman, Hamad, I., & Rusadi, U. (2023). Commodification of instrumental Islamic piety in Indonesian political contestation 2019. *Asian Journal of Communication*, 34, 265–283. <https://doi.org/10.1080/01292986.2023.2295871>
- Masruha, M., Munawar, S., Zulmi, F., Abdullah, A., & Husaini, H. (2025). Digitization of Fatwas and Religious Authority: A Study on the Role of Social Media in the Interpretation of Islamic Law. *Journal of Mujaddid Nusantara*. <https://doi.org/10.62568/jomn.v2i2.421>
- Rohid, N., Sugihartati, R., Suyanto, B., Susilo, D., & Zikri, A. (2025). Digital Activism in Contemporary Islamic Politics: A Critical Analysis of Social Media's Impact on Islamic Movements. *MILRev: Metro Islamic Law Review*. <https://doi.org/10.32332/milrev.v4i1.10159>
- Rosyadi, M., & Eriyanto, E. (2019). The Influence of the Social Media Recommendation System Against Polarization in the Views of User Politics: Experiments on Social Media Newsfeed on Social Media Users. *Proceedings of the Proceedings of the 1st Sampoerna University-AFBE International Conference, SU-AFBE 2018, 6-7 December 2018, Jakarta Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.6-12-2018.2286272>
- Scheufele, D., & Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 57, 9–20. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x>
- Sholikhah, Z., As-Syafi'i, R. P., & Sutiah. (2025). Implementasi Literasi Digital Dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam Di Madrasah. *Jurnal Mu'allim*. <https://doi.org/10.35891/muallim.v7i1.5249>
- Solahudin, D., & Fakhruroji, M. (2019). Internet and Islamic Learning Practices in Indonesia: Social Media, Religious Populism, and Religious Authority. *Religions*. <https://doi.org/10.3390/rel11010019>
- Yigit, Ö. (2025). Shifts in Religious Instrumentalization: Friday Sermons and Ethnic Conflict in Turkey. *Nationalism and Ethnic Politics*, 31, 357–379. <https://doi.org/10.1080/13537113.2025.2458572>