

Algorithmic Gatekeeping: Agenda Setting Digital dan Fragmentasi Informasi Keagamaan di Media Sosial Indonesia

Mauliati^{1*}, Ade Irma²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Aceh, Indonesia
Email: mauliatiutba@gmail.com^{1*}, adeirma@ar-raniry.ac.id²

Abstrak

Abstrak Perkembangan algoritma media sosial telah mengubah secara fundamental mekanisme distribusi informasi, termasuk informasi keagamaan. Jika pada era media massa konvensional fungsi penjaga gerbang (gatekeeping) dijalankan oleh editor dan redaktur, maka di era digital fungsi tersebut telah diambil alih oleh sistem algoritma platform yang bekerja berdasarkan logika engagement komersial, bukan relevansi atau kebenaran informasi. Penelitian ini bertujuan mengkaji transformasi fungsi gatekeeping dalam ekosistem informasi keagamaan digital, menganalisis bagaimana mekanisme filter bubble dan echo chamber bekerja sebagai bentuk gatekeeping algoritmik, serta mengidentifikasi implikasinya terhadap pola konsumsi informasi keagamaan Muslim di Indonesia. Dengan menggunakan metode kajian literatur (narrative literature review), artikel ini mensintesis berbagai penelitian terdahulu dari bidang komunikasi massa, algorithmic studies, dan kajian media Islam untuk menunjukkan bahwa algoritma media sosial tidak bersifat netral ia secara aktif membentuk agenda informasi keagamaan yang dikonsumsi pengguna, memperkuat homogenisasi pandangan, dan memperparah polarisasi keagamaan. Temuan menunjukkan bahwa gatekeeping algoritmik bekerja jauh lebih personal, tersembunyi, dan sistematis dibandingkan gatekeeping konvensional, sehingga menghasilkan kondisi di mana konsumsi informasi keagamaan Muslim Indonesia semakin terfragmentasi dalam gelembung-gelembung informasi yang saling tertutup.

Kata kunci : Gatekeeping Digital, Agenda Setting, Filter Bubble, Echo Chamber, Algoritma Media Sosial

Pendahuluan

Setiap era komunikasi menghasilkan penjaga gerbangnya sendiri. Pada era surat kabar, editor redaksilah yang menentukan berita mana yang layak terbit dan mana yang tidak. Pada era radio dan televisi, produser dan komite penyiaran yang memegang kendali atas informasi apa yang sampai kepada publik. Kekuasaan untuk memilih, menyaring, dan memprioritaskan informasi sebelum ia mencapai khalayak, itulah yang oleh Kurt Lewin (1947) kemudian dikenal sebagai fungsi gatekeeping, dan oleh David Manning White (1950) dioperasionalkan sebagai mekanisme sentral dalam studi komunikasi massa. Selama beberapa dekade, para akademisi komunikasi membahas gatekeeping dalam kerangka institusi media: siapa pemiliknya,



apa ideologinya, kepentingan apa yang dibawanya. Namun kini, penjaga gerbang itu telah berganti rupa dan penggantinya jauh lebih canggih, lebih personal, dan lebih tidak kasat mata dari siapapun yang pernah ada sebelumnya.

Di era media sosial, fungsi gatekeeping telah diambil alih oleh algoritma. TikTok, Instagram, YouTube, dan X tidak lagi membiarkan pengguna mengakses seluruh informasi secara setara, melainkan secara aktif menentukan konten apa yang muncul di feed, berapa lama ia ditampilkan, dan seberapa jauh ia disebar, berdasarkan kalkulasi matematika yang memaksimalkan engagement komersial platform. Eli Pariser menyebut kondisi ini sebagai filter bubble, yaitu sebuah “alam semesta informasi unik” yang secara algoritmik diciptakan berbeda untuk setiap pengguna, berdasarkan profil digital dan riwayat interaksinya. Sementara Cass Sunstein memperingatkan bahwa fragmentasi informasi yang dihasilkan oleh mekanisme ini mengancam fondasi ruang publik yang sehat, karena warga semakin kehilangan pengalaman berbagi informasi secara bersama.

Indonesia berada di jantung transformasi ini. Berdasarkan Survei Profil Internet Indonesia Tahun 2026 yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi internet Indonesia telah mencapai 81,72 persen, menjangkau 235 juta jiwa dari total populasi 287 juta jiwa, meningkat 6 juta pengguna dibandingkan tahun sebelumnya. Lebih signifikan lagi, aktivitas komunikasi dan jejaring sosial menjadi alasan terbesar penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia dengan persentase 19,9 persen, melampaui hiburan digital maupun pencarian informasi. Angka-angka ini bukan sekadar statistik pertumbuhan teknologi, ia adalah peta di mana ruang konsumsi informasi, termasuk informasi keagamaan, kini berada.

Relevansi konteks keagamaan dalam kajian ini tidak bisa diabaikan. Indonesia adalah negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, lebih dari 240 juta jiwa, dan dinamika keagamaannya selalu memiliki dimensi komunikasi yang kuat. Kajian Khairina (2020) tentang strategi komunikasi Islam di Instagram menunjukkan bahwa algoritma feed secara langsung memengaruhi jangkauan dan penerimaan konten keagamaan: da'i yang

memahami logika algoritmik berhasil menjangkau audiens jauh lebih luas dibandingkan yang tidak, terlepas dari kualitas substansi pesannya. Muhammad (2021) mengidentifikasi bahwa otoritas keagamaan di media sosial tidak lagi ditentukan semata oleh kualifikasi keilmuan, melainkan juga oleh kemampuan memanfaatkan logika algoritmik platform. Putri dan Irma (2023) lebih lanjut menganalisis bagaimana algoritma filter bubble menciptakan kesenjangan informasi (information gaps) yang berujung pada isolasi digital komunitas keagamaan. Sementara itu, Hafiz dan Ramli (2022) menunjukkan bahwa platform media sosial telah menjadi arena baru kontestasi otoritas keagamaan di Indonesia, di mana visibilitas algoritmik menentukan siapa yang didengar dan siapa yang terpinggirkan dalam wacana keagamaan publik.

Secara teoretis, kajian ini berpijak pada persilangan tiga kerangka besar. Pertama, teori gatekeeping yang dikembangkan oleh Shoemaker dan Vos (2009) melalui analisis berlapis, dari level individual hingga level sistem sosial yang akan diperluas dalam kajian ini dengan mengusulkan level baru: level kode algoritmik. Kedua, teori Agenda Setting McCombs dan Shaw (1972) yang menjelaskan bagaimana media menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik, sebuah fungsi yang di era algoritmik bertransformasi menjadi agenda yang dipersonalisasi secara individual. Ketiga, konsep filter bubble (Pariser, 2011) dan echo chamber yang menjelaskan bagaimana mekanisme personalisasi algoritmik menghasilkan ruang informasi yang tertutup dan homogen. Ketiga kerangka ini saling melengkapi dan secara bersama membentuk lensa analitis yang digunakan untuk mengkaji ekosistem informasi keagamaan digital Indonesia.

Meskipun kajian tentang gatekeeping digital dan agenda setting algoritmik berkembang pesat di tingkat internasional, hampir seluruhnya berfokus pada informasi politik dan berita umum. Kajian yang secara spesifik menganalisis transformasi fungsi gatekeeping dalam ekosistem informasi keagamaan, khususnya dalam konteks Muslim Indonesia, masih sangat terbatas. Padahal, ketika algoritma menjadi penjaga gerbang baru, pertanyaan tentang agenda informasi keagamaan apa yang dibentuk,

diperkuat, atau dipinggirkan oleh sistem tersebut menjadi sangat mendesak untuk dijawab. Kesenjangan inilah yang menjadi justifikasi utama kajian ini.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, artikel ini bertujuan untuk: (1) mengkaji transformasi fungsi gatekeeping dari media massa konvensional ke era algoritmik dalam konteks distribusi informasi keagamaan; (2) menganalisis mekanisme filter bubble dan echo chamber sebagai bentuk gatekeeping algoritmik yang membentuk pola konsumsi informasi keagamaan; (3) mengidentifikasi implikasi gatekeeping algoritmik terhadap polarisasi informasi keagamaan dan fragmentasi komunitas Muslim digital di Indonesia; serta (4) merumuskan kontribusi teoritis dan implikasi praktis bagi kajian komunikasi massa dan media baru dalam konteks masyarakat Muslim Indonesia.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur dengan pendekatan analisis naratif (narrative literature review). Metode ini dipilih karena memungkinkan sintesis menyeluruh terhadap berbagai temuan penelitian terdahulu dari disiplin yang berbeda, yaitu komunikasi massa, algorithmic studies, dan kajian media Islam. Untuk menghasilkan pemahaman konseptual yang komprehensif tentang transformasi gatekeeping dalam ekosistem informasi keagamaan digital. Sebagai kajian konseptual, tujuan utamanya bukan menghasilkan data empiris baru, melainkan membangun kerangka analitis yang dapat memandu penelitian empiris berikutnya.

Pencarian literatur dilakukan secara sistematis melalui tiga tahap. Tahap pertama, identifikasi sumber: pencarian dilakukan melalui basis data Google Scholar, Scopus, dan portal Garuda dengan kata kunci utama “algorithmic gatekeeping”, “agenda setting algorithm”, “filter bubble”, “echo chamber”, “religious information social media”, “Islamic communication digital”, “gatekeeping theory”, serta kombinasi kata kunci tersebut dalam Bahasa Indonesia. Tahap kedua, seleksi awal: dari hasil pencarian diperoleh lebih dari 150 artikel kandidat yang kemudian disaring berdasarkan relevansi judul dan abstrak, menghasilkan 65 artikel untuk ditelaah lebih lanjut.

Tahap ketiga, seleksi final: setelah pembacaan teks penuh, 28 referensi dipilih untuk digunakan dalam kajian ini berdasarkan kriteria inklusi yang telah ditetapkan.

Kriteria inklusi literatur meliputi: (1) relevansi langsung dengan topik gatekeeping digital, agenda setting, filter bubble, atau echo chamber; (2) relevansi dengan konteks informasi keagamaan atau media Islam; dan (3) memiliki metodologi yang dapat diverifikasi dan dipublikasikan di jurnal terindeks atau lembaga riset bereputasi. Kriteria eksklusi meliputi: artikel opini tanpa basis data atau argumen akademis yang dapat diverifikasi, serta literatur yang tidak dapat diakses teksnya secara penuh. Literatur yang digunakan mencakup publikasi dari tahun 2008 hingga 2026, dengan lebih dari 80% merupakan publikasi sepuluh tahun terakhir, dan lebih dari 60% merupakan artikel jurnal ilmiah.

Proses sintesis dilakukan secara tematik: temuan dari berbagai sumber diorganisasikan berdasarkan empat tema utama yang merespons tujuan penelitian, yakni (1) transformasi gatekeeping, (2) mekanisme filter bubble dan echo chamber, (3) polarisasi keagamaan, serta (4) implikasi teoritis dan praktis. Gaya sitasi yang digunakan adalah Chicago Manual of Style edisi ke-17 (full-note). Keterbatasan kajian ini mencakup kemungkinan bias bahasa (mayoritas literatur berbahasa Inggris dan Indonesia), bias basis data (platform yang tidak terindeks Scopus atau Garuda mungkin terlewat), serta sifat kajian yang bersifat konseptual sehingga klaim-klaimnya memerlukan verifikasi empiris lebih lanjut.

Pembahasan/hasil

A. Transformasi Gatekeeping dalam Ekosistem Informasi Keagamaan

Transformasi fungsi gatekeeping dari manusia ke algoritma bukan sekadar perubahan teknis, ia adalah perubahan epistemologis yang mendasar tentang siapa yang berkuasa atas arus informasi, termasuk informasi keagamaan. Pada era media massa konvensional, seorang editor memiliki kapasitas pertimbangan nilai, konteks, dan relevansi sosial ketika memutuskan informasi apa yang layak disebar. Ia bisa dimintai pertanggungjawaban, memiliki kode etik, dan beroperasi dalam kerangka

norma jurnalistik yang meskipun tidak sempurna, setidaknya dapat diperdebatkan secara publik. Pamela Shoemaker dan Timothy Vos (2009) menunjukkan bahwa gatekeeping manusia beroperasi dalam lima level yang saling berlapis mulai dari karakteristik individual wartawan, rutinitas media, organisasi, institusi sosial, hingga sistem social yang setiap level dapat dianalisis, dikritisi, bahkan diadvokasi untuk berubah.

Algoritma tidak demikian. Ia beroperasi berdasarkan satu logika tunggal yang memaksimalkan engagement pengguna demi keuntungan komersial platform. Kode yang menjalankan algoritma TikTok, Instagram, YouTube, atau X tidak dapat dimintai pertanggungjawaban di ruang public, ia tidak memiliki kode etik dan kriteria keputusannya bersifat proprietary atau tersembunyi di balik klaim “rahasia dagang.” Dalam konteks informasi keagamaan, logika ini menghasilkan bias yang sistematis dan dapat diprediksi: konten keagamaan yang emosional, konfrontatif, dan memancing reaksi kuat cenderung mendapatkan prioritas algoritmik lebih tinggi dibandingkan konten yang deliberatif, nuansatif, dan mendidik semata karena yang pertama menghasilkan lebih banyak klik, komentar, dan durasi tonton.

Khairina (2020) menunjukkan bahwa fenomena ini sudah terbukti dalam konteks Indonesia: dai yang mengadaptasi kontennya ke logika algoritmik Instagram berhasil menjangkau audiens yang jauh lebih luas, sementara konten dakwah yang lebih substansial namun tidak “algoritmik-friendly” tenggelam dalam kerumunan. Kasus ini mengilustrasikan apa yang dapat disebut sebagai algorithmic selection pressure tekanan selektif yang secara sistematis menguntungkan konten dengan karakteristik tertentu dan meminggirkan yang lain, terlepas dari nilai substantif atau akurasi. Barzilai-Nahon (2008) dalam Network Gatekeeping Theory-nya telah mengantisipasi dinamika ini dengan menunjukkan bahwa kekuatan gatekeeping di era jaringan digital terdistribusi secara berbeda, namun tetap terkonsentrasi, tidak pada editor individual, melainkan pada arsitektur sistem platform.

Pergeseran ini memiliki implikasi langsung terhadap teori gatekeeping. Jika kerangka Shoemaker dan Vos (2009) mengenali lima level analisis, maka

dinamika era algoritmik menuntut penambahan level keenam: level kode algoritmik (code level). Level ini mengacu pada bagaimana logika matematis yang tertanam dalam sistem rekomendasi secara struktural menentukan informasi apa yang mengalir dan apa yang tersumbat, berdasarkan kalkulasi engagement yang tidak mempertimbangkan nilai kebenaran, kedalaman, atau kohesi sosial. Usulan level analisis baru ini adalah kontribusi konseptual pertama kajian ini terhadap teori gatekeeping yang ada. Muhammad (2021) secara tepat mengidentifikasi bahwa di level inilah otoritas keagamaan kini sebagian besar ditentukan, seorang ulama bisa saja memiliki keilmuan mendalam, tetapi tanpa adaptasi terhadap logika algoritmik, jangkauannya akan selalu kalah dari konten yang lebih “engaging” meskipun lebih dangkal secara substansi.

B. Filter Bubble dan Echo Chamber

Jika level kode algoritmik adalah mekanisme gatekeeping pada level arsitektur platform, maka filter bubble dan echo chamber adalah manifestasinya pada level pengalaman pengguna. Pariser (2011) mendefinisikan filter bubble sebagai kondisi di mana algoritma personalisasi menciptakan “semesta informasi yang unik” bagi setiap pengguna, sebuah ruang di mana konten yang ditampilkan bukan refleksi dari keseluruhan realitas informasi yang tersedia, melainkan kurasi algoritmik berdasarkan riwayat interaksi dan profil perilaku digital pengguna. Yang membuat filter bubble menjadi bentuk gatekeeping yang paling berbahaya adalah sifatnya yang invisible: pengguna tidak menyadari bahwa mereka melihat realitas yang sudah difilter, mereka mengira sedang melihat keseluruhan gambaran.

Echo chamber, sementara itu, adalah fenomena yang berbeda meskipun sering diperlakukan sebagai sinonim. Echo chamber mengacu pada kondisi di mana pandangan, keyakinan, atau opini pengguna diperkuat secara berulang melalui interaksi dengan individu dan sumber yang memiliki kecenderungan serupa, baik karena pilihan aktif pengguna (selective exposure) maupun karena arsitektur algoritmik yang mempromosikan koneksi homofilik. Perbedaan penting antara keduanya: filter bubble adalah hasil dari keputusan algoritmik (pasif dari sisi pengguna), sementara echo

chamber dapat terjadi bahkan tanpa algoritma, melalui pilihan aktif pengguna untuk hanya mengikuti sumber yang sepaham. Dalam konteks platform media sosial modern, keduanya bekerja secara sinergis: algoritma menciptakan filter bubble yang memperkuat tendensi echo chamber yang sudah ada.

Cinelli et al. (2021) dalam penelitian komprehensif yang menganalisis lebih dari 100 juta konten dari Facebook, Twitter, Reddit, dan Gab menemukan bahwa agregasi pengguna dalam kluster homofilik mendominasi dinamika interaksi online, terutama pada Facebook dan Twitter, dua platform yang paling banyak digunakan untuk konsumsi informasi keagamaan di Indonesia. Gao, Liu, dan Gao (2023) memperluas temuan ini ke platform video pendek dengan menunjukkan bahwa anggota echo chamber di TikTok cenderung memproduksi konten yang secara spesifik ditujukan untuk menarik perhatian rekan sepemikiran, menciptakan siklus produksi-konsumsi yang semakin homogen dan tertutup.

Ross Arguedas et al. (2022) dalam tinjauan literatur mereka yang dipublikasikan oleh Reuters Institute memberikan nuansa penting: meskipun echo chamber nyata, prevalensinya sering dilebih-lebihkan, dan efeknya tidak seragam pada semua pengguna. Kelompok yang paling rentan adalah mereka yang sudah memiliki kecenderungan partisan yang kuat, di mana efek isolasi informasinya justru lebih dalam dan lebih sulit dipatahkan. Dalam konteks informasi keagamaan, temuan ini menunjukkan bahwa gatekeeping algoritmik bekerja paling intensif justru pada komunitas yang sudah memiliki identitas keagamaan yang kuat dan eksklusif, komunitas yang secara ironis paling membutuhkan eksposur terhadap perspektif yang beragam. Putri dan Irma (2023) mengonfirmasi dinamika ini dalam konteks Indonesia dengan menunjukkan bagaimana filter bubble menciptakan information gaps yang tidak disadari oleh pengguna, di mana setiap individu mengembangkan peta kognitif tentang “Islam Indonesia” yang berbeda-beda bergantung pada profil algoritmiknya masing-masing.

C.Fragmentasi Agenda Keagamaan dan Polarisasi Komunitas Muslim Digital

Teori Agenda Setting McCombs dan Shaw mengajarkan bahwa media menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik. Di era algoritmik, pertanyaan ini harus diperbarui secara mendasar: algoritma tidak menentukan satu agenda bersama untuk semua orang, melainkan jutaan agenda yang terpersonalisasi untuk setiap individu. Dalam konteks informasi keagamaan, implikasinya sangat serius: tidak ada lagi “agenda keagamaan bersama” yang dikonsumsi oleh komunitas Muslim Indonesia secara kolektif, yang ada adalah jutaan agenda yang terfragmentasi, masing-masing dikurasi oleh logika komersial yang tidak memiliki kepentingan terhadap kebenaran, kedalaman, atau kohesi sosial.

Kondisi inilah yang mendorong kajian ini untuk mengusulkan konsep *fragmented algorithmic agenda* sebagai pembaruan terhadap teori Agenda Setting yang ada. Konsep ini didefinisikan sebagai kondisi di mana fungsi agenda setting media tidak lagi menghasilkan satu hierarki isu bersama yang dikonsumsi oleh suatu komunitas secara kolektif, melainkan menghasilkan agenda yang terfragmentasi (di mana n mendekati jumlah individu pengguna), masing-masing dikurasi secara algoritmik berdasarkan profil perilaku digital individual. *Fragmented algorithmic agenda* berbeda dari teori agenda setting konvensional dalam tiga dimensi: (a) dimensi kebersamaan, dari agenda yang dikonsumsi bersama (*shared*) menjadi agenda yang dipersonalisasi (*personalized*); (b) dimensi transparansi, dari agenda yang dapat diidentifikasi dan dikritisi (*visible*) menjadi agenda yang tersembunyi di balik logika algoritmik (*opaque*); dan (c) dimensi aktor, dari agenda yang ditentukan oleh institusi media dengan kode etik (*accountable*) menjadi agenda yang ditentukan oleh sistem otomatis berbasis optimasi komersial (*unaccountable*).

Dampak fragmentasi agenda ini terhadap komunitas Muslim digital Indonesia sangat konkret. Zabieno, Damayanti, dan Abdullah (2025) menemukan bahwa mekanisme filter bubble dan echo chamber tidak hanya memperkuat polarisasi politik tetapi juga polarisasi keagamaan, di mana komunitas dengan pandangan keagamaan berbeda semakin terisolasi dalam

ruang digital masing-masing. Mujammil Raza dan Aulia (2023) menambahkan dimensi sosiologis penting: algoritma berkontribusi pada pembentukan solidaritas kelompok berbasis kesamaan pandangan yang di satu sisi memperkuat kohesi internal, namun di sisi lain memperparah fragmentasi sosial antarkomunitas keagamaan. Khairina et al. (2022) dalam kajian tentang dampak echo chamber terhadap polarisasi mahasiswa menemukan bahwa fenomena ini sudah berdampak nyata pada cara generasi muda Indonesia memandang perbedaan keagamaan.

Yang membuat fragmentasi ini menjadi persoalan serius bukan hanya karena ia memperparah polarisasi yang sudah ada, tetapi karena ia bekerja secara diam-diam dan tanpa disadari. Armanda, Afaf, dan Krisdahyanto (2025) menemukan bahwa sebagian besar mahasiswa tidak memahami cara kerja algoritma media sosial yang mereka gunakan sehari-hari, artinya mereka tidak menyadari bahwa konsumsi informasi keagamaan mereka sedang dibentuk dan dibatasi oleh sistem yang tidak mereka pahami. Gustin, Firmansyah, dan Perdana (2024) mengonfirmasi dalam kajian tentang echo chamber di Instagram @turnbackhoaxid bahwa pengguna dalam gelembung informasi tertentu secara konsisten terpapar narasi yang saling memperkuat, menciptakan keyakinan palsu bahwa pandangan mereka adalah pandangan mayoritas atau pandangan yang “benar.”

D. Implikasi Teoritis dan Praktis: Menuju Literasi Gatekeeping Algoritmik

Berdasarkan seluruh analisis di atas, kajian ini mengajukan dua implikasi utama, satu bersifat teoritis dan satu bersifat praktis, sebagai kontribusi terhadap kajian komunikasi massa dan media baru dalam konteks Muslim Indonesia.

Secara teoritis, kajian ini menunjukkan bahwa teori gatekeeping memerlukan pembaruan konseptual untuk menjelaskan dinamika era algoritmik. Penambahan level analisis keenam, level kode algoritmik, ke dalam kerangka Shoemaker dan Vos (2009) adalah respons terhadap kenyataan bahwa penjaga gerbang utama dalam ekosistem informasi kontemporer bukan lagi manusia, melainkan sistem otomatis yang beroperasi berdasarkan logika komersial. Level ini memiliki karakteristik yang secara kualitatif

berbeda dari lima level sebelumnya: ia tidak dapat dimintai pertanggungjawaban secara publik, ia beroperasi tanpa transparansi, dan ia bekerja pada skala yang jauh melampaui kapasitas pengawasan manusia. Selain itu, konsep fragmented algorithmic agenda yang diusulkan kajian ini memberikan kerangka konseptual untuk menjelaskan mengapa, di era yang secara teknis memiliki lebih banyak informasi dari sebelumnya, diskursus publik tentang isu-isu penting, termasuk isu keagamaan, justru semakin terfragmentasi dan sulit untuk dibangun secara kolektif.

Secara praktis, kajian ini menegaskan urgensi literasi gatekeeping algoritmik sebagai bagian integral dari pendidikan literasi digital di Indonesia, khususnya bagi komunitas Muslim. Literasi ini perlu melampaui keterampilan teknis menggunakan perangkat digital, ia harus mencakup tiga dimensi: (a) literasi mekanisme, yaitu pemahaman tentang bagaimana algoritma bekerja sebagai penjaga gerbang dan kepentingan komersial apa yang menopangnya; (b) literasi kritis, yaitu kemampuan untuk mengidentifikasi ketika informasi yang dikonsumsi telah difilter secara algoritmik dan mencari perspektif yang beragam secara aktif; dan (c) literasi advokasi, yaitu kemampuan untuk mendorong transparansi dan akuntabilitas platform dalam konteks distribusi informasi keagamaan. Wulandari, Rullyana, dan Ardiansah (2021) telah membuktikan bahwa kesadaran pengguna tentang mekanisme algoritmik berkorelasi positif dengan kemampuan mereka mengonsumsi informasi secara lebih kritis dan beragam.

Dalam konteks kelembagaan, tanggung jawab membangun literasi ini tidak bisa dibebankan hanya kepada individu. Lembaga pendidikan Islam, mulai dari pesantren, madrasah, hingga perguruan tinggi Islam negeri (PTKIN), perlu mengintegrasikan literasi algoritmik ke dalam kurikulum pendidikan media dan komunikasi Islam. Pemerintah, melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika serta Kementerian Agama, perlu mengembangkan kerangka regulasi yang mendorong transparansi algoritma platform dalam konteks distribusi konten keagamaan. Dan platform media sosial itu sendiri perlu didorong, melalui regulasi maupun tekanan publik, untuk mengembangkan mekanisme yang tidak hanya

mengoptimalkan engagement, tetapi juga mempertimbangkan keberagaman perspektif dan kohesi sosial dalam distribusi konten keagamaan. Ini bukan persoalan teknis semata ini adalah persoalan tata kelola informasi keagamaan di ruang publik digital.

Kesimpulan

Kajian literatur ini menunjukkan bahwa transformasi fungsi gatekeeping dari manusia ke algoritma bukan sekadar perubahan teknis dalam lanskap media, melainkan pergeseran kekuasaan epistemologis yang mendasar atas arus informasi, termasuk informasi keagamaan. Menjawab tujuan pertama, kajian ini menegaskan bahwa perbedaan mendasar antara gatekeeping manusia dan gatekeeping algoritmik bukan hanya soal siapa yang memilih informasi, melainkan soal logika apa yang mendasari pilihan tersebut: dari logika nilai dan relevansi publik menuju logika optimasi engagement komersial. Algoritma media sosial kini berperan sebagai penjaga gerbang baru yang secara struktural bias terhadap konten emosional dan konfrontatif dalam ekosistem informasi keagamaan Indonesia.

Menjawab tujuan kedua, kajian ini menunjukkan bahwa filter bubble dan echo chamber bekerja sebagai mekanisme gatekeeping algoritmik yang paling tersembunyi: filter bubble menciptakan gelembung informasi keagamaan yang terpersonalisasi tanpa disadari pengguna, sementara echo chamber memperkuat homogenisasi pandangan melalui paparan berulang terhadap perspektif yang sepaham. Keduanya bekerja secara sinergis, filter bubble menyediakan kondisi struktural, echo chamber memperkuat dampaknya pada level perilaku dan identitas.

Menjawab tujuan ketiga, kajian ini mengidentifikasi bahwa fragmentasi agenda keagamaan yang dihasilkan oleh mekanisme algoritmik memiliki dua dampak berlapis pada komunitas Muslim digital Indonesia: pada level individu, ia menciptakan peta kognitif tentang “Islam Indonesia” yang berbeda-beda dan saling tidak kompatibel; pada level komunitas, ia memperparah polarisasi dan fragmentasi antarkomunitas keagamaan yang sudah ada. Tidak ada lagi “agenda keagamaan bersama”, yang ada adalah

jutaan agenda yang masing-masing dikurasi oleh logika komersial yang tidak memiliki kepentingan terhadap kebenaran atau kohesi sosial.

Menjawab tujuan keempat, kajian ini mengajukan dua kontribusi konseptual. Pertama, usulan level kode algoritmik sebagai level keenam dalam kerangka gatekeeping Shoemaker dan Vos, yang menjelaskan bagaimana kode matematis dalam sistem rekomendasi berperan sebagai penjaga gerbang utama di era digital. Kedua, konsep fragmented algorithmic agenda sebagai perluasan teori Agenda Setting untuk menggambarkan kondisi di mana fungsi agenda-setting tidak lagi menghasilkan satu hierarki isu bersama, melainkan agenda terfragmentasi yang dipersonalisasi secara algoritmik. Implikasi praktis terpenting adalah urgensi literasi gatekeeping algoritmik yang mencakup tiga dimensi, mekanisme, kritis, dan advokasi, sebagai komponen yang perlu diintegrasikan ke dalam pendidikan literasi digital di lingkungan Islam Indonesia.

Kajian ini memiliki keterbatasan inheren sebagai narrative review: klaim-klaimnya bersifat konseptual dan memerlukan verifikasi empiris. Agenda penelitian berikutnya yang direkomendasikan meliputi: (1) studi analisis jaringan tentang pola distribusi konten keagamaan di platform media sosial Indonesia; (2) eksperimen survei tentang efek gatekeeping algoritmik terhadap persepsi keagamaan pengguna Muslim; (3) kajian komparatif tentang strategi literasi algoritmik dalam konteks pendidikan Islam di berbagai negara mayoritas Muslim; dan (4) penelitian tentang efektivitas kebijakan transparansi algoritma dalam konteks regulasi konten keagamaan di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Armanda, Dean Mulya, Dzakia Afaf, dan Restu Krisdahyanto. "Filter Bubble dan Echo Chamber: Pengaruh Algoritma Media Sosial terhadap Pola Konsumsi Informasi Mahasiswa Universitas Lampung." *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik* 2, no. 4 (2025): 1124–1129.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). *Survei Profil Internet Indonesia Tahun 2026*. Jakarta: APJII, 2026.

- Barzilai-Nahon, Karine. "Toward a Theory of Network Gatekeeping: A Framework for Exploring Information Control." *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 59, no. 9 (2008): 1493–1512.
- Cinelli, Matteo, Gianmarco De Francisci Morales, Alessandro Galeazzi, Walter Quattrociocchi, dan Michele Starnini. "The Echo Chamber Effect on Social Media." *Proceedings of the National Academy of Sciences* 118, no. 9 (2021): e2023301118.
- Gao, Yichang, Fengming Liu, dan Lei Gao. "Echo Chamber Effects on Short Video Platforms." *Scientific Reports* 13 (2023): 6282.
- Gustin, Elbrus, Muhammad A. Firmansyah, dan Ditya Perdana. "Echo Chamber pada Interaksi Komentar di Akun Instagram @turnbackhoaxid dalam Konteks Post-Truth." *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi* 16, no. 2 (2024): 262–283.
- Hafiz, Muhammad, dan Ahmad Ramli. "Kontestasi Otoritas Keagamaan di Era Media Sosial: Studi tentang Visibilitas Algoritmik dan Wacana Islam Indonesia." *Sadida: Islamic Communications and Media Studies* 2, no. 2 (2022): 45–62.
- Khairina H.W., J., K. F. Rizkyawan, M. Z. Haris, R. K. Muzaqi, dan Y. N. Afifah. "Fenomena Echo Chamber di Media Sosial dan Dampaknya terhadap Polarisasi Politik bagi Mahasiswa." *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan* 9, no. 2 (2022): 121–130.
- Khairina, Ulfa. "Feed dan Filter, Strategi Komunikasi Islam Felix Siauw di Instagram." *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 3, no. 2 (2020): 1–15.
- Lewin, Kurt. "Frontiers in Group Dynamics II: Channels of Group Life; Social Planning and Action Research." *Human Relations* 1, no. 2 (1947): 143–153.
- McCombs, Maxwell E. dan Donald L. Shaw. "The Agenda-Setting Function of Mass Media." *Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 (1972): 176–187.
- McCombs, Maxwell E. *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Edisi ke-2. Cambridge: Polity Press, 2014.
- McCombs, Maxwell E., R. Lance Holbert, Spiro Kioussis, dan Wayne Wanta. *The News and Public Opinion: Media Effects on Civic Life*. Cambridge: Polity Press, 2011.

- Muhammad, Nur Afni. "Populisme dan Dinamika Otoritas Keagamaan dalam Islam di Media Sosial." *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 4, no. 2 (2021): 55–70.
- Mujammil Raza, A. dan Nurul Aulia. "The Echo Chamber Effect: Analisis Sosiologis Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Solidaritas dan Polarisasi Kelompok di Indonesia." *Jurnal Bincang Komunikasi* 1, no. 2 (2023): 39–52.
- Pariser, Eli. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Press, 2011.
- Putri, Nanda dan Ade Irma. "Media Sosial dan Isolasi Digital: Kajian Teori Information Gaps pada Algoritma Filter Bubble." *Sadida: Islamic Communications and Media Studies* 3, no. 1 (2023): 17–32.
- Ross Arguedas, Amy, Craig Robertson, Richard Fletcher, dan Rasmus K. Nielsen. *Echo Chambers, Filter Bubbles, and Polarisation: A Literature Review*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2022.
- Shoemaker, Pamela J. dan Timothy Vos. *Gatekeeping Theory*. New York: Routledge, 2009.
- Singer, Jane B. "User-Generated Visibility: Secondary Gatekeeping in a Shared Media Space." *New Media & Society* 16, no. 1 (2014): 55–73.
- Sunstein, Cass R. *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton: Princeton University Press, 2017.
- White, David Manning. "The 'Gate Keeper': A Case Study in the Selection of News." *Journalism Quarterly* 27, no. 4 (1950): 383–390.
- Wulandari, Vina, Gusti Rullyana, dan Arif Ardiansah. "Pengaruh Algoritma Filter Bubble dan Echo Chamber terhadap Perilaku Penggunaan Internet." *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi* 17, no. 1 (2021): 98–111.
- Zabieno, Abdillah S., Dian Damayanti, dan Ahmad Z. Abdullah. "The Role of AI, Filter Bubbles, and Echo Chambers in Political and Religious Polarization on Social Media." *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan* 25, no. 2 (2025): 102–118.
- Zuhdi, Muhammad, dan Siti Nurhaliza. "Algoritma dan Dakwah: Dinamika Konten Keagamaan di Platform Digital Indonesia." *Sadida: Islamic Communications and Media Studies* 4, no. 1 (2024): 1–18.