

Echo Chamber dan Eksklusivisme Beragama di Ruang Digital

Elis Teti Rusmiati ^{1*}, Filda Angellia ², Radja Erland Hamzah ³

^{1,3} Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta

² Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957, Jakarta

*elistr@dsn.moestopo.ac.id

Artikel

Submitted: 29-09-2024

Reviewed: 15-12-2024

Accepted: 28-05-2025

Published: 30-06-2025

DOI: 10.32509/wacana.v24i1.4541



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0.

Volume : 24
No. : 1
Bulan : Juni
Tahun : 2025
Halaman : 266-276

Abstract

This study aims to analyze the influence of the echo chamber phenomenon on the rise of religious exclusivism in digital spaces, highlighting how social media algorithms reinforce homogeneous interactions and limit exposure to diverse perspectives. This research uses a mixed method approach combining content analysis, in-depth interviews, and participant observation on Facebook, Instagram, X (Twitter), and YouTube, data were collected from February 2022 to February 2024. The findings reveal that algorithmic personalization strengthens users' confirmation bias and shapes closed digital communities that amplify exclusive religious narratives. Quantitative sentiment analysis of 203 online contents shows that negative and exclusive messages dominate public discourse, while qualitative interviews with 13 active users confirm that comfort within homogeneous groups discourages interfaith engagement. The study finds that digital echo chambers play an important role in weakening pluralism in online religious communication. It recommends enhancing digital literacy, promoting interfaith dialogue, and encouraging moderate influencers as strategies to mitigate algorithm-driven exclusivism. The research highlights the ethical importance of inclusive algorithms and the integration of pluralist values into digital religious education.

Keywords: echo chamber; religious exclusivism; social media; digital space; interfaith dialogue

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fenomena *echo chamber* terhadap meningkatnya eksklusivisme beragama di ruang digital, dengan menyoroti bagaimana algoritma media sosial memperkuat interaksi yang homogen dan membatasi paparan terhadap pandangan berbeda. Penelitian ini menggunakan metode campuran melalui analisis konten, wawancara mendalam, dan observasi partisipan pada Facebook, Instagram, X (Twitter), dan YouTube, data dikumpulkan selama Februari 2022 hingga Februari 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personalisasi algoritmik memperkuat bias konfirmasi pengguna dan membentuk komunitas digital tertutup yang memperkuat narasi keagamaan eksklusif. Analisis sentimen terhadap 203 konten daring mengungkap dominasi pesan negatif dan eksklusif, sedangkan wawancara dengan 13 pengguna aktif menegaskan bahwa rasa nyaman dalam kelompok homogen menghambat dialog lintas agama. Penelitian ini menemukan bahwa ruang gema digital berperan penting dalam melemahkan pluralisme dalam komunikasi keagamaan daring. Rekomendasi yang diajukan meliputi peningkatan literasi digital, promosi dialog antaragama, dan penguatan peran influencer moderat untuk memitigasi eksklusivisme berbasis algoritma. Studi ini menekankan pentingnya algoritma inklusif dan integrasi nilai-nilai pluralisme dalam pendidikan agama digital.

Kata Kunci: echo chamber; eksklusivisme beragama; media sosial; ruang digital; dialog antaragama.

PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan mendasar dalam praktik komunikasi keagamaan di Indonesia. Media sosial kini menjadi ruang utama bagi masyarakat untuk mengekspresikan identitas,

membangun jejaring keimanan, sekaligus menjadi arena kontestasi ideologis di mana pesan-pesan keagamaan beredar secara cepat, masif, dan tanpa batas geografis. Pergeseran ini menunjukkan bahwa interaksi keagamaan tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan semakin terjalin dalam ekosistem digital yang dinamis.

Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), tingkat penetrasi internet nasional mencapai 78,19% dengan lebih dari 215 juta pengguna aktif, dan sekitar 93% di antaranya mengakses media sosial setiap hari. Angka ini menegaskan bahwa ruang digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan beragama masyarakat, terutama di kawasan perkotaan seperti Jakarta, di mana pola interaksi sosial dan dakwah semakin bergeser ke ranah daring. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa media sosial kini memainkan peran sentral dalam membentuk cara berpikir, berinteraksi, dan memahami ajaran keagamaan.

Perubahan pola komunikasi ini memiliki dua sisi yang kontras. Di satu sisi, media sosial membuka peluang bagi penyebaran dakwah, edukasi keagamaan, dan solidaritas lintas iman secara lebih luas. Namun di sisi lain, sifat algoritmik dari platform digital menimbulkan efek isolatif yang dikenal sebagai *echo chamber* yakni situasi ketika pengguna hanya terekspos pada informasi yang sejalan dengan pandangan dan keyakinan mereka sendiri. Dalam konteks keagamaan, fenomena ini memperkuat eksklusivisme, membatasi ruang dialog antaragama, serta mengikis semangat pluralisme yang menjadi ciri khas masyarakat Indonesia.

Fenomena *echo chamber* (ruang gema) pertama kali dikemukakan oleh Cass Sunstein (2001), yang menjelaskan bahwa ketika individu hanya berinteraksi dengan pandangan yang seragam, ruang publik kehilangan fungsinya sebagai arena pertukaran gagasan. Eli Pariser (2011) kemudian memperluas konsep ini melalui *filter bubble*, yang menegaskan bahwa algoritma media sosial mengurasi informasi sesuai preferensi pengguna. Kedua teori tersebut relevan dengan konteks Indonesia, di mana algoritma digital tidak hanya menyeleksi konten, tetapi juga memperkuat bias ideologis dan identitas keimanan. Namun demikian, belum banyak penelitian yang menelaah bagaimana kerja algoritma media sosial secara spesifik memperkuat eksklusivisme keagamaan di ruang digital Indonesia. Penelitian ini memperluas kerangka teori tersebut dengan menambahkan dimensi keagamaan, yakni bagaimana algoritma memperkuat segregasi sosial berbasis keyakinan.

Dampak *echo chamber* terhadap eksklusivisme beragama tergolong serius karena mampu memperkuat polarisasi, memperdalam prasangka, serta menghambat dialog yang inklusif—bahkan berpotensi memicu konflik antaragama. Urgensi penelitian ini didasari oleh empat hal: (1) *echo chamber* merupakan konsekuensi algoritma yang hampir tidak dapat dihindari; (2) efeknya berpotensi memperlemah toleransi dan keberagaman; (3) masih minim penelitian yang komprehensif tentang pengaruhnya terhadap eksklusivisme keagamaan; dan (4) perlunya strategi komunikasi digital untuk memitigasi dampak negatifnya.

Kajian-kajian terdahulu menunjukkan bahwa sebagian besar penelitian masih berfokus pada dua arah besar. Pertama, pemanfaatan media sosial dalam penyebaran narasi radikal dan politik identitas berbasis agama (Nasrullah, 2012; Ghifari, 2017; Sunarto, 2017). Kedua, penggunaan media sosial untuk kepentingan kampanye politik yang memengaruhi perilaku pemilih (Sellita, 2022; Novita, 2019; Farid, 2023). Beberapa studi mutakhir juga mulai menyoroti dampak algoritma terhadap polarisasi nilai keagamaan dan pembentukan ruang gema digital, seperti yang dikemukakan oleh Cinelli dkk. (2021) dan Faizin dkk. (2024) yang menemukan bahwa kurasi algoritmik mempersempit ruang interaksi lintas iman. Di samping itu, meskipun studi Andok (2023) dalam *Religions* telah menyoroti fenomena religious *filter bubbles* dan menunjukkan bagaimana algoritma media sosial membentuk segmentasi wacana keagamaan di ruang publik digital, penelitian tersebut masih berfokus pada konteks Eropa dan belum menelaah secara mendalam dinamika eksklusivisme keagamaan di Indonesia. Temuan Andok menegaskan pentingnya memahami peran algoritma dalam pembentukan komunitas daring yang tertutup secara ideologis, tetapi mekanisme serupa dalam konteks keagamaan Indonesia masih belum banyak dikaji. Kajian yang secara spesifik mengaitkan kerja algoritma *echo*

chamber dengan penguatan eksklusivisme beragama masih jarang ditemukan. Kesenjangan inilah yang menjadi pijakan utama penelitian ini.

Penelitian ini menelaah bagaimana echo chamber bekerja melalui kombinasi antara algoritma dan filter bubble yang membentuk pengalaman digital homogen. Algoritma media sosial mempersonalisasi konten sesuai preferensi pengguna, sementara filter bubble memastikan hanya informasi yang mendukung keyakinan tersebut yang muncul di beranda. Akibatnya, pengguna terjebak dalam lingkaran interaksi yang meneguhkan bias keagamaan, membatasi akses terhadap perspektif lain, dan memperkuat eksklusivisme beragama.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh echo chamber dalam ruang digital terhadap eksklusivisme beragama, mengidentifikasi faktor-faktor yang memperkuatnya, serta merumuskan strategi komunikasi yang dapat mendorong dialog lintas agama secara lebih inklusif. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai bagaimana algoritma media sosial membentuk pola komunikasi keagamaan di Indonesia sekaligus memberikan kontribusi konseptual dan praktis bagi pengembangan ruang digital yang lebih terbuka, toleran, dan pluralistik.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed methods* (Sugiyono, 2017) untuk menjelaskan efek echo chamber terhadap eksklusivisme beragama di ruang digital. Pendekatan ini memungkinkan integrasi antara data kuantitatif yang memetakan pola interaksi daring dan data kualitatif yang menggali pengalaman subjektif pengguna. Dengan cara ini, penelitian dapat memotret hubungan antara algoritma media sosial, perilaku pengguna, dan kecenderungan eksklusif dalam komunikasi keagamaan.

Penelitian dilaksanakan selama Februari 2022 hingga Februari 2024 dengan fokus pada pengguna media sosial di Indonesia yang aktif berinteraksi dengan konten keagamaan. Data dikumpulkan dari dua sumber utama. Pertama, data digital berupa 203 konten keagamaan dari empat platform: Facebook, Instagram, X (Twitter), dan YouTube. Konten dipilih secara purposif berdasarkan tingkat interaksi tinggi (≥ 100 reaksi/komentar) dan relevansi dengan isu keberagaman. Kedua, data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap 13 informan pengguna aktif media sosial, pengelola kanal keagamaan, dan pegiat dialog lintas iman yang dijaring dengan teknik snowball sampling dari berbagai komunitas daring di Indonesia.

Tiga teknik utama (Sugiono & Lestari, 2021) digunakan (1): analisis konten, wawancara semi-terstruktur, dan observasi partisipan daring. Analisis konten dilakukan secara manual dengan pendekatan lexicon-based sentiment scoring sederhana untuk mengidentifikasi nada pesan positif, negatif, atau netral terhadap keberagaman. Kategori “pesan positif” mencakup narasi toleransi dan doa lintas iman, sedangkan “pesan negatif” menandai ujaran eksklusif atau penolakan terhadap kelompok berbeda. Wawancara dan observasi digunakan untuk menelusuri persepsi pengguna tentang kenyamanan dalam kelompok seiman serta pandangan mereka terhadap dialog lintas agama. Triangulasi sumber dan metode (Sari, 2024) diterapkan untuk menjamin validitas temuan, disertai member checking dengan beberapa informan kunci.

Analisis dilakukan dalam dua tahap. *Tahap pertama*, analisis deskriptif kuantitatif, mengukur distribusi pesan eksklusif dan inklusif. Hasil menunjukkan sekitar 63% interaksi bernada eksklusif, sedangkan konten yang menonjolkan pluralisme hanya 21%. *Tahap kedua*, analisis tematik induktif, digunakan untuk menafsirkan data wawancara dan observasi. Dari proses pengodean muncul tiga tema utama: (1) homogenisasi interaksi akibat algoritma, (2) kenyamanan psikologis dalam komunitas homogen, dan (3) resistensi terhadap dialog lintas agama.

Kerangka teori Pariser (2011) dan (Sunstein, 2001) digunakan untuk menafsirkan hubungan antara algoritma dan pembentukan bias keagamaan. Namun, mekanisme algoritmik yang dikaji bersifat inferensial, yakni disimpulkan dari pola interaksi pengguna, bukan dari data internal sistem platform. Dimensi religiusitas dan kesadaran pluralisme turut diperhitungkan sebagai faktor yang memperkuat atau melemahkan efek algoritmik tersebut. Analisis kuantitatif bersifat deskriptif, tidak

bertujuan untuk generalisasi statistik, melainkan memberikan konteks terhadap kecenderungan pola pesan.

Penelitian ini hanya menganalisis konten publik yang dapat diakses secara terbuka di empat platform media sosial, tanpa menjangkau pesan pribadi atau grup tertutup. Periode analisis dibatasi pada tahun 2022–2024 sehingga belum merepresentasikan perubahan algoritma terbaru. Selain itu, interpretasi terhadap mekanisme algoritmik bersifat tidak langsung (inferensial), karena tidak menggunakan data internal dari pihak penyedia platform.

Etika penelitian dijaga (Creswell, 2018) melalui kerahasiaan identitas informan dan penggunaan data publik secara hati-hati sesuai prinsip privasi digital. Dengan rancangan ini, metode campuran memberikan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana ruang gema digital membentuk eksklusivisme beragama sekaligus membuka peluang bagi strategi komunikasi lintas iman yang lebih inklusif di ruang digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa algoritma media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk ruang gema (*echo chamber*) yang memperkuat eksklusivisme keagamaan. Setiap platform memiliki pola interaksi dan fitur yang secara teknis dan sosial mendorong pengguna untuk berinteraksi dalam lingkup homogen.

Pada Facebook, sistem rekomendasi berdasarkan interaksi sebelumnya mempersempit paparan pengguna terhadap pandangan berbeda. Grup-grup tertutup menjadi ruang diskusi yang memperkuat pandangan keagamaan tertentu tanpa kritik eksternal. Instagram, dengan karakter visual dan algoritma berbasis minat, memperkuat narasi identitas melalui tagar seperti #islam, #kristen, atau #spiritualitas, yang mengarahkan pengguna pada konten dengan sudut pandang tunggal. Twitter (X) memfasilitasi diskusi cepat dan terbuka, tetapi algoritmanya memperkuat polarisasi melalui retweet dan like pada konten serupa, membuat pengguna jarang terpapar opini berbeda. Sedangkan YouTube, dengan sistem rekomendasi otomatis, memperkuat feed homogen melalui fitur “putar berikutnya”, sehingga pengguna terus mengonsumsi konten dari kanal keagamaan yang serupa.

Tabel 1. Pola Interaksi dan Dampak Media Sosial terhadap *Echo Chamber* dan Eksklusivisme Beragama

Platform	Pola Interaksi	Fitur Pendukung	Dampak pada Ruang Gema	Dampak terhadap Eksklusivisme
Twitter	Retweet dan <i>like</i> pada konten sejenis; diskusi terbatas antar pengguna dengan pandangan sama.	Algoritma berbasis keterlibatan tinggi dan topik tren.	Memperkuat homogenitas pendapat.	Meningkatkan pandangan eksklusif dan meminimalkan paparan alternatif.
Instagram	Konten visual keagamaan mendominasi interaksi kelompok homogen.	Rekomendasi berbasis preferensi dan jejaring akun.	Memperkuat narasi kelompok dengan estetika emosional.	Mendorong polarisasi melalui pesan visual dan simbol religius.
Facebook	Grup dan halaman tertutup menjadi ruang diskusi komunitas homogen.	Fitur “Grup disarankan” dan grup privat.	Membangun ekosistem tertutup yang sulit diakses luar.	Menghasilkan sikap eksklusif melalui narasi kelompok tertutup.
YouTube	Video direkomendasikan berulang dari kanal serupa.	Sistem rekomendasi otomatis dan <i>autoplay</i> .	Membatasi paparan terhadap sudut pandang berbeda.	Menguatkan kepercayaan tunggal dan mempersempit ruang dialog.

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Tabel 1 menunjukkan bagaimana pola interaksi dan fitur teknologis di tiap platform memperkuat kecenderungan ruang gema dan berdampak langsung terhadap peningkatan eksklusivisme beragama.

Distribusi sentimen dan pola eksklusivisme, dalam 203 konten keagamaan menunjukkan dominasi narasi negatif dan eksklusif di sebagian besar platform media sosial. Analisis dilakukan dengan mengelompokkan setiap konten berdasarkan sentimen positif, negatif, dan netral, serta tingkat relevansinya terhadap isu eksklusivisme beragama.

Tabel 2. Jumlah Konten dan Distribusi Sentimen

Platform	Total Konten	Konten Eksklusif (Jumlah)	Sentimen Positif (%)	Sentimen Negatif (%)	Sentimen Netral (%)
Facebook	58	25	40	45	15
Twitter	72	40	25	60	15
Instagram	38	10	50	30	20
YouTube	35	18	35	50	15
Total	203	93	—	—	—
Rata-rata (%)	—	—	37,5	46,25	16,25

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Tabel 2 menunjukkan bahwa 46,25% konten bernada negatif dan hanya 37,5% yang bersifat positif, memperlihatkan kecenderungan narasi eksklusivisme yang kuat. Twitter menjadi platform dengan tingkat eksklusivitas tertinggi, diikuti Facebook dan YouTube. Sementara itu, Instagram relatif lebih inklusif dengan dominasi visual inspiratif dan narasi sosial kolaboratif.

Konten negatif umumnya memuat tiga tema utama: *Pertama*, Intoleransi Beragama – penolakan terhadap kelompok berbeda dan klaim kebenaran tunggal. *Kedua*, Stigmatisasi – penggambaran stereotip terhadap kelompok minoritas. *Ketiga*, Polarisasi – narasi yang menonjolkan perbedaan dan memperkuat segregasi sosial.

Sebaliknya, konten positif menyoroti pesan toleransi, dialog antaragama, kegiatan sosial lintas iman, dan pesan perdamaian, meskipun frekuensinya lebih rendah. Adapun konten netral (16,25%) umumnya berupa berita, dokumentasi ritual, atau kutipan moral universal yang tidak mengandung bias teologis.

Temuan kualitatif mengenai dinamika interaksi dan persepsi pengguna menunjukkan pola yang konsisten dengan hasil kuantitatif. Dari wawancara terhadap 13 informan, mayoritas mengakui bahwa algoritma media sosial membatasi paparan terhadap pandangan yang berbeda. Misalnya, seorang pengguna Facebook menuturkan, “Konten yang muncul di linimasa saya sering memperkuat pandangan yang sama; sulit menemukan sudut pandang lain.”

Di Twitter, sebagian pengguna merasa ruang diskusi cepat cenderung memicu debat dan polarisasi. Seorang informan mengatakan, “Ketika pandangan saya berbeda sedikit saja, responsnya langsung keras. Diskusinya jarang berakhir saling memahami.”

Beberapa informan juga menyoroti efek emosional dari ruang gema, di mana kenyamanan berinteraksi dengan sesama kelompok membuat mereka enggan berpartisipasi dalam dialog lintas agama. Fenomena ini menunjukkan adanya kenyamanan psikologis dalam homogenitas digital, yang memperkuat sikap defensif terhadap perbedaan.

Adapun dalam Pola Homogenisasi dan Implikasi Sosial, analisis integratif dari data menunjukkan tiga pola utama yang menjelaskan mekanisme eksklusivisme digital: *Pertama*, Homogenisasi Konten oleh Algoritma – algoritma menyajikan konten sejenis, mempersempit keragaman informasi dan memicu “gelembung informasi” (*filter bubble*). *Kedua*, Pembentukan Komunitas Tertutup – pengguna bergabung dalam grup daring homogen, yang memperkuat identitas kelompok dan resistensi terhadap pandangan luar. *Ketiga*, Efek Afektif Ruang Gema – interaksi intens di ruang seiman menciptakan keterikatan emosional sekaligus jarak sosial terhadap pihak lain.

Tiga pola ini berdampak langsung terhadap melemahnya pluralisme dan meningkatnya bias antarkelompok. Pernyataan seorang informan menguatkan pola ini dengan mengatakan: "Semakin sering saya melihat konten tentang kelompok saya yang diserang, semakin saya yakin bahwa kami harus menjaga jarak dari mereka."

Hasil penelitian tentang faktor-faktor yang memperkuat eksklusivisme beragama di ruang digital menunjukkan bahwa fenomena tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi dan secara bersama membentuk ruang komunikasi yang homogen. Faktor-faktor ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling melengkapi dan menciptakan siklus komunikasi tertutup yang membatasi ruang dialog antaragama.

Tabel berikut merangkum temuan faktor-faktor utama yang memperkuat eksklusivisme agama beserta dampak dan sumber buktinya.

Tabel 3. Matriks Faktor dan Dampak

Faktor	Dampak	Sumber Bukti
Algoritma Media Sosial	Memperkuat bias terhadap konten serupa	Wawancara dan observasi platform
Pemilihan Informasi Otomatis	Membatasi paparan terhadap pandangan alternatif	Wawancara dan analisis konten
Komunikasi Satu Arah	Mengurangi dialog lintas perspektif, meningkatkan validasi sosial homogen	Wawancara dan analisis konten
Komunitas Homogen/Tertutup	Mendorong bias kelompok dan menolak pandangan luar	Wawancara dengan pengguna komunitas
Kurangnya Kesadaran Pluralisme	Menurunkan toleransi dan apresiasi terhadap keberagaman	Wawancara dan analisis konten
Pengaruh Tokoh Agama/Influencer	Memperkuat narasi eksklusif dan memperburuk polarisasi	Observasi konten tokoh agama
Perlawanan terhadap Pandangan Berbeda	Mendorong polarisasi dan menghambat keharmonisan	Wawancara dan studi kasus

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Tabel 3 Matriks Faktor dan Dampak menunjukkan bahwa setiap faktor berkontribusi pada pembentukan ruang komunikasi tertutup. Algoritma memperkuat bias pengguna terhadap konten serupa; seleksi informasi otomatis membatasi paparan terhadap pandangan berbeda; dan komunitas tertutup menciptakan rasa aman semu yang memperkuat eksklusivisme. Ketika semua faktor ini bekerja bersama, terbentuklah mekanisme umpan balik berlapis yang memperkuat keyakinan kelompok secara terus-menerus.

Temuan penelitian juga mengungkap sejumlah strategi untuk meminimalkan dampak negatif ruang gema terhadap eksklusivisme beragama di ruang digital. Berdasarkan wawancara dan observasi media sosial, beberapa langkah utama diidentifikasi dari pengalaman para informan dan pola interaksi daring. Strategi yang paling menonjol adalah penguatan literasi digital keagamaan. Para informan menilai pemahaman tentang cara kerja algoritma penting agar pengguna tidak terjebak dalam konsumsi konten yang homogen. Empat dari lima informan yang menolak eksklusivisme menekankan perlunya pendidikan literasi digital untuk meningkatkan kesadaran terhadap bias algoritmik dan membuka ruang dialog lintas iman.

Selain itu, peningkatan dialog lintas agama di ruang digital dianggap efektif untuk menekan eksklusivisme. Lima informan menegaskan bahwa forum lintas iman mampu memperluas interaksi inklusif, meskipun ruang semacam ini masih terbatas. Interaksi positif di Twitter dan Instagram menunjukkan tingginya dukungan terhadap konten yang mendorong percakapan antaragama.

Temuan lainnya ialah pentingnya penyebaran konten yang menonjolkan nilai pluralisme dan toleransi. Kurangnya konten positif menjadi hambatan utama dalam melawan narasi eksklusif. Konten kreatif seperti video lintas iman, kisah inspiratif, atau kampanye sosial dinilai efektif memperluas jangkauan pesan inklusif dan menyeimbangkan algoritma yang cenderung berpihak pada konten eksklusif.

Peran tokoh agama dan influencer moderat juga menjadi faktor penting. Meski sudah ada tokoh yang mempromosikan toleransi, popularitas mereka masih kalah dibandingkan figur dengan narasi konfrontatif. Karena itu, keterlibatan aktif tokoh moderat di berbagai platform perlu diperkuat untuk menyeimbangkan wacana publik.

Beberapa informan juga menyoroti perlunya algoritma yang lebih berimbang dan kebijakan moderasi konten yang ketat untuk membatasi penyebaran ujaran kebencian dan memperluas konten edukatif. Di sisi lain, pendidikan agama yang menekankan narasi moderat dan inklusif dipandang mampu memutus siklus eksklusivisme digital sejak dulu.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa strategi mitigasi ruang gema menuntut sinergi antara literasi digital, dialog lintas iman, peran tokoh moderat, desain algoritma yang adil, dan pendidikan agama yang pluralis. Pendekatan ini diharapkan dapat membentuk ruang digital yang lebih terbuka, sehat, dan mendorong kerukunan antarumat beragama di Indonesia.

Pembahasan

Temuan empiris yang telah diuraikan sebelumnya memperlihatkan pola interaksi keagamaan di ruang digital yang semakin homogen, sehingga perlu dianalisis lebih dalam melalui kerangka teoritik tentang algoritma, ruang publik, dan eksklusivisme keagamaan. Algoritma media sosial menjadi faktor dominan yang menentukan bagaimana pengguna berinteraksi dengan konten keagamaan. Algoritma ini bekerja menyesuaikan konten dengan preferensi dan riwayat interaksi pengguna, sehingga menciptakan isolasi ideologis yang memperkuat pandangan keagamaan tertentu. Seorang informan mengaku, "Saya sering menerima konten yang sejalan dengan pandangan saya. Jarang sekali saya melihat sesuatu yang berbeda". (R4, 18 Februari 2024). Proses ini menggambarkan secara konkret konsep *echo chamber* yang dikemukakan Sunstein (2001) di mana pengguna hanya terpapar informasi yang mendukung keyakinan mereka sendiri, sementara pandangan alternatif semakin terpinggirkan.

Selain itu, seleksi informasi otomatis oleh pengguna sendiri mempersempit ruang perjumpaan lintas perspektif. Banyak pengguna secara sadar hanya mengikuti akun atau grup dengan keyakinan yang serupa. "Saya hanya bergabung dengan grup yang mendukung pandangan saya; grup lain tidak menarik perhatian saya," ungkap salah satu informan (R7, 22 Februari 2024). Pola ini menguatkan pandangan (Sunstein, 2001) bahwa ruang digital cenderung menciptakan echo chamber ketika interaksi daring didominasi oleh individu yang memiliki pandangan serupa. Temuan ini sejalan dengan konsep filter bubble dari Pariser (2011) di mana algoritma personalisasi membuat pengguna hanya terekspos pada konten yang mendukung keyakinan mereka.

Namun demikian, hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa intensitas efek ruang gema tidak bersifat seragam. Seperti ditunjukkan oleh Ludovic Terren & Rosa Borge-Bravo (2021) dalam tinjauan sistematis terhadap 55 studi, isu identitas terutama agama memiliki tingkat polarisasi tertinggi dibandingkan isu lain. Hal ini menjelaskan mengapa konten keagamaan dalam penelitian ini menunjukkan dominasi narasi eksklusif yang lebih kuat dibandingkan tema sosial lainnya.

Lebih lanjut, temuan penelitian ini juga selaras dengan studi Novak dkk. (2022) yang meneliti interaksi lintas agama di Instagram. Mereka menemukan bahwa meskipun ruang digital bersifat *superdiverse* secara budaya, pengguna tetap membangun "gelembung konten" berdasarkan afiliasi keagamaan, mirip dengan fenomena eksklusivisme digital yang ditemukan dalam studi ini. Hal tersebut memperkuat argumen bahwa personalisasi algoritmik tidak hanya mempersempit paparan informasi, tetapi juga memperkuat identitas keagamaan sebagai batas sosial dalam komunikasi daring.

Selain itu, hasil penelitian ini juga memperkuat analisis Andok (2023) yang membedakan dua mekanisme utama pembentukan eksklusivisme digital: filter bubble sebagai efek teknis algoritma dan

echo chamber sebagai efek sosial dari interaksi homogen. Keduanya bekerja simultan dalam konteks keagamaan Indonesia, di mana pengguna tidak hanya dikurung oleh algoritma, tetapi juga oleh jejaring sosial yang memperkuat pandangan keimanan tertentu. Dengan demikian, eksklusivisme digital tidak dapat dipahami semata sebagai perilaku individu, melainkan sebagai hasil interaksi kompleks antara teknologi, struktur sosial daring, dan lemahnya kesadaran pluralisme.

Ketika komunitas daring beroperasi tanpa keberagaman pandangan, ruang publik digital kehilangan fungsinya sebagai arena pertukaran ide lintas iman, sebagaimana diidealkan dalam teori ruang publik komunikasi (Habermas, 1989). Dalam kerangka Habermasian, ruang publik berfungsi sebagai wadah rasionalitas komunikatif tempat warga bertukar argumen secara terbuka tanpa dominasi ideologis. Namun, logika algoritmik media sosial justru menciptakan apa yang disebut "*fragmented publics*" (Dahlberg, 2007), di mana percakapan terpecah ke dalam subkomunitas dengan nilai dan pandangan serupa. Kondisi ini menggeser prinsip deliberatif menjadi prinsip konfirmasi, di mana komunikasi berfungsi untuk memperkuat identitas kelompok, bukan membangun kesepahaman lintas batas.

Dalam konteks keagamaan, degradasi ruang publik digital ini semakin kompleks karena faktor ideologis dan emosional yang melekat pada identitas agama. Studi Papacharissi (2010) tentang "A Private Sphere" menyoroti bagaimana media digital mendorong partisipasi yang bersifat ekspresif ketimbang deliberatif, di mana individu lebih menonjolkan identitas pribadi atau kelompok daripada membangun dialog bersama. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Cinelli dkk. (2021) yang menunjukkan bahwa algoritma media sosial menciptakan echo chamber yang memperkuat segregasi nilai dan keyakinan di antara pengguna. Akibatnya, ruang publik digital kehilangan kapasitas untuk memediasi perbedaan secara rasional dan berubah menjadi ruang isolasi ideologis yang menurunkan kualitas deliberasi sosial.

Fenomena ini menunjukkan bahwa ketika ruang publik digital kehilangan keragaman pandangan, komunikasi keagamaan cenderung bertransformasi menjadi ruang afirmasi yang tertutup. Dalam kondisi tersebut, pengguna tidak lagi terdorong untuk berpartisipasi dalam dialog reflektif, melainkan sekadar memperkuat pandangan yang sudah ada.

Kurangnya kesadaran pluralisme turut memperkuat kecenderungan ini. Beberapa informan mengaku tidak memiliki dorongan untuk memahami agama lain karena lingkungan mereka tidak menekankan pentingnya keberagaman. Minimnya paparan terhadap wacana pluralistik menjadikan pengguna lebih mudah menerima narasi sempit tentang kebenaran tunggal dan memperkuat batas identitas kelompok.

Selain itu, peran tokoh agama dan influencer digital juga memiliki pengaruh signifikan dalam memperkuat eksklusivisme. Konten ceramah atau unggahan keagamaan yang disampaikan secara rutin oleh figur berpengaruh cenderung menguatkan keyakinan homogen. Dalam konteks ini, algoritma memperlakukan tokoh-tokoh tersebut sebagai bentuk baru otoritas keagamaan digital (digital religious authority), di mana otoritas spiritual diperkuat bukan melalui kedalaman ilmu, tetapi melalui popularitas dan jumlah pengikut di ruang digital.

Keterkaitan antar faktor ini membentuk pola spiral eksklusivisme digital. Kondisi ini menunjukkan mekanisme umpan balik yang berlapis, di mana pengguna secara tidak sadar terus terpapar pada konten yang memperkuat keyakinannya sendiri. Fenomena ini sejalan dengan konsep confirmation bias, di mana individu cenderung mencari dan menerima informasi yang sesuai dengan pandangannya, sementara menolak informasi yang berbeda. Sunstein (2001) menyebut mekanisme ini sebagai *cyberbalkanization* fragmentasi sosial akibat paparan terbatas terhadap pandangan yang seragam. Sementara itu, Pariser (2011) melalui konsep filter bubble menegaskan bahwa algoritma media sosial mempersempit ruang deliberasi publik dengan mengurung pengguna dalam "gelembung" informasi personal.

Penelitian terbaru oleh Cinelli dkk. (2021) memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa echo chamber di media sosial beroperasi secara lintas platform dan konsisten memperkuat polarisasi ideologis. Dalam konteks keagamaan, mekanisme ini memperkuat

eksklusivisme dengan menggabungkan bias kognitif pengguna dan seleksi algoritmik menjadi satu siklus tertutup yang sulit ditembus. Dengan demikian, ruang digital kehilangan fungsi kritisnya sebagai arena dialog lintas iman, dan justru bertransformasi menjadi ruang konfirmasi identitas keagamaan yang semakin mengeras.

Dalam konteks komunikasi keagamaan, eksklusivisme digital membawa konsekuensi sosial yang nyata. Pola komunikasi yang seragam membuat interaksi antariman kehilangan kedalaman dialog dan ruang refleksi. Ketika media sosial hanya memantulkan pandangan sejenis, empati sosial perlahaan melemah dan kesediaan untuk memahami perbedaan berkurang. Di Indonesia, kondisi ini tampak dalam terbentuknya komunitas keagamaan daring yang cenderung eksklusif—menyediakan rasa aman dan solidaritas internal, tetapi sekaligus memperlebar jarak antar kelompok. Jika tidak diimbangi dengan literasi digital dan kesadaran lintas iman, ruang digital berpotensi berubah menjadi ruang sosial yang tertutup, di mana kohesi antarumat beragama tergerus oleh isolasi ideologis yang dibangun oleh algoritma dan perilaku komunikasi homogen.

Meski demikian, penelitian ini juga menemukan adanya upaya perlawanan terhadap kecenderungan eksklusivisme digital. Beberapa komunitas daring dan tokoh agama progresif mulai memanfaatkan platform media sosial untuk membangun dialog lintas iman. Kanal YouTube dan grup Facebook yang berfokus pada toleransi, misalnya, menghadirkan konten kolaboratif antarumat beragama yang menekankan nilai empati dan kerja sama sosial. Temuan ini menegaskan bahwa algoritma tidak bersifat deterministik, melainkan membentuk kecenderungan yang masih dapat dipengaruhi oleh perilaku pengguna; dengan demikian, algoritma dapat diarahkan secara positif melalui produksi dan konsumsi konten inklusif yang memperluas ruang dialog lintas keyakinan.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini mengidentifikasi beberapa strategi untuk meminimalkan dampak negatif ruang gema terhadap eksklusivisme beragama. Penguatan literasi digital keagamaan menjadi langkah krusial agar pengguna memahami cara kerja algoritma dan bersikap kritis terhadap bias konten yang mereka konsumsi. Selain itu, perlu didorong dialog lintas iman serta penyebaran konten yang menonjolkan nilai pluralisme dan toleransi, sehingga ruang digital tidak hanya memperkuat perbedaan, tetapi juga membuka peluang bagi kolaborasi dan empati sosial. Peran tokoh agama moderat dan kebijakan platform digital yang transparan turut menjadi faktor penting dalam membangun ekosistem komunikasi yang seimbang. Dengan demikian, ruang digital dapat diarahkan menjadi arena komunikasi yang tidak sekadar menegaskan identitas kelompok, tetapi juga menumbuhkan eksklusivisme yang reflektif dan toleran sebagai dasar harmoni antarumat beragama.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena echo chamber dalam media sosial berkontribusi nyata terhadap meningkatnya eksklusivisme beragama di ruang digital. Melalui analisis campuran antara data kuantitatif dan kualitatif, ditemukan bahwa algoritma berbasis keterlibatan (*engagement-based algorithm*) mempersempit keragaman interaksi dan membentuk ekosistem komunikasi keagamaan yang homogen. Pengguna cenderung berinteraksi dengan pandangan seiman, sementara pandangan berbeda terpinggirkan. Dalam konteks ini, algoritma tidak bersifat deterministik, melainkan membentuk kecenderungan yang masih dapat dipengaruhi oleh perilaku pengguna dan intervensi sosial di ruang digital. Eksklusivisme digital terbentuk melalui interaksi kompleks antara teknologi, perilaku sosial daring, dan otoritas keagamaan. Algoritma media sosial memperkuat bias pengguna terhadap konten homogen, sementara kebiasaan selektif dan lemahnya kesadaran pluralisme mempersempit ruang dialog lintas iman. Namun, temuan penelitian juga memperlihatkan potensi perlawanan melalui produksi dan konsumsi konten inklusif, peran tokoh moderat, serta inisiatif komunitas lintas agama yang menggunakan media sosial untuk memperkuat nilai toleransi dan empati sosial. Temuan ini sekaligus menjadi dasar bagi perumusan strategi mitigatif untuk meminimalkan dampak negatif *echo chamber*, melalui penguatan literasi digital keagamaan, perluasan dialog lintas iman, dan kebijakan platform yang mendorong keberagaman konten.

Implikasi akademik dari penelitian ini terletak pada kontribusinya terhadap pengembangan teori komunikasi digital keagamaan, khususnya dengan menunjukkan bagaimana algoritma bukan sekadar medium teknologis, tetapi juga agen sosial yang memediasi konstruksi identitas dan ruang publik keagamaan sebagaimana diidealkan oleh Habermas (1989) Temuan ini memperluas konsep *filter bubble* (Pariser, 2011) dan *echo chamber* (Sunstein, 2001) ke dalam konteks keagamaan Indonesia yang memiliki kompleksitas budaya dan pluralitas tinggi. Implikasi praktis mengarah pada perlunya strategi kolaboratif antara lembaga keagamaan, komunitas digital, dan pengembang platform media sosial. Pendidikan literasi digital keagamaan perlu diperkuat agar pengguna mampu memahami bias algoritmik dan berpartisipasi secara kritis dalam ruang publik digital. Di sisi lain, platform media sosial perlu mengembangkan kebijakan moderasi dan sistem rekomendasi yang lebih seimbang untuk mendorong keragaman konten dan mengurangi polarisasi berbasis agama. Untuk arah penelitian lanjutan, studi ini merekomendasikan penggunaan pendekatan *computational communication* guna menganalisis secara lebih mendalam mekanisme algoritmik yang memengaruhi interaksi keagamaan di dunia maya. Pendekatan ini dapat mengombinasikan *machine learning*, *network analysis*, dan *sentiment detection* untuk memetakan pola sirkulasi pesan keagamaan dan mengukur intensitas ruang gema lintas platform secara kuantitatif.

Ucapan Terima Kasih:

Penelitian ini didanai oleh Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRTPM) Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Ditjen Diktiristek) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia pada tahun 2024. Penulis menyampaikan terima kasih atas dukungan pendanaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Andok, M. (2023). Religious Filter Bubbles on Digital Public Sphere. *Religions*, 14(11), 1359. <https://doi.org/10.3390/rel14111359>
- APJII. (2024, Februari 7). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.) (Vol. 5th). SAGE Publications.
- Dahlberg, L. (2007). Rethinking the fragmentation of the cyberpublic: From consensus to contestation. *New Media & Society*, 9(5), 827–847. <https://doi.org/10.1177/1461444807081228>
- Faizin, B., Fitri, S. A., As, E., & Maylawati, D. S. (2024). *Polarization of Religious Issues in Indonesia's Social Media Society and Its Impact on Social Conflict*. In Review. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-3926320/v1>
- Farid, A. S. (2023). *Penggunaan Media Sosial dalam Kampanye Politik dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Politik dan Persepsi Publik*. 4 (1), 45–50.
- Ghifari, I. F. (2017). Radikalisme di Internet. *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama dan Lintas Budaya*, 1(2), 123. <https://doi.org/10.15575/rjsalb.v1i2.1391>
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. MIT Press.

- Ludovic Terren, L. T., & Rosa Borge-Bravo, R. B.-B. (2021). Echo Chambers on Social Media: A Systematic Review of the Literature. *Review of Communication Research*, 9. <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.028>
- Nasrullah, R. (2012). Politik Siber dan Terorisme Virtual. *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 13(1), 109–122. <https://doi.org/10.14421/esensia.v13i1.724>
- Novak, C., Haselbacher, M., Mattes, A., & Limacher, K. (2022). Religious “Bubbles” in a Superdiverse Digital Landscape? Research with Religious Youth on Instagram. *Religions*, 13(3), 213. <https://doi.org/10.3390/rel13030213>
- Novita, N. (2019). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Memilih Pemilih Pemula Kota Padang Pada Pemilihan Kepala Daerah Kota Padang Tahun 2018*.
- Papacharissi, Z. A. (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Polity.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*. Penguin Books.
- Sari, Y. (2024). *Metodelogi Penelitian Komunikasi Kualitatif*. CV.Mitra Edukasi Negeri.
- Sebastião, S. P. (2013). Zizi Papacharissi (2010, Malden, MA: Polity Press), A Private Sphere: Democracy in a Digital Age. *Comunicação e Sociedade*, 23, 306–309. [https://doi.org/10.17231/comsoc.23\(2013\).1631](https://doi.org/10.17231/comsoc.23(2013).1631)
- Sellita. (2022). Media Sosial dan Pemilu: Studi Kasus Pemilihan Presiden Indonesia. *Jurnal Lemhannas RI*, 10(3), 1–16. <https://doi.org/10.55960/jlri.v10i3.293>
- Sugiyono & Lestari. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunarto, A. (2017). Dampak Media Sosial Terhadap Paham Radikalisme. *Nuansa : Jurnal Studi Islam dan Kemasyarakatan*, 10(2). <https://doi.org/10.29300/nuansa.v10i2.647>
- Sunstein, C. (2001). *Republic.com*. Princeton University Press.