

**DAKWAH MULTIKULTURAL DI ERA DIGITAL: MEMBINGKAI
KERAGAMAN DALAM ALGORITMA MEDIA SOSIAL****Ariadi, Mahmuddin**Email : ariadiadi081@gmail.com, mahmuddin.dakwah@uin-alauddin.ac.id**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep dan implementasi dakwah multikultural dalam konteks era digital, dengan menyoroti dinamika media sosial sebagai ruang baru penyebaran nilai-nilai keislaman. Perubahan pola komunikasi akibat perkembangan teknologi informasi menuntut adanya pendekatan dakwah yang adaptif terhadap keberagaman budaya dan sosial masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan melalui analisis berbagai literatur yang relevan tentang dakwah, multikulturalisme, dan komunikasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah multikultural di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran ajaran Islam, tetapi juga sebagai instrumen rekonsiliasi sosial yang memperkuat nilai toleransi dan moderasi beragama. Strategi efektif yang ditemukan meliputi pemanfaatan algoritma media sosial, pengemasan pesan yang inklusif, dan kolaborasi lintas komunitas. Adapun tantangan utama dakwah di ruang digital meliputi penyebaran disinformasi, ujaran kebencian, dan bias algoritmik. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi digital keagamaan dan etika komunikasi Islam agar dakwah tetap relevan, humanis, dan menyejukkan di tengah kompleksitas dunia digital.

Kata kunci: Dakwah Multikultural, Media Sosial, Era Digital, Literasi Digital, Moderasi Beragama.

Abstract

This study aims to analyze the concept and implementation of multicultural da'wah within the digital era, focusing on the dynamics of social media as a new arena for spreading Islamic values. The transformation of communication patterns due to technological advancement requires an adaptive approach to the cultural and social diversity of society. This research employs a descriptive qualitative method using a library research approach, analyzing relevant literature on Islamic propagation, multiculturalism, and digital communication. The results reveal that multicultural da'wah on social media functions not only as a means of religious dissemination but also as a medium for social reconciliation that strengthens tolerance and religious moderation. Effective strategies include the utilization of social media algorithms, inclusive message packaging, and cross-community collaboration. The main challenges identified involve misinformation, hate speech, and algorithmic bias. Therefore, strengthening digital religious literacy and Islamic communication ethics is essential to ensure that da'wah remains relevant, humanistic, and peaceful amid the complexity of the digital world.

Keywords: Multicultural Da'wah, Social Media, Digital Era, Digital Literacy, Religious Moderation.

A. PENDAHULUAN

Dakwah Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan mendasar dalam pola interaksi sosial masyarakat modern. Media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan X (Twitter) kini telah menjadi ruang publik baru yang mengaburkan batas antara dunia privat dan sosial, antara dakwah tradisional dan dakwah digital. Menurut Rulli Nasrullah, kehadiran media sosial tidak hanya mengubah cara masyarakat berkomunikasi, tetapi juga membentuk budaya baru yang bercirikan partisipasi, kecepatan, dan keterbukaan.¹ Dalam konteks dakwah Islam, perubahan ini berimplikasi signifikan terhadap cara penyampaian pesan-pesan keagamaan. Dakwah bukan lagi proses satu arah dari dakwah kepada jamaah, melainkan dialogis dan interaktif, di mana khalayak turut menjadi bagian dari proses produksi makna keagamaan. Oleh karena itu, era digital menuntut dakwah tidak hanya menguasai substansi ajaran Islam, tetapi juga memahami logika komunikasi media digital agar pesan-pesan dakwah dapat diterima secara efektif dan kontekstual.

Di sisi lain, dakwah di era digital juga menghadirkan tantangan baru yang cukup kompleks. Globalisasi informasi dan keterbukaan akses komunikasi menghadapkan masyarakat pada beragam nilai, budaya, dan ideologi yang tidak selalu sejalan dengan nilai-nilai Islam. Situasi ini menuntut pendekatan dakwah (penjangkauan Islam) yang lebih fleksibel dan adaptif untuk menyikapi keberagaman tersebut. Azyumardi Azra menjelaskan bahwa dalam masyarakat yang pluralistik, Islam harus muncul sebagai kekuatan moral yang menenangkan dan mampu menjembatani perbedaan.² Dakwah yang mengabaikan konteks pluralitas sosial cenderung menciptakan eksklusivitas agama, yang dapat menimbulkan gesekan antarkelompok. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan model dakwah multikultural, yaitu dakwah yang berlandaskan

¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 108.

² Azyumardi Azra, *Identitas dan Krisis Budaya: Membangun Multikulturalisme Indonesia* (Jakarta: Prenada Media, 2007), 74.

semangat *rahmatan lil 'alamin* Islam sebagai rahmat bagi seluruh umat manusia dan menjunjung tinggi nilai-nilai keberagaman dalam kehidupan bermasyarakat.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat keberagaman etnis, budaya, dan agama tertinggi di dunia. Realitas ini menjadikan dakwah bukan hanya sebagai tugas spiritual, tetapi juga tanggung jawab sosial dalam membangun kerukunan dan toleransi dalam masyarakat. Sejak masa Walisongo (Walisongo Nahdliyyah), dakwah di nusantara telah menunjukkan keberhasilan yang luar biasa berkat penekanannya pada pendekatan kultural dan komunikasi yang santun.³ Para penyebar Islam pada masa itu tidak hanya mengajarkan akidah dan syariat, tetapi juga menanamkan nilai-nilai kemanusiaan seperti keadilan, solidaritas, dan kasih sayang melalui bahasa dan budaya lokal. Prinsip dakwah yang menghargai perbedaan ini menjadi fondasi yang kuat bagi dakwah multikultural di era modern, terutama ketika perbedaan kini tidak hanya bersifat geografis tetapi juga digital tercermin dalam cara berpikir, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri dalam komunitas daring.

Namun, dinamika dakwah di ruang digital tidak lepas dari risiko baru yang perlu diwaspadai. Maraknya penyebaran informasi palsu (hoaks), ujaran kebencian, dan radikalisme berbasis agama di media sosial menjadi tantangan serius bagi dunia dakwah. Menurut Ahmad Zainul Hamdi, media digital kerap menjadi arena perebutan makna keagamaan, di mana berbagai kelompok menggunakan simbol-simbol keagamaan untuk membangun legitimasi ideologis.⁴ Situasi ini menyebabkan dakwah yang seharusnya menebarkan perdamaian justru disalahgunakan untuk kepentingan politik identitas. Dalam kondisi ini, peran dakwah multikultural (dakwah Islam) menjadi semakin penting sebagai narasi keagamaan alternatif yang menekankan nilai-nilai moderasi, dialogis, dan kemanusiaan universal. Dakwah tidak lagi sekadar menyampaikan pesan

³ Acep Aripudin, *Dakwah Antarbudaya: Dari Budaya Lokal sampai Budaya Digital* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 42.

⁴ Ahmad Zainul Hamdi, *Dakwah dan Media Sosial: Menyemai Pesan Islam di Era Digital* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 81.

keagamaan; ia juga berfungsi sebagai gerakan moral untuk melawan ekstremisme dan intoleransi.

Berdasarkan kondisi tersebut, fokus penelitian ini diarahkan untuk memahami dakwah multikultural di era digital dari beberapa aspek kunci. Pertama, bagaimana konsep dakwah multikultural dapat diimplementasikan dalam konteks media sosial yang dinamis dan terbuka. Kedua, bagaimana algoritma media sosial berperan dalam membentuk persepsi dan jangkauan pesan dakwah. Ketiga, strategi apa yang dapat digunakan untuk memastikan pesan dakwah tetap relevan, menarik, dan berdampak di tengah keberagaman audiens digital. Dan keempat, tantangan apa saja yang dihadapi dalam menjaga nilai-nilai dakwah agar tidak terdistorsi oleh arus informasi dan budaya digital. Dengan membahas keempat aspek tersebut, makalah ini berupaya memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan model dakwah Islam yang kontekstual, inklusif, dan efektif dalam masyarakat multikultural.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam fenomena dakwah multikultural di era digital melalui analisis makna, konteks sosial, dan strategi komunikasi keagamaan yang berkembang di media sosial. Pendekatan ini dipilih karena lebih relevan dalam mengeksplorasi nilai, makna, dan praktik dakwah secara kontekstual, alih-alih sekadar mengukur frekuensi atau statistik. Menurut Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif bertujuan untuk mengungkap fenomena secara holistik dalam konteks alaminya, dengan peneliti sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan dan analisis data.⁵

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan

⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 6.

(library research). Penelitian dilakukan dengan mengkaji berbagai literatur, baik primer maupun sekunder, terkait dakwah, komunikasi multikultural, dan pemanfaatan media digital dalam menyebarkan ajaran Islam. Sumber data primer meliputi buku-buku karya tokoh seperti M. Quraish Shihab, Azyumardi Azra, dan Rulli Nasrullah yang membahas tema-tema dakwah dan media. Sumber sekunder meliputi artikel jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, dan dokumen daring yang relevan dengan topik penelitian.

Proses penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan utama.

Tahap pertama adalah pengumpulan data dengan mengidentifikasi dan mengkaji sumber-sumber literatur yang kredibel dan terkini, baik dari jurnal nasional maupun internasional.

Tahap kedua adalah reduksi data, yaitu proses pemilihan dan penyaringan informasi penting yang relevan dengan fokus kajian dakwah multikultural di ruang digital.

Tahap ketiga adalah penyajian data, di mana data yang telah diklasifikasikan disusun secara sistematis untuk menunjukkan hubungan antara teori, konteks, dan temuan lapangan (dalam hal ini, konteks media sosial).

Tahap keempat adalah analisis dan interpretasi data menggunakan pendekatan analisis isi, sebagaimana dijelaskan oleh Klaus Krippendorff, yang melibatkan pemahaman pesan dan simbol komunikasi untuk mengungkap makna tersembunyi di balik teks dan media.⁶

Pada tahap analisis, peneliti berupaya mengidentifikasi pola-pola dalam hubungan antara dakwah, media digital, dan nilai-nilai multikultural. Analisis dilakukan dengan membandingkan pandangan para ahli,

⁶ Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (Los Angeles: SAGE Publications, 2019), 26.

menghubungkannya dengan konteks sosial masyarakat digital, dan menafsirkan arah pengembangan dakwah yang relevan bagi generasi saat ini. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya bersifat deskriptif tetapi juga memberikan pemahaman reflektif tentang strategi dakwah Islam di era algoritmik.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dakwah Multikultural dalam Konteks Era Digital

Dakwah multikultural adalah proses penyampaian ajaran Islam yang menghargai perbedaan budaya, bahasa, dan latar belakang sosial. Dalam pandangan M. Quraish Shihab, konsep dakwah harus dilandasi semangat *rahmatan lil 'alamin*, yang berarti misi Islam sebagai rahmat bagi seluruh alam.⁷ Prinsip ini menekankan bahwa dakwah tidak hanya bertujuan mengajarkan hukum agama, tetapi juga menumbuhkan nilai-nilai kemanusiaan universal seperti keadilan, kasih sayang, dan perdamaian. Oleh karena itu, dakwah yang eksklusif, yang hanya menekankan identitas kelompok tertentu, bertentangan dengan hakikat universal Islam. Pemikiran ini sejalan dengan pandangan Nuruddin yang menekankan bahwa dakwah multikultural harus dikemas dalam bentuk komunikasi dua arah yang mendorong dialog antarbudaya.⁸ Bagi Nuruddin, keberhasilan dakwah dalam masyarakat majemuk bergantung pada kemampuan da'i untuk memahami konteks sosiokultural khalayaknya dan membangun ruang komunikasi yang egaliter. Dengan demikian, dakwah multikultural bukan hanya sarana penyampaian pesan-pesan keagamaan, tetapi juga instrumen penguatan harmoni sosial dan solidaritas antarmanusia di tengah perbedaan.

Transformasi teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam praktik dakwah. Menurut Rulli Nasrullah, media sosial telah mengubah cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi dengan pesan, termasuk dalam ranah

⁷ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an di Era Digital* (Jakarta: Lentera Hati, 2019), 45.

⁸ Nuruddin, *Komunikasi dan Dakwah Multikultural* (Jakarta: Kencana, 2019), 87

keagamaan.⁹ Ruang dakwah yang dulunya terbatas pada masjid atau majelis taklim, kini telah bergeser ke platform digital seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan Twitter. Pergeseran ini menandai pergeseran paradigma dakwah dari monologis menjadi dialogis, dari ceramah satu arah menjadi komunikasi dua arah yang interaktif. Acep Aripudin menambahkan bahwa dalam konteks dakwah lintas budaya, kemampuan beradaptasi dengan bahasa, simbol, dan gaya komunikasi digital merupakan kunci efektivitas pesan.¹⁰ Dakwah di ruang digital menuntut para da'i untuk memahami tidak hanya teks-teks keagamaan, tetapi juga konteks sosial dan psikologis khalayak yang hidup dalam budaya media. Hal ini menjadikan literasi digital sebagai bagian integral dari kompetensi dakwah modern.

Namun, di balik peluang-peluang penting ini, terdapat tantangan serius yang perlu dicermati. Globalisasi informasi di ruang digital telah melahirkan interaksi lintas budaya yang intens, yang seringkali menimbulkan benturan nilai dan interpretasi ajaran Islam. Syamsul Arifin berpendapat bahwa dalam konteks ini, dakwah harus dilandasi semangat keterbukaan dan penghormatan terhadap pluralitas sebagai bagian dari *sunnatullah* (hukum Tuhan), bukan ancaman bagi kemurnian ajaran.¹¹ Seorang dai dituntut untuk menjadi mediator budaya yang tidak hanya menyampaikan pesan-pesan keagamaan, tetapi juga menumbuhkan rasa saling menghormati di antara berbagai komunitas. Dakwah semacam itu tidak lagi berfungsi semata-mata untuk mengajak, tetapi juga untuk mempersatukan dan mendamaikan.

Keberagaman khalayak di dunia digital menuntut kompetensi komunikasi antarbudaya yang tinggi. Safrudin Aziz menekankan bahwa kreativitas merupakan

⁹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 112.

¹⁰ Acep Aripudin, *Dakwah Antarbudaya: Dari Budaya Lokal sampai Budaya Digital* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 59.

¹¹ Syamsul Arifin, *Islam dan Multikulturalisme di Indonesia: Dari Politik Identitas ke Ruang Publik Inklusif* (Malang: UMM Press, 2016), 104.

faktor kunci dalam menarik perhatian khalayak digital, yang cenderung lebih responsif terhadap pesan singkat, visual yang menarik, dan narasi yang ringan.¹² Ahmad Zainul Hamdi menambahkan bahwa keberhasilan dakwah digital sangat ditentukan oleh kemampuan dakwah dalam memahami algoritma media sosial dan perilaku pengguna internet, agar pesan yang disampaikan tidak tenggelam oleh deras arus informasi.¹³ Dengan kata lain, dakwah di era digital tidak bisa lagi bertumpu pada ceramah konvensional; dakwah harus disampaikan secara kontekstual dan komunikatif, menyesuaikan dengan gaya hidup dan cara berpikir masyarakat digital.

Sebagai implikasinya, dakwah multikultural di ruang digital memiliki potensi besar sebagai instrumen rekonsiliasi sosial di tengah meningkatnya polarisasi identitas keagamaan. Ahmad Najib Burhani, dalam kajiannya tentang orientasi keagamaan Muhammadiyah, menunjukkan bahwa pendekatan keagamaan yang moderat dan terbuka dapat menjadi pilar penting dalam membangun toleransi antarumat beragama di ruang publik.¹⁴ Dalam konteks ini, dakwah digital yang berorientasi multikultural berfungsi sebagai narasi tandingan terhadap ujaran kebencian dan ekstremisme yang merajalela di media sosial. Dakwah bukan lagi sekadar aktivitas keagamaan, melainkan juga gerakan budaya yang meneguhkan nilai-nilai Islam yang damai, inklusif, dan humanis. Dengan demikian, dakwah multikultural di era digital hadir sebagai kekuatan sosial yang mampu menjembatani keberagaman dan memperkuat kohesi dalam masyarakat global.

2. Algoritma Media Sosial dan Dinamika Keragaman

¹² Safrudin Aziz, *Dakwah Digital: Teori dan Praktik di Era Media Baru* (Yogyakarta: Buku Litera, 2018), 91.

¹³ Ahmad Zainul Hamdi, *Dakwah dan Media Sosial: Menyemai Pesan Islam di Era Digital* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 73.

¹⁴ Ahmad Najib Burhani, "Pluralism, Liberalism and Islamism: Religious Outlook of Muhammadiyah," *Studia Islamika* Vol. 25, No. 3 (2018): 412.

Algoritma media sosial adalah sistem logis yang dirancang untuk mengatur, memilih, dan menampilkan konten berdasarkan perilaku dan preferensi pengguna. Dalam konteks dakwah digital, algoritma memainkan peran sentral dalam menentukan sejauh mana pesan-pesan keagamaan menjangkau khalayak. Hanan Badr dan Sarah Anne Ganter menjelaskan bahwa algoritma menciptakan ruang publik baru yang disebut ranah publik algoritmik, tempat interaksi sosial dimediasi oleh kecerdasan buatan yang menyeleksi informasi berdasarkan minat pengguna.¹⁵ Ini berarti bahwa apa yang diterima orang di media sosial bukanlah representasi realitas yang netral, melainkan hasil penyaringan yang telah "dibingkai" oleh logika sistem. Dalam konteks dakwah, hal ini menunjukkan bahwa penyebaran pesan-pesan keagamaan tidak sepenuhnya bergantung pada kualitas konten, tetapi juga pada kemampuan konten untuk beradaptasi dengan pola operasi algoritma.

Fenomena *filter bubble* dan *echo chamber* merupakan dua implikasi paling signifikan dari sistem algoritmik. Eli Pariser menggambarkan gelembung filter sebagai situasi di mana pengguna hanya menerima informasi yang memperkuat pandangan mereka sendiri, sementara ruang gema menciptakan ruang gema di mana ide dan opini yang seragam diulang tanpa tantangan kritis.¹⁶ Situasi ini berdampak pada dakwah multikultural karena pesan yang disampaikan oleh dai dapat terperangkap dalam audiens yang homogen. Pesan dakwah, yang seharusnya melampaui batas sosial dan budaya, justru terkurung dalam ruang sempit yang memperkuat eksklusivitas pandangan agama. Safiya Umoja Noble bahkan menyoroti sisi gelap algoritma, yang cenderung memperkuat bias sosial, termasuk diskriminasi berdasarkan ras, gender, atau agama, melalui pola penyajian konten yang tidak netral.¹⁷ Oleh karena itu, memahami algoritma

¹⁵ Hanan Badr dan Sarah Anne Ganter, "Digital Media and the Algorithmic Public Sphere," *Media and Communication* Vol. 8, No. 4 (2020): 39–50.

¹⁶ Eli Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You* (New York: Penguin Press, 2011), 9–12.

¹⁷ Safiya Umoja Noble, *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism* (New York: NYU Press, 2018), 89.

merupakan syarat mendasar bagi dai untuk dapat menavigasi pesan dakwah di ruang digital yang dikendalikan oleh logika mesin.

Dalam konteks dakwah multikultural, algoritma media sosial dapat menjadi peluang sekaligus tantangan. Di satu sisi, algoritma dapat memperluas jangkauan pesan dakwah dengan menghubungkannya dengan pengguna yang memiliki minat serupa. Misalnya, konten bertema toleransi atau harmoni yang dikemas secara menarik dapat direkomendasikan secara luas jika mendapatkan interaksi yang tinggi, seperti suka, komentar, dan bagikan. Namun, di sisi lain, algoritma juga dapat mempersempit ruang dialog antarbudaya ketika pengguna hanya berinteraksi dalam komunitas yang memiliki pandangan serupa. Rulli Nasrullah menekankan bahwa media digital pada dasarnya bersifat paradoks: ia membuka komunikasi global sekaligus memperkuat hambatan identitas digital.¹⁸ Oleh karena itu, para pendakwah perlu memandang algoritma bukan sebagai musuh, melainkan sebagai ekosistem yang harus dipahami dan dikelola secara strategis.

Upaya mengoptimalkan algoritma untuk dakwah multikultural dapat dicapai melalui beberapa strategi. Pertama, mengoptimalkan optimasi mesin pencari (SEO) dan penggunaan tagar yang relevan dapat membantu memperluas distribusi pesan ke berbagai segmen audiens. Kedua, produksi konten harus mempertimbangkan tingkat interaksi semakin tinggi interaksi, semakin besar kemungkinan algoritma akan menampilkan konten di beranda publik. Ketiga, kolaborasi lintas komunitas merupakan cara yang efektif untuk menembus batasan algoritma, karena konten kolaboratif biasanya menjangkau audiens yang lebih beragam. Ahmad Izudin menekankan bahwa dakwah di era digital menuntut kolaborasi algoritmik, yaitu kemampuan membaca pola media sosial agar pesan dakwah mampu melampaui batas-batas identitas kelompok.¹⁹ Dengan demikian,

¹⁸ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 143.

¹⁹ Ahmad Izudin, *Dakwah Era Digital: Konsep dan Praktik* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 104.

algoritma yang dulu dianggap sebagai hambatan bagi dakwah multikultural, dapat ditransformasikan menjadi instrumen yang mendukung terciptanya ruang publik yang inklusif dan harmonis.

Oleh karena itu, memahami algoritma media sosial tidak hanya krusial bagi strategi komunikasi, tetapi juga untuk menumbuhkan kesadaran kritis dalam berdakwah. Para pendakwah harus menyadari bahwa pesan mereka tidak beroperasi dalam ruang hampa, melainkan dalam suatu sistem dengan bias-biasnya sendiri. Oleh karena itu, dakwah multikultural di era algoritmik harus dirancang tidak hanya untuk menyebarkan kebaikan, tetapi juga untuk membongkar bias dan mengembalikan media sosial sebagai ruang dialog lintas budaya. Dengan pendekatan ini, dakwah digital tidak hanya menjadi aktivitas keagamaan, tetapi juga praktik sosial yang berkontribusi pada pengembangan kesadaran multikultural di masyarakat global.

3. Strategi Dakwah Multikultural di Media Sosial

Keberhasilan dakwah multikultural di era digital tidak hanya ditentukan oleh kedalaman pesan, tetapi juga oleh strategi komunikasi yang digunakan. Media sosial, sebagai ruang dakwah, menuntut pendekatan kreatif dan partisipatif yang relevan dengan budaya digital khalayak. Menurut Safrudin Aziz, karakteristik utama media baru adalah keterlibatan aktif pengguna dalam memproduksi, mendistribusikan, dan menafsirkan pesan.²⁰ Oleh karena itu, pendekatan dakwah yang satu arah dan kaku tidak lagi efektif. Da'i dituntut menjadi komunikator yang mampu beradaptasi dengan dinamika budaya media, termasuk pola pikir, gaya bahasa, dan preferensi visual generasi digital. Pendekatan ini menekankan bahwa dakwah bukan sekadar "menyampaikan," tetapi juga "berdialog" dalam konteks sosial yang pluralistik dan terbuka.

Dari segi konten, pesan dakwah harus dirancang dengan memperhatikan

²⁰ Safrudin Aziz, *Dakwah Digital: Teori dan Praktik di Era Media Baru* (Yogyakarta: Buku Litera, 2018), 92.

prinsip inklusivitas dan kepekaan budaya. Konten yang menyinggung atau menstigmatisasi kelompok tertentu berpotensi memicu resistensi dan bahkan konflik. M. Quraish Shihab menekankan bahwa dakwah yang efektif adalah dakwah yang menampilkan wajah Islam yang ramah, bukan marah.²¹ Prinsip ini menjadi fondasi penting dalam membangun narasi dakwah yang tenang, toleran, dan menyentuh dimensi universal kemanusiaan. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Ahmad Zainul Hamdi yang meyakini bahwa pesan-pesan keagamaan di ruang digital harus dikemas secara menarik tanpa menghilangkan substansi nilai-nilai Islam.²² Oleh karena itu, penggunaan bahasa yang sederhana, visual yang netral, dan narasi yang menekankan nilai-nilai moral universal seperti keadilan, kasih sayang, dan solidaritas sosial menjadi kunci optimalisasi dakwah multikultural di media sosial.

Selain isi pesan, strategi distribusi juga berperan krusial dalam efektivitas dakwah. Algoritma media sosial bekerja berdasarkan interaksi pengguna, sehingga semakin tinggi tingkat keterlibatan, semakin luas jangkauan pesan. Acep Aripudin menekankan pentingnya penguasaan teknologi komunikasi agar dakwah tidak kehilangan momentum di tengah perubahan pola konsumsi informasi masyarakat modern.²³ Pemanfaatan fitur video pendek seperti TikTok, Reels, dan YouTube Shorts, serta penggunaan tagar yang relevan, merupakan cara efektif untuk memperluas jangkauan dakwah lintas budaya. Lebih lanjut, kemampuan mengelola interaksi dengan khalayak melalui kolom komentar dan siaran langsung dapat memperkuat kedekatan emosional antara pendakwah dan pengikutnya. Pendekatan ini menandai pergeseran dari dakwah berbasis khotbah menjadi dakwah berbasis hubungan sosial.

Sebagai implikasinya, strategi kolaboratif juga penting dalam memperkuat pesan dakwah multikultural. Menurut M. Irwan, kolaborasi lintas komunitas

²¹ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an di Era Digital* (Jakarta: Lentera Hati, 2019), 53.

²² Ahmad Zainul Hamdi, *Dakwah dan Media Sosial: Menyemai Pesan Islam di Era Digital* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 78.

²³ Acep Aripudin, *Dakwah Antarbudaya: Dari Budaya Lokal sampai Budaya Digital* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 66.

antara pendakwah, akademisi, kreator konten, dan tokoh lintas agama dapat memperluas jaringan dakwah sekaligus memperkaya perspektif yang dihadirkan di ranah publik digital.²⁴ Bentuk kolaborasi ini tidak hanya memperluas jangkauan khalayak, tetapi juga mengajarkan nilai-nilai kebersamaan dan menghargai perbedaan. Ahmad Izudin menambahkan bahwa praktik dakwah di era digital menuntut kemampuan membangun jejaring strategis yang dilandasi nilai-nilai bersama, bukan sekadar kesamaan ideologi.²⁵ Dengan demikian, kolaborasi lintas komunitas bukan sekadar taktik komunikasi, melainkan strategi sosial yang mencerminkan semangat persaudaraan antarmanusia.

Oleh karena itu, strategi dakwah multikultural di media sosial harus berorientasi pada pemberdayaan, bukan sekadar penyiaran. Dakwah ideal tidak hanya mengubah perilaku individu, tetapi juga menumbuhkan kesadaran sosial yang meneguhkan nilai-nilai keberagaman. Dakwah semacam itu berfungsi sebagai wadah pertemuan bagi orang-orang yang berbeda keyakinan, budaya, dan perspektif, namun memiliki tujuan moral yang sama: menciptakan kehidupan yang damai, adil, dan beradab. Dengan strategi yang adaptif, kreatif, dan kolaboratif, dakwah multikultural dapat menjadi gerakan sosial yang menegaskan kembali peran Islam sebagai kekuatan moral di tengah dinamika dunia digital.

4. Tantangan dan Solusi Dakwah Multikultural di Era Digital

Dakwah multikultural di era digital menghadapi berbagai tantangan yang kompleks, baik dari segi substansi pesan maupun dinamika ruang komunikasi yang dibentuk oleh teknologi. Salah satu tantangan utamanya adalah maraknya disinformasi dan penyebaran hoaks yang mengeksploitasi narasi keagamaan. Ahmad Zainul Hamdi menyoroti bahwa media sosial seringkali menjadi arena produksi makna yang tak terkendali, di mana pesan-pesan keagamaan dapat

²⁴ M. Irwan, "Kolaborasi Dakwah Multikultural di Ruang Digital," *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 41, No. 2 (2022): 120.

²⁵ Ahmad Izudin, *Dakwah Era Digital: Konsep dan Praktik* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 107.

diputarbalikkan untuk kepentingan ideologis atau politik.²⁶ Hal ini menyebabkan pesan-pesan dakwah yang seharusnya membawa perdamaian justru berpotensi menjadi sumber perpecahan. Lebih lanjut, konten keagamaan yang provokatif dan sensasional lebih mudah viral karena algoritma media sosial cenderung mengutamakan interaksi emosional daripada kebenaran substantif.²⁷ Fenomena ini menunjukkan bahwa para pendakwah masa kini tidak hanya dituntut untuk menyampaikan pesan, tetapi juga berperan dalam menjaga integritas informasi keagamaan di ruang digital.

Tantangan lainnya adalah maraknya ujaran kebencian dan radikalisme berbasis agama di media sosial. Azyumardi Azra menjelaskan bahwa radikalisme digital muncul akibat kemudahan akses dan lemahnya literasi keagamaan, yang menjebak sebagian pengguna internet dalam narasi keagamaan yang eksklusif.²⁸ Dakwah yang tidak peka terhadap konteks sosial dapat memperkuat polarisasi, terutama jika disampaikan tanpa mempertimbangkan keberagaman audiens. Dalam hal ini, dakwah multikultural berfungsi sebagai antitesis terhadap radikalisme dengan menekankan nilai-nilai moderasi, toleransi, dan dialog. Safrudin Aziz menekankan bahwa dakwah digital yang konstruktif harus mampu menghadirkan narasi Islam yang menenangkan, bukan narasi yang memperkeruh perbedaan.²⁹ Oleh karena itu, penguatan kompetensi komunikasi multikultural dan moderasi beragama merupakan kebutuhan mendesak untuk menghadapi tantangan era algoritma.

Selain tantangan ideologis, dakwah multikultural juga menghadapi hambatan struktural berupa ruang gema dan segregasi digital. Pengguna media sosial cenderung hanya berinteraksi dengan kelompok-kelompok yang memiliki

²⁶ Ahmad Zainul Hamdi, *Dakwah dan Media Sosial: Menyemai Pesan Islam di Era Digital* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 91.

²⁷ Danah Boyd, *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens* (New Haven: Yale University Press, 2014), 114.

²⁸ Azyumardi Azra, *Identitas dan Krisis Budaya: Membangun Multikulturalisme Indonesia* (Jakarta: Prenada Media, 2007), 77.

²⁹ Safrudin Aziz, *Dakwah Digital: Teori dan Praktik di Era Media Baru* (Yogyakarta: Buku Litera, 2018), 97.

pandangan serupa, sehingga mengurangi peluang dialog lintas identitas. Eli Pariser menggambarkan kondisi ini sebagai "isolasi informasi", yang dapat mempersempit wawasan masyarakat.³⁰ Dalam konteks dakwah, fenomena ini berpotensi menciptakan bias dalam penerimaan pesan dan memperkuat eksklusivitas agama. Oleh karena itu, para pendakwah perlu memahami mekanisme algoritma untuk melampaui batasan digital ini melalui strategi distribusi konten yang kreatif dan kolaboratif. Dengan demikian, dakwah tidak lagi terbatas pada komunitas internal, tetapi dapat menjangkau khalayak lintas budaya dan lintas agama.

Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan beberapa solusi strategis, baik konseptual maupun praktis. Pertama, penguatan literasi digital keagamaan merupakan langkah kunci. Menurut Yusril Ihza Mahendra, literasi digital berbasis nilai-nilai moderasi beragama akan menumbuhkan kesadaran kritis terkait penggunaan media sosial, sehingga masyarakat tidak mudah terprovokasi dan ujaran kebencian.³¹ Kedua, kolaborasi lintas sektor diperlukan antara cendekiawan Muslim, akademisi, jurnalis, dan kreator konten untuk mengembangkan narasi dakwah yang inklusif. Kolaborasi ini mencerminkan semangat ukhuwah insaniyah persaudaraan manusia yang menempatkan dakwah sebagai bagian dari proyek sosial untuk membangun perdamaian.³² Ketiga, etika komunikasi Islam harus menjadi pedoman utama dalam seluruh aktivitas dakwah digital. M. Quraish Shihab menegaskan bahwa dakwah sejati adalah ajakan yang dijiwai kelembutan dan kebijaksanaan, bukan paksaan atau hukuman.³³ Dengan demikian, dakwah multikultural di ruang digital dapat menjadi sarana ketenangan di tengah derasnya konflik identitas dan informasi.

³⁰ Eli Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You* (New York: Penguin Press, 2011), 14.

³¹ Yusril Ihza Mahendra, "Literasi Digital sebagai Basis Moderasi Beragama," *Jurnal Bimas Islam* Vol. 13, No. 2 (2020): 315.

³² M. Irwan, "Kolaborasi Dakwah Multikultural di Ruang Digital," *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 41, No. 2 (2022): 124.

³³ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an di Era Digital* (Jakarta: Lentera Hati, 2019), 60.

Oleh karena itu, dakwah multikultural di era digital harus diarahkan untuk membangun ekosistem komunikasi yang etis, kritis, dan kolaboratif. Tantangan seperti disinformasi, ujaran kebencian, dan polarisasi hanya dapat diatasi dengan dakwah yang berwawasan luas dan mengutamakan nilai-nilai kemanusiaan universal. Ketika dakwah mampu menyentuh aspek intelektual dan emosional masyarakat digital, ruang media akan bertransformasi dari arena konflik menjadi arena dialog. Pada titik ini, dakwah multikultural tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas keagamaan, tetapi juga sebagai gerakan sosial yang meneguhkan nilai-nilai keadilan, kemanusiaan, dan perdamaian global.

5. Peran Kecerdasan Buatan (AI) dalam Penguatan Dakwah Multikultural

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (AI) telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan memahami realitas sosial. Dalam konteks dakwah Islam, AI hadir bukan hanya sebagai perangkat teknologi, melainkan juga sebagai ruang baru bagi penyebaran nilai-nilai keagamaan secara lebih kontekstual dan multikultural. Melalui kemampuan analisis data besar (big data), AI dapat membaca pola perilaku komunitas digital, minat mereka, bahkan pola pikir audiens yang beragam. Dengan informasi ini, para da'i dapat menyesuaikan pendekatan dan gaya komunikasi dakwah mereka dengan karakteristik komunitas yang mereka temui. Hal ini menjadikan dakwah lebih efektif dan diterima secara luas di tengah keragaman budaya, bahasa, dan nilai-nilai sosial yang terus berkembang.³⁴ Dengan demikian, dakwah digital berbasis AI tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan, tetapi juga untuk menumbuhkan pemahaman kemanusiaan yang lebih holistik dalam konteks keberagaman global.

Hanan Badr dan Sarah Anne Ganter menyebut integrasi AI dalam media sosial sebagai bentuk ruang publik algoritmik, sebuah ruang publik algoritmik di

³⁴ Ahmad Izudin, *Dakwah Era Digital: Konsep dan Praktik* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 54.

mana interaksi sosial diatur dan dimediasi oleh sistem cerdas yang mampu mengenali konteks pengguna.³⁵ Dalam dakwah multikultural, hal ini menawarkan keuntungan signifikan karena AI dapat membantu mengenali nuansa budaya, bahasa, dan emosional audiens, sehingga pesan dakwah lebih mudah diterima tanpa menimbulkan resistensi lintas budaya. Misalnya, fitur terjemahan otomatis dan analisis sentimen dalam platform digital memungkinkan pesan-pesan keagamaan dikomunikasikan lintas bahasa dan emosi dengan tetap menjaga substansi nilai-nilai Islam.³⁶ Fenomena ini menunjukkan bahwa AI bukanlah ancaman bagi dakwah, melainkan peluang signifikan untuk menjadikan Islam sebagai agama global yang komunikatif, ramah, dan adaptif terhadap perubahan zaman. Dakwah Islam, yang berlandaskan nilai-nilai *rahmatan lil 'alamin* (rahmat bagi semesta), kini dapat menjangkau masyarakat di seluruh dunia tanpa hambatan geografis maupun bahasa.

Namun, penggunaan AI dalam dakwah bukannya tanpa risiko etika yang harus dipertimbangkan. Algoritma media sosial seringkali mengutamakan popularitas dan interaksi emosional daripada kebenaran substantif pesan. Safiya Umoja Noble memperingatkan bahwa sistem algoritmik memiliki kecenderungan bias yang dapat memperkuat stereotip dan ketimpangan sosial.³⁷ Dalam konteks dakwah, hal ini berarti pesan-pesan keagamaan yang provokatif dan sensasional lebih mudah viral daripada pesan-pesan yang menenangkan dan damai. Oleh karena itu, literasi keagamaan digital menjadi kebutuhan mendesak agar para da'i dapat bernavigasi dengan bijak menggunakan teknologi, mengendalikan arah penyebaran pesan, dan menjaga nilai-nilai moral Islam sebagai pusat orientasi dakwahnya. Dakwah bukan sekadar "menyebarkan konten", tetapi tentang bagaimana pesan Islam menjaga kemanusiaan di tengah derasnya arus algoritma.

Implikasinya, integrasi AI juga membuka kemungkinan lahirnya konsep

³⁵ Hanan Badr dan Sarah Anne Ganter, "Digital Media and the Algorithmic Public Sphere," *Media and Communication*, Vol. 8, No. 4 (2020), 41.

³⁶ Danah Boyd, *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens* (New Haven: Yale University Press, 2014), 118.

³⁷ Safiya Umoja Noble, *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism* (New York: NYU Press, 2018), 72.

dakwah berbasis data, yaitu pendekatan dakwah yang menggunakan hasil analisis perilaku dan kebutuhan masyarakat digital sebagai basis pengembangan materi dakwah. Ahmad Izudin meyakini pendekatan ini dapat meningkatkan relevansi dan efektivitas dakwah karena pesan-pesannya dirumuskan berdasarkan realitas empiris khalayak, bukan sekadar pola ceramah konvensional.³⁸ Dakwah berbasis data juga mendorong para da'i untuk lebih berempati, karena mereka memahami kondisi psikologis, sosial, dan emosional pendengarnya. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip tabligh bil hikmah (berdakwah dengan hikmah) sebagaimana diperintahkan Allah swt dalam firman-Nya:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِثُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik.” (QS. An-Nahl [16]:125)

Ayat ini menegaskan bahwa hakikat dakwah adalah hikmah dalam menyampaikan kebenaran, bukan sekadar kemampuan berbicara atau menguasai teknologi. Dalam konteks era digital, AI dapat menjadi sarana kearifan modern membantu para dakwah memahami siapa yang mereka dakwahi, latar belakang sosial mereka, dan cara terbaik untuk menyentuh hati mereka melalui pendekatan yang santun dan empati.

Safrudin Aziz mengingatkan kita bahwa teknologi tidak boleh menggeser nilai-nilai spiritual manusia.³⁹ AI hanyalah alat, sementara ruh dakwah tetap bersumber dari ketulusan dan kearifan sang dakwah. Oleh karena itu, pemanfaatan AI harus dibarengi dengan etika dakwah digital yang menempatkan kesejahteraan manusia di atas kepentingan algoritmik. Etika ini mencakup kejujuran, tanggung jawab atas dampak sosial pesan, dan komitmen untuk menyebarkan perdamaian di

³⁸ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 203.

³⁹ Safrudin Aziz, *Dakwah Digital: Teori dan Praktik di Era Media Baru* (Yogyakarta: Buku Litera, 2018), 147.

ruang digital. Dalam konteks dakwah multikultural, etika digital krusial agar teknologi tidak memperkuat polarisasi, melainkan menjadi sarana membangun dialog lintas budaya dan memperkuat solidaritas antarmanusia.

Akhirnya, kolaborasi antara ulama, akademisi, dan pengembang teknologi sangat krusial dalam membangun dakwah yang cerdas dan beradab. Ulama memberikan arahan spiritual, akademisi mengembangkan metodologi, dan teknolog merancang sistem yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Azyumardi Azra menekankan bahwa Islam memiliki potensi besar untuk menjadi kekuatan moral yang menenangkan di tengah modernitas yang sarat dengan konflik nilai.⁴⁰ Kolaborasi interdisipliner ini mencerminkan semangat universal persaudaraan manusia, di mana dakwah tidak hanya membahas agama tetapi juga kemanusiaan dan peradaban. Dengan pemanfaatan AI yang bijaksana dan berbasis nilai, dakwah multikultural di era digital dapat menjadi jembatan menuju perdamaian global, memperkuat harmoni sosial, dan menghadirkan wajah Islam yang menenteramkan bagi seluruh umat manusia.

C. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah multikultural di era digital merupakan bentuk transformasi dakwah Islam yang beradaptasi dengan perubahan sosial dan teknologi komunikasi modern. Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang fisik seperti masjid atau majelis taklim, melainkan telah memasuki ranah digital yang memungkinkan interaksi lintas budaya dan geografis. Dakwah yang berbasis nilai-nilai rahmatan lil 'alamin (rahmat bagi semesta alam) terbukti efektif dalam menumbuhkan kesadaran akan moderasi, toleransi, dan harmoni sosial di tengah keberagaman masyarakat global. Pemanfaatan media sosial dan kecerdasan buatan (AI) dalam dakwah memperluas jangkauan pesan-pesan keagamaan, mempercepat penyebarannya, dan memungkinkan para da'i untuk memahami kebutuhan psikologis dan sosial khalayaknya secara lebih mendalam.

⁴⁰ Azyumardi Azra, *Identitas dan Krisis Budaya: Membangun Multikulturalisme Indonesia* (Jakarta: Prenada Media, 2007), 164

Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian ajaran Islam, tetapi juga sebagai instrumen sosial yang memperkuat nilai-nilai kemanusiaan universal.

Namun, studi ini juga menegaskan bahwa dakwah multikultural di era digital menghadapi berbagai tantangan serius, terutama terkait penyebaran disinformasi, ujaran kebencian, dan bias algoritmik yang dapat mempersempit ruang dialog antarbudaya. Teknologi yang seharusnya menjadi alat pemersatu, justru dapat memicu polarisasi jika tidak dikelola dengan bijak. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah digital menuntut para da'i untuk memahami sistem algoritmik, mengelola konten yang kreatif, dan menjaga etika komunikasi yang dilandasi oleh kearifan, kejujuran, dan welas asih. Etika dakwah digital merupakan kunci untuk memastikan pesan-pesan keagamaan tetap menenangkan dan mencerahkan, alih-alih memecah belah.

Berdasarkan hasil studi ini, direkomendasikan agar para da'i dan lembaga dakwah meningkatkan literasi keagamaan digital dan keterampilan komunikasi multikultural sebagai kompetensi kunci dalam dakwah di era modern. Kolaborasi antara ulama, akademisi, kreator konten, dan pengembang teknologi perlu diperkuat untuk menciptakan ekosistem dakwah yang lebih inovatif dan beradab. Lebih lanjut, pengembangan platform dakwah berbasis AI yang berorientasi pada nilai-nilai moderasi, kejujuran, dan kemanusiaan perlu diprioritaskan agar dakwah Islam dapat menjawab tantangan zaman tanpa kehilangan esensi spiritualnya. Dengan pendekatan yang adaptif, bijaksana, dan etis, dakwah multikultural di era digital berpotensi menjadi kekuatan moral yang mempersatukan umat manusia dan meneguhkan peran Islam sebagai rahmat bagi seluruh alam.

Daftar Pustaka

- Aripudin, Acep. (2012). *Dakwah Antarbudaya: Dari Budaya Lokal sampai Budaya Digital*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arifin, Syamsul. (2016). *Islam dan Multikulturalisme di Indonesia: Dari Politik Identitas ke Ruang Publik Inklusif*. Malang: UMM Press.
- Aziz, Safrudin. (2018). *Dakwah Digital: Teori dan Praktik di Era Media Baru*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Azra, Azyumardi. (2007). *Identitas dan Krisis Budaya: Membangun Multikulturalisme Indonesia*. Jakarta: Prenada Media.
- Badr, Hanan & Sarah Anne Ganter. (2020). Digital Media and the Algorithmic Public Sphere. *Media and Communication*, 8(4), 39–50.
- Boyd, Danah. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven: Yale University Press.
- Burhani, Ahmad Najib. (2018). Pluralism, Liberalism and Islamism: Religious Outlook of Muhammadiyah. *Studia Islamika*, 25(3), 412.
- Hamdi, Ahmad Zainul. (2017). *Dakwah dan Media Sosial: Menyemai Pesan Islam di Era Digital*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Izudin, Ahmad. (2021). *Dakwah Era Digital: Konsep dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Krippendorff, Klaus. (2019). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Mahendra, Yusril Ihza. (2020). Literasi Digital sebagai Basis Moderasi Beragama. *Jurnal Bimas Islam*, 13(2), 315.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Noble, Safiya Umoja. (2018). *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*. New York: NYU Press.

Nuruddin. (2019). *Komunikasi dan Dakwah Multikultural*. Jakarta: Kencana.

Pariser, Eli. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Press.

Shihab, M. Quraish. (2019). *Membumikan Al-Qur'an di Era Digital*. Jakarta: Lentera Hati.

Irwan, M. (2022). Kolaborasi Dakwah Multikultural di Ruang Digital. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(2), 120–124.