

Dinamika Stereotype Digital di Media Sosial dalam Perspektif Komunikasi Islam: Analisis Kognitif, Struktural, dan Normatif

Desnas Atanti, Khusnul Khatimah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Indonesia
Email: artantidesnas@gmail.com

Abstract

This study examines the transformation of stereotype formation and dissemination in the digital era. The research addresses a critical gap, namely the absence of an integrative framework that combines individual psychological processes, media algorithm mechanisms, and Islamic communication values in understanding digital stereotypes. This study aims to analyze the layers shaping digital stereotypes, identify their emerging characteristics, and formulate the role of Islamic communication in reducing stereotypes. The research employs a library research approach by analyzing recent scholarly literature using thematic content analysis. The findings reveal that digital stereotypes are constructed through three interconnected layers: cognitive (social categorization), structural (media algorithms), and normative-ethical (Islamic communication values). Furthermore, four defining characteristics of digital stereotypes are identified: viral dissemination, algorithmic reinforcement, moral framing, and resistance to correction. The novelty of this study lies in the development of a three-level integrative model that combines cognitive literacy, structural awareness of media systems, and the internalization of Islamic communication ethics, including tabayyun (verification), husnuzan (positive presumption), and 'adl (justice). The study concludes that Islamic communication plays a strategic role as an ethical foundation for fostering a more just and civilized digital public sphere. These findings imply the need to strengthen digital literacy grounded in Islamic communication ethics within plural societies.

Keywords: *Digital stereotypes, Islamic communication, media algorithms, tabayyun, integrative model.*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perubahan cara stereotype terbentuk dan menyebar di era digital. Celah penelitian terletak pada belum adanya model yang secara integratif memadukan aspek psikologis individu, kerja algoritma media, dan nilai-nilai komunikasi Islam dalam memahami stereotype digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lapisan pembentuk stereotype digital, mengidentifikasi karakteristik barunya, serta merumuskan peran komunikasi Islam dalam mereduksi stereotype. Metode yang digunakan adalah studi pustaka dengan analisis literatur terkini melalui teknik analisis isi tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa stereotype digital terbentuk melalui tiga lapisan utama, yaitu kognitif (kategorisasi sosial), struktural (algoritma media), dan normatif-etik (nilai komunikasi Islam). Selain itu, ditemukan empat karakteristik baru stereotype digital: penyebaran viral, penguatan algoritmik, pembingkai moral, dan resistensi terhadap koreksi. Kebaruan penelitian ini terletak pada model integratif tiga level yang memadukan literasi kognitif, kesadaran struktural media, serta internalisasi etika komunikasi Islam yang meliputi *tabayyun*, *husnuzan*, dan *'adl*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi Islam memiliki peran strategis sebagai fondasi etis dalam membangun ruang digital yang lebih berkeadaban. Temuan ini berimplikasi pada penguatan literasi digital berbasis etika komunikasi Islam dalam masyarakat plural.

Kata Kunci: *Stereotype digital, komunikasi Islam, algoritma media, tabayyun, model integratif.*

A. Pendahuluan

Manusia sebagai makhluk sosial senantiasa berinteraksi dengan individu yang memiliki latar belakang beragam, baik dari segi agama, suku, budaya, maupun pandangan hidup. Keberagaman tersebut pada dasarnya merupakan modal sosial yang dapat memperkaya dinamika kehidupan bermasyarakat. Namun dalam praktiknya, interaksi sosial sering kali diwarnai oleh proses penyederhanaan realitas melalui generalisasi yang dikenal sebagai stereotipe. Stereotipe dapat dipahami sebagai keyakinan atau anggapan terhadap karakteristik tertentu yang dilekatkan pada suatu kelompok sosial, sehingga seluruh anggota kelompok tersebut dianggap memiliki sifat yang sama tanpa mempertimbangkan keragaman internal yang ada.¹

Secara konseptual, stereotipe tidak hanya merupakan produk kognitif individu, tetapi juga merupakan konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh relasi kuasa dan budaya dominan. Dalam konteks ini, Khusnul Khatimah menegaskan bahwa stereotipe kerap hadir dalam bentuk praktik diskriminasi yang dilegitimasi oleh nilai-nilai sosial yang telah mengakar, terutama dalam relasi gender. Stereotipe terhadap perempuan, misalnya, tidak hanya terbentuk pada level persepsi, tetapi juga terinstitusionalisasi dalam struktur sosial seperti dunia kerja, di mana perempuan sering diposisikan sebagai pihak subordinat akibat konstruksi budaya patriarki.² Dengan demikian, stereotipe tidak bersifat netral, melainkan sarat dengan kepentingan ideologis dan bias struktural.

Stereotipe bersifat dinamis dan mengalami transformasi seiring perubahan sosial. Kajian mutakhir menunjukkan bahwa stereotipe terus dinegosiasikan dalam ruang sosial, termasuk dalam konteks keagamaan. Penelitian yang dilakukan oleh Khusnul Khatimah bersama Harianto menunjukkan bahwa upaya mendorong kesetaraan dalam masyarakat sering kali berhadapan dengan resistensi yang bersumber dari stereotipe tradisional yang telah lama mengakar dalam budaya dan interpretasi sosial.³ Hal ini mengindikasikan bahwa stereotipe tidak hanya bertahan, tetapi juga beradaptasi dalam berbagai konteks sosial yang terus berubah.

Dalam konteks Indonesia, persoalan stereotipe menjadi semakin kompleks dan relevan. Sebagai negara dengan tingkat kemajemukan tinggi lebih dari 1.300 suku bangsa dan enam agama resmi Indonesia memiliki potensi konflik sosial yang besar apabila stereotipe tidak dikelola secara bijak. Sejumlah peristiwa konflik seperti di Sampit dan Poso menunjukkan bahwa stereotipe negatif antar kelompok dapat berkembang menjadi ketegangan sosial yang

¹ Riki Baharuddin, "Stereotipe Pada Waria Dalam Persepsi Masyarakat Muslim Di Desa Bassiang Kecamatan Bupon" (IAIN Palopo, 2024).

² Prhita Shintiya, Mirna Nur Alia Abdullah, and Muhammad Retsa Rizaldi Mujayapura, "Warisan Patriarki: Hambatan Struktural Bagi Perempuan Di Dunia Kerja," *SABANA: Jurnal Sosiologi, Antropologi, Dan Budaya Nusantara* 4, no. 2 (2025): 171–79.

³ (Harianto, & Khotimah, 2024)

lebih luas. Dengan demikian, stereotype bukan sekadar persoalan persepsi individu, melainkan memiliki implikasi serius terhadap kohesi sosial.

Memasuki era digital, dinamika stereotype mengalami transformasi yang signifikan. Media sosial tidak hanya menjadi ruang interaksi, tetapi juga arena produksi dan distribusi makna sosial secara masif. Konten yang mengandung stereotype dapat dengan mudah menyebar secara viral dan membentuk persepsi publik dalam waktu singkat. Fenomena ini diperkuat oleh mekanisme algoritma berbasis ekonomi perhatian (*attention economy*), di mana konten yang mampu memicu emosi kuat cenderung mendapatkan prioritas distribusi lebih luas.⁴ Akibatnya, stereotype tidak hanya diproduksi secara individual, tetapi juga diperkuat secara struktural oleh sistem digital.

Selain itu, media sosial menciptakan fenomena echo chamber dan *filter bubble* yang menyebabkan individu lebih sering terpapar informasi yang sejalan dengan keyakinannya. Kondisi ini memperkuat stereotype yang telah ada, sekaligus menghambat proses koreksi melalui perspektif alternatif. Stereotype yang semula bersifat samar dapat berkembang menjadi keyakinan yang rigid akibat penguatan berulang dalam lingkungan digital yang homogen.

Di tengah kompleksitas tersebut, komunikasi Islam memiliki relevansi strategis sebagai pendekatan normatif-etik dalam merespons fenomena stereotype. Komunikasi Islam tidak hanya dipahami sebagai teknik penyampaian pesan dakwah, tetapi sebagai sistem nilai yang mengatur proses produksi, distribusi, dan konsumsi informasi. Prinsip-prinsip seperti *tabayyun* (verifikasi), *husnuzan* (prasangka baik), dan *'adl* (keadilan) menawarkan kerangka etis yang dapat menjadi landasan dalam mereduksi stereotype di ruang digital.⁵ Nilai-nilai ini menekankan pentingnya tanggung jawab moral dalam setiap aktivitas komunikasi, baik pada level individu maupun kolektif.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas stereotype dari perspektif psikologis maupun sosial, masih terdapat celah kajian dalam mengintegrasikan secara komprehensif antara aspek kognitif individu, struktur algoritmik media digital, dan nilai-nilai komunikasi Islam. Sebagian besar studi cenderung memisahkan ketiga dimensi tersebut, sehingga belum menghasilkan kerangka analisis yang utuh dalam memahami dinamika stereotype di era digital.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara integratif dinamika stereotype di masyarakat digital dengan memadukan perspektif psikologis, struktural, dan normatif-etik komunikasi Islam. Secara spesifik, penelitian ini berupaya menjawab beberapa pertanyaan: (1) bagaimana stereotype terbentuk dan berkembang dalam masyarakat

⁴ M. H. Fuadi, "Islamic Algorithms: How Digital Platform Algorithms Shape Islamic Communication Strategies and Religious Authorities.," *Proceedings of ICRESH*, 4, 1–15., 2026.

⁵ Nasrullah Nasrullah, "Etika Muslim Di Dunia Virtual Tantangan Baru Dalam Ruang Digital," *NIHAYAH: Journal of Islamic Studies* 1, no. 2 (2025): 158–73.

digital dari perspektif kognitif dan struktural; (2) apa saja karakteristik baru stereotipe di era digital; (3) bagaimana prinsip-prinsip komunikasi Islam berkontribusi dalam mereduksi stereotipe; serta (4) bagaimana merumuskan model integratif yang mampu menjelaskan sekaligus menawarkan solusi terhadap fenomena stereotipe digital.

B. Pembahasan

1. Dinamika Stereotipe dalam Perspektif Kognitif dan Struktural Digital

Pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa dinamika stereotipe dalam masyarakat digital dapat dipahami melalui integrasi perspektif teoretis yang menghubungkan aspek kognitif, struktural, dan normatif. Pada tataran kognitif, temuan ini konsisten dengan teori identitas sosial yang dikembangkan oleh WF dan S. Nevriyarni, yang menegaskan bahwa individu membangun identitas diri melalui keanggotaan kelompok sosial, sehingga memunculkan dikotomi antara ingroup dan outgroup yang berpotensi melahirkan bias kolektif.⁶ Proses kategorisasi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme kognitif untuk menyederhanakan realitas, tetapi juga sebagai instrumen mempertahankan citra positif kelompok.⁷

Sebagaimana diungkap dalam penelitian Khusnul Khotimah, identitas kelompok di ruang digital, termasuk potensi pembentukan stereotip di dalamnya, tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan dikonstruksi dan dinegosiasikan secara terus-menerus melalui interaksi simbolik antar anggota komunitas maya.⁸ Temuan ini diperkuat oleh perspektif skema kognitif yang menjelaskan bahwa stereotipe beroperasi secara otomatis melalui aktivasi asosiasi yang cepat dan sering kali tidak disadari, sehingga tampak sebagai penilaian objektif meskipun pada dasarnya merupakan konstruksi mental yang dipengaruhi oleh pengalaman terbatas dan paparan informasi selektif.⁹

Pada sisi lain, dari perspektif struktural, hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa ekosistem digital memiliki peran signifikan dalam memperkuat stereotipe melalui mekanisme algoritmik yang berbasis pada logika keterlibatan (*engagement*). Platform digital cenderung memprioritaskan konten yang memicu respons emosional, sehingga memperbesar peluang penyebaran narasi yang mengandung bias dan generalisasi.¹⁰ Kondisi ini diperparah oleh terbentuknya ruang gema (*echo chamber*) yang membatasi paparan terhadap perspektif alternatif dan mendorong penguatan keyakinan yang sudah

⁶ Ane Novella WF and S Nevriyarni, "TEORI IDENTITAS SOSIAL, STEREOTIPE & PRASANGKA," *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* 3, no. 1 (2026): 505–15.

⁷ Sri Dasweni et al., *Psikologi Sosial* (CV. Edu Akademi, 2026).

⁸ (Khotimah, 2024)

⁹ Dasweni et al., *Psikologi Sosial*.

¹⁰ Khusnul Khotimah and Untung Famuji, "DIALECTICS OF TEXTUAL AND CONTEXTUAL UNDERSTANDING IN MEDIA DISCOURSE A Critical Discourse Analysis of Lirboyo Islamic Boarding School Content in the Trans7 Program " Xpose Uncensored ", 2025.

ada.¹¹ Studi mutakhir juga menunjukkan bahwa interaksi dalam jaringan homogen secara signifikan meningkatkan polarisasi sikap serta memperkuat persepsi negatif terhadap kelompok luar.¹² Penelitian M Nur Ghufon dan Amin Nasir menemukan bahwa individu dengan sifat kepribadian tertentu, seperti keterbukaan yang rendah dan kebutuhan akan penutupan kognitif yang tinggi, cenderung lebih mudah terperangkap dalam ruang gema di Facebook, di mana mereka secara konsisten hanya terpapar pada informasi yang sejalan dengan keyakinan yang sudah ada.¹³

Kajian yang dilakukan oleh K. Titi dkk. terhadap ambiguitas dakwah digital Nahdlatul Ulama (NU) menguatkan simpulan di atas.¹⁴ Menurut temuan mereka, konstruksi identitas yang beredar di platform media sosial tak terkecuali yang diproduksi oleh lembaga keagamaan mainstream ternyata tidak sekadar melanggengkan prasangka sosial, melainkan juga berkontribusi pada meningkatnya ketegangan antarkelompok di tengah publik. Dalam analisisnya terhadap wacana NU Online, setidaknya ditemukan tiga bentuk ketidakjelasan (ambiguitas) yang menonjol: pertama, klaim tentang moderasi beragama kerap kali berkelindan dengan semangat nasionalisme yang bersifat eksklusif; kedua, terdapat kontradiksi antara penolakan terhadap politik identitas di satu sisi dengan praktik wacana yang justru sarat kepentingan identitas di sisi lain; ketiga, perdebatan seputar deradikalisasi cenderung membatasi pemaknaan Islam moderat secara kaku dan sempit. Berangkat dari situ, penelitian ini menyimpulkan bahwa media keagamaan arus utama bukanlah sekadar saluran penyebaran pesan keagamaan, melainkan juga medan simbolik tempat terjadinya perebutan posisi dominan dalam peta politik identitas Indonesia. Implikasinya, proses reproduksi stereotip di ranah digital tidak hanya bersumber dari konten yang eksplisit dan provokatif, melainkan juga merasuk dalam narasi yang tampak wajar dan moderat, padahal sesungguhnya sarat dengan kecenderungan ideologis dan agenda kelompok tertentu.¹⁵

2. Polarisasi, Algoritma, dan Reproduksi Stereotip di Ranah Keagamaan

Penelitian Ansorih dan Khusnul Khotimah tentang populisme agama di era digital menunjukkan bahwa fenomena populisme agama secara signifikan meningkatkan polarisasi sosial dan mempengaruhi konten serta gaya komunikasi dakwah, yang cenderung menjadi lebih eksklusif dan emosional.¹⁶ Temuan ini mengindikasikan bahwa di tengah maraknya narasi populis, proses produksi stereotip digital semakin intensif

¹¹ (Nguyen, 2020)

¹² (Rathje, et.al, 2021)

¹³ M Nur Ghufon and Amin Nasir, "Psikologi Media Sosial," *Researchgate. Net*, 2024.

¹⁴ (titi, & Khotimah, 2025)

¹⁵ (titi & Khotimah, 2025)

¹⁶ (Ansorih & Khotimah, 2025)

karena komunikasi keagamaan kehilangan dimensi dialogisnya dan bergeser menjadi alat mobilisasi identitas yang eksklusif.

Fenomena polarisasi yang diperkuat oleh algoritma ini tidak hanya terjadi pada ranah politik, tetapi juga merambah ke ranah keagamaan, di mana identitas keagamaan dikonstruksi secara eksklusif dan sarat dengan kecenderungan untuk menyederhanakan kelompok lain (out-group) ke dalam kategori yang kaku dan penuh prasangka. Penelitian Anggeline Zabieno dkk. tentang peran kecerdasan buatan (AI), filter bubble, dan echo chamber dalam polarisasi politik dan keagamaan di media sosial mengonfirmasi bahwa polarisasi terjadi ketika masyarakat terbagi ke dalam kelompok-kelompok dengan pandangan dan nilai yang semakin berbeda, yang pada akhirnya memperburuk ketegangan sosial dan melebarkan jurang pemisah antar kelompok.¹⁷ Temuan mereka menunjukkan bahwa AI membuat konten politik ekstrem lebih mungkin dibagikan dibandingkan informasi moderat, filter bubble membatasi paparan terhadap pandangan yang berbeda dan memperkuat bias konfirmasi, serta echo chamber memperparah polarisasi dengan mendorong individu untuk hanya berinteraksi dengan mereka yang memiliki keyakinan yang sama.¹⁸ Dalam konteks komunikasi Islam, prinsip persaudaraan Islam (*ukhuwah islamiyah*) dapat membantu memitigasi polarisasi politik dan keagamaan dengan mengajarkan pentingnya saling menghormati perbedaan dan menjaga keharmonisan di antara sesama Muslim, sekaligus mencegah terjadinya generalisasi berlebihan yang menjadi akar dari stereotip digital

Fenomena amplifikasi algoritmik terhadap konten emosional dan polarisasi yang dipaparkan di atas mendapatkan konfirmasi empiris dari penelitian Hayati dkk. tentang kredibilitas dakwah dalam ruang publik digital berbasis algoritma.¹⁹ Studi mereka menunjukkan bahwa algoritma media sosial secara sistematis lebih menguntungkan konten keagamaan yang bersifat emosional, sensasional, dan berorientasi pada keterlibatan (*engagement*), sementara secara bersamaan meminggirkan dakwah yang substantif dan berbasis otoritas keilmuan. Akibatnya, terjadi pergeseran otoritas keagamaan dari basis pengetahuan menuju basis popularitas, yang pada gilirannya memperkuat potensi reproduksi stereotip karena konten yang sederhana, provokatif, dan mudah dikonsumsi lebih diutamakan. Penelitian ini juga mengidentifikasi adanya

¹⁷ Anggeline Zabieno, Damayanti Damayanti, and Ahmad 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 (November 2025): 102–18, <https://doi.org/10.21274/dinamika.2025.25.2.102-118>.

¹⁸ Umaimah Wahid and Raden Wahyu Utomo Martianto, *Polarisasi, Algoritma TikTok, Dan Kesehatan Mental Politik* (Indigo Media, 2026).

¹⁹ Untung Famuji et al., "Komunikasi Parasosial Dai Milenial: Strategi Intimasi Di Instagram Dan Tiktok," *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam* 15, no. 2 (2025): 149–61.

kesenjangan literasi digital yang signifikan, baik di kalangan pendakwah maupun audiens, yang berkontribusi pada penyebaran misinformasi keagamaan dan munculnya otoritas keagamaan berbasis popularitas.²⁰

3. Etika Komunikasi Islam sebagai Kerja Normatif dalam Mengelola Stereotip Digital

Menjawab kebutuhan akan landasan moral yang mendesak tersebut, penelitian Ananda dkk. tentang etika bermedia sosial dalam perspektif pendidikan Islam menawarkan kerangka etis yang komprehensif.²¹ Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa etika bermedia sosial dalam Islam berlandaskan pada prinsip tabayyun, amanah, menjaga lisan, menghindari ghibah dan fitnah, serta menjaga kehormatan diri dan orang lain. Temuan mereka mengungkap bahwa pelanggaran etika digital umumnya disebabkan oleh rendahnya internalisasi nilai akhlak dan literasi digital Islami. Pemikiran ulama yang dikaji dalam penelitian ini menegaskan bahwa media sosial merupakan ruang publik yang harus diatur dengan adab dan tanggung jawab moral, sehingga integrasi nilai-nilai etika Islam dalam pendidikan literasi digital menjadi sangat penting untuk membentuk generasi yang bijak, berakhlak, dan bertanggung jawab dalam bermedia sosial.

Dalam konteks tersebut, penelitian ini menawarkan kontribusi penting melalui integrasi dimensi normatif yang bersumber dari komunikasi Islam sebagai kerangka etis dalam merespons fenomena stereotipe. Jika pendekatan teoretis sebelumnya lebih berfokus pada mekanisme terbentuknya stereotipe, maka komunikasi Islam memberikan orientasi normatif mengenai bagaimana stereotipe seharusnya dikelola dalam praktik komunikasi. Prinsip tabayyun menekankan urgensi verifikasi informasi sebagai bentuk tanggung jawab epistemologis

"Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu." (Q.S. Al-Hujurat: 6),

Yang dalam konteks kontemporer relevan dengan praktik literasi digital dan *fact-checking*.²² Sementara itu, husnuzan berfungsi sebagai kontrol moral terhadap kecenderungan prasangka negatif, dan prinsip 'adl menjadi landasan dalam memastikan representasi yang adil dan proporsional terhadap kelompok lain.²³ Integrasi nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa komunikasi Islam tidak hanya relevan dalam ranah dakwah,

²⁰ Untung Famuji et al., "Click, Share, dan Wah: Spiritual Revolution at Your Fingertips" 9, no. 02 (2025): 121–35.

²¹ (Ananda et al, 2025)

²² Khotimah and Famuji, "DIALECTICS OF TEXTUAL AND CONTEXTUAL UNDERSTANDING IN MEDIA DISCOURSE A Critical Discourse Analysis of Lirboyo Islamic Boarding School Content in the Trans7 Program " Xpose Uncensored ".

²³ Nur Rahmi, "Multidimensi Konsep Kesalehan Perempuan Dalam Al-Qur'an" (Universitas PTIQ Jakarta, 2025).

tetapi juga berfungsi sebagai fondasi etika komunikasi publik di tengah meningkatnya disinformasi, polarisasi, dan fragmentasi sosial di ruang digital.

Penelitian ini memiliki signifikansi baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, kajian ini memperluas diskursus tentang stereotipe dengan menghadirkan pendekatan multidimensional yang menggabungkan psikologi sosial, studi media digital, dan etika komunikasi Islam, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif dibandingkan pendekatan parsial.²⁴ Secara praktis, model integratif yang ditawarkan dapat menjadi landasan dalam pengembangan literasi digital yang tidak hanya berorientasi pada penguasaan keterampilan teknis, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis serta kesadaran etis dalam proses produksi dan distribusi informasi di ruang digital.²⁵ Selain itu, temuan ini juga relevan bagi penguatan strategi dakwah digital yang adaptif terhadap tantangan kontemporer, terutama dalam menghadapi disinformasi, bias kelompok, dan polarisasi identitas di media sosial.

Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, kajian ini menempati posisi yang lebih integratif dengan menghubungkan dimensi kognitif, struktural, dan normatif secara simultan. Sebagian besar studi terdahulu cenderung menempatkan stereotipe sebagai fenomena psikologis atau sosial tanpa mengkaji secara mendalam peran struktur teknologi digital, sementara kajian media digital lebih banyak berfokus pada algoritma tanpa mengaitkannya dengan dimensi etika.²⁶ Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menghadirkan sintesis lintas perspektif yang tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga menawarkan model konseptual yang operasional dalam mereduksi stereotipe. Dengan demikian, kontribusi utama penelitian ini terletak pada kemampuannya menjembatani analisis empiris dengan kerangka normatif, sehingga menghasilkan pendekatan yang lebih holistik dalam memahami sekaligus merespons dinamika stereotipe di era digital.

C. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa stereotipe di era digital merupakan fenomena komunikasi multidimensional dan sistemik. Ia tidak lahir dari satu sebab tunggal, melainkan terbentuk melalui interaksi tiga lapisan utama: lapisan kognitif yang bersumber dari kategorisasi sosial alami manusia, lapisan struktural berupa algoritma media yang memperkuat

²⁴ (Couldry, & Hepp, 2023)

²⁵ Mohammad Zaini and Dani Hermawan, *MANAJEMEN DIKLAT TRANSFORMATIF: Model, Strategi, Dan Implementasi Dalam Kerangka Merdeka Belajar–Kampus Merdeka* (Penerbit Aksara Shofa, 2026).

²⁶ Oman Sukmana et al., *Sosiologi Digital: Transformasi Sosial Di Era Teknologi* (Star Digital Publishing, 2025).

konten emosional dan polarisasi, serta lapisan normatif-etik yang berfungsi sebagai korektif moral.

Empat karakteristik baru stereotipe digital berhasil diidentifikasi: penyebaran bersifat viral, penguatan oleh algoritma berbasis engagement, pembingkai dalam narasi moral-identitas, dan resistensi terhadap koreksi akibat dukungan komunitas daring. Karakteristik ini menunjukkan bahwa stereotipe digital bukan sekadar prasangka individu, melainkan fenomena komunikasi kolektif yang terstruktur.

Kebaruan penelitian ini terletak pada model integratif tiga level untuk reduksi stereotipe yang memadukan literasi kognitif, kesadaran struktural media, dan internalisasi etika komunikasi Islam meliputi tabayyun, husnuzan, dan 'adl. Model ini menegaskan bahwa reduksi stereotipe tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan menuntut pendekatan yang menyentuh aspek psikologis, struktural, dan normatif secara bersamaan.

Dalam kerangka tersebut, komunikasi Islam memiliki potensi strategis sebagai fondasi etis membangun ruang digital yang lebih adil, dialogis, dan berkeadaban. Prinsip tabayyun diposisikan sebagai mekanisme verifikasi epistemik, husnuzan sebagai strategi preventif terhadap generalisasi negatif, dan 'adl sebagai landasan penilaian proporsional. Komunikasi Islam tidak dipahami semata sebagai etika dakwah interpersonal, melainkan sebagai fondasi etika komunikasi publik yang relevan untuk masyarakat digital plural.

Implikasi praktis penelitian ini mencakup penguatan literasi komunikasi Islam dalam pendidikan, pengembangan dakwah digital yang kontekstual, dorongan bagi platform digital untuk mengevaluasi desain sistemnya, serta kebijakan publik yang mendukung literasi digital masyarakat. Penelitian selanjutnya dapat menguji model ini secara empiris serta memperluas cakupan dengan melibatkan perspektif agama lain dalam kerangka komparatif.

Referensi

- Ansoriah, S., & Khotimah, K. "Populisme Agama: Analisis Dakwah Dalam Konteks Politik Identitas Di Era Modern." *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 6(1)., 2025.
- Baharuddin, Riki. "Stereotipe Pada Waria Dalam Persepsi Masyarakat Muslim Di Desa Bassiang Kecamatan Bupon." IAIN Palopo, 2024.
- Couldry, N., & Hepp, A. *The Mediated Construction of Reality (2nd Ed.)*. Cambridge: Polity Press., 2023.
- Dasweni, Sri, Rahmat Fahmi, Dwi Rahmadani Indra, Rizki Rosalinda Siregar, Siti Ativa Putridiani, Rika Fitri Ramadani, Ningrum Melihayatri, and Munawir Munawir. *Psikologi Sosial*. CV. Edu Akademi, 2026.
- Famuji, Untung, Nur Kholis, Abdul Basit, and Ahmed Abdul Malik. "Click , Share , Da Wah : Spiritual Revolution at Your Fingertips " 9, no. 02 (2025): 121–35.
- Famuji, Untung, Siti Nuri Nurhaidah, Beni Pramula, and Fikri Yasin. "Komunikasi Parasosial Dai Milenial: Strategi Intimasi Di Instagram Dan Tiktok." *Liwa'ul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam* 15, no. 2 (2025): 149–61.
- Fuadi, M. H. "Islamic Algorithms: How Digital Platform Algorithms Shape Islamic Communication Strategies and Religious Authorities." *Proceedings of ICRESH*, 4, 1–15.,

2026.

- Ghufron, M Nur, and Amin Nasir. "Psikologi Media Sosial." *Researchgate. Net*, 2024.
- Gita Ananda, Mira Wati, Wardahtul Jannah, Safrani Zahra, Rangga Aditya, Mhd. Wira Pratama, Miftahul Zannah, & Mirza Syadat Rambe. "Etika Bermedia Sosial Dalam Perspektif Pendidikan Islam: Analisis Literatur Qur'an, Hadis, Dan Pemikiran Ulama. <https://doi.org/10.61104/Qb.V2i2.594>." *QOUBA : Jurnal Pendidikan*, 2(2), 434–440., 2025.
- Hariato, S. D., & Khotimah, K. "Agama Dan Perubahan Sosial: Mendorong Kesetaraan Gender Dalam Konteks Keagamaan Dan Masyarakat Kontemporer." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar.*, 2024.
- Khotimah, Khusnul, and Untung Famuji. "DIALECTICS OF TEXTUAL AND CONTEXTUAL UNDERSTANDING IN MEDIA DISCOURSE A Critical Discourse Analysis of Lirboyo Islamic Boarding School Content in the Trans7 Program " Xpose Uncensored ",," 2025.
- Khusnul Khotimah, Amirotn Solikhah, dan Zidan Abid Maulana. . "Virtual Sufism Identity in Majelis Kalbun Salim (MKS).": 269–302." *Teosofia: Indonesian Journal of Islamic Mysticism* 13, No. 2 (2024): 269–302., 2024. <https://doi.org/https://doi.org/10.21580/tos.v13i2.23598>.
- Nasrullah, Nasrullah. "Etika Muslim Di Dunia Virtual Tantangan Baru Dalam Ruang Digital." *NIHAYAH: Journal of Islamic Studies* 1, no. 2 (2025): 158–73.
- Nguyen, C. T. "ECHO CHAMBERS AND EPISTEMIC BUBBLES. *Episteme*, 17(2), 141–161." *Episteme*, 17(2), 141–161, 2020. <https://doi.org/10.1017/epi.2018.32>.
- Rahmi, Nur. "Multidimensi Konsep Kesalehan Perempuan Dalam Al-Qur'an." Universitas PTIQ Jakarta, 2025.
- Rathje, S., Van Bavel, J. J., & van der Linden, S. "Out-Group Animosity Drives Engagement on Social Media." *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(26), E2024292118., 2021.
- Shintiya, Prhita, Mirna Nur Alia Abdullah, and Muhammad Retsa Rizaldi Mujayapura. "Warisan Patriarki: Hambatan Struktural Bagi Perempuan Di Dunia Kerja." *SABANA: Jurnal Sosiologi, Antropologi, Dan Budaya Nusantara* 4, no. 2 (2025): 171–79.
- Sukmana, Oman, Tri Sulistyaningsih, Fritz Hotman S Damanik, Fidela Dzatadini Wahyudi, Atma Ras, Fardila Astari, Andi Dody May Putra Agustang, Erlita Tantri, Ricardi S Adnan, and Muhammad Nur. *Sosiologi Digital: Transformasi Sosial Di Era Teknologi*. Star Digital Publishing, 2025.
- titi, sitti ansorih, & Khotimah, K. . "The Ambiguity of NU's Digital Preaching in Identity Politics / Ambiguitas Dakwah Digital NU Dalam Politik Identitas." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 24(1), 19–35., 2025. <https://doi.org/https://doi.org/10.18592/alhadharah.v24i1.16361>.
- Wahid, Umaimah, and Raden Wahyu Utomo Martianto. *Polarisasi, Algoritma TikTok, Dan Kesehatan Mental Politik*. Indigo Media, 2026.
- WF, Ane Novella, and S Nevriyarni. "TEORI IDENTITAS SOSIAL, STEREOTIPE & PRASANGKA." *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* 3, no. 1 (2026): 505–15.
- Zabieno, Anggeline, Damayanti Damayanti, and Ahmad 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 (November 2025): 102–18. <https://doi.org/10.21274/dinamika.2025.25.2.102-118>.
- Zaini, Mohammad, and Dani Hermawan. *MANAJEMEN DIKLAT TRANSFORMATIF: Model, Strategi, Dan Implementasi Dalam Kerangka Merdeka Belajar–Kampus Merdeka*. Penerbit Aksara Shofa, 2026.