



Dari Masjid ke Media Sosial: Perubahan Strategi Rekrutmen Radikalisme di Era Generasi Z

Kumpul*

Universitas Islam Attahiriyah, Jakarta Selatan, Indonesia, 12830

Email: kumpulharahap348@gmail.com

Histori Naskah	Diserahkan	Direvisi	Diterima	Tersedia Online
	09 Agustus 2025	16 September 2025	25 September 2025	28 September 2025

Abstract

Changes in the digital communication landscape have shifted radical groups' recruitment strategies from physical spaces such as mosques to social media platforms, which have become the primary interaction space for Generation Z. The background to this phenomenon indicates that Generation Z, characterized by high connectivity, rapid information mobility, and susceptibility to emotional narratives, is a potential target for the spread of radical ideology packaged in creative and persuasive content. The purpose of this study is to analyze the shift in radical recruitment patterns from mosques to social media, focusing on the mechanisms, appeal, and impact on the religious patterns of Generation Z. The research method used is a literature study with a qualitative approach, reviewing previous research results, reports from international institutions, and analysis of social media content. The results show that social media provides freedom for radical groups to create more personal, interactive, and visually oriented narratives through short videos, memes, and online discussions. Recruitment strategies are no longer centered on direct ideological indoctrination, but rather through soft propaganda approaches such as issues of global injustice, religious identity, and religious lifestyles associated with heroism. Mosques still play a role, but more so in strengthening networks after the initial process is carried out in cyberspace. The research conclusion confirms that social media has become a strategic space in the evolution of radicalism recruitment, and Generation Z requires strong digital-religious literacy to avoid being easily trapped in misleading narratives.

Keywords: Radicalism; Social Media; Generation Z; Digital Propaganda; Religious Literacy

Abstrak

Perubahan lanskap komunikasi digital telah menggeser strategi rekrutmen kelompok radikal dari ruang fisik seperti masjid menuju platform media sosial yang menjadi ruang interaksi utama generasi Z. Latar belakang fenomena ini menunjukkan bahwa generasi Z dengan karakteristik keterhubungan tinggi, mobilitas informasi cepat, dan kerentanan terhadap narasi emosional, menjadi target potensial bagi penyebaran ideologi radikal yang dikemas dalam konten kreatif dan persuasif. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pergeseran pola rekrutmen radikalisme dari masjid ke media sosial dengan fokus pada mekanisme, daya tarik, serta dampaknya terhadap pola keberagamaan generasi Z. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dengan pendekatan kualitatif, mengkaji hasil penelitian terdahulu, laporan lembaga internasional, dan analisis konten media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memberikan keleluasaan bagi kelompok radikal untuk menciptakan narasi yang lebih personal, interaktif, dan berorientasi visual melalui video pendek, meme, dan diskusi daring. Strategi rekrutmen tidak lagi berpusat

pada indoktrinasi ideologis langsung, melainkan melalui pendekatan soft propaganda seperti isu ketidakadilan global, identitas keagamaan, hingga gaya hidup religius yang dikaitkan dengan heroisme. Masjid tetap berperan, namun lebih pada penguatan jaringan setelah proses awal dilakukan di dunia maya. Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa media sosial menjadi ruang strategis dalam evolusi rekrutmen radikalisme, dan generasi Z memerlukan literasi digital-keagamaan yang kuat agar tidak mudah terjebak dalam narasi yang menyesatkan.

Kata Kunci: Radikalisme; Media Sosial; Generasi Z; Propaganda Digital; Literasi Keagamaan

Pendahuluan

Perubahan pola rekrutmen radikalisme merupakan fenomena global yang berkembang seiring dinamika sosial, politik, dan teknologi komunikasi modern. Jika sebelumnya rekrutmen dilakukan melalui ruang-ruang keagamaan konvensional seperti masjid, pesantren, dan majelis taklim, kini strategi tersebut mengalami pergeseran signifikan menuju media sosial sebagai ruang baru yang lebih fleksibel, cepat, serta mampu menjangkau audiens luas (Yusuf, Siregar, & Harahap, 2024). Fenomena ini tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi, melainkan juga oleh pergeseran demografi, khususnya keterlibatan generasi muda yang dikenal sebagai Generasi Z (Chambers & Dhu Da, 2024). Generasi ini hidup dalam ekosistem digital, memiliki tingkat literasi teknologi tinggi, serta membentuk identitas sosial melalui interaksi virtual, sehingga menjadikan mereka target strategis kelompok radikal dalam memperluas pengaruh ideologi dan jaringannya (Wijaya & Al Afnan, 2025).

Fenomena tersebut semakin nyata ketika melihat kecenderungan generasi muda menggunakan media sosial bukan sekadar sarana komunikasi, melainkan juga arena pencarian identitas, aktualisasi diri, hingga ruang diskusi mengenai isu-isu keagamaan dan politik (Hayati, Ihsan, & Shaka, 2022). Laporan Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) menunjukkan bahwa hampir 60% propaganda kelompok radikal kini menyasar pengguna internet berusia 15–30 tahun, terutama melalui platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Telegram. Fakta ini memperlihatkan bahwa strategi rekrutmen tidak lagi mengandalkan ruang fisik semata, melainkan beralih ke ruang digital yang lebih sulit diawasi serta sering kali dianggap lebih aman bagi perekrut maupun calon anggota. Perubahan tersebut mempertegas bahwa radikalisme terus beradaptasi mengikuti perkembangan teknologi sekaligus memanfaatkan kerentanan generasi muda yang masih berada pada fase pencarian jati diri dan kebenaran ideologis.

Kajian terdahulu mengenai perubahan strategi rekrutmen radikalisme telah banyak dilakukan dengan perspektif yang beragam. Malik, Anam, dan Ma'mun (2020) menyoroti pergeseran metode perekrutan kelompok radikal dari basis keagamaan tradisional menuju jaringan global berbasis daring, namun penelitian ini belum menyinggung secara spesifik dinamika generasi Z yang lebih dekat dengan dunia digital. Tsourlaki (2020) menemukan bahwa media sosial menjadi ruang

produksi narasi radikalisme yang lebih efektif dibandingkan khutbah masjid, tetapi penelitian tersebut lebih menekankan aspek komunikasi virtual tanpa menelaah keterhubungan dengan ruang keagamaan fisik.

Penelitian oleh Frissen (2021) menunjukkan bahwa generasi muda rentan terhadap konten radikal melalui interaksi digital yang bersifat personal, tetapi belum mengaitkan dengan peran institusi masjid sebagai pusat penyemaian ideologi. Sementara itu, Shin dan Jitkajornwanich (2024) menekankan bahwa pergeseran strategi radikalisme berhubungan erat dengan algoritma media sosial yang mempersempit ruang wacana, meskipun ia tidak menjelaskan bagaimana perubahan ini memengaruhi pola kaderisasi di kalangan generasi Z. Penelitian lain oleh Gravelle, Medeiros, dan Nai (2021) mengungkapkan bahwa masjid masih digunakan sebagai ruang legitimasi simbolik dalam menguatkan narasi radikal sebelum dipindahkan ke ruang digital, tetapi fokusnya lebih pada aspek teologis dan tidak membahas strategi komunikasi lintas ruang. Dari kelima kajian ini tampak adanya kesenjangan berupa kurangnya analisis mendalam mengenai transformasi perekrutan dari masjid ke media sosial yang secara khusus menyasar generasi Z sebagai target utama, sehingga penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menyoroti hibriditas ruang dakwah radikal antara offline dan online.

Masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah: bagaimana terjadinya perubahan strategi rekrutmen radikalisme dari basis masjid menuju media sosial serta bagaimana pola komunikasi, narasi, dan simbol yang digunakan untuk menarik minat generasi Z? Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bentuk konkret pergeseran strategi tersebut sekaligus menelaah kerentanan generasi Z dalam menginternalisasi narasi radikal melalui medium digital yang dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka. Argumen awal yang mendasari penelitian ini bahwa masjid tidak lagi menjadi ruang tunggal dalam menyemai radikalisme, melainkan bertransformasi menjadi titik awal simbolik yang selanjutnya dimediasi oleh media sosial sehingga proses rekrutmen menjadi lebih cair, cepat, dan tersebar luas. Kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberikan pemahaman baru mengenai pola rekrutmen radikalisme yang lebih kontekstual dengan generasi Z, sekaligus memperkuat basis akademik bagi formulasi kebijakan deradikalisasi yang mampu menyentuh ruang digital tanpa mengabaikan peran tradisional masjid.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis digital yang dipadukan dengan kajian literatur komparatif, sehingga memungkinkan peneliti mengungkap pergeseran strategi rekrutmen radikalisme dari ruang tradisional ke ruang virtual dalam konteks generasi Z. Sumber data penelitian terdiri atas dokumen daring seperti unggahan media sosial, kanal komunikasi digital, artikel akademik, laporan lembaga penelitian, serta arsip khutbah masjid dan publikasi keagamaan yang merekam pola wacana radikalisme. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran digital berbasis kata

kunci, pemetaan jaringan sosial media, serta peninjauan literatur ilmiah yang relevan, dilengkapi dengan seleksi data menggunakan prinsip validitas sumber dan kredibilitas informasi. Teknik analisis data menggunakan model analisis wacana kritis *Fairclough* yang diperkaya dengan analisis jejaring digital untuk menyingkap representasi, relasi kuasa, dan strategi komunikasi yang digunakan dalam proses rekrutmen, sekaligus membandingkan narasi tradisional berbasis masjid dengan narasi kontemporer berbasis media sosial.

Hasil dan Pembahasan

Transformasi Arena Rekrutmen: Dari Masjid ke Media Sosial

Arena rekrutmen radikalisme mengalami transformasi signifikan seiring perubahan sosial dan perkembangan teknologi komunikasi. Proses yang dahulu berpusat pada ruang-ruang tatap muka, seperti masjid, *halaqah*, atau forum kajian keagamaan, kini bergeser menuju ruang digital yang lebih luas dan tidak terbatas (Hollewell & Longpré, 2021). Pergeseran locus rekrutmen ini menunjukkan bagaimana kelompok radikal mampu beradaptasi dengan konteks zaman, memanfaatkan teknologi untuk memperluas jaringan dan mengakses generasi muda yang lebih akrab dengan media sosial. Ruang ibadah yang sebelumnya menjadi pusat konsolidasi identitas kolektif beralih ke platform digital yang menawarkan anonimitas, fleksibilitas, serta jangkauan global (Addo, 2021). Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai medium komunikasi, melainkan juga menjadi arena produksi narasi, penyebaran ideologi, serta mobilisasi individu ke dalam lingkaran radikalisme (Hollewell & Longpré, 2021).

Transformasi ini tidak terlepas dari faktor penurunan efektivitas rekrutmen tradisional yang mulai menghadapi tantangan besar. Kontrol negara terhadap ruang publik keagamaan semakin ketat melalui regulasi dan pengawasan terhadap ceramah, khutbah, maupun aktivitas dakwah, sehingga mempersempit ruang gerak kelompok radikal untuk melakukan rekrutmen secara terbuka (Henne, 2019). Kewaspadaan masyarakat yang semakin meningkat terhadap potensi infiltrasi radikal juga menjadi faktor penghambat keberlangsungan pola rekrutmen tatap muka (Schils & Verhage, 2017). Selain itu, interaksi langsung dalam ruang fisik membutuhkan biaya, waktu, serta logistik yang lebih besar dibandingkan penyebaran pesan melalui media digital yang dapat dilakukan secara instan dan berulang (Nisrina et al., 2025). Kondisi tersebut membuat kelompok radikal menilai strategi konvensional semakin tidak efektif untuk menjangkau target yang lebih luas dan beragam.

Peningkatan akses digital memperlihatkan dimensi baru bagi efektivitas propaganda radikal. Tingginya penetrasi internet serta perkembangan gawai pintar menciptakan ruang baru yang mudah diakses oleh hampir semua kalangan, terutama generasi muda (Færøy, Yamin, Shukla, & Katt, 2023). Algoritma media sosial memungkinkan penyebaran konten yang sesuai dengan minat pengguna, sehingga materi radikal dapat masuk secara perlahan melalui pesan motivasi, isu

ketidakadilan, maupun narasi keagamaan yang dibalut dengan simbol-simbol identitas (Shin & Jitkajornwanich, 2024). Platform digital memberikan kesempatan bagi kelompok radikal untuk membangun komunitas virtual, memperkuat rasa solidaritas, dan menciptakan ilusi kebersamaan meskipun tanpa interaksi fisik. Karakteristik media sosial yang interaktif membuat proses indoktrinasi tidak lagi bersifat satu arah, melainkan berlangsung melalui dialog, diskusi daring, dan penyebaran konten multimedia yang lebih persuasif (Jasser, McSwiney, Pertwee, & Zannettou, 2021).

Percepatan digitalisasi propaganda tidak dapat dilepaskan dari peran pandemi COVID-19 yang membatasi mobilitas fisik masyarakat. Pembatasan kegiatan keagamaan secara langsung, penutupan masjid, serta pelarangan kerumunan membuat ruang-ruang tradisional rekrutmen semakin sulit diakses. Kondisi tersebut memberi momentum bagi kelompok radikal untuk memaksimalkan media daring sebagai saluran utama penyebaran ideologi (Arifianto, 2019). Pandemi menciptakan situasi psikologis masyarakat yang rentan akibat rasa cemas, keterasingan sosial, serta ketidakpastian ekonomi (Liu, Liu, Yoganathan, & Osburg, 2021), yang kemudian dimanfaatkan oleh kelompok radikal untuk menawarkan narasi alternatif yang menjanjikan kepastian dan makna hidup (Machitidze, 2020). Propaganda digital dalam masa pandemi tidak hanya menyasar individu yang telah memiliki kecenderungan radikal, melainkan juga kalangan umum yang tengah mencari jawaban atas krisis eksistensial (Schulze et al., 2022).

Dinamika tersebut menandakan bahwa rekrutmen radikalisme mengalami transformasi struktural yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi serta perubahan konteks sosial. Masjid tetap memiliki peran simbolis dan strategis, tetapi bukan lagi menjadi locus utama dalam proses radikalisasi. Media sosial kini menjadi arena utama yang memungkinkan penyebaran ideologi melampaui batas ruang dan waktu, dengan efektivitas yang jauh lebih tinggi dibandingkan metode konvensional. Transformasi ini menghadirkan tantangan besar bagi upaya deradikalisasi, karena ruang digital bersifat cair, adaptif, dan sulit dikendalikan oleh regulasi konvensional. Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap pergeseran locus rekrutmen serta faktor-faktor yang mendorong digitalisasi propaganda menjadi kunci penting dalam merumuskan strategi pencegahan yang relevan dengan realitas kontemporer.

Generasi Z sebagai Target Propaganda Digital

Generasi Z merupakan kelompok demografis yang tumbuh pada era digital dengan tingkat keterhubungan yang tinggi terhadap teknologi informasi. Kehidupan sehari-hari mereka tidak dapat dilepaskan dari gawai, media sosial, serta arus informasi yang terus mengalir tanpa henti. Kondisi ini membuat generasi Z dikenal sebagai generasi yang melek teknologi, mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perangkat digital, dan sangat aktif berinteraksi melalui dunia maya. Keunggulan dalam menguasai teknologi digital menjadi ciri khas mereka, namun pada saat yang

sama membuka peluang bagi pihak tertentu untuk menyusupkan pesan-pesan ideologis yang bersifat manipulatif (Grigoreva, Garifova, & Polovkina, 2021). Arus informasi yang tidak terfilter secara ketat sering kali membentuk persepsi, preferensi, serta identitas generasi Z sehingga mereka berada dalam situasi yang rawan terhadap penetrasi ideologi radikal melalui media digital (Wijaya & Al Afnan, 2025).

Pencarian identitas menjadi salah satu fase psikososial penting bagi generasi Z. Usia muda yang sedang berada pada masa transisi menuju kedewasaan membuat mereka kerap mempertanyakan siapa diri mereka, apa peran mereka di masyarakat, serta bagaimana posisi mereka terhadap nilai-nilai sosial dan religius. Kebutuhan eksistensial ini sering kali membuat mereka mudah terpengaruh oleh narasi yang menawarkan jawaban sederhana terhadap kompleksitas hidup (Putri, Khumayah, & Nurfalah, 2023). Propaganda digital yang dirancang dengan bahasa emosional, visual yang menarik, dan narasi kebermanaknaan memiliki daya tarik yang kuat bagi mereka yang sedang mencari jati diri (Stahl & Literat, 2023). Proses pencarian identitas tersebut semakin kompleks ketika lingkungan sosial dan keluarga tidak memberikan ruang dialog yang sehat, sehingga ruang virtual menjadi arena alternatif untuk menemukan jawaban, sekaligus titik rawan infiltrasi pesan-pesan radikal (Hasibuan, Harahap, & Hanifah, 2024).

Kerentanan terhadap disinformasi menjadi aspek penting dalam memahami posisi generasi Z sebagai target propaganda digital. Tingginya intensitas konsumsi media sosial sering tidak diimbangi dengan kemampuan literasi digital yang memadai. Banyak anak muda lebih mempercayai narasi yang viral atau diulang oleh figur publik tertentu dibandingkan melakukan verifikasi atas kebenaran informasi (Herrero-Diz, Conde-Jiménez, & Reyes de Cózar, 2020). Disinformasi yang dibungkus dalam konten hiburan, humor, atau narasi heroisme menjadi alat propaganda yang sangat efektif (Freelon & Wells, 2020). Dalam konteks ini, generasi Z kerap terjebak pada arus informasi yang bias, sehingga menumbuhkan polarisasi pandangan, kecurigaan terhadap pihak lain, serta kecenderungan untuk menerima ideologi yang menyederhanakan persoalan global dalam kerangka hitam-putih (Riendani, Atshila S, Abhinaya, Abdillah, & Mufadhol, 2024).

Aspek psikososial yang melatarbelakangi generasi Z memperkuat kerentanan mereka terhadap propaganda digital. Kebutuhan akan komunitas menjadi salah satu motivasi yang signifikan. Ketika generasi Z merasa teralienasi dari lingkungan sosial nyata, mereka beralih ke komunitas virtual yang menawarkan solidaritas, pengakuan, serta rasa memiliki (Komarac & Došen, 2024). Kelompok radikal memanfaatkan kebutuhan ini dengan menghadirkan narasi persaudaraan lintas batas geografis dan janji akan komunitas ideal yang lebih adil, berani, dan penuh kepedulian (Sabic-El-Rayess, 2020). Rasa kebersamaan yang terbangun dalam ruang digital sering kali jauh lebih kuat dibandingkan ikatan nyata, karena

disertai dengan simbol-simbol perjuangan yang membangkitkan emosi kolektif (Pugliese & Vesper, 2022).

Dorongan untuk menjadi pahlawan atau tokoh berperan penting dalam daya tarik propaganda digital. Generasi Z yang tumbuh di tengah krisis global, konflik sosial, serta kesenjangan ekonomi sering merasakan kekecewaan terhadap sistem yang ada (Chan & Lee, 2023). Narasi radikal yang menawarkan peluang heroisme, baik dalam bentuk perjuangan melawan ketidakadilan maupun dalam kerangka membela agama, memberi ruang bagi mereka untuk merasakan kebermaknaan eksistensial (Meiering, Dziri, & Foroutan, 2021). Propaganda digital dengan sengaja menghadirkan figur pahlawan karismatik, kisah perjuangan heroik, serta simbol keberanian yang menggugah imajinasi anak muda untuk ikut serta. Melalui proses identifikasi terhadap tokoh-tokoh tersebut, generasi Z menemukan pola teladan yang memperkuat rasa percaya diri sekaligus meneguhkan keterlibatan mereka dalam jaringan propaganda (Yoder, Ruby, Pape, & Decety, 2020).

Fenomena propaganda radikal yang menyasar anak muda dapat diamati melalui sejumlah studi kasus di berbagai negara. Organisasi teroris internasional, misalnya, memanfaatkan media sosial seperti YouTube, Twitter, dan Telegram untuk menyebarkan konten propaganda yang menargetkan generasi muda. Mereka menggunakan video berkualitas tinggi yang menggambarkan kehidupan sehari-hari para pejuang, narasi pengorbanan, serta janji kebermaknaan hidup yang melampaui batas duniawi (Badawy & Ferrara, 2018). Di beberapa negara, terdapat kasus anak muda yang meninggalkan keluarganya untuk bergabung dengan kelompok radikal setelah terpapar konten digital yang intens (Frissen, 2021). Hal ini menunjukkan betapa efektifnya propaganda digital dalam memanfaatkan kebutuhan psikososial generasi Z, terutama ketika sistem pendidikan dan keluarga gagal memberikan penanaman nilai kritis dan moderasi yang kuat.

Keterpaduan antara karakteristik generasi Z dan strategi propaganda digital menciptakan ruang yang rentan terhadap infiltrasi ideologi radikal. Melek teknologi yang seharusnya menjadi keunggulan justru menjadi jalur utama bagi masuknya konten manipulatif. Pencarian identitas dan kebutuhan psikososial memperkuat daya tarik narasi radikal yang menawarkan komunitas, heroisme, dan makna hidup. Kasus nyata menunjukkan propaganda digital bukan hanya memengaruhi cara berpikir, tetapi juga mendorong tindakan nyata berupa keterlibatan dalam jaringan terorisme. Oleh karena itu, memahami generasi Z bukan hanya sebagai konsumen informasi pasif, melainkan sebagai individu dengan kebutuhan psikososial kompleks, menjadi langkah penting dalam merancang strategi pencegahan dan pendidikan yang lebih efektif.

Media Sosial sebagai Ruang Narasi, Jejaring, dan Identitas Radikal

Media sosial telah berkembang menjadi ruang strategis yang memfasilitasi pembentukan narasi, jejaring, dan identitas radikal secara simultan. Konten yang bersifat radikal tidak lagi hanya disebarluaskan melalui bentuk teks konvensional, tetapi

melalui media visual dan audio yang lebih menarik, seperti meme, video pendek, dan podcast. Meme berfungsi sebagai sarana simbolik yang memadukan humor, kritik sosial, dan pesan ideologis sehingga lebih mudah diterima oleh audiens muda yang rentan terhadap persuasi emosional (Schmid, Schulze, & Drexel, 2025). Video pendek, dengan durasi yang ringkas, memanfaatkan efek visual, musik, dan narasi persuasif untuk menyampaikan pesan ekstrem dengan cara yang menghibur dan menyedot perhatian (Dong, Liu, Xi, Liao, & Yang, 2023). Podcast, meskipun lebih panjang dan naratif, memberikan ruang bagi penyebar ideologi radikal untuk mendalami argumen, menafsirkan isu sosial, dan membangun resonansi emosional yang kuat dengan pendengar (Vrikki & Malik, 2019).

Algoritma media sosial turut berperan penting dalam memperkuat proses radikalisasi dengan menciptakan lingkungan *echo chamber* yang memfilter informasi berdasarkan preferensi dan interaksi pengguna. Algoritma rekomendasi cenderung menampilkan konten yang selaras dengan keyakinan atau minat sebelumnya, sehingga pengguna sering terpapar konten sejenis secara berulang, memperkuat pandangan ekstrem tanpa paparan kritis terhadap sudut pandang alternatif. Efek ini semakin diperkuat oleh mekanisme like, share, dan komentar yang membentuk jaringan sosial digital, di mana popularitas konten menjadi indikator kredibilitas, meskipun kebenaran atau objektivitasnya diragukan (Shin & Jitkajornwanich, 2024). *Echo chamber* tidak hanya membatasi spektrum informasi, tetapi juga meningkatkan tekanan sosial untuk mematuhi norma kelompok virtual, sehingga pergeseran identitas dan adopsi nilai-nilai radikal menjadi lebih mungkin terjadi (Barberá, 2020). Algoritma juga memanfaatkan data perilaku pengguna secara real time untuk menyesuaikan konten, sehingga pengalaman digital menjadi semakin personal dan terarah untuk memperkuat keterikatan emosional terhadap narasi tertentu (Hanmei, 2024).

Komunitas virtual yang terbentuk melalui platform seperti Telegram, WhatsApp, Discord, dan forum gaming menyediakan ruang interaksi yang bersifat eksklusif, anonim, dan terkadang terdesentralisasi, sehingga menjadi medan efektif untuk mobilisasi radikal. Telegram menawarkan kanal dan grup dengan enkripsi end-to-end yang memungkinkan pertukaran pesan tanpa pengawasan langsung, sehingga ideologi ekstrem dapat berkembang tanpa hambatan sensor (Urman & Katz, 2022). WhatsApp memanfaatkan jaringan peer-to-peer untuk menyebarkan pesan melalui grup tertutup, memperkuat solidaritas sosial dan loyalitas ideologis di antara anggota (Rossini, Stromer-Galley, Baptista, & Veiga de Oliveira, 2020). Discord menyediakan server tematis yang memungkinkan interaksi simultan melalui teks, suara, dan video, membentuk komunitas yang kohesif dengan ritual komunikasi yang menguatkan identitas kelompok (Johnson & Salter, 2022).

Interaksi antara strategi konten, algoritma media sosial, dan komunitas virtual menghasilkan ekosistem digital yang saling memperkuat dalam proses radikalisasi. Meme, video pendek, dan podcast menjadi alat penetrasi emosional

yang dirancang untuk menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan, sementara algoritma memastikan paparan berulang terhadap konten yang sejalan dengan kecenderungan pengguna (Weng, Flammini, Vespignani, & Menczer, 2012). Komunitas virtual menyediakan ruang pertemuan yang memfasilitasi diskusi mendalam, konsolidasi identitas, dan legitimasi sosial bagi perilaku ekstrem (Sirola, Savela, Savolainen, Kaakinen, & Oksanen, 2021). Dinamika ini menciptakan siklus di mana pengguna yang semula hanya menonton atau mendengarkan konten secara pasif berkembang menjadi kontributor aktif, menyebarkan narasi, mengajak anggota baru, dan memperkuat jaringan radikal.

Dampak jangka panjang dari interaksi ini terlihat pada pembentukan identitas radikal yang semakin melekat pada kehidupan digital penggunanya. Identitas ini tidak hanya direfleksikan melalui preferensi konten, avatar, atau bahasa komunitas, tetapi juga dalam pola interaksi sosial, loyalitas kelompok, dan kesiapan untuk mendukung tindakan kolektif yang ekstrem. Media sosial, dengan karakteristiknya yang imersif, interaktif, dan personal, telah menggeser pusat gravitasi proses radikalisasi dari ranah fisik ke ranah digital, di mana narasi, jejaring, dan identitas berkembang secara simultan dan saling memperkuat. Studi mengenai fenomena ini menekankan perlunya pemahaman multidimensional terhadap strategi penyebaran konten, mekanisme algoritma, dan dinamika komunitas virtual sebagai bagian integral dari upaya pencegahan dan mitigasi radikalisasi di era digital modern.

Penutup

Strategi rekrutmen radikalisme mengalami pergeseran signifikan dari ranah fisik, seperti masjid dan majelis taklim, ke ranah digital melalui media sosial, sejalan dengan karakter generasi Z yang digital native dan sangat bergantung pada interaksi daring. Transformasi ini memanfaatkan narasi visual dan audio, seperti meme, video pendek, serta podcast, yang mampu membangun identitas radikal dan memperkuat solidaritas kelompok melalui komunitas virtual di platform seperti Telegram, WhatsApp, Discord, dan forum gaming. Algoritma media sosial turut memperkuat efektivitas propaganda dengan menciptakan ruang gema (echo chamber) yang memfilter informasi dan meningkatkan keterpaparan pada konten radikal. Penelitian ini juga menyoroti faktor psikososial generasi Z, termasuk kebutuhan akan pengakuan, rasa memiliki, dan pencarian makna, yang menjadikan mereka target utama rekrutmen digital. Pergeseran ini membawa implikasi penting bagi strategi deradikalisasi, yang tidak lagi dapat terbatas pada pendekatan tatap muka, melainkan harus memasuki ruang digital dengan literasi digital, kontra-narasi, dan keterlibatan komunitas kreatif. Hasil penelitian menegaskan bahwa meskipun generasi Z rentan terhadap propaganda digital, mereka juga memiliki potensi besar menjadi agen pencegahan melalui pemahaman kritis, penguatan nilai-nilai moderasi, dan partisipasi aktif dalam ruang daring yang positif. Oleh karena itu,

kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat sipil menjadi krusial untuk menekan laju radikalisasi digital secara efektif.

Daftar Pustaka

- Addo, G. (2021). Join the Holy Spirit on Zoom: African Pentecostal churches and their liturgical practices during COVID-19. *Approaching Religion*, 11(2), 45–61. <https://doi.org/10.30664/ar.107728>
- Arifianto, A. R. (2019). Islamic Campus Preaching Organizations in Indonesia: Promoters of Moderation or Radicalism? *Asian Security*, 15(3), 323–342. <https://doi.org/10.1080/14799855.2018.1461086>
- Badawy, A., & Ferrara, E. (2018). The rise of Jihadist propaganda on social networks. *Journal of Computational Social Science*, 1(2), 453–470. <https://doi.org/10.1007/s42001-018-0015-z>
- Barberá, P. (2020). Social Media, Echo Chambers, and Political Polarization. In N. Persily & J. A. Tucker (Eds.), *Social Media and Democracy* (pp. 34–55). Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108890960.004>
- Chambers, J., & Dhu Da, S. N. (2024). “Living With” Revolution: The Everyday Experiences of Myanmar’s Generation Z Revolutionaries. *Journal of Contemporary Asia*, 54(5), 781–800. <https://doi.org/10.1080/00472336.2024.2359373>
- Chan, C. K. Y., & Lee, K. K. W. (2023). The AI generation gap: Are Gen Z students more interested in adopting generative AI such as ChatGPT in teaching and learning than their Gen X and millennial generation teachers? *Smart Learning Environments*, 10(1), 60. <https://doi.org/10.1186/s40561-023-00269-3>
- Dong, X., Liu, H., Xi, N., Liao, J., & Yang, Z. (2023). Short video marketing: what, when and how short-branded videos facilitate consumer engagement. *Internet Research*, 34(3), 1104–1128. <https://doi.org/10.1108/INTR-02-2022-0121>
- Færøy, F. L., Yamin, M. M., Shukla, A., & Katt, B. (2023). Automatic Verification and Execution of Cyber Attack on IoT Devices. *Sensors*, 23(2), 1–30. <https://doi.org/10.3390/s23020733>
- Freelon, D., & Wells, C. (2020). Disinformation as Political Communication. *Political Communication*, 37(2), 145–156. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723755>
- Frissen, T. (2021). Internet, the great radicalizer? Exploring relationships between seeking for online extremist materials and cognitive radicalization in young adults. *Computers in Human Behavior*, 114, 106549. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106549>
- Gravelle, T. B., Medeiros, M., & Nai, A. (2021). In the Shadow of the Tower: Spatial proximity to mosques, visible diversity, and support for the radical right. *Political Geography*, 91, 102499. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2021.102499>
- Grigoreva, E. A., Garifova, L. F., & Polovkina, E. A. (2021). Consumer Behavior in the

- Information Economy: Generation Z. *International Journal of Financial Research*, 12(2), 164. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v12n2p164>
- Hanmei, W. (2024). Deep Learning-Based Analysis of Emotional and Content Relevance Between Bullet Screens and Subtitles as Movie Narrative Medium. *SAGE Open*, 14(3), 21582440241280840. <https://doi.org/10.1177/21582440241280840>
- Hasibuan, M. H., Harahap, A. P., & Hanifah, A. (2024). The Role of The Prophet in Educating Children and its Implementation in Preventing Gadget Addiction in Children. *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 7(2), 309–330. <https://doi.org/10.20414/sangkep.v7i2.11159>
- Hayati, C. N., Ihsan, A. B., & Shaka, M. F. (2022). The influence of social media on religious identity politics among Indonesian millennial generation. *Simulacra*, 5(2), 57–70. <https://doi.org/10.21107/sml.v5i2.16621>
- Henne, P. S. (2019). Government interference in religious institutions and terrorism. *Religion, State and Society*, 47(1), 67–86. <https://doi.org/10.1080/09637494.2018.1533691>
- Herrero-Diz, P., Conde-Jiménez, J., & Reyes de Cózar, S. (2020). Teens' Motivations to Spread Fake News on WhatsApp. *Social Media + Society*, 6(3), 2056305120942879. <https://doi.org/10.1177/2056305120942879>
- Hollewell, G. F., & Longpré, N. (2021). Radicalization in the Social Media Era: Understanding the Relationship between Self-Radicalization and the Internet. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, 66(8), 896–913. <https://doi.org/10.1177/0306624X211028771>
- Jasser, G., McSwiney, J., Pertwee, E., & Zannettou, S. (2021). 'Welcome to #GabFam': Far-right virtual community on Gab. *New Media & Society*, 25(7), 1728–1745. <https://doi.org/10.1177/14614448211024546>
- Johnson, E. K., & Salter, A. (2022). Embracing discord? The rhetorical consequences of gaming platforms as classrooms. *Computers and Composition*, 65, 102729. <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2022.102729>
- Komarac, T., & Ozretić Došen, Đ. (2024). Understanding virtual museum visits: generation Z experiences. *Museum Management and Curatorship*, 39(3), 357–376. <https://doi.org/10.1080/09647775.2023.2269129>
- Liu, H., Liu, W., Yoganathan, V., & Osburg, V.-S. (2021). COVID-19 information overload and generation Z's social media discontinuance intention during the pandemic lockdown. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120600. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120600>
- Machitidze, G. (2020). Comparative Analyses of Terrorist Threats under Conditions of COVID-19. *World Economy and International Relations*, 64, 5–12. <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2020-64-11-5-12>
- Malik, I., Anam, K., & Ma'mun, S. (2020). Online Radicalism, When Online Surfing Leads to Suffering. *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 21(1), 109–118. <https://doi.org/10.14421/esensia.v21i1.2198>

- Meiering, D., Dziri, A., & Foroutan, N. (2021). Connecting Structures: Resistance, Heroic Masculinity and Anti-Feminism as Bridging Narratives within Group Radicalization. *International Journal of Conflict and Violence (IJCV)*, 14(2), 1–19. <https://doi.org/10.4119/ijcv-3805>
- Nisrina, C., Jauhara, T., Nazwa, F. A., Khotimah, R. N., Wati, T. A., & Yosep, Z. A. (2025). Korelasi antara Intensitas Penggunaan Media Sosial aan Penurunan Kualitas Interaksi Sosial Siswa. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(1), 492–497.
- Pugliese, M., & Vesper, C. (2022). Digital joint action: Avatar-mediated social interaction in digital spaces. *Acta Psychologica*, 230, 103758. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103758>
- Putri, F. S. E., Khumayah, S., & Nurfalah, F. (2023). Formation of Self-Identity of Generation Z Through Instagram Social Media Amongst Students. *IMAGINARY*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.51353/jim.v2i1.814>
- Riendani, C. R., Atshila S, I. R., Abhinaya, A., Abdillah, A. R., & Mufadhol, B. D. (2024). Pengaruh Algoritma Media Sosial Terhadap Selektivitas Konsumsi Berita Politik Pada Generasi Z Di Indonesia. *Jurnal Pustaka Cendekia Hukum Dan Ilmu Sosial*, 2(3 SE-Articles), 224–228. <https://doi.org/10.70292/pchukumsosial.v2i3.68>
- Rossini, P., Stromer-Galley, J., Baptista, E. A., & Veiga de Oliveira, V. (2020). Dysfunctional information sharing on WhatsApp and Facebook: The role of political talk, cross-cutting exposure and social corrections. *New Media & Society*, 23(8), 2430–2451. <https://doi.org/10.1177/1461444820928059>
- Sabic-El-Rayess, A. (2020). Epistemological shifts in knowledge and education in Islam: A new perspective on the emergence of radicalization amongst Muslims. *International Journal of Educational Development*, 73, 102148. <https://doi.org/10.1016/j.ijedudev.2019.102148>
- Schils, N., & Verhage, A. (2017). Understanding How and Why Young People Enter Radical or Violent Extremist Groups. *International Journal of Conflict and Violence (IJCV)*, 11, a473. <https://doi.org/10.4119/ijcv-3084>
- Schmid, U. K., Schulze, H., & Drexel, A. (2025). Memes, humor, and the far right's strategic mainstreaming. *Information, Communication & Society*, 28(4), 537–556. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2329610>
- Schulze, H., Hohner, J., Greipl, S., Girgnhuber, M., Desta, I., & Rieger, D. (2022). Far-right conspiracy groups on fringe platforms: a longitudinal analysis of radicalization dynamics on Telegram. *Convergence*, 28(4), 1103–1126. <https://doi.org/10.1177/13548565221104977>
- Shin, D., & Jitkajornwanich, K. (2024). How Algorithms Promote Self-Radicalization: Audit of TikTok's Algorithm Using a Reverse Engineering Method. *Social Science Computer Review*, 42(4), 1020–1040. <https://doi.org/10.1177/08944393231225547>
- Sirola, A., Savela, N., Savolainen, I., Kaakinen, M., & Oksanen, A. (2021). The Role of Virtual Communities in Gambling and Gaming Behaviors: A Systematic Review. *Journal of Gambling Studies*, 37(1), 165–187. <https://doi.org/10.1007/s10899->

020-09946-1

- Stahl, C. C., & Literat, I. (2023). #GenZ on TikTok: the collective online self-Portrait of the social media generation. *Journal of Youth Studies*, 26(7), 925–946. <https://doi.org/10.1080/13676261.2022.2053671>
- Tsourlaki, S. (2020). Khaled Abou El Fadl and Amina Wadud's (re)politicisation of the mosque and employment of social media as a means of shaping religious identity based on values of progressive Islam. *Contemporary Islam*, 14, 309–329. <https://doi.org/10.1007/s11562-020-00453-z>
- Urman, A., & Katz, S. (2022). What they do in the shadows: examining the far-right networks on Telegram. *Information, Communication & Society*, 25(7), 904–923. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1803946>
- Vrikki, P., & Malik, S. (2019). Voicing lived-experience and anti-racism: podcasting as a space at the margins for subaltern counterpublics. *Popular Communication*, 17(4), 273–287. <https://doi.org/10.1080/15405702.2019.1622116>
- Weng, L., Flammini, A., Vespignani, A., & Menczer, F. (2012). Competition among memes in a world with limited attention. *Scientific Reports*, 2(1), 335. <https://doi.org/10.1038/srep00335>
- Wijaya, M. F. F., & Al Afnan, A. G. (2025). Digital Multicultural Da'wah and the Prevention of Virtual Radicalism Among Generation Z. *Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-Agama*, 5(1), 64. <https://doi.org/10.22373/arj.v5i1.29431>
- Yoder, K. J., Ruby, K., Pape, R., & Decety, J. (2020). EEG distinguishes heroic narratives in ISIS online video propaganda. *Scientific Reports*, 10(1), 19593. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-76711-0>
- Yusuf, M. F., Siregar, B. B. R. N., & Harahap, A. P. (2024). Implementation of Hadith as a Foundation for Deradicalization in Contemporary Islamic Education Curriculum. *At-Turās: Jurnal Studi Keislaman*, 11(2), 160–177. <https://doi.org/10.33650/at-turas.v11i2.9358>