

Media Sosial dan Pembentukan Religiusitas Generasi Z Meta-Analysis

Miftahul Jannah

Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Indonesia
email: 241003002@student.ar-raniry.ac.id

Nurmila

Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Indonesia
email: 241003010@student.ar-raniry.ac.id

Article history: Received: 2 July 2025, Revised: 4 July 2025; Accepted: 5 July 2025
Published: 5 July 2025

Abstract

The development of digital technology has influenced almost all aspects of human life, including the formation of religiosity among the younger generation. Generation Z, who were born and raised in the midst of the social media era, have undergone a transformation in understanding, expressing, and practicing religious values. This study aims to systematically review previous studies on the influence of social media on the religiosity of Generation Z using a meta-analysis approach. This research is descriptive-analytical in nature and focuses on synthesizing more than twenty scientific articles published between 2015 and 2023. The results of the study indicate that social media has a significant and complex impact. On one hand, social media increases access to religious knowledge, expands spiritual communities, and encourages more personal religious engagement. However, on the other hand, social media also poses serious challenges such as the simplification of religious teachings, the dominance of popular narratives with minimal scientific validation, and the emergence of phenomena such as spiritual anxiety (religious anxiety) and performative religious identity pressure. This study concludes that the formation of religiosity in the digital age cannot be separated from its accompanying epistemological, sociological, and psychological

contexts. Therefore, a critical and contextual model of digital religious literacy is needed in Islamic religious education to ensure that Islamic values are instilled authentically and remain relevant for the digital generation.

Keywords

Social Media, Generation Z, Religiosity, Meta-Analysis

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam pembentukan religiusitas generasi muda. Generasi Z, yang lahir dan tumbuh di tengah era media sosial, mengalami transformasi dalam memahami, mengekspresikan, dan menjalankan nilai-nilai agama. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara sistematis berbagai studi terdahulu mengenai pengaruh media sosial terhadap religiusitas Generasi Z dengan menggunakan pendekatan meta-analisis. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif-analitis dan berfokus pada sintesis atas lebih dari dua puluh artikel ilmiah yang diterbitkan antara tahun 2015 hingga 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memberikan dampak yang signifikan dan kompleks. Di satu sisi, media sosial meningkatkan akses terhadap pengetahuan keagamaan, memperluas komunitas spiritual, dan mendorong keterlibatan religius yang lebih personal. Namun di sisi lain, media sosial juga melahirkan tantangan serius berupa simplifikasi ajaran agama, dominasi narasi populer yang minim validasi ilmiah, serta munculnya fenomena kegelisahan spiritual (religious anxiety) dan tekanan identitas religius yang performatif. Kajian ini menyimpulkan bahwa pembentukan religiusitas di era digital tidak dapat dilepaskan dari konteks epistemologis, sosiologis, dan psikologis yang menyertainya. Oleh karena itu, diperlukan model literasi keagamaan digital yang kritis dan kontekstual dalam pendidikan agama Islam, agar nilai-nilai Islam dapat tetap ditanamkan secara autentik dan relevan bagi generasi digital.

Kata Kunci

Media Sosial, Generasi Z, Religiusitas, Meta-Analysis

Pendahuluan

Transformasi teknologi digital yang kian cepat telah mengubah lanskap sosial, budaya, dan religius masyarakat global, termasuk Indonesia. Salah satu fenomena menonjol dari era ini adalah dominasi media sosial dalam kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi muda yang dikenal sebagai Generasi Z. Generasi ini, yang umumnya lahir antara tahun 1997 hingga 2012, tumbuh di tengah ekosistem digital yang memungkinkan mereka untuk berinteraksi, belajar, dan membentuk identitas melalui media digital. Media sosial bukan hanya menjadi sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga memainkan peran penting dalam proses pembentukan religiusitas. Dalam konteks Pendidikan Agama Islam, fenomena ini menimbulkan pertanyaan penting: sejauh mana media sosial dapat memengaruhi, membentuk, bahkan merekonstruksi pemahaman dan ekspresi keberagamaan generasi Z?

Media sosial telah membuka ruang baru dalam dakwah dan pembelajaran agama Islam. Munculnya konten-konten dakwah di platform seperti TikTok, YouTube, Instagram, hingga Twitter (X) menunjukkan bahwa ranah digital kini menjadi medan penting bagi penyebaran nilai-nilai keislaman. Remaja Muslim masa kini tidak hanya mengakses ceramah keagamaan melalui masjid atau sekolah, tetapi juga melalui video pendek, siaran langsung ustaz digital, dan infografis keislaman yang beredar luas di linimasa. Menurut Muhammad Fauzi (2022), media sosial telah menjadi kanal penting bagi generasi muda untuk mengakses konten keagamaan dengan cara yang lebih cepat, ringkas, dan kontekstual. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga arena spiritual yang membentuk pemahaman dan praktik keberagamaan.

Namun, dampak media sosial terhadap religiusitas tidak selalu bersifat positif. Meskipun banyak konten keislaman yang mendidik, tidak sedikit pula yang justru bersifat reduksionistik, simbolik, dan performatif. Dalam pandangan Bambang Kurniawan (2020), banyak generasi muda yang lebih menampilkan religiusitasnya di media sosial sebagai bagian dari identitas visual, bukan sebagai ekspresi nilai yang mendalam. Fenomena ini memunculkan kekhawatiran terhadap berkembangnya “agama instan” yang lebih menekankan gaya daripada substansi. Dalam konteks ini, religiusitas generasi Z perlu

dikaji secara komprehensif agar tidak hanya dilihat dari aspek luaran semata, tetapi juga dari proses internalisasi nilai-nilai agama yang mereka alami di dunia digital.

Secara teoritis, religiusitas generasi Z di era digital tidak bisa dipisahkan dari dinamika epistemologis dan sosiologis yang berkembang di ruang maya. Religiusitas tidak lagi terbatas pada kepatuhan ritual, tetapi mencakup aspek kognitif, afektif, dan konatif yang terwujud dalam perilaku moral dan sosial. Riaz Hassan (2021) menyatakan bahwa perkembangan teknologi digital telah mendorong terjadinya transformasi religiusitas dari model yang institusional menuju yang lebih personal, terbuka, dan berbasis pada pengalaman virtual. Di sinilah media sosial memainkan perannya sebagai ruang interaksi yang memungkinkan munculnya interpretasi baru atas ajaran agama, baik melalui dialog, komentar, maupun partisipasi dalam konten keagamaan.

Penelitian mengenai hubungan antara media sosial dan religiusitas generasi Z telah dilakukan oleh banyak akademisi, namun hasilnya masih beragam. Sebagian studi menyatakan bahwa media sosial dapat memperkuat religiusitas karena memberikan akses yang mudah terhadap ilmu keislaman dan memperluas jangkauan dakwah. Misalnya, penelitian oleh Ahmad Hidayat (2021) menunjukkan bahwa platform Instagram mampu menjadi media pembelajaran agama yang efektif bagi pelajar SMA melalui konten yang interaktif dan mudah dipahami. Sebaliknya, penelitian lain menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sumber penyebaran paham keagamaan yang dangkal, intoleran, bahkan menyimpang. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan meta-analisis untuk merangkum dan menilai berbagai temuan ini secara lebih mendalam dan sistematis.

Meta-analisis ini menjadi penting karena dapat mengidentifikasi pola umum, kesenjangan, dan kecenderungan dalam penelitian sebelumnya terkait pengaruh media sosial terhadap religiusitas generasi Z. Dengan menganalisis berbagai hasil studi secara menyeluruh, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih utuh tentang relasi antara ruang digital dan pembentukan religiusitas. Kajian ini juga penting dalam konteks pengembangan pendidikan agama Islam, agar dapat merespon secara adaptif terhadap perubahan karakter keberagamaan generasi muda di era digital.

Selain itu, pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika religiusitas generasi Z di media sosial dapat menjadi rujukan bagi para pendidik, dai, dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi dakwah dan pembelajaran yang lebih kontekstual. Penelitian oleh Jajat Rohmana dan Achmad Syakur (2023) misalnya, menunjukkan bahwa dakwah di TikTok mampu meningkatkan literasi keislaman generasi Z secara signifikan, asalkan dikemas dengan pendekatan kreatif dan sesuai dengan bahasa serta budaya digital mereka. Oleh karena itu, penting bagi pendidikan agama untuk tidak hanya menilai fenomena ini secara normatif, tetapi juga melalui pendekatan yang kritis, ilmiah, dan berbasis data.

Secara filosofis, media sosial sebagai ruang publik digital menghadirkan tantangan sekaligus peluang dalam pembentukan religiusitas. Ia menjadi tempat berlangsungnya dialektika antara tradisi dan modernitas, antara ajaran tekstual dan ekspresi visual, serta antara otoritas keagamaan dan otoritas algoritmik. Maka, menjadi tugas akademik untuk memahami bagaimana generasi Z mengonstruksi religiusitasnya di tengah arus informasi yang tak terbendung, dan bagaimana ruang digital dapat digunakan untuk menanamkan nilai-nilai Islam yang autentik, reflektif, dan humanistik.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode meta-analisis, yaitu mengkaji dan mensintesis secara sistematis berbagai hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan tema media sosial dan religiusitas Generasi Z. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif-analitis, bertujuan untuk mengidentifikasi pola, temuan konsisten maupun kontradiktif, serta celah penelitian dari lebih dari dua puluh artikel ilmiah yang dipublikasikan antara tahun 2015 hingga 2023. Sumber data primer dalam studi ini adalah artikel jurnal yang terakreditasi nasional dan internasional dengan fokus pada isu media sosial, pendidikan Islam, dan perilaku keberagamaan remaja. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari laporan survei, literatur teoretis, dan hasil kajian akademis lainnya yang mendukung interpretasi data. Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, klasifikasi tematik, identifikasi tren, serta interpretasi temuan dengan mengacu pada teori-teori sosiologi agama, literasi

digital, dan psikologi religius. Validitas diperkuat melalui triangulasi sumber dan uji relevansi antar artikel yang dikaji, sehingga hasil penelitian mampu memberikan gambaran utuh dan kritis terhadap peran media sosial dalam pembentukan religiusitas Generasi Z.

Hasil

Hasil meta-analisis terhadap lebih dari dua puluh artikel ilmiah yang dikaji dalam rentang tahun 2015–2023 menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dan multidimensional terhadap pembentukan religiusitas Generasi Z. Sebagian besar studi menunjukkan bahwa media sosial memperluas akses generasi muda terhadap konten keagamaan secara cepat, fleksibel, dan kontekstual. Platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok terbukti efektif dalam menyampaikan dakwah yang menarik secara visual dan emosional, yang mampu memperkuat pemahaman dasar agama serta membentuk komunitas virtual keagamaan yang aktif.

Namun, temuan juga menunjukkan adanya tantangan serius, antara lain simplifikasi ajaran agama, dominasi narasi populer yang mengabaikan kajian ilmiah, serta penyebaran konten yang tidak tervalidasi. Beberapa pengguna mengalami kegelisahan spiritual (*religious anxiety*) dan tekanan performatif dalam menunjukkan identitas religiusnya di media sosial. Selain itu, studi juga menyoroti pergeseran otoritas keagamaan dari institusi formal kepada figur digital tanpa kepakaran yang jelas. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan pentingnya penguatan literasi keagamaan digital yang kritis, kontekstual, dan berbasis nilai-nilai Islam dalam sistem pendidikan agama Islam kontemporer.

Pembahasan

Fenomena Generasi Z dan Perilaku Keagamaan di Era Digital

Generasi Z, sebagai generasi yang lahir dan besar di tengah penetrasi teknologi digital yang sangat masif, memiliki karakteristik yang berbeda dibanding generasi sebelumnya dalam hal konsumsi informasi, termasuk dalam aspek keberagamaan. Mereka cenderung lebih terbuka, cepat beradaptasi, serta mengandalkan media sosial sebagai sumber pengetahuan, inspirasi, dan bahkan otoritas nilai,

termasuk nilai-nilai keagamaan. Dalam konteks ini, konten religius digital memainkan peran penting dalam membentuk cara mereka memahami agama, mengekspresikan keyakinan, dan menjalani kehidupan spiritual.

Secara umum, interaksi Generasi Z dengan konten keagamaan digital berlangsung melalui berbagai platform, seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Twitter. Menurut hasil riset Jajat Rohmana dan Achmad Syakur (2023), generasi ini lebih menyukai konten yang bersifat visual, ringkas, dan interaktif. Ceramah agama dalam bentuk video pendek, konten dakwah yang dikemas dengan humor, dan kutipan ayat atau hadis dalam bentuk grafis merupakan contoh gaya komunikasi yang lebih efektif dalam menjangkau segmen ini. Dalam fenomena tersebut, kehadiran influencer keagamaan atau yang dikenal sebagai *ustaz digital* menjadi penting. Mereka dianggap lebih relevan karena mampu berbicara dengan bahasa generasi muda, menggunakan simbol dan konteks yang dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka.

Namun, preferensi terhadap otoritas keagamaan digital ini menunjukkan pergeseran penting dari model keberagamaan tradisional yang berbasis pada institusi seperti pesantren, masjid, atau guru agama konvensional. Riaz Hassan (2021) mencatat bahwa terjadi pergeseran otoritas keagamaan dari yang sebelumnya bersifat vertikal dan institusional menjadi lebih horizontal dan terdesentralisasi. Artinya, siapa pun bisa menjadi penyampai pesan agama selama memiliki akses dan pengaruh di media sosial. Hal ini menimbulkan ambivalensi: di satu sisi membuka ruang demokratisasi pengetahuan keagamaan, namun di sisi lain juga menghadirkan tantangan validitas dan otoritas ajaran yang disampaikan.

Secara sosiologis, fenomena ini menunjukkan bahwa Generasi Z mengonstruksi religiusitasnya tidak lagi sepenuhnya dari pengajaran formal, tetapi dari pengalaman digital yang bersifat dialogis, interaktif, dan penuh dengan pilihan. Menurut Bambang Kurniawan (2020), orientasi keberagamaan generasi ini cenderung lebih simbolik dan performatif, misalnya dengan memposting konten ibadah atau kutipan agama sebagai bentuk identitas spiritual. Meskipun demikian, tidak berarti bahwa religiusitas mereka dangkal. Banyak pula yang menggunakan media sosial untuk memperdalam pemahaman

keagamaan, mengikuti kajian daring, atau berdiskusi secara terbuka tentang isu-isu keislaman kontemporer.

Data statistik turut memperkuat tren ini. Survei yang dilakukan oleh Ahmad Hidayat (2021) menunjukkan bahwa 78% remaja Muslim usia 15–22 tahun di kota-kota besar Indonesia mengakses media sosial untuk mendapatkan konten keagamaan setidaknya dua kali seminggu. YouTube (69%), Instagram (61%), dan TikTok (52%) menjadi platform paling dominan untuk konsumsi konten Islam. Menariknya, 45% responden menyatakan bahwa media sosial lebih mempengaruhi pandangan keagamaannya dibanding guru agama di sekolah. Fakta ini menunjukkan bahwa ruang digital bukan sekadar pelengkap, melainkan telah menjadi arena utama pembentukan religiusitas bagi Generasi Z.

Tentu saja, fenomena ini menuntut perhatian serius dari para pendidik, dai, dan institusi keagamaan. Mereka perlu memahami bahasa digital dan strategi komunikasi yang sesuai agar tidak tertinggal dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman yang mendalam. Dibutuhkan kolaborasi antara substansi pesan dakwah yang kuat dengan kemasan media yang menarik. Strategi tersebut tidak hanya akan mempertahankan relevansi ajaran agama di mata generasi muda, tetapi juga membantu mereka menjalani proses keberagamaan yang lebih reflektif, otentik, dan berbasis pada nilai-nilai transendental.

Anatomi Media Sosial sebagai Ruang Pembentuk Religiusitas

Media sosial dewasa ini telah bertransformasi dari sekadar ruang komunikasi menjadi arena pembentukan identitas, nilai, dan bahkan kesadaran spiritual. Dalam konteks religiusitas Generasi Z, platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memainkan peran vital dalam menyebarkan konten keagamaan yang memengaruhi cara berpikir, merasakan, dan mengamalkan ajaran agama. Ketiga platform ini memiliki karakteristik unik yang menjadikannya efektif dalam menjangkau audiens muda: sifat visual yang kuat, durasi konten yang fleksibel, serta interaktivitas tinggi yang memfasilitasi komunikasi dua arah antara pembuat konten dan audiens.

Instagram, misalnya, dengan fitur story dan reels-nya, memungkinkan penyampaian pesan agama yang singkat namun menyentuh secara emosional. Konten berupa kutipan ayat Al-Qur'an,

hadis, atau nasihat ulama dikemas dalam desain grafis menarik dan sering kali disertai narasi visual yang menyentuh. Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengakses nilai-nilai Islam dalam bentuk yang ringan namun tetap mengandung makna (Wicaksono, 2020). Sementara itu, TikTok menawarkan kekuatan dalam membentuk religiusitas secara cepat dan masif melalui algoritma "For You Page" yang sangat personal. Dengan durasi video pendek dan hiburan visual yang kuat, konten dakwah yang dikemas dengan gaya ringan dan menghibur dapat viral dalam waktu singkat (Mulyani & Suryani, 2023).

YouTube, di sisi lain, memberikan ruang lebih luas bagi pembuat konten untuk menyampaikan materi keislaman secara mendalam. Berbagai ceramah, kajian tafsir, dialog antarmazhab, hingga sesi tanya jawab agama diunggah secara rutin dan menjangkau jutaan penonton. Riset Jajat Rohmana dan Achmad Syakur (2023) menunjukkan bahwa generasi muda lebih memilih ustaz atau dai yang tidak hanya menyampaikan pesan agama secara tekstual, tetapi juga mampu menjawab isu-isu kontemporer dengan pendekatan moderat, terbuka, dan kontekstual.

Namun, kekuatan utama media sosial tidak hanya terletak pada kontennya, tetapi juga pada mekanisme algoritmik yang bekerja di balik layar. Algoritma ini menentukan apa yang ditampilkan kepada pengguna berdasarkan riwayat interaksi mereka sebelumnya. Dalam konteks keagamaan, hal ini berarti bahwa jika seseorang sering menyukai atau menonton konten dakwah tertentu, maka platform akan terus menampilkan konten serupa. Ini menciptakan fenomena yang disebut *filter bubble*, yaitu kondisi di mana seseorang hanya terekspos pada informasi atau pandangan keagamaan yang sejalan dengan preferensi mereka sebelumnya (Hasan & Supriyadi, 2022). Konsekuensinya, proses pembentukan religiusitas menjadi sempit, tertutup, dan minim dialog lintas pandangan.

Filter bubble dalam media sosial dapat memperkuat pemahaman agama secara selektif, dan berpotensi mengarahkan seseorang ke dalam segregasi keagamaan digital. Seseorang yang secara tidak sadar hanya mengonsumsi konten-konten bermazhab tertentu akan membentuk persepsi bahwa pandangan tersebut adalah satu-satunya kebenaran, sementara pandangan lain dianggap

menyimpang. Inilah yang menjadi salah satu tantangan dalam pembentukan religiusitas yang inklusif di era digital. Sebagaimana dicatat oleh Riaz Hassan (2021), sistem algoritmik media sosial membentuk ruang kebenaran berdasarkan popularitas dan preferensi, bukan pada kedalaman atau keotentikan keilmuan.

Fenomena lain yang tak kalah menarik adalah kemunculan *ustadz digital* dan *influencer agama* yang menjadi aktor utama dalam menyebarkan nilai-nilai Islam di dunia maya. Para ustadz ini, meski tidak semuanya berlatar belakang pendidikan agama formal, memiliki pengaruh luar biasa berkat kemampuan mereka dalam mengemas pesan keislaman secara komunikatif dan relevan. Penampilan santai, bahasa gaul, dan interaksi responsif menjadi daya tarik tersendiri bagi generasi muda. Dalam banyak kasus, mereka lebih dipercaya dan diikuti dibandingkan ulama konvensional yang dianggap terlalu normatif atau tidak memahami bahasa generasi digital (Setiawan, 2023).

Walaupun demikian, keberadaan ustadz digital tidak selalu bebas dari kritik. Sebagian dari mereka disorot karena menyampaikan ajaran agama yang cenderung hitam-putih, simplistik, atau bahkan politis. Beberapa konten dakwah digital lebih menekankan aspek legalistik daripada spiritualitas, atau terlalu fokus pada perbedaan mazhab tanpa membangun pemahaman lintas perspektif. Karena itu, penting untuk mengembangkan ekosistem dakwah digital yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga bertanggung jawab secara intelektual dan etis.

Dengan demikian, anatomi media sosial sebagai ruang pembentuk religiusitas Generasi Z sangat kompleks. Di satu sisi, ia menghadirkan peluang besar untuk menyebarluaskan nilai-nilai Islam secara luas dan cepat. Di sisi lain, ia juga membawa tantangan terkait validitas informasi, otoritas keagamaan, dan bias algoritmik yang dapat membentuk pemahaman agama secara sepihak. Oleh karena itu, penting bagi akademisi, dai, dan pendidik Islam untuk tidak sekadar hadir di media sosial, tetapi juga memahami logika kerja platform tersebut agar dapat membentuk religiusitas digital yang kritis, inklusif, dan berdasar pada nilai-nilai Islam yang rahmatan lil 'alamin.

Dampak Psikologis Media Sosial terhadap Religiusitas

Kemunculan media sosial sebagai ruang digital utama telah memberikan dampak luas dalam pembentukan identitas, termasuk identitas religius generasi muda. Media sosial tidak hanya menjadi sarana penyebaran konten keagamaan, tetapi juga medium interaksi spiritual yang membentuk psikologi dan pengalaman keberagamaan secara personal maupun kolektif. Bagi Generasi Z yang secara intens hidup dalam lingkungan digital, relasi antara psikologi media dan religiusitas menjadi semakin kompleks, menghadirkan peluang sekaligus tantangan baru dalam perkembangan spiritual mereka.

Dari sisi positif, media sosial menyediakan akses yang sangat luas terhadap informasi dan pengetahuan agama. Jika dulu seseorang harus datang ke majelis taklim untuk mengikuti kajian, kini cukup dengan membuka aplikasi YouTube, TikTok, atau Instagram untuk mendapatkan ceramah, tafsir, atau motivasi Islami dari berbagai dai. Hal ini memperluas cakrawala keilmuan dan memberikan peluang bagi internalisasi ajaran agama secara fleksibel dan kontekstual. Seperti yang dijelaskan oleh Ahmad Hidayat (2021), media sosial memperkuat dimensi afektif dan kognitif religiusitas karena mendorong keterlibatan emosional dan perenungan reflektif melalui visualisasi nilai-nilai agama yang inspiratif.

Selain itu, terbentuk pula komunitas virtual keagamaan yang menyediakan ruang sosial baru bagi praktik keberagamaan. Grup diskusi Islam, komunitas dakwah daring, hingga forum kajian keislaman digital menghadirkan pengalaman kolektif yang dapat memperkuat identitas religius. Menurut penelitian Jajat Rohmana dan Achmad Syakur (2023), komunitas digital semacam ini berkontribusi dalam membangun rasa kebersamaan spiritual serta memperkuat dukungan sosial keagamaan di kalangan generasi muda. Kehadiran komunitas tersebut menjadikan religiusitas bukan hanya urusan privat, melainkan juga bagian dari dinamika sosial yang terus berkembang.

Namun, di balik potensi positif tersebut, media sosial juga membawa dampak psikologis yang cukup serius terhadap kualitas religiusitas, terutama dalam bentuk simplifikasi ajaran agama. Konten keislaman yang viral sering kali merupakan reduksi dari teks-teks keagamaan yang kompleks menjadi slogan atau kutipan pendek.

Dalam hal ini, pengetahuan agama menjadi dangkal karena lebih menekankan aspek visual dan emosi sesaat dibanding pemahaman yang mendalam. Seperti dikritik oleh Bambang Kurniawan (2020), media sosial menciptakan logika dakwah instan yang lebih mementingkan daya tarik viral daripada kedalaman isi, sehingga pemaknaan ajaran agama berisiko kehilangan dimensi epistemologisnya.

Simplifikasi ini juga melahirkan konflik interpretasi. Ketika berbagai versi tafsir atau pendapat keagamaan bertebaran tanpa konteks yang memadai, pengguna media sosial bisa terjebak dalam kebingungan, bahkan perpecahan. Setiap individu dengan mudah mengklaim kebenaran versinya masing-masing, didorong oleh logika algoritma yang memperkuat bias (*filter bubble*). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Wildan (2022), ditemukan bahwa perbedaan mazhab atau cara pandang dalam Islam sering kali dijadikan bahan debat terbuka di media sosial tanpa adab ilmiah, yang pada akhirnya merusak adab beragama dan menimbulkan keresahan spiritual.

Fenomena lain yang tidak kalah signifikan adalah munculnya gangguan psikospiritual yang terkait dengan konsumsi berlebihan terhadap konten keagamaan digital. Salah satu gangguan yang muncul adalah *religious anxiety*, yaitu kecemasan keagamaan yang berlebihan akibat ketakutan melanggar aturan agama yang ditampilkan dalam konten media sosial. Banyak remaja merasa takut akan azab, siksa kubur, atau neraka karena terus-menerus menerima pesan-pesan yang bernada hukuman tanpa diimbangi dengan narasi kasih sayang dan rahmat Ilahi. Seperti dicatat oleh Riaz Hassan (2021), ketidakseimbangan pesan religius semacam ini dapat memicu kecemasan eksistensial dan memperlemah spiritualitas yang sehat.

Selain itu, ada juga fenomena *spiritual bypassing*, yaitu penggunaan praktik keagamaan untuk menghindari atau menekan masalah psikologis yang sesungguhnya. Generasi Z yang menghadapi tekanan mental, alienasi sosial, atau krisis identitas, kadang-kadang mencari pelarian dalam ritual atau simbol keagamaan tanpa benar-benar menyelesaikan akar masalahnya. Konten motivasi Islami yang terlalu menekankan kesabaran dan penerimaan tanpa kritik sosial, misalnya, dapat mengarahkan individu untuk menutupi luka

psikologisnya dengan dalih religius, alih-alih menyembuhkannya secara sehat dan utuh (Putri & Lestari, 2022).

Efek psikologis lainnya adalah terbentuknya tekanan sosial religius, terutama ketika seseorang merasa harus tampil “tampak saleh” demi citra di media sosial. Hal ini menimbulkan ketegangan antara identitas digital dan identitas spiritual yang sejati. Performa religius yang diekspresikan melalui unggahan foto ibadah, kutipan Al-Qur'an, atau pujian pada ustaz selebritas sering kali tidak sejalan dengan kondisi batin yang sesungguhnya. Kondisi ini dapat menciptakan disonansi kognitif dan spiritual fatigue (kelelahan rohani) yang membahayakan stabilitas psikologis individu, sebagaimana dikemukakan oleh Sri Mulyani dan Dian Suryani (2023).

Maka dari itu, pemanfaatan media sosial dalam membentuk religiusitas harus disertai dengan literasi digital dan kesadaran psikospiritual yang memadai. Perlu dikembangkan pendekatan keagamaan yang holistik, yang tidak hanya berfokus pada aspek ritualistik, tetapi juga memperhatikan dimensi emosional, sosial, dan psikologis. Para dai digital, pendidik agama, dan pengelola konten keislaman perlu menyajikan materi yang seimbang antara harapan dan peringatan, antara kasih sayang dan ketegasan, agar pengalaman keagamaan yang dibangun di ruang digital tidak mengarah pada tekanan mental, tetapi justru memperkuat ketenangan batin dan kedekatan dengan Tuhan.

Temuan Utama dari Studi Terdahulu (Meta-Analysis)

Dalam satu dekade terakhir, perhatian para peneliti terhadap keterkaitan antara media sosial dan religiusitas generasi muda, khususnya Generasi Z, semakin meningkat. Meta-analisis terhadap lebih dari dua puluh studi antara tahun 2015 hingga 2023 menunjukkan bahwa ruang digital telah menjadi salah satu faktor paling signifikan dalam membentuk pemahaman, praktik, dan ekspresi keberagamaan generasi ini. Berbagai studi menggunakan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk mengeksplorasi bagaimana media sosial memengaruhi dimensi kognitif, afektif, dan perilaku religius individu.

Salah satu temuan konsisten dari berbagai studi adalah bahwa media sosial menyediakan akses yang luas terhadap informasi keagamaan, yang dalam banyak kasus meningkatkan pengetahuan

dasar dan kesadaran beragama. Studi oleh Ahmad Hidayat (2021) menunjukkan bahwa 78% pelajar SMA di Indonesia secara aktif mengakses konten keislaman melalui YouTube dan Instagram, dan mereka yang melakukannya secara rutin menunjukkan pemahaman lebih tinggi tentang ajaran Islam dibandingkan dengan mereka yang hanya bergantung pada pembelajaran di kelas. Demikian pula, penelitian oleh Rohmana dan Syakur (2023) menegaskan bahwa TikTok dapat menjadi media dakwah yang efektif, khususnya ketika dikemas dalam bentuk storytelling atau humor santun yang kontekstual.

Studi-studi lain juga menunjukkan bahwa media sosial telah mendorong tumbuhnya komunitas virtual yang memperkuat rasa identitas keislaman, terutama di kalangan remaja perkotaan. Wildan (2022) dalam risetnya tentang “komunitas hijrah digital” menunjukkan bahwa generasi Z mendapatkan motivasi spiritual dan solidaritas sosial dari akun-akun dakwah populer. Ini menjadi bentuk baru dari pengalaman religius yang tidak hanya bersifat individual, tetapi juga kolektif, menghubungkan individu dengan jejaring keagamaan transnasional yang lebih besar.

Namun demikian, temuan meta-analisis juga mengungkapkan beberapa hasil yang kontradiktif. Meskipun akses terhadap konten keislaman meningkat, kualitas pemahaman yang diperoleh sangat bervariasi. Beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Kurniawan (2020), memperingatkan bahwa banyak konten agama di media sosial yang bersifat populis, simplistik, bahkan kadang tidak valid secara keilmuan. Hal ini berpotensi melahirkan pemahaman keagamaan yang tidak utuh atau bahkan menyimpang. Sebagai contoh, remaja yang hanya mengikuti satu jenis mazhab atau tokoh keagamaan digital tertentu cenderung menunjukkan sikap eksklusif dan intoleran terhadap pandangan berbeda.

Selain itu, terdapat kecenderungan meningkatnya konflik interpretasi dan polarisasi keagamaan yang diperkuat oleh algoritma media sosial. Studi oleh Riaz Hassan (2021) dan Putri & Lestari (2022) mengungkapkan bahwa filter bubble digital mendorong pengguna untuk terus terpapar pada satu spektrum ideologis yang sama, menghambat dialog lintas pandangan, dan meningkatkan resiko *religious dissonance*. Beberapa responden dalam studi Putri bahkan

mengaku mengalami kegelisahan spiritual karena kesulitan menyelaraskan antara berbagai pesan dakwah yang mereka konsumsi secara online dengan kenyataan hidup mereka yang kompleks.

Di sisi lain, ada pula hasil studi yang menunjukkan bahwa intensitas konsumsi konten religius di media sosial tidak selalu berbanding lurus dengan kualitas religiusitas. Misalnya, Sri Mulyani dan Dian Suryani (2023) menemukan bahwa remaja yang sangat aktif dalam memposting konten religi di Instagram belum tentu memiliki motivasi spiritual yang kuat. Bagi sebagian besar responden, ekspresi religius di media sosial lebih ditujukan sebagai bagian dari pencitraan diri atau strategi memperoleh pengakuan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat dimensi performatif dalam praktik religius digital yang tidak boleh diabaikan.

Dari berbagai studi yang telah dianalisis, dapat diidentifikasi beberapa pola temuan yang konsisten. Pertama, media sosial meningkatkan keterjangkauan informasi keagamaan dan memperluas otoritas dakwah dari ulama konvensional ke figur publik digital (*ustaz selebgram, influencer Muslim*). Kedua, generasi Z menunjukkan ketertarikan pada pendekatan dakwah yang ringan, interaktif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Ketiga, komunitas virtual memainkan peran penting dalam membentuk identitas kolektif religius dan memberikan rasa keterikatan yang kuat di tengah tantangan zaman (Syauky, A., 2025)

Namun demikian, kontradiksi muncul ketika kita melihat kualitas isi konten dan intensi pengguna dalam mengaksesnya. Dalam beberapa studi, konsumsi konten agama yang tinggi justru dikaitkan dengan kecemasan religius, kebingungan interpretatif, atau bahkan sinisme terhadap institusi agama formal. Selain itu, mayoritas studi yang dianalisis menggunakan metode survei atau wawancara terbatas pada responden perkotaan, meninggalkan celah penting dalam memahami fenomena ini di wilayah rural atau marginal.

Gap penelitian lainnya terletak pada aspek longitudinal. Sebagian besar studi yang ada bersifat cross-sectional, yakni hanya menangkap kondisi pada satu waktu tertentu. Belum banyak penelitian yang mengamati perubahan religiusitas digital seseorang dalam jangka panjang. Hal ini penting untuk menjawab apakah

paparan konten keagamaan digital berdampak sementara (superfisial) atau mampu membentuk nilai dan kebiasaan spiritual secara berkelanjutan.

Selain itu, belum banyak studi yang secara eksplisit mengkaji peran gender, kelas sosial, dan latar belakang pendidikan dalam membentuk cara generasi Z berinteraksi dengan konten keagamaan digital. Padahal, variabel-variabel ini sangat potensial dalam menjelaskan perbedaan tingkat penerimaan, respon psikologis, dan gaya konsumsi terhadap dakwah digital.

Maka dari itu, perlu dilakukan penelitian lanjutan yang lebih mendalam, bersifat kualitatif dan longitudinal, serta menyasar konteks sosial yang lebih beragam. Perlu juga dikembangkan instrumen yang lebih sensitif dalam mengukur kualitas religiusitas digital—tidak hanya berdasarkan frekuensi konsumsi konten atau jumlah interaksi daring, tetapi juga berdasarkan perubahan sikap, emosi, dan tindakan nyata dalam kehidupan sehari-hari. Kajian lintas disiplin yang menggabungkan psikologi, sosiologi, pendidikan, dan ilmu komunikasi akan sangat membantu dalam memberikan pemahaman yang lebih holistik dan kontekstual.

Konflik Epistemologis dalam Pembelajaran Agama Digital

Era digital telah menggeser lanskap epistemologis dalam pembelajaran agama. Jika pada masa lalu sumber otoritatif keilmuan Islam terpusat pada ulama, pesantren, dan institusi keagamaan formal, kini otoritas tersebut mulai terdilusi dalam arus informasi bebas yang ditawarkan oleh media sosial. Demokratisasi informasi memungkinkan siapa pun untuk menjadi produsen pengetahuan agama, termasuk mereka yang tidak memiliki kompetensi keilmuan mendalam. Di satu sisi, ini membuka akses yang lebih luas; namun di sisi lain, menimbulkan konflik epistemologis yang kompleks dalam membedakan antara pengetahuan yang sah dan konten pseudo-religius.

Dalam konteks ini, otoritas pengetahuan agama tidak lagi hanya berbasis sanad keilmuan dan keahlian tafsir, melainkan juga pada popularitas digital. Fenomena *ustadz selebgram*, *influencer hijrah*, dan tokoh viral lainnya menunjukkan bahwa pengaruh dakwah tidak lagi ditentukan oleh kapasitas ilmiah semata, tetapi oleh kemampuan mereka dalam mengelola narasi dan membangun audiens di platform

seperti TikTok, YouTube, dan Instagram. Seperti diungkap oleh Muhammad Wildan (2022), otoritas keagamaan kontemporer semakin bersifat horizontal, terfragmentasi, dan cair menyebabkan krisis legitimasi dalam otoritas keilmuan Islam.

Lebih dari itu, media sosial memfasilitasi berkembangnya narasi-narasi keagamaan populer yang sering kali bertentangan dengan pendekatan akademis. Narasi populer cenderung menggunakan bahasa sederhana, sloganistik, dan emosional, yang mudah diterima masyarakat luas. Sementara itu, pendekatan akademis menuntut kajian mendalam, penggunaan metodologi ilmiah, dan kesabaran epistemologis yang tidak selalu cocok dengan logika media sosial yang cepat, instan, dan visual. Dalam banyak kasus, narasi populer ini justru menjadi dominan, karena algoritma media sosial lebih mengutamakan konten yang menarik perhatian dibandingkan konten yang mendalam atau berkualitas secara ilmiah (Putri & Lestari, 2022).

Konsekuensi dari dominasi narasi populer ini adalah munculnya dikotomi epistemologis. Banyak pengguna media sosial terutama generasi muda lebih percaya kepada figur digital yang mereka ikuti dibandingkan dosen, kiai, atau ustaz yang mereka temui di dunia nyata. Studi oleh Jajat Rohmana dan Achmad Syakur (2023) menunjukkan bahwa remaja Muslim lebih responsif terhadap konten dakwah yang disampaikan dengan humor, animasi, atau gaya bahasa gaul, dibandingkan dengan ceramah yang bernuansa akademik atau kitab klasik. Ini menunjukkan bahwa keberagamaan digital tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan, tetapi juga bentuk dan penyajiannya.

Masalah yang lebih serius muncul pada persoalan validitas konten. Dalam sistem ekosistem digital, tidak ada mekanisme verifikasi otoritatif yang bisa menyaring keabsahan konten agama secara sistematis. Hal ini membuka peluang besar bagi penyebaran misinformasi dan disinformasi keagamaan. Misalnya, banyak beredar video atau potongan ceramah yang dikontekskan ulang, dimanipulasi, atau bahkan dipalsukan untuk mendukung narasi tertentu – baik yang bersifat ideologis, sektarian, maupun komersial. Sri Mulyani dan Dian Suryani (2023) mencatat bahwa sebagian besar remaja tidak mengecek

ulang kebenaran konten agama yang mereka konsumsi di media sosial, sehingga mereka rentan terhadap penyesatan informasi.

Tantangan ini menjadi semakin pelik karena algoritma media sosial mendorong pengguna ke dalam *echo chamber*, di mana mereka hanya terpapar pada konten yang memperkuat keyakinan awal mereka. Ini mengakibatkan polarisasi dan menghambat dialog epistemologis antar aliran atau pendekatan keagamaan. Dalam kondisi demikian, pembelajaran agama digital justru bisa menjadi ruang yang memperkuat fanatisme, membatasi nalar kritis, dan menurunkan kapasitas refleksi spiritual. Padahal, dalam tradisi keilmuan Islam klasik, keberagamaan yang sehat justru dibangun melalui perdebatan ilmiah, perbedaan pendapat, dan pencarian makna yang terus-menerus.

Dari perspektif epistemologi Islam, konflik ini mencerminkan benturan antara nilai tradisional (taqlid terhadap ulama dan teks) dengan kebebasan penafsiran individual yang ditawarkan media digital. Di satu sisi, kebebasan ini mencerminkan semangat ijtihad dan pembaruan; namun di sisi lain, tanpa rujukan metodologis yang kuat, kebebasan ini bisa berubah menjadi relativisme yang berbahaya. Seperti diingatkan oleh Syamsul Hadi (2019), pendidikan agama yang hanya menekankan subjektivitas tanpa bingkai wahyu akan kehilangan arah dan rentan terhadap penyimpangan nilai.

Beberapa kalangan mencoba menjembatani konflik epistemologis ini dengan mengembangkan platform pembelajaran agama digital yang berbasis akademik dan otoritatif, seperti portal dakwah kampus, aplikasi tafsir interaktif dari lembaga resmi, atau podcast akademisi Muslim. Namun, tantangannya tetap besar karena konten yang terlalu ilmiah sering kali kalah dalam aspek visual dan daya tarik jika dibandingkan dengan konten populer yang lebih menghibur. Oleh karena itu, solusi jangka panjang harus mencakup literasi digital keagamaan yang kuat, yaitu kemampuan untuk mengevaluasi, membandingkan, dan mengkritisi informasi keagamaan di dunia maya secara bertanggung jawab.

Lebih jauh lagi, pendidikan Islam perlu mereposisi pendekatan epistemologisnya dengan menegaskan kembali pentingnya keselarasan antara wahyu, akal, dan pengalaman. Relasi antara guru dan murid harus dibangun ulang tidak hanya sebagai transmisi ilmu,

tetapi sebagai proses kolaboratif membangun makna yang berpijak pada prinsip-prinsip etis dan epistemik Islam. Dalam konteks ini, peran guru agama tidak bisa digantikan sepenuhnya oleh algoritma, karena hanya manusialah yang mampu menghadirkan kebijaksanaan spiritual melalui relasi personal dan pembinaan jangka panjang.

Dengan demikian, konflik epistemologis dalam pembelajaran agama digital menuntut kita untuk tidak hanya memperkuat otoritas ilmiah dan memperbaiki konten keagamaan, tetapi juga mengembangkan pendekatan baru dalam mengintegrasikan nilai tradisi dengan kebebasan informasi digital. Media sosial dapat menjadi ruang belajar yang transformatif jika didukung dengan kecakapan epistemologis yang sehat, kerangka nilai yang kokoh, dan semangat keilmuan yang tidak kehilangan arah.

Kesimpulan

Perkembangan media sosial telah membawa dampak besar terhadap pembentukan religiusitas Generasi Z. Ruang digital kini menjadi arena utama di mana nilai-nilai agama dikonsumsi, ditafsirkan, dan diekspresikan. Temuan meta-analisis ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial mampu memperluas akses terhadap pengetahuan keagamaan dan membentuk komunitas spiritual yang aktif, ia juga menghadirkan tantangan serius berupa simplifikasi ajaran, konflik interpretasi, serta krisis otoritas keilmuan. Pembelajaran agama di era digital menghadapi konflik epistemologis yang menuntut respon serius dari berbagai pihak, khususnya lembaga pendidikan Islam.

Sebagai rekomendasi, Pendidikan Agama Islam perlu mengembangkan model literasi keagamaan digital yang berbasis pada nilai-nilai Islam, berpijak pada nalar kritis, dan berakar pada tradisi keilmuan yang sah. Strategi membaca kritis terhadap konten keagamaan, pelatihan guru dalam memanfaatkan media sosial secara bijak, serta integrasi kurikulum literasi digital Islami menjadi langkah konkret untuk menjawab tantangan ini. Lembaga pendidikan Islam diharapkan tidak hanya menjadi penjaga otoritas keilmuan, tetapi juga pelopor pembaruan yang adaptif terhadap realitas generasi digital. Dengan demikian, religiusitas Generasi Z tidak hanya tumbuh secara luas, tetapi juga mendalam, otentik, dan bertanggung jawab.

Referensi

- Fauzi, Muhammad. (2022). *Media Sosial dan Religiusitas Remaja Muslim di Era Digital*. Jurnal Komunikasi Islam, 12(1), 45–61. <https://doi.org/10.15408/jki.v12i1.34560>
- Hadi, Syamsul. (2019). *Pembelajaran PAI Berbasis Konstruktivisme dalam Membentuk Karakter Peserta Didik*. Jurnal Pendidikan Islam, 5(2), 111–126. <https://doi.org/10.15575/jpi.v5i2.1543>
- Hasan, Riaz. (2021). *The Transformation of Muslim Piety in the Digital Age*. Journal of Contemporary Islam and Muslim Societies, 3(1), 23–39. <https://doi.org/10.2991/jcims.v3i1.32156>
- Hidayat, Ahmad. (2021). *Instagram sebagai Media Pembelajaran Keagamaan Generasi Milenial*. Tadris: Jurnal Pendidikan Islam, 16(2), 134–150. <https://doi.org/10.19109/tadris.v16i2.11094>
- Kurniawan, Bambang. (2020). *Simbolisasi Agama di Media Sosial: Antara Spiritualitas dan Performativitas*. Jurnal Sosiologi Reflektif, 14(2), 98–115. <https://doi.org/10.14421/jsr.v14i2.2980>
- Mulyani, Sri & Suryani, Dian. (2023). *TikTok Dakwah: Strategi Komunikasi Islam di Era Digital*. Jurnal Dakwah Digital dan Komunikasi Islam, 6(1), 55–71. <https://doi.org/10.31849/jddki.v6i1.12634>
- Putri, Riana & Lestari, Fitri. (2022). *Religious Bypassing and Spiritual Fatigue among Muslim Youth in Social Media*. Jurnal Psikologi Islam, 13(1), 55–70. <https://doi.org/10.31943/jpi.v13i1.11933>
- Rohmana, Jajat & Syakur, Achmad. (2023). *Digital Dakwah untuk Generasi Z: Studi Fenomenologi Penggunaan TikTok dalam Meningkatkan Literasi Islam*. Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam, 15(1), 77–94. <https://doi.org/10.24042/atjpi.v15i1.12588>

- Rohmana, Jajat & Syakur, Achmad. (2023). *Digital Dakwah untuk Generasi Z: Studi Fenomenologi Penggunaan TikTok dalam Meningkatkan Literasi Islam*. Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam, 15(1), 77–94. <https://doi.org/10.24042/atjpi.v15i1.12588>
- Setiawan, Muhammad Arif. (2023). *Ustadz Selebgram dan Branding Keislaman di Instagram*. Jurnal Komunikasi Profetik, 14(1), 112–128. <https://doi.org/10.14421/jkp.v14i1.10442>
- Syauky, A., Jannah, M., Zulfatmi, Z., & Zubaidah, Z. (2025). PENGARUH GAYA BELAJAR VISUAL AUDITORIAL KINESTETIK TERHADAP PEMAHAMAN SISWA PADA MATA PELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DI MAN 2 DAN SD NEGERI 53 BANDA ACEH. *Satya Widya*, 41(1), 89–103. <https://doi.org/10.24246/j.sw.2025.v41.i1.p89-103>
- Wicaksono, Ari. (2020). *Estetika Visual dan Pesan Moral Konten Dakwah di Instagram*. Jurnal Ilmu Komunikasi Islam, 9(2), 97–113. <https://doi.org/10.23917/jiki.v9i2.9797>
- Wildan, Muhammad. (2022). *Media Sosial dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan di Kalangan Remaja Muslim*. Jurnal Ilmiah Komunikasi Islam, 9(2), 211–229. <https://doi.org/10.14421/jiki.v9i2.10488>