HAKIKI
Jurnal Integrasi dan Studi Islam

Published by Yayasan Yetti Afrida Center
pISSN 3164-8355 | eISSN 3164-8347
Vol. 1 No. 1 Agustus 2026 | Pages 62-76
https://yettiafridacenter.com/hakiki
This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

Media Sosial, Identitas Keislaman, dan Perilaku Generasi Z: Perspektif Sosial dan Keagamaan

Rosella Afriani[1]
Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Indonesia
[1]Email: rosellaafriani@gmail.com

ABSTRACT

Purpose: *This article examines how social media shapes Islamic identity and the social-religious behavior of Muslim Generation Z. It focuses on the everyday movement between religious learning, self-presentation, peer interaction, digital da'wah, and the negotiation of authority in algorithmically mediated platforms.*

Design/Methodology: *An integrative literature review was conducted using 15 peer-reviewed publications issued between 2022 and 2026, all carrying verifiable Digital Object Identifiers (DOIs). The evidence was coded into six domains: access to religious knowledge, identity performance, religious authority, social piety and community, ethical self-regulation, and risks of fragmentation or superficial engagement.*

Findings: *Social media expands access to Islamic learning and gives young Muslims new spaces to articulate belonging, build communities, and connect religious values with contemporary lifestyles. Yet the same environment can reward visibility over depth, blur the distinction between popularity and scholarly authority, intensify comparison and performative piety, and expose users to polarized or decontextualized religious claims. The effect therefore depends on verification habits, digital literacy, social context, and the extent to which online expression is connected with responsible offline practice.*

Practical Implications: *Universities, families, mosques, youth communities, and da'wah actors should treat media literacy, tabayyun, adab of interaction, and source verification as part of contemporary religious education. Programs should help Generation Z interpret content, assess authority, reflect on motives for self-presentation, and translate digital engagement into socially constructive behavior.*

Originality/Value: *The article proposes a reflective pathway of digital Islamic identity—exposure, interpretation, verification, expression, and practice—to explain why similar social-media exposure can lead to different religious and social outcomes among young Muslims.*

Keywords: *social media; Islamic identity; Generation Z; Muslim youth; digital religion; religious behavior; social piety*

Received: 19/07/2026	Accepted: 26/07/2026	Published: 10/08/2026

A. PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi salah satu ruang paling biasa bagi Generasi Z untuk bertemu dengan agama. Mereka menemukan potongan ceramah di TikTok, membaca kutipan Al-Qur'an di Instagram, mengikuti ustaz melalui YouTube, berdiskusi di grup pesan, dan pada saat yang sama menampilkan bagian dari identitas dirinya kepada publik. Situasi ini membuat pengalaman keagamaan tidak lagi berlangsung hanya di rumah, sekolah, kampus, masjid, atau majelis taklim. Ruang digital ikut menentukan apa yang terlihat, siapa yang dianggap meyakinkan, dan topik apa yang muncul berulang kali dalam perhatian pengguna.

Perubahan tersebut tidak otomatis mengurangi peran ruang keagamaan konvensional. Yang terjadi justru percampuran. Seorang mahasiswa dapat mengikuti pengajian di masjid pada malam hari, kemudian memotong satu pesan dari pengajian itu menjadi unggahan singkat; pada hari berikutnya ia memperoleh rekomendasi video lain yang berbeda pendekatan. Identitas keislaman terbentuk melalui perjumpaan antara pengalaman langsung, keluarga, lembaga pendidikan, komunitas, dan arus konten yang dipilih oleh pengguna maupun algoritma.

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

Karena itu, hubungan antara media sosial dan identitas keislaman tidak tepat dibaca secara hitam-putih. Hasan (2022) menunjukkan bahwa Instagram dapat menjadi ruang tempat Muslim muda menampilkan dan memelihara deen melalui bahasa visual. Maemonah et al. (2022) memperlihatkan bahwa pembelajaran agama daring juga menggeser sebagian otoritas pendidikan keagamaan dari institusi formal menuju ruang digital. Dua temuan ini menjelaskan bahwa media sosial bukan sekadar saluran informasi; ia menjadi lingkungan sosial tempat makna agama dipelajari, dipilih, diperdebatkan, dan ditampilkan.

Pada satu sisi, lingkungan tersebut membuka kesempatan yang sebelumnya sulit diperoleh. Generasi Z dapat mengakses penjelasan agama dari berbagai daerah, menemukan komunitas yang mendukung perubahan diri, dan belajar dengan format yang sesuai ritme keseharian. Virga et al. (2025), misalnya, menunjukkan bagaimana akun Instagram dakwah dapat menjadi arena digitalisasi aktivitas keagamaan Gen Z. Ikasatya dan Apriliani (2026) juga menggambarkan media sosial sebagai ruang komunikasi sekaligus pembentukan identitas Muslim muda. Keterjangkauan dan sifat interaktif platform memberi peluang bagi agama untuk hadir dekat dengan bahasa generasi muda.

Pada sisi lain, kemudahan akses mengubah struktur otoritas. Hamdani (2023) menunjukkan bagaimana media sosial memberi ruang bagi otoritas keagamaan alternatif, sedangkan Hannan dan Mursyidi (2023) memotret fragmentasi otoritas keagamaan di kalangan Muslim Indonesia. Popularitas, gaya komunikasi, kemampuan visual, dan keterampilan membangun kedekatan dengan pengikut dapat berdampingan dengan, bahkan kadang mengalahkan, ukuran tradisional seperti kedalaman keilmuan dan jalur pendidikan. Generasi Z akhirnya tidak hanya memilih apa yang dipelajari, tetapi juga memilih siapa yang dipercaya.

Persoalan berikutnya muncul pada level perilaku. Apa yang ditonton dan dibagikan tidak selalu berakhir sebagai tindakan yang konsisten. Identitas dapat tampil dalam simbol, pilihan busana, kutipan, tagar, atau partisipasi digital, tetapi kualitas keberagamaan tetap ditentukan oleh cara seseorang memperlakukan orang lain, mengelola perbedaan, menjalankan kewajiban, dan mempertanggungjawabkan informasi. Ar'robby et al. (2025) menemukan hubungan penggunaan Instagram dengan perubahan perilaku keagamaan dan sosial pada Generasi Z, sehingga durasi dan pola penggunaan perlu dibaca bersama kualitas interaksi serta keseimbangan kehidupan luring.

Artikel ini menggunakan istilah identitas keislaman secara luas sebagai cara generasi muda memahami dirinya sebagai Muslim, menafsirkan nilai, memilih sumber, menampilkan simbol dan narasi, serta menerjemahkan keyakinan ke tindakan sosial. Identitas dalam pengertian ini bukan label yang selesai sekali jadi. Ia terus dinegosiasikan ketika seseorang berhadapan dengan keluarga, teman, lembaga agama, budaya populer, isu publik, dan arus digital yang berubah cepat.

Tujuan kajian adalah menjelaskan tiga pertanyaan. Pertama, bagaimana media sosial berfungsi dalam pembentukan dan ekspresi identitas keislaman Generasi Z? Kedua, bagaimana perubahan sumber dan otoritas agama memengaruhi cara mereka memahami serta mempraktikkan Islam? Ketiga, mekanisme apa yang membuat keterlibatan digital berkontribusi pada perilaku sosial-keagamaan yang reflektif atau, sebaliknya, dangkal dan terfragmentasi? Jawaban disusun melalui sintesis 15 studi terbaru yang memiliki DOI agar pembahasan tetap terarah dan dapat ditelusuri.

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

Table 1. Dimensi Media Sosial, Identitas Keislaman, dan Perilaku Generasi Z

Dimensi	Bentuk di media sosial	Peluang	Risiko
Pembelajaran agama	Ceramah pendek, live, thread, carousel, podcast	Akses cepat dan beragam	Konteks hilang, sumber tidak terverifikasi
Identitas	Bio, simbol, busana, narasi hijrah, tagar	Rasa memiliki dan ekspresi diri	Performativitas dan tekanan citra
Otoritas	Ustaz, influencer, akun komunitas, potongan fatwa	Pilihan sumber lebih luas	Popularitas dianggap sama dengan kompetensi
Relasi sosial	Komentar, grup, komunitas, kolaborasi	Dukungan dan solidaritas	Konflik, polarisasi, serangan personal
Perilaku	Ajakan ibadah, sedekah, relawan, konsumsi halal	Piety dapat menjadi aksi sosial	Kesenjangan antara unggahan dan praktik
Etika digital	Verifikasi, privasi, adab, disclosure	Partisipasi bertanggung jawab	Hoaks, oversharing, manipulasi

Source: Sintesis penulis berdasarkan Hasan (2022), Maemonah et al. (2022), Hannan (2024), Waliyuddin (2024), dan Afrianty & As'ad (2026).

B. TINJAUAN PUSTAKA

B.1 Media Sosial sebagai Ruang Keagamaan Sehari-hari

Digital religion membantu menjelaskan mengapa praktik keagamaan tidak lagi dapat dipisahkan secara kaku antara online dan offline. Bagi Generasi Z, media sosial bukan "dunia lain" yang berdiri di luar kehidupan nyata. Percakapan yang dimulai di kelas dapat berlanjut di grup, ceramah di masjid dapat dibagikan sebagai reels, dan diskusi mengenai hukum agama dapat berpindah dari video ke percakapan keluarga. Hasan (2022) menunjukkan bagaimana visual Instagram membentuk ruang Muslim yang memiliki bahasa dan simbol tersendiri, sedangkan Maemonah et al. (2022) menyoroti pergeseran otoritas pembelajaran ketika materi agama berpindah ke media daring.

Konsep ruang keagamaan sehari-hari juga membantu menghindari asumsi bahwa penggunaan digital identik dengan kemerosotan otoritas. Yazid et al. (2023) menunjukkan bahwa otoritas tradisional dapat menyesuaikan cara komunikasi dengan budaya anak muda tanpa kehilangan seluruh akar kelembagaannya. Dengan demikian, transformasi digital lebih tepat dipahami sebagai negosiasi: institusi lama beradaptasi, aktor baru muncul, dan pengguna muda membandingkan keduanya berdasarkan kebutuhan, kedekatan, serta pengalaman.

B.2 Identitas Keislaman sebagai Proses Reflektif dan Performatif

Identitas keislaman memiliki dua sisi yang sering berjalan bersamaan. Sisi pertama bersifat reflektif: individu menafsirkan nilai, memilih komitmen, dan menghubungkan keyakinan dengan pengalaman. Sisi kedua bersifat performatif: identitas terlihat melalui bahasa, simbol, pilihan konten, foto, video, serta cara berinteraksi. Hotait dan El Sayed (2025) menunjukkan bahwa kreator Muslimah di TikTok menegosiasikan identitas religius secara kompleks ketika berhadapan dengan audiens Muslim maupun non-Muslim. Ekspresi tidak hanya berputar pada satu simbol, tetapi juga pada rasa memiliki, gender, gaya hidup, dan cara menjelaskan diri.

Waliyuddin (2024) menggambarkan ekspresi religius anak muda Indonesia sebagai wilayah abu-abu yang adaptif, ambivalen, dan sering bercampur dengan budaya populer. Kerangka ini penting karena mencegah peneliti menilai unggahan sebagai representasi sempurna dari kedalaman keyakinan. Unggahan adalah bagian dari identitas, tetapi bukan seluruh identitas. Generasi Z dapat menampilkan piety pada satu konteks dan tetap mengalami keraguan atau inkonsistensi pada konteks lain. Justru ruang negosiasi inilah yang perlu dipahami secara sosial dan keagamaan.

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

B.3 Otoritas Keagamaan dalam Ekosistem Algoritmik

Pada masyarakat sebelum media sosial, otoritas keagamaan umumnya lebih mudah dihubungkan dengan institusi, sanad pendidikan, organisasi, pesantren, universitas, atau kedudukan ulama di masyarakat. Media sosial menambah lapisan baru: visibilitas. Konten yang pendek, emosional, mudah dibagikan, dan sesuai pola rekomendasi platform berpeluang menjangkau audiens lebih besar. Hamdani (2023) menunjukkan bahwa YouTube memungkinkan fatwa bergerak di ruang publik Muslim digital, sementara Hannan dan Mursyidi (2023) memperlihatkan fragmentasi otoritas akibat munculnya aktor keagamaan yang kuat secara popularitas.

Namun, fragmentasi tidak selalu berarti hilangnya otoritas tradisional. Yazid et al. (2023) menemukan bahwa ulama dapat direpresentasikan kembali melalui budaya anak muda dan dukungan komunitas digital. Karena itu, lanskap baru lebih tepat disebut pluralisasi otoritas. Generasi Z dapat mempercayai ustaz pesantren untuk persoalan tertentu, influencer dakwah untuk motivasi harian, dan akun institusi untuk verifikasi hukum. Masalah muncul ketika pengguna tidak memiliki kriteria untuk membedakan fungsi masing-masing.

B.4 Piety, Komunitas, dan Perilaku Sosial

Keberagamaan anak muda tidak hanya menyangkut keyakinan personal. Ia terlihat dalam solidaritas, relawan, cara berkomunikasi, kepedulian sosial, dan respons terhadap kelompok lain. Fauzi dan Pribadi (2024) menunjukkan bahwa anak muda Gen Z dalam gerakan dakwah di Solo memperlihatkan kombinasi kepedulian Islam dan piety sosial, sementara sumber agama mereka banyak berasal dari media sosial dan internet. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa paparan digital dapat terhubung dengan aktivitas luring, meskipun kualitas pemahaman moderasi tetap perlu diperkuat.

Keterhubungan komunitas menjadi salah satu alasan media sosial efektif. Pengguna tidak hanya menerima pesan; mereka melihat orang lain berkomentar, mengikuti tantangan, hadir pada kajian, membeli produk yang diasosiasikan dengan identitas, atau ikut kegiatan sosial. Interaksi semacam ini membentuk norma: perilaku tertentu terasa wajar karena dilakukan oleh kelompok yang dianggap dekat. Dari sisi positif, norma dapat mendorong sedekah dan kegiatan sosial. Dari sisi risiko, norma juga dapat memperkuat eksklusivitas atau penilaian moral yang tergesa-gesa.

B.5 Etika Digital, Tabayyun, dan Regulasi Diri

Dalam konteks Islam, literasi digital tidak cukup berhenti pada kemampuan menggunakan aplikasi. Pengguna perlu mengetahui kapan harus menahan diri, bagaimana memverifikasi klaim, siapa yang layak menjadi rujukan, dan bagaimana menyampaikan perbedaan tanpa merendahkan. Afrianty dan As'ad (2026) menunjukkan bahwa ekspresi Gen Z Muslim di TikTok dapat dibatasi secara etis melalui pertimbangan norma agama dan konteks sosial. Perspektif ini sejalan dengan konsep adab dan tabayyun: keterampilan digital harus disertai kemampuan menilai konsekuensi.

Etika juga berlaku pada motivasi self-presentation. Menampilkan kegiatan baik dapat menginspirasi orang lain, tetapi pengguna tetap perlu merefleksikan tujuan, privasi, dan dampaknya. Tekanan untuk selalu terlihat saleh dapat mengubah agama menjadi performa yang melelahkan. Karena itu, regulasi diri tidak hanya menyangkut durasi layar, tetapi juga kemampuan menjaga jarak antara identitas yang ditampilkan dan nilai yang benar-benar dipraktikkan.

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

C. METODE

Artikel ini menggunakan integrative literature review dengan pendekatan evidence-informed synthesis. Metode dipilih karena topik media sosial, identitas keislaman, dan perilaku Generasi Z tersebar pada studi agama, komunikasi, pendidikan, sosiologi, serta digital media. Tujuan kajian bukan menghitung effect size gabungan, melainkan menyatukan temuan yang relevan untuk menjelaskan mekanisme pembentukan identitas dan perubahan perilaku dalam konteks sosial-keagamaan.

Basis analisis dibatasi pada 15 publikasi peer-reviewed periode 2022-2026. Seluruh sumber memiliki DOI yang dapat diverifikasi. Kriteria inklusi mencakup sedikitnya satu dari unsur berikut: Muslim youth atau Generation Z, media sosial atau pembelajaran agama digital, identitas religius, otoritas keagamaan, digital da'wah, piety sosial, atau perubahan perilaku keagamaan dan sosial. Studi dipilih terutama dari konteks Indonesia, kemudian dilengkapi satu studi lintas konteks mengenai performa identitas Muslim di TikTok untuk memperluas pembacaan.

Analisis dilakukan dalam lima tahap. Pertama, setiap artikel dipetakan berdasarkan populasi, platform, metode, fokus identitas, bentuk otoritas, dan outcome sosial-keagamaan. Kedua, temuan dikodekan ke enam domain: religious access and learning, identity performance, authority negotiation, social piety and community, ethical self-regulation, serta risks and tensions. Ketiga, temuan positif dan problematis dibandingkan agar artikel tidak menganggap media sosial secara otomatis memperkuat atau melemahkan religiositas. Keempat, pola mekanisme dirumuskan dari hubungan antara paparan, interpretasi, verifikasi, ekspresi, dan praktik. Kelima, pola tersebut diterjemahkan menjadi kerangka reflektif yang dapat digunakan untuk pendidikan dan pendampingan.

Istilah pengaruh digunakan secara hati-hati. Mayoritas studi memiliki desain kualitatif, netnografi, content analysis, atau survei korelasional. Karena itu, artikel membedakan bukti hubungan dari klaim sebab-akibat. Misalnya, temuan bahwa media sosial menjadi sumber belajar tidak otomatis berarti kualitas pemahaman meningkat; temuan bahwa penggunaan Instagram berhubungan dengan perubahan perilaku juga tidak berarti platform menjadi satu-satunya penyebab. Keluarga, sekolah, komunitas, kepribadian, dan pengalaman luring tetap menjadi konteks yang penting.

Kualitas sintesis dijaga dengan membandingkan beberapa sumber pada tema yang sama. Isu otoritas dibaca melalui Hamdani (2023), Hannan dan Mursyidi (2023), Yazid et al. (2023), dan Chair et al. (2024). Isu identitas dibaca melalui Hasan (2022), Hannan (2024), Waliyuddin (2024), Hotait dan El Sayed (2025), Soedjiwo et al. (2025), serta Ikasatya dan Apriliani (2026). Sementara perilaku sosial-keagamaan dan praktik Gen Z dibaca melalui Fauzi dan Pribadi (2024), Virga et al. (2025), Ar'robby et al. (2025), dan Afrianty serta As'ad (2026).

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

Table 2. Synthesis of 15 Recent Studies Used in the Review

Study	Focus/context	Main implication
Hasan (2022)	Muslim Instagram; visual religion	Visual sharing can cultivate deen and a recognizable Muslim digital space.
Maemonah et al. (2022)	Online religious teaching	Religious learning authority expands beyond formal institutions.
Hamdani (2023)	YouTube fatwa and online mufti	Digital circulation creates alternative authority in the Muslim public sphere.
Hannan & Mursyidi (2023)	Religious authority in Indonesia	Social media contributes to pluralization and fragmentation of authority.
Yazid et al. (2023)	Traditional ulama and youth culture	Traditional authority can adapt through youth-oriented digital packaging.
Chair et al. (2024)	Youth learning religion online	Social media can become a primary religious-learning source and create authority dilemmas.
Hannan (2024)	Hanan Attaki and popular Islam	Popular preaching links religious identity with youth culture but risks superficial learning.
Fauzi & Pribadi (2024)	Gen Z da'wah movement	Social piety coexists with pragmatic and uneven religious understanding.
Waliyuddin (2024)	Young Muslim religiosity	Identity is fluid, contextual, and negotiated with popular culture.
Hotait & El Sayed (2025)	Muslim women on TikTok	Religious identity is performed and negotiated across multiple audiences.
Virga et al. (2025)	Gen Z religious activity on Instagram	Digital da'wah becomes a meaning-making space, not merely a delivery channel.
Ar'robby et al. (2025)	Instagram; religious/social behavior	Usage patterns relate to changes in religious and social behavior.
Soedjiwo et al. (2025)	Instagram/TikTok and Muslim youth identity	Islamic education can support positive identity and counter weak narratives.
Ikasatya & Apriliani (2026)	Social media and Muslim identity	Digital religiosity combines symbols, narratives, and online participation.
Afrianty & As'ad (2026)	Gen Z TikTok self-expression	Young Muslims negotiate expression through ethical and religious boundaries.

Source: Authors' synthesis of 15 peer-reviewed publications with DOI, 2022-2026.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

D.1 Media Sosial Menjadi Infrastruktur Keagamaan Harian

Sintesis menunjukkan bahwa perubahan paling mendasar terletak pada kedekatan. Agama hadir di perangkat yang sama dengan hiburan, pertemanan, belanja, berita, dan tugas kuliah. Bagi Generasi Z, berpindah dari video komedi ke ceramah atau dari percakapan teman ke konten tafsir dapat terjadi dalam satu sesi. Kedekatan ini membuat pembelajaran agama lebih mudah diakses, tetapi sekaligus menempatkan pesan keagamaan dalam kompetisi perhatian yang sama dengan konten lain.

Hasan (2022) dan Ikasatya serta Apriliani (2026) menunjukkan bahwa visual, narasi, dan partisipasi digital dapat membentuk ruang Muslim yang terasa nyata bagi penggunanya. Hal yang dipelajari bukan hanya isi pesan, tetapi juga gaya beragama yang tampak normal dalam komunitas digital. Karena itu, media sosial bekerja sebagai infrastruktur budaya: ia memberi bahasa, simbol, role model, dan ritme interaksi yang membantu generasi muda menjelaskan "seperti apa Muslim yang ingin saya gapai".

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

D.2 Identitas Dibentuk melalui Siklus Melihat, Menafsirkan, dan Menampilkan

Identitas digital tidak dimulai saat pengguna mengunggah sesuatu. Ia dimulai ketika pengguna melihat bagaimana orang lain menampilkan agama. Konten mengenai hijrah, kajian, busana Muslim, relasi, ibadah, sedekah, atau gaya hidup halal menyediakan repertori simbol yang kemudian dibandingkan dengan pengalaman pribadi. Pengguna dapat menerima, menolak, menggabungkan, atau memodifikasi simbol tersebut. Proses ini menjelaskan mengapa identitas Generasi Z tampak lebih cair dibanding kategori yang sepenuhnya dibentuk oleh satu lembaga.

Hannan (2024) menunjukkan bahwa preaching populer Hanan Attaki menghubungkan pesan agama dengan bahasa dan visual anak muda. Waliyuddin (2024) juga menggambarkan generasi muda berada di wilayah religiusitas yang tidak selalu konsisten antara ekstrem, moderat, dan populer. Temuan tersebut tidak berarti identitas mereka dangkal secara otomatis. Justru, generasi muda sedang menegosiasikan banyak tuntutan sekaligus: ingin taat, ingin diterima teman, ingin modern, ingin autentik, dan ingin memiliki ruang untuk bertanya.

D.3 Visibilitas Membuat Kesalehan Mudah Dilihat, tetapi Tidak Selalu Mudah Diukur

Media sosial meningkatkan visibilitas tindakan keagamaan. Unggahan salat berjamaah, kajian, sedekah, perjalanan umrah, atau kutipan reflektif membuat piety dapat dilihat dan direspons secara cepat. Visibilitas dapat memberi efek positif ketika menjadi pengingat dan mengundang partisipasi. Namun, visibilitas juga dapat menimbulkan tekanan perbandingan: seseorang merasa harus menunjukkan perubahan diri agar diakui sebagai bagian dari komunitas religius tertentu.

Penting membedakan ekspresi dan validitas moral. Tidak semua unggahan keagamaan adalah pamer, sebagaimana tidak semua tindakan yang tidak diunggah berarti kurang saleh. Dalam kajian Hotait dan El Sayed (2025), performa identitas Muslimah di TikTok bersifat kompleks karena kreator berbicara kepada audiens yang beragam. Mereka menegosiasikan identitas, bukan sekadar mempertontonkan simbol. Perspektif ini membantu pendidik menghindari penilaian moral yang terlalu cepat terhadap gaya ekspresi digital.

D.4 Otoritas Bergeser dari "Siapa Gurunya" ke "Mengapa Saya Mempercayainya"

Dalam ekosistem digital, kepercayaan kepada sumber sering dibentuk oleh gabungan kompetensi, kedekatan, konsistensi, gaya bicara, jumlah pengikut, rekomendasi teman, dan kemunculan berulang di feed. Hamdani (2023) menunjukkan bahwa media sosial membuka ruang bagi otoritas alternatif, sedangkan Hannan dan Mursyidi (2023) menekankan fragmentasi otoritas. Generasi Z akhirnya berhadapan dengan banyak kandidat rujukan yang tidak selalu mudah dibandingkan.

Perubahan tersebut perlu dijawab dengan kriteria, bukan nostalgia. Mengembalikan semua proses belajar hanya ke satu sumber tidak realistis, tetapi menyamakan semua akun juga berisiko. Literasi otoritas perlu mengajarkan tiga hal: latar belakang keilmuan dan institusi, konsistensi argumentasi dengan sumber yang dapat diperiksa, serta kesediaan pemberi materi mengakui batas kompetensinya. Popularitas dapat menjadi indikator jangkauan, bukan otomatis indikator kebenaran.

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

D.5 Algoritma Menjadi Kurator yang Tidak Terlihat

Generasi Z tidak memilih seluruh konten yang masuk ke layar. Platform menyusun rekomendasi berdasarkan riwayat interaksi, durasi menonton, akun yang diikuti, serta pola pengguna serupa. Akibatnya, identitas keagamaan dibentuk bukan hanya melalui pilihan sadar, tetapi juga melalui paparan yang diulang. Konten yang menimbulkan emosi kuat atau mudah dipahami dapat memperoleh perhatian lebih besar, sementara penjelasan panjang dan bernuansa mungkin kalah dalam kompetisi visibilitas.

Implikasi sosial-keagamaannya penting. Ketika satu perspektif sering muncul, pengguna dapat mengira pandangan tersebut adalah satu-satunya yang dominan. Fragmentasi otoritas kemudian berinteraksi dengan personalisasi algoritmik. Hannan dan Mursyidi (2023) menunjukkan pluralisasi aktor, sementara Waliyuddin (2024) menegaskan peran budaya populer dan teknologi digital dalam negosiasi identitas. Karena itu, kemampuan keluar dari feed pribadi menjadi bagian dari tabayyun modern: mencari sumber yang tidak direkomendasikan secara otomatis, membaca versi panjang, dan membandingkan pendapat.

D.6 Dakwah Digital Efektif ketika Mengundang Pemaknaan, Bukan Hanya Konsumsi

Virga et al. (2025) menunjukkan bahwa digitalisasi aktivitas keagamaan Gen Z melalui Instagram berkaitan dengan proses konstruksi makna. Artinya, keberhasilan dakwah tidak cukup diukur dari view, like, atau follower. Konten yang ramai dapat berhenti sebagai konsumsi cepat, sedangkan konten yang lebih kecil dapat memicu diskusi, kehadiran kajian, perubahan kebiasaan, atau pencarian sumber yang lebih mendalam.

Desain dakwah yang mendukung pembelajaran sebaiknya memberi jalur lanjutan. Video satu menit dapat menjadi pintu masuk, tetapi pengguna perlu diarahkan ke penjelasan lebih lengkap, rujukan kitab atau artikel, sesi tanya jawab, dan ruang belajar dengan mentor. Model bertingkat ini menjaga keunggulan media sosial pada akses sambil mengurangi risiko pemahaman yang terpotong. Maemonah et al. (2022) menegaskan adanya pergeseran pembelajaran agama ke ruang online; tantangannya adalah memastikan perpindahan kanal tidak berarti hilangnya struktur belajar.

D.7 Komunitas Digital dapat Menguatkan Piety Sosial

Keterlibatan sosial merupakan salah satu area ketika identitas digital memperoleh bukti nyata. Komunitas dakwah dapat mengorganisasi penggalangan dana, relawan, kajian, bantuan bencana, atau program sosial. Fauzi dan Pribadi (2024) memperlihatkan bahwa Gen Z dalam gerakan dakwah dapat menggabungkan kepedulian Islam dengan piety sosial. Media sosial memberi keuntungan koordinasi: informasi menyebar cepat, partisipan dapat direkrut, dan pengalaman komunitas dibagikan untuk membangun kontinuitas.

Namun, piety sosial perlu dijaga agar tidak berubah menjadi kompetisi simbolik antar-komunitas. Solidaritas yang kuat ke dalam kelompok bisa bersamaan dengan jarak terhadap kelompok lain. Karena itu, indikator keberhasilan tidak hanya jumlah anggota atau kegiatan, tetapi kualitas interaksi, keterbukaan terhadap perbedaan, dan dampak sosial yang dapat dipertanggungjawabkan.

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

D.8 Kesenjangan antara Identitas yang Ditampilkan dan Praktik Sehari-hari

Salah satu risiko paling manusiawi dari media sosial adalah kesenjangan antara citra dan praktik. Pengguna memilih bagian yang ingin ditampilkan, sedangkan kelelahan, keraguan, konflik keluarga, atau inkonsistensi ibadah sering tidak terlihat. Kesenjangan ini tidak unik pada agama; semua identitas digital bersifat selektif. Masalah muncul ketika pengguna mulai mengukur nilai dirinya melalui konsistensi citra, bukan proses pertumbuhan yang sebenarnya.

Pendidikan agama perlu memberi ruang pada proses yang tidak sempurna. Generasi muda membutuhkan bahasa untuk mengakui bahwa belajar agama dapat melibatkan perubahan pikiran, pertanyaan, dan perbaikan. Jika komunitas digital hanya memberi penghargaan pada citra yang selalu benar dan selalu kuat, pengguna terdorong menyembunyikan proses. Sebaliknya, konten yang menormalisasi belajar bertahap dapat mengurangi tekanan performatif dan mendorong tanggung jawab.

D.9 Instagram dan TikTok Memengaruhi Perilaku melalui Ritme Penggunaan

Ar'robby et al. (2025) menunjukkan bahwa durasi penggunaan Instagram berkaitan dengan perubahan perilaku keagamaan dan sosial pada Generasi Z. Temuan ini mengingatkan bahwa pengaruh media sosial bukan hanya isi, tetapi juga ritme. Waktu yang terlalu panjang dapat menggeser interaksi tatap muka atau aktivitas lain. Pada sisi lain, penggunaan yang terarah dapat membantu mengingat jadwal kajian, menemukan komunitas, atau memelihara motivasi.

Karena itu, pembahasan screen time sebaiknya tidak berdiri sendiri. Pertanyaan yang lebih berguna adalah: apa fungsi penggunaan, kapan digunakan, apa yang dikorbankan, dan bagaimana perasaan setelah menggunakan? Dua jam menonton materi belajar berbeda dengan dua jam berpindah tanpa tujuan. Regulasi diri perlu diarahkan pada kualitas perhatian dan keseimbangan, bukan sekadar angka durasi.

D.10 Ekspresi Diri Memerlukan Batas Etis yang Dapat Dijelaskan

Afrianty dan As'ad (2026) menunjukkan bahwa mahasiswa Muslim Gen Z dapat menegosiasikan ekspresi diri di TikTok dengan batas etika dan agama. Temuan ini penting karena diskursus sering menyederhanakan pilihan menjadi "boleh" atau "tidak boleh" tanpa membahas konteks. Padahal pengguna berhadapan dengan berbagai situasi: humor, affiliate marketing, tren musik, komentar, foto diri, isu privat, dan promosi. Batas etis perlu membantu mereka menilai tujuan, isi, audiens, dan konsekuensi.

Prinsip amanah dapat diterjemahkan pada kejujuran konten; adab pada cara menanggapi orang lain; hifz al-'ird pada perlindungan martabat; dan tabayyun pada verifikasi informasi. Dengan terjemahan operasional, nilai Islam tidak terasa sebagai daftar larangan yang jauh dari kehidupan digital, tetapi menjadi alat pengambilan keputusan. Generasi Z justru lebih mudah belajar etika ketika diberikan kasus yang dekat dengan pengalaman platform.

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

D.11 Moderasi Beragama Membutuhkan Pengalaman Berjumpa dengan Perbedaan

Media sosial dapat memperluas perjumpaan dengan perbedaan, tetapi personalisasi juga dapat mempersempitnya. Fauzi dan Pribadi (2024) menemukan bahwa anak muda dalam komunitas dakwah tidak selalu memahami istilah moderasi secara mendalam, walaupun sikap mereka tidak otomatis menolak perbedaan. Waliyuddin (2024) juga menunjukkan religiositas generasi muda berada pada ruang yang cair dan kadang kontradiktif. Dua temuan ini memberi pesan bahwa moderasi tidak cukup disampaikan sebagai slogan.

Kemampuan moderasi berkembang ketika pengguna belajar membedakan perbedaan pendapat, kesalahan informasi, dan ujaran kebencian. Tidak semua perbedaan adalah ancaman; tidak semua kritik adalah serangan terhadap agama. Kelas atau komunitas dapat menggunakan contoh konten yang berbeda, lalu meminta peserta memetakan dalil, asumsi, bahasa, dan dampaknya. Latihan ini membangun keberanian berdialog tanpa kehilangan prinsip.

D.12 Tabayyun sebagai Literasi Informasi Keagamaan

Tabayyun memperoleh makna baru ketika informasi bergerak cepat. Pengguna dapat menerima potongan ceramah tanpa konteks, tangkapan layar fatwa tanpa sumber, atau kutipan ulama yang sudah dipotong. Chair et al. (2024) menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sumber penting pembelajaran agama bagi pemuda Indonesia; kondisi ini membuat kemampuan verifikasi menjadi bagian dari kompetensi keberagamaan.

Verifikasi tidak harus rumit. Pengguna dapat memeriksa akun sumber asli, mencari video utuh, membaca deskripsi, melihat tanggal dan konteks, membandingkan dengan lembaga yang memiliki otoritas, dan menunda berbagi ketika informasi belum jelas. Kebiasaan menunda beberapa menit sebelum meneruskan pesan dapat menjadi bentuk adab digital yang sangat konkret. Dalam ekosistem cepat, kehati-hatian adalah kompetensi, bukan kelemahan.

D.13 Identitas Gender, Muslimness, dan Keragaman Audiens

Studi Hotait dan El Sayed (2025) terhadap kreator Muslimah di TikTok menunjukkan bahwa identitas religius dinegosiasikan di hadapan audiens yang heterogen. Kreator tidak hanya berbicara kepada sesama Muslim, tetapi juga kepada orang yang membawa stereotip, rasa ingin tahu, atau pengalaman berbeda. Akibatnya, ekspresi Muslimness menjadi lebih berlapis: simbol keagamaan, humor, gaya hidup, isu gender, dan pengalaman sehari-hari saling berinteraksi.

Konteks tersebut relevan bagi Generasi Z Indonesia karena platform bersifat lintas-batas. Konten lokal dapat ditonton audiens global, dan sebaliknya. Literasi identitas perlu membantu pengguna memahami context collapse, yaitu bertemunya audiens berbeda pada satu ruang. Pesan yang terasa wajar di komunitas internal dapat dibaca berbeda oleh publik luas. Kesadaran audiens membantu pengguna tetap autentik tanpa kehilangan tanggung jawab komunikasi.

D.14 Budaya Populer Bukan Lawan Agama, tetapi Arena Negosiasi

Hannan (2024) dan Waliyuddin (2024) memperlihatkan bahwa budaya populer menjadi bagian penting dari cara anak muda menjumpai Islam. Bahasa santai, desain visual, musik, fashion, dan narasi motivasi membuat pesan terasa dekat. Masalah bukan keberadaan budaya populer itu sendiri, melainkan apa yang hilang ketika kompleksitas agama disederhanakan demi keterbacaan. Karena itu, kritik yang produktif tidak menolak gaya anak muda, tetapi memperkuat kedalaman isi dan jalur pembelajaran lanjut.

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

D.15 Kerangka Reflektif Identitas Keislaman di Media Sosial

Berdasarkan sintesis, hubungan media sosial, identitas, dan perilaku dapat dibaca melalui lima tahap yang berulang: exposure, interpretation, verification, expression, dan practice. Exposure adalah paparan terhadap konten melalui pilihan pengguna maupun rekomendasi platform. Interpretation adalah proses memberi makna berdasarkan pengalaman, keluarga, pengetahuan, dan komunitas. Verification menentukan apakah klaim dibandingkan dengan sumber dan otoritas yang memadai. Expression adalah cara identitas ditampilkan dalam bahasa, simbol, komentar, dan partisipasi. Practice adalah tindakan luring maupun daring yang menunjukkan apakah nilai benar-benar menjadi kebiasaan.

Lima tahap tersebut tidak selalu berjalan linear. Pengguna dapat mengekspresikan identitas sebelum melakukan verifikasi, atau pengalaman praktik dapat mengubah cara menafsirkan konten berikutnya. Karena itu, kerangka ini lebih tepat dipahami sebagai siklus reflektif. Titik paling penting adalah adanya jeda antara melihat dan membagikan, antara tertarik dan mempercayai, serta antara menampilkan nilai dan mempraktikkannya.

Figure 1. Reflective Pathway of Digital Islamic Identity

1. EXPOSURE	2. INTERPRETATION	3. VERIFICATION	4. EXPRESSION	5. PRACTICE
Feed, follower, hashtag, rekomendasi	Makna, emosi, pengalaman, komunitas	Sumber, sanad/kompetensi, konteks, perbandingan	Unggahan, komentar, simbol, partisipasi	Ibadah, adab, solidaritas, keputusan sosial

Source: Dikembangkan oleh penulis berdasarkan sintesis 15 studi, 2026.

D.16 Dari Identitas Digital menuju Perilaku yang Bertanggung Jawab

Kerangka tersebut menempatkan praktik sebagai titik uji, bukan karena ekspresi tidak penting, tetapi karena identitas keagamaan memiliki konsekuensi sosial. Perilaku yang bertanggung jawab mencakup cara memperlakukan orang berbeda, menjaga informasi, menunaikan kewajiban, menggunakan bahasa yang tidak merendahkan, serta menghubungkan piety dengan kepedulian sosial. Fauzi dan Pribadi (2024) menunjukkan relevansi piety sosial, sementara Ar'robby et al. (2025) mengingatkan bahwa pola penggunaan media sosial dapat berkaitan dengan perilaku keagamaan dan sosial.

Evaluasi identitas digital karena itu sebaiknya menghindari dua ekstrem. Ekstrem pertama hanya menilai simbol dan mengabaikan tindakan. Ekstrem kedua menganggap simbol tidak bermakna sama sekali. Simbol dapat membangun rasa memiliki, tetapi perlu dihubungkan dengan kebiasaan. Pertanyaan reflektif sederhana—"apa yang berubah dalam tindakan saya setelah mengikuti konten ini?"—dapat membantu pengguna memindahkan perhatian dari citra ke praktik.

D.16A Perbandingan Sosial dan Keletihan Identitas

Kehidupan digital membuat pengguna melihat banyak versi kesalehan dalam waktu singkat: target ibadah, kajian rutin, perubahan busana, perjalanan, dan aktivitas sosial. Paparan ini dapat memberi inspirasi, tetapi juga memicu perbandingan sosial ketika seseorang membandingkan proses utuh dirinya dengan potongan terbaik kehidupan orang lain. Angka like dan follower dapat memperkuat kesan bahwa bentuk ekspresi tertentu lebih sah, padahal kedalaman religius tidak dapat disimpulkan dari visibilitas.

Pendidikan keagamaan digital perlu membantu Generasi Z membedakan motivasi belajar dari FOMO. Komunitas yang sehat memberi ruang untuk bertanya, berubah, dan mengakui ketidaktahuan tanpa harus mempertahankan citra sempurna. Konsistensi yang perlu dibangun adalah konsistensi nilai, adab, dan tanggung jawab, bukan konsistensi performa di setiap unggahan.

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

D.17 Implikasi bagi Pendidikan Tinggi dan Pendidikan Agama

Perguruan tinggi memiliki posisi strategis karena banyak mahasiswa Generasi Z mulai membuat keputusan agama dan sosial secara lebih mandiri. Pendidikan agama dapat memasukkan literasi media sebagai bagian dari pembelajaran, bukan sebagai topik tambahan. Mahasiswa dapat diminta membandingkan dua video dakwah, menelusuri sumber dalil, mengidentifikasi potongan konteks, atau memetakan perbedaan antara pendapat populer dan pendapat yang memiliki dasar akademik. Aktivitas semacam ini melatih tabayyun sekaligus berpikir kritis.

Soedjiwo et al. (2025) menekankan peran pendidikan agama Islam dalam membentuk identitas pemuda Muslim di media sosial. Implikasinya, dosen tidak cukup meminta mahasiswa "menghindari konten negatif"; mereka perlu memberi alat untuk menilai konten. Rubrik dapat mencakup kredibilitas sumber, kelengkapan konteks, kualitas argumentasi, adab bahasa, dan dampak sosial. Pendidikan yang demikian tidak menjauhkan mahasiswa dari media sosial, tetapi membuat penggunaan lebih sadar.

D.18 Implikasi bagi Keluarga dan Komunitas Keagamaan

Keluarga dan komunitas tetap penting sebagai ruang koreksi. Ketika generasi muda memperoleh informasi yang membingungkan, mereka membutuhkan orang yang dapat diajak bertanya tanpa langsung dihakimi. Jika pertanyaan selalu dianggap sebagai tanda kelemahan iman, pengguna akan mencari jawaban di ruang digital yang belum tentu dapat dipercaya. Sebaliknya, hubungan yang terbuka membuat media sosial menjadi bahan dialog, bukan pesaing keluarga atau ulama.

Komunitas keagamaan juga dapat memperluas peran dari penyelenggara kajian menjadi pendamping literasi. Setelah ceramah, misalnya, peserta dapat memperoleh daftar bacaan atau kesempatan bertanya. Konten pendek di media sosial digunakan sebagai pintu masuk, sedangkan pemahaman dibangun melalui sesi yang lebih panjang. Model hibrid ini sejalan dengan temuan Yazid et al. (2023) bahwa otoritas tradisional dapat beradaptasi melalui budaya digital anak muda.

D.19 Implikasi bagi Pendakwah dan Kreator Konten

Pendakwah digital perlu mengakui bahwa format pendek memiliki batas. Judul yang kuat dan visual menarik memang penting untuk menjangkau audiens, tetapi kedalaman tidak boleh seluruhnya dikorbankan. Kreator dapat menambahkan sumber, menandai ketika topik memiliki khilaf, menghindari generalisasi, dan memberi rujukan lanjutan. Transparansi mengenai kompetensi juga penting: tidak semua pertanyaan harus dijawab oleh satu akun.

Hannan (2024) menunjukkan kekuatan popular preaching dalam membangun kedekatan dengan anak muda, sedangkan Hamdani (2023) memperlihatkan bagaimana otoritas terbentuk melalui distribusi digital. Keduanya menyiratkan tanggung jawab yang besar. Semakin luas jangkauan, semakin besar potensi dampak kesalahan. Kecepatan publikasi perlu diimbangi proses editorial dan kesediaan melakukan koreksi terbuka.

D.20 Model Kematangan Partisipasi Keagamaan Digital

Untuk kebutuhan pendidikan dan pendampingan, partisipasi digital dapat dipetakan ke empat tingkat. Tingkat pertama adalah passive exposure: pengguna banyak menerima konten tetapi jarang menilai sumber. Tingkat kedua adalah selective learning: pengguna mulai memilih akun dan topik, namun verifikasi belum konsisten. Tingkat ketiga adalah reflective identity: pengguna mampu menjelaskan alasan, membandingkan sumber, dan membedakan ekspresi dari praktik. Tingkat keempat adalah responsible participation: pengguna tidak hanya reflektif, tetapi juga berinteraksi dengan adab, menjaga informasi, dan menghubungkan pembelajaran dengan kontribusi sosial.

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

Table 3. Maturity Model of Digital Religious Participation

Level	Ciri utama	Risiko	Prioritas penguatan
1. Passive exposure	Feed menjadi sumber utama; sumber jarang diperiksa	Mudah ikut arus, konteks hilang	Dasar verifikasi dan pengenalan otoritas
2. Selective learning	Memilih akun/topik yang disukai	Echo chamber dan confirmation bias	Perbandingan sumber dan perspektif
3. Reflective identity	Mampu menjelaskan alasan dan batas ekspresi	Refleksi belum selalu menjadi kebiasaan	Konsistensi praktik dan dialog
4. Responsible participation	Verifikasi, adab, kontribusi sosial, koreksi terbuka	Beban menjadi role model	Mentoring dan evaluasi berkelanjutan

Source: Model konseptual penulis, 2026.

D.21 Indikator Evaluasi: Jangan Hanya Menghitung Follower dan Screen Time

Evaluasi program literasi atau dakwah digital sering berhenti pada jumlah peserta, tayangan, dan pengikut. Metrik tersebut berguna untuk mengukur jangkauan, tetapi tidak menjelaskan kualitas identitas atau perilaku. Indikator yang lebih bermakna dapat mencakup kemampuan memeriksa sumber, membedakan opini dan fatwa, menjelaskan alasan mengikuti akun tertentu, mengakui ketidakpastian, berkomunikasi dengan adab, dan menghubungkan materi dengan tindakan sosial.

Pada level individu, diary singkat dapat digunakan selama dua minggu. Peserta mencatat tiga konten agama yang paling memengaruhi, alasan mempercayai atau meragukan, tindakan setelah menonton, dan perubahan emosi. Data tersebut tidak ditujukan untuk mengawasi keyakinan, tetapi membantu peserta melihat pola pengaruh. Banyak keputusan digital terjadi terlalu cepat untuk disadari; refleksi tertulis membuat proses menjadi terlihat.

Table 4. Indikator Evaluasi Identitas dan Perilaku Keagamaan Digital

Dimensi	Indikator	Bukti sederhana
Literasi sumber	Memeriksa akun asli, konteks, dan rujukan	Analisis kasus / link sumber
Otoritas	Membedakan popularitas dan kompetensi	Rationale pemilihan rujukan
Identitas	Menjelaskan nilai tanpa bergantung pada simbol	Refleksi singkat
Adab sosial	Tidak menyerang personal; mampu berbeda pendapat	Observasi diskusi / komentar simulasi
Regulasi diri	Mengelola waktu, emosi, dan dorongan berbagi	Log penggunaan/refleksi
Praktik	Menghubungkan konten dengan tindakan nyata	Catatan aksi sosial/ibadah yang relevan

Source: Kerangka evaluasi penulis, 2026.

D.22 Agenda Penelitian Lanjutan

Penelitian berikutnya perlu bergerak dari paparan dan persepsi menuju hubungan antara konten, proses interpretasi, dan tindakan. Desain longitudinal dapat mengamati perubahan pilihan sumber serta praktik selama satu semester. Diary study dan digital ethnography dapat membantu memahami momen ketika pengguna berpindah dari satu otoritas ke otoritas lain. Survei dapat menguji jalur exposure → verification → reflective identity → responsible behavior, sementara wawancara menjelaskan alasan di balik angka.

Isu algoritma juga membutuhkan perhatian lebih besar. Studi identitas sering meneliti konten yang terlihat, tetapi tidak selalu mampu menjelaskan mengapa konten tertentu muncul bagi pengguna tertentu. Penelitian lintas-platform, eksperimen rekomendasi yang etis, dan analisis feed berbasis persetujuan dapat membantu memahami peran personalisasi. Konteks lokal Indonesia penting karena hubungan dengan pesantren, organisasi Islam, kampus, serta komunitas daerah memberi warna yang tidak selalu sama dengan konteks global.

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Sintesis 15 publikasi peer-reviewed periode 2022-2026 menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dari ekologi keagamaan Generasi Z. Platform digital memperluas akses terhadap pembelajaran Islam, memberi ruang untuk membangun komunitas, dan memungkinkan identitas keislaman diekspresikan melalui bahasa yang dekat dengan budaya anak muda. Pada saat yang sama, lingkungan yang sama mengubah cara otoritas dibentuk, meningkatkan peran visibilitas dan popularitas, serta membuat identitas lebih performatif, cair, dan terpapar pada kompetisi perhatian.

Temuan utama artikel adalah bahwa pengaruh media sosial tidak bekerja secara langsung dari konten menuju perilaku. Di antara keduanya terdapat proses interpretasi dan verifikasi. Pengguna yang memiliki kebiasaan membandingkan sumber, memahami konteks, dan menilai otoritas lebih mungkin menjadikan media sosial sebagai pintu masuk belajar. Sebaliknya, ketika paparan diterima tanpa verifikasi, risiko superficial learning, polarisasi, dan penyamaan popularitas dengan otoritas menjadi lebih besar. Karena itu, literasi digital keagamaan perlu menempatkan tabayyun, adab, dan regulasi diri sebagai kompetensi utama.

Identitas keislaman Generasi Z juga tidak dapat diukur hanya dari simbol digital. Unggahan, busana, tagar, dan partisipasi online memiliki makna sosial yang nyata, tetapi perlu dibaca bersama praktik sehari-hari. Piety yang reflektif terlihat ketika pengguna mampu menjaga hubungan, menghormati perbedaan, menunaikan kewajiban, mempertanggungjawabkan informasi, serta menghubungkan pembelajaran dengan kontribusi sosial. Kesenjangan antara ekspresi dan praktik bukan alasan untuk menolak media sosial, melainkan ruang pendidikan.

Bagi perguruan tinggi dan pendidik agama, rekomendasi utama adalah mengintegrasikan analisis konten digital ke pembelajaran. Mahasiswa perlu berlatih menelusuri sumber, membandingkan otoritas, membaca konteks, dan mendiskusikan dilema etika yang benar-benar mereka jumpai. Bagi keluarga dan komunitas, dibutuhkan ruang bertanya yang tidak menghakimi agar media sosial tidak menjadi satu-satunya tempat mencari jawaban. Bagi pendakwah dan kreator, transparansi sumber, batas kompetensi, serta mekanisme koreksi harus menjadi bagian dari tanggung jawab publik.

Artikel ini mengusulkan jalur reflektif exposure–interpretation–verification–expression–practice sebagai kerangka untuk memahami bagaimana identitas digital berubah menjadi perilaku. Kerangka tersebut perlu diuji secara empiris pada mahasiswa dan komunitas Gen Z di berbagai daerah, termasuk melalui longitudinal study, mixed methods, dan SEM-PLS. Dengan pendekatan tersebut, diskusi tentang generasi muda dan media sosial dapat bergerak dari pertanyaan “berapa lama mereka online” menuju pertanyaan yang lebih substantif: bagaimana mereka menafsirkan agama, memilih otoritas, berinteraksi dengan perbedaan, dan mempertanggungjawabkan identitasnya dalam kehidupan sosial.

ACKNOWLEDGMENTS (UCAPAN TERIMA KASIH)

Penulis menyampaikan terima kasih kepada lingkungan akademik Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang mendukung pengembangan kajian mengenai media sosial, identitas keislaman, generasi muda, dan dinamika sosial-keagamaan. Artikel ini merupakan kajian literatur dan tidak menggunakan data primer individu.

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

F. BIBLIOGRAPHY (DAFTAR PUSTAKA)

Afrianty, N. D., & As'ad, M. (2026). Ethically bounded expression on TikTok among Muslim Generation Z students. Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan, 26(1), 68–79. https://doi.org/10.21274/dinamika.2026.26.1.68-79

Ar'robby, M., Faradila, F., Damayanti, M. W., & Ridho, K. (2025). The influence of Instagram use on changes in religious and social behavior in Generation Z. Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media, 14(1), 8–17. https://doi.org/10.35457/translitera.v14i1.4060

Chair, B. M., Wawaysadhya, & Oktafiani, T. U. (2024). Cyber-religion and the issue of religious authority: How Indonesian youth learn religion through social media? Al'Adalah, 27(1), 1–12. https://doi.org/10.35719/aladalah.v27i1.440

Fauzi, M. L., & Pribadi, Y. (2024). Muslim youth between pragmatism, Islamic concern, and social piety: The case of the da'wah movement in Solo, Indonesia. Ulumuna, 28(2), 798–824. https://doi.org/10.20414/ujis.v28i2.877

Hamdani, A. R. (2023). Fatwa in the digital age: Online muftī, social media, and alternative religious authority. Hikmatuna: Journal for Integrative Islamic Studies, 9(1), 53–63. https://doi.org/10.28918/hikmatuna.v9i1.966

Hannan, A. (2024). Rethinking Indonesian Muslim youth's religious identity in popular Islam: Hanan Attaki's preaching on social media. Al'Adalah, 27(1), 31–49. https://doi.org/10.35719/aladalah.v27i1.451

Hannan, A., & Mursyidi, A. F. (2023). Social media and the fragmentation of religious authority among Muslims in contemporary Indonesia. Digital Muslim Review, 1(2), 84–104. https://doi.org/10.32678/dmr.v1i2.10

Hasan, F. (2022). Muslim Instagram: Eternal youthfulness and cultivating deen. Religions, 13(7), 658. https://doi.org/10.3390/rel13070658

Hotait, N., & El Sayed, F. (2025). Beyond the hijab: Performing religious identity on TikTok. Social Compass, 72(2), 204–220. https://doi.org/10.1177/00377686251340897

Ikasatya, R. A., & Apriliani, C. (2026). Social media as a new space for communication and Muslim identity formation. The Journal of Religion and Communication Studies, 3(1), 1–17. https://doi.org/10.61511/jorcs.v3i1.2026.2696

Maemonah, M., Purnama, S., Rohinah, R., 'Aziz, H., Bastian, A. B. F. M., & Syafii, A. (2022). The shift in the authority of Islamic religious education: A qualitative content analysis on online religious teaching. The Qualitative Report, 27(9), 1830–1846. https://doi.org/10.46743/2160-3715/2022.5325

Soedjiwo, N. A. F., Ramdhani, F. Z., & Suroyo. (2025). Islamic Religious Education and Muslim youth identity on social media: A critical discourse analysis of Instagram and TikTok content in Indonesia. EDUKASI: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan, 23(3), 467–481. https://doi.org/10.32729/edukasi.v23i3.2158

Virga, R. L., Shovmayanti, N. A., Yusoff, R. M., & Rosa, N. (2025). Yuk Ngaji: Digitalization of Generation Z's religious activities on Instagram account. Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 10(1), 149–184. https://doi.org/10.22515/albalagh.v10i1.11024

Waliyuddin, M. N. (2024). The grey area of religion: Negotiating the identity of young Indonesian Muslims amidst extremism, moderatism, and popular culture. Tashwirul Afkar, 43(2), 223–246. https://doi.org/10.51716/ta.v43i2.630

Yazid, Y., Ardiansyah, A., Kholmuminov, F., & Rafdeadi, R. (2023). Reclaiming traditional religious authority in the contemporary era. Jurnal Dakwah Risalah, 34(1), 1–18. https://doi.org/10.24014/jdr.v34i1.21848

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License