



## Religiusitas Muslim Generasi Z dalam Menghadapi Tantangan Literasi Keagamaan di Era Digital

Farhan Maulana Arli<sup>1\*</sup>, Diva Datul Isma<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup>Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Indonesia

Email: [farhanarli71@gmail.com](mailto:farhanarli71@gmail.com)<sup>1</sup>, [divadatulisma@gmail.com](mailto:divadatulisma@gmail.com)<sup>2</sup>

\*Penulis Korespondensi: [farhanarli71@gmail.com](mailto:farhanarli71@gmail.com)

**Abstract.** *The presence of Generation Z, who grew up entirely in the digital era, has triggered a fundamental transformation in Muslim religious practices, where social media has replaced conventional religious institutions as the primary source of religious information. This condition creates a paradox: Gen Z has become a generation that is highly religious online, yet is often disconnected from physical communities and traditional religious authorities. This study aims to analyze the character of Muslim Gen Z religiosity, identify its forming factors, and examine the impact of the digital era on their religiosity. This study employed a descriptive qualitative approach using a library research method. The findings indicate that Muslim Gen Z religiosity is characterized by personalization, flexibility, and digital spirituality, strongly influenced by social media. These characteristics are shaped by massive digital technology accessibility, the effectiveness of contextual Islamic preaching on platforms such as TikTok, as well as spiritual needs and social pressure from the digital environment. The digital era brings positive impacts in the form of increased accessibility and religious literacy, but also negative impacts including shallow religious understanding, vulnerability to information bias, and potential exposure to extreme ideologies. This study implies the importance of an integrated digital religious literacy strategy through critical thinking-based Islamic Religious Education curriculum reform, enhancement of educators' digital capacity, and cross-sector collaboration to strengthen Gen Z's moderate and reflective religious understanding.*

**Keywords:** *Digital Era; Generation Z; Muslim Religiosity; Religious Literacy; Social Media.*

**Abstrak.** Kehadiran Generasi Z yang tumbuh sepenuhnya di era digital telah memicu transformasi fundamental dalam praktik keberagamaan Muslim, di mana media sosial kini menggantikan peran institusi keagamaan konvensional sebagai sumber rujukan utama informasi keagamaan. Kondisi ini menciptakan paradoks: Gen Z menjadi generasi yang religius secara online, namun seringkali terlepas dari komunitas fisik dan otoritas ulama tradisional. Penelitian ini bertujuan menganalisis karakter religiusitas Muslim Gen Z, mengidentifikasi faktor pembentuknya, serta menelaah dampak era digital terhadap religiusitas mereka. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode kajian pustaka. Temuan menunjukkan bahwa religiusitas Muslim Gen Z ditandai oleh personalisasi, fleksibilitas, dan spiritualitas digital yang dipengaruhi kuat oleh media sosial. Karakter ini dibentuk oleh aksesibilitas teknologi digital, efektivitas dakwah kontekstual di platform seperti TikTok, serta kebutuhan spiritual dan tekanan sosial dari lingkungan digital. Era digital membawa dampak positif berupa peningkatan aksesibilitas dan literasi keagamaan, namun sekaligus berdampak negatif berupa dangkalnya pemahaman agama, kerentanan terhadap bias informasi, dan potensi terpaparnya paham ekstrem. Penelitian ini mengimplikasikan pentingnya strategi literasi keagamaan digital yang terpadu melalui pembaruan kurikulum PAI berbasis berpikir kritis, peningkatan kapasitas digital para pendidik, serta kolaborasi lintas sektor agar Gen Z kokoh dalam pemahaman keagamaan yang moderat dan reflektif.

**Kata kunci:** Era Digital; Generasi Z; Literasi Keagamaan; Media Sosial; Religiusitas Muslim.

### 1. LATAR BELAKANG

Kehadiran Generasi Z atau sering di kenal dengan sebutan Gen Z, yang sepenuhnya lahir dan terliterasi di era digital, telah memicu pergeseran fundamental dan mengejutkan dalam praktik keberagamaan Muslim, di mana ruang ibadah kini berpusat pada layar gawai. Fenomena ini terjadi karena media sosial telah bertransformasi menjadi sumber rujukan utama bagi Gen Z, yang secara efektif mulai menggantikan peran tradisional dari institusi keagamaan konvensional. Dampaknya adalah munculnya kondisi paradoksal, di mana Gen Z menjadi

generasi yang sangat religius secara online namun seringkali terlepas dari keterikatan komunitas fisik atau otoritas ulama (Hudiyani, 2025). Survei menunjukkan bahwa mayoritas responden Gen Z menjadikan internet sebagai sumber informasi utama, termasuk untuk keperluan belajar agama, yang menunjukkan ketergantungan ini (Yulyani & Rifiananda, 2025). Pergeseran ini melahirkan bentuk-bentuk praktik keagamaan baru, seperti ibadah daring seperti live streaming salat dan pengajian virtual, yang menjadi ciri khas Gen Z (Sarinawati, 2025). Lebih mengejutkan lagi, konten dakwah yang viral di platform seperti TikTok, yang seringkali disampaikan secara ringkas, kini diyakini mampu mengubah sikap spiritual Gen Z secara cepat dan signifikan (Mildah & Khairuddin, 2024). Oleh karena itu, lanskap keberagaman Muslim di Indonesia kini berada di titik transformasi krusial, yang menuntut kajian mendalam mengenai karakter religiusitas baru ini.

Studi-studi terdahulu telah mengidentifikasi secara jelas adanya korelasi positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan peningkatan tingkat religiusitas serta penguatan nilai-nilai moderasi beragama pada Gen Z. Sebagian besar penelitian telah fokus pada aspek dampak media sosial dan efektivitas platform spesifik seperti TikTok, yang terbukti menjadi media dakwah yang berfungsi sebagai sumber dukungan spiritual (Adilla & Santiani, 2025). Namun demikian, pemahaman yang holistik mengenai bagaimana karakter internal religiusitas Gen Z ini terbentuk, termasuk faktor-faktor non teknologis dan dampak negatifnya secara seimbang, masih memiliki celah yang perlu diisi dalam literatur. Penelitian telah menunjukkan bahwa media sosial dan tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap moderasi beragama pada Gen Z (Yulyani & Rifiananda, 2025). Selain itu, studi fenomenologi telah mengupas tren hijrah keagamaan Gen Z terhadap corak dakwah tertentu, seperti Sufisme atau Salafisme, yang dipengaruhi oleh aspek personal dan sosial (Rahmatulloh et al., 2025). Kendati demikian, literatur masih kurang dalam memberikan kerangka komprehensif yang mengintegrasikan karakter personalisasi religiusitas Gen Z dengan tantangan resiko pemahaman agama yang dangkal atau bias informasi (Sarinawati, 2025). Dengan demikian, penelitian ini diperlukan untuk menjembatani kesenjangan tersebut melalui analisis yang lebih terstruktur dan berimbang mengenai fenomena religiusitas Muslim Gen Z.

Berdasarkan adanya transformasi keagamaan yang masif dan celah literatur yang masih terbuka, penelitian ini bertujuan utama untuk menganalisis secara mendalam fenomena religiusitas Muslim Gen Z di era digital. Analisis ini sangat penting untuk memotret secara utuh lanskap keberagaman generasi masa depan, sehingga dapat dirumuskan strategi dakwah dan pendidikan agama yang adaptif dan relevan dengan budaya digital mereka. Lebih lanjut, pemahaman yang komprehensif ini akan membantu institusi keagamaan dan orang tua dalam

membimbing Gen Z menghadapi tantangan information overload yang berisiko merusak pemahaman agama yang utuh. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini akan berfokus pada tiga pertanyaan kunci. *Pertama*, bagaimana karakter religiusitas Muslim Gen Z di era digital? *Kedua*, apa saja faktor yang membentuk religiusitas Muslim? *Ketiga*, apa dampak positif dan negatif era digital terhadap religiusitas Gen Z? Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut akan memperkaya temuan mengenai bagaimana media sosial memengaruhi perkembangan religiusitas Muslim Gen Z di era digital. Temuan ini tidak hanya menunjukkan sisi positif penggunaan media digital dalam memperkuat sikap spiritual, tetapi juga mengungkap risiko *mediatization of religion* yang dapat mengaburkan esensi keberagamaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi penting bagi pengembangan kajian akademik tentang religiusitas generasi muda serta praktik keagamaan mereka di tengah dinamika kehidupan digital.

Penelitian ini di dasarkan atas beberapa dugaan awal. *Pertama*, religiusitas Muslim Gen Z dicirikan oleh sifat personalisasi, fleksibilitas, dan digitalitas, yang secara bersamaan menghasilkan peningkatan akselerasi spiritual dan kerentanan terhadap bias informasi keagamaan. *Kedua*, karakteristik ini didorong oleh akses yang tidak terbatas terhadap influencer keagamaan dan konten dakwah yang disajikan dalam format pendek dan cepat, menjadikan pengalaman keagamaan mereka lebih individualis dan kurang terikat pada hierarki ulama tradisional. *Ketiga*, meskipun keleluasaan akses ini menawarkan kemudahan dan kecepatan belajar (dampak positif), pola ini juga menciptakan risiko mendasar, yaitu penurunan kemampuan reflektif dan pemahaman teks keagamaan yang utuh (dampak negatif). Penelitian sebelumnya telah mendukung hipotesis ini dengan menemukan bahwa praktik keagamaan Gen Z telah bertransformasi menjadi ibadah daring dan spiritualitas digital (Sarinawati, 2025). Bahkan, konten dakwah TikTok terbukti efektif sebagai sumber dukungan spiritual, yang menguatkan aspek personalisasi religiusitas mereka (Adilla & Santiani, 2025). Secara keseluruhan, religiusitas Gen Z adalah pedang bermata dua yang harus dianalisis secara kritis, di mana keleluasaan beragama di ruang digital harus diimbangi dengan penguatan literasi keagamaan yang mendalam untuk menghindari dangkalnya pemahaman.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Religiusitas**

Religiusitas dapat dipahami sebagai sebuah keyakinan fundamental yang dimiliki oleh manusia terhadap sesuatu yang transenden, dan keyakinan ini memiliki peran esensial dalam mengatur seluruh aspek kehidupan individu (Sabillah, 2023). Bagi Generasi Z, kelompok usia

produktif yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi dan globalisasi, tantangan dalam mempertahankan nilai-nilai keagamaan semakin kompleks (Hudiyani, 2025). Meskipun demikian, religiusitas juga berfungsi penting dalam membangun motivasi pada Gen Z, yaitu dengan mengarahkan mereka untuk menggali potensi diri dan mengaktualisasikannya dalam koridor kebaikan sesuai dengan ajaran agama (Sabillah, 2023). Dalam kerangka analisis yang lebih mendalam, perspektif normatif dan filosofis seperti Maqashid Syariah dapat digunakan untuk memotret dan mengukur internalisasi nilai-nilai keberagaman (religiusitas) Gen Z secara komprehensif, mencakup perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta (Hudiyani, 2025).

Pola keberagaman di kalangan Generasi Z menunjukkan transformasi yang signifikan, di mana religiusitas mereka cenderung mengarah pada ciri-ciri personalisasi dan spiritualitas digital (Sarinawati, 2025). Ciri ini mewujud dalam kombinasi antara nilai-nilai keagamaan tradisional dan ekspresi keagamaan yang bersifat modern, serta memberikan fleksibilitas tinggi dalam ruang dan waktu praktik keagamaan (Sarinawati, 2025). Transformasi praktik keagamaan ini terlihat jelas dengan adanya fenomena ibadah daring, pengajian virtual, serta pemanfaatan aplikasi keislaman dan media sosial religius (Sarinawati, 2025). Bukti empiris menegaskan bahwa konten dakwah di platform digital, seperti TikTok, terbukti memiliki dampak positif terhadap perubahan sikap spiritual dan peningkatan tingkat religiusitas Gen Z. Hal ini dikarenakan penyampaian pesan dakwah yang mudah dipahami, sehingga memicu semangat mereka untuk mendalami ajaran agama dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari (Mildah & Khairuddin, 2024).

### **Muslim Gen Z**

Generasi Z (Gen Z) merupakan kelompok usia yang signifikan dalam populasi Indonesia yang mayoritasnya beragama Muslim. Kelompok ini secara spesifik didefinisikan sebagai individu yang berusia antara 17 hingga 29 tahun (Kartini & Tjahyadi, 2024). Generasi ini dikenal sangat akrab dengan platform digital dan secara intensif menjadikan internet sebagai rujukan utama baik untuk informasi umum maupun keperluan pembelajaran keagamaan (Yulyani & Rifiananda, 2025). Pemahaman keagamaan mereka dibentuk tidak hanya oleh institusi tradisional, tetapi juga oleh konten digital. Oleh karena itu, para penggiat dakwah kini menganggap Gen Z sebagai audiens spesifik yang harus didekati melalui media sosial seperti aplikasi video pendek (TikTok), yang dianggap efektif dalam penyampaian pesan dakwah di ruang virtual (Putra et al., 2023). Sifat khas Generasi Z dalam interaksi dengan informasi adalah kecenderungan mereka untuk mengakses konten yang bersifat visual, interaktif, dan mudah dijangkau melalui perangkat seluler (*mobile*) (Noviana Aini, 2023). Dalam ranah keagamaan,

Generasi Z Muslim mengalami transformasi pola praktik keagamaan yang signifikan di tengah gempuran digital. Perubahan ini diwujudkan dalam munculnya bentuk-bentuk ibadah dan kajian yang bersifat daring (online), seperti siaran langsung salat, pengajian virtual, serta pemanfaatan aplikasi keislaman dan media sosial keagamaan (Sarinawati, 2025). Orientasi religiusitas pada Gen Z cenderung mengarah pada personalisasi dan spiritualitas digital, yang memadukan nilai-nilai tradisional dengan ekspresi modern yang menawarkan fleksibilitas dalam ruang dan waktu praktik keagamaan mereka (Sarinawati, 2025).

### **Literasi Keagamaan**

Secara etimologi, literasi berasal dari istilah Latin *litteratus* yang bermakna orang yang belajar, sementara secara terminologi, literasi keagamaan di era modern tidak hanya terbatas pada kemampuan membaca teks suci, tetapi mencakup kecakapan dalam memahami, menganalisis, dan menyaring informasi keagamaan yang tersebar di media digital (Maulidah, 2025). Stephen Prothero mendefinisikan literasi keagamaan sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan istilah-istilah dasar, simbol, doktrin, praktik, dan teks dari tradisi keagamaan tertentu guna berinteraksi secara kritis dalam ruang public (Prothero, 2009). Pemahaman ini menekankan bahwa individu yang literat secara agama memiliki kemampuan untuk membedakan antara ajaran yang autentik dengan informasi palsu atau hoaks yang dapat mengancam kerukunan beragama di dunia maya (Ilyas & Maknun, 2023).

Literasi keagamaan terdiri dari beberapa unsur utama, yaitu pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan keterampilan (*skills*) dalam merespons fenomena keagamaan di ruang digital (Sundari et al., 2024). Literasi ini juga melibatkan aspek kemampuan verifikasi (*tabayyun*) terhadap sumber informasi, penguasaan konteks sejarah ajaran, serta etika dalam mendistribusikan konten keagamaan (Ardina Rasiani et al., 2025). Adapun ciri utama dari literasi keagamaan yang kuat adalah munculnya sikap kritis dalam menghadapi konten keberagaman yang bersifat instan serta kemampuan untuk mengintegrasikan nilai-nilai spiritual ke dalam perilaku bermedia sosial yang bertanggung jawab (Raharjo, 2024).

### **Era Digital**

Era Digital dipahami sebagai sebuah periode di mana teknologi, terutama internet, menjadi fondasi utama yang memungkinkan komunikasi dan interaksi antar individu di seluruh dunia dapat terjalin (Kurniasih & Apriani, 2022). Konsep Era Digital juga merujuk pada kondisi di mana media digital bertindak sebagai agen perubahan fundamental yang mempercepat transformasi budaya, memperluas ruang interaksi sosial, serta membentuk identitas dan dinamika sosial masyarakat baru (Fauzan et al., 2025). Selain itu, pemanfaatan media interaktif (digital) ini diakui sebagai salah satu bentuk stimulasi penting yang memiliki

pengaruh terhadap perkembangan berbagai aspek kehidupan, termasuk kemampuan bahasa dan sosial (Rahayu, 2019). Lingkungan Era Digital memiliki ciri khas berupa kemudahan dan kecepatan, yang membawa dampak positif signifikan, seperti meluasnya akses dakwah dan meningkatnya literasi keagamaan melalui kemudahan pencarian informasi dan sumber daya (Aulia Nur Hakim, 2024). Namun, sifat khas lainnya adalah munculnya tantangan yang mendesak, termasuk erosi budaya lokal, potensi polarisasi sosial, dan isu kesenjangan akses digital (*digital gap*) antar kelompok masyarakat (Fauzan et al., 2025). Dalam konteks keagamaan, ciri tantangan Era Digital mencakup persaingan ketat dengan konten hiburan, rendahnya literasi digital di kalangan pengguna, serta risiko penyebaran informasi yang tidak akurat atau *hoaks* (Noviana Aini, 2023).

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode kajian pustaka (*library research*). Metode ini digunakan untuk menelaah berbagai sumber literatur yang relevan seperti buku, artikel jurnal ilmiah, dan karya akademik lain yang membahas tentang religiusitas muslim generasi Z di era digital. Sasaran penelitian ini adalah konsep, teori, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan religiusitas muslim generasi Z dalam menghadapi tantangan literasi keagamaan di era digital. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh melalui teknik studi dokumentasi dari berbagai sumber pustaka yang relevan dengan fokus penelitian (Creswell, 2009). Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri (*human instrument*) yang berperan dalam mengidentifikasi, menyeleksi, serta menafsirkan data yang diperoleh dari berbagai literatur (Sugiyono, 2019). Prosedur penelitian dilakukan melalui tahap pengumpulan literatur, reduksi dan klasifikasi data berdasarkan tema pembahasan, serta penelaahan secara kritis terhadap isi sumber yang digunakan. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan cara mengorganisasi, menginterpretasikan, dan mensintesis berbagai temuan literatur sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif (Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, 2014).

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Karakter Religiusitas Muslim Gen Z di Era Digital**

Karakter religiusitas Muslim Gen Z ditandai dengan pergeseran orientasi yang fundamental, yaitu menuju personalisasi, fleksibilitas, dan spiritualitas digital (Sarinawati, 2025). Gen Z cenderung menginternalisasi nilai-nilai keagamaan melalui pengalaman pribadi dan preferensi individual, alih-alih terikat secara kaku pada lembaga keagamaan berbasis

tradisi. Mereka mencari makna spiritual yang relevan dengan konteks kehidupan sehari-hari mereka yang serba cepat dan terdigitalisasi, sehingga praktik keagamaan seringkali menjadi lebih individualistik dan kurang komunal. Kecenderungan ini menciptakan sebuah corak keberagaman yang adaptif, memungkinkan mereka untuk memadukan nilai-nilai Islam normatif dengan ekspresi modern yang sesuai dengan budaya digital.

Aspek utama dari personalisasi ini terlihat pada pilihan rujukan keagamaan dan praktik ibadah. Alih-alih hanya mengandalkan guru agama di sekolah atau majelis taklim, Gen Z kini menjadikan influencer keagamaan digital sebagai agen dakwah baru yang berpengaruh, terutama melalui platform video pendek seperti TikTok (Putra et al., 2023). Fenomena ini melahirkan bentuk-bentuk praktik keagamaan baru, seperti ibadah daring seperti, live streaming salat dan pengajian virtual, yang menunjukkan bahwa ruang dan waktu praktik keagamaan mereka telah menjadi sangat fleksibel (Sarinawati, 2025). Mereka memilih dan memilah konten dakwah yang disajikan secara kreatif, singkat, dan mudah dicerna, sesuai dengan pola konsumsi media mereka yang cepat.

Lebih jauh, karakter ini juga terefleksi dalam tren hijrah keagamaan, di mana Gen Z menunjukkan ketertarikan selektif terhadap corak dakwah tertentu, seperti Sufisme atau Salafisme, yang pilihan orientasinya seringkali didorong oleh faktor non teologis yang bersifat personal dan sosial (Rahmatulloh et al., 2025). Ini menegaskan bahwa religiusitas mereka bersifat cair dan terbuka terhadap berbagai interpretasi yang tersedia di ruang digital. Namun, sifat ini juga mengandung risiko, yaitu potensi dangkalnya pemahaman keagamaan karena terbiasa mengonsumsi informasi agama dalam potongan-potongan kecil dan cepat, alih-alih mendalaminya secara sistematis (Sarinawati, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa karakter religiusitas Muslim Gen Z di era digital ditandai oleh personalisasi, fleksibilitas, dan spiritualitas digital yang dipengaruhi kuat oleh media sosial dan perkembangan teknologi. Transformasi ini membuat praktik keagamaan menjadi lebih adaptif, individual, dan terbuka terhadap berbagai bentuk ekspresi religius modern. Namun, di balik kemudahan akses dan meningkatnya ketertarikan terhadap konten dakwah digital, terdapat risiko munculnya pemahaman agama yang dangkal akibat konsumsi informasi keagamaan yang serba singkat dan instan.

### **Faktor yang Membentuk Religiusitas Muslim Gen Z**

Adapun faktor utama yang membentuk religiusitas Muslim Gen Z adalah aksesibilitas teknologi digital yang tak terbatas dan masif (Hudiyani, 2025). Gen Z tumbuh sebagai digital native, yang menjadikan internet dan media sosial sebagai rujukan utama untuk segala informasi, termasuk materi keagamaan (Yulyani & Rifiananda, 2025). Akses mudah dan cepat

ini secara fundamental mengubah cara mereka belajar dan mempraktikkan agama. Teknologi menjadi media yang memungkinkan dakwah disampaikan secara kreatif dan interaktif, sehingga menarik bagi generasi yang haus akan visual dan konten bergerak. Faktor kedua adalah efektivitas format dakwah yang populer dan kontekstual di media sosial. Para content creator dan dai muda memanfaatkan platform seperti TikTok untuk menyebarkan pesan-pesan keislaman dalam format video pendek yang menghibur sekaligus edukatif (Putra et al., 2023). Konten-konten ini seringkali membahas isu-isu kontemporer dan masalah sehari-hari Gen Z dengan bahasa yang ringan. Bukti empiris menunjukkan bahwa konten dakwah yang mudah dipahami ini memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perubahan sikap spiritualitas Gen Z (Mildah & Khairuddin, 2024).

Faktor ketiga adalah kebutuhan internal (motivasi) dan tekanan sosial yang dialami Gen Z. Secara internal, religiusitas berperan dalam membangun motivasi diri, mengarahkan mereka untuk menggali potensi diri menuju kebaikan (Sabillah, 2023). Secara sosial, tren hijrah dan self-branding keagamaan di media sosial mendorong Gen Z untuk mengekspresikan identitas keagamaan mereka secara publik, seringkali sebagai respons terhadap pencarian jati diri atau keinginan untuk mendapatkan validasi dari komunitas digital (Rahmatulloh et al., 2025).

Dengan demikian, religiusitas Muslim Gen Z dibentuk oleh kombinasi antara perkembangan teknologi digital, efektivitas dakwah media sosial, serta kebutuhan spiritual dan sosial generasi muda. Kemudahan akses internet dan konten dakwah digital menjadikan Gen Z lebih mudah memperoleh pengetahuan agama secara cepat dan fleksibel. Selain itu, pengaruh lingkungan sosial digital, seperti tren hijrah dan self-branding religius, turut membentuk cara mereka mengekspresikan identitas keagamaan. Dengan demikian, religiusitas Gen Z lahir dari interaksi antara kebutuhan personal dan budaya digital yang berkembang di era modern.

### **Dampak Positif dan Negatif Era Digital terhadap Religiusitas Gen Z**

Dampak positif utama era digital adalah peningkatan aksesibilitas dan literasi keagamaan yang lebih luas (Sarinawati, 2025). Media sosial telah meruntuhkan batasan geografis dan waktu, memungkinkan Gen Z untuk mendapatkan tausiyah, kajian, dan informasi keagamaan kapan saja dan di mana saja. Hal ini mendorong peningkatan kesadaran beragama dan penguatan nilai-nilai moderasi beragama, terutama karena media sosial dapat menjadi sarana efektif dalam menyampaikan pesan-pesan moderasi (Yulyani & Rifiananda, 2025). Selain itu, konten dakwah di platform seperti TikTok telah terbukti memberikan dukungan spiritual dan mendorong perubahan perilaku moral yang positif pada Gen Z, membuat mereka lebih semangat mendalami agama (Adilla & Santiani, 2025).

Namun, seiring dengan dampak positif, muncul pula dampak negatif yang signifikan, terutama risiko dangkalnya pemahaman agama dan kerentanan terhadap bias informasi. Kemudahan akses seringkali berbanding terbalik dengan kedalaman pemahaman. Gen Z rentan terhadap information overload dan kecenderungan untuk menerima informasi agama secara instan tanpa proses refleksi atau verifikasi dari sumber-sumber yang kredibel (Julia Rizqi Rahmawati et al., 2024). Hal ini diperparah oleh fenomena *mediatization of religion*, di mana esensi ajaran agama dapat terdistorsi atau tereduksi menjadi sekadar hiburan atau tren viral, yang pada akhirnya dapat mengaburkan makna spiritual yang mendalam (Sarinawati, 2025).

Dampak negatif lainnya adalah potensi fragmentasi identitas keagamaan dan terpaparnya paham ekstrem. Karakter personalisasi membuat Gen Z cenderung memilih dan mengikuti kelompok-kelompok online yang memiliki corak keagamaan spesifik, yang dapat mengarah pada eksklusivitas dan intoleransi jika tidak diimbangi dengan literasi yang kritis. Dengan masifnya informasi di media sosial, mereka berpotensi terekspos pada narasi-narasi keagamaan yang sempit atau bahkan radikal (Hudiyani, 2025). Oleh karena itu, tantangan terbesar adalah bagaimana memastikan Gen Z tidak hanya melek teknologi, tetapi juga memiliki literasi keagamaan digital yang kritis dan reflektif agar dapat menjalankan ajaran agama secara utuh dan moderat (Sarinawati, 2025).

Dengan ini dapat disimpulkan bahwa, era digital membawa dua sisi mata uang yang tak terpisahkan bagi religiusitas Gen Z. Di satu sisi, kemudahan akses informasi keagamaan melalui media sosial membuka peluang besar untuk meningkatkan kesadaran dan literasi beragama secara luas. Di sisi lain, arus informasi yang deras tanpa filter kritis justru berisiko mendangkalkan pemahaman agama, mendistorsi esensi ajaran, hingga membuka celah masuknya paham-paham ekstrem. Oleh karena itu, kunci utama bukan sekadar menguasai teknologi, melainkan membangun literasi keagamaan digital yang kritis, reflektif, dan moderat, sehingga Gen Z mampu menjadi generasi yang tidak hanya melek digital, tetapi juga kokoh dalam identitas dan pemahaman keagamaannya.

### **Strategi Penguatan Literasi Keagamaan Digital bagi Muslim Gen Z**

Strategi penguatan literasi keagamaan digital bagi Muslim Gen Z memerlukan pendekatan holistik yang mengintegrasikan kecakapan teknis dengan nilai-nilai spiritualitas Islam. Salah satu langkah utamanya adalah melalui revitalisasi kurikulum Pendidikan Agama Islam (PAI) yang menyisipkan komponen literasi digital keagamaan, pendidikan multikulturalisme, dan pengembangan berpikir kritis agar peserta didik mampu memilah informasi yang otoritatif dari sumber yang tidak kredibel (Nasution & Aripin, 2026). Strategi ini sangat mendesak mengingat mayoritas Gen Z mengakses konten keagamaan melalui media

sosial daripada kelas agama formal, namun sering kali terjebak dalam echo chamber atau hanya menerima informasi secara parsial melalui video pendek dan kutipan tanpa memahami konteks luasnya (Nawawi, 2025). Penguatan kapasitas para dai dan pendidik Islam dalam menguasai teknologi digital juga menjadi faktor kunci untuk menciptakan ekosistem dakwah yang sehat bagi generasi muda. Para pendidik dituntut memahami teknik komunikasi digital, pemanfaatan algoritma media sosial, hingga optimasi agar narasi Islam yang moderat dapat bersaing dengan konten radikal atau hoaks yang provokatif (Nawawi, 2025). Integrasi nilai-nilai khas Islam seperti prinsip tabayyun (verifikasi), etika komunikasi digital, dan analisis konten berbasis nilai terbukti secara signifikan meningkatkan kewaspadaan etis dan kesadaran peserta didik dalam berinteraksi di dunia maya (Yulastri & Ramadhon, 2025).

Pemanfaatan teknologi mutakhir seperti kecerdasan buatan (AI), *big data*, hingga *virtual reality* dapat dimaksimalkan untuk menciptakan pengalaman belajar yang lebih imersif dan menarik bagi karakteristik Gen Z yang cenderung visual dan interaktif (Hasibuan et al., 2025). Selain itu, strategi penguatan ini harus didukung oleh pendekatan pembelajaran kontekstual seperti *problem-based learning* dan diskusi kasus agar pendidikan agama menjadi lebih relevan dengan tantangan hidup sehari-hari (Nasution & Aripin, 2026). Dengan menjadikan aktivitas digital sebagai bagian dari ibadah dan *amar ma'ruf nahi munkar*, literasi digital Islami bertransformasi menjadi "filter nilai" yang melekat pada identitas religius generasi Muslim masa depan (Yulastri & Ramadhon, 2025).

Terakhir, kolaborasi lintas sektor antara sekolah, keluarga, dan masyarakat melalui model *triple helix* pendidikan menjadi prasyarat mutlak untuk membentengi Gen Z dari ideologi ekstrem. Sinergi ini diperlukan untuk mengawasi kegiatan ekstrakurikuler keagamaan agar tidak disusupi pihak ketiga yang radikal, sekaligus membekali orang tua dengan kemampuan memantau aktivitas digital anak (Arlin, 2025). Melalui inisiatif seperti pesantren digital dan forum pemuda kreatif, literasi Islam tidak lagi hanya sekadar kemampuan membaca teks klasik, tetapi telah berevolusi menjadi gerakan kultural yang memadukan pemikiran kritis dengan ekspresi keagamaan di ruang digital yang inklusif (Taufiq, 2025).

Dengan demikian, penguatan literasi keagamaan digital bagi Muslim Gen Z memerlukan strategi terpadu yang meliputi pembaruan kurikulum PAI berbasis berpikir kritis, peningkatan kapasitas digital para dai dan pendidik, serta pemanfaatan teknologi mutakhir seperti AI dan *virtual reality* untuk menciptakan pengalaman belajar yang imersif dan relevan. Strategi ini harus didukung oleh kolaborasi lintas sektor antara sekolah, keluarga, dan masyarakat, serta dilandasi nilai-nilai Islam seperti tabayyun dan etika digital, sehingga literasi digital Islami dapat bertransformasi menjadi "filter nilai" yang menjadikan Gen Z Muslim

bukan sekadar konsumen konten pasif, melainkan agen dakwah yang cerdas dan berkarakter di ruang digital.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Religiusitas Muslim Gen Z mengalami transformasi yang ditandai oleh personalisasi, fleksibilitas, dan spiritualitas digital. Era digital menjadi fenomena bermata dua yang memengaruhi cara Gen Z memahami dan menjalankan ajaran agama. Di satu sisi, media sosial seperti TikTok mempermudah akses terhadap dakwah dan meningkatkan semangat spiritual serta nilai moderasi beragama. Namun, di sisi lain, konsumsi informasi agama yang serba singkat dan instan berisiko menimbulkan pemahaman keagamaan yang dangkal serta rentan terhadap bias informasi. Fenomena mediatization of religion juga menunjukkan bahwa ajaran agama berpotensi berubah menjadi sekadar hiburan atau tren viral. Oleh karena itu, Gen Z perlu dibekali literasi keagamaan digital yang kritis dan reflektif agar mampu menyeimbangkan kebebasan beragama di ruang digital dengan pemahaman agama yang mendalam. Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian tentang religiusitas Gen Z dengan menghadirkan analisis yang mengintegrasikan karakter religiusitas digital, pengaruh media sosial, serta tantangan pemahaman keagamaan di era digital. Kajian ini juga memperjelas bagaimana media digital tidak hanya mengubah praktik keagamaan, tetapi turut membentuk cara pandang spiritual generasi muda.

Meskipun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena berbasis kajian pustaka sehingga belum didukung secara maksimal oleh data empiris primer. Selain itu, perbedaan latar belakang sosial dan demografis Muslim Gen Z juga belum dibahas secara mendalam. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan pendekatan empiris untuk mengkaji hubungan antara konsumsi konten keagamaan digital dan tingkat pemahaman religiusitas Gen Z secara lebih komprehensif.

## DAFTAR REFERENSI

- Adilla, R., & Santiani. (2025). Konten dakwah TikTok sebagai sumber dukungan spiritual mahasiswa PAI UIN Palangka Raya. *JIS: Journal Islamic Studies*, 3(2), 144–152. <https://doi.org/10.71456/jis.v3i2.1356>
- Aini, N. (2023). Pemanfaatan media dakwah platform digital di era generasi Z. *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 5(2), 109–116. <https://doi.org/10.37567/cbjis.v5i2.3184>
- Ardina, R., Sari, H. P., Wilis, E., & Setiawarni, U. (2025). Pendidikan Islam di era post-truth: Tantangan dan strategi literasi media bagi generasi muda. *Jurnal IHSAN Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 381–390. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v3i2.947>

- Arli, F. M. (2025). Pendidikan agama Islam sebagai upaya pencegahan radikalisme di sekolah. *An-Nur: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 1(3), 567–584.
- Aulia, N. H., & L. Y. (2024). Dampak teknologi digital terhadap pendidikan saat ini. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 3(1), 145–163. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu>
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- Fauzan, M., Purwanto, E., Jupri, H. D. N., & Dewi, P. S. (2025). Media sebagai agen perubahan komunitas di era teknologi digital. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 2(4), 1–15. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i4.4369>
- Hasibuan, R. P., Makruf, & Gusmeli. (2025). Strategi pembelajaran PAI berbasis teknologi digital untuk meningkatkan literasi keagamaan. *Al-Mustaqbal: Jurnal Agama Islam*, 2(2), 1–12.
- Hudiyani, Z. (2025). Potret religiusitas generasi Z perspektif maqashid syariah: Studi perbandingan Kabupaten Bintan dan Kota Tanjungpinang. *Jurnal El-Thawab*, 6(1), 340–354. <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/thawalib/index>
- Ilyas, M., & Maknun, J. (2023). Strategi pengembangan literasi keagamaan dalam pendidikan Islam di era digital. *Journal of Education and Religious Studies*, 3(1), 8–12. <https://doi.org/10.57060/jers.v3i01.70>
- Kartini, L., & Tjahyadi, R. A. (2024). Peran religiusitas terhadap niat beli pada generasi Z: Kepercayaan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), 23–33. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v8i1.395>
- Khairuddin, M. (2024). Dakwah TikTok: Eksplorasi perubahan sikap religiusitas Gen Z melalui konten Husain Basyaiban. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, 18(12), 34–47.
- Kurniasih, E., & Apriani, D. (2022). Pengaruh era digitalisasi dalam media sosial terhadap perilaku masyarakat. *Kodifikasi*, 13, 47–54.
- Maulidah, Q. (2025). Strategi pengembangan literasi agama dalam pendidikan Islam di era digital. *Al-Muqaddimah: Journal of Educational and Religious Perspectives*, 1(1), 1–7.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Nasution, N. S., & Aripin, S. (2026). Penguatan literasi keagamaan dalam pendidikan Islam untuk mencegah intoleransi di kalangan generasi Z. *Psikosopen: Jurnal Psikososial dan Pendidikan*, 2(1), 59–64.
- Nawawi, A. (2025). Penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah dan pendidikan Islam bagi generasi Z. *Indonesian Journal of Research and Service Studies*, 2(3), 1–9.
- Noviana, A. (2023). Pemanfaatan media dakwah platform digital di era generasi Z. *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 5(2), 109–116. <https://doi.org/10.37567/cbjis.v5i2.3184>
- Prothero, S. (2009). *Religious literacy: What every American needs to know—and doesn't*. HarperOne.
- Putra, R. A., Adde, E., & Fitri, M. (2023). Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media dakwah terhadap generasi Z. *Ath Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(1), 58–71.

- Raharjo, N. P. (2024). Peran media digital dalam pembentukan literasi keagamaan santri di Indonesia. *Ta'wiluna: Jurnal Ilmu Al-Qur'an, Tafsir dan Pemikiran Islam*, 5(2).
- Rahayu, P. (2019). Pengaruh era digital terhadap perkembangan. *Jurnal Al-Fathin*, 2, 1–13.
- Rahmatulloh, Y., Iqbal, M., Fardan, A., & Rahmatullah, S. (2025). Fenomena tren hijrah keberagaman di kalangan Gen Z: Studi fenomenologi kecenderungan terhadap corak dakwah sufisme dan salafisme. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 3(3), 339–358. <https://doi.org/10.61132/jbpai.v3i3.1319>
- Sabillah, E. (2023). Peran religiusitas dalam membangun motivasi pada generasi Z. *Gunung Djati Conference Series*, 19, 320–331.
- Sarinawati. (2025). Religiusitas di era digital: Transformasi praktik keagamaan di kalangan generasi Z. *Khazanah: Journal of Religious and Social Scientific*, 1(1), 15–25.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan)*. Alfabeta.
- Sundari, S., Hidayat, W., Septian, R. R., & Hairiyanto. (2024). Literasi keagamaan di era informasi: Tantangan dan peran PAI dalam menyaring hoaks dan misinformasi. *Akademika: Jurnal Keagamaan dan Pendidikan*, 21(1), 38–50. <https://doi.org/10.56633/jkp.v21i1.1082>
- Taufiq, M. (2025). Gerakan literasi Islam di kalangan generasi muda. *Nihayah Journal of Islamic Studies*, 1(2), 174–191.
- Yulastri, R., & Ramadhon, P. (2025). Integrasi literasi digital Islami dalam pembelajaran PAI untuk mencegah dampak negatif media sosial pada generasi Z. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 3(6), 178–190.
- Yulyani, R. D., & Rifiananda, M. A. (2025). Media sosial dan tingkat religiusitas pengaruhnya terhadap aktualisasi nilai-nilai moderasi beragama pada generasi Z. *Jurnal Sosial dan Keagamaan*, 14(1), 1–15.