

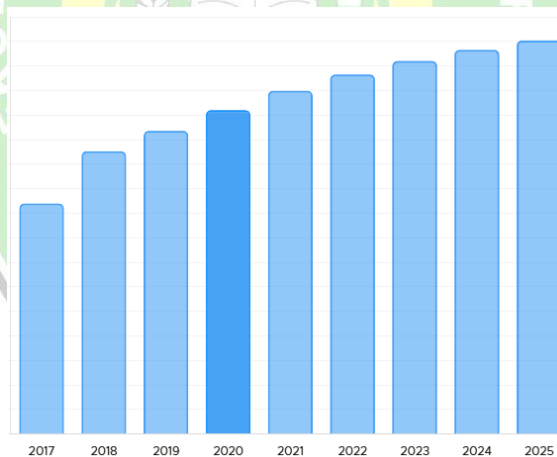
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi telah memengaruhi seluruh masyarakat, terutama generasi muda, baik dari aspek ekonomi, politik, sosial, budaya, ilmu pengetahuan serta keagamaan. Generasi saat ini yang tumbuh dengan perangkat digital dan menganggap media sosial sebagai sumber utama informasi dan pengetahuan.

Media sosial merupakan salah satu produk utama dari perkembangan teknologi digital yang telah mengubah cara manusia berkomunikasi dan mengakses informasi. Data goodstats menyatakan bahwa pada tahun 2023, terdapat 167 juta pengguna media sosial di Indonesia. 153 juta di antara pengguna media sosial berusia di atas 18 tahun, yang merupakan 79,5% dari total populasi dewasa (Yonatan, 2023)



Sumber: Data goodstats

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Media Sosial

Dari grafik diatas menunjukkan bahwa setiap tahunnya penggunaan media sosial di Indonesia terus meningkat. Terutama dikalangan remaja saat ini. Salah satu media sosial yang banyak digunakan yaitu tiktok. TikTok telah menjadi salah satu aplikasi media sosial paling populer, terutama di kalangan generasi

z yang sangat memengaruhi dinamika sosial global, dan menjadi alat yang ampuh untuk membentuk tren budaya dan interaksi sosial. Melalui sistem rekomendasi berbasis algoritma, TikTok berhasil mempertahankan keterlibatan pengguna secara intensif (Fitria, 2025). Menurut Fajrussalam (2024), Platform ini unik karena format videonya ramah pengguna, menarik secara visual, dan sangat adiktif. Karena keunggulan ini, TikTok menjadi saluran utama untuk interaksi, bahkan mulai menggantikan media tradisional dalam penyebaran informasi

Penggunaan TikTok di Indonesia berkembang sangat pesat, terutama di kalangan Generasi Z. Pada awal tahun 2025, jumlah pengguna aktif TikTok di Indonesia mencapai 108 juta (Kepios, 2025). Mayoritas besar, yaitu lebih dari 60% dari total pengguna TikTok, adalah Generasi Z (lahir antara 1997 hingga 2012). Karena lahir di era digital, Gen Z sangat terlibat dan menjadikan TikTok sebagai salah satu platform media sosial terpenting mereka. (Hapipah, 2024).

Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi peningkatan signifikan pada jumlah konten agama di media sosial, khususnya di TikTok (Mukhroman, 2024). Platform ini telah menjadi ruang baru bagi ekspresi dan edukasi keagamaan, terutama untuk generasi muda, dengan gaya penyampaian yang singkat, interaktif, dan mudah viral (Sundari, 2024). Namun, kemudahan akses informasi ini memunculkan kekhawatiran serius. Di platform tersebut, banyak muncul tokoh keagamaan yang popularitasnya lebih ditentukan oleh performa mereka di media sosial, bukan oleh kompetensi akademik atau otoritas ilmiah Islam yang sah (Kadri, 2024). Hal ini menimbulkan kekhawatiran besar mengingat banyak pengguna, terutama Gen Z, kini menjadikan konten viral tersebut sebagai sumber utama mereka dalam memahami ajaran agama.

Kiai Masduki menjelaskan, era digital melahirkan banyak influencer agama dadakan atau 'ustadz medsos' tanpa latar belakang keilmuan mumpuni. Kiai Masduki menilai popularitas 'ustadz medsos' kerap menggeser otoritas ulama tradisional. Menurutnya 'ustaz medsos' memilikiribuan pengikut,

meski ilmu agamanya dangkal. Fenomena ini menantang sistem otoritas keagamaan konvensional, karena konten viral sering kali lebih didengar daripada nasihat kiai ber-sanad (Admin, 2025).

Menyikapi tantangan keaslian dan kebenarannya suatu ilmu yang terdapat pada akun-akun tiktok itu sendiri, perlu dilihat dari dalil-dalil yang terkandung di dalam al-qur'an maupun hadits.

Sebagaimana pada QS. Al-Isra' (36) dan An-Nahl (43)

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Artinya: *"Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungjawabnya."* (QS. Al-Isra' 15: 36).

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ إِلَّا رَجُلًا نُوحِيَ إِلَيْهِمْ فَسَلُّوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

Artinya, *"Dan Kami tidak mengutus sebelum engkau (Muhammad), melainkan orang laki-laki yang Kami beri wahyu kepada mereka; maka bertanyalah kepada orang yang mempunyai pengetahuan jika kamu tidak mengetahui."* (QS. An-Nahl 16: 43).

Kedua ayat tersebut menjelaskan bahwa apabila kita tidak mengetahui kejelasan suatu ilmu atau berita yang disampaikan maka bertanyalah dengan yang lebih paham dan ahli di bidangnya. Karna apa yang kita dengar dan kita lihat itu akan ada pertanggung jawabannya.

Tantangan dalam era digital semakin kompleks karena audiens perlu memiliki kemampuan untuk membedakan konten keagamaan yang autentik dari konten yang bersifat manipulatif (Buhari, 2024). Keterbatasan durasi video, algoritma viral, serta rendahnya proses verifikasi informasi mendorong penyebaran misinformasi dan penyesatan pemahaman dalam ranah agama. Dalam konteks ini, literasi digital keagamaan memiliki peran penting sebagai penyaring kognitif dan analitis (Aufa, 2023). Literasi tersebut memungkinkan pengguna untuk menilai keabsahan sumber, memahami konteks ajaran yang disampaikan, dan tidak serta-merta menerima informasi keagamaan yang belum terverifikasi secara akademik (Sundari, 2024). Literasi keagamaan digital ini mencakup pemahaman kritis terhadap konten keagamaan yang ditemukan di internet dan media sosial, serta kemampuan untuk membedakan

antara informasi yang benar dan hoaks, untuk menghindari polarisasi dan konflik.

Pemilihan Kelurahan Pejaten Barat sebagai lokasi penelitian sangat tepat. Menurut hasil wawancara peneliti dengan Ibu Fauziah, Staf Kelurahan Pejaten Barat, "Daerah Pejaten Barat ini cocok sekali, karena di sini banyak anak-anak muda atau Gen Z. Mereka adalah kelompok yang paling aktif dan paling sering kena informasi dari internet. Apalagi, karena kita di Jakarta Selatan, sinyal internetnya bagus dan stabil. Anak-anak muda di sini bisa buka TikTok kapan saja tanpa batas. Karena banyaknya anak muda, Pejaten Barat seperti 'lapangan uji coba' yang pas. Jadi, kita bisa benar-benar melihat dan mengukur bagaimana isu konten agama yang asli atau palsu di TikTok itu memengaruhi kemampuan mereka untuk berpikir kritis soal agama (Literasi Keagamaan Digital)." Menurut data yang tercantum di dalam salah satu laman resmi kelurahan Pejaten Barat. Pada tahun 2023 terdapat 7.976 remaja yang tinggal di daerah tersebut, baik penduduk asli maupun pendatang baru (Tina Arie Puji, 2023). Data tersebut menjadi jumlah populasi yang akan peneliti ambil untuk mendapatkan sampel untuk kemudian dilakukan penelitian lebih lanjut.

Meskipun penelitian mengenai penggunaan TikTok sebagai media dakwah maupun media pembelajaran agama telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada efektivitas TikTok sebagai media dakwah, strategi komunikasi dakwah digital, tingkat penggunaan media sosial, atau pengaruh media sosial terhadap perilaku keagamaan. Penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus mengkaji autentisitas konten keagamaan Islam sebagai variabel yang diukur melalui indikator seperti akurasi materi dan kredibilitas sumber (sanad atau otoritas penyampai), kemudian dianalisis pengaruhnya terhadap literasi keagamaan digital generasi Z.

Penelitian mengenai literasi keagamaan digital selama ini cenderung berfokus pada kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan media digital secara umum, sementara keterkaitannya dengan persepsi terhadap autentisitas

konten keagamaan di TikTok masih belum banyak dikaji. Padahal, kemampuan memahami, mengevaluasi, dan memverifikasi informasi keagamaan sangat mungkin dipengaruhi oleh kualitas serta autentisitas konten yang diterima pengguna.

Selain kesenjangan konseptual, penelitian ini juga menunjukkan adanya kesenjangan empiris. Hingga saat ini masih terbatas penelitian yang mengkaji hubungan antara autentisitas konten keagamaan Islam di TikTok dengan literasi keagamaan digital pada tingkat komunitas lokal, khususnya pada generasi Z di Kelurahan Pejaten Barat, Jakarta Selatan. Padahal karakteristik sosial, budaya, dan intensitas penggunaan media sosial pada suatu wilayah dapat memengaruhi persepsi terhadap konten keagamaan dan tingkat literasi digital keagamaan.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan penelitian dengan menganalisis pengaruh autentisitas konten keagamaan Islam di TikTok terhadap literasi keagamaan digital generasi Z, menggunakan pendekatan kuantitatif melalui pengukuran hubungan antara kedua variabel. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi dakwah digital, pendidikan Islam, dan literasi keagamaan digital, sekaligus menjadi dasar bagi masyarakat, pendidik, dan pembuat konten dalam meningkatkan kualitas penyebaran informasi keagamaan di media sosial.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pandangan Gen Z di Kelurahan Pejaten Barat kota Jakarta Selatan terhadap autentisitas konten keagamaan Islam yang mereka konsumsi di TikTok?
2. Bagaimana tingkat literasi keagamaan digital di kalangan Gen Z Kelurahan Pejaten Barat, Kota Jakarta Selatan
3. Seberapa besar pengaruh autentisitas konten keagamaan Islam di TikTok terhadap Literasi Keagamaan Digital di kalangan Gen Z Kelurahan Pejaten Barat?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pandangan Gen Z Kelurahan Pejaten Barat mengenai tingkat autentisitas konten keagamaan Islam di TikTok.
2. Untuk mengetahui kondisi literasi keagamaan digital di kalangan Gen Z Kelurahan Pejaten Barat, Kota Jakarta Selatan.
3. Untuk menguji besarnya pengaruh autentisitas konten keagamaan Islam di TikTok terhadap Literasi Keagamaan Digital di kalangan Gen Z Kelurahan Pejaten Barat.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam berbagai aspek, baik secara teoritis, praktis, maupun sosial.

- 1) Secara **teoritis**: Penelitian ini memiliki manfaat untuk memperkaya ilmu pengetahuan, khususnya dalam studi komunikasi dan agama. Hasilnya akan menambah pemahaman tentang peran media sosial seperti TikTok dalam menyebarkan ajaran agama, sekaligus menjelaskan pentingnya peran keaslian konten dalam diterima atau tidaknya pesan dakwah oleh audiens. Selain itu, penelitian ini juga memberikan wawasan baru mengenai Generasi Z (Gen Z) dan bagaimana mereka menyerap, menilai, serta menerapkan nilai-nilai agama yang mereka peroleh dari internet
- 2) Secara **praktis**: penelitian ini memberikan panduan yang bermanfaat bagi beberapa pihak.
 - a) Bagi penceramah dan konten creator: Hasil ini dapat menjadi acuan penting agar konten dakwah yang mereka buat di TikTok lebih dianggap asli, kredibel, dan dipercaya oleh Gen Z, sehingga pesan moralnya tersampaikan dengan efektif.
 - b) Bagi lembaga Pendidikan/keagamaan: Dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan dalam merancang program edukasi atau kurikulum yang fokus pada pendidikan literasi media dan keagamaan digital, sehingga Gen Z mampu memfilter informasi yang masuk.
 - c) Bagi pemerintah daerah (Kelurahan Pejaten Barat): Memberikan data awal mengenai kondisi LKD Gen Z di wilayah tersebut, yang dapat

digunakan sebagai dasar untuk membuat program penyuluhan berbasis komunitas terkait penggunaan media sosial yang bertanggung jawab.

- 3) Secara **sosial**: Manfaat sosial dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran kritis di kalangan Gen Z dan orang tua di Kelurahan Pejaten Barat mengenai pentingnya memverifikasi sumber dan menilai keaslian konten keagamaan di media sosial. Dengan meningkatnya LKD, penelitian ini secara tidak langsung berkontribusi dalam mencegah Gen Z terpapar pemahaman agama yang dangkal, ekstrem, atau intoleran yang seringkali disebarkan melalui konten yang tidak otentik. Serta membantu mendorong Gen Z untuk menggunakan pengetahuan agama yang otentik untuk membangun moralitas dan etika sosial yang lebih baik, sehingga tercipta lingkungan digital dan sosial yang lebih harmonis dan toleran.

E. Kerangka Berpikir

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola penyebaran dan konsumsi informasi keagamaan, khususnya di kalangan Generasi Z yang dikenal sebagai *digital natives*. Media sosial seperti TikTok menjadi salah satu sarana utama dalam penyampaian dakwah Islam karena mampu menjangkau audiens secara luas dengan format yang singkat, visual, dan interaktif. Penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital melalui platform seperti TikTok memiliki peran signifikan dalam meningkatkan pemahaman keagamaan generasi muda, karena Gen Z cenderung lebih tertarik pada konten yang praktis dan mudah diakses (Agus Idwar dkk, 2024). Selain itu, Gen Z tidak hanya berperan sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen konten keagamaan yang aktif menyebarkan pesan Islam melalui media digital (Hasyim Iskandar & Darussalam Blokagung, 2023). Hal ini memperkuat teori *Uses and Gratifications*, yang menyatakan bahwa individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan informasi dan spiritualnya.

Kemudahan dalam memproduksi dan mendistribusikan konten di TikTok turut menimbulkan persoalan mengenai autentisitas informasi keagamaan.

Tidak semua konten yang beredar memiliki dasar keilmuan yang kuat, kejelasan dalil, atau kesesuaian dengan ajaran Islam yang sahih. Fenomena ini sejalan dengan temuan bahwa media sosial telah menggeser otoritas keagamaan dari lembaga formal ke individu atau kreator konten, sehingga popularitas sering kali lebih dominan dibandingkan kredibilitas ilmiah (Masripah, 2023). Oleh karena itu, autentisitas konten keagamaan dapat dipahami melalui aspek kredibilitas sumber, keakuratan isi, serta kejelasan rujukan dalil. Selain itu, Ketua MUI Bidang Infokom KH Masduki Baidlowi mengingatkan konten keislaman melalui 'ustadz medsos' tanpa sanad (rantai keilmuan) sangat berisiko menyesatkan hingga berpeluang melahirkan paham radikalisme (Admin, 2025).

Teori kredibilitas sumber digital menjelaskan bahwa kualitas informasi dipengaruhi oleh keahlian dan tingkat kepercayaan terhadap komunikator. Konten keagamaan yang tidak autentik berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dalam memahami ajaran Islam. Di sisi lain, kondisi tersebut menuntut adanya kemampuan literasi keagamaan digital pada Gen Z, yaitu kemampuan untuk mengakses, mengevaluasi, dan memverifikasi informasi keagamaan secara kritis. Literasi digital menjadi aspek penting karena kehidupan Gen Z sangat erat dengan teknologi dan arus informasi yang cepat. Penelitian menunjukkan bahwa literasi digital berperan dalam membentuk sikap dan pemahaman keagamaan yang lebih moderat serta mampu menangkal informasi yang tidak valid (Anas Azhimi Qalban dkk, 2022). Selain itu, konten dakwah berbasis video pendek terbukti memiliki pengaruh terhadap pemahaman nilai-nilai Islam, baik secara positif maupun negatif, tergantung pada kualitas dan kebenaran informasi yang disampaikan (Sri Rejeki dkk., 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, kerangka berpikir dalam penelitian ini menegaskan bahwa autentisitas konten keagamaan Islam di TikTok merupakan faktor penting yang memengaruhi literasi keagamaan digital Gen Z. Semakin tinggi tingkat autentisitas konten yang ditandai oleh kredibilitas kreator, kejelasan dalil, dan akurasi materi maka semakin baik pula

kemampuan Gen Z dalam memahami, mengevaluasi, dan mengamalkan ajaran Islam secara tepat. Sebaliknya, rendahnya autentisitas konten berpotensi menurunkan kualitas literasi keagamaan digital dan menimbulkan pemahaman yang keliru. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengkaji secara empiris pengaruh autentisitas konten keagamaan Islam di TikTok terhadap literasi keagamaan digital Gen Z, khususnya di Kelurahan Pejaten Barat, Jakarta Selatan.



**Autentisitas Konten Keagamaan Islam di Tiktok dan Pengaruhnya
terhadap Literasi Keagamaan Digital di Kalagan Gen Z**



F. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris (Suryabrata, 2016). Disebut sementara karena hipotesis merupakan dugaan atau penjelasan awal dari suatu masalah penelitian yang belum didukung oleh bukti empiris yang kuat.

Hipotesis ini adalah jawaban sementara yang akan diuji secara statistik menggunakan data survei dari Gen Z di Kelurahan Pejaten Barat. Dalam penelitian kuantitatif, biasanya digunakan Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Kerja (H_a).

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Nol (H_0)

H_0 menyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel-variabel yang diteliti.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara autentisitas konten keagamaan Islam di TikTok terhadap Literasi Keagamaan Digital di kalangan Gen Z Kelurahan Pejaten Barat, Jakarta Selatan.

2. Hipotesis Kerja (H_a)

H_a menyatakan adanya hubungan atau pengaruh yang signifikan. Ini adalah dugaan yang ingin peneliti buktikan.

H_a 1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara autentisitas konten keagamaan Islam di TikTok terhadap Literasi Keagamaan Digital di kalangan Gen Z Kelurahan Pejaten Barat, Jakarta Selatan

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Hasil penelitian terdahulu merujuk pada temuan atau informasi yang diperoleh dari studi-studi ilmiah yang telah dilakukan sebelumnya pada topik tertentu. Sumber-sumber untuk hasil penelitian terdahulu biasanya meliputi jurnal, skripsi, tesis dan lain-lain.

Tujuan dicantumkannya penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui bangunan keilmuan yang sudah diletakkan oleh orang lain sehingga penelitian akan dilakukan dengan benar dan belum diteliti oleh orang lain. Hal ini dapat diselesaikan dengan mencari penelitian yang lebih luas.

Adapun berikut penelitian terdahulu yang memiliki relevansi pada penelitiannya:

No	Nama Peneliti, Judul dan Tahun	Masalah Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Penulis
1.	M. Nashoihul Ibad (2025), <i>Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial Tiktok: Tantangan Dan Peluang.</i>	Penelitian ini mengeksplorasi potensi TikTok untuk da'wah ke generasi muda, tapi menyoroti tantangan seperti misinformasi, konten negatif, dan kebutuhan literasi digital bagi preacher (pemahaman algoritma, kreativitas konten, interaksi audiens)	Skripsi penulis hanya mencakup satu wilayah dan tidak hanya berfokus pada literasi digitalnya saja tetapi juga pada autentisitasnya.
2.	Munabiah Lestari & Musfiah Saidah (2025), <i>Penanganan Hoaks Keagamaan di Sosial Media Melalui Literasi Digital Milenial</i>	Penelitian ini merekomendasikan literasi digital sebagai solusi penanganan hoaks keagamaan di Indonesia. Namun, penelitian ini berfokus pada generasi milenial dan media sosial secara umum. Selain itu, penelitian ini lebih	Skripsi penulis bukan hanya menjadikan literasi sebagai solusi melainkan ingi melihat bagaimana pengaruhnya terhadap autentisitas tersebut

		menekankan pada aspek penanganan hoaks yang sudah teridentifikasi.	
3.	Dede Mercy Rolando dkk (2024). <i>Strengthening Religious Literacy as an Effort to Overcome the Moral Degradation of Generation Z in the Digital Era.</i>	Penelitian ini mendeskripsikan degradasi moral Gen Z akibat konten digital negatif dan solusi penguatan literasi keagamaan via sekolah/keluarga/religious leaders, dengan moderasi beragama dan digital literacy	Skripsi penulis hanya berfokus pada aplikasi tiktok, dengan menganalisis autentisitas konten keagamaan disertai dengan data empiris nya.
4.	Sukijan Athoillah dkk (2023). <i>Religious Digital Literacy of Urban Muslim Society in Indonesia: A Systematic Literature Review.</i>	Penelitian ini menemukan literasi digital agama urban Muslim tingkatkan pemahaman, tapi terafiliasi organisasi (NU/Muhammadiyah), dengan transformasi da'wah ke virtual/social media untuk konten atraktif millennial/Gen Z.	Skripsi penulis berfokus pada aplikasi tiktok dan gen Z di Kelurahan Pejaten Barat, selain itu penulis juga menganalisis pandangan gen Z terhadap autentisitas konten nya.
5.	Nur Hafifah Rochmah (2022). <i>Effectiveness of Using the Tiktok Application as a Digital Dakwah</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah digital bagi Generasi Z, dengan	Skripsi penulis tidak meneliti efektivitas Tiktok sebagai media dakwah dan seberapa baik pesan dakwah diterima

	<i>Media for Generation Z (Study of Tiktok Accounts @Basyasman00)</i>	mengambil studi kasus pada akun TikTok @Basyasman00. Temuan utama dari penelitian ini adalah bahwa TikTok terbukti efektif sebagai media dakwah digital untuk Gen Z.	oleh audiens, melainkan pengaruh autentisitas terhadap literasi keagamaan digital.
6.	Heksi Megannanda & Triono Ali Mustofa (2025). <i>Dakwah dalam Genggaman: Strategi Konten Kreator Muslim Mendidik Literasi Keagamaan Generasi Z Lewat TikTok.</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa konten kreator muslim menggunakan pendekatan kreatif seperti storytelling dan visual menarik untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan berupa risiko penyederhanaan pesan agama dan tekanan untuk membuat konten viral.	Skripsi penulis mengkaji aspek autentisitas konten keagamaan yang disampaikan, serta mengukur secara spesifik pengaruh konten tersebut terhadap tingkat literasi keagamaan digital audiens pada wilayah mikro.