

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL AUTENTISITAS KONTEN KEAGAMAAN ISLAM DAN LITERASI KEAGAMAAN DIGITAL GEN Z

A. Autentisitas Konten Keagamaan Islam

1. Definisi Autentisitas dalam Konteks Dakwah Digital

Konsep autentisitas di era digital informasi menjadi fondasi utama untuk menjaga kemurnian pesan agama yang tersebar di berbagai platform media sosial. Autentisitas dalam dakwah digital mengacu pada kualitas keaslian, kejujuran, dan kesesuaian pesan keagamaan Islam yang disampaikan melalui platform media digital dengan sumber ajaran yang otoritatif, yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah (Nurhayati, 2023). Tidak hanya terpaku pada keabsahan teksnya saja, konsep ini juga mencakup integritas sosok penyampai pesan atau komunikator di ruang digital yang sering kali bersifat bebas dan tanpa pengawasan ketat (Nurhayati, 2023). Dengan adanya standar ini, dakwah digital diharapkan mampu merepresentasikan nilai-nilai Islam secara menyeluruh, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini penting untuk menghindari praktik penyederhanaan makna yang berlebihan, pengejaran sensasi, atau pengaburan informasi demi kepentingan popularitas semata (Al-Faruq, 2023).

Secara teologis, prinsip autentisitas sejalan dengan perintah Allah SWT untuk melakukan verifikasi informasi agar terhindar dari kekeliruan, sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Hujurat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصْحَبُوا
عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya; "*Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya (tabayyun) agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.*" (QS. Al-Hujurat: 6).

Ayat ini merupakan landasan normatif bagi setiap Muslim dalam mengelola informasi digital agar tetap terjaga keasliannya (Hasan, 2022). Ayat ini juga menegaskan pentingnya verifikasi dan kehati-hatian dalam

menerima serta menyebarkan informasi, terutama di era media sosial yang penuh dengan beragam informasi dari berbagai sumber. Prinsip ini sangat relevan dengan situasi saat ini, di mana penyebaran berita bohong dapat menyebabkan dampak sosial yang besar, bahkan menimbulkan konflik dan keresahan di tengah Masyarakat. Selain itu, pentingnya menjaga autentisitas sumber dalam dakwah digital juga diperkuat oleh hadis Nabi Muhammad SAW:

كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ

Artinya: "Cukuplah seseorang dikatakan berdusta apabila ia menceritakan setiap apa yang ia dengar." (HR. Muslim).

Hadis tersebut menekankan bahwa penyebaran informasi tanpa adanya proses validasi sumber (*source authenticity*) merupakan bentuk pengabaian terhadap nilai kejujuran dalam berdakwah (Zulkarnain, 2021).

Melalui integrasi antara teori komunikasi digital dan landasan syariat ini, autentisitas dakwah digital di platform seperti TikTok bukan sekadar strategi konten, melainkan manifestasi dari amanah ilmiah dan tanggung jawab moral seorang dai kepada audiensnya.

2. Kriteria Konten Autentik

Pengukuran terhadap keaslian dan keterpercayaan pesan keagamaan di media digital memerlukan parameter evaluasi yang komprehensif. Berdasarkan kajian literatur, setidaknya terdapat tiga kriteria utama dalam menilai autentisitas konten keagamaan Islam di media digital:

a. Kredibilitas komunikator da'i

Kredibilitas da'i merujuk pada perpaduan antara kapasitas intelektual dan integritas moral dalam menyampaikan dakwah. Dalam ekosistem digital, kredibilitas seorang da'i tidak hanya diukur melalui gelar akademik formal, melainkan lebih ditekankan pada kedalaman pemahaman agama, transparansi identitas, serta keselarasan antara ucapan dan tindakan (*walk the talk*). Selain aspek tersebut, akuntabilitas dalam merespons kritik serta rekam jejak digital (*digital footprint*) yang

konsisten menjadi bukti kuat atas komitmen sang komunikator terhadap nilai-nilai yang ia siarkan (Sari, 2022).

Kredibilitas seorang pendakwah tidak hanya dibangun melalui penguasaan materi dakwah, tetapi juga melalui kemampuan komunikasi dan penguasaan diri yang baik. Kemampuan keilmuan adalah aspek utama yang harus dimiliki seorang pendakwah, karena pemahaman yang mendalam terhadap ajaran agama akan menjadikan pesan dakwah lebih berbobot dan bermanfaat. Pada konteks dakwah, keahlian dan pengetahuan seorang pendakwah menjadi unsur penting yang menentukan efektivitas komunikasi yang dilakukan. Seorang pendakwah yang memiliki penguasaan mendalam terhadap ajaran agama dan mampu menyampaikannya dengan cara yang relevan, jelas, dan berbobot akan lebih mudah diterima oleh komunikan (mad'u). Pengetahuan yang mumpuni dan keahlian dalam berdakwah memperkuat posisi seorang pendakwah sebagai komunikator yang kredibel, sehingga pesan dakwah yang disampaikan pun menjadi lebih persuasif (Mardiana et al., 2025).

Konsep kredibilitas dai di era digital mengalami perkembangan yang signifikan. Dai tidak lagi hanya hadir dalam ruang fisik seperti masjid atau majelis taklim, tetapi juga melalui platform digital yang memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian dalam jurnal *Liwaul Dakwah* (2025) menunjukkan bahwa kredibilitas dai di media digital dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain konsistensi pesan, kemampuan komunikasi visual, serta kesesuaian konten dengan karakteristik audiens media sosial (Mardiana et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks TikTok, aspek visual dan gaya penyampaian menjadi bagian penting dalam membangun kredibilitas dai di mata Gen Z.

b. Kesesuaian dalil Al-Qur'an & Hadis

Kesesuaian dalil Al-Qur'an dan hadis merupakan aspek fundamental dalam kajian keislaman, khususnya dalam memahami validitas dan

keautentikan suatu pesan keagamaan. Dalam Islam, Al-Qur'an dan hadis merupakan dua sumber utama ajaran yang tidak dapat dipisahkan, di mana Al-Qur'an berfungsi sebagai sumber utama, sedangkan hadis berperan sebagai penjelas dan pelengkap terhadap kandungan Al-Qur'an. Hal ini sejalan dengan penelitian dalam jurnal *Al-Ilmiya: Jurnal Pendidikan Islam* yang menyatakan bahwa Al-Qur'an merupakan sumber hukum tertinggi dalam Islam, sementara hadis berfungsi sebagai penjelas (bayan) terhadap ayat-ayat Al-Qur'an, baik dalam bentuk penjabaran maupun penegasan hukum (Arviati & Lutfiyaturrohmah, 2026). Dengan demikian, kesesuaian antara keduanya menjadi indikator penting dalam menilai kebenaran suatu ajaran atau informasi keagamaan.

Kesesuaian dalil tidak hanya dilihat dari adanya rujukan ayat atau hadis, tetapi juga dari ketepatan penggunaan dan konteks penafsiran yang digunakan. Setiap dalil memiliki latar belakang turunnya (asbabun nuzul) atau konteks kemunculannya yang harus dipahami secara menyeluruh agar tidak terjadi kesalahan interpretasi. Dalam konteks dakwah dan penyebaran konten keagamaan, kesesuaian dalil menjadi indikator utama dalam menilai autentisitas suatu pesan. Konten keagamaan yang baik harus didasarkan pada dalil yang jelas serta sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam yang benar. Penelitian dalam jurnal *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* menegaskan bahwa Al-Qur'an mengandung prinsip-prinsip yang dapat dijadikan dasar dalam kegiatan dakwah, termasuk dalam penggunaan media digital, sehingga pesan yang disampaikan tetap relevan dan sesuai dengan ajaran Islam (Jama & Tri Handayani, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian dalil tidak hanya penting dalam kajian akademik, tetapi juga dalam praktik komunikasi keagamaan di era digital.

Kesesuaian dalil juga memiliki peran penting dalam menjaga prinsip moderasi beragama. Pemahaman dalil yang tidak tepat dapat menyebabkan munculnya interpretasi yang ekstrem atau menyimpang

dari ajaran Islam yang sebenarnya. Penelitian dalam jurnal *Modeling: Jurnal Program Studi PGMI* menunjukkan bahwa Al-Qur'an dan hadis secara substansial tidak mendorong tindakan ekstrem atau kekerasan, melainkan mengajarkan keseimbangan dan moderasi dalam beragama (Azis & Harahap, 2024). Oleh karena itu, kesesuaian dalam penggunaan dalil menjadi penting untuk memastikan bahwa pesan keagamaan yang disampaikan tetap berada dalam koridor ajaran Islam yang benar.

c. Akurasi materi

Salah satu kriteria utama dalam menilai autentisitas konten, khususnya dalam konteks konten keagamaan digital, adalah akurasi materi yang disampaikan. Akurasi materi merujuk pada tingkat ketepatan informasi, kesesuaian dengan sumber yang kredibel, serta bebas dari distorsi atau kesalahan interpretasi. Dalam kajian media pembelajaran, konten autentik harus mencerminkan realitas yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah maupun normatif, sehingga mampu memberikan pemahaman yang tepat kepada audiens. Penelitian dalam Integrasi Media Autentik dalam Pembelajaran Bahasa Arab menjelaskan bahwa media autentik menghadirkan informasi yang lebih alami, kontekstual, dan mendekati realitas penggunaan sebenarnya, sehingga meningkatkan kualitas pemahaman pengguna terhadap materi yang disampaikan (Pramesti et al., 2026). Hal ini menunjukkan bahwa akurasi menjadi indikator penting dalam menentukan apakah suatu konten dapat dikategorikan sebagai autentik atau tidak. Dalam konteks pendidikan Islam, akurasi materi berkaitan erat dengan kesesuaian isi dengan sumber ajaran yang sahih, seperti Al-Qur'an, Hadis, serta pendapat ulama yang diakui. Konten yang tidak akurat berpotensi menimbulkan miskonsepsi dan penyimpangan pemahaman keagamaan, terutama di kalangan generasi muda yang aktif mengakses media sosial.

Secara lebih spesifik, Masripah (2023) menegaskan bahwa salah satu indikator utama konten autentik adalah keakuratan isi yang mencakup kesesuaian dengan fakta, referensi yang jelas, serta tidak adanya manipulasi informasi demi kepentingan tertentu. Dalam pandangannya, konten yang autentik harus memenuhi prinsip validitas sumber, konsistensi pesan, dan kejelasan rujukan agar dapat dipercaya oleh audiens. Masripah juga menambahkan bahwa di era digital, akurasi materi menjadi semakin krusial karena penyebaran informasi yang cepat sering kali tidak diiringi dengan proses verifikasi yang memadai, sehingga meningkatkan risiko penyebaran informasi yang tidak valid. Oleh karena itu, akurasi materi tidak hanya menjadi indikator teknis, tetapi juga etis dalam produksi konten digital, khususnya yang berkaitan dengan nilai-nilai keagamaan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa akurasi materi merupakan elemen fundamental dalam menentukan autentisitas suatu konten, terutama dalam konteks konten keagamaan Islam di media sosial seperti TikTok. Konten yang akurat akan memperkuat literasi keagamaan digital dengan memberikan pemahaman yang benar dan dapat dipercaya, sedangkan konten yang tidak akurat justru berpotensi menyesatkan audiens. Oleh karena itu, pengujian terhadap akurasi materi menjadi langkah penting dalam menganalisis kualitas dan autentisitas konten keagamaan digital di kalangan generasi Z.

d. Kredibilitas Sanad

Salah satu indikator penting dalam menilai autentisitas konten keagamaan Islam adalah kredibilitas sanad, yaitu kejelasan dan keabsahan rantai periwayatan sumber informasi yang disampaikan. Dalam tradisi keilmuan Islam, khususnya studi hadis, sanad merupakan sistem verifikasi yang berfungsi untuk menelusuri asal-usul suatu informasi hingga kepada sumber utamanya, sehingga dapat dipastikan keabsahan dan kebenarannya. Penelitian tentang kaidah isnad menegaskan bahwa sanad berperan sebagai instrumen utama dalam

menentukan validitas suatu riwayat dengan cara menilai kesinambungan rantai periwayat serta integritas masing-masing perawi (Sumaila & Isnayanti, 2025). Oleh karena itu, kredibilitas sanad menjadi fondasi utama dalam menjaga keaslian ajaran Islam dari distorsi atau penyimpangan informasi.

Lebih lanjut, dalam kajian ilmu hadis, kredibilitas sanad ditentukan melalui beberapa kriteria, antara lain ketersambungan sanad (*ittisal al-sanad*), keadilan ('*adalah*) dan ketelitian (*dhabit*) perawi, serta terbebas dari kejanggalan (*syadz*) dan cacat tersembunyi ('*illat*). Kriteria tersebut sebagaimana dijelaskan dalam penelitian tentang standar sanad menurut ulama hadis menunjukkan bahwa suatu riwayat hanya dapat dikategorikan sebagai sahih apabila memenuhi seluruh persyaratan tersebut (Dwi Lestari, 2023). Hal ini menegaskan bahwa kredibilitas sanad tidak hanya bergantung pada keberadaan sumber, tetapi juga pada kualitas dan integritas individu yang terlibat dalam proses transmisi informasi.

Konteks era digital, kredibilitas sanad menjadi semakin penting karena maraknya penyebaran konten keagamaan melalui media sosial seperti TikTok yang sering kali tidak disertai dengan rujukan yang jelas. Penelitian terbaru mengenai validitas hadis di era digital menunjukkan bahwa pergeseran otoritas keagamaan dari ulama tradisional ke figur digital (seperti influencer dakwah) berpotensi menimbulkan penyebaran hadis yang tidak terverifikasi sanadnya, sehingga mengancam keotentikan ajaran yang diterima masyarakat (Syafi'ul Mubarak, 2026). Dengan demikian, keberadaan sanad yang kredibel menjadi indikator penting dalam menilai apakah suatu konten keagamaan dapat dipercaya atau tidak.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kredibilitas sanad merupakan kriteria esensial dalam menilai autentisitas konten keagamaan Islam. Sanad tidak hanya berfungsi sebagai alat verifikasi keabsahan informasi, tetapi juga sebagai jaminan bahwa ajaran yang

disampaikan memiliki dasar yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam konteks TikTok sebagai media penyebaran konten keagamaan, keberadaan sanad yang jelas dan kredibel menjadi faktor penting dalam membentuk literasi keagamaan digital yang benar, kritis, dan bertanggung jawab di kalangan generasi Z.

Secara keseluruhan, keempat kriteria di atas membentuk satu kesatuan utuh yang memungkinkan audiens, khususnya generasi muda, untuk memverifikasi kebenaran konten agama di tengah derasnya arus informasi media sosial.

3. Dinamika Algoritma Tiktok dalam Menyebarkan Konten Agama

Penyebaran pesan keagamaan di era kontemporer tidak lagi hanya bergantung pada otoritas tradisional, melainkan sangat dipengaruhi oleh logika platform dan mekanisme distribusi informasi digital. Dalam hal ini, TikTok menonjol sebagai platform yang memiliki karakteristik unik dalam memediasi interaksi antara pendakwah dan audiensnya melalui sistem algoritma yang kompleks.

Sistem rekomendasi pada TikTok beroperasi melalui algoritma yang sangat personal dan berbasis pada *user engagement*, di mana distribusi konten ditentukan oleh variabel interaksi seperti jumlah *like*, *share*, *comment*, durasi tontonan, serta pola pencarian pengguna (Halimah, 2025). Namun, mekanisme ini memunculkan tantangan serius karena algoritma cenderung memprioritaskan konten yang memiliki potensi viralitas tinggi tanpa memverifikasi kualitas atau kebenaran substansi materinya. Kondisi tersebut menciptakan paradoks dalam dakwah digital; di satu sisi, kemasan konten yang kreatif dan kontroversial mampu menjangkau audiens dalam skala masif, namun di sisi lain, logika ini memaksa kreator untuk menyederhanakan pesan agama demi memenangkan perhatian algoritma (Halimah, 2025). Hal ini berpotensi memunculkan "dakwah instan" atau "fatwa viral" yang dangkal namun berpengaruh luas, serta menciptakan *echo chamber* di mana pengguna hanya disuguhi perspektif

keagamaan yang seragam dan sesuai dengan preferensi mereka sebelumnya (Halimah, 2025). Pemahaman terhadap dinamika ini sangat penting untuk menganalisis bagaimana konten keagamaan yang autentik maupun yang tidak dapat tersebar dan mempengaruhi audiens Gen Z.

Secara teoretis, dinamika ini berkaitan erat dengan konsep ekonomi perhatian (*Attention Economy*), di mana perhatian pengguna merupakan komoditas utama yang diperebutkan melalui konten-konten yang memicu emosi atau rasa ingin tahu yang besar. Dalam konteks agama, hal ini sering memicu terjadinya komodifikasi agama, di mana simbol-simbol suci digunakan sebagai alat untuk meningkatkan keterlibatan (*engagement*) demi keuntungan algoritma (Hadi, 2021). Fenomena ini juga memperlihatkan adanya pergeseran otoritas dari figur ulama ke "otoritas algoritma". Konten yang dianggap "benar" atau "penting" oleh pengguna sering kali bukan yang paling akurat secara teologis, melainkan yang paling sering muncul di halaman *For Your Page* (FYP) mereka (Muzakki, 2022). Hal ini diperparah dengan adanya filter gelembung (*filter bubble*) yang membuat pandangan keagamaan seseorang menjadi sempit dan tertutup terhadap pemikiran lain yang sangat berisiko bagi pola pikir Generasi Z yang sedang dalam tahap pencarian identitas (Syarif, 2023).

Oleh sebab itu, pemahaman mendalam mengenai dinamika teknis algoritma TikTok ini menjadi syarat mutlak untuk menganalisis bagaimana sebuah konten keagamaan, baik yang autentik maupun yang bersifat manipulatif mampu memengaruhi persepsi dan literasi keagamaan di kalangan Generasi Z secara luas.

B. Literasi Keagamaan Digital (LKD)

1. Definisi Literasi Keagamaan Digital

Fenomena konsumsi konten keagamaan di media sosial, sangat penting untuk menetapkan batasan konseptual mengenai Literasi Keagamaan Digital (LKD) sebagai landasan teoretis penelitian ini. Literasi Keagamaan Digital (LKD) pada dasarnya merupakan kompetensi individu dalam menavigasi, mengevaluasi, serta memproduksi konten keagamaan di ruang

siber secara kritis. Secara terminologis, LKD mencakup kemampuan dalam mencari, menyaring, dan mengomunikasikan pesan-pesan agama melalui platform digital secara bijak (Miski, 2022).

Sejalan dengan itu, aspek kognitif menjadi poin krusial dalam LKD guna membedakan antara otoritas keagamaan yang benar-benar kredibel dengan konten yang bersifat semu atau artifisial, melampaui sekadar kemahiran teknis dalam mengoperasikan perangkat (Suwendi, 2022). Syahputra (2021) menegaskan bahwa dalam ekosistem media sosial, literasi ini bukan sekadar pemahaman teks suci, melainkan kemampuan individu untuk menyaring otoritas keagamaan di tengah tarikan algoritma yang sering kali mengutamakan popularitas daripada kedalaman substansi. Pada akhirnya, LKD berfungsi sebagai instrumen penyaring secara moral dan intelektual agar pengguna tidak terjebak dalam disinformasi atau hoaks yang menggunakan narasi-narasi religious (Nasrullah, 2021).

Perkembangan literatur terbaru memandang LKD sebagai bagian dari "*Networked Religion*", di mana praktik keagamaan diatur ulang oleh struktur jaringan digital. Campbell (2022) dalam bukunya menjelaskan bahwa literasi keagamaan digital melibatkan lima dimensi utama: identitas, praktik, komunitas, otoritas, dan batasan agama. Ketidakmampuan individu dalam menguasai dimensi ini menyebabkan terjadinya "disrupsi otoritas", di mana siapa pun bisa dianggap sebagai ahli agama hanya karena memiliki pengikut yang banyak (Campbell, 2022).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keagamaan Digital bukan hanya sebuah kecakapan teknis, melainkan sebuah integritas kognitif yang memungkinkan individu untuk tetap memegang teguh nilai-nilai autentik agama di tengah kompleksitas dunia siber.

2. Konsep LKD sebagai Pengembangan dari Literasi Digital

Literasi digital merupakan kompetensi dasar yang sangat penting di era perkembangan teknologi informasi, terutama dalam menghadapi arus informasi yang semakin cepat dan kompleks. Dalam konteks pendidikan dan kehidupan sosial, literasi digital tidak hanya dimaknai sebagai

kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi secara kritis dan bijak. Hal ini sejalan dengan penelitian dalam jurnal *Jurnal Dakwah* yang menyatakan bahwa literasi digital menjadi fondasi utama dalam aktivitas komunikasi di media sosial, termasuk dalam penyebaran pesan keagamaan, sehingga individu mampu terhindar dari dampak negatif informasi digital seperti hoaks dan manipulasi konten (Musthofa, 2016). Dengan demikian, literasi digital tidak lagi bersifat teknis semata, tetapi telah berkembang menjadi kompetensi kognitif dan kritis dalam menghadapi informasi di ruang digital.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan media digital sebagai sumber informasi keagamaan, konsep literasi digital berkembang menjadi literasi keagamaan digital. Literasi keagamaan digital merupakan kemampuan individu dalam memahami, menafsirkan, serta mengevaluasi informasi keagamaan yang diperoleh melalui media digital secara kritis dan kontekstual. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa ruang digital kini menjadi sumber utama pembelajaran agama, namun juga berpotensi menghadirkan konten yang tidak valid atau menyesatkan (Sundari et al., 2024). Oleh karena itu, literasi keagamaan digital tidak hanya menuntut kemampuan teknis dalam mengakses informasi, tetapi juga kemampuan untuk memverifikasi kebenaran ajaran agama, memahami konteks dalil, serta membedakan antara ajaran yang sahih dan opini yang tidak memiliki dasar keilmuan yang kuat.

Transformasi digital di era Society 5.0 juga semakin memperkuat pentingnya literasi keagamaan digital, khususnya bagi generasi muda seperti Gen Z. Media digital memberikan kemudahan akses terhadap berbagai sumber pengetahuan agama, namun di sisi lain juga menghadirkan tantangan berupa keberagaman interpretasi dan potensi distorsi ajaran. Penelitian dalam jurnal *Naturalistic* menegaskan bahwa transformasi digital dapat menjadi sarana strategis dalam meningkatkan literasi keagamaan, terutama melalui pemanfaatan media sosial dan konten multimedia

interaktif (Farra Sella et al., 2025). Dengan demikian, literasi keagamaan digital menjadi kompetensi penting yang harus dimiliki oleh Gen Z agar mampu menyaring informasi keagamaan secara tepat di tengah derasnya arus digitalisasi.

Konteks pembelajaran dan pembentukan karakter, literasi keagamaan digital juga berperan dalam meningkatkan pemahaman nilai-nilai Islam serta membentuk sikap religius yang lebih baik. Penelitian menunjukkan bahwa implementasi literasi digital dalam pendidikan agama dapat meningkatkan pemahaman karakter keagamaan peserta didik, karena mereka mampu memanfaatkan media digital secara bijak dan bertanggung jawab (Mardhiah et al., 2024). Selain itu, media digital juga memiliki peran penting dalam membentuk literasi keagamaan dengan menyediakan akses terhadap berbagai sumber keilmuan, meskipun tetap diperlukan bimbingan agar informasi yang diperoleh sesuai dengan nilai-nilai Islam (Raharjo, 2024).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keagamaan digital merupakan pengembangan dari literasi digital yang berfokus pada kemampuan memahami dan mengevaluasi informasi keagamaan di media digital secara kritis, kontekstual, dan bertanggung jawab. Literasi ini menjadi sangat penting bagi Gen Z, khususnya dalam menghadapi fenomena maraknya konten keagamaan di media sosial seperti TikTok. Kemampuan literasi keagamaan digital akan membantu individu dalam menyaring informasi, menghindari misinformasi, serta membangun pemahaman keagamaan yang lebih tepat dan moderat. Oleh karena itu, literasi keagamaan digital menjadi landasan penting dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana autentisitas konten keagamaan di TikTok memengaruhi kualitas pemahaman keagamaan Gen Z.

3. Indikator Literasi Keagamaan Digital

Literasi keagamaan digital merupakan kemampuan individu dalam mengakses, memahami, serta mengelola informasi keagamaan yang diperoleh melalui media digital secara kritis dan bertanggung jawab. Dalam

konteks ini, literasi tidak hanya dimaknai sebagai kemampuan membaca informasi, tetapi juga mencakup keterampilan kognitif yang lebih kompleks seperti memahami makna, mengevaluasi kebenaran, dan memverifikasi keabsahan informasi. Berikut adalah tiga indikator dalam literasi digital:

a. Kemampuan memahami isi konten

Salah satu indikator utama dalam literasi keagamaan digital adalah kemampuan memahami, yaitu kemampuan individu untuk menangkap makna, isi, serta konteks dari informasi keagamaan yang diperoleh melalui media digital. Kemampuan memahami tidak hanya terbatas pada membaca atau menerima informasi secara tekstual, tetapi juga mencakup proses kognitif dalam menginterpretasikan pesan, mengaitkan dengan pengetahuan sebelumnya, serta menempatkannya dalam konteks yang tepat. Dalam kajian literasi keagamaan, pemahaman menjadi fondasi awal yang menentukan kualitas proses berpikir selanjutnya, seperti evaluasi dan verifikasi informasi. Penelitian dalam jurnal *Peran Media Digital dalam Pembentukan Literasi Keagamaan Santri di Indonesia* (2024) menunjukkan bahwa akses terhadap berbagai sumber digital memungkinkan individu untuk memperkaya pengetahuan keagamaan, namun pemahaman yang tepat tetap diperlukan agar informasi tersebut tidak disalahartikan (Raharjo, 2024).

Lebih lanjut, dalam konteks generasi Z sebagai pengguna aktif media digital, kemampuan memahami menjadi semakin penting karena karakteristik informasi digital yang bersifat cepat, singkat, dan beragam. Penelitian dalam jurnal (Zuhri & Wati Sri Riski, 2026) menjelaskan bahwa generasi Z cenderung mengonsumsi konten keagamaan dalam bentuk visual dan interaktif, sehingga membutuhkan kemampuan memahami yang baik agar tidak hanya menerima informasi secara dangkal, tetapi juga mampu menangkap makna substansial dari pesan keagamaan yang disampaikan. Hal ini

menunjukkan bahwa pemahaman yang mendalam menjadi kunci dalam menghadapi arus informasi keagamaan yang masif di media sosial.

b. Kemampuan mengevaluasi informasi

Indikator kedua dalam literasi keagamaan digital adalah kemampuan mengevaluasi, yaitu keterampilan untuk menilai kualitas, relevansi, serta kredibilitas suatu informasi keagamaan yang beredar di ruang digital. Kemampuan ini sangat penting mengingat maraknya konten keagamaan di media sosial yang tidak semuanya dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Penelitian dalam jurnal *Peran Literasi Digital dalam Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Siswa terhadap Konten Keagamaan di TikTok* (2026) menegaskan bahwa literasi digital berperan signifikan dalam membentuk sikap kritis siswa, sehingga mereka mampu mengevaluasi informasi keagamaan secara selektif dan tidak mudah terpengaruh oleh konten yang menyesatkan (Sutra Madani et al., 2026). Dengan demikian, kemampuan mengevaluasi menjadi aspek penting dalam mencegah penyebaran miskonsepsi keagamaan di kalangan generasi muda.

c. Kemampuan memverifikasi isi konten

Indikator ketiga adalah kemampuan memverifikasi, yaitu kemampuan untuk memastikan kebenaran informasi melalui proses pengecekan sumber, validasi data, serta perbandingan dengan referensi yang terpercaya. Dalam konteks literasi keagamaan digital, verifikasi sangat penting untuk menghindari penyebaran hoaks dan informasi keagamaan yang tidak valid. Hal ini diperkuat oleh kajian dalam *Literasi Keagamaan di Era Informasi* (2023) yang menyatakan bahwa kemampuan memverifikasi informasi menjadi kunci dalam menghadapi maraknya misinformasi keagamaan di media digital (Sundari et al., 2024).

Konteks pendidikan dan generasi Z juga menyebutkan bahwa kemampuan memverifikasi menjadi bagian dari kompetensi berpikir kritis yang harus dikembangkan untuk menghadapi keberagaman

informasi di media sosial. Penelitian dalam *Peran Literasi Digital dalam Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Siswa terhadap Konten Keagamaan di TikTok* (2026) menegaskan bahwa literasi digital membantu individu dalam menyaring informasi, termasuk melakukan pengecekan terhadap kebenaran konten yang diterima sebelum diyakini atau disebarluaskan (Sutra Madani et al., 2026). Dengan demikian, kemampuan memverifikasi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencerminkan kesadaran kritis dalam mengelola informasi keagamaan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi keagamaan digital memiliki tiga indikator utama, yaitu kemampuan memahami, mengevaluasi, dan memverifikasi informasi. Ketiga indikator tersebut saling berkaitan dan membentuk suatu kompetensi yang utuh dalam menghadapi arus informasi keagamaan di media sosial seperti TikTok. Dalam konteks generasi Z, penguasaan ketiga kemampuan ini menjadi sangat penting agar mereka tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga mampu bersikap kritis dan bertanggung jawab dalam menyikapi konten keagamaan digital.

4. Model Literasi Digital

Model literasi digital merupakan kerangka konseptual yang menjelaskan kemampuan individu dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi berbasis teknologi secara efektif dan bertanggung jawab. Dalam konteks perkembangan teknologi saat ini, literasi digital tidak lagi dipahami sebagai kemampuan teknis semata, tetapi mencakup aspek kognitif, sosial, dan etis dalam penggunaan media digital. Hal ini sejalan dengan penelitian dalam Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan yang menyatakan bahwa literasi digital berperan penting dalam meningkatkan kualitas pendidikan melalui kemampuan mengakses informasi, berpikir kritis, serta kesiapan menghadapi dunia digital modern (Pratama et al., 2025). Dengan demikian, model literasi digital menekankan pentingnya integrasi antara keterampilan teknis dan kemampuan berpikir kritis dalam menghadapi arus informasi yang semakin kompleks.

Salah satu model literasi digital yang banyak digunakan adalah model berbasis kompetensi yang menekankan kemampuan utama seperti mengakses informasi (access), memahami (understand), dan menggunakan informasi (use). Model ini juga dikembangkan dalam konteks pendidikan melalui pendekatan pembelajaran berbasis teknologi. Penelitian dalam Jurnal Ilmiah Pendidikan Kebudayaan dan Agama menunjukkan bahwa model pendidikan literasi digital mampu membentuk karakter individu, termasuk sikap tanggung jawab, komunikasi, dan kesadaran sosial dalam penggunaan media digital (Hana Thifal Hanifah et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya berfungsi sebagai keterampilan individu, tetapi juga sebagai sarana pembentukan karakter dan nilai sosial.

Model literasi digital juga berkembang dalam bentuk model pembelajaran berbasis literasi digital yang mengintegrasikan teknologi dalam proses pendidikan. Model ini menekankan penggunaan metode seperti blended learning, project-based learning, dan flipped classroom untuk meningkatkan kemampuan literasi digital peserta didik. Penelitian dalam Al-Hasib: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam menyebutkan bahwa model pembelajaran berbasis teknologi memiliki potensi besar dalam meningkatkan kemampuan literasi digital siswa, khususnya dalam memahami dan mengolah informasi digital secara lebih efektif (Wahyuni et al., 2025). Dengan demikian, model literasi digital tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dalam dunia pendidikan.

Lebih lanjut, model literasi digital juga mencakup dimensi kemampuan berpikir kritis dan evaluatif terhadap informasi. Dalam konteks ini, individu dituntut untuk mampu menyaring informasi yang valid dan menghindari misinformasi yang banyak beredar di media sosial. Penelitian dalam Jurnal Pendidikan Islam Muta'allimin menegaskan bahwa literasi digital merupakan kompetensi esensial di era Revolusi Industri 4.0, karena memungkinkan individu untuk mengolah dan menafsirkan informasi secara tepat (Pratiwi et al., 2024). Hal ini menjadi sangat relevan dalam konteks

penelitian ini, mengingat Gen Z sebagai pengguna aktif TikTok sangat rentan terhadap paparan informasi yang beragam, termasuk konten keagamaan yang belum tentu autentik.

Berdasarkan berbagai model tersebut, dapat disimpulkan bahwa model literasi digital merupakan konsep multidimensional yang mencakup kemampuan teknis, kognitif, sosial, dan etis dalam penggunaan media digital. Model ini menjadi landasan penting dalam memahami literasi keagamaan digital, karena kemampuan untuk mengakses, memahami, dan mengevaluasi informasi keagamaan sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi digital individu. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, model literasi digital digunakan sebagai dasar teoritis untuk menganalisis bagaimana autentisitas konten keagamaan di TikTok memengaruhi literasi keagamaan digital di kalangan Gen Z, khususnya di Kelurahan Pejaten Barat, Jakarta Selatan.

5. Model Literasi Keagamaan

Literasi keagamaan merupakan konsep yang berkembang dari literasi umum dan literasi digital, yang secara khusus menekankan kemampuan individu dalam memahami, menafsirkan, serta mengamalkan ajaran agama secara tepat dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks pendidikan dan masyarakat modern, literasi keagamaan tidak hanya mencakup kemampuan membaca teks agama, tetapi juga melibatkan pemahaman kontekstual, sikap kritis, serta kemampuan menghubungkan ajaran agama dengan realitas sosial. Hal ini sejalan dengan kajian dalam jurnal *Jurnal Ilmiah Pendidikan Citra Bakti* yang menyatakan bahwa literasi keagamaan mencakup kemampuan memahami nilai-nilai ajaran agama secara mendalam dan menerapkannya dalam kehidupan, sehingga tidak berhenti pada aspek kognitif semata tetapi juga menyentuh aspek afektif dan perilaku (Destriani et al., 2022).

Salah satu model literasi keagamaan dapat dilihat dari pendekatan pendidikan agama Islam berbasis literasi, yang menekankan tiga komponen utama, yaitu kemampuan memahami teks keagamaan (*understanding*), kemampuan berpikir kritis terhadap informasi keagamaan (*critical*

thinking), serta kemampuan mengimplementasikan nilai-nilai agama dalam kehidupan (application). Model ini diperkuat oleh penelitian dalam jurnal *Aktivisme* (2025) yang menjelaskan bahwa pembelajaran berbasis literasi keagamaan mampu meningkatkan pemahaman keislaman sekaligus membentuk karakter dan kesadaran sosial peserta didik melalui integrasi antara pengetahuan, sikap, dan praktik (Ryanxxa Delno Dinata et al., 2025). Dengan demikian, literasi keagamaan tidak hanya berfungsi sebagai kemampuan memahami ajaran, tetapi juga sebagai sarana pembentukan karakter religius yang moderat.

Model literasi keagamaan juga dapat dikembangkan melalui pendekatan literasi berbasis konteks digital. Dalam era informasi, individu tidak hanya memperoleh pengetahuan agama dari buku atau lembaga formal, tetapi juga dari media digital yang sangat beragam. Oleh karena itu, model literasi keagamaan modern mencakup kemampuan untuk menyaring informasi, memahami konteks ajaran, serta menghindari misinformasi keagamaan. Penelitian dalam jurnal *Akademika* (2024) menegaskan bahwa literasi keagamaan di era digital harus mampu menghadapi tantangan hoaks dan distorsi informasi yang dapat memengaruhi pemahaman agama masyarakat (Sundari et al., 2024). Model ini menekankan pentingnya integrasi antara literasi keagamaan dan literasi digital, sehingga individu mampu bersikap selektif terhadap informasi yang beredar di media sosial.

Lebih lanjut, model literasi keagamaan di Indonesia juga dapat dilihat dalam konteks gerakan literasi yang diterapkan dalam dunia pendidikan. Literasi keagamaan tidak hanya diajarkan sebagai materi, tetapi juga diintegrasikan dalam kegiatan pembelajaran untuk membentuk kemampuan berpikir kritis, reflektif, dan kontekstual. Penelitian dalam jurnal *Semantik* (2023) menunjukkan bahwa strategi pembelajaran berbasis literasi mampu meningkatkan minat belajar serta pemahaman siswa terhadap ajaran Islam, karena siswa didorong untuk aktif membaca, menganalisis, dan mendiskusikan materi keagamaan secara lebih mendalam (Dea Two Onel Putri et al., 2024). Dengan demikian, model literasi keagamaan berbasis

pendidikan menekankan pada proses pembelajaran yang aktif dan partisipatif.

Berdasarkan berbagai pendekatan tersebut, dapat disimpulkan bahwa model literasi keagamaan merupakan kerangka konseptual yang mencakup tiga dimensi utama, yaitu (1) pemahaman ajaran agama secara benar, (2) kemampuan berpikir kritis terhadap informasi keagamaan, dan (3) kemampuan mengamalkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks era digital, model ini berkembang dengan menambahkan kemampuan literasi digital sebagai bagian penting dalam menyaring informasi keagamaan. Oleh karena itu, model literasi keagamaan menjadi landasan teoritis yang relevan dalam penelitian ini untuk menganalisis bagaimana autentisitas konten keagamaan di TikTok memengaruhi literasi keagamaan digital di kalangan Gen Z, khususnya di Kelurahan Pejaten Barat, Jakarta Selatan.

C. Karakteristik Generasi Z (Gen Z)

1. Definisi Gen Z

Generasi Z (Gen Z) merupakan kelompok generasi yang lahir setelah generasi milenial dan tumbuh dalam lingkungan yang telah terintegrasi dengan teknologi digital sejak usia dini. Gen Z dikenal sebagai digital natives karena sejak kecil telah terbiasa menggunakan internet, media sosial, dan berbagai perangkat digital dalam kehidupan sehari-hari. Batasan usia Generasi Z umumnya merujuk pada individu yang lahir sekitar tahun 1997 hingga 2012, meskipun terdapat variasi dalam beberapa literatur. Dalam konteks Indonesia, penelitian menyebutkan bahwa Gen Z berada pada rentang usia sekitar 11 hingga 26 tahun pada saat ini (Wardani et al., 2022). Rentang usia tersebut menunjukkan bahwa Gen Z berada pada fase perkembangan remaja hingga dewasa awal, yang merupakan periode penting dalam pembentukan identitas, termasuk identitas keagamaan. Oleh karena itu, pemahaman keagamaan pada generasi ini sangat dipengaruhi oleh lingkungan digital yang mereka akses.

Penelitian menunjukkan bahwa Gen Z memiliki karakteristik adaptif terhadap teknologi serta menjadikan media digital sebagai bagian utama dalam aktivitas belajar, komunikasi, dan pembentukan identitas diri (Karimah et al., 2025). Dengan demikian, dalam konteks keagamaan, Gen Z cenderung mengakses dan memahami ajaran Islam melalui media digital, termasuk platform seperti TikTok.

2. Cara Gen Z Belajar Agama di Era Digital

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola pembelajaran agama, khususnya di kalangan Generasi Z yang tumbuh sebagai digital natives. Gen Z tidak lagi bergantung sepenuhnya pada metode pembelajaran konvensional seperti pengajian tatap muka atau pendidikan formal, tetapi mulai memanfaatkan media digital sebagai sumber utama dalam memperoleh pengetahuan keagamaan. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian dalam jurnal *Sujud: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* yang menyatakan bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah cara Gen Z dalam belajar dan beragama, di mana mereka semakin mengandalkan media digital sebagai sarana utama dalam memahami nilai-nilai Islam (Karimah et al., 2025). Dengan demikian, proses pembelajaran agama pada Gen Z menjadi lebih fleksibel, cepat, dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

Gen Z cenderung belajar agama melalui berbagai platform digital seperti media sosial, video pembelajaran, dan aplikasi berbasis teknologi. Konten keagamaan dalam bentuk visual dan audio, seperti video pendek, ceramah daring, dan infografis, menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh Gen Z dibandingkan dengan metode teks yang panjang.

Pembelajaran agama di era digital juga ditandai dengan penggunaan metode yang lebih inovatif dan interaktif. Pendekatan seperti gamifikasi, pembelajaran berbasis aplikasi, serta integrasi media sosial dalam pendidikan agama terbukti mampu meningkatkan minat belajar Gen Z. Penelitian dalam jurnal *Tadbiruna: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* menyebutkan bahwa penggunaan platform digital seperti media sosial dan

aplikasi pembelajaran interaktif dapat meningkatkan keterlibatan dan motivasi belajar agama pada Gen Z secara signifikan (Supriadi et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik pembelajaran Gen Z yang menyukai interaktivitas dan kecepatan sangat memengaruhi cara mereka memahami ajaran agama.

Kemudahan akses terhadap informasi digital juga membawa tantangan dalam proses pembelajaran agama. Gen Z dihadapkan pada berbagai sumber informasi keagamaan dengan tingkat validitas yang beragam, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman jika tidak diimbangi dengan kemampuan literasi yang baik. Penelitian dalam *Edusiana: Jurnal Ilmu Pendidikan* menegaskan bahwa fenomena “scroll tanpa batas” pada media sosial dapat memengaruhi kualitas pemahaman keagamaan Gen Z, karena mereka cenderung mengonsumsi informasi secara cepat tanpa proses verifikasi yang mendalam (**Hafshah & Suniarti, 2025**). Oleh karena itu, diperlukan kemampuan literasi keagamaan digital agar Gen Z mampu menyaring informasi secara kritis dan bertanggung jawab.

Lebih lanjut, pembelajaran agama di era digital juga menunjukkan adanya pergeseran dari pembelajaran yang bersifat formal menuju pembelajaran yang lebih mandiri dan personal. Gen Z memiliki kecenderungan untuk memilih sendiri sumber belajar yang dianggap relevan dan menarik, sehingga proses pembelajaran menjadi lebih individual. Penelitian dalam *Indonesian Journal of Education Methods Development* menunjukkan bahwa integrasi platform digital dalam pembelajaran mampu menciptakan pengalaman belajar yang lebih relevan dengan kebutuhan Gen Z, karena mereka dapat mengakses informasi secara mandiri sesuai dengan minat dan preferensi masing-masing (**Chambia & Haryanto, 2025**). Hal ini menunjukkan bahwa peran individu dalam proses belajar menjadi lebih dominan dibandingkan dengan sistem pembelajaran tradisional.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa cara Gen Z belajar agama di era digital ditandai dengan pemanfaatan teknologi sebagai

sumber utama pembelajaran, penggunaan media visual dan interaktif, serta kecenderungan belajar secara mandiri dan fleksibel. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat tantangan berupa potensi misinformasi yang memerlukan kemampuan literasi keagamaan digital yang baik. Oleh karena itu, pemahaman terhadap pola belajar Gen Z ini menjadi penting dalam penelitian ini untuk menganalisis bagaimana autentisitas konten keagamaan di TikTok memengaruhi literasi keagamaan digital di kalangan Gen Z, khususnya di Kelurahan Pejaten Barat, Jakarta Selatan.

3. Psikologi Belajar Gen Z

Secara psikologis, Generasi Z memiliki karakteristik belajar yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital yang pesat. Mereka cenderung memiliki rentang perhatian yang lebih pendek, tetapi mampu memproses informasi secara cepat dan multitasking dalam lingkungan digital. Hal ini menyebabkan Gen Z lebih menyukai pembelajaran yang bersifat visual, interaktif, dan berbasis teknologi dibandingkan metode konvensional yang bersifat satu arah. Penelitian dalam jurnal *Indonesian Journal of Education Methods Development* menunjukkan bahwa penggunaan media digital dalam pembelajaran mampu meningkatkan keterlibatan dan efektivitas belajar Gen Z karena sesuai dengan gaya belajar mereka yang dinamis dan berbasis pengalaman (Chambia & Haryanto, 2025). Dalam konteks keagamaan, hal ini berarti bahwa penyampaian materi agama melalui media digital yang menarik dan kontekstual akan lebih mudah dipahami oleh Gen Z.

Secara kognitif, Gen Z memiliki kecenderungan untuk belajar secara mandiri dan eksploratif. Mereka tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga aktif mencari, membandingkan, dan mengevaluasi berbagai sumber informasi. Penelitian dalam *Jurnal Pendidikan Islam* menunjukkan bahwa integrasi teknologi dalam pembelajaran mendorong siswa untuk lebih mandiri dalam mencari pengetahuan serta meningkatkan kemampuan berpikir kritis (Pratiwi et al., 2024). Dengan demikian, psikologi belajar Gen Z menunjukkan bahwa mereka membutuhkan

pendekatan pembelajaran yang fleksibel, interaktif, dan berbasis teknologi untuk memahami materi secara optimal, termasuk dalam pembelajaran agama.

4. Pola Konsumsi Media Gen Z

Pola konsumsi media Generasi Z menunjukkan karakteristik yang sangat berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, terutama karena mereka tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital yang pesat. Gen Z dikenal sebagai generasi yang memiliki tingkat keterikatan tinggi terhadap media digital, khususnya media sosial, yang digunakan tidak hanya sebagai sarana hiburan tetapi juga sebagai sumber informasi dan pembelajaran. Penelitian dalam jurnal *Sujud: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* menyatakan bahwa kehidupan Gen Z sangat dipengaruhi oleh media digital, sehingga membentuk cara mereka berpikir, berinteraksi, dan memahami nilai-nilai kehidupan, termasuk nilai keagamaan (Karimah et al., 2025). Dengan demikian, media digital memiliki peran yang sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari Gen Z.

Pola konsumsi media Gen Z cenderung bersifat cepat, visual, dan interaktif. Mereka lebih menyukai konten dalam bentuk video pendek, gambar, dan audio visual yang mudah dipahami dibandingkan dengan teks panjang. Hal ini dipengaruhi oleh karakteristik psikologis mereka yang memiliki rentang perhatian yang relatif singkat, namun mampu memproses informasi secara cepat. Namun demikian, tingginya intensitas konsumsi media digital juga membawa dampak terhadap kualitas informasi yang diterima. Gen Z cenderung mengonsumsi informasi secara cepat tanpa melakukan verifikasi yang mendalam, sehingga rentan terhadap misinformasi dan hoaks. Penelitian dalam *Jurnal Pendidikan Islam* menegaskan bahwa kemudahan akses informasi di era digital harus diimbangi dengan kemampuan literasi digital yang baik agar individu mampu menyaring informasi secara kritis (Pratiwi et al., 2024). Dalam konteks keagamaan, hal ini menjadi sangat penting karena informasi yang

tidak valid dapat memengaruhi pemahaman dan praktik keagamaan seseorang.

Pola konsumsi media Gen Z juga dipengaruhi oleh algoritma media sosial yang menampilkan konten berdasarkan preferensi pengguna. Hal ini menyebabkan Gen Z cenderung terpapar pada informasi yang sesuai dengan minat dan pandangan mereka, sehingga berpotensi membentuk *filter bubble*. Penelitian dalam jurnal *Akademika* menunjukkan bahwa paparan informasi yang terbatas pada satu sudut pandang dapat memengaruhi cara individu memahami realitas, termasuk dalam konteks keagamaan (Sundari et al., 2024). Oleh karena itu, diperlukan kemampuan literasi yang baik agar Gen Z dapat mengakses informasi dari berbagai sumber secara seimbang.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pola konsumsi media Gen Z ditandai oleh intensitas penggunaan yang tinggi, preferensi terhadap konten visual dan interaktif, serta kecenderungan sebagai produsen sekaligus konsumen informasi. Meskipun media digital memberikan kemudahan dalam mengakses informasi, terdapat tantangan berupa potensi misinformasi dan keterbatasan perspektif akibat algoritma media sosial. Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini, pemahaman terhadap pola konsumsi media Gen Z menjadi penting untuk menganalisis bagaimana mereka mengakses dan menilai autentisitas konten keagamaan Islam di platform seperti TikTok, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi literasi keagamaan digital mereka.

5. Relasi Gen Z Dengan Otoritas Keagamaan

Perkembangan media digital telah mengubah relasi antara Gen Z dengan otoritas keagamaan. Jika sebelumnya otoritas keagamaan didominasi oleh ulama, guru, atau lembaga formal, kini Gen Z memiliki akses yang lebih luas terhadap berbagai sumber keagamaan melalui media digital. Hal ini menyebabkan terjadinya pergeseran otoritas keagamaan dari yang bersifat hierarkis menjadi lebih terbuka dan terfragmentasi. Penelitian dalam jurnal *Jurnal Sosiologi Agama* menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan munculnya figur-figur baru sebagai otoritas keagamaan, seperti *influencer*

atau kreator konten yang memiliki pengaruh besar terhadap pemahaman agama Gen Z (Hidayat et al., 2023).

Keterbukaan akses terhadap berbagai sumber keagamaan juga menimbulkan tantangan dalam menentukan validitas informasi. Gen Z cenderung memilih sumber yang dianggap menarik, relevan, dan mudah dipahami, meskipun belum tentu memiliki kredibilitas yang kuat. Penelitian dalam *Jurnal Akademika* menegaskan bahwa keberagaman sumber informasi di era digital dapat memengaruhi cara pandang keagamaan individu, sehingga diperlukan kemampuan literasi untuk membedakan antara sumber yang autentik dan yang tidak (Sundari et al., 2024). Oleh karena itu, relasi Gen Z dengan otoritas keagamaan di era digital menjadi lebih kompleks dan membutuhkan kemampuan kritis dalam menentukan sumber rujukan yang dapat dipercaya.

6. Identitas Keagamaan Gen Z Muslim

Identitas keagamaan pada Generasi Z Muslim merupakan konstruksi yang terbentuk melalui interaksi antara nilai-nilai agama, lingkungan sosial, serta perkembangan teknologi digital yang mereka alami sejak usia dini. Sebagai generasi yang tumbuh dalam era digital, Gen Z memiliki cara yang khas dalam membentuk dan mengekspresikan identitas keagamaannya, yang tidak hanya dipengaruhi oleh keluarga dan lembaga pendidikan formal, tetapi juga oleh media digital dan interaksi sosial di dunia maya. Penelitian dalam jurnal *Sujud: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* menunjukkan bahwa Gen Z menghadapi tantangan dalam mempertahankan nilai-nilai keislaman di tengah arus informasi digital yang sangat cepat dan beragam, sehingga identitas keagamaan mereka cenderung dinamis dan adaptif terhadap perubahan zaman (Karimah et al., 2025). Dengan demikian, identitas keagamaan Gen Z tidak bersifat statis, melainkan berkembang sesuai dengan pengalaman dan lingkungan yang mereka hadapi.

Lebih lanjut, identitas keagamaan Gen Z Muslim juga dipengaruhi oleh pengalaman spiritual yang tidak selalu terikat pada bentuk-bentuk

keagamaan tradisional. Gen Z cenderung mengembangkan bentuk keberagamaan yang lebih personal dan fleksibel, yang sering kali dipengaruhi oleh pengalaman digital serta interaksi di media sosial. Penelitian dalam *Jurnal Sosiologi Agama* mengungkapkan bahwa Gen Z Muslim menunjukkan kecenderungan pada bentuk spiritualitas yang lebih cair (*formless spiritual*), di mana pemahaman agama tidak selalu terikat pada institusi formal, tetapi juga dibentuk melalui pengalaman individu dan media digital (Hidayat et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa identitas keagamaan Gen Z tidak hanya dibangun melalui praktik ritual, tetapi juga melalui pengalaman subjektif yang mereka peroleh dalam kehidupan sehari-hari.

Identitas keagamaan Gen Z juga menunjukkan adanya keberagaman dalam cara pandang dan praktik keagamaan. Gen Z tidak lagi memandang agama secara tunggal, tetapi lebih terbuka terhadap berbagai perspektif yang mereka peroleh dari berbagai sumber informasi. Di sisi lain, identitas keagamaan Gen Z Muslim juga berkaitan dengan tingkat religiusitas yang mereka miliki. Religiusitas ini mencakup aspek keyakinan, praktik ibadah, serta pengalaman spiritual yang membentuk hubungan individu dengan ajaran agama. Penelitian dalam *Jurnal Pendidikan Agama Islam* menunjukkan bahwa tingkat religiusitas Gen Z dapat dipengaruhi oleh literasi keagamaan serta paparan informasi digital yang mereka terima (Jamilah et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa identitas keagamaan tidak hanya berkaitan dengan keyakinan, tetapi juga dengan kemampuan individu dalam memahami dan mengamalkan ajaran agama secara tepat.

Lebih lanjut, dalam konteks masyarakat Indonesia yang multikultural, identitas keagamaan Gen Z juga menunjukkan kecenderungan pada nilai-nilai moderasi dan toleransi. Gen Z Muslim memiliki potensi besar dalam membangun sikap inklusif dan menghargai perbedaan, yang dipengaruhi oleh interaksi sosial yang luas di era digital. Penelitian dalam *Jurnal Setyaki: Jurnal Studi Keagamaan Islam* menunjukkan bahwa Gen Z berperan penting dalam memperkuat moderasi beragama melalui sikap terbuka, dialog, dan

kerja sama antarumat beragama (Afrian & Saumantri, 2024). Dengan demikian, identitas keagamaan Gen Z tidak hanya bersifat individual, tetapi juga memiliki dimensi sosial yang berkontribusi terhadap keharmonisan masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa identitas keagamaan Gen Z Muslim merupakan konstruksi yang kompleks dan multidimensional, yang dipengaruhi oleh faktor digital, sosial, dan pengalaman pribadi. Identitas ini ditandai dengan sifat yang dinamis, fleksibel, serta terbuka terhadap berbagai perspektif. Dalam konteks penelitian ini, pemahaman terhadap identitas keagamaan Gen Z menjadi penting untuk menganalisis bagaimana mereka menilai autentisitas konten keagamaan Islam di TikTok, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi literasi keagamaan digital mereka. Oleh karena itu, identitas keagamaan menjadi landasan penting dalam memahami perilaku keagamaan Gen Z di era digital.

7. Tantangan Keagamaan yang di Hadapi Gen Z

Generasi Z Muslim menghadapi berbagai tantangan keagamaan yang kompleks sebagai konsekuensi dari perkembangan teknologi digital dan perubahan sosial yang sangat cepat. Sebagai generasi yang tumbuh dalam lingkungan digital, Gen Z memiliki akses luas terhadap berbagai informasi keagamaan dari beragam sumber, namun tidak semua informasi tersebut memiliki tingkat validitas yang tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian dalam Jurnal Pendidikan Tambusai yang menyatakan bahwa Gen Z menghadapi tantangan signifikan dalam mempertahankan pemahaman keagamaan akibat paparan informasi yang beragam, bahkan sering kali saling bertentangan di ruang digital (Dawam et al., 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa kemudahan akses informasi justru dapat menimbulkan kebingungan dalam memahami ajaran agama secara tepat.

Derasnya arus digitalisasi juga membawa pengaruh nilai-nilai global yang tidak selalu sejalan dengan ajaran Islam. Gen Z sering kali terpapar budaya populer dan nilai-nilai sekuler melalui media sosial, yang dapat

memengaruhi cara pandang dan praktik keagamaan mereka. Penelitian dalam jurnal *Sujud: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* menegaskan bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah cara Gen Z beragama sekaligus menghadirkan tantangan dalam menjaga nilai-nilai keislaman di tengah arus informasi yang sangat cepat (Karimah et al., 2025). Hal ini menunjukkan adanya dinamika antara nilai religius dan pengaruh budaya digital yang harus dihadapi oleh Gen Z.

Tantangan lainnya adalah munculnya krisis identitas keagamaan yang dialami oleh sebagian Gen Z. Dalam lingkungan digital yang sangat terbuka, mereka sering kali dihadapkan pada berbagai perspektif keagamaan yang beragam, sehingga dapat menimbulkan kebingungan dalam menentukan identitas dan keyakinan yang dipegang. Di sisi lain, rendahnya kemampuan literasi digital dan literasi keagamaan juga menjadi tantangan utama bagi Gen Z. Meskipun mereka akrab dengan teknologi, tidak semua Gen Z memiliki kemampuan untuk menyaring, mengevaluasi, dan memverifikasi informasi secara kritis. Penelitian dalam jurnal *Pedagogik: Jurnal Pendidikan* menunjukkan bahwa penggunaan media sosial seperti TikTok dalam memperoleh informasi keagamaan menuntut kemampuan literasi digital agar individu mampu berpikir kritis terhadap konten yang dikonsumsi (Sutra Madani et al., 2026). Tanpa kemampuan tersebut, Gen Z berisiko menerima informasi keagamaan yang tidak akurat atau bahkan menyesatkan.

Tantangan keagamaan Gen Z juga berkaitan dengan perubahan pola belajar dan praktik keagamaan yang cenderung lebih instan dan praktis. Konten keagamaan yang disajikan dalam bentuk singkat di media sosial sering kali tidak memberikan pemahaman yang mendalam, sehingga berpotensi menimbulkan pemahaman yang parsial. Selain itu, aspek psikologis seperti tekanan sosial di media digital juga menjadi tantangan tersendiri. Gen Z sering menghadapi tekanan untuk menyesuaikan diri dengan tren atau opini yang berkembang di media sosial, termasuk dalam

hal keagamaan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih holistik dalam membimbing Gen Z agar mampu menghadapi tantangan tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa tantangan keagamaan yang dihadapi Gen Z meliputi paparan informasi yang beragam, pengaruh nilai-nilai global, krisis identitas keagamaan, rendahnya literasi digital, serta pola belajar yang cenderung instan. Tantangan-tantangan ini menjadi penting dalam konteks penelitian ini karena berpengaruh terhadap cara Gen Z memahami dan menilai autentisitas konten keagamaan Islam di TikTok. Oleh karena itu, pemahaman terhadap tantangan keagamaan Gen Z menjadi landasan penting dalam menganalisis hubungan antara autentisitas konten keagamaan dan literasi keagamaan digital di kalangan Gen Z, khususnya di Kelurahan Pejaten Barat, Jakarta Selatan.

8. Gaya Komunikasi Dakwah Untuk Gen Z

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam gaya komunikasi dakwah, khususnya dalam menjangkau Generasi Z sebagai kelompok yang sangat akrab dengan media digital. Salah satu karakteristik utama gaya komunikasi dakwah untuk Gen Z adalah penggunaan pendekatan visual dan narasi yang menarik. Konten dakwah yang dikemas dalam bentuk video pendek, ilustrasi, atau simbol-simbol populer cenderung lebih mudah diterima oleh Gen Z dibandingkan dengan penyampaian yang bersifat tekstual dan formal. Penelitian dalam *Jurnal Pendidikan Pemuda Nusantara* menunjukkan bahwa penggunaan simbol, tanda visual, serta narasi populer dalam konten dakwah di media sosial mampu membentuk makna baru yang lebih dekat dengan kehidupan Gen Z (Hanum Palmatiwi et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan kreatif dan kontekstual menjadi kunci dalam menarik perhatian audiens muda.

Gaya komunikasi dakwah untuk Gen Z juga ditandai dengan sifat yang komunikatif, santai, dan tidak terlalu formal. Gen Z cenderung lebih menerima pesan yang disampaikan dengan bahasa yang sederhana, relatable, dan sesuai dengan realitas kehidupan mereka. Penelitian dalam

jurnal *Nubuwwah: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* menyebutkan bahwa dakwah di media sosial telah menjadi bagian dari gaya hidup Gen Z, sehingga pendekatan komunikasi yang digunakan harus mampu menyesuaikan dengan pola komunikasi sehari-hari mereka (Sofyan et al., 2025). Oleh karena itu, penggunaan bahasa yang ringan dan mudah dipahami menjadi penting dalam menyampaikan pesan keagamaan.

Lebih lanjut, gaya komunikasi dakwah yang efektif bagi Gen Z juga bersifat partisipatif dan interaktif. Gen Z tidak hanya ingin menjadi penerima pesan, tetapi juga terlibat dalam proses komunikasi, seperti melalui komentar, diskusi, atau pembuatan ulang konten (*user-generated content*). Penelitian dalam jurnal *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* menunjukkan bahwa dakwah digital saat ini tidak hanya dilakukan oleh dai, tetapi juga oleh Gen Z itu sendiri melalui media sosial, sehingga menciptakan komunikasi dua arah yang lebih dinamis (Hasyim Iskandar & Darussalam Blokagung, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi bersifat top-down, melainkan lebih kolaboratif.

Gaya komunikasi dakwah yang mengikuti tren digital juga memiliki tantangan, terutama dalam menjaga substansi dan kedalaman pesan keagamaan. Penyampaian yang terlalu sederhana atau mengikuti tren semata berpotensi mengurangi makna dan esensi ajaran Islam. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara gaya penyampaian yang menarik dengan substansi yang tetap sesuai dengan ajaran Islam. Penelitian dalam jurnal *Hujjah: Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam* menegaskan bahwa dakwah digital harus tetap mengedepankan nilai-nilai moderasi dan keilmuan agar tidak kehilangan esensi ajaran Islam di tengah perkembangan teknologi (Azhimi Qalban et al., 2022).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi dakwah untuk Gen Z ditandai dengan penggunaan media digital, pendekatan visual dan kreatif, bahasa yang santai dan komunikatif, serta sifat interaktif dan partisipatif. Gaya komunikasi ini perlu disesuaikan dengan karakteristik Gen Z agar pesan dakwah dapat diterima secara efektif

tanpa mengurangi nilai-nilai keislaman yang terkandung di dalamnya. Dalam konteks penelitian ini, pemahaman terhadap gaya komunikasi dakwah menjadi penting untuk menganalisis bagaimana autentisitas konten keagamaan Islam di TikTok disampaikan, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi literasi keagamaan digital di kalangan Gen Z.

9. Peran Influencer Muslim

Perkembangan media digital telah melahirkan fenomena baru dalam dunia dakwah, yaitu munculnya influencer Muslim sebagai aktor penting dalam penyebaran pesan keagamaan di ruang digital. *Influencer* adalah individu atau sebuah kelompok yang berpengaruh terhadap orang, seperti artis-artis yang ada saat ini yang merupakan sebagai acuan dari kalangan masyarakat (Athaya & Irwansyah, 2021).

Influencer Muslim merupakan individu yang memiliki pengaruh besar di media sosial dan memanfaatkan platform digital untuk menyampaikan nilai-nilai Islam kepada audiens, khususnya Generasi Z. Kehadiran mereka menjadi alternatif baru dalam dakwah yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan generasi muda. Penelitian dalam jurnal *Muqaddimah* (2024) menunjukkan bahwa influencer dakwah mampu menjangkau Gen Z secara lebih efektif karena menggunakan pendekatan komunikasi yang interaktif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik media sosial (Abdusshomad, 2024). Dengan demikian, influencer Muslim memiliki peran strategis dalam menjembatani pesan keagamaan dengan gaya komunikasi modern.

Influencer Muslim juga berperan dalam mengemas pesan dakwah menjadi lebih kontekstual dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Mereka tidak hanya menyampaikan ajaran agama secara normatif, tetapi juga mengaitkannya dengan isu-isu aktual yang dekat dengan kehidupan Gen Z, seperti pergaulan, motivasi hidup, dan kesehatan mental. Penelitian dalam jurnal *Shoutika* (2025) menunjukkan bahwa influencer Muslim menggunakan pendekatan emosional, storytelling, serta pengalaman pribadi dalam menyampaikan pesan keagamaan, sehingga pesan tersebut lebih

mudah dipahami dan diterima oleh audiens muda (Anto & Majene, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa peran influencer tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pembentuk makna dan pengalaman keagamaan.

Lebih lanjut, influencer Muslim juga berkontribusi dalam meningkatkan partisipasi generasi muda dalam aktivitas keagamaan melalui media digital. Dengan memanfaatkan fitur interaktif seperti komentar, *live streaming*, dan *user-generated content*, mereka mampu menciptakan ruang dakwah yang partisipatif dan dialogis. Penelitian dalam jurnal *Muqaddimah* (2025) menunjukkan bahwa mikroinfluencer Muslim di TikTok menggunakan berbagai strategi seperti konten reflektif, edukasi ringan, serta adaptasi tren digital untuk meningkatkan keterlibatan audiens (Dwi Estuningtyas et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa influencer Muslim memiliki kemampuan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens dibandingkan metode dakwah konvensional.

Influencer Muslim juga memiliki peran dalam membentuk persepsi dan perilaku keagamaan Gen Z. Konten yang mereka produksi tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga memengaruhi cara berpikir, sikap, dan praktik keagamaan audiens. Penelitian dalam *Jurnal Kebijakan Pembangunan* menunjukkan bahwa influencer dakwah di platform seperti TikTok memiliki pengaruh terhadap perilaku keagamaan generasi muda, baik dalam aspek pemahaman maupun praktik keislaman (Ishma Sajida et al., 2023). Dengan demikian, influencer Muslim memiliki peran yang signifikan dalam proses pembentukan literasi keagamaan digital.

Peran influencer Muslim juga dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama terkait dengan kredibilitas dan validitas informasi yang disampaikan. Tidak semua influencer memiliki latar belakang keilmuan agama yang memadai, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dalam penyampaian ajaran Islam.

10. Pengaruh Globalisasi terhadap Keislaman Gen Z

Globalisasi merupakan fenomena yang ditandai dengan semakin terbukanya interaksi antarnegara melalui perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang sangat pesat. Dalam konteks kehidupan keagamaan, globalisasi membawa pengaruh yang signifikan terhadap cara Generasi Z memahami, mengamalkan, dan mengekspresikan ajaran Islam. Sebagai generasi yang tumbuh di era digital, Gen Z tidak hanya berinteraksi dengan lingkungan lokal, tetapi juga dengan budaya global yang masuk melalui media digital. Penelitian dalam jurnal *Tarbiyah bil Qalam* menunjukkan bahwa globalisasi memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk identitas keislaman, dengan menghadirkan peluang sekaligus tantangan dalam menjaga nilai-nilai agama (Muktisari et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa globalisasi tidak dapat dihindari, tetapi perlu disikapi secara bijak dalam kehidupan keagamaan.

Globalisasi memberikan dampak positif berupa kemudahan akses terhadap sumber-sumber keagamaan yang lebih luas. Gen Z dapat dengan mudah memperoleh pengetahuan Islam melalui berbagai platform digital, seperti media sosial, situs keagamaan, dan aplikasi pembelajaran. Penelitian dalam jurnal *Sujud: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* menyatakan bahwa perkembangan teknologi digital memungkinkan Gen Z untuk belajar agama secara lebih fleksibel dan mandiri, sehingga memperluas wawasan keislaman mereka (Karimah et al., 2025). Dengan demikian, globalisasi membuka peluang bagi peningkatan literasi keagamaan jika dimanfaatkan secara optimal.

Globalisasi juga membawa dampak negatif terhadap keislaman Gen Z, terutama melalui masuknya budaya asing yang tidak selalu sejalan dengan nilai-nilai Islam. Arus budaya populer global yang disebarkan melalui media sosial dapat memengaruhi gaya hidup, pola pikir, serta nilai-nilai yang dianut oleh Gen Z. Penelitian dalam jurnal *Cendekia* menunjukkan bahwa budaya pop global memiliki pengaruh besar dalam membentuk identitas dan nilai-nilai Generasi Z, yang dapat menyebabkan pergeseran

dari nilai-nilai lokal dan religius (Fatimah & Aulia Rahma, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa globalisasi dapat menjadi tantangan dalam menjaga konsistensi nilai keislaman.

Globalisasi juga dapat menjadi sarana untuk memperkuat nilai-nilai keislaman melalui integrasi antara nilai global dan lokal. Gen Z memiliki potensi untuk memanfaatkan teknologi digital dalam menyebarkan nilai-nilai Islam secara lebih luas dan kreatif. Penelitian dalam *Jurnal Ilmu Pendidikan Islam* menunjukkan bahwa integrasi antara pendidikan sosial dan nilai-nilai keislaman dapat membantu Gen Z menghadapi tantangan globalisasi dengan tetap mempertahankan identitas religius mereka (Alziorani Aryono et al., 2025). Dengan demikian, globalisasi tidak hanya menjadi ancaman, tetapi juga peluang dalam pengembangan keislaman.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa globalisasi memiliki pengaruh yang kompleks terhadap keislaman Gen Z, baik dalam bentuk peluang maupun tantangan. Di satu sisi, globalisasi mempermudah akses terhadap pengetahuan agama, namun di sisi lain juga membawa pengaruh budaya yang dapat menggeser nilai-nilai keislaman. Dalam konteks penelitian ini, pengaruh globalisasi menjadi penting untuk dianalisis karena berkaitan erat dengan bagaimana Gen Z memahami dan menilai autentisitas konten keagamaan Islam di media sosial seperti TikTok, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi literasi keagamaan digital mereka. Oleh karena itu, pemahaman terhadap pengaruh globalisasi menjadi landasan penting dalam mengkaji dinamika keagamaan Gen Z di era digital.