

Generasi Z dan Identitas Religius: Pengaruh Tiktok pada Praktik Iman Muda

Eldrida Dewi*, Rina Jala Putri, Roni Hidayat

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Indonesia

Email: eldridadewi@gmail.com*, rina.jlptri@gmail.com, ronihidayat.ma@gmail.com

Keywords:

Generation Z; TikTok; religious identity; digital da'wah; faith practices

Abstract

The rapid development of social media, particularly TikTok, has transformed the lifestyle and interactions of Generation Z, including the formation of their religious identity and faith practices. TikTok serves not only as a medium for entertainment but has also evolved into a space for digital da'wah (Islamic outreach) and the dissemination of religious values that appeal to young people. This study aims to analyze the influence of TikTok on the faith practices of Generation Z and to understand how the platform shapes the religious identity of young people in the digital era. The method used is a literature review, reviewing various scientific journals, books, and literature related to digital religiosity, social media da'wah, and the behavior of Generation Z. The results indicate that TikTok has positive impacts in the form of increased access to religious knowledge, increased motivation to worship, and the formation of digital religious communities. However, on the other hand, TikTok also has negative impacts such as the spread of invalid religious information, instantaneous understanding of religion, and a tendency to view religion as merely a social media trend. Therefore, digital literacy and appropriate guidance are needed so that Generation Z can use TikTok wisely as a means of spiritual strengthening and the formation of a healthy religious identity.

Kata Kunci:

Generasi Z; TikTok; identitas religius; dakwah digital; praktik iman

Abstrak

Perkembangan pesat media sosial khususnya TikTok telah mengubah pola hidup dan interaksi Generasi Z, termasuk dalam pembentukan identitas religius dan praktik keimanan mereka. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga berkembang menjadi ruang dakwah digital dan penyebaran nilai-nilai keagamaan yang menarik bagi anak muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh TikTok terhadap praktik iman Generasi Z sekaligus memahami bagaimana platform tersebut membentuk identitas religius generasi muda di era digital. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan mengkaji berbagai jurnal ilmiah, buku, dan literatur terkait religiusitas digital, dakwah media sosial, serta perilaku Generasi Z. Hasil kajian menunjukkan bahwa TikTok memiliki dampak positif berupa meningkatnya akses terhadap ilmu agama, peningkatan motivasi ibadah, dan terbentuknya komunitas religius digital. Namun, di sisi lain, TikTok juga membawa dampak negatif seperti penyebaran informasi agama yang tidak valid, pemahaman agama yang instan, serta kecenderungan menjadikan agama sebagai bagian dari tren media sosial semata. Oleh karena itu, diperlukan literasi digital dan pendampingan yang tepat agar Generasi Z mampu memanfaatkan TikTok secara bijak sebagai sarana penguatan spiritual dan pembentukan identitas religius yang sehat.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi telah mengubah pola kehidupan manusia pada hampir semua aspek, termasuk aspek sosial, budaya, pendidikan, dan keagamaan. Kehadiran internet dan media sosial menjadikan proses komunikasi berlangsung lebih cepat, mudah, dan tanpa batas ruang dan waktu. Dalam konteks ini, Generasi Z (Lathifah Khairiyyah, 2025) yang lahir dan tumbuh di era digital menjadi kelompok yang paling dekat dengan teknologi karena sejak kecil mereka telah terbiasa menggunakan internet, smartphone, dan berbagai platform media sosial.

Generasi Z dikenal memiliki karakteristik yang khas: aktif di media sosial, cepat menerima informasi, menyukai konten visual, serta memiliki gaya komunikasi yang lebih singkat, instan, dan interaktif. Salah satu media sosial yang sangat populer di kalangan mereka adalah TikTok. Aplikasi ini berkembang pesat karena mampu menyajikan video pendek yang menarik, kreatif, dan mudah diakses melalui algoritma yang mendorong konten viral (Janisa Kusumawati, 2024).

Pada awalnya TikTok dikenal sebagai platform hiburan, khususnya untuk tarian, musik, dan konten kreatif ringan. Namun, seiring waktu, TikTok juga dimanfaatkan sebagai sarana edukasi, motivasi, dan bahkan dakwah digital. Banyak kreator konten mulai menyebarkan nilai-nilai agama melalui video singkat yang dikemas secara menarik sehingga mudah dipahami oleh anak muda (Dhaefan Fahrudy, 2026). Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial kini berperan penting dalam membentuk pola pikir, perilaku, serta identitas religius Generasi Z.

Identitas religius berkaitan dengan cara individu memahami, meyakini, dan menampilkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks Generasi Z, pembentukan identitas religius tidak lagi hanya dipengaruhi oleh keluarga, sekolah, dan lingkungan masyarakat, tetapi juga oleh media sosial yang menjadi ruang interaksi dan pencarian identitas baru. Kehadiran konten dakwah digital di TikTok, seperti ceramah singkat, motivasi islami, dan tren hijrah, memberikan pengaruh positif dan negatif terhadap praktik keimanan mereka (Istika Ahdiyanti, 2021).

Beberapa penelitian telah mengkaji hubungan antara TikTok dan religiusitas Generasi Z. Al-Farizi, Wahyunengsih, dan Al-Izzami, (2022) menunjukkan bahwa TikTok berpengaruh positif terhadap peningkatan pengetahuan keislaman mahasiswa karena konten agama disajikan secara modern, menarik, dan interaktif. Ahdiyanti dan Waluyati (2021) menemukan bahwa TikTok dapat menjadi media alternatif bagi generasi muda untuk memperoleh nilai-nilai agama, sehingga berpotensi memperkuat perilaku keberagamaan jika digunakan secara tepat, namun penggunaan berlebihan dapat mengalihkan perhatian dan membentuk pemahaman keagamaan yang instan. Kusumawati dan Jatmika (2024) menegaskan bahwa TikTok efektif sebagai media dakwah Islam bagi Generasi Z karena format video pendek sesuai dengan pola konsumsi konten generasi muda. Fahrudy dan Rahmawati (2026) juga menunjukkan bahwa dakwah digital di TikTok mampu menyebarkan nilai-nilai Islam dengan cara yang santai dan relevan dengan budaya digital. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih terfokus pada aspek dakwah atau peningkatan pengetahuan, belum banyak yang secara komprehensif menganalisis pengaruh simultan TikTok terhadap pembentukan identitas religius sekaligus praktik iman Generasi Z.

secara seimbang. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan pendekatan studi kepustakaan yang mengintegrasikan berbagai temuan sebelumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh TikTok terhadap pembentukan identitas religius Generasi Z serta dampaknya terhadap praktik iman anak muda di era digital. Selain itu, penelitian ini juga berupaya menunjukkan bagaimana media sosial, khususnya TikTok, menjadi agen sosialisasi keagamaan baru di tengah masyarakat digital yang terus berkembang. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian tentang religiusitas digital dan sosiologi agama di era media sosial, khususnya dalam memahami peran TikTok dalam membentuk identitas religius Generasi Z. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi orang tua, pendidik, dan tokoh agama dalam mendampingi generasi muda menggunakan media sosial secara bijak, serta menjadi bahan evaluasi bagi kreator konten dakwah digital untuk menyajikan informasi keagamaan yang lebih valid, mendalam, dan bertanggung jawab.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Metode kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman dan interpretasi fenomena sosial-keagamaan yang terjadi di kalangan Generasi Z, terutama yang berkaitan dengan penggunaan TikTok sebagai media dakwah digital dan pembentuk identitas religius (Lathifah Khairiyah D. S., 2025).

Data yang digunakan bersumber dari berbagai literatur akademik, antara lain jurnal ilmiah, artikel, buku, serta laporan riset yang membahas topik media sosial, dakwah digital, religiusitas Generasi Z, dan perilaku komunikasi generasi muda. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pencarian di perpustakaan digital (Google Scholar, SINTA, dan GARUDA), lalu dilanjutkan dengan membaca, mencatat, serta menganalisis isi dari literatur yang relevan dengan tema penelitian (Al-Farizi et al., 2022).

Analisis data dilakukan secara deskriptif-kualitatif, yaitu dengan menggambarkan dan menginterpretasikan hubungan antara penggunaan TikTok dan praktik keagamaan Generasi Z berdasarkan teori dan temuan hasil penelitian sebelumnya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas terhadap fenomena religiusitas digital tanpa harus melakukan survei lapangan secara langsung.

TikTok sebagai Media Dakwah Digital

TikTok memiliki banyak fitur yang sangat berguna untuk membantu kampanye dakwah di internet, seperti format video pendek 15 hingga 60 detik, tampilan visual yang menarik, dan algoritma canggih yang memungkinkannya menyebarkan konten dengan cepat dan menjangkau audiens yang luas. Ini adalah fitur yang sangat cocok dengan pola konsumsi konten Gen Z, yang sebagian besar menyukai sajian informasi yang singkat, cepat, dan mudah dipahami. TikTok terbukti menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dalam konteks keagamaan karena mampu mengemas konten keagamaan dengan gaya komunikasi yang modern dan kekinian, menarik minat anak muda, terutama mereka yang tidak dapat menghadiri masjid atau majelis keagamaan secara langsung (Janisa

Kusumawati, Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah Islam bagi Generasi Z, 2024).

Konten dakwah di TikTok biasanya berupa video pendek yang berisi materi sederhana yang dapat digunakan setiap hari. Materi yang disajikan beragam, termasuk penjelasan ayat Al-Qur'an dan hadis, pengingat waktu salat, panduan hijrah, dan kisah inspiratif bernuansa islami. Para kreator dan tokoh muslim terkenal banyak menggunakan platform ini untuk menyebarkan nilai-nilai agama dengan cara yang santai, relevan dengan kehidupan sehari-hari, dan sesuai dengan budaya digital yang populer di kalangan generasi muda (Dhaefan Fahrudy E. R., 2026).

TikTok dapat meningkatkan pemahaman keislaman generasi muda, menurut beberapa penelitian. Ini terutama benar jika kontennya berasal dari pihak yang dapat dipercaya dan memiliki dasar akademis yang kuat. Ini sejalan dengan penelitian Al-Farizi, Wahyuningsih, dan Al-Izzami (2022) yang menyatakan bahwa TikTok dapat meningkatkan pemahaman keislaman siswa. Mahasiswa tertarik untuk belajar lebih banyak tentang agama karena kontennya menarik dan dapat diakses kapan saja (Alvin Faiz Al- Farizi, 2022).

Munculnya influencer religius di TikTok menunjukkan pergeseran otoritas keagamaan di era internet. Generasi Z tidak hanya bergantung pada ulama atau lembaga keagamaan resmi untuk belajar agama, tetapi mereka juga mulai menggunakan pembuat media sosial sebagai sumber inspirasi dan pengetahuan agama mereka (Istika Ahdiyanti, 2021).

Pengaruh TikTok terhadap Identitas Religius Generasi Z

Identitas religius seseorang adalah cara mereka memahami, meyakini, dan mengekspresikan keyakinan agama mereka dalam kehidupan sehari-hari. Generasi Z mengembangkan identitas religiusnya melalui interaksi di dunia digital, termasuk media sosial, bukan hanya pengalaman di rumah atau masjid. TikTok, salah satu platform yang paling populer saat ini, telah menjadi tempat Generasi Z untuk menunjukkan agama mereka melalui unggahan video, kolom komentar, dan berpartisipasi dalam tren religius yang sedang populer, seperti shalat berjamaah, hijrah, dan berbagi ayat suci (Erik Ferdiansyah, 2025).

Penelitian Ahdiyanti dan Waluyati (2021) menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, memiliki hubungan dengan perilaku keberagamaan Generasi Z. Hasil penelitian tersebut mengungkap bahwa TikTok dapat menjadi media alternatif bagi generasi muda untuk memperoleh nilai-nilai agama, sehingga berpotensi memperkuat perilaku keberagamaan jika dipergunakan secara tepat (Istika Ahdiyanti, 2021). Namun, penelitian yang sama juga menegaskan bahwa penggunaan berlebihan TikTok dapat mengalihkan perhatian, mengurangi kualitas waktu ibadah, serta membentuk pemahaman keagamaan yang lebih bersifat instan dan dangkal.

Di sisi lain, TikTok juga menciptakan budaya religius digital yang cepat dan serba instan. Generasi Z cenderung memperoleh pengetahuan agama melalui video singkat, tanpa mengeksplorasi konteks mendalam, analisis historis, atau dalil yang lebih komprehensif. Hal ini mengakibatkan munculnya identitas religius yang lebih “performatif”, yaitu lebih ditampilkan di dunia maya daripada diwujudkan secara konsisten dalam kehidupan nyata (Istika Ahdiyanti, 2021).

Oleh karena itu, pengaruh TikTok terhadap identitas religius Generasi Z bersifat ambivalen: di satu sisi dapat memperkuat keyakinan dan motivasi keagamaan, di sisi lain

berpotensi menimbulkan identitas religius yang dangkal dan cenderung dipengaruhi oleh tren media sosial.

Dampak Positif TikTok terhadap Praktik Iman

TikTok memberikan beberapa dampak positif terhadap praktik iman Generasi Z, antara lain:

1. Mempermudah akses terhadap ilmu agama: Konten agama yang beragam dan mudah dicari melalui kata kunci dan filter topik memungkinkan Generasi Z memperoleh informasi keagamaan dari berbagai sumber, bahkan jika mereka berada di daerah terpencil atau sulit mengikuti majelis kajian secara langsung
2. Menumbuhkan motivasi ibadah melalui konten inspiratif: Banyak konten TikTok yang berisi pengingat sholat, motivasi tilawah, atau cerita hijrah singkat yang mampu memicu semangat beribadah dan melakukan perubahan positif dalam kehidupan sehari-hari
3. Membantu penyebaran dakwah secara luas dan cepat: Dengan mekanisme algoritma dan fitur berbagi, pesan agama dapat tersebar sangat cepat ke jutaan pengguna. Ini menjadikan TikTok sebagai media dakwah yang efektif dalam menjangkau generasi muda yang sulit diakses melalui media tradisional
4. Membentuk komunitas digital yang mendukung proses hijrah: Pengguna TikTok yang memiliki kesamaan minat bisa saling mengikuti, berkomentar, dan berkolaborasi. Hal ini memungkinkan terbentuknya komunitas religius virtual yang saling menguatkan dalam proses hijrah dan pengembangan identitas religius
5. Meningkatkan ketertarikan generasi muda terhadap pembelajaran agama: Penelitian Al-Farizi et al. (2022) menunjukkan bahwa TikTok dapat meningkatkan minat belajar agama pada mahasiswa karena konten disajikan secara modern, menarik, dan interaktif (Alvin Faiz Al-Farizi, 2022).

Secara umum, dakwah digital di TikTok menjadi alternatif penting untuk memperkuat praktik keimanan Generasi Z, terutama di kalangan mereka yang sudah terbiasa dengan gaya komunikasi digital dan kurang dekat dengan media dakwah konvensional.

Dampak Negatif TikTok terhadap Praktik Iman

Meskipun memiliki banyak manfaat, penggunaan TikTok dalam konteks agama juga membawa berbagai dampak negatif, antara lain:

1. Penyebaran informasi agama yang tidak valid: Tidak semua konten agama di TikTok dibuat oleh sumber yang berkompeten atau memiliki kualifikasi ilmu agama yang memadai. Beberapa akun menyebarkan informasi agama tanpa dasar dalil yang kuat, sehingga berpotensi menimbulkan salah paham atau penyebaran pemahaman yang tidak tepat (Istika Ahdiyanti, 2021).
2. Pemahaman agama yang instan dan dangkal: Format video pendek cenderung hanya menampilkan inti pesan tanpa elaborasi mendalam. Generasi Z dapat termotivasi secara emosional, tetapi sering kali tidak memahami dasar, konteks, atau implikasi ajaran tersebut secara utuh (Istika Ahdiyanti, 2021).

3. Agama sebagai bagian dari tren dan gaya hidup viral: Beberapa pengguna menjadikan konten keagamaan sebagai alat untuk meningkatkan popularitas, jumlah penonton, dan interaksi sosial, sehingga praktik keagamaan lebih ditampilkan sebagai tren media sosial ketimbang penghayatan spiritual yang mendalam (Istika Ahdiyanti, 2021).
4. Penggunaan berlebihan TikTok yang mengganggu kualitas ibadah: Kecanduan scrolling dan konsumsi konten hiburan di TikTok dapat mengurangi fokus pada ibadah wajib, membaca Al-Qur'an, serta aktivitas spiritual lainnya. Penelitian Ahdiyanti & Waluyati (2021) mencatat bahwa penggunaan TikTok yang berlebihan berpotensi mengurangi waktu dan konsentrasi untuk beribadah (Istika Ahdiyanti, 2021).
5. Munculnya identitas religius yang kontradiktif: Di satu sisi pengguna membagikan konten hijrah dan peningkatan ibadah, di sisi lain tetap terlibat dalam konten hiburan berlebihan, sehingga terbentuk identitas religius yang tidak konsisten antara tampilan di media sosial dan praktik nyata (Istika Ahdiyanti, 2021).

Dampak-dampak negatif ini menunjukkan bahwa TikTok akan menjadi media dakwah yang produktif hanya jika dibarengi dengan literasi digital, kontrol diri, dan pendampingan yang tepat.

Tantangan dan Solusi

Fenomena religiusitas digital di TikTok menimbulkan beberapa tantangan penting, di antaranya:

1. Kurangnya literasi digital dan kemampuan membedakan sumber informasi yang aman dan tidak aman.
2. Munculnya otoritas agama baru di ranah digital yang belum tentu sesuai dengan standar keilmuan keagamaan.
3. Kecenderungan menjadikan agama sebagai konten hiburan semata.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, beberapa solusi yang dapat ditempuh antara lain:

- a. Meningkatkan literasi digital dan media social: Keluarga, sekolah, dan lembaga keagamaan perlu mengedukasi generasi muda agar mampu memilih konten agama yang valid, memverifikasi sumber, serta menyadari batas antara hiburan dan ibadah (Istika Ahdiyanti, 2021).
- b. Pendampingan dari orang tua dan tokoh agama: Orang tua dan ulama perlu aktif terlibat dalam pendampingan generasi muda, mengarahkan penggunaan media sosial secara sehat, serta mengajak mereka berdiskusi tentang konten agama yang dilihat di TikTok (Istika Ahdiyanti, 2021).
- c. Inovasi dakwah digital yang berkualitas: Ulama dan lembaga keagamaan dapat bekerja sama dengan kreator konten religius untuk menyusun materi dakwah yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga berbasis dalil dan mengedepankan kedalaman makna.
- d. Penguatan identitas religius yang seimbang: Generasi Z perlu dibimbing agar tidak hanya mengekspresikan identitas religius melalui unggahan di TikTok, tetapi juga menginternalisasikan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sosial, akademik, dan spiritual sehari-hari (Istika Ahdiyanti, 2021).

Dengan pendekatan yang seimbang, TikTok dapat berperan sebagai sarana yang mendukung penguatan iman, sekaligus membentuk identitas religius Generasi Z yang lebih sehat, berwawasan luas, dan berbasis pemahaman yang utuh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan utama: TikTok sebagai ranah dakwah dan pembentuk identitas religius

Berdasarkan kajian literatur, ditemukan bahwa TikTok telah menjadi salah satu ruang utama bagi Generasi Z untuk mengakses, mempersepsi, dan mengekspresikan nilai-nilai keagamaan. Temuan utama penelitian ini adalah:

1. TikTok tidak lagi hanya dipandang sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media dakwah digital yang efektif untuk menjangkau generasi muda yang sulit dijangkau melalui media konvensional.
2. Banyak konten religius (motivasi islami, pengingat sholat, potongan kajian, cerita hijrah, tilawah) yang viral dan dikonsumsi secara rutin oleh Generasi Z.
3. Konten-konten ini turut membentuk identitas religius generasi muda, baik dalam bentuk peningkatan motivasi ibadah maupun terbentuknya citra diri sebagai “orang yang religius” di media sosial.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Al-Farizi, Wahyunengsih, dan Al-Izzami (2022) yang menunjukkan bahwa TikTok berpengaruh positif terhadap peningkatan pengetahuan keislaman mahasiswa karena konten agama yang disajikan lebih mudah diakses, menarik, dan interaktif dibandingkan materi keagamaan konvensional (Alvin Faiz Al-Farizi, 2022).

1. Pola konsumsi konten agama di TikTok

Dari berbagai literatur yang dikaji, dapat diidentifikasi beberapa pola konsumsi konten agama di TikTok:

- 1) Konsumsi konten singkat dan instan: Generasi Z cenderung mengonsumsi konten agama dalam durasi 15–60 detik, yang hanya menyajikan inti pesan tanpa elaborasi mendalam. Hal ini membuat mereka memperoleh pemahaman keagamaan yang cepat, namun sering kali dangkal.
- 2) Antusias terhadap konten “hijrah” dan transformasi spiritual: Banyak anak muda yang tertarik pada konten yang menceritakan perjalanan hijrah, dari gaya hidup yang kurang religius menuju kehidupan yang lebih Islami. Konten ini sering disajikan dalam bentuk “before–after”, “diary hijrah”, atau “cerita perjalanan iman”.
- 3) Keterlibatan dalam tren religious: Generasi Z mudah terlibat dalam tren keagamaan di TikTok, seperti challenge tilawah, challenge sholat berjamaah, atau penggunaan audio dakwah yang sedang viral.

Pola ini menunjukkan bahwa TikTok membentuk cara Generasi Z memahami agama: lebih visual, lebih emosional, dan lebih terhubung dengan tren sosial daripada melalui pendekatan tekstual dan teoritis yang mendalam.

2. Dampak positif TikTok terhadap praktik iman Generasi Z

Berdasarkan sintesis dari berbagai penelitian, ditemukan beberapa dampak positif TikTok terhadap praktik iman Generasi Z:

- 1) Akses terhadap ilmu agama yang lebih luas dan mudah: Generasi Z kini dapat mengakses materi keagamaan dari berbagai sumber, tidak terbatas pada guru, ulama, atau lembaga keagamaan di sekitar mereka. Ini sangat membantu terutama bagi mereka yang tinggal di daerah terpencil atau memiliki keterbatasan waktu untuk mengikuti kajian langsung
- 2) Peningkatan motivasi ibadah: Konten seperti pengingat waktu sholat, motivasi tilawah, kutipan ayat, dan cerita inspiratif mampu menumbuhkan semangat beribadah. Banyak responden dalam penelitian Ahdiyanti & Waluyati (2021) melaporkan bahwa mereka lebih ingat waktu sholat dan lebih termotivasi untuk membaca Al-Qur'an karena konten TikTok (Istika Ahdiyanti, 2021).
- 3) Terbentuknya komunitas religius digital: TikTok memungkinkan terbentuknya komunitas virtual yang saling mendukung dalam proses hijrah dan pengembangan identitas religius, misalnya melalui kolom komentar, live streaming kajian, atau tantangan ibadah bersama.
- 4) Peningkatan minat belajar agama: Al-Farizi dkk. (2022) menemukan bahwa TikTok mampu meningkatkan minat belajar agama pada mahasiswa karena penyajian materi yang lebih modern dan menarik, sehingga mereka lebih tertarik untuk mencari informasi lanjutan di luar TikTok (Alvin Faiz Al-Farizi, 2022).

Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai alat penguatan spiritual dan pendidikan agama informal bagi Generasi Z.

3. Dampak negatif TikTok terhadap praktik iman Generasi Z

Di sisi lain, kajian literatur juga menunjukkan sejumlah dampak negatif yang perlu diwaspadai:

- 1) Penyebaran informasi agama yang tidak valid: Banyak konten keagamaan di TikTok dibuat tanpa dasar keilmuan yang kuat, tidak jelas sumbernya, atau bahkan menyesatkan. Hal ini berpotensi menimbulkan pemahaman agama yang keliru, terutama bagi Generasi Z yang belum memiliki kemampuan kritis dalam menilai validitas informasi (Istika Ahdiyanti, 2021).
- 2) Pemahaman agama yang instan dan dangkal: Karena format video pendek, konten agama sering kali hanya menyajikan “kulit luar” tanpa konteks, analisis dalil, atau penjelasan mendalam. Akibatnya, banyak Generasi Z yang merasa sudah “paham agama” hanya karena menonton beberapa video singkat (Istika Ahdiyanti, 2021).
- 3) Agama sebagai tren dan komoditas media social: Beberapa pengguna memanfaatkan konten keagamaan untuk meningkatkan popularitas, jumlah follower, dan interaksi, sehingga praktik keagamaan lebih ditampilkan sebagai “tampilan publik” ketimbang penghayatan spiritual yang mendalam. Fenomena ini dapat menyebabkan munculnya identitas religius yang performatif dan tidak konsisten (Istika Ahdiyanti, 2021).
- 4) Penggunaan berlebihan yang mengganggu kualitas ibadah: Penelitian Ahdiyanti & Waluyati (2021) mencatat bahwa penggunaan TikTok yang

berlebihan berpotensi mengurangi waktu dan konsentrasi untuk beribadah, karena pengguna lebih fokus pada aktivitas hiburan dan konsumsi konten di media social (Istika Ahdiyanti, 2021).

Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok juga dapat menjadi faktor pelemah iman jika tidak disertai dengan literasi digital, kontrol diri, dan pendampingan yang memadai.

4. Perubahan otoritas keagamaan di era digital

Salah satu temuan penting dalam kajian ini adalah pergeseran otoritas keagamaan dari ulama dan lembaga keagamaan tradisional ke arah influencer dan kreator konten digital.

- 1) Generasi Z mulai menjadikan kreator media sosial yang berkegiatan di TikTok sebagai sumber inspirasi dan pembelajaran agama, terutama jika konten mereka disajikan dengan gaya yang dekat dengan kehidupan sehari-hari.
- 2) Hal ini menciptakan dinamika baru dalam dunia keagamaan: di satu sisi membuka peluang bagi penyebaran nilai-nilai agama yang lebih luas, di sisi lain berpotensi menghasilkan pemahaman yang tidak sesuai dengan standar keilmuan keagamaan.

Pergeseran otoritas ini sejalan dengan teori media sosial yang dikemukakan Nasrullah (2020), di mana media sosial mengubah cara individu membentuk identitas, termasuk identitas religius, melalui interaksi dengan konten dan komunitas online

5. Hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dan perilaku keberagamaan

Berdasarkan Ahdiyanti & Waluyati (2021), ditemukan adanya hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dan perilaku keberagamaan Generasi Z:

- 1) Pengguna dengan intensitas tinggi dan orientasi positif (misalnya mencari konten agama, mengikuti akun dakwah) cenderung menunjukkan peningkatan perilaku keberagamaan, seperti lebih rajin sholat, lebih aktif membaca Al-Qur'an, serta lebih antusias terhadap kajian keislaman.
- 2) Sebaliknya, pengguna dengan intensitas tinggi tetapi orientasi negatif (lebih banyak hiburan, kurang selektif) cenderung mengalami penurunan kualitas ibadah dan pemahaman agama yang lebih dangkal.

Temuan ini menegaskan bahwa TikTok bukan penyebab tunggal perubahan perilaku keberagamaan, tetapi faktor situasional yang memperkuat atau melemahkan praktik iman, tergantung pada cara penggunaannya (Istika Ahdiyanti, 2021).

6. Implikasi teoretis dan praktis

Secara teoretis, hasil kajian ini memperkuat pandangan bahwa:

- 1) Media sosial adalah bagian integral dalam pembentukan identitas religius Generasi Z di era digital.
- 2) Religiusitas digital tidak dapat dipisahkan dari kehidupan beragama generasi muda kontemporer.

- 3) Secara praktis, temuan ini memberikan implikasi penting bagi:
- 4) Keluarga: perlu mendampingi dan mengawasi penggunaan media sosial anak serta berdiskusi tentang konten agama yang mereka lihat.
- 5) Lembaga pendidikan dan ulama: perlu mengadopsi pendekatan dakwah digital yang kreatif, moderat, dan edukatif, serta meningkatkan literasi digital generasi muda.
- 6) Generasi Z sendiri: perlu mengembangkan kemampuan berpikir kritis dalam memilih dan menyaring konten agama, serta menginternalisasi nilai-nilai keagamaan secara konsisten, tidak hanya di media sosial.

Dengan demikian, TikTok dapat menjadi sarana yang mendukung penguatan iman dan pembentukan identitas religius yang sehat, asalkan digunakan secara bijak, kritis, dan dengan pendampingan yang tepat.

KESIMPULAN

TikTok memiliki pengaruh besar dan kompleks terhadap pembentukan identitas religius serta praktik iman Generasi Z di era digital. Di satu sisi, TikTok berperan sebagai media dakwah digital yang efektif karena mampu menyajikan konten agama yang mudah diakses, menarik secara visual, dan sesuai dengan gaya komunikasi generasi muda. Di sisi lain, TikTok juga membawa sejumlah kecenderungan negatif, seperti penyebaran informasi agama yang tidak valid, pemahaman agama yang bersifat instan, serta kecenderungan menjadikan agama sebagai bagian dari tren media sosial semata. Hal ini berpotensi melemahkan kedalaman spiritual dan konsistensi praktik keimanan Generasi Z.

Oleh karena itu, pengaruh TikTok bersifat ambivalen: bisa menjadi media penguatan iman jika digunakan dengan literasi dan bimbingan, tetapi berpotensi merusak makna agama jika dijalankan tanpa kontrol. Diperlukan literasi digital yang baik, pendampingan keluarga dan tokoh agama, serta inovasi dakwah yang berbasis teks yang kuat agar TikTok dapat berfungsi sebagai sarana pembentukan identitas religius yang sehat dan berkelanjutan bagi Generasi Z. Penelitian lanjutan dengan pendekatan empiris (survei/ Wawancara) di konteks lokal diperlukan guna mengukur secara spesifik tingkat pengaruh, tingkat religiusitas, dan pola konsumsi konten agama di TikTok pada Generasi Z.

REFERENSI

- Al-Farizi, A. F., Wahyunengsih, W., & Al Izzami, Z. (2022). The Effect Of Social Media Tiktok On Increasing Islamic Knowledge Among Students. *FOKUS: Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 5(3), 217–226.
- Alvin Faiz Al-Farizi, W. Z. (2022). The Effect Of Social Media Tiktok On Increasing Islamic Knowledge Among Students. *FOKUS Open Journal Systems (OJS)*, 1-10.
- Dhaefan Fahrudy, E. R. (2026). Dakwah Digital Cara Kreatif Menyebarkan Nilai Islam di Media Sosial TikTok untuk Generasi Z . *Jurnal Dakwah: Komunikasi dan Penyiaran* , 1-16.
- Dhaefan Fahrudy, E. R. (2026). Dakwah Digital Cara Kreatif Menyebarkan Nilai Islam di Media Sosial Tiktok untuk Generasi Z. *Jurnal Dakwah: Kemunikasi dan Penyiaran* , 1-29.

- Erik Ferdiansyah, Y. E. (2025). Instagram and TikTok as Populer Sources of Islamic Historiography: An Analysis of Historical Representations by the Digital Generation . Journal of Islamic History and Cultural Research: Oosthaven , 1-8.
- Istika Ahdiyanti, I. W. (2021). Perilaku Keberagamaan dan Fenomena Media Sosial TikTok pada Generasi Z . Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama , 1-10.
- Janisa Kusumawati, A. J. (2024). Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah Islam Bagi Generasi Z. Jurnal Penelitian dan Pemikiran Keislaman , 1-13.
- Janisa Kusumawati, A. J. (2024). Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah Islam bagi Generasi Z . Jurnal Penelitian dan Pemikiran Keislaman , 1-13.
- Lathifah Khairiyyah, D. K. (2025). Perspektif Generasi Z terhadap Komunikasi Politik Partai Solidaritas Indoneisa dalam Media Sosial Tiktok pada Pemilu 2024. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi , 1-10 .
- Lathifah Khairiyyah, D. S. (2025). Perspektif Generasi Z terhadap Komunikasi Politik Partai Solidaritas Indonesia dalam Media Sosial TikTok pada Pemilu 2024 . Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komukasi , 1-10.