JURNAL PENDIDIKAN IPS
https://doi.org/10.37630/jpi.v15i4.3631
Vol.15 No.4, Desember 2025 | ISSN: 2088-0308 | e-ISSN: 2685-0141

Peran Konten Keagamaan di Media Sosial dalam Membentuk Sikap Toleransi Antarumat Beragama pada Generasi Z

Dhimas Arya Saputra[1),*], Eva Dwi Yanti[1)], Noor Saidatul Hidayah[1)], Muhammad Kafiyuddin[1)], Isma Khoiriyah[1)], Yusuf Falaq[1)]

[1)]Universitas Islam Negeri Sunan Kudus

*Correspondence: dhimas@ms.iainkudus.ac.id

ABSTRAK

Generasi Z sebagai kelompok digital natives banyak mengakses konten keagamaan melalui platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Konten tersebut hadir dalam dua bentuk utama, yakni konten inklusif yang meneguhkan nilai toleransi serta konten eksklusif yang berpotensi menumbuhkan sikap intoleran. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana konten keagamaan di media sosial berperan dalam membentuk sikap toleransi antarumat beragama pada Generasi Z. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif berbasis systematic literature review dengan mengkaji berbagai data sekunder dari publikasi ilmiah yang relevan. Analisis data dilakukan melalui pendekatan tematik. Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman keagamaan Generasi Z melalui proses mediatisasi agama. Konten inklusif ditampilkan secara ringkas, visual, menggunakan bahasa populer, dan menekankan nilai kemanusiaan universal. Konten eksklusif cenderung memakai narasi dikotomis, membangun framing "kami vs. mereka", serta menampilkan potongan pesan yang kurang kontekstual. Faktor utama yang menentukan pengaruh konten tersebut adalah literasi digital dan literasi keagamaan, yang membantu Generasi Z bersikap kritis terhadap algoritma dan echo chamber, sehingga mampu memilih konten moderat dan mengembangkan sikap toleran. Keterbatasan penelitian ini terletak pada penggunaan data sekunder, sehingga penelitian berikutnya dianjurkan untuk melibatkan data primer melalui wawancara mendalam guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Kata Kunci: Konten Keagamaan; Media Sosial; Toleransi, Generasi Z

This is an open access article under the CC - BY license.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan maraknya penggunaan media sosial telah menciptakan lanskap baru dalam kehidupan beragama, termasuk di Indonesia. Platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter tidak hanya menjadi sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga transformasi menjadi ruang digital yang kaya akan konten dan diskusi keagamaan. Fenomena ini sangat berpengaruh pada Generasi Z kelompok penduduk yang lahir dan tumbuh dalam lingkungan digital yang menjadikan media sosial sebagai sumber utama untuk mencari informasi, membentuk identitas, dan mengekspresikan spiritualitas mereka (Basuki & Ja'far, 2025).

Generasi Z lahir dari 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi digital asli karena mereka berkembang di tengah pesatnya kemajuan teknologi digital seperti internet, media sosial, dan perangkat seluler. Sebagai generasi yang sangat akrab dan bergantung pada teknologi digital, Generasi Z sangat mudah menyesuaikan diri dengan berbagai platform digital dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari komunikasi hingga pembelajaran dan bekerja (Arum et al., 2023). Media sosial adalah tempat utama di mana mereka berinteraksi, berbagi pengalaman, dan membangun identitas sosial.

Media sosial berperan sebagai sumber informasi keagamaan dengan memberikan kemudahan akses menuju berbagai konten agama yang beragam. Media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter menjadi tempat utama bagi orang-orang untuk mengakses konten-konten agama, seperti ceramah, kuliah singkat, dan diskusi. Konten ini sering disajikan secara visual yang menarik dan ringkas, membantu generasi Z memahami

ISSN: 2088-0308 | e-ISSN: 2685-0141
https://doi.org/10.37630/jpi.v15i4.3631

ajaran agama secara kontekstual tanpa harus mengikuti pendidikan formal (Faizah, 2024). Selain itu, interaksi dalam komunitas online meningkatkan pemahaman dan praktik agama secara kolektif. Namun, karena media sosial menimbulkan penyebaran informasi yang tidak valid, pengguna harus memiliki pengetahuan digital yang baik dan berhati-hati untuk memilah konten yang dapat dipercaya.

Permasalahan yang menjadi contoh persebaran informasi yang tidak valid adalah adanya dualisme konten keagamaan. Sehingga menawarkan dua wajah konten keagamaan yaitu konten inklusif (kedamaian) dan konten eksklusif (hoaks dan SARA). Konten inklusif memfasilitasi pemahaman dan toleransi antar kelompok agama, sedangkan konten eksklusif cenderung bersifat radikal yang sering mengandung cerita yang intoleran dan menganggap agama tertentu sebagai satu-satunya kebenaran dan menolak agama lain, yang menyebabkan konflik dan pembelahan sosial di dunia digital (Rafli Zulfikar & Nurhanifah, 2025).

Generasi Z berada pada posisi yang rentan dalam menghadapi dualisme konten di ruang digital. Sebagai generasi yang sejak awal akrab dengan teknologi digital dan memiliki akses luas terhadap internet serta media sosial, mereka terpapar berbagai jenis konten secara intens. Pada saat yang sama, fase pencarian identitas yang menjadi ciri khas Generasi Z, meliputi proses menemukan nilai hidup dan jati diri dapat membuat mereka lebih mudah dipengaruhi oleh narasi eksklusif dan radikal yang menawarkan kepastian dan klaim kebenaran yang absolut. Kondisi internal tersebut, diperkuat oleh algoritma media sosial yang berpotensi menciptakan "echo chamber," menjadikan Generasi Z kelompok yang rawan terhadap penyebaran paham intoleransi dan radikalisme. Di sisi lain, Generasi Z juga dikenal sebagai generasi yang kritis, terbuka terhadap keberagaman, serta memiliki kepedulian tinggi terhadap isu lingkungan, keadilan, dan sosial. Meskipun demikian, mereka tetap menunjukkan kehati-hatian dalam menyampaikan pandangan di lingkungan yang bernuansa formal dan tradisional (Fitri et al., 2025).

Pada titik inilah Generasi Z menemukan dirinya sebagai pewaris bangsa dan sebagai aktor utama yang akan membentuk masa depan Indonesia. Selama dua hingga tiga dekade mendatang, cara Generasi Z memaknai, mengambil, dan menerapkan toleransi saat ini akan sangat mempengaruhi bagaimana kerukunan umat beragama di Indonesia akan berkembang (Manuain et al., 2022).

Terdapat banyak penelitian tentang agama, media sosial, serta tentang Generasi Z dan toleransi. Namun, beberapa penelitian terdahulu seperti (Manuain et al., 2022) lebih berfokus pada persepsi dan indikator toleransi di wilayah lokal yang spesifik. Di sisi lain, penelitian Nasar et al., (2025) mengenai konten keagamaan di media sosial terbatas pada analisis platform tunggal yaitu platform TikTok. Seperti penelitian yang dilakukan Faizah, (2024) belum secara komprehensif membedah mekanisme bagaimana karakteristik konten mempengaruhi pembentukan sikap toleransi di ruang digital dan lebih berfokus pada Generasi Millenial. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini secara khusus mengkaji konten keagamaan dari berbagai platform digital (seperti TikTok, Instagram, dan YouTube) yang dikonsumsi Generasi Z. Fokus penelitian adalah menemukan dan membandingkan karakteristik konten yang inklusif dan eksklusif, serta menganalisis bagaimana mediatisasi agama membentuk sikap toleransi.

Penelitian mengenai agama, media sosial, dan Generasi Z sebenarnya sudah cukup banyak, namun masih menyisakan beberapa ruang kajian yang perlu diperhatikan. Studi Manuain et al. (2022) menitikberatkan pada persepsi toleransi di wilayah lokal tertentu, sedangkan Nasar et al. (2025) membatasi pembahasannya hanya pada platform TikTok. Kajian Faizah (2024) pun belum menjelaskan secara menyeluruh bagaimana karakteristik konten berperan dalam membentuk sikap toleransi di ruang digital, karena fokus utamanya masih pada kelompok Generasi Milenial (Faizah, 2024; Manuain, Moru, Renda, & Hauteas, 2022; Nasar et al., 2025). Dalam konteks ini, rumusan pertanyaan penelitian ini adalah (1) Bagaimana karakteristik konten keagamaan yang dikonsumsi oleh Generasi Z di berbagai platform media sosial? (2) Bagaimana peran konten keagamaan tersebut dalam membentuk sikap toleransi antarumat beragama pada Generasi Z? (3) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi efektivitas konten keagamaan dalam membentuk sikap toleransi tersebut?

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoretis dan praktis. Secara teoritis memberikan pemahaman baru mengenai hubungan antara konten keagamaan di media sosial dan pembentukan sikap toleransi antarumat beragama pada generasi Z. Secara praktis, diharapkan bahwa penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pendidik, pembuat kebijakan, serta kreator konten keagamaan dalam mengembangkan strategi penyebaran pesan keagamaan yang lebih moderat, edukatif, dan mampu menumbuhkan semangat toleransi di kalangan generasi muda.

ISSN: 2088-0308 | e-ISSN: 2685-0141
https://doi.org/10.37630/jpi.v15i4.3631

METODE

Penelitian ini memakai metode kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder yang berasal dari publikasi ilmiah dan penelitian sebelumnya. Pendekatan Systematic Literature Review (SLR) diterapkan dengan menggunakan sedikitnya lima artikel untuk mengidentifikasi, menilai, dan mensintesis studi yang relevan terkait fenomena sosial mengenai konsumsi serta pengaruh konten keagamaan di media sosial terhadap sikap toleransi Generasi Z (Snyder, 2019).

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari publikasi ilmiah berupa artikel jurnal, prosiding seminar, dan buku yang relevan dengan topik penelitian. Pencarian literatur dilakukan secara sistematis melalui database akademik seperti Google Scholar, Portal Garuda, dan SINTA (Science and Technology Index). Kata kunci yang digunakan dalam pencarian meliputi "konten keagamaan", "media sosial", "toleransi beragama", dan "mediatisasi agama" (Supriatna et al., 2025).

Kriteria inklusi dalam seleksi literatur adalah (1) artikel terbit dalam rentang tahun 2018-2025 untuk memastikan kesesuaian dengan konteks media sosial kontemporer; (2) publikasi berupa jurnal nasional terakreditasi atau jurnal internasional; (3) studi yang membahas konten keagamaan, media sosial, dan/atau Generasi Z di Indonesia. Kriteria eksklusi meliputi (1) artikel yang tidak tersedia dalam teks lengkap; (2) publikasi yang tidak melalui proses penelaahan sejawat (non-peer-reviewed); dan (3) studi yang fokusnya tidak relevan dengan pertanyaan penelitian (Supriatna et al., 2025).

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Proses analisis mengikuti langkah-langkah (1) Membaca dan menelaah seluruh literatur yang terpilih untuk memahami konten dan konteksnya. (2) Menandai dan mengidentifikasi potongan-potongan data (temuan atau pernyataan dari literatur) yang relevan dengan pertanyaan penelitian. (3) Mengelompokkan kode-kode yang serupa ke dalam tema-tema yang lebih luas, seperti "karakteristik konten keagamaan", "pola konsumsi Generasi Z", "peran algoritma", "dampak konten inklusif/eksklusif", dan "mediatisasi agama". (4) Memeriksa konsistensi dan kejelasan tema-tema yang telah terbentuk, serta menyesuaikannya dengan keseluruhan data. (5) Menyusun temuan-temuan utama berdasarkan tema yang telah direview ke dalam sebuah narasi deskriptif yang koheren untuk menjawab pertanyaan penelitian (Liu et al., 2025).

Penelitian ini memastikan keabsahan dan reliabilitas data dalam analisis tematik melalui triangulasi peneliti (*researcher triangulation*). Proses pengodean dan penentuan tema dilakukan secara independen oleh dua peneliti (*double-coding*) pada sampel literatur yang sama. Hasil pengodean serta pengelompokan tema dari kedua peneliti kemudian dibandingkan dan dibahas untuk memperoleh kesepakatan mengenai konsistensi dan ketepatan tema. Apabila muncul perbedaan interpretasi, seorang peneliti ketiga dilibatkan untuk memberikan penilaian tambahan hingga tercapai konsensus. Prosedur validasi ini dirancang untuk mengurangi bias subjektif dan memastikan bahwa tema yang dihasilkan benar-benar merepresentasikan isi literatur yang dianalisis (Snyder, 2019).

Sebagai sebuah studi yang mengandalkan data sekunder, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Temuan yang dihasilkan merupakan sintesis dari penelitian-penelitian lain dan tidak melibatkan pengumpulan data primer langsung dari Generasi Z. Akibatnya, nuansa pengalaman personal, motivasi, dan konteks spesifik individu dalam mengonsumsi konten keagamaan tidak dapat tergali secara mendalam. Meskipun demikian, sintesis terhadap berbagai studi yang ada tetap memberikan gambaran yang komprehensif dan berharga mengenai pola dan dinamika yang terjadi pada tingkat yang lebih luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Kajian Literatur yang Digunakan

No	Penulis	Judul	Metode	Hasil
1	(Faizah, 2024)	Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam di Kalangan Generasi Milenial	Kualitatif, studi pustaka	Media sosial berperan signifikan dalam memperluas pemahaman agama milenial. Namun, tantangan muncul berupa penyebaran informasi tidak valid dan potensi interpretasi ekstrem.

ISSN: 2088-0308 | e-ISSN: 2685-0141
https://doi.org/10.37630/jpi.v15i4.3631

2	(Manuain et al., 2022)	Pelatihan Agen Toleransi Beragama bagi Generasi Z di Era Disrupsi	Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan metode ceramah, tanya jawab, permainan, dan latihan individu	96,4% peserta memahami materi, 98,8% puas terhadap pelatihan, dan 83% siap menjadi agen toleransi. Pelatihan efektif meningkatkan pemahaman toleransi beragama Generasi Z.
3	(Fadillah et al., 2022)	Pengaruh Konten Digital terhadap Generasi Z dalam Pemanfaatan Media Sosial dan Digital Native di Kota Tanjungpinang	Metode campuran (literatur & survei daring Google Form)	Dari 62 responden, 43,6% memanfaatkan media sosial secara baik sedangkan 56,4% belum optimal. Menunjukkan perlunya peningkatan literasi digital pada Generasi Z di Tanjungpinang.
4	(Alifiyanti et al., 2025)	Hadis sebagai Pilar Kebebasan Beragama: Meningkatkan Kesadaran Toleransi di Kalangan Generasi Z dalam Konteks Global	Kualitatif, tinjauan pustaka (library research)	Hadis berperan penting menanamkan nilai toleransi. Pendidikan berbasis hadis dan pendekatan digital dapat meningkatkan kesadaran toleransi Generasi Z terhadap keberagaman agama.
5	(Irawan & Arenggoasih, 2025)	Filter Bubble: Consumption Generasi Z of Da'wah Content on YouTube	Kualitatif, studi kasus pada 3 informan Generasi Z	Adanya "filter bubble" nyata di YouTube. Generasi Z hanya terekspos pada konten dakwah sesuai minat mereka sehingga mengurangi keragaman informasi dan dialog lintas pandangan
6	(Nasar et al., 2025)	Navigasi Moderasi Beragama di Media Sosial: Studi Kasus Intoleransi Generasi Z di Platform TikTok	Kualitatif dengan studi kasus dan analisis literatur	Menunjukkan bahwa intoleransi di TikTok disebabkan oleh mispersepsi, stereotip, dan kurangnya literasi digital. Diperlukan edukasi publik dan moderasi konten untuk menciptakan ruang digital yang inklusif.

Karakteristik Konten Agama yang Mudah di Akses Generasi Z

Dalam menganalisis dinamika konsumsi konten keagamaan ini, beberapa konsep kunci menjadi relevan. Filter bubble merujuk pada keadaan di mana pengguna secara tidak sadar diisolasi dalam ruang informasi yang hanya memuat pandangan yang sesuai dengan minat dan perilaku onlinenya sebelumnya, akibat kerja algoritma media sosial yang merekomendasikan konten serupa. Kondisi ini dapat memunculkan echo chamber (ruang gema), yaitu lingkungan digital di mana suatu keyakinan atau paham tertentu diperkuat secara terus-menerus melalui repetisi dan komunikasi dalam sistem tertutup, sehingga mempersulit masuknya perspektif alternatif. Konsep-konsep ini penting untuk memahami bagaimana konten keagamaan eksklusif yang sering menggunakan narasi dikotomis 'kami vs. mereka' dapat dengan mudah menguat dan berdampingan dengan konten inklusif yang mendorong toleransi (Irawan & Arenggoasih, 2025; Raza & Aulia, 2024).

Generasi Z mengonsumsi konten keagamaan dengan karakteristik yang khas, yang sangat dipengaruhi oleh logika media digital. Teori mediatisasi agama membantu memahami bahwa agama tidak hanya disebarkan melalui media, tetapi juga dibentuk ulang oleh logika media tersebut (Hjarvard, 2016). Cara Generasi Z memahami dan mempraktikkan ajaran agama kini banyak dipengaruhi oleh cara media bekerja, sehingga nilai-nilai keagamaan sering disesuaikan dengan tren dan budaya digital.

ISSN: 2088-0308 | e-ISSN: 2685-0141
https://doi.org/10.37630/jpi.v15i4.3631

Menurut penelitian sebelumnya, pola konten keagamaan yang dikonsumsi Generasi Z di media sosial berbeda dari generasi sebelumnya. Dari segi format, Generasi Z cenderung menyukai konten yang singkat, dinamis, dan mudah dicerna. TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts menjadi platform utama untuk konten religius. Pesan keagamaan harus dikemas dalam 15-60 detik agar efektif, karena format ini sesuai dengan pola perhatian Generasi Z yang lebih pendek dan gaya hidup mereka yang serba cepat (Pabbajah, 2024).

Efektivitas pendekatan yang selaras dengan karakter Generasi Z tampak pada temuan penelitian Manuain et al. (2022). Pelatihan agen toleransi yang memanfaatkan metode interaktif ceramah, tanya jawab, permainan, dan latihan individu yang secara konsep menyerupai format konten media sosial yang menarik, mampu menghasilkan tingkat pemahaman peserta mencapai 96,4% serta kepuasan 98,8%. Dampak yang lebih signifikan terlihat dari 83% peserta yang menyatakan siap menjadi agen toleransi, menegaskan bahwa penyajian materi secara tepat dapat mendorong Generasi Z untuk berperan aktif dalam menyebarkan nilai-nilai inklusif (Manuain et al., 2022).

Dari perspektif tema, keagamaan Generasi Z tidak terbatas pada aturan atau dogma semata. Mereka malah sangat tertarik pada topik seperti kehidupan sehari-hari, pencarian identitas, kesehatan mental, dan respon terhadap masalah sosial saat ini (Faysa et al., 2024). Topik-topik yang sangat diminati termasuk pertanyaan seperti "Bagaimana mengatasi kecemasan menurut agama?", "Apa pandangan agama tentang hubungan pacar?", atau "Bagaimana menangani perbedaan keyakinan di media sosial?" Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z memandang agama sebagai pedoman hidup praktis daripada aturan.

Personalisasi konten melalui algoritma adalah fitur yang tidak kalah penting. Algoritma yang digunakan di platform media sosial seperti Instagram dan YouTube akan merekomendasikan konten yang sebanding dengan konten yang sering diklik, ditonton, atau disukai oleh pengguna. Generasi Z yang aktif mencari konten keagamaan mungkin mengalami "filter bubble" atau ruang gema digital di mana mereka tanpa sadar disuguhi perspektif keagamaan yang sama (Irawan & Arenggoasih, 2025).

Peran Konten Keagamaan di Media sosial

Dalam ranah komunikasi antarmanusia, tiap generasi menunjukkan pola dan karakteristik yang unik, yang mana sangat dipengaruhi oleh era tempat mereka tumbuh. Generasi Z, yang lahir dan berkembang di tengah perkembangan teknologi digital, menampilkan pergeseran dalam cara mereka berinteraksi. Dalam konteks inilah, Media sosial telah berubah menjadi tempat di mana setiap orang dapat secara bebas berbagi pengetahuan agama mereka. Tidak ada batasan untuk memposting apa pun yang terkait dengan ajaran agama, asalkan mereka melakukannya dengan cara yang baik dan sesuai (Fatmawati, 2017).

Media sosial telah menjadi arena baru dalam konstruksi pemahaman keagamaan Generasi Z. Platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi telah bertransformasi menjadi ruang pembelajaran agama yang signifikan. Ada kemungkinan bahwa ajaran agama dapat direduksi menjadi pesan yang sederhana dan mudah dicerna jika format visual dan ringkas ini dominan di media digital, yang merupakan bagian dari logika untuk menangkap perhatian dalam waktu singkat, yang dikenal sebagai viralitas. Menurut Harahap, (2022), media sosial memfasilitasi kelahiran gerakan-gerakan keagamaan kontemporer di Indonesia, dimana generasi muda menemukan cara baru dalam mempraktikkan dan mengekspresikan keyakinan agama mereka melalui komunitas online.

Konten keagamaan di media sosial umumnya hadir dalam format yang atraktif dan mudah dicerna, seperti berupa video pendek, grafis informatif, atau thread diskusi yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z sebagai digital native. Seperti yang diungkapkan oleh Nisa (2018), "Social media platforms have become a fertile ground for Islamic activism and the formation of religious identity among young Muslims in Indonesia." Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam pembentukan identitas keagamaan yang lebih personal dan kontekstual.

Sementara itu, YouTube memungkinkan konten yang lebih mendalam. Channel seperti yang dimiliki Hanan Attaki atau Wirda Mansur tidak hanya menayangkan ceramah lengkap, tetapi juga menayangkan seri kajian tematik, tanya jawab interaktif, dan dokumentasi kegiatan sosial keagamaan. Sebagai contoh, konten Hanan Attaki sering kali menyelipkan nilai-nilai kerukunan dengan menggunakan bahasa populer dan relatable bagi anak muda, seperti menyamakan toleransi dengan 'bertetangga yang baik' dalam bingkai digital. Namun, perlu dianalisis lebih lanjut apakah pendekatan ini berhasil menerjemahkan prinsip toleransi yang substantif

ISSN: 2088-0308 | e-ISSN: 2685-0141
https://doi.org/10.37630/jpi.v15i4.3631

atau sekadar menciptakan rasa nyaman yang semu. Yang menarik, para pembuat konten ini sering kali menggunakan set yang rapi, pengeditan profesional, dan penyampaian yang lugas namun santai untuk memberi kesan kepada penonton bahwa mereka sedang belajar agama dengan teman sebaya, bukan dengan guru.

Dengan format video yang sangat singkat, TikTok menjadi laboratorium kreatif untuk dakwah digital. TikTok sering memanfaatkan tren audio, tantangan, atau format video viral untuk menyampaikan pesan moral atau pengingat spiritual. Metode yang tampaknya sederhana ini terbukti efektif untuk menjangkau audiens muda yang mungkin tidak tertarik dengan metode penelitian konvensional.

Konten keagamaan di media sosial berperan strategis dalam mengarahkan kreativitas pengguna agar selaras dengan nilai-nilai keagamaan. Pertama, ia berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan nilai-nilai agama dengan kehidupan modern Generasi Z. Kedua, media sosial berubah menjadi ruang yang memungkinkan semua orang belajar tentang agama dan ketiga, konten keagamaan membantu membentuk komunitas digital di mana para pengikut dapat saling mendukung dan berbagi pengalaman spiritual (Muhammad Zaki Hidayat & Bashori, 2025).

Implikasi Sikap Toleransi Antar umat Beragama pada Generasi Z

Teori mediatisasi agama menjelaskan bahwa dinamika toleransi Generasi Z terbentuk melalui interaksi yang kompleks antara pesan keagamaan dan logika media digital. Teori ini menegaskan bahwa media tidak hanya menjadi sarana penyebaran agama, tetapi juga turut membentuk ulang bentuk, makna, serta otoritas keagamaan itu sendiri (Hjarvard, 2013; Sito Rohmawati et al., 2025). Dalam penelitian ini, platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube berfungsi sebagai ruang aktif tempat ajaran agama diproduksi, diterjemahkan, dan diperdebatkan dalam format singkat, visual, dan kontekstual yang sesuai dengan karakter digital native Generasi Z. Logika media yang berorientasi pada viralitas, personalisasi, dan keterlibatan emosional—berperan kuat dalam memengaruhi cara nilai-nilai agama dipahami. Ruang digital kemudian melahirkan kondisi dualistis: konten yang mendorong toleransi hadir berdampingan dengan konten eksklusif yang memicu intoleransi, sementara algoritma bekerja sebagai penentu arus informasi yang tidak sepenuhnya netral.

Implikasi dari dualisme ini tampak jelas dalam kehidupan keagamaan masyarakat. Fenomena ini memunculkan "ekosistem keyakinan" yang terbelah, di mana konten eksklusif tidak hanya muncul, tetapi berkembang dengan pesat melalui pemanfaatan logika media. Konten tersebut kerap menggunakan framing dikotomis yang dramatis, seperti narasi tentang 'penjaga kemurnian agama' berhadapan dengan 'kelompok sesat' atau 'ancaman dari luar'. Strategi semacam ini mudah dipahami, memicu respons emosional, dan memiliki potensi viral tinggi sehingga cepat diperkuat oleh algoritma. Pemakaian hashtag yang bersifat memisahkan kelompok atau penyebaran video pendek berisi cuplikan pernyataan ulama tanpa konteks untuk mendiskreditkan pihak lain menunjukkan bagaimana logika media dapat menggeser pesan agama menjadi alat penguat prasangka dan polarisasi. Dalam ruang filter bubble yang tertutup, perspektif tunggal ini kemudian diterima sebagai "kebenaran" yang tidak terbantahkan, sehingga mempersempit kesempatan untuk dialog dan melemahkan empati.

Sebagai generasi yang paling mahir dalam teknologi dan aktif di media sosial, mereka cenderung lebih kritis, terbuka, dan mendukung kebebasan berekspresi. Namun, di balik kemungkinan positifnya , mereka menghadapi tantangan yang rumit dalam membangun sikap toleransi beragama yang berdasar dan inklusif. Di satu sisi, Generasi Z memiliki peluang besar untuk menanamkan nilai-nilai toleransi karena mereka sangat peduli dengan masalah keadilan, inklusi, dan kemanusiaan. Perjuangan vokal mereka untuk keadilan dan kesetaraan memberi mereka kesempatan untuk menanamkan nilai-nilai toleransi agama yang didasarkan pada hadis dan prinsip rahmatan lil 'alamin dalam Islam (Purnama & Musaddad, 2025).

Generasi Z juga menghadapi tantangan kompleks dalam membangun sikap toleransi beragama yang kuat dan berlandaskan pemahaman yang tepat. Media sosial yang menjadi ruang interaksi utama mereka berfungsi sebagai arena penyebaran berbagai narasi. Kondisi ini membuat Generasi Z rentan terhadap disinformasi, ujaran kebencian, serta penafsiran keagamaan yang sempit, sehingga dapat menghambat pembentukan sikap inklusif (Nasar et al., 2025). Arus informasi yang sangat cepat dan fenomena *echo chamber* turut mempersempit sudut pandang serta mengurangi kesempatan untuk memahami keberagaman. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian Generasi Z "merasa tidak perlu menghormati agama orang lain" (Purnama & Musaddad, 2025)

ISSN: 2088-0308 | e-ISSN: 2685-0141
https://doi.org/10.37630/jpi.v15i4.3631

menjadi peringatan penting bahwa ruang digital yang tidak diimbangi dengan literasi kritis berpotensi menumbuhkan kepercayaan diri yang bersifat intoleran.

Secara teoretis, penelitian ini menegaskan relevansi teori mediatisasi agama dalam konteks masyarakat digital Indonesia sekaligus menunjukkan adanya dampak ganda dari proses tersebut. Media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampai ajaran agama, tetapi juga membentuk ulang praktik dan ekspresi keberagamaan menjadi lebih cair, terbuka untuk diperdebatkan, dan rentan terhadap polarisasi akibat logika digital. Temuan ini menunjukkan bahwa sikap toleransi Generasi Z tidak semata-mata dibentuk oleh pemahaman doktrin keagamaan, melainkan sangat dipengaruhi oleh cara mereka berinteraksi dengan ruang digital dan sejauh mana mereka terlindungi dari mekanisme yang bekerja di dalamnya sebagai ruang sosial baru.

Implikasi praktis yang muncul adalah perlunya penerapan literasi yang terintegrasi. Literasi digital dan literasi keagamaan perlu dipadukan dan diperlakukan sebagai satu kesatuan dalam kurikulum pendidikan. Generasi Z perlu dibekali kemampuan untuk berpikir kritis terhadap algoritma, memahami risiko filter bubble, serta memiliki pemahaman keagamaan yang mendalam, kontekstual, dan inklusif. Temuan ini juga memberikan landasan bagi pembuat kebijakan dan kreator konten untuk merancang strategi serta memproduksi konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga bertujuan memecah echo chamber, misalnya melalui penyajian perspektif yang berimbang, penggunaan sumber otoritatif, dan penekanan pada nilai-nilai kemanusiaan universal. Pendekatan multidimensi tersebut memungkinkan Generasi Z berkembang dari konsumen pasif yang rentan menjadi agen perdamaian digital yang lebih kuat.

KESIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap cara Gen Z memahami dan menerapkan agama. Teori *Mediatization of Religion oleh Stig Hjarvard* membantu memahami bahwa agama sekarang disebarkan bukan hanya melalui lembaga keagamaan formal. Logika media digital, yang menekankan visualisasi, personalisasi, dan algoritma, juga membantu menyebarkan agama. Konten keagamaan yang tersebar di platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube memiliki dua wajah: konten yang diterima yang mempromosikan kedamaian, toleransi, dan keterbukaan; dan konten yang ditolak yang dapat memicu sikap radikal dan intoleran. Generasi Z, yang aktif menggunakan media sosial, berada dalam posisi yang rentan, tetapi mereka juga dapat menjadi agen perdamaian digital jika mereka memiliki literasi media dan keagamaan yang kuat. Generasi Z yang menjadi konten kreator penting untuk membuat konten keagamaan yang positif, moderat, dan edukatif. Penggunaan bahasa yang santun, damai, kreatif dan mudah dipahami agar pesan kebaikan tersebut tersampaikan kepada khayalak umum. Hindari penggunaan bahasa yang dapat memprovokasi atau menyinggung kelompok lain, serta lebih baik untuk fokus menyebarkan nilai persaudaraan dan kebaikan bersama. Generasi Z perlu untuk memiliki kemampuan literasi digital yang kuat sekaligus pemahaman tentang nilai-nilai keagamaan yang moderat. Integrasi dua hal ini perlu untuk dimasukkan kedalam sistem pendidikan agar generasi z tidak hanya pintar menggunakan teknologi, namun juga bijak dalam beretika dalam menggunakan media sosial. Saran bagi penelitian selanjutanya, dapat menggunakan wawancara mendalam dengan Generasi Z atau analisis semiotika konten keagamaan yang spesifik di platform tertentu untuk mengumpulkan data primer, mengingat keterbatasan penelitian ini yang menggunakan data sekunder. Hal ini akan memberikan nuansa pengalaman personal dan makna yang lebih kaya.

Daftar Pustaka

Alifiyanti, O., Purnama, Z., Musaddad, E., Ushuluddin, F., Hadis, J. I., Islam, U., Sultan, N., & Banten, M. H. (2025). *Hadis sebagai Pilar Kebebasan Beragama : Meningkatkan Kesadaran Toleransi di Kalangan Generasi Z dalam Konteks Global 1998 – 2009 , gen z generasi yang paling mahir dalam teknologi dan memiliki keunggulan*. *2*(September).

Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik generasi z dan kesiapannya dalam menghadapi bonus demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, *2*(1), 59–72.

Basuki, A., & Ja'far, A. K. (2025). Peran Pendidikan Hukum Islam Dalam Pembentukan Karakter Moderasi Beragama Pada Generasi Muda. *Ambarsa : Jurnal Pendidikan Islam*, *5*(1), 26–42. https://doi.org/10.59106/abs.v5i1.276

ISSN: 2088-0308 | e-ISSN: 2685-0141
https://doi.org/10.37630/jpi.v15i4.3631

Fadillah, M., Nurbalqis, A., & Agustina, L. (2022). Pengaruh konten digital terhadap generasi z dalam pemanfaatan media sosial dan digital native di Kota Tanjungpinang. *Al Yazidiy Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, *4*(2), 1–11.

Faizah, R. (2024). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam di Kalangan Generasi Milenial. *MUMTAZ: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, *4*(1), 38–52.

Fatmawati, E. (2017). Media Multitasking di Era Digital Natives. *Pustakawan Ahli Madya Perpustakaan FEB UNDIP*, *24*(2), 6–15. https://ejournal.perpusnas.go.id/mp/article/download/3/pdf/9

Faysa, A. M., Hanifah, M., Hibrizi, M. A., A'yun, V. Q., & Fadhil, A. (2024). Peran generasi Z Muslim dalam kemajuan Islam di era modern: Pandangan Ustadz Hanan Attaki. *Perspektif: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Bahasa*, *2*(4), 114–127.

Fitri, A. A., Zakiah, L., Izzah, A. N., Trianingsih, M., Sanjaya, N. A. A., & Ifadha, R. D. (2025). GENERASI Z DAN IDENTITAS BUDAYA DI INDONESIA: APAKAH GLOBALISASI MENGIKIS KEBERAGAMAN BUDAYA LOKAL? *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, *10*(02).

Harahap, S. R. (2022). Eksistensi Nilai-Nilai Dakwah di Kalangan Generasi Z. *Jurnal MD: Jurnal Manajemen Dakwah*, *8*(1), 79–99.

Hjarvard, S. (2013). The mediatization of religion: From the faith of the Church to the enchantment of the media. *The Mediatization of Culture and Society*, 78–102.

Hjarvard, S. (2016). Mediatization and the changing authority of religion. *Media, Culture & Society*, *38*(1), 8–17. https://doi.org/10.1177/0163443715615412

Irawan, D., & Arenggoasih, W. (2025). The Filter Bubble: Consumption Gen Z of Da'wah Content on YouTube. *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 1–17.

Liu, Z., Ghouri, A. M., Wang, J., & Lin, C. (2025). Digital religion and Generation Z: an empirical study in the context of China. *Frontiers in Psychology*, *16*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1536644

Manuain, L. M. M., Moru, O. O., Renda, T., & Hauteas, N. (2022). Pelatihan Agen Toleransi bagi Generasi Z di Era Disrupsi: Religious Tolerance Agent Training for Generation Z in the Era of Disruption. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, *3*(2), 305–316.

Manuain, L. M. M., Moru, O. O., Renda, T., Pellondou, A. O., & Naitboho, J. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Toleransi Beragama di Media Sosial. *Asketik: Jurnal Agama Dan Perubahan Sosial*, *6*(2), 213–224.

Muhammad Zaki Hidayat, & Bashori. (2025). Penafsiran Al-Qur'an Tentang Resiliensi Spiritual Generasi Z Dalam Krisis Identitas Keagamaan Digital. *Jurnal Studi Qur'an Dan Tafsir*, *4*(1), 01–27. https://doi.org/10.59005/jsqt.v4i1.659

Murniarti, E. (2025). *METODE PENELITIAN KUALITATIF DALAM PENDIDIKAN*.

Nasar, I., Mubarika, I. S., & Ardona, T. F. (2025). Navigasi Moderasi Beragama Di Media Sosial: Studi Kasus Intoleransi Gen Z Di Platform Tiktok. *Jurnal Exact: Kajian Kemahasiswaan*, *3*(1), 185–200.

Pabbajah, M. (2024). The religious transformation of Gen Z in the new media era. *Islamic Communication Journal*, *9*(1), 17–34.

Purnama, O. A. Z., & Musaddad, E. (2025). Hadis sebagai Pilar Kebebasan Beragama: Meningkatkan Kesadaran Toleransi di Kalangan Generasi Z dalam Konteks Global. *Moral: Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, *2*(3), 18–30.

Rafli Zulfikar, M., & Nurhanifah, N. (2025). Digital Interaction: Dynamics of Intolerance and Discrimination and Hate Speech of SARA on TIKTOK on the @CALLIBO. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, *4*(2), 642–663. https://doi.org/10.59713/jipik.v4i2.1368

Raza, A. M., & Aulia, N. (2024). *THE ECHO CHAMBER EFFECT : ANALISIS SOSIOLOGIS PERAN ALGORITMA MEDIA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN SOLIDARITAS DAN POLARISASI*

ISSN: 2088-0308 | e-ISSN: 2685-0141
https://doi.org/10.37630/jpi.v15i4.3631

KELOMPOK DI INDONESIA. 39–52.

Sito Rohmawati, H., Zulkifli, & Hakiem, N. (2025). Mediatization and Hypermediation in Digital Religion and the Transformation of Indonesian Muslim Religious Practices through Social Media Usage. *Jurnal Sosiologi Agama*, *18*(2), 133–150. https://doi.org/10.14421/jsa.2024.182-01

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, *104*, 333–339.

Supriatna, H., Kuswana, D., & Saprudin, A. (2025). Promoting Inclusive Islam: The Role of Social Media in Fostering Religious Tolerance in the Digital Era. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAI)*, *6*(1), 1–15. https://doi.org/10.22373/jsai.v6i1.5754