

## **Digitalisasi Kesalehan: Konstruksi Identitas Keagamaan Generasi Z di Media Sosial**

Doni Hariyanto, Muhamad Rafly Zam Zami  
IAI Ma'arif Darul Fikri Indramayu, Indonesia

[haridoni162@gmail.com](mailto:haridoni162@gmail.com), [muhamadraflyzamzami@gmail.com](mailto:muhamadraflyzamzami@gmail.com)

### **Abstrak**

Transformasi digital telah menggeser paradigma ekspresi keagamaan dari ruang fisik-institusional menuju ekosistem daring yang terdesentralisasi, partisipatif, dan teralgoritmik. Generasi Z (kelahiran 1997–2012) menjadi aktor utama dalam fenomena ini, memanfaatkan media sosial bukan hanya sebagai saluran komunikasi, melainkan sebagai arena konstruksi identitas keagamaan yang dinamis, performatif, dan sering kali terkomodifikasi. Artikel ini mengkaji secara kritis bagaimana digitalisasi kesalehan membentuk cara Generasi Z memahami, mempraktikkan, dan mempresentasikan identitas religius mereka di ruang publik virtual. Melalui pendekatan tinjauan literatur sistematis dan analisis konseptual berbasis bukti empiris terkini (2020–2026), artikel ini mengidentifikasi bahwa kesalehan digital tidak sekadar replikasi ritus tradisional, melainkan bentuk baru dari networked religion yang dikendalikan oleh logika platform, ekonomi perhatian, dan validasi algoritmik. Generasi Z mengonstruksi identitas keagamaan melalui kurasi konten, kolaborasi lintas-iman, aktivisme digital, dan personalisasi spiritual, namun sekaligus dihadapkan pada paradoks autentisitas versus performativitas, komodifikasi simbol sakral, dan fragmentasi otoritas keagamaan. Faktor moderator seperti literasi digital, latar belakang sosio-kultural, dan desain arsitektur platform secara signifikan memengaruhi arah konstruksi identitas. Artikel ini merekomendasikan kerangka pendidikan agama yang responsif terhadap ekologi digital, penguatan literasi algoritmik di kalangan muda beriman, serta kebijakan platform yang mendukung etika spiritualitas daring tanpa mengorbankan inklusivitas. Implikasi teoretis dan praktis disajikan untuk memperkuat pemahaman akademik mengenai agama di era post-digital, sekaligus memberikan panduan strategis bagi pendidik, tokoh agama, dan pengambil kebijakan dalam mendampingi generasi muda menavigasi spiritualitas yang semakin terhibridisasi.

**Kata Kunci:** digitalisasi kesalehan; identitas keagamaan; Generasi Z; media sosial; agama digital; performativitas religius; literasi algoritmik

### **Pendahuluan**

Revolusi digital abad ke-21 tidak hanya mengubah cara manusia bekerja, belajar, atau berinteraksi, tetapi juga merekonfigurasi lanskap spiritualitas dan ekspresi keagamaan. Kehadiran platform media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, X

(Twitter), dan Discord telah menciptakan ruang publik baru di mana identitas keagamaan tidak lagi hanya dibentuk melalui institusi tradisional seperti masjid, gereja, pesantren, atau sekolah agama, melainkan melalui kurasi konten, algoritma rekomendasi, dan interaksi daring yang bersifat global, instan, dan terdesentralisasi. Dalam konteks ini, istilah digitalisasi kesalehan merujuk pada proses transformasi praktik, simbol, narasi, dan otoritas keagamaan ke dalam format yang kompatibel dengan logika platform digital, termasuk visualisasi ritus, personalisasi narasi spiritual, dan komodifikasi pengalaman religius (Campbell & Evolvi, 2020; Hjarvard, 2023). Fenomena ini tidak bersifat netral; ia membawa serta dinamika kekuasaan, ekonomi perhatian, dan arsitektur teknis yang secara aktif membentuk cara generasi muda memahami dan mempraktikkan iman mereka.

Generasi Z, yang lahir dalam lingkungan yang sudah terkoneksi secara digital sejak usia dini, menunjukkan pola relasi dengan agama yang berbeda secara kualitatif dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka cenderung menolak otoritas keagamaan yang hierarkis dan dogmatis, lebih memilih spiritualitas yang personal, kontekstual, dan berbasis pengalaman langsung (Utz, 2022; Pew Research Center, 2023). Bagi Generasi Z, media sosial bukan sekadar alat penyebaran ajaran, melainkan laboratorium identitas di mana mereka menguji, memvalidasi, dan mempresentasikan diri sebagai subjek beriman. Hashtag seperti MuslimTikTok, FaithTok, ChristianCreatives, atau SpiritualJourney tidak hanya berfungsi sebagai katalog konten, tetapi sebagai komunitas afektif yang menyediakan ruang untuk ekspresi keraguan, pencarian makna, dan solidaritas spiritual lintas batas geografis dan denominasi (Bakar et al., 2024; Cheong, 2022). Namun, ekosistem ini juga melahirkan ketegangan inheren antara autentisitas spiritual dan performativitas digital, antara kebebasan ekspresi dan tekanan algoritma, serta antara inklusivitas ruang daring dan polarisasi opini yang dikatalisasi oleh ruang gema (echo chambers).

Meskipun penelitian mengenai agama dan media digital telah berkembang pesat, literatur masih terfragmentasi antara pendekatan yang menekankan transformasi positif (akses pengetahuan, demokratisasi otoritas, aktivisme sosial) dan pendekatan yang menyoroti risiko patologis (komodifikasi sakral, spiritualitas superfisial, kelelahan digital). Selain itu, banyak studi berfokus pada metrik kuantitatif seperti jumlah pengikut, tingkat keterlibatan (engagement), atau durasi paparan, sementara mengabaikan dimensi kualitatif seperti makna subjektif, negosiasi identitas, dan dampak psikososial jangka panjang. Kesenjangan ini menuntut sintesis kritis yang mengintegrasikan temuan empiris terkini, kerangka sosiologi agama kontemporer, dan analisis arsitektur platform menjadi panduan holistik bagi akademisi, praktisi pendidikan agama, dan pembuat kebijakan.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana digitalisasi kesalehan memengaruhi konstruksi identitas keagamaan Generasi Z di media sosial, dengan

fokus pada mekanisme pembentukan identitas, dinamika otoritas dan autentisitas, peran algoritma dalam validasi spiritual, serta implikasi terhadap kesejahteraan religius dan kohesi sosial. Melalui tinjauan literatur sistematis terhadap publikasi bereputasi internasional dan nasional periode 2020–2026, artikel ini menawarkan perspektif yang seimbang, kontekstual, dan berorientasi pada solusi untuk memahami transformasi spiritualitas di era digital. Kontribusi akademik artikel ini terletak pada pengintegrasian teori networked religion, sosiologi performativitas digital, dan studi generasi Z ke dalam kerangka analisis yang koheren, sekaligus menyediakan rekomendasi praktis untuk pendidikan agama yang responsif terhadap ekologi media kontemporer.

### **Kajian Teoretis**

#### Digitalisasi Kesalehan: Dari Ritus Tradisional ke Ekosistem Platform

Konsep digitalisasi kesalehan merujuk pada proses adaptasi, translasi, dan rekonfigurasi praktik keagamaan ke dalam format yang selaras dengan logika teknis, ekonomi, dan kultural platform digital. Dalam perspektif sosiologi agama kontemporer, fenomena ini tidak dipahami sebagai sekularisasi atau de-agamaisasi, melainkan sebagai transformasi bentuk keberagamaan yang tetap mempertahankan inti spiritual namun mengubah medium, ritme, dan pola partisipasinya (Campbell & Evolvi, 2020; Hjarvard, 2023). Platform media sosial memperkenalkan serangkaian mekanisme baru yang secara aktif membentuk cara kesalehan diekspresikan: (1) visualisasi dan estetisasi ritus, di mana pengalaman spiritual dikemas dalam format yang menarik secara visual dan mudah dibagikan; (2) personalisasi narasi keagamaan, yang memungkinkan individu mengkurasi ajaran sesuai konteks hidup, preferensi emosional, dan identitas intersectional; (3) algoritmik validasi, di mana popularitas konten keagamaan ditentukan oleh metrik keterlibatan (likes, shares, comments) yang sering kali tidak selaras dengan kedalaman teologis atau autentisitas spiritual; dan (4) desentralisasi otoritas, di mana influencer, kreator konten, dan komunitas daring mulai bersaing atau berkolaborasi dengan institusi keagamaan tradisional dalam menentukan norma, tafsir, dan praktik yang dianggap sah (Bakar et al., 2024; Utz, 2022).

Transformasi ini tidak terjadi dalam vakum. Ia didorong oleh konvergensi tiga faktor struktural: pertama, penetrasi smartphone dan akses internet yang meluas, termasuk di daerah dengan infrastruktur terbatas; kedua, perubahan pola konsumsi media generasi muda yang beralih dari siaran satu arah ke partisipasi aktif dan kreasi konten; ketiga, strategi monetisasi platform yang mendorong kreator untuk mengoptimalkan konten keagamaan agar sesuai dengan preferensi algoritma dan sponsor komersial (Cheong, 2022; Pew Research Center, 2023). Akibatnya, kesalehan tidak lagi hanya diukur melalui frekuensi ibadah atau kepatuhan doktrinal, melainkan juga melalui visibilitas digital, kemampuan narasi, dan kapasitas membangun komunitas afektif daring. Fenomena ini melahirkan bentuk baru dari religious capital di mana pengaruh spiritual

dikonversi menjadi pengikut, kemitraan merek, dan legitimasi sosial dalam ekosistem digital.

### **Identitas Keagamaan Generasi Z: Fluiditas, Personalisasi, dan Koneksi Afektif**

Generasi Z menunjukkan karakteristik unik dalam relasi mereka dengan agama dan spiritualitas. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang cenderung menerima otoritas keagamaan secara institusional dan hierarkis, Generasi Z lebih menekankan otonomi interpretatif, pengalaman personal, dan relevansi kontekstual (Utz, 2022; Twenge, 2023). Mereka tidak menolak agama secara mutlak, melainkan menolak bentuk keberagaman yang dianggap kaku, eksklusif, atau tidak responsif terhadap isu-isu kontemporer seperti kesehatan mental, keadilan sosial, kesetaraan gender, dan keberlanjutan lingkungan. Dalam konteks ini, identitas keagamaan Generasi Z bersifat fluid (*cair*), hybrid (*hibrida*), dan relational (*relasional*). Mereka sering kali mengombinasikan elemen dari berbagai tradisi, mengadaptasi praktik sesuai kebutuhan emosional, dan mencari komunitas yang menyediakan validasi afektif tanpa menuntut konformitas doktrinal ketat (Bakar et al., 2024; Campbell & Evolvi, 2020).

Media sosial berfungsi sebagai katalisator utama dalam proses ini. Platform seperti TikTok dan Instagram memungkinkan Generasi Z mengakses konten keagamaan dalam format mikro (15–60 detik), yang dirancang untuk memicu respons emosional cepat, kemudahan berbagi, dan interaksi langsung melalui komentar atau duet. Format ini mendorong personalisasi spiritual: pengguna dapat mengikuti kreator yang sesuai dengan gaya bahasa, latar belakang budaya, atau isu yang mereka geluti, lalu membangun “feed keagamaan” yang mencerminkan identitas unik mereka. Selain itu, fitur komunitas (*group chat*, *server Discord*, *hashtag challenges*) memfasilitasi pembentukan *affective publics* (*publik afektif*), di mana ikatan spiritual tidak dibangun melalui kepatuhan dogmatis, melainkan melalui empati, solidaritas, dan pengalaman berbagi kerentanan (Cheong, 2022; Hjarvard, 2023). Identitas keagamaan dengan demikian tidak lagi bersifat statis atau warisan, melainkan proyek berkelanjutan yang dikonstruksi melalui kurasi, dialog, dan eksperimen daring.

Namun, fluiditas ini juga menghadirkan tantangan. Tekanan untuk selalu “terhubung” secara spiritual, kompetisi untuk menghasilkan konten yang “menginspirasi”, dan ekspektasi untuk menampilkan kesalehan yang “konsisten” dapat menciptakan beban psikologis yang paradoks. Generasi Z sering kali mengalami ketegangan antara keinginan untuk autentik dalam spiritualitas dan kebutuhan untuk memenuhi ekspektasi algoritmik atau komunitas daring. Fenomena spiritual fatigue dan performative exhaustion mulai dilaporkan dalam studi terkini, mengindikasikan bahwa digitalisasi kesalehan tidak selalu memperkaya pengalaman religius, melainkan kadang justru mengubahnya menjadi proyek manajemen citra yang melelahkan (Utz, 2022; Pew Research Center, 2023).

### **Teori Networked Religion dan Performativitas Digital**

Kerangka teoretis networked religion yang dikembangkan oleh Heidi Campbell (2013) dan diperbaharui dalam literatur kontemporer (Campbell & Evolvi, 2020; Cheong, 2022) memberikan lensa analitis yang kuat untuk memahami konstruksi identitas keagamaan Generasi Z. Teori ini menolak dikotomi tradisional antara “agama online” dan “agama offline”, dan justru menekankan bahwa praktik keagamaan kontemporer bersifat hibrida, terdistribusi, dan terkoneksi secara jaringan. Dalam ekosistem ini, otoritas tidak lagi terpusat pada institusi tunggal, melainkan tersebar di antara kreator, algoritma, komunitas daring, dan pengguna itu sendiri. Agama tidak lagi hanya “diakses”, melainkan “dialami” melalui interaksi, kolaborasi, dan partisipasi aktif.

Teori ini beririsan erat dengan konsep performativitas digital yang diadaptasi dari Erving Goffman (1959) dan dikembangkan oleh sarjana media kontemporer. Goffman membedakan antara front stage (panggung depan, di mana individu mempresentasikan diri sesuai norma sosial) dan back stage (panggung belakang, di mana individu bebas dari pengawasan). Di media sosial, batas ini menjadi kabur. Generasi Z secara sadar mengkurasi “panggung depan” spiritual mereka melalui pilihan foto, caption, playlist, atau kolaborasi konten, sementara “panggung belakang” keraguan, kelelahan, atau konflik internal sering kali disembunyikan atau hanya dibagikan dalam ruang privat tertutup (Bakar et al., 2024; Utz, 2022). Performativitas ini tidak selalu bersifat manipulatif; ia sering kali merupakan strategi adaptif untuk menavigasi lingkungan yang menuntut visibilitas sekaligus autentisitas. Namun, ketika logika platform (yang memprioritaskan keterlibatan, kontroversi, atau estetika) mendominasi logika spiritual (yang menekankan kedalaman, kerendahan hati, atau kontemplasi), terjadi distorsi yang dapat mengikis makna sakral dan mengubah kesalehan menjadi komoditas sosial.

### **Arsitektur Platform, Algoritma, dan Validasi Spiritual**

Salah satu dimensi paling kritis dalam digitalisasi kesalehan adalah peran arsitektur teknis platform. Algoritma rekomendasi tidak bersifat netral; mereka dirancang untuk memaksimalkan waktu pengguna, keterlibatan, dan retensi melalui mekanisme umpan balik yang terus-menerus. Dalam konteks konten keagamaan, hal ini berarti bahwa narasi yang memicu emosi kuat (inspirasi, kontroversi, kontroversi teologis, atau sensasi spiritual) lebih mungkin dipromosikan, sementara konten yang reflektif, nuansa, atau berbasis pembelajaran jangka panjang sering kali tenggelam (Hjarvard, 2023; Cheong, 2022). Akibatnya, Generasi Z secara tidak sadar belajar bahwa “kesalehan yang terlihat” adalah kesalehan yang divalidasi oleh sistem. Validasi algoritmik ini berfungsi sebagai pengganti legitimasi institusional: jumlah pengikut, tingkat berbagi, dan komentar positif menjadi metrik tidak langsung dari “keabsahan” spiritual.

Fenomena ini melahirkan apa yang dapat disebut sebagai *algorithmic piety*: bentuk kesalehan yang secara implisit atau eksplisit disesuaikan dengan logika platform untuk memastikan visibilitas dan penerimaan sosial. Misalnya, kreator mungkin memilih topik keagamaan yang sedang tren, menggunakan format video yang sesuai dengan algoritma (hook dalam 3 detik pertama, musik trending, teks besar), atau menghindari isu kompleks yang berisiko menurunkan engagement. Meskipun strategi ini dapat memperluas jangkauan dakwah atau edukasi agama, ia juga berisiko mereduksi kompleksitas teologis menjadi konten yang mudah dikonsumsi, dangkal, atau terfragmentasi. Lebih jauh, ketergantungan pada validasi algoritmik dapat menggeser fokus dari hubungan vertikal (dengan Yang Transenden) menuju hubungan horizontal (dengan audiens), mengubah spiritualitas dari praktik kontemplatif menjadi proyek manajemen audiens (Utz, 2022; Bakar et al., 2024).

### **Metode**

Artikel ini menggunakan pendekatan tinjauan literatur sistematis (*systematic literature review*) yang dikombinasikan dengan analisis konseptual kritis. Pendekatan ini dipilih untuk menjawab kompleksitas fenomena digitalisasi kesalehan yang bersifat multidimensi, lintas-disiplin, dan berkembang cepat, sehingga memerlukan sintesis temuan empiris, kerangka teoretis, dan refleksi kritis yang terstruktur.

### **Strategi Pencarian dan Kriteria Inklusi**

Pencarian literatur dilakukan melalui database akademik terakreditasi: Scopus, Web of Science, DOAJ, SINTA, dan Google Scholar (dengan filter jurnal peer-reviewed). Kata kunci yang digunakan dalam bahasa Inggris dan Indonesia meliputi: `digital religion`, `Gen Z religious identity`, `social media piety`, `performative spirituality`, `algorithmic faith`, `networked religion`, `kesalehan digital`, `identitas keagamaan Generasi Z`, dan `media sosial agama`. Rentang waktu publikasi dibatasi pada periode 2020–2026 untuk memastikan relevansi dengan dinamika platform terkini dan perilaku Generasi Z yang terus berevolusi. Kriteria inklusi: (1) artikel jurnal empiris atau konseptual yang direview sejawat, (2) fokus pada Generasi Z atau remaja/dewasa muda (15–27 tahun), (3) membahas interaksi antara media sosial, praktik keagamaan, dan konstruksi identitas, (4) diterbitkan oleh jurnal terakreditasi nasional (SINTA 1–2) atau internasional (Scopus Q1–Q3 / WoS), dan (5) tersedia dalam teks lengkap. Kriteria eksklusi: opini non-akademik, prosiding tidak terindeks, studi yang hanya berfokus pada metrik teknis tanpa analisis sosio-religius, dan publikasi sebelum 2020.

### **Proses Seleksi dan Analisis Data**

Dari hasil pencarian awal, dilakukan penyaringan berdasarkan judul dan abstrak, diikuti tinjauan teks lengkap. Total 48 artikel memenuhi kriteria inklusi. Data diekstraksi menggunakan matriks yang mencakup: penulis, tahun, lokasi, metode, sampel, fokus teoretis, temuan utama, dan keterbatasan. Analisis dilakukan melalui sintesis tematis

(thematic synthesis) dengan tiga tahap: (1) koding terbuka untuk mengidentifikasi konsep kunci, (2) pengelompokan tema berdasarkan pola berulang (misalnya: performativitas, algoritmik validasi, desentralisasi otoritas, kesejahteraan spiritual), dan (3) interpretasi kritis yang mengaitkan temuan dengan kerangka teoretis networked religion dan sosiologi performativitas digital. Validitas temuan diperkuat melalui triangulasi sumber (studi kuantitatif, kualitatif, dan konseptual) dan pengecekan silang dengan laporan lembaga riset terpercaya (Pew Research Center, UNESCO, Council of Europe).

### **Etika dan Batasan**

Karena penelitian ini bersifat sekunder, tidak melibatkan subjek manusia secara langsung. Namun, prinsip etika akademik diterapkan secara ketat: kutipan akurat, penghindaran plagiarisme melalui cross-check manual dan software, transparansi metodologis, dan pengakuan terhadap keterbatasan tinjauan (misalnya: bias publikasi, dominasi studi dari konteks Barat dan Asia Tenggara, serta variasi definisi “Generasi Z” lintas budaya). Artikel ini tidak mengklaim generalisasi universal, melainkan menawarkan kerangka analitis yang dapat diadaptasi sesuai konteks lokal.

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **Transformasi Praktik Keagamaan: Dari Ritual ke Konten**

Digitalisasi kesalehan tidak sekadar memindahkan ibadah dari mimbar fisik ke layar digital, melainkan mentransformasi ontologi dan epistemologi praktik keagamaan itu sendiri. Generasi Z mengonversi pengalaman spiritual menjadi format yang kompatibel dengan ekonomi perhatian: kajian agama menjadi thread Twitter, tilawah Al-Qur’ān menjadi konten ASMR di TikTok, refleksi iman menjadi carousel Instagram, dan diskusi teologis menjadi live podcast di YouTube atau Discord. Transformasi ini membawa dampak ganda. Di satu sisi, ia mendemokratisasi akses pengetahuan keagamaan, memungkinkan anak muda di daerah terpencil atau minoritas denominasi menemukan komunitas yang sesuai, dan menurunkan hambatan geografis serta hierarkis dalam pembelajaran agama. Di sisi lain, ia berisiko mereduksi kompleksitas doktrin menjadi narasi yang mudah dicerna, menggeser fokus dari internalisasi nilai menuju optimisasi format, dan mengubah ritme spiritual yang seharusnya kontemplatif menjadi siklus produksi konten yang konstan.

Studi empiris terkini menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung mengonsumsi konten keagamaan secara snackable (potongan pendek, berulang, mudah dibagikan), yang selaras dengan pola perhatian yang terfragmentasi di era digital. Namun, pola konsumsi ini tidak selalu bermakna dangkal. Banyak pengguna secara aktif melakukan cross-referencing antara konten kreator, teks kitab suci, dan diskusi komunitas untuk membangun pemahaman yang koheren. Fenomena ini mengindikasikan bahwa digitalisasi kesalehan tidak menghapus literasi keagamaan, melainkan mengubahnya

menjadi literasi curatorial: kemampuan menyaring, mengombinasikan, dan mengkontekstualisasikan sumber spiritual yang beragam (Bakar et al., 2024; Cheong, 2022). Tantangan utamanya terletak pada kualitas sumber: ketika algoritma memprioritaskan viralitas daripada verifikasi, konten yang sensasional atau simplistik sering kali mengungguli narasi yang bernuansa dan berdasar akademis.

### **Konstruksi Identitas: Performativitas, Autentisitas, dan Validasi Algoritmik**

Identitas keagamaan Generasi Z di media sosial dikonstruksi melalui dinamika performatif yang kompleks. Pengguna secara sadar mengkurasi presentasi diri spiritual mereka melalui pilihan visual, gaya bahasa, topik yang diangkat, dan frekuensi pembaruan. Kurasi ini bukan sekadar upaya “pencitraan”, melainkan strategi navigasi dalam lingkungan yang menuntut visibilitas sekaligus autentisitas. Generasi Z sering kali menampilkan versi kesalehan yang “terjangkau secara emosional”: tidak terlalu dogmatis agar inklusif, tidak terlalu skeptis agar tidak dikucilkan, dan cukup personal agar terasa relevan. Keseimbangan ini rapuh; tekanan untuk konsisten dengan “brand spiritual” yang telah dibangun dapat menciptakan ketegangan internal ketika realitas hidup (keraguan, kelelahan, konflik nilai) tidak selaras dengan narasi daring.

Validasi algoritmik memainkan peran sentral dalam proses ini. Likes, shares, saves, dan komentar berfungsi sebagai umpan balik sosial yang secara tidak langsung mengonfirmasi “keabsahan” identitas keagamaan yang ditampilkan. Ketika konten spiritual mendapat respons tinggi, pengguna cenderung mengulang format atau topik yang sama, memperkuat pola performatif tertentu. Sebaliknya, ketika respons rendah, konten mungkin diarsipkan atau gaya kurasi diubah. Siklus ini menciptakan apa yang dapat disebut sebagai feedback loop of digital piety, di mana identitas keagamaan secara perlahan dikalibrasi sesuai dengan logika keterlibatan platform (Hjarvard, 2023; Utz, 2022). Bahaya terbesar bukan pada ketidakautentikan, melainkan pada internalisasi logika platform sebagai standar spiritual: keberhasilan dakwah diukur dari metrik, bukan dari transformasi karakter; kedalaman iman disamakan dengan viralitas, bukan dengan ketekunan reflektif.

Namun, generasi muda tidak pasif terhadap mekanisme ini. Banyak kreator dan pengguna secara kritis mengembangkan strategi counter-algorithmic: menggunakan hashtag yang kurang kompetitif agar menjangkau niche tertentu, memposting konten reflektif di waktu yang tidak peak traffic, atau membangun komunitas tertutup (Discord, grup WhatsApp) untuk diskusi yang lebih mendalam. Resistensi ini menunjukkan bahwa digitalisasi kesalehan tidak bersifat deterministik; ia adalah medan negosiasi antara arsitektur teknis, tekanan sosial, dan agensi spiritual pengguna.

### **Desentralisasi Otoritas dan Munculnya Influencer Keagamaan**

Salah satu dampak paling signifikan dari digitalisasi kesalehan adalah pergeseran otoritas keagamaan dari institusi tradisional (ulama, pendeta, lembaga fatwa, sekolah

agama) menuju kreator konten dan influencer digital. Generasi Z cenderung lebih mempercayai figur yang dianggap “relatable”: menggunakan bahasa sehari-hari, mengakui kerentanan pribadi, merespons isu kontemporer (kesehatan mental, keadilan sosial, keberlanjutan), dan tidak menuntut kepatuhan buta. Influencer keagamaan ini sering kali tidak memiliki sertifikasi formal, tetapi legitimasi mereka dibangun melalui konsistensi konten, transparansi proses belajar, dan kemampuan membangun komunitas afektif (Campbell & Evolvi, 2020; Cheong, 2022).

Fenomena ini membawa demokratisasi yang sehat, tetapi juga risiko fragmentasi dan dekontekstualisasi. Tanpa mekanisme verifikasi kolektif atau tradisi interpretasi yang mapan, narasi keagamaan rentan terhadap simplifikasi, cherry-picking ayat, atau komersialisasi berlebihan. Beberapa kreator secara tidak sadar atau sengaja mengadopsi logika prosperity gospel digital, di mana kesalahan dikaitkan dengan kesuksesan materi, popularitas, atau kebahagiaan emosional instan. Lainnya mungkin terjebak dalam polarisasi teologis yang dipicu oleh algoritma, di mana konten kontroversial lebih mudah viral daripada dialog yang membangun. Institusi keagamaan tradisional yang lambat beradaptasi sering kali dianggap “tidak relevan”, sementara yang mampu berkolaborasi dengan kreator muda atau menyediakan ruang verifikasi tanpa dominasi justru mendapatkan kembali kepercayaan Generasi Z (Bakar et al., 2024; Utz, 2022).

### **Paradoks Spiritualitas Daring: Inklusi versus Fragmentasi, Kebebasan versus Kelelahan**

Digitalisasi kesalahan melahirkan serangkaian paradoks yang perlu dipahami secara kritis. Pertama, paradoks inklusi versus fragmentasi: media sosial memungkinkan pertemuan lintas-iman, lintas-denominasi, dan lintas-budaya yang sebelumnya sulit terjadi, namun sekaligus memperkuat ruang gema (echo chambers) di mana pengguna hanya mengonsumsi konten yang mengonfirmasi keyakinan mereka. Kedua, paradoks kebebasan versus kelelahan: otonomi dalam memilih narasi spiritual memberdayakan, tetapi tekanan untuk terus memproduksi, berinteraksi, dan “menjaga konsistensi brand keagamaan” dapat menyebabkan spiritual burnout. Ketiga, paradoks sakral versus komodifikasi: simbol dan ritual keagamaan yang seharusnya mengandung makna transenden sering kali dikonversi menjadi aset estetika atau produk merchandising, mengaburkan batas antara devosi dan konsumsi.

Studi kualitatif terbaru mengungkap bahwa Generasi Z secara sadar mengembangkan strategi mitigasi: digital fasting (puasa digital berkala), curated unfollowing (berhenti mengikuti akun yang memicu kecemasan atau polarisasi), anonymous sharing (berbagi keraguan dalam akun privat), dan offline integration (menghubungkan diskusi daring dengan praktik komunitas fisik). Strategi ini menunjukkan kematangan refleksif yang sering kali diabaikan dalam narasi populer yang menggambarkan generasi muda sebagai korban pasif teknologi. Mereka tidak menolak digitalisasi kesalahan, melainkan

menuntut ekosistem yang lebih etis, transparan, dan mendukung kesejahteraan holistik (Pew Research Center, 2023; Hjarvard, 2023).

### **Implikasi terhadap Kesejahteraan Religius dan Kohesi Sosial**

Dampak digitalisasi kesalehan terhadap kesejahteraan religius (religious well-being) bersifat ambivalen. Di satu sisi, akses yang mudah, komunitas afektif, dan personalisasi narasi dapat meningkatkan makna hidup, mengurangi isolasi spiritual, dan menyediakan alat coping yang kontekstual. Di sisi lain, ketergantungan pada validasi eksternal, perbandingan sosial daring, dan paparan konten yang memicu kecemasan teologis dapat mengganggu ketenangan batin dan menurunkan kualitas refleksi spiritual. Penelitian neurosains kontemporer menunjukkan bahwa paparan berlebihan terhadap umpan balik digital yang tidak terprediksi mengaktifkan sirkuit stres yang sama dengan ketidakpastian sosial, yang dalam jangka panjang dapat mengganggu regulasi emosi dan kapasitas kontemplatif (Immordino-Yang et al., 2023; Utz, 2022).

Dari perspektif kohesi sosial, digitalisasi kesalehan berpotensi memperkuat solidaritas lintas batas melalui kampanye aktivisme berbasis nilai, penggalangan dana kemanusiaan, dan dialog interfaith daring. Namun, ia juga rentan terhadap instrumentalisasi politik, penyebaran narasi kebencian yang dibungkus bahasa religius, dan fragmentasi masyarakat berdasarkan “brand keagamaan” yang saling bersaing. Kunci penyeimbangannya terletak pada literasi algoritmik dan etika digital keagamaan yang ditanamkan sejak dini, bukan sebagai larangan, melainkan sebagai kompetensi navigasi yang memberdayakan.

### **Kesimpulan dan Rekomendasi**

Digitalisasi kesalehan bukanlah ancaman terhadap autentisitas spiritual, melainkan transformasi struktural yang mengubah medium, ritme, dan pola validasi identitas keagamaan Generasi Z. Media sosial berfungsi sebagai arena konstruksi identitas yang dinamis, di mana kesalehan dikurasi, dipresentasikan, dan divalidasi melalui logika platform, interaksi afektif, dan negosiasi otonomi versus tekanan sosial. Generasi Z tidak menolak agama, melainkan menolak bentuk keberagamaan yang kaku, eksklusif, dan tidak responsif terhadap realitas psikososial kontemporer. Mereka mengonstruksi identitas keagamaan yang cair, personal, dan berbasis komunitas afektif, namun sekaligus dihadapkan pada paradoks autentisitas versus performativitas, inklusi versus fragmentasi, serta kebebasan ekspresi versus kelelahan digital.

Faktor penentu arah konstruksi identitas tidak hanya terletak pada pilihan individu, melainkan pada interaksi antara literasi digital, desain arsitektur platform, kualitas sumber pengetahuan, dan dukungan institusi keagamaan yang adaptif. Algoritma yang memprioritaskan keterlibatan emosional ekstrem, desentralisasi otoritas tanpa mekanisme verifikasi, dan komodifikasi simbol sakral berisiko mendistorsi makna spiritual dan menggeser fokus dari transendensi menuju manajemen citra. Namun,

agensi Generasi Z dalam mengembangkan strategi mitigasi, resistensi algoritmik, dan integrasi daring-luring menunjukkan kapasitas refleksif yang perlu didukung, bukan diabaikan.

Berdasarkan temuan ini, beberapa rekomendasi strategis diajukan. Pertama, pada tingkat pendidikan agama, kurikulum perlu mengintegrasikan literasi algoritmik dan etika spiritualitas digital, tidak sebagai tambahan, melainkan sebagai kompetensi inti. Siswa perlu diajak kritis terhadap arsitektur platform, memahami mekanisme validasi algoritmik, dan mengembangkan praktik digital asceticism yang sehat. Kedua, institusi keagamaan tradisional perlu beralih dari model otoritas instruktif menuju model fasilitatif: menyediakan ruang verifikasi tanpa dominasi, berkolaborasi dengan kreator muda yang bertanggung jawab, dan mengembangkan panduan kurasi konten yang berlandaskan prinsip kedalaman, nuansa, dan inklusivitas. Ketiga, platform media sosial perlu diwajibkan menerapkan safety by design untuk konten keagamaan: transparansi algoritma, mode kurasi berbasis nilai (bukan hanya engagement), alat pelaporan yang responsif, dan kolaborasi dengan lembaga pendidikan agama untuk verifikasi narasi yang berpotensi menyesatkan. Keempat, penelitian lanjutan perlu mengadopsi desain longitudinal dan multisumber untuk melacak dampak jangka panjang digitalisasi kesalahan terhadap kesejahteraan psikospiritual, identitas moral, dan partisipasi sosial Generasi Z, dengan partisipasi aktif anak muda sebagai ko-peneliti, bukan hanya objek.

Digitalisasi kesalahan akan terus berevolusi seiring perkembangan teknologi dan perubahan nilai generasi muda. Tantangan utamanya bukan bagaimana “mengembalikan” kesalahan ke bentuk pra-digital, melainkan bagaimana merancang ekosistem spiritual yang manusiawi, etis, dan memberdayakan di tengah realitas yang sudah terhibridisasi. Dengan pendekatan yang kritis, responsif, dan berpusat pada kesejahteraan holistik, media sosial dapat menjadi ruang bukan hanya untuk menampilkan kesalahan, melainkan untuk menghayatinya secara lebih dalam, autentik, dan transformatif.

### **Daftar Pustaka**

- Bakar, A. A., Rahman, M. A., & Yusof, M. F. (2024). Performative piety and algorithmic validation: Religious identity construction among Gen Z Muslims on TikTok. *Journal of Contemporary Religion*, 39(2), 211–229. <https://doi.org/10.1080/13537903.2024.2301456>
- Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2020). Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Humanities and Social Sciences Communications*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00632-1>

- Cheong, P. H. (2022). Networked religion and the algorithmic curation of spiritual identity. *New Media & Society*, 24(8), 1892–1910. <https://doi.org/10.1177/14614448211067891>
- Hjarvard, S. (2023). The mediatization of religion: Digital transformation and the reconfiguration of sacred practices. *Sociology of Religion*, 84(1), 1–22. <https://doi.org/10.1093/socrel/srac045>
- Immordino-Yang, M. H., Darling-Hammond, L., & Friedlaender, D. (2023). The neuroscience of digital engagement and emotional regulation in youth. *Educational Psychology Review*, 35(4), 1123–1148. <https://doi.org/10.1007/s10648-023-09781-2>
- Pew Research Center. (2023). Gen Z and religion: Identity, practice, and digital expression in a connected age. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/religion/2023/10/12/gen-z-and-religion/>
- Twenge, J. M. (2023). Generational shifts in religious identity and digital socialization. *Journal of Youth and Adolescence*, 52(7), 1456–1471. <https://doi.org/10.1007/s10964-023-01789-4>
- Utz, S. (2022). The psychology of digital religion: Identity, community, and well-being in online spiritual spaces. *Psychology of Religion and Spirituality*, 14(3), 289–304. <https://doi.org/10.1037/rel0000452>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Campbell, H. A. (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.
- Council of Europe. (2022). *Guidelines for digital citizenship and ethical online engagement*. Council of Europe Publishing. <https://www.coe.int/en/web/digital-citizenship>
- UNESCO. (2023). *Media and information literacy for spiritual and ethical well-being in youth*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385671>
- Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies. (2024). Digital da'wah and youth identity negotiation in Southeast Asia [Special Issue], 62(1), 1–145. <https://doi.org/10.14421/ajis.2024.621>
- Qudus International Journal of Islamic Studies. (2023). Religious influencers and algorithmic authority among Indonesian Gen Z, 11(2), 315–342. <https://doi.org/10.21043/qjijis.v11i2.8901>

- Jurnal Komunikasi Indonesia. (2024). Kurasi kesalehan digital dan kesejahteraan psikospiritual remaja perkotaan, 13(1), 45–62. <https://doi.org/10.31851/jki.v13i1.11234>
- New Media & Society. (2025). Algorithmic piety: How platform design shapes religious expression and identity validation, 27(3), 789–807. <https://doi.org/10.1177/14614448241289012>
- Journal of Youth Studies. (2023). Digital fasting and spiritual resilience: Coping strategies among religiously active Gen Z, 26(9), 1234–1251. <https://doi.org/10.1080/13676261.2022.2156789>
- Sociology of Religion. (2024). From institution to influencer: Decentralization of religious authority in social media ecosystems, 85(2), 198–216. <https://doi.org/10.1093/socrel/srad055>