



Analisis Transformasi Nilai Keagamaan Dalam Praktik Sosial Generasi Muda Kota Baubau Pada Era Digitalisasi Media Sosial

Irma Purnamayanti¹, La Hanuddin², Rahmat Haniru³, Habib Khadim Haramain^{4*}

Universitas Muhammadiyah Buton

Corresponding author: irmapurnamayanti89@gmail.com,

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah menghadirkan ruang baru bagi generasi muda dalam memperoleh informasi, membangun interaksi sosial, dan mengekspresikan nilai keagamaan. TikTok sebagai salah satu platform media sosial yang banyak digunakan generasi muda tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga menjadi ruang penyebaran pesan keagamaan, pembentukan sikap, serta negosiasi nilai dalam kehidupan sosial. Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk transformasi nilai keagamaan dalam praktik sosial generasi muda Kota Baubau pada era digitalisasi media sosial serta mengidentifikasi pola perubahan nilai yang muncul dalam interaksi antara ruang digital dan kehidupan sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap 32 informan generasi muda Kota Baubau, observasi terhadap 20 konten TikTok, serta diskusi pakar (expert judgment) sebagai bagian dari validasi temuan. Data dianalisis menggunakan analisis tematik melalui tahapan pengorganisasian data, pengodean, kategorisasi tema, interpretasi, dan triangulasi. Hasil sementara menunjukkan bahwa transformasi nilai keagamaan tidak semata-mata berbentuk pelemahan nilai, tetapi berlangsung melalui empat pola, yaitu penguatan, pergeseran, penyesuaian, dan negosiasi nilai. Pada aspek akhlak, transformasi terlihat melalui semakin pentingnya kesadaran menjaga pilihan kata dan etika komunikasi. Pada aspek toleransi, generasi muda menunjukkan kecenderungan menghindari konflik terbuka ketika menghadapi perbedaan, meskipun respons terhadap perbedaan masih beragam. Pada aspek kepedulian, TikTok berfungsi sebagai ruang penyebaran informasi sosial yang dapat mendorong tindakan membantu dan berbagi, tetapi pengguna tetap melakukan seleksi terhadap kebenaran informasi. Sementara itu, nilai keluarga dan penghormatan kepada orang tua tetap dipertahankan, tetapi praktik komunikasinya mengalami penyesuaian dengan pola interaksi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok lebih tepat dipahami sebagai ruang mediasi transformasi nilai daripada sebagai penyebab tunggal perubahan nilai keagamaan generasi muda.

Kata kunci: *Transformasi nilai keagamaan; praktik sosial; generasi muda; TikTok; digitalisasi media sosial*

ABSTRACT

The development of social media has created a new space for young people to access information, build social interactions, and express religious values. TikTok, as one of the social media platforms widely used by young people, serves not only as a space for entertainment but also as a medium for disseminating religious messages, shaping attitudes, and negotiating

values in social life. This study aims to analyze the forms of transformation of religious values in the social practices of young people in Baubau City in the era of social media digitalization and to identify patterns of value change emerging from the interaction between digital spaces and social life. This study employed a qualitative approach with a case study design. Data were collected through in-depth interviews with 32 young people in Baubau City, observations of 20 TikTok contents, and expert judgment as part of the validation process. The data were analyzed thematically through the stages of data organization, coding, thematic categorization, interpretation, and triangulation. The preliminary findings indicate that the transformation of religious values does not simply take the form of value decline; rather, it occurs through four patterns: reinforcement, shifting, adaptation, and negotiation of values. In terms of moral conduct (akhlak), transformation is reflected in the growing awareness of the importance of choosing appropriate words and maintaining ethical communication. In terms of tolerance, young people tend to avoid open conflict when encountering differences, although their responses to diversity remain varied. Regarding social concern, TikTok functions as a space for disseminating social information that can encourage acts of helping and sharing, while users continue to exercise discretion in assessing the accuracy of information. Meanwhile, family values and respect for parents remain strongly maintained, although their modes of communication have been adapted to patterns of digital interaction. These findings indicate that TikTok is better understood as a space that mediates the transformation of religious values rather than as a single causal factor driving changes in the religious values of young people.

Keywords: Religious value transformation; social practices; young people; TikTok; social media digitalization

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital, khususnya media sosial, telah memengaruhi pola generasi muda dalam memperoleh informasi, memahami ajaran, serta mengaktualisasikan nilai-nilai keagamaan. Media sosial pada perkembangannya tidak lagi sebatas menjadi alat untuk berkomunikasi, tetapi telah berkembang menjadi lingkungan yang memungkinkan terjadinya proses belajar agama, pembentukan identitas keberagamaan, hingga interaksi antarpengguna dalam membicarakan persoalan keagamaan. Dalam kondisi demikian, agama turut mengalami proses **mediatization**, yakni suatu keadaan ketika pengalaman dan praktik keagamaan semakin berinteraksi dengan pola kerja serta karakteristik media digital [9]. Kehadiran media digital juga menyebabkan sumber otoritas keagamaan menjadi semakin beragam. Jika sebelumnya rujukan keagamaan lebih banyak diperoleh melalui lembaga atau tokoh agama yang bersifat konvensional, kini generasi muda dapat menemukan berbagai tokoh, sumber pengetahuan, dan pandangan keagamaan melalui ruang digital [6][10].

Pada dasarnya, perkembangan media sosial memiliki peluang untuk mendukung penguatan nilai keagamaan di kalangan generasi muda. Akses terhadap informasi keagamaan yang semakin mudah dapat membantu memperluas wawasan, membangun komunikasi dengan komunitas keagamaan, serta mendorong keterlibatan dalam berbagai aktivitas religius. Akan tetapi, realitas penggunaan media sosial menunjukkan kondisi yang lebih kompleks. Generasi muda tidak hanya memperoleh materi keagamaan, tetapi juga berhadapan dengan berbagai pandangan, nilai, ideologi, budaya populer, dan pola kehidupan yang berasal dari latar belakang yang beragam. Hasil penelitian terhadap Generasi Z Muslim di wilayah perkotaan memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial dapat memberikan pengaruh terhadap

pemahaman akidah. Penelitian lainnya juga menemukan adanya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan perilaku keagamaan peserta didik [1][11]. Hal tersebut menunjukkan bahwa media digital memiliki posisi ganda, yaitu sebagai media penyebaran nilai agama sekaligus sebagai ruang tempat nilai tersebut dipahami, ditafsirkan, dipertimbangkan kembali, dan disesuaikan dengan kondisi sosial penggunanya.

Persoalan tersebut menjadi semakin relevan apabila dikaitkan dengan karakter generasi muda yang memiliki kedekatan tinggi dengan teknologi digital. Kehidupan Generasi Z berlangsung dalam lingkungan sosial yang memungkinkan interaksi dengan berbagai informasi dan kelompok secara cepat. Kajian mengenai religiositas Generasi Z menunjukkan bahwa corak keberagamaan kelompok ini tidak dapat dilepaskan dari kondisi sosial dan budaya yang melingkupinya, termasuk lingkungan tempat mereka tumbuh dan menjalani kehidupan sehari-hari [7]. Selain itu, perkembangan urbanisasi dan modernisasi juga telah memengaruhi pola hubungan serta interaksi sosial masyarakat Indonesia [8]. Perpaduan antara perubahan kehidupan perkotaan dan tingginya penggunaan media sosial kemudian membentuk lingkungan sosial baru yang turut memengaruhi proses pembentukan maupun perubahan nilai keagamaan generasi muda.

Fenomena tersebut memiliki relevansi untuk diteliti dalam konteks Kota Baubau. Sebagai bagian dari perkembangan kehidupan masyarakat perkotaan, penggunaan media sosial menghadirkan ruang interaksi antara nilai-nilai yang telah diperoleh generasi muda melalui keluarga, pendidikan, komunitas, serta tradisi keagamaan lokal dengan berbagai informasi dan wacana yang mereka temukan di dunia digital. Keadaan ini menunjukkan adanya pertemuan antara nilai yang selama ini menjadi pedoman kehidupan dengan berbagai pengaruh baru yang hadir melalui perkembangan teknologi. Dengan demikian, terdapat perbedaan antara kondisi ideal, yaitu tetap kuatnya nilai keagamaan sebagai pedoman dalam kehidupan sosial generasi muda, dan kondisi faktual yang menunjukkan bahwa nilai tersebut terus berhadapan dengan deras arus informasi, perubahan budaya, serta munculnya sumber otoritas keagamaan baru di media digital. Perubahan itu tidak hanya terlihat pada cara generasi muda memahami agama, tetapi juga pada bagaimana mereka menerapkan, menyesuaikan, dan menunjukkan nilai keagamaan melalui kehidupan sosial sehari-hari.

Walaupun pembahasan mengenai hubungan agama dengan media digital telah banyak dilakukan, penelitian yang secara khusus mengkaji perubahan nilai keagamaan generasi muda dalam kehidupan sosial, terutama pada konteks kota menengah seperti Kota Baubau, masih relatif terbatas. Sejumlah penelitian sebelumnya lebih berfokus pada hubungan media sosial dengan akidah dan perilaku keagamaan [1][11], karakter religiositas Generasi Z [7], serta perubahan bentuk otoritas keagamaan akibat perkembangan ruang digital [6][10]. Penelitian-penelitian tersebut memberikan landasan penting untuk memahami hubungan agama dan media sosial. Namun demikian, masih terdapat ruang kajian mengenai bagaimana nilai keagamaan yang diperoleh dari lingkungan sosial lokal berinteraksi dengan berbagai pengaruh digital, kemudian mengalami proses perubahan dan tercermin dalam perilaku sosial generasi muda di Kota Baubau. Kondisi tersebut menjadi celah penelitian yang penting untuk dikaji secara lebih mendalam.

Keunikan penelitian ini terletak pada sudut pandang yang menempatkan transformasi nilai keagamaan sebagai suatu proses yang tidak berhenti pada perubahan pola konsumsi informasi agama ataupun cara generasi muda menampilkan keberagamaannya di media sosial. Penelitian ini berusaha melihat bagaimana nilai tersebut mengalami proses pemaknaan ulang

dan negosiasi hingga memengaruhi kehidupan sosial generasi muda. Pemilihan Kota Baubau sebagai lokasi penelitian juga memberikan konteks tersendiri karena terdapat pertemuan antara nilai dan tradisi keagamaan yang berkembang di lingkungan lokal dengan berbagai pengaruh budaya serta informasi yang hadir melalui ruang digital. Melalui pendekatan tersebut, penelitian diharapkan mampu menggambarkan secara lebih kontekstual bagaimana generasi muda membangun kembali pemaknaan terhadap nilai keagamaan yang telah diperoleh dari lingkungan sosialnya ketika menghadapi perubahan kehidupan pada era digital.

Atas dasar kondisi tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji bagaimana transformasi nilai keagamaan muncul dalam praktik sosial generasi muda Kota Baubau di tengah perkembangan media sosial, sekaligus mengidentifikasi berbagai faktor sosial dan digital yang berperan dalam proses tersebut. Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian sosiologi agama, terutama dalam menjelaskan keterkaitan antara perkembangan teknologi digital, perubahan nilai keagamaan, dan dinamika praktik sosial generasi muda. Sementara itu, secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan dalam pengembangan pendidikan keagamaan, peningkatan kemampuan literasi digital, serta penguatan moderasi beragama yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan sosial dan perkembangan lingkungan digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif dan perspektif etnografi digital (*digital ethnography*). Pendekatan tersebut digunakan untuk memahami secara mendalam proses transformasi nilai keagamaan serta keterkaitannya dengan praktik sosial generasi muda dalam lingkungan digital. Penelitian berfokus pada pengalaman generasi muda Kota Baubau dalam memahami, memaknai, menerapkan, menegosiasikan, dan mengekspresikan nilai keagamaan, baik melalui aktivitas di ruang digital maupun dalam kehidupan sosial sehari-hari. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali pengalaman dan pemaknaan informan secara kontekstual [12].

Informan penelitian ditentukan secara purposive berdasarkan kriteria yang telah disesuaikan dengan tujuan penelitian, yaitu berusia 18–30 tahun, berdomisili di Kota Baubau, berstatus sebagai mahasiswa atau pekerja muda, serta aktif menggunakan TikTok secara rutin. Penelitian melibatkan 30 informan yang dipilih berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan TikTok dan berinteraksi dengan konten yang berkaitan dengan nilai keagamaan. Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri, yang didukung oleh pedoman wawancara, pedoman observasi, dan lembar dokumentasi untuk membantu proses pengumpulan dan pencatatan data secara sistematis.

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi terhadap aktivitas sosial dan keagamaan, serta pengamatan terhadap aktivitas digital pada TikTok. Pengamatan digital meliputi konten, unggahan, komentar, dan bentuk interaksi yang relevan dengan fokus penelitian. Wawancara dilakukan berdasarkan pedoman yang mencakup pengalaman penggunaan TikTok, pemahaman terhadap nilai keagamaan, bentuk penerapan nilai dalam kehidupan sosial, serta perubahan atau penyesuaian nilai yang dirasakan informan. Data hasil wawancara dituangkan dalam bentuk transkrip, sedangkan hasil observasi dicatat secara sistematis. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data hasil wawancara dan observasi. Selain data primer, penelitian memanfaatkan literatur yang relevan dengan nilai keagamaan, religiositas generasi muda, praktik sosial, dan perkembangan media digital sebagai data

pendukung.

Analisis data dilakukan secara tematik melalui proses pengorganisasian data, transkripsi, pemberian kode, pengelompokan data berdasarkan tema, identifikasi pola, dan interpretasi. Analisis difokuskan pada empat aspek nilai keagamaan, yaitu norma, sikap, ekspresi, dan tindakan sosial. Data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi digital dibandingkan secara berulang untuk menemukan pola transformasi nilai, bentuk negosiasi nilai, serta keterkaitan antara penggunaan TikTok dan praktik sosial keagamaan generasi muda. Proses interpretasi dilakukan dengan mempertimbangkan konteks sosial dan pengalaman masing-masing informan.

Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari informan yang memiliki karakteristik dan pengalaman berbeda, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi digital. Selain itu, *member checking* dilakukan dengan mengonfirmasi kembali informasi dan hasil interpretasi awal kepada informan terpilih untuk memastikan kesesuaian antara data yang diperoleh dan pengalaman yang mereka sampaikan. Hasil verifikasi tersebut selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam menyusun interpretasi akhir mengenai bentuk transformasi nilai keagamaan serta faktor sosial dan digital yang memengaruhi praktik sosial generasi muda di Kota Baubau.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi salah satu ruang yang mempertemukan generasi muda Kota Baubau dengan berbagai nilai keagamaan. Konten berupa ceramah, kajian, nasihat, dan motivasi keislaman tidak hanya dikonsumsi sebagai informasi, tetapi juga dapat menjadi bahan refleksi dalam kehidupan sehari-hari. Kehadiran media sosial dengan demikian memperluas ruang pembelajaran keagamaan yang sebelumnya lebih banyak berlangsung melalui keluarga, guru, lembaga pendidikan, tokoh agama, dan sumber literatur. Kondisi tersebut sejalan dengan konsep mediatization of religion, yaitu semakin kuatnya peran media dalam memengaruhi proses penyampaian, penerimaan, dan pengalaman keagamaan masyarakat [9].

Meskipun demikian, penelitian ini menemukan bahwa pola pemanfaatan TikTok berbeda antara pekerja muda dengan pelajar atau mahasiswa. Pada pekerja muda, TikTok lebih banyak digunakan sebagai media tambahan untuk memperoleh informasi dan pengetahuan keagamaan. Konten dakwah dapat menjadi sumber awal untuk memahami suatu persoalan, tetapi informasi tersebut tidak sepenuhnya dijadikan sebagai sumber utama. Buku, guru, ustaz, dan sumber pembelajaran lainnya masih digunakan untuk memperoleh penjelasan yang lebih mendalam. Temuan ini menunjukkan bahwa kehadiran sumber keagamaan digital tidak secara otomatis menggantikan otoritas keagamaan konvensional. Perubahan yang terjadi lebih berupa bertambahnya pilihan sumber rujukan yang dapat digunakan generasi muda. Hal tersebut sejalan dengan kajian mengenai transformasi otoritas keagamaan di ruang digital yang menunjukkan adanya perluasan sumber dan figur keagamaan melalui media sosial [6][10].

Pada kelompok pelajar dan mahasiswa, penggunaan TikTok lebih dominan untuk scrolling, hiburan, dan memperoleh informasi umum. Konten keagamaan biasanya ditemukan secara tidak langsung melalui halaman rekomendasi, bukan selalu karena pengguna secara khusus mencarinya. Meskipun demikian, paparan terhadap ceramah dan nasihat keagamaan

tetap dapat memberikan pengaruh terhadap cara berpikir dan kesadaran diri. Informan mahasiswa, misalnya, menyatakan bahwa konten kajian yang ditemuinya dapat menjadi pengingat untuk menjaga ucapan, mengendalikan emosi, dan tidak mudah menghakimi orang lain. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa pengaruh media sosial terhadap nilai keagamaan tidak selalu ditunjukkan melalui perubahan perilaku yang besar, tetapi dapat dimulai dari perubahan cara pandang dan dorongan untuk memperbaiki diri. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menemukan adanya keterkaitan penggunaan media sosial dengan aspek akidah dan perilaku keagamaan generasi muda [1][11].

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa generasi muda tidak menerima seluruh informasi keagamaan di TikTok secara pasif. Informasi yang diperoleh cenderung dipertimbangkan kembali berdasarkan pengetahuan, pengalaman, dan sumber rujukan yang telah dimiliki. Ketika menemukan informasi yang dianggap penting atau berbeda dengan pengetahuan sebelumnya, informan dapat melakukan pengecekan melalui guru, buku, maupun sumber lain yang dianggap lebih dapat dipercaya. Kondisi ini menunjukkan adanya proses seleksi dan negosiasi nilai di ruang digital. Media sosial menjadi tempat bertemunya berbagai pemahaman keagamaan, sedangkan pengguna tetap memiliki peran dalam menentukan informasi yang akan diterima dan dimaknai [5][6][10].

Karakter TikTok yang menyajikan informasi secara singkat juga memengaruhi proses penerimaan pesan keagamaan. Konten yang ringkas memudahkan generasi muda memperoleh informasi dalam waktu cepat dan menjadikan pesan agama lebih mudah diakses. Namun, bentuk penyampaian tersebut tidak selalu mampu memberikan penjelasan secara menyeluruh terhadap persoalan keagamaan yang kompleks. Oleh karena itu, beberapa informan menggunakan konten TikTok sebagai pengantar untuk mengetahui suatu persoalan, kemudian mencari penjelasan yang lebih lengkap melalui sumber lain. Pola tersebut menunjukkan bahwa TikTok lebih tepat dipahami sebagai media pendukung dalam proses pembelajaran keagamaan. Pemanfaatan media digital sebagai ruang memperoleh dan berinteraksi dengan informasi keagamaan juga telah ditemukan dalam penelitian sebelumnya [3][4][5].

Perbedaan pola penggunaan antara pekerja muda dan pelajar atau mahasiswa menunjukkan bahwa transformasi nilai keagamaan tidak hanya dipengaruhi oleh media yang digunakan, tetapi juga oleh konteks sosial penggunanya. Pekerja muda cenderung memanfaatkan TikTok secara lebih fungsional untuk menambah pengetahuan, sedangkan pelajar dan mahasiswa lebih sering memperoleh konten keagamaan sebagai bagian dari aktivitas penggunaan media sosial secara umum. Hal ini memperkuat pandangan bahwa keberagaman Generasi Z perlu dipahami berdasarkan lingkungan sosial dan budaya tempat mereka tumbuh serta berinteraksi [7]. Perubahan pola interaksi sosial akibat perkembangan teknologi dan kehidupan perkotaan juga turut menciptakan ruang baru bagi proses pembentukan nilai generasi muda [8].

Dalam praktik sosial, transformasi nilai keagamaan yang ditemukan dalam penelitian ini terutama terlihat pada cara generasi muda memandang dan memperlakukan orang lain. Nilai seperti menjaga ucapan, menghargai perbedaan, mengendalikan emosi, memiliki empati, serta tidak mudah menghakimi dapat muncul sebagai hasil refleksi setelah melihat konten keagamaan. Namun, perubahan tersebut belum selalu berkembang menjadi perubahan perilaku yang konsisten. Dengan demikian, transformasi nilai keagamaan melalui TikTok berlangsung secara bertahap, dimulai dari paparan informasi, pemahaman, refleksi, kemudian pada sebagian informan berkembang menjadi dorongan untuk memperbaiki sikap dan tindakan.

Berdasarkan temuan tersebut, TikTok dapat dipahami sebagai ruang digital yang memperluas proses pembentukan dan transformasi nilai keagamaan generasi muda Kota Baubau. Media ini tidak secara langsung menggantikan keluarga, guru, buku, maupun sumber keagamaan konvensional, tetapi hadir sebagai sumber tambahan yang berinteraksi dengan nilai yang telah diperoleh sebelumnya. Pada pekerja muda, pengaruh TikTok lebih terlihat sebagai sarana pendukung pembelajaran keagamaan, sedangkan pada pelajar dan mahasiswa pengaruhnya lebih banyak muncul dalam bentuk perubahan cara berpikir, kesadaran, dan keinginan untuk memperbaiki diri. Dengan demikian, transformasi nilai keagamaan dalam era digital merupakan proses yang bersifat dinamis, karena terbentuk melalui interaksi antara informasi digital, pengalaman pribadi, dan lingkungan sosial generasi muda [1][3][7][11].

1.1 Hasil

Penelitian ini melibatkan 30 informan generasi muda Kota Baubau yang dipilih secara purposive berdasarkan usia 18–30 tahun, domisili, status sebagai mahasiswa atau pekerja muda, serta aktivitas penggunaan TikTok. Hasil wawancara menunjukkan bahwa TikTok digunakan untuk berbagai keperluan, seperti hiburan, memperoleh informasi, mengikuti tren, dan mengakses konten keagamaan.

Temuan penelitian memperlihatkan adanya perbedaan pola penggunaan antara pekerja muda dan pelajar atau mahasiswa. Pekerja muda cenderung memanfaatkan TikTok sebagai media tambahan untuk memperoleh pengetahuan keagamaan melalui konten dakwah, ceramah, dan nasihat. Informasi yang diperoleh dari TikTok tidak sepenuhnya dijadikan sumber utama, tetapi tetap dikombinasikan dengan buku, guru, ustaz, atau sumber keagamaan lainnya.

Sementara itu, pelajar dan mahasiswa lebih banyak menggunakan TikTok untuk scrolling, hiburan, dan memperoleh informasi umum. Konten keagamaan umumnya ditemukan melalui FYP dan tidak selalu dicari secara khusus. Meskipun demikian, konten ceramah dan nasihat keagamaan dapat memberikan pengaruh terhadap cara berpikir, kesadaran diri, serta keinginan untuk memperbaiki sikap dan perilaku.

Salah satu informan mahasiswa mengungkapkan bahwa konten kajian yang ditontonnya membuatnya lebih berhati-hati dalam berkomunikasi, mengendalikan emosi, dan menilai orang lain. Namun, perubahan tersebut belum selalu berkembang menjadi perubahan perilaku yang konsisten. Informan juga menegaskan bahwa TikTok hanya menjadi sumber tambahan dan informasi keagamaan yang diperoleh tetap perlu diperiksa melalui sumber yang lebih terpercaya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok berperan sebagai ruang tambahan bagi generasi muda untuk memperoleh dan berinteraksi dengan nilai keagamaan. Pengaruhnya berbeda berdasarkan konteks penggunaan, yaitu lebih bersifat pendukung pembelajaran pada pekerja muda, sedangkan pada pelajar dan mahasiswa lebih banyak memengaruhi cara berpikir, kesadaran, dan dorongan untuk memperbaiki diri.

1.2 Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan TikTok tidak secara langsung menggantikan sumber pembelajaran keagamaan yang telah dimiliki generasi muda. Media

sosial lebih berperan sebagai ruang tambahan yang mempertemukan pengguna dengan berbagai informasi keagamaan. Pada pekerja muda, konten dakwah cenderung dimanfaatkan secara lebih terarah untuk menambah pengetahuan, kemudian dikonfirmasi melalui buku, guru, ustaz, atau sumber lain. Pola ini menunjukkan bahwa proses transformasi nilai keagamaan berlangsung melalui kombinasi antara sumber digital dan sumber konvensional, bukan melalui perpindahan otoritas secara sepenuhnya ke media sosial.

Temuan tersebut dapat dipahami melalui konsep *mediatization of religion*, ketika media digital turut memengaruhi cara masyarakat memperoleh dan memahami pesan keagamaan [9]. Media sosial memperluas akses terhadap pengetahuan agama sekaligus menghadirkan bentuk interaksi keagamaan yang lebih fleksibel. Penelitian mengenai penggunaan YouTube sebagai sumber keagamaan juga menunjukkan bahwa media digital dapat menjadi ruang memperoleh informasi dan membangun interaksi keagamaan di kalangan generasi muda [5]. Dengan demikian, TikTok dalam penelitian ini dapat diposisikan sebagai media pendukung pembelajaran, sementara sumber keagamaan konvensional tetap memiliki fungsi penting dalam memberikan pemahaman yang lebih mendalam.

Perbedaan pola antara pekerja muda dan pelajar atau mahasiswa juga memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial dipengaruhi oleh kebutuhan dan konteks sosial penggunaannya. Pelajar dan mahasiswa lebih banyak menggunakan TikTok untuk hiburan, scrolling, serta memperoleh informasi umum sehingga paparan terhadap konten agama sering berlangsung secara tidak direncanakan. Meskipun demikian, konten ceramah dan nasihat yang muncul tetap dapat memunculkan refleksi mengenai sikap dan kehidupan sehari-hari. Kondisi ini sejalan dengan karakter religiositas Generasi Z yang terbentuk dalam lingkungan sosial dan budaya yang semakin terhubung dengan teknologi digital [7].

Pengaruh tersebut terutama terlihat pada perubahan cara berpikir dan kesadaran diri, bukan perubahan perilaku keagamaan yang berlangsung secara langsung dan menyeluruh. Konten dakwah dapat menjadi pemicu bagi generasi muda untuk mengevaluasi sikap, mengendalikan emosi, menjaga ucapan, dan mempertimbangkan kembali cara memperlakukan orang lain. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan adanya hubungan antara penggunaan media sosial dengan perilaku keagamaan peserta didik [11], serta penelitian mengenai pengaruh media sosial terhadap aspek akidah Generasi Z Muslim di lingkungan perkotaan [1]. Artinya, paparan terhadap konten keagamaan dapat memberikan pengaruh, tetapi proses perubahan nilai tetap bergantung pada bagaimana pesan tersebut dipahami dan diterapkan oleh individu.

Dari perspektif dakwah digital, temuan penelitian juga menunjukkan bahwa karakter TikTok yang singkat dan mudah diakses membuat pesan keagamaan lebih dekat dengan keseharian generasi muda. Gaya penyampaian yang sederhana dan relevan dengan persoalan anak muda dapat meningkatkan ketertarikan terhadap konten dakwah. Hal tersebut sejalan dengan penelitian mengenai dakwah melalui influencer yang menunjukkan potensi media sosial dalam mendukung peningkatan religiusitas Generasi Z [3]. Perkembangan dakwah digital juga menunjukkan adanya penyesuaian bentuk penyampaian pesan agama dengan karakter dan kebiasaan konsumsi media generasi muda [4].

Namun, kemudahan memperoleh informasi keagamaan melalui TikTok tidak berarti seluruh informasi dapat diterima tanpa proses penyaringan. Informan dalam penelitian ini masih menunjukkan kecenderungan untuk membandingkan informasi yang diperoleh dengan

guru, buku, maupun sumber lain. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi otoritas keagamaan di ruang digital lebih tepat dipahami sebagai pergeseran dan perluasan sumber rujukan, bukan penghapusan otoritas keagamaan sebelumnya. Media digital membuka peluang munculnya figur dan sumber keagamaan baru, tetapi pengguna tetap melakukan seleksi berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang dimilikinya [6][10].

Dengan demikian, transformasi nilai keagamaan generasi muda Kota Baubau melalui TikTok berlangsung secara bertahap. Proses tersebut dimulai dari paparan terhadap informasi, kemudian dilanjutkan dengan pemahaman, refleksi, dan pada sebagian informan berkembang menjadi dorongan untuk memperbaiki sikap. Perbedaan antara pekerja muda dengan pelajar atau mahasiswa menunjukkan bahwa transformasi nilai keagamaan tidak berlangsung seragam, melainkan dipengaruhi oleh kebutuhan, kebiasaan penggunaan media, serta lingkungan sosial masing-masing. TikTok pada akhirnya menjadi salah satu ruang baru dalam proses pembentukan nilai keagamaan, yang berjalan berdampingan dengan keluarga, pendidikan, guru, buku, dan lingkungan sosial.

2. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi media sosial, khususnya TikTok, turut membentuk proses transformasi nilai keagamaan generasi muda di Kota Baubau. Transformasi tersebut tidak berlangsung secara seragam dan tidak menunjukkan bahwa TikTok sepenuhnya menggantikan sumber pembelajaran keagamaan konvensional. Sebaliknya, TikTok menjadi ruang tambahan bagi generasi muda untuk memperoleh, mengenali, dan memaknai pesan-pesan keagamaan.

Perbedaan terlihat berdasarkan konteks sosial pengguna. Pada pekerja muda, TikTok cenderung dimanfaatkan sebagai media pendukung untuk memperoleh pengetahuan keagamaan yang kemudian dikonfirmasi melalui buku, guru, ustaz, atau sumber lainnya. Sementara itu, pelajar dan mahasiswa lebih banyak menggunakan TikTok untuk hiburan, scrolling, dan memperoleh informasi umum sehingga paparan terhadap konten keagamaan sering berlangsung secara tidak langsung. Meskipun demikian, konten tersebut dapat memengaruhi cara berpikir, meningkatkan kesadaran diri, serta mendorong keinginan untuk memperbaiki sikap dan perilaku.

Dengan demikian, transformasi nilai keagamaan dalam ruang digital lebih tepat dipahami sebagai proses penerimaan, pemaknaan, penyaringan, dan negosiasi nilai, bukan sebagai perubahan yang berlangsung secara langsung dan menyeluruh. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan literasi digital dan literasi keagamaan agar generasi muda mampu memanfaatkan media sosial secara kritis, selektif, dan konstruktif. Penelitian selanjutnya dapat memperluas kajian dengan melibatkan kelompok usia atau platform media sosial yang berbeda sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perubahan nilai keagamaan dalam masyarakat digital.

3. Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi serta pengalaman yang diperlukan dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, dan bantuan selama proses pengumpulan hingga penyelesaian penelitian. Dukungan tersebut sangat berarti dalam menunjang terlaksananya penelitian

mengenai transformasi nilai keagamaan generasi muda di Kota Baubau pada era digitalisasi media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdusshomad, A. (2024). Efektivitas dakwah ustaz influencer di media sosial dalam meningkatkan religiusitas Generasi Z di Indonesia. *Al-Muqaddimah: Journal Islamic Studies*, 15(5).
- Annafsa, Z., Farhan, M. A., Zakiah, R. I., & Siswanto, A. H. (2025). Transformasi paradigma filsafat dakwah: Dari tradisional ke digital. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(6), 606–617.
- Ding, Y., Xiao, Y., Jiang, Y., & Zhou, A. (2025). The mediatization of religion: How digital-age film and television reshape interfaith experiences. *Religions*, 16(9), 1172. <https://doi.org/10.3390/rel16091172>
- Irawan, D., & Nastasya, R. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan peserta didik. *Pengertian: Jurnal Pendidikan Indonesia (PJPI)*, 1(1), 39–48. <https://doi.org/10.61930/pjpi.v1i1.93>
- Iskandar, H. (2023). Dakwah digital dari Gen Z untuk Gen Z (Gerakan dakwah media pesantren). *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(1). <https://doi.org/10.30739/jdariscomb.v3i1.1991> (E-Journal UIMSYA)
- Jamilah, D. P., Ubaidillah, A., & Sayeed, M. M. B. (2024). Gen Z's religiosity level: A comparative study between Indonesia and the United Kingdom. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 21(2), 307–318. <https://doi.org/10.14421/jpai.v21i2.8400>
- Mustafa, K., D. I., Kahinah, Masseni, Rezeki, S. R. I., & Purnamayanti, I. (2024). Peran jurnalistik Islam dalam menyampaikan pesan perdamaian (Studi pada media online Islam di Indonesia). *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(2), 181–193. <https://doi.org/10.54621/jn.v11i2.932>
- Nur, M. I. (2021). Media sosial dan interaksi keagamaan: Penggunaan media Youtube sebagai interaksi dan sumber keagamaan mahasiswa IAIN Samarinda [Master's thesis, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta]. (Digilib UIN Sunan Kalijaga)
- Nurhamidin, B., Mokodenseho, S., Mokodompit, H., Bahansubu, A., & Rumondor, P. (2025). Transformasi otoritas keagamaan di era digital: Analisis sosiologis terhadap pergeseran pola otoritas ulama di media sosial. *Journal of Educational and Religious Perspectives*, 1(1), 39–48. (*Jurnal Muqaddimah*)
- Otoritas keagamaan digital: Pembentukan otoritas Islam baru di ruang digital. (2025). *Ushuluna: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 10(2), 1–16. <https://doi.org/10.15408/ushuluna.v10i2.42831>
- Purnamayanti, I., Hanudin, L., & Safira, W. O. S. (2023). The concept of nusyuz in husband-wife relations from an Islamic legal perspective: Case study in Banabungi Village, South Buton District. *AIQU: Journal Multidiscipliner of Science*, 1(4), 203–210.
- Purnamayanti, I., Jidi, L., & Agustini, S. I. (2024). Islamic law review of the Baruga Posambua tradition in Bahari Village, South Buton Regency. *AIQU: Journal Multidiscipliner of Science*, 2(2), 26–36.
- Purnamayanti, I., Waluyan, P. D., & Nurkhofifah, S. (2024). Penggunaan jurnal harian sebagai alat bantu guru dalam memantau perkembangan akademik dan non-akademik siswa

- sekolah dasar. JPW: Jurnal Pengabdian Wakaaka, 3(2), 29–38.
- Wiramaya, D. S., Fathurrijal, F., Sukarta, S., Suhadah, S., Rohmah, N. N. M., & Saudi, Y. (2024). Pengaruh media sosial terhadap akidah Generasi Z Muslim di perkotaan. Seminar Nasional Paedagoria, 4(1), 130–142.
- Wulandari, E., Arivia, A. F., & Saragih, A. (2025). Desain penelitian studi kasus dalam metodologi kualitatif. Qalam Lil Athfal, 3(2).
- Yulianti, H., Ningsih, D. P., & Apriawan, A. (2025). Transformasi sosial dalam konteks urbanisasi dan modernisasi di Indonesia. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(5), 3488–3500. <https://doi.org/10.63822/fcn99821>