



**EDITORIAL TEAM
JURNAL SOSIOHUMANIORA KODEPENA**

EDITOR IN CHIEF

Dr. Drs. Abubakar. M.Si, SCOPUS ID [58634461600](https://orcid.org/0000-0001-9146-1600) Universitas Serambi Mekkah Aceh, Indonesia

EDITOR

Dr. Dian Aswita. S.Pd.,M.Pd, SCOPUS ID [57202957850](https://orcid.org/0000-0001-9146-1600) Universitas Negeri Makasar, Indonesia

SECTION EDITOR

1. Andrew Shandy Utama, SH, MH., SCOPUS ID: [6507755894](https://orcid.org/0000-0001-9146-1600) Universitas Lancang Kuning, Pekanbaru, Indonesia
2. Reyneldus Rino S.IP., Universitas Panca Sakti, Indonesia
3. Joshua Fernando, S.I.Kom.,M.I.Kom., SCOPUS ID: [57218271288](https://orcid.org/0000-0001-9146-1600) Universitas MPU Tantular, Indonesia
4. Sukarddin, S.Pd., M.Pd., Universitas Teknologi Sumbawa. Sumbawa. Indonesia
5. Mahlianurrahman, M.Pd., Universitas Samudra, Langsa, Indonesia
6. Nurlina, M.Si., Universitas Taman Siswa, Yogyakarta, Indonesia
7. Iksan, M. Pd., STAI Alfihtarah Surabaya, Surabaya, Indonesia
8. Endang Lifchatullaillah, SE, MM., Universitas Dr. Soebandi, Indonesia
9. Sri Mulyono,SE., M.M., Horizon University Indonesia, Bekasi, Indonesia
10. Refika, Bidang: Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru, Pekanbaru, Indonesia
11. Sawaluddin Siregar, S.Fil.I., MA., Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Indonesia
12. Kosilah, M.Pd., Universitas Muhammadiyah Buton, Buton, Indonesia
13. Mohammad Solihin, S.Sos., M.A., Universitas Respati Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia
14. Wawat Srinawati, S.Pd,M.Pd., Universitas Muhammadiyah Bogor, Bogor, Indonesia
15. Sri Zulfida, M.A., SCOPUS ID: [57226827306](https://orcid.org/0000-0001-9146-1600) Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sultan Abdurrahman, Kepulauan Riau, Indonesia
16. Ramlan, S.Pd., M.Hum., Universiats Jabal Ghafur Sigli, Indonesia
17. M. Syukri Azwar Lubis, MA., Universitas Alwashliyah, Medan, Indonesia
18. Nursidrati, M.Pd., STKIP Al Amin Domp, Domp, Indonesia
19. Machsun Rifauddin, S.Pd.I., M.A., Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia
20. Aay Fariyah Hesyah, M.PdI. STAI PUI Majalengka, Majalengka, Indonesia
21. Haeril, S.Or., M.Kes. SCOPUS/SINTA ID: 6695839 Universitas Negeri Makassar. Makassar, Indonesia
22. Ulfa Yuniati, S.I.Kom., M.Si. Universitas Muhammadiyah Bandung, Bandung, Indonesia
23. Rosa susanti, S.ST., M.Kes. STIKES Bhakti Pertiwi Indonesia, Indonesia
24. Prima Andreas Siregar, S.E., M.Si, Universitas Riau, Riau, Indonesia
25. Muhammad Zulfikar, S. Pd., M. Pd., Universitas Negeri Makasar, Makasar, Indonesia



26. Fajrin Pane, Politeknik Tanjung Balai, Tamjung Balai, Indonesia
27. Faradiba Harahap, S. Pd., M. Hum., Politeknik Tanjung Balai, Tanjung Balai, Indonesia

REVIEWER

1. Dian Aswita. S.Pd.,M.Pd, SCOPUS ID [57202957850](https://orcid.org/0000-0002-5720-2957) Universitas Serambi Mekkah, Aceh, Indonesia
2. Muhsyanur, S.Pd., M.Pd., Universitas Negeri Makassar, Makasar, Indonesia
3. Hasrul Sani, S.Pd., M.Pd., Universitas Teknologi Sumbawa, Sumbawa, Indonesia
4. Merita Ayu Indrianti, SP., MP., Universitas Muhammadiyah Gorontalo, Gorontalo, Indonesia
5. Jeremia Alexander Wewo, SH,MH. Universitas Kristen Artha Wacana, Nusa Tenggara Timur, Indonesia
6. Adji Suradji Muhammad., Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa APMD, Yogyakarta, Indonesia
7. Muhammad Alfatih Suryadilaga, S.Ag. M.Ag., Universitas Islam Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia
8. Ratih Puspasari,M.Pd., Universitas Bhinneka PGRI, Tulungagung, Indonesia
9. Petrus Jacob Pattiasina, S.Pd., M.Pd., SCOPUS/SINTA ID: 57292705600 Universitas Pattimura, Indonesia
10. Dina Merris Maya Sari, M.Pd, STKIP PGRI Sidoarjo, Sidoarjo, Indonesia
11. Mister Candra, S.Pd., M.Si., Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang, Indonesia
12. Dhyani Ayu Perwiraningrum, SKM., MPH., Politeknik Negeri Jember, Jember, Indonesia
13. Nuning Yudhi Prasetyani, S.S, M.Hum. Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum, Jombang, Indonesia
14. Taufiqurrachman,M.Soc.Sc., Universitas Saintek Muhammadiyah, Jawa Timur, Indonesia
15. Nopriadi Saputra, ST, MM., Universitas Bina Nusantara, Jakarta, Indonesia
16. Shinta Desiyana Fajarica, S.IP., M.Si., Universitas Mataram, Mataram, Indonesia
17. Arif Setyawan, S.Hum., M.Pd., Universitas Tidar, Magelang, Indonesia
18. Wandu Abbas, S.IP., M.Hub. Int., Universitas Islam Negeri Indragiri, Indragiri, Indonesia
19. Prof. Dr. Magdalena Mo Ching Mok, M. Ed, Educational University of Hongkong, ID SCOPUS 7006024212, Hong Kong
20. Dr. Muhamad Saleh Ginting, S. Pd., M. Pd, Universitas Serambi Mekkah. Aceh, Indonesia
21. Prof. Dr. Asnawi Abdullah, BSc.PH, MHSM, MSc.HPPF, DLSHTM, Ph.D, Universitas Muhammadiyah Aceh
22. Prof. Dr. Dato' H. Mohamed Anwar bin Omar Din, Universitas Kebangsaan Malaysia, Malaysia
23. Prof. Yunisrina Qismullah Yusuf, S.Pd., M.Ed., Ph.D. Universitas Syiah Kuala, Indonesia
24. Prof. Alan Larkin, P. hD, Flinder University, Australia



25. Zhao Jing, M. ED, Gizhou Education University, China, China
26. Dr. Asriani, S. Pd., M. Pd, Universitas Serambi Mekkah, Indonesia
27. Dr. Eli Rustinar, M. Hum. Universitas Muhammadiyah Bengkulu
28. Prof. Nur Jannah bt Bali Mahomed, University Kebangsaan Malaysia
29. Prof. Dr. Mahamadaree Waeno B.Ec., M.Sc, Pathani University, Thailand
30. Dr. Tika Indiraswari, S.Si., M.Kes. Universitas Serambi Mekkah, Indonesia
31. Dr. Syarifah Kuniaty Kahar, S.Pd., M. Pd., M.A, The University of Newcastle, Australia
32. Dr. Cut Morina Zubainur, S.Pd., M.Pd, Universitas Syiah Kuala, Indonesia
33. Dr. Hj. Rani Siti Fitriani, S.S., M. Hum, Universitas Pasundan, Bandung, Indonesia
34. Dr. Adji Suradji Muhammad, S.Sos., M.Si. Universitas Maritim Raja Ali Haji, Indonesia
35. Prof. Dr. Nasrul Arahman, S.T., M.T. Universitas Syiah Kuala, Indonesia
36. Prof. Dr. M. Sahbri Abdul Majid, S.E., M.Ec., FSD. Universitas Syiah Kuala, Indonesia
37. Dr. Wahyu Khafidah, S.Pd.I, MA, Serambi Mekkah University, Indonesia
38. Muhammad Aulia, S.Pd., MTSOL, MA.(Res), Ph.D. Scopus ID [58785862800](#) Universitas Syiah Kuala, Indonesia
39. Dr. Usman Effendi, S.Sos., MM, Universitas Persada Indonesia YAI Jakarta, Indonesia, Indonesia
40. Prof. Eka Srimulyani, M.A, Ph.D. Scopus ID [55659548600](#) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Indonesia
41. Prof. Bansu Irianto Ansari, M.Pd, Scopus ID [57200657770](#), Universitas Jabal Ghafur, Indonesia
42. Muhammad Zulfajri, S. Pd., M, Sc., Ph.D, ID Scopus [55843599000](#) Universitas Serambi Mekkah, Indonesia
43. Muslem Daud, S.Ag., M.Ed., Ph.D. Universitas Serambi Mekkah, Indonesia
44. Prof. Dr. Mudatsir, M.Kes, ID Scopus [57216933026](#) Universitas Syiah Kuala, Indonesia
45. Prof. Dr. Bor Chen Kuo, ID Scopus [7102294126](#) National Taichung University, Taiwan
46. Dr. Said Usman, S.Pd., M.Kes. ID Scopus [58584946800](#) Universitas Syiah Kuala, Indonesia
47. Dr. Phan Thai Thu Nguyet, M.Ed. National University of Social Sciences and Humanities Ho Chi Minh, Thailand
48. Suzanna Eddyono, S.Sos., M. Si., M.A., Ph.D, ID Scopus [57221815910](#) Universitas Gadjah Mada, Indonesia
49. Dr. Nirzalin, M.Si. ID Scopus [57218228488](#), Universitas Malikusaleh, Indonesia
50. Dr. Evi Apriana, S.Pd, M.Pd. ID Scopus Universitas Serambi Mekkah, Indonesia
51. Dr. Arfriani Maifizar S,E, M.Si., Universitas Teuku Umar Aceh Barat, Indonesia, ID SCOPUS 57210744149., Indonesia
52. Dr. Drs. Niswanto, M. Pd. ID Scopus UNiversitas Syiah Kuala, Indonesia
53. Dr. H. Abdul Mufid, Lc., M.Si. ID Scopus [57219163673](#), STAI Khozinatul Ulum Blora Jawa Tengah, Indonesia



54. Jullimursyida, M.Si., Ph.D. ID Scopus [57245945600](#), Universitas Malikussaleh, Indonesia
55. Exkarach Denang, M.Ed., Ph.D, Udom Tani University, Thailand
56. Prof. Dr. Abdul Sukor, Universiti Utara Malaysia, Malaysia
57. Dr. Ibrahim, M.Pd. Universitas Serambi Mekkah, Indonesia
58. Dr. Muhammad Subhan, Ph.D., M.Sc., B.Eng., MLogM, Aff.M.ASCE, King Abdul Aziz University, Saudi Arabia
59. Dr. Soetji Andari, Badan Riset dan Inovasi Nasional BRIN, Indonesia
60. Dr. Asmawati, M. Si, Universitas Abulyatama, Indonesia
61. Dr. B,M.A.S Anaconda Bangkara. M. Sc, ID Scopus [57313315400](#), Presiden University, Indonesia
62. Prof. Dr. H. Abdull Sukor bin Shaari, Universitas Sains Malaysia, Malaysia
63. Dr. Usman Effendi, S. Sos., M.Si, Universitas Persada Indonesia YAI Jakarta, Indonesia
64. Septhia Irnanda, S.Pd., M.Tsol., Ph.D, ID Scopus [57209573672](#), Universitas Serambi Mekkah, Indonesia
65. Dr. Basri, M.Pd, Universitas Jabal Ghafur, Indonesia
66. Dr. Jalaluddin, S. Pd., M. Pd, Unkversitas Serambi Mekkah, Indonesia
67. Dr. Soetam Rizky Wicaksono, M.M, ID Scopus [57209459047](#), Machung University, Indonesia
68. Dr. Lutfi Yondri, M.Hum. ID Scopus [24391756000](#), Kajian Budaya dan Arkeologi Indonesia
69. Dr. Elihami, S. Pd., M. Pd.I. ID Scopus [57217057971](#), Universitas Muhammadiyah Enrekang, Indonesia
70. Dr. Wartiniyati, SKM. M. Kes, Departemen of Environmental Health,Jakarta II Health Polytechnic,of Jakarta, Indonesia

LANGUAGE ADVISOR

1. Sri Zulfida, SCOPUS ID [57226827306](#) Sekolah Tinggi Agama Islam Sultan Abdurrahman Kepulauan, Riau, Indonesia
2. Rani Siti Fitriani, S.S., M. Hum, Universitas Pasundan, Bandung, Indonesia
3. Septhia Irnanda, S, Pd., M. Tesol., P. hD., SCOPUS ID 5720957372 Universitas Serambi Mekkah, Aceh, Indonesia
4. Sabrina, S. Pd., M. Transt., Universitas Serambi Mekkah
5. Muhammad Aulia, S. Pd., M. Tesol., P D., SCOPUS ID [58785862800](#) Universitas Syiah Kuala, Aceh, Indonesia

PROOF READER

1. Rani Siti Fitriani, S.S., M. Hum, Universitas Pasundan, Bandung, Indonesia
2. Septhia Irnanda, S, Pd., M. Tesol., P D., SCOPUS ID 5720957372 Universitas Serambi Mekkah
3. Sabrina, S. Pd., M. Transt., Universitas Serambi Mekkah, Aceh, Indonesia
4. Muhammad Aulia, S. Pd., M. Tesol., P D., SCOPUS ID [58785862800](#) Universitas Syiah Kuala, Aceh Indonesia



**KOMONITAS DOSEN PENELITI DAN PENULIS INDONESIA
(KODEPENA)**

JURNAL SOSIOHUMANIORA KODEPENA(JSK)

Information Center for Indonesian Social Sciences

Jln. Sumatera No.41, Babakan Ciamis, Kota Bandung, Jawa Barat 40117, WA : 081360436675 or
081290969933, Web team 082244166307web: <http://jsk.kodepena.org/index.php/jsk>,

WEB AND OJS MANAGER

1. Soetam Rizky Wicaksono, S. Kom., MM., SCOPUS ID [57209459047](#) Machung University, Malang, Indonesia
2. Munawir, ST., MT., SCOPUS ID [57194214483](#) Universitas Serambi Mekkah, Aceh, Indonesia

Negosiasi Identitas Religius Generasi Z Di Aceh: Interaksi Syariat Islam dan Budaya Digital

Muhammad¹, Osa Alesia², Ratna Mutia³, Husnaidar⁴, Nurfiani Syamsuddin⁵,
Ikhwatun Hidayat⁶ Fingki Indrawan⁷, Akhyar⁸, Yeni Rimadeni⁹

¹Muhammad adalah Dosen Universitas Serambi Mekkah, Banda Aceh,
Indonesia

Email: Muhammad.hamzah@serambimekkah.ac.id

²Osa Alesia adalah Mhs Universitas Serambi Mekkah, Banda Aceh, Indonesia

Email: osaalesia@gmail.com

³Ratna Mutia Adalah Dosen Universitas Serambi Mekkah, Banda Aceh, Indonesia

Email: ratna.mutia@serambimekkah.ac.id

⁴Husnaidar adalah Dosen Universitas Serambi Mekkah, Banda Aceh, Indonesia

Email: husnaidarida@gmail.com

⁵Nurfiani Syamsuddin, Universitas Serambi Mekkah, Banda Aceh, Indonesia

Email: nurfianisyamsuddin@serambimekkah.ac.id

⁶Ikhwatun Hidayat, Universitas Serambi Mekkah, Banda Aceh, Indonesia

Email: ihwatulh5@gmail.com

⁷Fingki Indrawan, Universitas Serambi Mekkah, Banda Aceh, Indonesia

Email: fingkiindrawan95@gmail.com

⁸Akhyar adalah dosen Universitas Iskandar Muda, Banda Aceh, Indonesia

Email : akhyar@unida-aceh.ac.id

⁹Yeni Rimadeni adalah Dosen Poltekkes Aceh, Indonesia

Email: yenirimadeni@poltekkesaceh.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika negosiasi identitas religius Generasi Z di Aceh dalam menghadapi interaksi antara nilai-nilai Syariat Islam dan pengaruh budaya digital global. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan perspektif sosiohumaniora. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap generasi muda yang aktif menggunakan media sosial, observasi sosial, serta studi dokumentasi. Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z di Aceh mengalami proses negosiasi identitas religius yang kompleks. Di satu sisi, mereka berada dalam struktur sosial yang menuntut kepatuhan terhadap norma Syariat Islam sebagai identitas kolektif masyarakat Aceh. Namun di sisi lain, paparan budaya digital global melalui media sosial memperkenalkan nilai-nilai baru yang lebih individualistik dan

Negosiasi
Identitas.....
Jurnal
Sosiohumaniora
Kodepena
p. 164-175



ekspresif. Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena tersebut tidak semata-mata mencerminkan krisis identitas religius, tetapi juga proses transformasi identitas religius generasi muda dalam konteks masyarakat digital.

Kata kunci: identitas religius, generasi Z, Syariat Islam, budaya digital, Aceh.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah menjadi salah satu faktor utama yang mengubah struktur sosial dan pola interaksi generasi muda di berbagai belahan dunia. Era digital telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat mengakses dan menyebarkan informasi. Media sosial, yang awalnya berfungsi sebagai alat komunikasi dan interaksi sosial, kini juga menjadi sumber utama informasi politik bagi banyak orang (Ratna Susanti et al 2025). Kehadiran internet dan media sosial tidak hanya memengaruhi cara individu berkomunikasi, tetapi juga membentuk cara generasi muda memahami identitas diri, nilai budaya, serta orientasi religius mereka. Generasi Z yang lahir sekitar tahun 1997–2012 merupakan generasi pertama yang tumbuh sepenuhnya dalam ekosistem digital, sehingga pengalaman sosial mereka tidak lagi terbatas pada ruang fisik, tetapi juga berlangsung secara intens dalam ruang virtual (Ramadani, 2025).

Di Indonesia, penetrasi internet terus mengalami peningkatan signifikan. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa lebih dari 78% penduduk Indonesia telah terhubung dengan internet, dengan kelompok usia 15–24 tahun menjadi pengguna paling aktif (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2023). Di Aceh, peningkatan akses internet juga mendorong transformasi pola interaksi sosial generasi muda, terutama melalui platform media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan WhatsApp. Ruang digital tersebut menjadi arena baru bagi generasi muda untuk mengekspresikan diri, membangun relasi sosial, serta mengakses berbagai bentuk informasi dan budaya global (Siregar dkk, 2025).

Namun, dalam konteks Aceh, dinamika tersebut memiliki karakter yang berbeda dibandingkan wilayah lain di Indonesia. Aceh dikenal sebagai daerah yang menerapkan Syariat Islam sebagai bagian dari sistem sosial dan hukum yang mengatur kehidupan masyarakat. Nilai-nilai religius tidak hanya menjadi aspek spiritual individual, tetapi juga membentuk norma sosial kolektif yang mempengaruhi perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Dalam kerangka ini, identitas religius menjadi bagian penting dari konstruksi identitas sosial masyarakat Aceh (Fillah, 2024).

Persoalan muncul ketika generasi muda Aceh yang hidup dalam lingkungan sosial yang religius juga menjadi bagian dari masyarakat digital global yang memperkenalkan beragam nilai, gaya hidup, serta representasi budaya yang sangat beragam. Budaya digital cenderung menekankan kebebasan ekspresi, individualitas, serta pluralitas nilai yang tidak selalu sejalan dengan norma religius yang berlaku dalam masyarakat lokal. Kondisi ini menciptakan situasi di mana generasi muda berada dalam ruang sosial yang mempertemukan dua sistem nilai

yang berbeda, yaitu nilai religius yang bersumber dari tradisi Syariat Islam dan nilai budaya global yang berkembang melalui media digital (Dermawan, 2025).

Situasi tersebut berpotensi memunculkan fenomena yang dalam kajian sosiologi dikenal sebagai krisis identitas, yaitu kondisi ketika individu mengalami ketegangan dalam menentukan orientasi nilai yang menjadi dasar pembentukan identitas diri. Pada generasi muda Aceh, krisis identitas religius dapat terlihat dari munculnya ambivalensi dalam mengekspresikan nilai-nilai keagamaan, terutama dalam ruang digital. Di satu sisi, generasi muda tetap menampilkan simbol-simbol religius sebagai bagian dari identitas sosial mereka, namun di sisi lain mereka juga terlibat dalam berbagai praktik budaya digital yang tidak selalu sejalan dengan norma religius yang berlaku (Akilah, 2025).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas hubungan antara media sosial dan religiusitas generasi muda. Namun sebagian besar kajian tersebut masih bersifat umum dan belum secara spesifik melihat bagaimana dinamika tersebut terjadi dalam konteks masyarakat yang memiliki sistem nilai religius yang kuat seperti Aceh. Oleh karena itu, penelitian mengenai krisis identitas religius Generasi Z di Aceh menjadi penting untuk memahami bagaimana generasi muda menegosiasikan identitas mereka di tengah pertemuan antara nilai religius lokal dan arus budaya digital global.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika krisis identitas religius Generasi Z di Aceh dalam menghadapi interaksi antara nilai-nilai Syariat Islam dan budaya digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian sosiohumaniora mengenai transformasi religiusitas generasi muda serta memberikan perspektif baru dalam memahami tantangan keberagamaan di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan perspektif sosiohumaniora untuk memahami secara mendalam dinamika krisis identitas religius pada Generasi Z di Aceh dalam konteks interaksi antara nilai-nilai Syariat Islam dan budaya digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menggali pengalaman, persepsi, serta cara generasi muda memaknai identitas religius mereka di tengah perubahan sosial yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena sosial yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui data kuantitatif.

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Banda Aceh, dengan fokus pada kalangan pelajar dan mahasiswa yang termasuk dalam kategori Generasi Z. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Banda Aceh merupakan pusat pendidikan dan aktivitas generasi muda di Aceh, sekaligus wilayah yang memiliki tingkat penetrasi penggunaan internet dan media sosial yang cukup tinggi. Kondisi tersebut menjadikan Banda Aceh sebagai ruang sosial yang relevan untuk melihat dinamika interaksi antara nilai-nilai Syariat Islam dan pengaruh budaya digital dalam kehidupan generasi muda.

Subjek penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Berusia antara 18–23 tahun yang termasuk dalam kategori Generasi Z,
- 2) Aktif menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, atau YouTube,
- 3) Berdomisili di wilayah Banda Aceh, serta
- 4) Memiliki pengalaman berinteraksi dengan lingkungan sosial yang menerapkan nilai-nilai Syariat Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian ini melibatkan 5 informan utama yang terdiri dari mahasiswa dan pelajar yang aktif menggunakan media sosial. Informan dipilih untuk merepresentasikan pengalaman generasi muda dalam menghadapi dinamika nilai religius dan pengaruh budaya digital.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai pandangan, pengalaman, serta cara generasi muda memaknai identitas religius mereka di tengah pengaruh media sosial dan budaya digital. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur sehingga memungkinkan informan untuk menjelaskan pengalaman mereka secara lebih bebas dan reflektif.

Selain itu, peneliti juga melakukan observasi sosial terhadap pola interaksi generasi muda dalam lingkungan sosial maupun dalam aktivitas digital yang mereka lakukan melalui media sosial. Observasi ini bertujuan untuk melihat bagaimana generasi muda menampilkan identitas religius mereka dalam kehidupan sehari-hari serta dalam ruang digital. Sementara itu, studi dokumentasi dilakukan dengan menelaah berbagai sumber tertulis seperti artikel ilmiah, laporan penelitian, serta data statistik terkait penggunaan internet dan media sosial di kalangan generasi muda di Indonesia dan Aceh.

Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan utama yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap reduksi data dilakukan dengan menyaring dan memilih informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk deskripsi naratif serta tabel temuan untuk memudahkan proses interpretasi. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan secara reflektif dengan menghubungkan temuan penelitian dengan kerangka teori mengenai identitas religius, generasi Z, dan budaya digital.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan yang memiliki latar belakang berbeda. Sementara triangulasi metode dilakukan dengan menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Melalui teknik ini diharapkan hasil penelitian memiliki tingkat validitas yang lebih kuat dan mampu menggambarkan fenomena krisis identitas religius Generasi Z di Banda Aceh secara lebih komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa dinamika identitas religius Generasi Z di Banda Aceh tidak dapat dilepaskan dari pengaruh kuat perkembangan teknologi digital dan media sosial. Hasil wawancara menunjukkan bahwa generasi muda Aceh mengalami proses negosiasi identitas antara nilai-nilai religius yang diajarkan dalam lingkungan sosial dengan budaya digital global yang mereka konsumsi melalui internet dan media sosial. Untuk memahami fenomena tersebut secara lebih mendalam, penelitian ini melakukan wawancara terhadap beberapa informan yang berasal dari kalangan Generasi Z di Banda Aceh. Temuan Wawancara Informan Generasi Z Di Banda Aceh

Tabel 1
Hasil Wawancara Informan Generasi Z Di Banda Aceh

No	Informan	Usia	Aktivitas media sosial	Pernyataan informan	Makna sosial
1	Informan A	20	Instagra, Tiktok	Kadang konten yang saya lihat tidak sesuai dengan nilai agama, tapi karena sering muncul di FYP jadi terbiasa.”	Paparan konten global mempengaruhi persepsi nilai religius
2	Informan B	19	Instagram TikTok	“Di media sosial kita ingin terlihat modern, tapi di lingkungan keluarga tetap harus menjaga norma agama.”	Terjadi dualitas identitas sosial
3	Informan C	22	TikTok, Facebook	“Banyak influencer yang gaya hidupnya berbeda dengan budaya Aceh.”	Pengaruh budaya populer global
4	Informan D	18	TikTok	“Konten dakwah juga ada, tapi biasanya kalah menarik dibanding konten hiburan.”	Algoritma media sosial mempengaruhi konsumsi nilai
5	Informan E	21	Instagram	“Kadang merasa bingung antara mengikuti tren atau menjaga nilai agama.”	Konflik identitas generasi muda

Untuk memperkuat temuan dalam tabel di atas, beberapa informan menyampaikan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar terhadap cara mereka memandang gaya hidup dan identitas diri. “Media sosial sangat mempengaruhi cara kami melihat dunia. Banyak tren yang kami lihat di TikTok atau Instagram yang kadang berbeda dengan nilai yang diajarkan di lingkungan kami.”(Informan A, 20 tahun)

Fenomena generasi Z di Aceh tidak dapat dilepaskan dari perkembangan teknologi digital dan penetrasi media sosial yang semakin luas di Indonesia Generasi Z secara umum merujuk pada kelompok usia yang lahir pada akhir 1990-an hingga awal 2010-an. Berbeda dengan generasi sebelumnya, kelompok ini sejak masa kanak-kanak telah berinteraksi secara intens dengan internet, smartphone, dan media sosial sehingga pengalaman sosial mereka sangat dipengaruhi oleh lingkungan digital. dan dikenal sebagai digital natives, yaitu generasi yang sejak

kecil telah terbiasa dengan internet, smartphone, dan media sosial. Dalam konteks Aceh, fenomena ini menjadi menarik karena terjadi pertemuan antara budaya lokal yang religius dan konservatif dengan arus globalisasi digital yang sangat terbuka.

Data nasional menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia telah mencapai sekitar 80,68% dari total populasi atau sekitar 229,4 juta pengguna pada tahun 2025. Dari jumlah tersebut, sebagian besar pengguna aktif berasal dari generasi muda, terutama generasi Z yang mendominasi konsumsi media digital dan media sosial di Indonesia.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z di Aceh berada dalam situasi sosial yang kompleks dalam membangun identitas religius mereka. Di satu sisi, Aceh merupakan wilayah yang menerapkan Syariat Islam sebagai dasar kehidupan sosial, sehingga nilai-nilai religius memiliki posisi yang sangat kuat dalam struktur sosial masyarakat. Namun di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah membuka ruang interaksi baru bagi generasi muda yang memungkinkan mereka terpapar pada berbagai nilai global yang tidak selalu sejalan dengan norma lokal.

Fenomena ini menciptakan kondisi yang dapat disebut sebagai negosiasi identitas religius, di mana generasi muda harus menyeimbangkan antara tuntutan norma sosial lokal dengan pengaruh budaya digital global. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian informan mengalami kebingungan dalam menentukan sikap ketika menghadapi konten digital yang tidak sejalan dengan nilai religius yang mereka pelajari dalam lingkungan keluarga maupun pendidikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan nilai dan identitas sosial generasi muda.

Dalam konteks ini, algoritma media sosial memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi budaya generasi muda. Konten hiburan yang bersifat populer sering kali lebih mudah menarik perhatian pengguna dibandingkan dengan konten edukatif atau religius. Akibatnya, generasi muda lebih sering terpapar pada gaya hidup populer global yang cenderung menekankan aspek ekspresi diri dan kebebasan individu. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketegangan antara nilai religius yang bersifat normatif dengan budaya digital yang bersifat lebih fleksibel dan individualistik.

Pengaruh Internet Terhadap Generasi Z di Aceh

Media sosial menjadi ruang utama interaksi sosial generasi Z. Survei terbaru menunjukkan bahwa platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi media yang paling sering digunakan oleh generasi Z di Indonesia. Instagram digunakan oleh sekitar 83% responden Gen Z, diikuti TikTok sebesar 76%, dan YouTube sekitar 70%.

Selain itu, data survei lain menunjukkan bahwa generasi Z merupakan pengguna TikTok terbesar dengan persentase sekitar 42,27% dibandingkan generasi lain, yang menegaskan dominasi mereka dalam ekosistem media sosial berbasis video pendek. Dominasi platform berbasis visual dan video pendek ini menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi informasi. Generasi Z lebih

menyukai konten yang cepat, visual, interaktif, dan mudah dipahami, dibandingkan teks panjang atau media konvensional.

Jika fenomena ini dikontekstualisasikan dengan kondisi Aceh, maka dapat dilihat bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang ekspresi identitas generasi muda Aceh. Banyak konten kreator muda Aceh menggunakan platform seperti TikTok dan Instagram untuk menampilkan budaya lokal, gaya hidup, hingga pandangan mereka terhadap berbagai isu sosial.

Negosiasi Identitas Religius Generasi Z Dalam Struktur Sosial Di Aceh

Temuan penelitian menunjukkan bahwa identitas religius Generasi Z di Aceh tidak terbentuk secara linear melalui proses internalisasi nilai-nilai agama, tetapi melalui proses negosiasi yang kompleks antara struktur sosial religius yang kuat dan dinamika budaya digital global. Aceh sebagai satu-satunya provinsi di Indonesia yang secara formal menerapkan Syariat Islam menghadirkan ruang sosial yang menempatkan religiusitas bukan hanya sebagai pilihan personal, tetapi sebagai identitas kolektif masyarakat.

Dalam kerangka sosiologi identitas, kondisi ini menciptakan apa yang dapat disebut sebagai identitas normatif, yaitu identitas yang dibentuk melalui ekspektasi sosial yang kuat dari lingkungan masyarakat. Sebagian informan juga mengungkapkan bahwa terdapat tekanan sosial untuk tetap menampilkan citra religius dalam lingkungan masyarakat Aceh. "Di Aceh orang akan menilai kita dari cara berpakaian atau perilaku kita. Karena itu kadang kita harus terlihat religius di depan orang, walaupun di media sosial kita mengikuti tren yang berbeda." (Informan C, 22 tahun).

Generasi muda Aceh sejak awal mengalami proses sosialisasi nilai yang menekankan kepatuhan terhadap norma religius sebagai bagian dari identitas sosial mereka. Namun dalam praktik kehidupan sehari-hari, generasi muda juga hidup dalam ekosistem digital global yang memperkenalkan berbagai bentuk nilai, gaya hidup, dan representasi budaya yang jauh lebih plural dan cair.

Ketegangan antara dua sistem nilai tersebut memunculkan fenomena yang dalam kajian sosiologi modern sering disebut sebagai fragmentasi identitas, yaitu kondisi ketika individu tidak lagi memiliki identitas yang tunggal dan stabil, tetapi mengembangkan identitas yang berbeda sesuai dengan konteks sosial yang mereka hadapi. Dalam konteks Generasi Z Aceh, identitas religius tidak sepenuhnya hilang, tetapi mengalami transformasi dalam bentuk yang lebih fleksibel dan kontekstual.

Media Sosial dan Transformasi Otoritas Keagamaan

Salah satu temuan penting dari penelitian ini adalah perubahan sumber otoritas keagamaan di kalangan generasi muda. Secara tradisional, otoritas keagamaan di Aceh berada pada institusi seperti ulama, dayah (pesantren), serta lembaga pendidikan formal. Namun perkembangan media sosial telah membuka ruang baru bagi generasi muda untuk mengakses berbagai bentuk pengetahuan keagamaan secara langsung dari internet.

Fenomena ini menunjukkan adanya desentralisasi otoritas keagamaan, di mana otoritas dalam memahami agama tidak lagi sepenuhnya berada pada lembaga

keagamaan tradisional, tetapi juga berpindah ke ruang digital yang sangat terbuka dan tidak memiliki kontrol yang jelas terhadap validitas pengetahuan yang beredar. Peran algoritma media sosial dalam menentukan jenis konten yang muncul pada lini masa pengguna turut membentuk pola konsumsi budaya generasi muda secara tidak langsung. Sistem algoritma yang dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna cenderung memprioritaskan konten hiburan yang menarik secara visual dan emosional. Akibatnya, konten dengan muatan religius atau edukatif sering kali kalah populer dibandingkan konten hiburan yang lebih ringan. Kondisi ini berkontribusi terhadap terbentuknya preferensi budaya baru pada generasi muda yang lebih dipengaruhi oleh dinamika popularitas digital daripada otoritas nilai tradisional.

Banyak generasi muda saat ini memperoleh pemahaman agama dari konten-konten pendek di platform seperti TikTok atau YouTube. Konten-konten tersebut sering kali disajikan dalam bentuk yang sangat sederhana dan emosional sehingga lebih mudah diterima oleh generasi muda dibandingkan dengan pendekatan keagamaan tradisional yang lebih tekstual dan normatif.

Kondisi ini menciptakan paradoks baru dalam kehidupan religius generasi muda: di satu sisi akses terhadap pengetahuan agama menjadi lebih luas, tetapi di sisi lain proses pemahaman agama menjadi lebih dangkal dan terfragmentasi. Akibatnya, religiusitas generasi muda sering kali lebih bersifat performatif dan simbolik daripada reflektif dan mendalam.

Religiusitas Simbolik dalam Ruang Digital

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa identitas religius generasi muda di ruang digital sering kali ditampilkan dalam bentuk simbolik. Simbol-simbol religius seperti penggunaan hijab, penyebaran kutipan ayat Al-Qur'an, atau partisipasi dalam konten dakwah digital menjadi bagian dari strategi representasi diri dalam media sosial. Dalam perspektif sosiologi budaya, fenomena ini dapat dipahami sebagai bentuk performative religiosity, yaitu religiusitas yang ditampilkan sebagai bagian dari konstruksi identitas publik di ruang sosial. Dalam konteks media sosial yang sangat visual, identitas religius sering kali menjadi bagian dari citra diri yang ingin ditampilkan kepada publik.

Fenomena negosiasi identitas religius yang dialami Generasi Z di Aceh juga dapat dipahami melalui perspektif sosiologi budaya yang melihat identitas sebagai konstruksi sosial yang bersifat dinamis. Dalam konteks masyarakat digital, identitas individu tidak lagi dibentuk hanya melalui proses sosialisasi tradisional seperti keluarga, pendidikan, atau institusi keagamaan, tetapi juga melalui interaksi intensif dengan ruang digital yang menyediakan berbagai representasi nilai dan gaya hidup global.

Media sosial memungkinkan generasi muda mengakses berbagai narasi alternatif mengenai religiusitas, moralitas, serta ekspresi diri yang tidak selalu sejalan dengan norma religius yang berkembang dalam masyarakat lokal. Kondisi ini menjadikan identitas religius tidak lagi bersifat tunggal dan stabil, melainkan mengalami proses reinterpretasi yang terus berlangsung seiring dengan perubahan lingkungan sosial dan teknologi yang mereka hadapi.

Selain itu, dinamika tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z tidak sepenuhnya meninggalkan nilai religius yang ada dalam masyarakat Aceh, tetapi justru mengembangkan strategi adaptasi untuk mempertahankan identitas mereka dalam konteks sosial yang berubah. Dalam banyak kasus, generasi muda berupaya menyeimbangkan antara ekspektasi religius masyarakat dengan kebutuhan untuk tetap terhubung dengan budaya digital global yang menjadi bagian dari kehidupan mereka sehari-hari.

Strategi adaptasi ini dapat terlihat dari cara generasi muda menampilkan identitas religius secara selektif di ruang publik maupun digital, sehingga mereka tetap dapat mempertahankan legitimasi sosial dalam lingkungan masyarakat yang religius sekaligus mengikuti dinamika budaya populer yang berkembang secara global. Dengan demikian, fenomena yang terjadi tidak hanya mencerminkan adanya krisis identitas, tetapi juga menunjukkan proses transformasi identitas religius yang lebih fleksibel dan kontekstual dalam era digital.

Selain itu, beberapa informan menunjukkan adanya upaya untuk menyeimbangkan antara nilai agama dengan budaya digital yang mereka konsumsi. "Saya tetap ingin menjaga nilai agama, tapi di media sosial kita juga tidak bisa sepenuhnya lepas dari tren global. Jadi kadang kita mencoba menyesuaikan saja supaya tidak terlalu bertentangan." (Informan F, 20 tahun).

Ambiguitas Identitas dan Strategi Adaptasi Generasi Z

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian Generasi Z di Aceh mengalami apa yang dapat disebut sebagai ambiguitas identitas religius. Ambiguitas ini muncul ketika individu harus menavigasi dua sistem nilai yang berbeda: norma religius yang kuat dalam lingkungan sosial dan budaya digital global yang lebih permisif terhadap berbagai bentuk ekspresi diri.

Dalam kehidupan sosial sehari-hari, generasi muda cenderung menunjukkan perilaku yang sesuai dengan norma religius yang berlaku dalam masyarakat. Namun dalam ruang digital, mereka memiliki ruang yang lebih luas untuk mengeksplorasi identitas diri dan mengikuti berbagai tren budaya populer global.

Kondisi ini tidak selalu berarti bahwa generasi muda menolak nilai religius yang ada. Sebaliknya, fenomena tersebut dapat dipahami sebagai strategi adaptasi generasi muda dalam menghadapi perubahan sosial yang cepat. Generasi Z tidak hanya berusaha mempertahankan identitas religius mereka, tetapi juga berupaya menyesuaikan diri dengan realitas global yang mereka hadapi melalui media digital.

Krisis Identitas atau Transformasi Identitas ?

Pertanyaan penting yang muncul dari temuan penelitian ini adalah apakah fenomena yang terjadi pada Generasi Z di Aceh benar-benar merupakan krisis identitas religius, atau justru bentuk transformasi identitas religius dalam konteks masyarakat digital.

Sebagian pihak mungkin melihat perubahan perilaku generasi muda sebagai tanda melemahnya komitmen religius. Namun perspektif tersebut sering kali terlalu sederhana dan tidak mempertimbangkan kompleksitas perubahan sosial yang sedang terjadi. Generasi Z hidup dalam dunia yang sangat berbeda dibandingkan

generasi sebelumnya, di mana batas antara ruang lokal dan global semakin kabur akibat perkembangan teknologi digital.

Dalam konteks ini, identitas religius generasi muda tidak sepenuhnya hilang, tetapi mengalami proses reinterpretasi sesuai dengan pengalaman sosial mereka di era digital. Oleh karena itu, fenomena yang terjadi pada Generasi Z Aceh mungkin lebih tepat dipahami sebagai proses rekonstruksi identitas religius, bukan sekadar krisis identitas.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan signifikan terhadap cara Generasi Z di Aceh membangun dan mengekspresikan identitas religius mereka. Di satu sisi, Aceh sebagai daerah yang menerapkan Syariat Islam memiliki struktur sosial yang kuat dalam menanamkan nilai-nilai religius kepada masyarakat, termasuk generasi muda. Namun di sisi lain, kehadiran budaya digital global melalui media sosial menghadirkan berbagai nilai, gaya hidup, serta pola interaksi yang tidak selalu sejalan dengan norma sosial dan religius yang berlaku di masyarakat Aceh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z berada dalam situasi negosiasi identitas, yaitu proses menyeimbangkan antara tuntutan nilai religius yang bersumber dari lingkungan keluarga, pendidikan, dan masyarakat dengan pengaruh budaya digital yang mereka konsumsi melalui internet dan media sosial. Fenomena ini terlihat dari pengalaman informan yang menunjukkan adanya ambivalensi dalam memaknai identitas religius mereka, terutama ketika berhadapan dengan konten digital yang mempromosikan gaya hidup global yang lebih bebas dan individualistik.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang sosial baru yang berperan dalam pembentukan nilai, identitas, serta orientasi sosial generasi muda. Algoritma media sosial yang cenderung memprioritaskan konten hiburan dan tren populer turut mempengaruhi pola konsumsi budaya generasi muda, sehingga nilai-nilai religius sering kali harus bersaing dengan berbagai bentuk budaya populer yang beredar secara luas di ruang digital.

Dengan demikian, fenomena krisis identitas religius pada Generasi Z di Aceh tidak dapat dipahami secara sederhana sebagai bentuk penurunan religiusitas generasi muda. Sebaliknya, fenomena ini lebih tepat dipahami sebagai bagian dari proses transformasi sosial yang terjadi akibat pertemuan antara tradisi religius lokal dengan dinamika budaya digital global. Dalam konteks ini, generasi muda tidak hanya menjadi objek perubahan, tetapi juga aktor yang secara aktif menegosiasikan identitas mereka dalam menghadapi berbagai pengaruh sosial yang kompleks di era digital.

Berdasarkan temuan penelitian ini, diperlukan pendekatan pendidikan dan literasi digital yang lebih kontekstual bagi generasi muda, khususnya dalam mengintegrasikan nilai-nilai religius dengan dinamika budaya digital yang berkembang pesat. Institusi pendidikan, keluarga, serta lembaga keagamaan di Aceh perlu mengembangkan strategi dakwah dan pendidikan keagamaan yang adaptif

terhadap perkembangan teknologi digital agar nilai-nilai religius tetap relevan bagi generasi muda di era masyarakat digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). Laporan Survei Internet Indonesia 2023. Jakarta: APJII.
- Ratna Susanti, Al Ikhlas, Susi Desmaryani, Abubakar, Anwar, & Syahrial Shaddiq. (2025). Literasi Digital Sebagai Tameng Masyarakat Terhadap Hoaks Politik Di Tahun Pemilu : Studi Kasus Di Media Sosial. *Edu Research*, 6(2), 860-869. <https://doi.org/10.47827/jer.v6i2.887>
- Akilah, U., Safi'e, M., Rahmatullah, I., Fadlan, M. A., & Shobahiyah, Q. (2025). *Konektivitas budaya dengan jiwa keagamaan*. Penerbit: Kramantara JS
- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik Indonesia 2023. Jakarta: BPS.
- Waruwu.D, (2025). *KAJIAN BUDAYA DALAM ERA DIGITAL: Dari Lokal Ke Global*. PT Nafal Global Nusantara
- Fillah, H., & Izatinufus, N. F. (2024). Dinamika Sosial Dalam Penegakan Hukum Islam Di Aceh. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, 1(02 November), 245-252.
- Ginting, L. R., et al. (2024). Psikologi digital: Dinamika Generasi Z dalam era media sosial. *Edu Society: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*.
- Hassoun, A., et al. (2023). Practicing information sensibility: How Generation Z engages with online information.
- Jannah, M., & Nurmila. (2025). Media sosial dan pembentukan religiusitas Generasi Z: Meta-analisis. *An-Nur: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*.
- Jean M. Twenge. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy—and Completely Unprepared for Adulthood*. New York: Atria Books.
- Kang, S. (2025). Toward a healthier social media experience: Designing inspiration and reality modes for Generation Z.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia*. Jakarta: Kominfo.
- 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*.
- Manuel Castells. (2010). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Ramadhani, O., & Khoirunisa. (2023). Generasi Z dan teknologi: Gaya hidup Generasi Z di era digital. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*.
- Siregar, A. A. H., Apriliani, R. R., & Nurhasanah, N. (2025). Analisis Korelasi Statistik Antara Populasi Jumlah Penduduk dan Pengguna Internet Di Indonesia. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 4776-4781.
- Sari, R. I., Yuzima, R., & Ardini, R. (2024). Komunikasi digital dan perubahan gaya hidup Generasi Z. *Sagita Academia Journal*.

- Wiyono, S., Hanock, E. E., & Arwam, B. A. (2024). Strategi misi digital berdasarkan survei penetrasi internet: Adaptasi penggunaan media sosial Generasi Z. REI MAI: Jurnal Ilmu Teologi dan Pendidikan Kristen.
- Yasraf Amir Piliang. (2011). Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ziang, W., et al. (2024). When income meets faith: The development and application of the Chinese Generation Z unconventional religious orientation scale. BMC Psychology.

Copyright © 2026, **Muhammad Osa Alesia, Ratna Mutia, Husnaidar, Nurfiani Samsuddin, Ikhwatun Hidayat Fingki Indrawan, Akhyar, Yeni Rimadeni**

The manuscript open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.