

Pengaruh Mengakses Media Sosial *TikTok* Terhadap Tingkat Religiusitas Pada *Gen Z* Dengan Pertemanan Sebagai Moderator

Aisyah Sekar Kinanthi ¹, Zahro Varisna Rohmadani ²

Email: aisyahsekaratnaa@gmail.com¹, zahrovarisna@unisayogya.ac.id²

Universitas Aisyiyah Yogyakarta^{1,2}

Abstrak

Penelitian ini membahas pengaruh mengakses media sosial *TikTok* terhadap tingkat religiusitas pada Generasi Z (*Gen Z*) di Yogyakarta dengan pertemanan sebagai variabel moderator. *Gen Z* dikenal sebagai generasi digital native yang aktif menggunakan media sosial, sehingga penting untuk memahami bagaimana interaksi digital memengaruhi nilai keagamaan mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana penggunaan *TikTok* berpengaruh terhadap religiusitas dan apakah pertemanan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut. Kajian teori mengacu pada teori *Uses and Gratifications* dan teori pembelajaran sosial Bandura. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Populasi penelitian adalah *Gen Z* berusia 15–28 tahun di Yogyakarta yang aktif menggunakan *TikTok*. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *TikTok* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat religiusitas *Gen Z*. Namun, variabel pertemanan memiliki pengaruh signifikan dan memoderasi hubungan antara penggunaan *TikTok* dan religiusitas. Artinya, pertemanan yang positif dapat memperkuat nilai religius *Gen Z* meskipun mereka aktif di media sosial.

Kata Kunci: *TikTok*; Religiusitas; *Gen Z*; Pertemanan

Abstract

This study examines the effect of accessing the social media platform TikTok on the level of religiosity among Generation Z (Gen Z) in Yogyakarta, with friendship as a moderating variable. Gen Z is known as a digital native generation that is highly active on social media, making it important to understand how digital interaction influences their religious values. The purpose of this research is to determine the extent to which TikTok usage affects religiosity and whether friendship strengthens or weakens this relationship. The study is based on the Uses and Gratifications theory and Bandura's Social Learning Theory. This research uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis. The population consists of Gen Z individuals aged 15–28 years in Yogyakarta who actively use TikTok. Data were collected through a Likert-scale questionnaire. The results indicate that TikTok usage does not significantly affect religiosity when analyzed partially. However, friendship has a significant influence and moderates the relationship between TikTok usage and religiosity. Positive friendships can strengthen religious values among Gen Z despite their active engagement on social media.

Keywords: *TikTok*; Religiosity; Generation Z; Friendship

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era saat ini telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, mulai dari pola komunikasi, cara berpikir, hingga perilaku sehari-hari. Salah satu dampak dari transformasi ini adalah lahirnya kelompok masyarakat yang dikenal sebagai Generasi

Z (*Gen Z*). Generasi ini mencakup individu yang lahir sekitar tahun 1995 hingga 2010, yaitu mereka yang tumbuh dalam lingkungan yang sarat dengan akses teknologi, internet, dan media sosial. Karena sejak kecil telah terbiasa berinteraksi dengan perangkat digital, *Gen Z* kerap disebut sebagai generasi asli pengguna teknologi atau *digital natives*,

yang memandang teknologi sebagai bagian alami dari aktivitas harian mereka.

Kehidupan *Gen Z* sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan media sosial. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nielsen Media Indonesia pada tahun 2020, lebih dari 86% dari generasi ini memanfaatkan media digital untuk berbagai keperluan seperti belajar, berkomunikasi, dan hiburan. Di antara banyak aplikasi, *TikTok* adalah salah satu yang paling populer. Sejak diluncurkan pada tahun 2016, platform video pendek ini telah berkembang dengan pesat dan kini termasuk dalam jajaran media sosial dengan jumlah pengguna aktif tertinggi di Indonesia. Di *TikTok*, pengguna dapat menciptakan dan membagikan video singkat dengan berbagai efek visual, musik, dan fitur interaktif yang menarik.

Penggunaan *TikTok* di kalangan remaja dan pelajar tidak selalu membawa dampak negatif. Platform ini juga dapat menjadi wadah untuk menyalurkan kreativitas serta menyediakan berbagai materi pembelajaran yang bermanfaat. Saat ini, banyak konten dakwah maupun edukasi yang turut disebarkan melalui *TikTok*, menunjukkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan untuk tujuan positif, termasuk dalam memperluas pemahaman keagamaan. Meskipun demikian, tidak sedikit pengguna yang mengalami dampak

kurang baik dari penggunaan aplikasi ini, seperti munculnya kecanduan, menurunnya produktivitas, gangguan konsentrasi, serta berkurangnya waktu untuk beribadah dan melakukan refleksi spiritual.

Fenomena tersebut menjadi menarik untuk dikaji lebih dalam sebab Generasi Z kerap dianggap mengalami penurunan tingkat religiusitas dibandingkan generasi sebelumnya. Temuan penelitian Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN Jakarta pada tahun 2021 mengungkapkan bahwa tingkat keagamaan *Gen Z* lebih rendah dibandingkan generasi milenial maupun generasi X.

Salah satu penyebab dari penurunan ini adalah gaya hidup yang cepat di zaman *modern*, serta meningkatnya penggunaan konten digital yang tidak selalu sesuai dengan nilai-nilai agama.

Religiusitas adalah elemen yang sangat penting dalam kehidupan manusia, yang menunjukkan bagaimana seseorang terhubung dengan Tuhan dan berfungsi sebagai panduan untuk sikap dan tindakan mereka. Berdasarkan pendapat Glock dan Stark (1988), religiusitas terdiri dari lima aspek utama, yaitu keyakinan, praktik agama, pengalaman keagamaan, pengetahuan agama, dan dampak atau penghayatan. Ketika religiusitas seseorang

tinggi, itu akan menghasilkan individu yang beriman, memiliki moral yang baik, dan menjaga keseimbangan antara kehidupan sosial dan spiritual mereka.

Namun di sisi lain, kuatnya arus globalisasi dan kemajuan media sosial membuat nilai-nilai agama seringkali terpinggirkan oleh gaya hidup *modern* yang lebih mengutamakan popularitas, tren, dan kesenangan sementara. *TikTok*, yang merupakan salah satu platform media sosial yang sangat berpengaruh saat ini, memiliki dua sisi yang saling bertentangan. Di satu sisi, ia bisa menjadi alat untuk menyebarkan ajaran agama dan nilai-nilai spiritual dengan cara yang kreatif; tetapi di sisi lain, ia juga bisa menjadi sumber gangguan spiritual, terutama jika dipakai secara berlebihan tanpa batasan. Banyak remaja mengaku menunda waktu ibadah, kehilangan konsentrasi dalam belajar, bahkan, sering menggunakan *TikTok* bisa menyebabkan seseorang meniru perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai agama.

Selain pengaruh dari media, hubungan sosial seperti pertemanan juga sangat berpengaruh dalam membentuk tingkat religiositas seseorang. Santrock (2015) menyatakan bahwa remaja dan usia dewasa awal adalah waktu di mana individu sangat dipengaruhi oleh teman mereka. Pertemanan yang sehat dapat

memberikan dukungan emosional, moral, dan spiritual, yang juga membantu menjaga konsistensi dalam beribadah. Di sisi lain, pertemanan yang buruk dapat menjerumuskan seseorang ke dalam tindakan yang bertentangan dengan ajaran agama. Dalam penggunaan media sosial, pertemanan juga berpengaruh besar terhadap jenis konten yang terlihat, dibagikan, dan direspon oleh seseorang.

Pertemanan dapat bertindak sebagai penghubung dalam hubungan antara pemakaian media sosial dan tingkat keyakinan beragama. Ini berarti bahwa persahabatan yang sehat dapat meningkatkan pengaruh baik dari media sosial, misalnya konten penyampaian ajaran di *TikTok*, terhadap peningkatan keagamaan. Di sisi lain, jika persahabatan tidak mendukung, hal ini dapat mengurangi bahkan menghilangkan pengaruh positif tersebut. Karena itu, penting untuk menyelidiki bagaimana faktor-faktor persahabatan memengaruhi hubungan antara penggunaan *TikTok* dan tingkat religiusitas di kalangan *Gen Z*.

Yogyakarta dijadikan lokasi penelitian karena merupakan Kota pelajar yang memiliki populasi *Gen Z* yang cukup besar. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2020), sebanyak 23,73% penduduk Yogyakarta atau sekitar 870.000 jiwa termasuk dalam kategori

Gen Z. Sebagai kota dengan atmosfer pendidikan dan budaya yang kuat, Yogyakarta menjadi tempat yang tepat untuk melihat fenomena perubahan sosial dan spiritualitas pada kalangan muda, termasuk dalam konteks penggunaan media sosial dan religiusitas.

KAJIAN PUSTAKA

Perkembangan teknologi dan media sosial saat ini sangat mempengaruhi perilaku serta nilai spiritual generasi muda. Menurut Wulandari dan Putra (2022), media sosial telah menjadi tempat baru bagi para remaja untuk mengungkapkan diri dan belajar tentang nilai-nilai agama. Sari dan Yuliani (2023) juga menegaskan bahwa *TikTok* dapat memberikan dampak positif melalui konten dakwah, tetapi dapat juga berdampak negatif jika digunakan tanpa kontrol.

Selain itu, Pratama (2021) mencatat bahwa hubungan pertemanan memainkan peran penting dalam membentuk perilaku religius remaja. Pertemanan yang baik dapat memperkuat nilai keagamaan, sedangkan lingkungan pertemanan yang kurang sehat dapat mengurangnya. Berdasarkan hal tersebut, teori-teori tentang Religiusitas, penggunaan media sosial *TikTok*, dan Pertemanan menjadi dasar untuk memahami hubungan antar variabel dalam penelitian ini.

Religiusitas

Religiusitas adalah aspek penting yang menunjukkan bagaimana seseorang terhubung dengan Tuhan dan seberapa dalam seseorang memahami serta menjalani ajaran agamanya. Menurut Jalaluddin (2023) menjelaskan bahwa religiusitas dapat diartikan sebagai motivasi dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang untuk berperilaku sesuai dengan ajaran agama yang ia percayai. Ini melibatkan aspek kepercayaan, aktivitas ibadah, pengalaman spiritual, dan penerapan nilai-nilai moral dalam kehidupan sehari-hari.

Glock dan Stark (1988) mengemukakan 5 dimensi religiusitas yang hingga kini masih relevan, yaitu: (1) keyakinan (*belief*) terhadap doktrin agama, (2) praktik ibadah (*practice*), (3) pengalaman spiritual (*experience*), (4) pengetahuan agama (*knowledge*), dan (5) pengamalan nilai-nilai agama (*consequence*). Dimensi ini menjelaskan bahwa religiusitas bukan hanya tentang pengetahuan atau ritual, tetapi juga penghayatan batin dan penerapan nilai dalam kehidupan sosial.

Studi terbaru yang dilakukan oleh Ginting (2024) mengindikasikan bahwa tingkat keagamaan *Gen Z* di Indonesia bervariasi, dipengaruhi oleh media sosial dan lingkungan sosial mereka. Tingkat

religiusitas yang tinggi dapat berfungsi sebagai pengontrol perilaku dalam menghadapi dampak globalisasi. Dalam hal yang sama dengan hal tersebut, Ratnawati (2022) menekankan bahwa pendidikan agama yang baik dapat memperkuat keagamaan dan mendukung remaja dalam menghadapi pengaruh buruk dari media digital.

Jadi, faktor internal seperti keyakinan dan karakter tidak hanya memengaruhi religiusitas *Gen Z*, tetapi juga hal-hal dari luar seperti latar belakang keluarga, pendidikan, hubungan pertemanan, dan pengaruh media sosial.

Mengakses Media Sosial *TikTok*

Jaringan sosial yang dikenal sebagai media sosial berfungsi sebagai sarana komunikasi digital yang memungkinkan orang untuk berinteraksi dan membagikan informasi secara luas. Salah satu platform yang sangat populer saat ini adalah *TikTok*, yang tidak hanya menawarkan hiburan tetapi juga berfungsi sebagai tempat pembelajaran dan ruang untuk berbagai aspek agama. Triyono (2023) menyatakan bahwa *TikTok* adalah platform yang memberi kesempatan kepada penggunanya untuk membuat, membagikan, dan menikmati video pendek yang kreatif dengan fitur interaktif.

Menurut teori *Uses and Gratifications* oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch yang diterbitkan pada tahun 1974, Orang-orang memanfaatkan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti hiburan, pengetahuan, dan pengakuan sosial. Dalam hal *TikTok*, *Gen Z* menggunakan platform ini untuk menemukan hiburan, mengikuti tren, dan memperluas jaringan sosial mereka. Namun, Allisa dan Triyono (2023) menunjukkan bahwa konten dakwah di *TikTok* juga menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan religiusitas di kalangan remaja karena cara penyampaianya yang menarik dan mudah dipahami.

Menurut Ajzen (2005), terdapat beberapa metode untuk menggunakan media sosial yaitu, perhatian, pengalaman, lamanya waktu, dan seberapa sering. Faktor-faktor ini berperan penting dalam menentukan sejauh mana seseorang terlibat dan terpengaruh oleh isi media sosial. Dalam sebuah penelitian terkini oleh Rahmayani dan Lubis (2021), ditemukan bahwa penggunaan *TikTok* yang lebih sering dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya perubahan perilaku, baik secara positif maupun negatif, tergantung pada jenis konten yang dilihat.

Oleh karena itu, penggunaan *TikTok* memiliki dampak pada tingkat keagamaan *Gen Z*. Ketika platform ini dimanfaatkan untuk menikmati dan membagikan konten keagamaan, *TikTok* mampu menjadi sarana penyebaran ajaran yang *modern* dan efektif. Namun, tanpa adanya pengawasan, penggunaan yang berlebihan malah berpotensi merusak perhatian terhadap aspek spiritual dan ketekunan dalam beribadah.

Pertemanan

Pertemanan, juga dikenal sebagai ikatan sosial yang ditandai dengan rasa saling percaya, dukungan emosional, dan komunikasi yang erat. Menurut Santrock (2015), memiliki dampak yang signifikan terhadap identitas, nilai-nilai, dan perilaku seseorang, terutama selama masa kanak-kanak dan awal dewasa. Hubungan Pertemanan berpengaruh besar terhadap identitas, nilai dan tingkah laku seseorang, terutama di waktu anak-anak dan dewasa.

Partowisastro (dalam Ramadani, 2022) menjelaskan tiga aspek utama pertemanan, yaitu: keterbukaan dalam kelompok, kerjasama antar individu, dan frekuensi hubungan. Ketiga aspek ini menggambarkan bagaimana kualitas pertemanan dapat memengaruhi perkembangan sosial dan spiritual seseorang.

Dalam konteks religiusitas, hubungan pertemanan dapat berperan sebagai faktor penguat yang memperkuat pengaruh positif dari paparan konten dakwah di media sosial. Menurut Luluk (2021) menyatakan bahwa teman sebaya mampu memengaruhi perilaku religius seseorang dengan memberikan dukungan semangat dan menyebarkan materi dakwah melalui platform media sosial. Hal ini sejalan dengan *Social Learning Theory* oleh Bandura (1977), yang menjelaskan bahwa orang belajar dengan melihat dan meniru perilaku orang lain. Melalui pertemanan yang positif, *Gen Z* dapat meniru perilaku religius teman-temannya dan menginternalisasi nilai-nilai keagamaan.

Penelitian oleh Ulil Azmi dkk. (2024) menunjukkan bahwa lingkungan pertemanan yang sehat dapat meningkatkan religiusitas peserta didik dan mencegah terbentuknya perilaku negatif seperti *toxic friendship*. Artinya, pertemanan berfungsi sebagai lingkungan sosial yang penting dalam memperkuat nilai-nilai spiritual dan moral generasi muda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif korelasional yang bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh

mengakses media sosial *TikTok* terhadap tingkat religiusitas *Gen Z*, dengan pertemanan sebagai variabel moderator. Populasi dalam penelitian ini adalah terdiri dari *Gen Z* yang berusia antara 15-28 tahun dan tinggal di Yogyakarta menggunakan media sosial *TikTok* secara aktif. Metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah *purposive sampling*, yang mana total sampel yang dianalisis berjumlah 101 responden.

Informasi diperoleh melalui kuesioner secara daring yang menggunakan skala Likert 1–4 dan mencakup tiga variabel utama, yaitu Mengakses *TikTok* (X), yang diukur melalui indikator frekuensi, durasi, dan jenis konten yang diakses (Rahmayani & Lubis, 2021). Religiusitas (Y), yang mencakup keyakinan, praktik ibadah, pengalaman spiritual, pengetahuan agama, dan pengamalan nilai moral (Jalaluddin, 2023). Dan yang terakhir Pertemanan (Z), yang diukur melalui indikator dukungan emosional, interaksi sosial, dan saling mengingatkan dalam kebaikan (Luluk, 2021).

Alat penelitian diuji dengan menggunakan uji validitas *Pearson Product Moment* dan juga dengan uji reliabilitas *Cronbach Alpha*, dengan kriteria reliabilitas $\geq 0,70$. Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS versi

22, dengan pendekatan analisis jalur (*Path analysis*) termasuk pengujian validitas dan reliabilitas, pemeriksaan asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda untuk menilai pengaruh langsung dan dampak moderasi pertemanan terhadap hubungan antara penggunaan *TikTok* dan religiusitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Peserta dalam studi ini adalah *Gen Z* yang tinggal di Yogyakarta. Dalam penelitian ini, jumlah peserta yang terlibat mencapai 101 *Gen Z* yang terdiri dari 47 Laki-laki (46,5%) dan Perempuan 54 (53,5%). Dengan rentan usia 3 *Gen Z* berumur 15 tahun (3%), 5 *Gen Z* berusia 16 tahun (5%), 4 *Gen Z* berusia 17 tahun (4%), 2 *Gen Z* berusia 18 tahun (2%), 4 *Gen Z* berusia 19 tahun (4%), 14 *Gen Z* berusia 20 tahun (13,9%), 13 *Gen Z* berusia 21 tahun (12,9%), 10 *Gen Z* berusia 22 tahun (9,9%), 8 *Gen Z* berusia 23 tahun (7,9%), 7 *Gen Z* berusia 24 tahun (10,9%), 9 *Gen Z* berusia 25 tahun (8,9%), 11 *Gen Z* berusia 26 tahun (4%), 4 *Gen Z* berusia 27 tahun (4%), dan 7 *Gen Z* berusia 28 tahun (6,9%).

Pada uji reliabilitas variabel Religiusitas mendapatkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,70. Pada variabel mengakses media sosial *TikTok* mendapatkan nilai *cronbach's alpha*

0,730. Dan untuk variabel Pertemanan mendapatkan nilai *crombach's alpha* 0,747. Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas ini dapat diimpulkan bahwa nilai tersebut reliabel.

Selanjutnya berdasarkan hasil uji asumsi normalitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,118. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal karena nilainya melebihi 0,05. Dalam pemeriksaan multikolineritas pada variabel *TikTok*, ditemukan bahwa *TikTok* memiliki nilai Tolerance sebesar 0,603, yang lebih besar dari 0,100, dan nilai *VIF* sebesar 1,659, yang kurang dari 10,00. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas yang signifikan antara variabel *TikTok* dan variabel lain dalam model regresi. Sedangkan pada variabel Pertemanan diketahui bahwa Pertemanan menunjukkan angka Toleransi yang mencapai 1,000 (setara dengan 1) dan angka *VIF* yang juga sebesar 1,000 (setara dengan 1). Artinya, variabel moderator tidak berkorelasi dengan variabel lain dalam model regresi. Sehingga tidak terdapat multikolinearitas. Dan pada variabel interaksi antara *TikTok* dan Pertemanan diketahui memiliki Nilai Tolerance sebesar 0,603 (sama dengan nilai Tolerance variabel *TikTok*) dan Nilai *VIF* sebesar 1,659 (sama dengan nilai *VIF*

variabel *TikTok*). Artinya, variabel interaksi (Z) memiliki pola multikolinearitas yang sama dengan variabel X (*TikTok*). Hal ini wajar, karena variabel interaksi (Z) adalah hasil dari perkalian antara variabel *TikTok* dan variabel Pertemanan.

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel independent dengan variabel dependent. Uji linearitas di anggap linear jika nilai signifikan (*p-value*) >0,05. Berdasarkan hasil uji, nilai signifikan antara variabel Religiusitas dan *TikTok* hasil yang di dapatkan sebesar 0,678 >0,05 maka dapat di simpulkan bawah variabel Religiusitas memiliki hubungan dengan variabel *TikTok*, sehingga data di anggap bersifat linear. Selanjutnya variabel Religiusitas dan Pertemanan, berdasarkan nilai signifikan yang didapatkan sebesar 0,286 >0,05 maka dapat di simpulkan bawah variabel Religiusitas memiliki hubungan dengan variabel Pertemanan, sehingga data di anggap bersifat linear.

Pengujian hipotesis di bagian uji T (Parsial) *TikTok* menunjukkan nilai signifikansi 0,791 yang lebih kecil dari 0,05. Ini berarti bahwa variabel *TikTok* berpengaruh terhadap Religiusitas. Untuk variabel Pertemanan, nilai *sig* 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa

variabel Pertemanan berpengaruh terhadap Religiusitas.

Oleh karena itu, nilai *t*-Tabel yang diperoleh adalah *t*-Tabel= 1,984. Di sisi lain, *t*-hitung untuk *TikTok* menunjukkan nilai sebesar 0,266. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa variabel *TikTok* tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial atau secara individu terhadap variabel Religiusitas.

Namun pada variabel Pertemanan mendapatkan nilai 11.651, dapat disimpulkan bahwa variabel Pertemanan memiliki pengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel Religiusitas.

Hasil dari uji *F* (simultan) menunjukkan nilai *F*-hitung mencapai 67.910, sedangkan *F*-tabel tercatat 3,09 dan nilai *sig* adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa variabel *TikTok* dan Pertemanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Religiusitas secara bersamaan.

Uji *R-Square* digunakan untuk mengetahui seberapa besar dampak variabel independen pada variabel dependen. Berdasarkan nilai *sig R Square* sebesar 0,581 dapat disimpulkan bahwa variabel *TikTok* dan Pertemanan memberikan pengaruh terhadap Religiusitas sebesar 58,1%, sementara sisanya yaitu 41,9% dipengaruhi oleh

faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *TikTok* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap religiusitas. Hal ini sejalan dengan temuan Kusuma & Prasetyo (2022) yang menyatakan bahwa keterpaparan media sosial tidak selalu menurunkan nilai religius, karena individu masih mampu melakukan filter terhadap konten negatif berdasarkan nilai personal dan pendidikan agama. Namun demikian, Putri et al. (2021) menambahkan bahwa paparan konten positif di *TikTok*, seperti dakwah kreatif atau konten islami, dapat meningkatkan kesadaran beragama bila diakses secara selektif. Artinya, pengaruh *TikTok* terhadap religiusitas bersifat kontekstual bergantung pada jenis konten dan tingkat kontrol diri pengguna.

Selanjutnya Pengaruh Pertemanan terhadap Religiusitas, Hasil uji menunjukkan bahwa pertemanan berpengaruh signifikan terhadap religiusitas (*sig* = 0,000). Menurut Santrock (2018) dan Hurlock (2017), lingkungan pertemanan memiliki peran besar dalam pembentukan nilai, moral, dan perilaku religius individu, khususnya pada masa remaja. *Gen Z* yang bergaul dengan teman-teman religius akan lebih cenderung meniru perilaku positif,

mengikuti kegiatan keagamaan, serta menghindari perilaku menyimpang. Sebaliknya, pertemanan yang berorientasi hedonistik dapat menurunkan tingkat religiusitas. Dengan demikian, pertemanan menjadi faktor sosial paling dominan dalam membentuk religiusitas *Gen Z* dibandingkan penggunaan media sosial.

Dan yang terakhir Pengaruh Simultan *TikTok* dan Pertemanan terhadap Religiusitas. Secara bersama-sama, *TikTok* dan Pertemanan memiliki pengaruh signifikan (58,1%) terhadap Religiusitas. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial dapat menjadi sumber pengaruh nilai, lingkungan sosial (pertemanan) tetap menjadi filter utama dalam menentukan efek media terhadap religiusitas.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat disimpulkan mengenai Pengaruh Mengakses Media Sosial *TikTok* terhadap Tingkat Religiusitas *Gen Z* di Yogyakarta dengan Pertemanan sebagai Moderator, bahwa penggunaan *TikTok* tidak secara langsung memengaruhi tingkat religiusitas, namun pengaruhnya tergantung pada cara penggunaan serta kesadaran individu dalam menyaring konten. Sementara itu, faktor pertemanan

terbukti memiliki peran penting dalam memperkuat nilai-nilai keagamaan *Gen Z*. Secara simultan, *TikTok* dan pertemanan memberikan pengaruh signifikan terhadap religiusitas dengan kontribusi sebesar 58,1%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti pendidikan agama dan lingkungan keluarga.

Dengan demikian, interaksi sosial memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan pengaruh teknologi dalam membentuk identitas religius generasi muda.

Saran

Berdasarkan hasil temuan tersebut, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan acuan bagi berbagai pihak. *Gen Z* diharapkan dapat lebih bijak dan selektif dalam menggunakan media sosial, khususnya *TikTok*. Mereka perlu mengembangkan literasi digital agar mampu membedakan konten positif dan negatif, serta memanfaatkan media sebagai sarana pembelajaran, inspirasi, dan penguatan nilai spiritual.

Selain itu, variabel penelitian hanya mencakup *TikTok*, religiusitas, dan pertemanan, sementara faktor eksternal lain yang juga berpotensi memengaruhi religiusitas belum dikaji secara mendalam. Pengumpulan data yang dilakukan melalui kuesioner daring juga memungkinkan adanya bias respon, terutama terkait

kejujuran dan persepsi subjektif dari responden.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas pendekatan, baik dari segi metodologi maupun objek kajian, agar diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai pengaruh media sosial terhadap religiusitas generasi muda di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyani, N. (2018). *Peran teman sebaya terhadap religiusitas lanjut usia: Studi deskriptif di Panti Jompo Muhammadiyah Rancabolang Kota Bandung* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Administrator. (2021, Juni 15). *Mengenal karakter generasi: Dominasi Gen X, Z dan Milenial dalam komposisi penduduk DIY*. Kalurahan Karangsari. <https://karangsari-kulonprogo.desa.id/index.php/artikel/2021/6/15/mengenal-karakter-generasi-dominasi-gen-x-z-dan-milenial-dalam-komposisi-penduduk-diy>
- Allisa, L., & Triyono, A. (2023). Pengaruh Dakwah Di Media Sosial *TikTok* Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 26-38.
- Amalia, R. (2020). *Pengaruh Pola Interaksi Teman Sebaya Terhadap Religiusitas Siswa Di Sma Muhammadiyah Salaman* (Doctoral dissertation. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Aqilah, D., As, D. S., & Fauzi, A. (2023). Dampak Media Sosial Terhadap Tindak Kenakalan Remaja. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6(1), 219-225.
- Arlina, A., Nasution, A. S., Ayuningtyas, N., & Riadi, S. (2024). Kontribusi Remaja Masjid dalam Menumbuhkan Sikap Religius di Masjid Al-Muflihun Bandar Selamat. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 23(2), 1107-1120.
- Aulia, W., Maputra, Y., Afriyeni, N., & Sari, L. (2022). Hubungan religiusitas dengan kontrol diri dalam penggunaan *TikTok* pada remaja. *Jurnal Psikologi Udayana*, 9(1), 118-129.
- Azmi, U., Yaqin, A., & Saifuddin, S. (2024). Religiusitas dan Toxic Friendship di Kalangan Peserta Didik. *ISLAMIKA*, 6(4), 1754-1767.
- Budiyono, E. F. C. S., & Tololiu, G. C. (2025). Investasi Di Era Generasi Z: Analisis Gender Dan Persepsi Risiko Sebagai Faktor Pengambilan Keputusan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 181-203.
- Doni, A. M. D., Oktisaputri, E., Lara, L., Wea, B., & Papahang, J. E. (2022). Utilizing the *TikTok* app to increase confidence in late teenagers to late adults. *Education and Social Sciences Review*, 3(1), 42-47.
- Falikah, T. Y. (2021). *Comparative Study of The Concept of Religiosity in The Western and Islamic Perspective*. *Al-Misbah (Jurnal Islamic Studies)*, 9(2), 128-139.
- Febriani, D., Dyorita, A., & Rohmadani, Z. V. (2021). Hubungan Antara Intensi Penggunaan Media Sosial *TikTok* Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa

- Di Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas' Aisyiyah Yogyakarta).
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial *TikTok*: *TikTok* sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share Social Work Journal*, 10(2), 199-208.
- Fitri, F. F., Aiman, R. M. P., Angelica, C. N. R., Putri, N. T. A., & Saraswati, K. D. H. (2023). Career adaptability: Studi deskriptif pada karyawan *Gen Z*. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 17(1), 39-56.
- Fitria, N., Rasyid, A., & Zulkarnain, Z. (2020). Pengaruh Kredibilitas Pendakwah Dan Terpaan Media Sosial Dakwah Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Kota Pekanbaru. *Medium*, 8(2), 55-64.
- Ghaisani, N. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial tik tok terhadap perilaku keagamaan remaja di kecamatan blangkejeren. *An-Nadwah*, 27(2), 6-20.
- Ginting, D. R., Habib, F., & Siregar, R. A. (2024). Pengaruh Konten Dakwah Di Media Sosial *TikTok* Terhadap Tingkat Religiusitas Mahasiswa KPI FDK UIN Sumatera Utara. *Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Keagamaan*, 1(3), 90-95.
- Hartono, A. M., Febriananda, M. S., & Achmada, V. (2022). *TikTok* Sebagai Platform Venting Mendorong Cyberbullying Gen-Z. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 1, pp. 450-458).
- Hidayati, E. W., & Anggraini, D. (2022). Dampak Penggunaan Media Sosial Tik-Tok Terhadap Perilaku Mahasiswa Program Studi Pai Sekolah Tinggi Agama Islam Daruttaqwa Gresik. *Attaqwa: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 18(2), 170-179.
- Hikmawati, S. A., & Farida, L. (2021). Pemanfaatan media tik tok sebagai media dakwah bagi dosen IAI Sunan Kalijogo Malang. *AL-ITTISHOL: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 1-11.
- Husna, A. H., & Mairita, D. (2024). *Gen Z* dan Perilaku Konsumsi Konten Influencer pada *TikTok*. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 86-100.
- Ilahin, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok terhadap Karakter Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah. *IBTIDA'*, 3(1), 112-119.
- ILHAMSYAH, I., Bahri, A. S., & Indriyati, I. (2018). *Hubungan Tingkat Religiusitas dan Pertemanan (Peer Group) terhadap Perilaku Mengonsumsi Minuman Beralkohol pada Remaja di Desa Bapinang Hilir Laut Kecamatan Pulau Hanaut* (Doctoral dissertation, Universitas Sahid Surakarta).
- Jadidah, I. T., Annisah, R., Anggraini, E. A., Agustin, D., & Padiman, P. (2024). Analisis dampak penggunaan media sosial (*tiktok*) kalangan mahasiswa fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan uin raden fatah palembang. *Significant: Journal Of Research And Multidisciplinary*, 3(01), 19-32.
- Karina, M., Bila, N. S., Primantari, R., Tara, J. D., Rahmawati, A. F., Murti, N. W. & Novita, M. V. (2021). *Gen Z Insights: Perspective on Education*. Unisri Press.
- Liana, D. D., Fauzi, A., & Soetrisnaadisendjaja, D. (2023). Instagram Sebagai Ajang Eksistensi

- Diri dan Panggung Sandiwara Sosial (Studi Kasus pada Mahasiswa FKIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6(1), 234-240.
- Madhani, L. M., Sari, I. N. B., & Shaleh, M. N. I. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial *TikTok* Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 627-647.
- Marchellia, R. I. A. C., & Siahaan, C. (2022). Penggunaan Media Sosial Dalam Hubungan Pertemanan. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 11(1), 1-7.
- Mujiastuti, A. I. C., & Ilyasir, F. (2016). Pengaruh Pertemanan Sebaya Terhadap Prestasi Belajar Pendidikan Agama Islam Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Sewon, Bantul Tahun Pelajaran 2013/2014. *Literasi: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(1), 77-97.
- Muthohharoh, F. M., Azizah, N. A., Holihah, M. H., & Anggrain, N. A. (2024). The THE IMPACT OF FRIENDSHIP CIRCLE ON STUDENT LEARNING PROCESS: Dampak Lingkaran Pertemanan Terhadap Proses Belajar Mahasiswa. *The Indonesian Journal of Social Studies*, 7(1), 1-12.
- Nabila, L. N., Utama, F. P., Habibi, A. A., & Hidayah, I. (2023). Aksentuasi Literasi Pada Gen-Z Untuk Menyiapkan Generasi Progresif Era Revolusi Industri 4.0. *Journal of Education Research*, 4(1), 28-36.
- Oktawirawan, D. H., & Kristiyanti, B. (2024). Kawan dalam Keberagaman: Realitas Hubungan Pertemanan Beda Agama di Indonesia. *Jurnal Empati*, 13(2), 54-64.
- Purwaningsih, C., & Syamsudin, A. (2022). Pengaruh perhatian orang tua, budaya sekolah, dan teman sebaya terhadap karakter religius anak. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(4), 2439-2452.
- Rahayu, F. S., Kristiani, L., & Wersemetawar, S. F. (2019). Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Sosial Remaja di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. In *Prosiding SEMNAS INOTEK (Seminar Nasional Inovasi Teknologi)* (Vol. 3, No. 1, pp. 039-046).
- Rahmawati, E. (2022). *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Akun TikTok dengan Religiusitas Siswa MAN 02 Kota Bengkulu* (Doctoral dissertation, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu).
- Rahmayani, M., Ramdhani, M., & Lubis, F. O. (2021). Pengaruh penggunaan aplikasi *TikTok* terhadap perilaku kecanduan mahasiswa. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(7), 3327-3343.
- RAMADANI, M. S. (2022). *Hubungan Religiusitas Dan Interaksi Teman Sebaya Terhadap Perkembangan Moral Remaja Sekolah Pengguna Aplikasi Tiktok Di Kota Padang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Randani, Y. N. F., Safrinal, S., Latuconsina, J. Z., & Purwanto, M. R. (2021). Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 587-601.
- Sabillah, E. (2023, February). Peran Religiusitas dalam Membangun Motivasi pada Generasi Z. In *Gunung*

Djati Conference Series (Vol. 19, pp. 320-331).

- Sianturi, R. P., & Hotpascaman, H. (2023). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Intensitas Penggunaan *TikTok* Pada Remaja Akhir. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 6423-6436.
- Sigalingging, G., & Sianturi, I. A. (2019). Hubungan teman sebaya dengan perilaku seksual remaja di SMK Medan Area Medan Sunggal. *Jurnal Darma Agung Husada*, 5(1), 9-15.
- Suharweny, M., & Pratisti, W. D. (2022). *Hubungan Pertemanan (Friendship) Dan Kesehatan Mental Pada Generasi Milenial Yang Berstatus Mahasiswa* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Syaifuddin, S., & Muhid, A. (2021). Efektivitas pesan dakwah di media sosial terhadap religiusitas masyarakat muslim: analisis literature review. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(1), 17-28.
- Wahyuningrum, D. P., Rohmadani, Z. V., & Setiyani, R. Y. (2021). *Hubungan Religiusitas Dengan Resiliensi Pada Penyintas Covid-19 Di Yogyakarta* (Doctoral Dissertation. Universitas Aisyiyah Yogyakarta).
- Widiana, A., Rusliana, I., & Busro, B. (2024). Peran Media Sosial Terhadap Religiusitas Remaja Melalui Pendekatan Kualitatif Deskriptif. *WARAQAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 9(1), 1-19.