

Penggunaan Media Sosial dalam Perilaku Keagamaan Generasi Milenial di Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba

¹ Muhammad Syahdarul Awal, ² Kamaluddin Tajibu dan ³ Fikri Alghifari Yunus

¹ Universitas Islam Negeri Abdul Muthalib Sangadji Ambon

² Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

³ Universitas Islam Negeri Palopo

muhsyahdarulawal@uinambon.ac.id, Kamaluddin.tajibu@uin-alauddin.ac.id,
mfikrialghifariyunus@uinpalopo.ac.id

Article:

Received: 5 Mei 2026

Accepted: 22 Mei
2026

Published: 30 Juni
2026

© 2026 The Author(s).



This is an open-access
article under the [CC
BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

Correspondence

Address:

muhsyahdarulawal@uinambon.ac.id

Abstract: This study aims to describe how millennials in Bulukumba Regency's Rilau Ale Subdistrict use social media in relation to their religious practices. This study employs a descriptive qualitative approach with a sociological perspective. The primary data sources are several informants selected purposively, consisting of millennial generations aged 20-30 years in Rilau Ale Sub district. The data collection methods used were in depth interviews and field observations. Data reduction, data display, and conclusion-making were the methods used for data processing and analysis. Two main findings emerged. First, it has been demonstrated that using social media for religious outreach and education has a good effect, especially when it comes to improving religious knowledge, worship quality, and the millennial generation's involvement in religious activities. Second, careless and ineffective use can impair the practice of religious ideals and lessen the intensity of worship. The millennial generation's differences in religious behavior suggest that people's use of social media greatly influences its efficacy. For the millennial generation to profit as much as possible, social media use must be appropriately guided. Therefore, it is critical to enhance religious understanding and digital literacy through the responsibilities of society, school, and the family.

Keywords: Social Media, Religious Behavior, Millennial Generation.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan penggunaan media sosial dalam perilaku keagamaan generasi milenial di Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pendekatan sosiologi. Sumber data primer adalah beberapa informan yang dipilih secara purposif, terdiri atas generasi milenial berusia 20-30 tahun di kecamatan Rilau Ale. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in depth interview*) dan observasi lapangan. Pengolahan dan analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan dua temuan utama. Pertama, Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah dan pembelajaran agama terbukti memberikan dampak positif, terutama dalam meningkatkan pengetahuan keagamaan, kualitas ibadah, serta partisipasi generasi milenial dalam kegiatan religius. Kedua, Penggunaan yang tidak terarah dan tidak produktif dapat menurunkan intensitas ibadah serta melemahkan pengamalan nilai-nilai keagamaan. Variasi perilaku keagamaan yang muncul di kalangan generasi milenial menunjukkan bahwa efektivitas media sosial sangat bergantung pada cara individu dalam memanfaatkannya. Implikasi penggunaan media sosial perlu diarahkan dengan baik agar memberikan manfaat maksimal bagi generasi milenial. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan literasi digital dan pemahaman agama melalui peran keluarga, pendidikan, dan masyarakat.

Kata kunci: Media Sosial, Perilaku keagamaan, Generasi Milenial

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi berlangsung sangat cepat dan dinamis dalam beberapa dekade terakhir. Kemajuan ini terjadi secara signifikan baik di negara berkembang maupun di negara maju. Teknologi kini telah menjadi kebutuhan mendasar bagi manusia dalam berbagai aspek kehidupan. Kehadirannya mampu membantu serta mempermudah penyelesaian berbagai pekerjaan, sehingga proses kerja dapat berlangsung lebih efektif dan efisien.

Perkembangan teknologi saat ini mendorong munculnya berbagai jejaring sosial yang digunakan secara luas oleh masyarakat. Generasi milenial menjadi kelompok usia yang paling dominan dalam memanfaatkan media sosial. Dalam era digital ini, generasi milenial menggunakan jejaring sosial sebagai sarana komunikasi yang memungkinkan mereka berinteraksi dengan individu lain di berbagai lokasi, dalam berbagai kondisi, tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu¹

Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi massa semakin marak dalam beberapa tahun terakhir. Media sosial menyediakan layanan informasi dan hiburan yang

¹ Permatasari, "Pola Komunikasi Keluarga Pengguna Gadget Aktif di Desa Silau Manik Kecamatan Siantar". *Al Manaj: Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah* 2, no. 1 (2022) 64-75.

dapat dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan manusia, seperti interaksi sosial, akses ilmu pengetahuan, kegiatan ekonomi, aktivitas politik, serta kegiatan budaya dan lainnya²

Kehidupan manusia saat ini tidak dapat dipisahkan dari internet. Masyarakat tidak hanya memanfaatkan internet untuk mencari informasi, tetapi juga menggunakannya dalam berbagai sektor, seperti bisnis, pendidikan, kampanye, dan aktivitas lainnya. Media sosial, sebagai bagian dari internet, berfungsi menjalin komunikasi secara langsung maupun tidak langsung antar pengguna, sehingga membentuk dan memperkuat hubungan sosial di antara mereka³

Hadirnya media sosial membawa berbagai perubahan dalam kehidupan manusia. Media sosial dapat dianalogikan seperti pisau tajam yang dapat digunakan untuk berbagai kepentingan, baik yang bersifat positif maupun negatif. Dalam sisi positif, manusia menggunakan pisau untuk membantu pekerjaan rumah tangga sehingga menjadi lebih mudah dan efisien. Analogi tersebut menunjukkan bahwa media sosial juga memiliki fungsi positif apabila dimanfaatkan secara tepat. Pengguna dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana berbagi informasi, menyebarkan dakwah, menjalankan aktivitas bisnis, mencari pekerjaan, serta menyelesaikan berbagai tugas.

Media sosial juga memberikan berbagai manfaat positif bagi penggunanya. Pengguna memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi untuk menghubungkan satu individu dengan individu lainnya. Selain itu, mereka menggunakan media sosial sebagai media pembelajaran untuk memperoleh informasi dan referensi. Media sosial juga memudahkan pengguna dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, baik kebutuhan pokok maupun sekunder. Lebih lanjut, pengguna dapat memanfaatkannya untuk meningkatkan keharmonisan dalam keluarga serta sebagai sarana penyebaran dakwah.

Di sisi lain, media sosial juga menghadirkan potensi dampak negatif bagi penggunanya. Pengguna dapat mengalami perubahan pola pikir dan perilaku akibat penggunaan media sosial yang tidak terkontrol. Media sosial berpotensi merenggankan hubungan sosial antar individu, serta menjadi sarana penyebaran informasi yang tidak benar, seperti hoaks, fitnah, dan pengungkapan aib. Selain itu, pengguna kerap menemukan informasi yang tidak sesuai dengan fakta dalam berbagai platform media sosial. Oleh karena itu, penting bagi setiap individu untuk bersikap kritis dan selektif dalam menerima informasi. Hal ini sejalan dengan ajaran dalam Al-Quran Surah Al-Hujurat ayat 6 yang artinya⁴ :

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu sendiri (QS. Al-Hujurat 49:6).”

² Sherlyanita dan Rakhmawati, *Pengaruh dan Pola Aktivitas Penggunaan Internet Serta Media Sosial Pada Siswa SMPN 52 Surabaya*, *Jurnal of Information Systems Engineering and Business Interllgence* 2, no.1 (2026).

³ Muchtar, *Penerapan Komunikasi partisipatif Pada Pembangunan di Indonesia*, *Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa dan Budaya* 1, no. 1 (2016).

⁴ Shihab, *Tafsir al-Mishbab: Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati, (2007)

Ayat di atas menekankan pentingnya memverifikasi kebenaran pada setiap informasi atau berita yang diterima. Dalam konteks media sosial sebagai sarana penyebaran informasi, pengguna tidak seharusnya langsung menerima atau mempercayai setiap berita tanpa melakukan pengecekan terlebih dahulu terhadap kebenarannya. Dengan demikian, pengguna dapat mencegah munculnya dampak negatif bagi diri sendiri maupun orang lain.

Pemanfaatan media sosial sangat bergantung pada cara pengguna mengendalikannya. Media sosial dapat memberikan dampak positif maupun negatif yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk kehidupan sosial dan keagamaan.

Secara umum, media sosial memengaruhi perilaku sosial dan keagamaan generasi milenial. Dalam sisi positif, media sosial memudahkan individu memperoleh pesan-pesan dakwah. Pengguna tidak harus menghadiri kajian secara langsung, melainkan dapat mengaksesnya melalui perangkat digital seperti smartphone dengan menonton video atau mengikuti siaran langsung. Selain itu, pengguna dapat mengakses konten dakwah kapan saja dan di mana saja karena jangkauan media sosial yang luas, sehingga lebih efisien dari segi waktu dan biaya. Saat ini, banyak generasi milenial memanfaatkan berbagai platform media sosial sebagai sarana untuk memperoleh ilmu dan pengetahuan tentang ajaran agama Islam.

Di sisi lain, perkembangan media sosial memberikan dampak signifikan terhadap perilaku generasi milenial, khususnya dalam aspek pergaulan dan sikap. Generasi ini menjadi salah satu kelompok yang paling rentan sebagai target utama penggunaan media sosial. Akses yang bebas dan minim batasan terhadap media sosial berpotensi memengaruhi berbagai dimensi kehidupan, termasuk etika, perilaku, dan interaksi sosial. Bahkan, dampak tersebut dapat meluas hingga memengaruhi hubungan individu dengan nilai-nilai spiritual dan keagamaan. Dalam konteks keagamaan, sebagian generasi milenial menunjukkan kecenderungan menunda pelaksanaan ibadah, seperti mengulur waktu shalat. Selain itu, pada pelaksanaan shalat Jumat, terdapat kecenderungan untuk lebih memilih menggunakan media sosial dibandingkan menyimak khutbah Jumat, yang seharusnya menjadi bagian penting dalam rangkaian ibadah tersebut.

Fenomena di Kecamatan Rilau Ale, generasi milenial saat ini menunjukkan kecenderungan menjauh dari kegiatan keagamaan, seperti peringatan Maulid Nabi, Isra Mi'raj, dan hari-hari besar Islam lainnya. Kelompok usia ini jarang terlibat secara langsung dalam kegiatan tersebut, meskipun pelaksanaannya hanya sekali dalam setahun. Sebaliknya, orang tua dan anak-anak lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan tersebut. Generasi milenial juga jarang melaksanakan shalat berjamaah. Ketika waktu shalat tiba, mereka tetap menjalankan aktivitas masing-masing dan tidak mengindahkan panggilan azan. Akibatnya, masjid sering hanya diisi oleh beberapa jamaah, bahkan terkadang hanya imam dan muazin saja. Kondisi serupa juga terjadi pada pelaksanaan shalat Jumat, di mana generasi milenial lebih memilih menggunakan gadget daripada mendengarkan khutbah Jumat. Padahal, mendengarkan khutbah merupakan bagian

penting dalam pelaksanaan shalat Jumat. Mereka cenderung menghabiskan waktu dengan bermain gim daring dan melakukan aktivitas yang kurang produktif.

Perilaku tutur generasi milenial saat ini cenderung dipengaruhi oleh paparan konten yang mereka konsumsi melalui media sosial maupun saat bermain gim. Mereka sering mengadopsi ungkapan-ungkapan yang kurang santun, seperti penggunaan kata-kata kasar yang kian lazim terdengar di lingkungan sehari-hari. Fenomena ini menunjukkan adanya penurunan kualitas adab dan sopan santun, baik terhadap orang tua maupun terhadap sesama. Selain itu, terlihat pula kecenderungan rendahnya penghargaan terhadap waktu, di mana sebagian besar waktu dihabiskan pada aktivitas yang tidak produktif dan minim nilai manfaat. Akibatnya, waktu yang berlalu tidak memberikan kontribusi positif bagi pengembangan diri maupun lingkungan sosial mereka.

Fenomena ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya di Kecamatan Rilau Ale kabupaten Bulukumba yang menunjukkan bahwa media sosial memberikan dampak positif dan negatif bagi penggunanya. Khususnya pada generasi milenial, mereka memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi, penyampaian pesan, pembelajaran, dan interaksi sosial. Namun, di sisi lain, penggunaan media sosial juga menyebabkan sebagian generasi milenial menjadi lalai dalam mengelola waktu, melupakan waktu shalat, serta mengurangi intensitas komunikasi dalam keluarga, baik antara sesama anggota keluarga maupun antara anak dan orang tua. Selain itu, penggunaan media sosial juga berkorelasi dengan meningkatnya kasus penipuan yang terjadi di masyarakat.

Dengan mempertimbangkan fakta di lapangan, peneliti mengidentifikasi adanya perubahan perilaku di kalangan generasi milenial, khususnya dalam aspek keagamaan, sikap, adab, dan tutur kata yang cenderung tidak selaras dengan norma-norma agama. Kondisi ini mendorong perlunya upaya peningkatan pemahaman keagamaan pada generasi milenial. Pendekatan tidak lagi berfokus pada interaksi tatap muka semata, tetapi juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah yang efektif untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT, menumbuhkan kecintaan terhadap ajaran Rasulullah SAW, serta membentuk akhlak dan perilaku yang terpuji. Atas dasar tersebut, peneliti melakukan kajian lebih mendalam melalui penelitian berjudul “Penggunaan Media Sosial dalam Perilaku Keagamaan Generasi Milenial di Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba.” Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini merumuskan tiga pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana pola penggunaan media sosial generasi milenial di Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba? Bagaimana perilaku keagamaan generasi milenial di Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba? Dan Bagaimana hubungan antara penggunaan media sosial dengan perilaku keagamaan generasi milenial di kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba.

Kehadiran media, dengan segala keunggulan yang dimilikinya, telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia. Dalam perkembangan zaman, kita telah menyaksikan kemunculan berbagai macam media, salah satunya adalah media sosial. Media sosial adalah platform di internet yang memungkinkan penggunanya untuk mewakili diri, berinteraksi,

berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial adalah tempat di dunia maya di mana interaksi sosial nyata terjadi dan di mana para pengguna dapat berinteraksi tanpa batasan ruang dan waktu. Nilai-nilai yang ada dalam masyarakat dan komunitas juga tercermin dalam media sosial, baik dalam bentuk yang serupa maupun berbeda dengan realitas sosial di dunia nyata. Pada dasarnya, beberapa peneliti yang mempelajari internet menganggap bahwa media sosial di internet adalah cerminan dari apa yang terjadi dalam kehidupan nyata, termasuk isu-isu seperti *plagiarism*⁵.

Menurut Mandiberg, Media sosial adalah platform yang memfasilitasi kolaborasi antara pengguna yang menciptakan konten (*user generated content*).⁶ Kedua menurut Shirky Media sosial dan perangkat lunak sosial adalah instrumen yang meningkatkan kapasitas pengguna untuk berbagi (*to share*), berkolaborasi (*to co-operate*), dan berpartisipasi bersama antara pengguna dalam tindakan kolektif di luar struktur institusional atau organisasi.⁷ Ketiga menurut Boys (2009), Menggambarkan media sosial sebagai serangkaian alat perangkat lunak yang memungkinkan individu atau kelompok berkumpul, berinteraksi, berkomunikasi, dan dalam beberapa situasi, berkolaborasi atau bermain bersama. Keunggulan media sosial terletak pada konten yang dihasilkan oleh pengguna (*User Generated Content* atau *UGC*), bukan oleh editor seperti dalam media massa konvensional.⁸

Terakhir menurut Van Dijck, Media sosial merupakan platform media yang berpusat pada keberadaan pengguna, yang memfasilitasi mereka untuk beraktivitas dan bekerja sama⁹. Oleh karena itu, media sosial bisa dianggap sebagai sarana daring (*fasilitator*) yang memperkuat interaksi antar pengguna dan membentuk ikatan sosial. Sedangkan menurut peneliti, media sosial adalah media daring (*online*) dimana setiap pengguna (*user*) dapat bebas untuk saling berbagi dengan satu sama lain baik itu informasi maupun hiburan yang mendukung terciptanya interaksi sosial.

Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dari jenis media lainnya. Ini termasuk beberapa batasan dan ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial. Beberapa karakteristik media sosial meliputi¹⁰:

1. Jaringan

Media sosial berakar pada struktur sosial yang dibentuk di dalam jaringan atau internet. Ciri khas dari media sosial adalah menciptakan jaringan antara pengguna,

⁵ Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*, Cet. 2, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016)

⁶ Mandiberg, *Media Sosial*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012)

⁷ Shirky, "Its Not Information Overload, its Filter Failure" *Web 2.0 Expo*, (September 2008).

⁸ Boyd, *Social Medoa is Here to Stay..Now what*, (Microsoft Research Tech Fest 5, 2009).

⁹ Van Dijck, *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, (Oxford: Oxford University Press, 2013).

¹⁰ Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*, cet.2 (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016).

sehingga keberadaannya memberikan sarana bagi pengguna untuk terhubung melalui mekanisme teknologi.

2. Informasi

Informasi memiliki peran sentral dalam konteks media sosial karena di dalam media sosial terdapat aktivitas yang melibatkan produksi konten dan interaksi yang berlandaskan pada informasi.

3. Arsip

Untuk pengguna media sosial, karakteristik yang relevan adalah kemampuan untuk mengarsipkan informasi, yang mengindikasikan bahwa data tersebut telah tersimpan dan dapat diakses kapan saja dan dari perangkat apa pun.

4. Interaksi

Karakteristik pokok dari media sosial adalah pembentukan jaringan antara penggunanya. Fungsinya tidak hanya terbatas pada perluasan pertemanan atau peningkatan jumlah pengikut di internet, tetapi juga melibatkan interaksi sederhana seperti memberikan komentar dan aktivitas lainnya.

5. Konten oleh pengguna

Ciri-ciri ini menunjukkan bahwa konten di media sosial sepenuhnya berasal dari pengguna dan pemilik akun. Fakta bahwa pengguna menciptakan konten mereka sendiri dan mengonsumsi konten yang dibuat oleh pengguna lain adalah karakteristik utama dari media sosial.

6. Penyebaran

Adalah salah satu sifat lain dari media sosial, di mana pengguna tidak hanya menciptakan dan mengonsumsi konten tetapi juga secara aktif mendistribusikan dan mengembangkan kontennya sendiri.

a. Fungsi Media Sosial

Media sosial adalah salah satu contoh media berbasis online dengan jutaan pengguna yang tersebar di seluruh dunia. Biasanya digunakan untuk berbagi informasi dan berpartisipasi dalam interaksi sosial. Ini disebabkan oleh kemudahan akses yang memungkinkan pengguna untuk terhubung kapan saja dan di mana saja. Selain itu, berikut adalah beberapa fungsi media sosial lainnya¹¹

1. Mencari berita, informasi dan pengetahuan

Media sosial mengandung berjuta-juta berita, data, dan pengetahuan, termasuk informasi terbaru, yang sering kali lebih cepat menyebar ke masyarakat melalui platform ini daripada melalui media konvensional seperti televisi.

2. Mendapatkan hiburan

Setiap individu pasti mengalami berbagai perasaan, termasuk yang tidak menyenangkan seperti sedih, stres, atau kejenuhan. Dalam situasi-situasi seperti itu, salah satu cara yang banyak digunakan untuk meredakan perasaan negatif adalah dengan mencari hiburan melalui berinteraksi di media sosial.

¹¹ Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*, cet.2 (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016).

3. Komunikasi online

Kemudahan akses ke media sosial dimanfaatkan oleh individu-individu untuk berkomunikasi secara daring, termasuk berbicara melalui pesan teks, membagikan status, memberikan informasi, dan bahkan mengundang orang lain. Bahkan, beberapa pengguna yang sudah terbiasa merasa bahwa komunikasi online lebih efektif dan efisien.

4. Menggerakkan masyarakat

Kehadiran isu-isu kompleks seperti politik, pemerintahan, serta isu-isu sensitif seperti suku, agama, ras, dan budaya (SARA) sering kali memicu beragam respon dari masyarakat. Salah satu cara untuk merespon masalah-masalah ini adalah dengan memberikan kritik, saran, atau pembelaan melalui media sosial.

5. Sarana berbagi

Media sosial sering digunakan sebagai alat untuk menyebarkan informasi yang bermanfaat dari satu individu kepada banyak orang. Dengan berbagi informasi ini, diharapkan bahwa banyak orang, baik di tingkat nasional maupun internasional, akan menjadi tahu tentang informasi tersebut.

Terpaan media adalah tingkat intensitas di mana *audiens* terpapar atau terpengaruh oleh pesan-pesan yang disampaikan melalui media¹². Pengaruh dari suatu media dapat memiliki dampak signifikan pada penontonnya. Pesan-pesan persuasif yang disajikan dengan cermat dalam media dapat mempengaruhi perubahan dalam perilaku, sikap, pandangan, dan persepsi.

Menurut Rosengren (1970), terpaan media bisa didefinisikan dengan melihat sejumlah faktor, termasuk durasi waktu yang dihabiskan dalam berbagai jenis media, konten media yang dikonsumsi, serta hubungan antara individu pengguna media dengan isi media yang mereka konsumsi atau dengan media secara keseluruhan¹³.

Sedangkan menurut Kriyantono & Sos (2014), Terpaan media bisa diukur melalui jenis media yang digunakan, seberapa sering media tersebut digunakan, dan berapa lama waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media tersebut¹⁴.

Sedangkan menurut pandangan peneliti terkait terpaan media generasi milenial mengacu pada sejauh mana generasi milenial terkena atau terpapar oleh pesan dan konten media dalam berbagai bentuk, seperti televisi, radio, internet, dan media sosial. Generasi milenial cenderung memiliki terpaan media yang tinggi karena mereka aktif menggunakan teknologi dan media digital untuk berkomunikasi, mencari informasi, dan mengonsumsi konten secara online. Ini dapat berdampak pada cara mereka membentuk pandangan, perilaku, dan preferensi mereka dalam hal media dan konten yang mereka konsumsi.

1. Perilaku Keagamaan

Perilaku keagamaan adalah suatu pola penghayatan kesadaran beragama seseorang mengenai keyakinannya terhadap adanya Tuhan untuk mewujudkan suatu

¹² Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1990)

¹³ Rosengren, *International News: Intra and Extra Media Data*, Jurnal, *Acta Sociologica* 13, no. 2 (1970).

¹⁴ Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Prenada Media, 2014)

pemahaman nilai-nilai agama yang dianutnya dalam mematuhi perintah dan menjauhi larangan dengan keikhlasan hati serta seluruh jiwa raga.

Sementara pengertian perilaku keagamaan menurut Imam Sukardi sebagaimana yang dikutip oleh Pahron Setiawan adalah suatu pola keyakinan yang ditunjukkan seorang pada kemampuan, perbuatan serta kebiasaan seseorang baik jasmani, rohani, emosional, dan sosial¹⁵. Mahfudz Shalahuddin secara luas mengartikan perilaku atau tingkah laku adalah kegiatan yang tidak hanya mencakup hal-hal motorik saja, seperti berbicara, berjalan, berlari-lari, berolahraga, bergerak dan lain-lain, akan tetapi juga membahas macam-macam fungsi seperti melihat, mendengar, mengingat, berpikir, fantasi, pengenalan kembali emosi-emosi dalam bentuk tangsi atau senyum dan seterusnya¹⁶

Sedangkan Moh. Arifin sebagaimana dikutip oleh Zulkarnain berpendapat bahwa perilaku keagamaan berasal dari dua kata, perilaku dan keagamaan. Perilaku adalah gejala (fenomena) dari keadaan psikologis yang terlahirkan dalam rangka usaha memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan. Keagamaan (agama) adalah segala yang disyariatkan oleh Allah dengan perantaraan Rasul-Nya berupa perintah dan larangan serta petunjuk kesejahteraan dalam hidup¹⁷.

Dari beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku adalah semua tindakan manusia yang didasari oleh keinginan yang di aplikasikan melalui perbuatan seperti berbicara, bertindak, berpikir dan mendengar baik secara individu maupun kepada kelompok. Sedangkan keagamaan adalah semua ajaran yang disyariatkan oleh Allah SWT melalui perantara para nabi dan rasul yang berisi perintah dan larangan untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Keagamaan

Perilaku keagamaan merupakan bagian dari keagamaan seseorang, penilaian baik atau buruk seseorang ditentukan oleh sikap dan perilaku orang itu sendiri, perilaku keagamaan terbentuk dan dipengaruhi oleh dua faktor, di mana kedua faktor ini bisa menciptakan kepribadian dan perilaku keagamaan seseorang. Kedua faktor tersebut adalah faktor intern dan ekstern.

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor keadaan atau kondisi jasmani dan rohani, yang timbul dalam diri pribadi seseorang. Diantara faktor pribadi tersebut adalah:

- 1) Pengalaman pribadi, maksudnya adalah semua pengalaman yang dilalui semasa hidup, baik yang didapatkan melalui pendengaran, penglihatan, maupun perlakuan yang diterima sejak lahir.
- 2) Pengaruh emosi adalah suatu keadaan yang mempengaruhi dan menyertai

¹⁵ Setiawan, et al, *Perilaku Keagamaan Siswa Muslim di SMPN 1 dan SMPN 2 Arimadidi*, Jurnal of Islamic Education Policy 5, no. 1 (2020).

¹⁶ Hidayat, *Metode Pendidikan Islam Untuk Generasi Milenial*, Jurnal Kajian Keagamaan dan Pendidikan, (2018).

¹⁷ Zulkarnain, *Teologi Islam dan Fanatisme Perilaku Sosial Beragama*, Al Hikmah: Jurnal Theosofi dan Peradaban Islam 3, no. 2, (2021)

penyesuaian di dalam diri secara umum, keadaan yang merupakan penggerak mental dan fisik bagi individu dan dari tingkah laku luar. Emosi merupakan warna efektif yang menyertai sikap keadaan atau perilaku individu.

- 3) Minat adalah kesediaan jiwa yang sifatnya aktif untuk menerima sesuatu dari luar. Seseorang yang mempunyai minat terhadap suatu objek yang dilakukannya, maka ia akan berhasil dalam aktivitasnya karena yang dilakukan dengan perasaan senang dan tanpa paksaan. Adapun minat pada agama antara lain tampak dalam keaktifan mengikuti berbagai aktivitas keagamaan, yang membahas masalah agama¹⁸

Ketiga faktor di atas merupakan faktor internal yang memberikan dampak terhadap perubahan perilaku keagamaan seseorang. Pengalaman hidup yang dialami menjadi guru atau pelajaran penting dalam kehidupan seseorang. Pendidikan karakter sejak dini menjadi modal bagi seseorang dalam menjalani kehidupan di masa yang akan datang. Pengaruh emosi dan minat seseorang akan banyak memberikan kontribusi dalam pengamalan nilai-nilai agama. Emosi dan minat dapat menggerakkan seseorang untuk mengamalkan ajaran-ajaran agama Islam.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah semua pengaruh yang timbul atau datang dari luar individu atau pribadi dan mempunyai pengaruh pada perkembangan kepribadian dan juga keagamaan seseorang. Faktor ini meliputi disekitar termasuk orang-orang terdekat. Terkait faktor internal, umumnya sifat dan sikap yang menimbulkan permasalahan sosial adalah sifat atau sikap seperti malas bekerja tidak memiliki kepedulian dan empati, tidak mengindahkan peraturan, mudah menyerah, faktor ekstern diantaranya adalah:

1. Lingkungan Keluarga

Keluarga merupakan lingkungan sosial pertama yang dikenal oleh anak. Sejak lahir, seorang anak telah diberikan fitrah oleh Allah suci dari kesalahan dan dosa. Dengan demikian, kehidupan keluarga menjadi fase sosialisasi awal bagi pembentukan jiwa keagamaan anak. Seorang ibu merupakan sekolah pertama yang mendidik anak-anaknya sebelum mendapatkan tempaan ilmu di bangku sekolah, pengaruh kedua orang tua terhadap perkembangan jiwa keagamaan anak dalam Islam sudah disadari. Misalnya dalam perkara shalat sejak kecil seorang anak telah dididik untuk melaksanakannya, bahkan anak tersebut akan mendapatkan sanksi jika tidak mengerjakannya. Oleh karena itu keluarga dinilai sebagai faktor paling dominan dalam meletakkan dasar bagi perkembangan jiwa keagamaan.

Pengaruh keluarga besar sekali terhadap tingkah laku anggotanya, karena lingkungan merupakan pendidikan utama dan pertama bagi anggotanya. Situasi pendidikan dalam keluarga akan terwujud dengan baik berkat adanya pergaulan dan hubungan saling mempengaruhi secara timbal balik antara orang tua dan anak. Suasana keluarga yang terbiasa melakukan perbuatan-perbuatan terpuji dan meninggalkan yang

¹⁸ Zulkarnain, *Pengaruh Fanatisme Keagamaan Terhadap Perilaku Sosial*, Jurnal: *Konstekstualita* 35, no. 1 (2020)

tercela akan menyebabkan anggotanya tumbuh dengan wajar dan akan tercipta keserasian dalam keluarga. Sehingga pengaruh keluarga akan membekas sekali bukan hanya dalam pribadi keluarganya tetapi juga dalam sikap perilaku keagamaan anggotanya¹⁹. Dengan memahami pentingnya komunikasi dalam konteks keluarga, diharapkan dapat menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan mendukung, di mana setiap anak termotivasi untuk belajar dan berkontribusi aktif dalam masyarakat secara positif²⁰

2. Lingkungan Masyarakat

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu berinteraksi dengan sesama. Lingkungan tempat tinggal juga tidak kalah penting dalam membentuk perilaku anak, karena dalam masyarakat berkembang berbagai pemikiran, organisasi sosial, kebudayaan, ekonomi, agama dan lain-lain. Perkembangan masyarakat itu juga mempengaruhi arah perkembangan hidup anak khususnya yang menyangkut sikap dan perilaku sosial masyarakat. Corak perilaku anak atau remaja merupakan hasil dan cerminan dari perilaku lingkungan masyarakat. Oleh karena itu sikap dan perilaku seseorang bisa dilihat dari siapa dia berinteraksi dan berteman²¹

3. Generasi Milenial

Istilah "*millennials*" (milenial) diperkenalkan oleh William Strauss dan Neil Howe pada tahun 1987. Mereka menciptakan istilah ini saat anak-anak yang lahir pada tahun 1980 mulai bersekolah, dan ketika mereka lulus dari sekolah menengah pada tahun 2000, media pada saat itu mulai menyebut mereka sebagai kelompok yang terhubung dengan era milenium baru. Kedua penulis ini kemudian mengulas kelompok ini dalam buku yang berjudul "*Generations: The History of America's Future Generations*" dan "*Millennials Rising: The Next Great Generation*"²²

Salah satu aspek penting dari fenomena globalisasi adalah kemunculan generasi gadget, istilah yang digunakan untuk mengidentifikasi kelompok generasi milenial. Generasi milenial merujuk pada individu yang lahir dalam rentang tahun 1980 hingga 2000. Tidak terdapat kerangka yang tetap untuk mengklasifikasikan generasi milenial secara spesifik. Namun, para ahli sosial telah mengamati sifat umum dari individu milenial yang lahir antara tahun 1980 hingga 2000²³

Karakteristik generasi milenial adalah fokus pada pencapaian. Mereka memiliki keinginan bukan hanya untuk mencapai hasil yang baik, tetapi juga untuk mencapai tingkat keunggulan yang melampaui semua tujuan dan harapan²⁴. Ciri-ciri Generasi Millennial juga

¹⁹ Setiawan, et al, *Perilaku Keagamaan Siswa Muslim di SMPN 1 dan SMPN 2 Arimadidi*, Jurnal of Islamic Education Policy 5, no. 1 (2020).

²⁰ Inda, *Peran Komunikasi Efektif dalam Meningkatkan Keterlibatan Siswa di Lingkungan Sekolah Dasar Negeri Kota Lhokseimawe*, Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam 14, no 2 (2024).

²¹ Hidayat, *Metode Pendidikan Islam untuk Generasi Millennial*, Jurnal Kajian Keagamaan dan Pendidikan 31 (2018)

²² Hidayat, *Metode Pendidikan Islam untuk Generasi Millennial*, Jurnal Kajian Keagamaan dan Pendidikan 31 (2018)

²³ Indah dan Suryadinatha, *Consumer Behavior in The Era Of Industrial Revolution 4.0.*, Russin Journal of Agricultural and Socil Economic Sciences 94, no. 10 (2019)

²⁴ Kowske., et al., *Millennials (lack of) attitude problem*, Journal of Business and Psychology 25 (2010).

di jelaskan dalam penelitian Sijabat dan Rizkiyah (2021) yaitu Peran Generasi Milenial Dalam Era Digital²⁵:

1. Generasi millennial lebih memiliki kepercayaan terhadap Konten yang Dibuat oleh Pengguna (*User Generated Content*) daripada informasi satu arah. Mereka memiliki sikap yang skeptis terhadap informasi yang hanya bersifat satu arah. Daripada mengandalkan iklan, generasi milenial lebih cenderung mempercayai pengalaman pribadi mereka. Sebagai contoh, mereka cenderung lebih mengutamakan mengecek ulasan produk sebelum melakukan pembelian.
2. Generasi millennial lebih memilih perangkat digital dari pada televisi. Pemakaian internet menjadi prioritas bagi generasi millennial dalam melakukan berbagai aktivitas, dan mereka cenderung menghindari iklan di televisi. Mereka lebih suka mencari informasi melalui internet, seperti menggunakan *Google*, *browser*, dan *Chrome* yang menurut mereka lebih *up to date*.
3. Kehadiran media sosial menjadi kewajiban bagi generasi milenial. Pesan teks maupun obrolan *online* adalah sarana komunikasi yang umum digunakan oleh generasi millennial di dunia maya. Melalui platform seperti *Instagram*, *WhatsApp*, *Line*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Telegram*, generasi millennial mengekspresikan diri mereka dengan menulis konten yang akan dilihat oleh orang lain. Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai wadah komunikasi dan ekspresi bagi generasi millennial.
4. Generasi milenial kurang tertarik pada membaca secara tradisional. Di antara generasi milenial, minat terhadap membaca dalam bentuk konvensional mengalami penurunan drastis. Mereka lebih cenderung menyukai gambar daripada teks yang mereka anggap membosankan dan rumit.
5. Generasi milenial memiliki pemahaman teknologi yang lebih mendalam dibandingkan dengan orang tua mereka. Generasi milenial memiliki pengetahuan teknologi yang lebih baik daripada generasi orang tua mereka. Mereka mengalami dunia melalui lensa maya dan memiliki pemahaman yang lebih luas tentang informasi, komunikasi, dan belanja online.

Generasi Milenial menikmati pemanfaatan teknologi. Ketergantungan mereka pada teknologi dimulai pada usia yang lebih muda dari pada generasi sebelumnya²⁶. Telah mengemukakan bahwa orang yang mulai memanfaatkan teknologi sejak usia muda, mirip dengan mempelajari bahasa baru, cenderung memiliki keterampilan yang lebih mahir dari pada mereka yang belajar di tahap lebih lanjut dalam hidupnya. Prediksi ini mengindikasikan bahwa seiring Generasi Milenial mengambil peran yang lebih dominan di lingkungan kerja, teknologi yang lebih terintegrasi akan menjadi aspek yang tak terpisahkan dari proses kerja²⁷

²⁵ Sijabat dan Rizkiyah, *Peran Generasi Milenial dalam Kewirausahaan*, Jurnal: Prosiding National Seminar on Accounting, Finance and Economics (NSAFE) 1, no.11 (21)

²⁶ Deal, et., al, *Millennials at work: What we Know and What We Need To Do (If Anything)*, Journal of Businnes and Psychology 25 (2010).

²⁷ Kaifi., et al., *A Multi Generational Workforce: Managing and Understanding Millennials*, Internastional Journal of Business and Management 7, no. 24 (2012).

Fenomena ini muncul sebagai hasil dari perbedaan usia atau tahun kelahiran antara sekelompok individu dengan kelompok lainnya. Jika individu memiliki kesamaan tahun kelahiran dalam rentang waktu 20 tahun, mereka dikategorikan sebagai bagian dari generasi yang sama.

Metode Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dalam studi ini. Denzin dan Lincoln, sebagaimana dikutip oleh Anggito dan Setiawan (2018), menjelaskan bahwa penelitian kualitatif memanfaatkan latar alamiah untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dengan melibatkan berbagai metode yang relevan.²⁸

Metode Pengumpulan data dilakukan melalui dua teknik yaitu wawancara (*in dept interview*) dilakukan terhadap beberapa informan secara semi terstruktur dengan panduan wawancara yang telah disiapkan. Wawancara berlangsung antara 45-90 menit per sesi dan dilakukan secara tatap muka di lokasi yang disepekat informan. Kemudian ada observasi partisipatif dengan melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas keagamaan generasi milenial di interaksi sosial sehari-hari di kecamatan Rilau Ale selama periode penelitian (Januari-Maret 2026). Observasi ini difokuskan pada partisipasi informan serta perilaku penggunaan gadget saat beribadah.

Penentuan informan dilakukan secara purposif (*purposive sampling*) yaitu dengan memilih informan yang dianggap paling memahami dan relevan dengan fokus penelitian. Kriteria informan meliputi: (1) Generasi milenial yang lahir antara tahun 1981-1996 berdomisili di kecamatan Rilau Ale, (2) Aktif menggunakan media sosial minimal satu tahun terakhir, (3) Tokoh agama atau tokoh masyarakat yang berinteraksi langsung dengan generasi milenial di wilayah tersebut. Total informan dalam penelitian ini berjumlah sekitar 8 orang.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Rilau Ale, Kabupaten Bulukumba, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Waktu penelitian pada Januari hingga Maret 2026. Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologi untuk memahami objek atau fenomena dengan meninjau perspektif masyarakat serta dinamika interaksi sosial yang terjadi di dalamnya.

Generasi milenial menunjukkan karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. Salah satu ciri yang menonjol berkaitan dengan aspek nilai, di mana generasi ini telah menyadari pentingnya tata nilai serta mengembangkan nilai-nilai tersebut sebagai pedoman dalam menentukan arah hidupnya. Proses ini berperan dalam pembentukan identitas diri menuju kepribadian yang lebih matang, yang berlangsung melalui interaksi sosial di lingkungan Masyarakat.

Melalui pendekatan sosiologi, peneliti dapat menganalisis bagaimana agama memengaruhi kehidupan sosial, membentuk pola interaksi masyarakat, serta mendorong perubahan perilaku yang mencerminkan nilai-nilai positif dalam kehidupan bermasyarakat.

²⁸ Anggito dan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 20218)

Hasil Penelitian

Pola Penggunaan Media Sosial Generasi Milenial di Kecamatan Rilau Ale

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa generasi milenial di Kecamatan Rilau Ale aktif menggunakan berbagai platform media sosial terutama WhatsApp, Instagram, Facebook dan YouTube. Penggunaan rata-rata berkisar antara empat hingga delapan jam perhari dengan puncak aktivitas pada malam hari. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyampaian pesan dakwah berkontribusi terhadap perubahan perilaku keagamaan generasi milenial di Kecamatan Rilau Ale. Kehadiran media sosial telah mempengaruhi pola keberagamaan generasi milenial, baik dalam aspek praktik ibadah maupun dalam cara mereka memperoleh pengetahuan keagamaan. Perubahan tersebut bersifat dualistik, yaitu memberikan dampak positif sekaligus negatif.

“Saya hampir setiap hari buka YouTube untuk nonton ceramah atau video dakwah. Biasanya juga saya lakukan sebelum tidur atau pas santai di sore hari. Itu bikin saya merasa lebih tenang dan tambah ilmu agama”.²⁹

Pernyataan Ariani ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya YouTube telah menjadi salah satu sarana untuk memperoleh pengetahuan agama. Intensitas penggunaan yang hampir setiap hari mengindikasikan bahwa kegiatan menonton ceramah dan video dakwah telah menjadi bagian dari rutinitas kesehariannya. Waktu yang dipilih, seperti sebelum tidur atau saat bersantai di sore hari, menunjukkan bahwa akses terhadap konten keagamaan dapat dilakukan secara fleksibel sesuai dengan waktu luang yang dimiliki. Selain menambah wawasan keagamaan, Ariani juga merasakan manfaat secara psikologis berupa ketenangan batin setelah mengakses konten dakwah tersebut. Dengan demikian, media digital berperan sebagai media pembelajaran agama sekaligus sarana memperoleh ketenangan spiritual.

“Kadang saya juga ikut livestreaming pengajian di Instagram kalau tidak bisa hadir langsung. Lebih muda dan bisa sambil kerja di rumah”.³⁰

Sementara pernyataan Ernawati menggambarkan bahwa fitur siaran langsung di media sosial memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk tetap mengikuti kegiatan keagamaan meskipun tidak dapat hadir secara langsung. Livestreaming pengajian menjadi alternatif yang memungkinkan seseorang tetap memperoleh materi keagamaan tanpa terkendala oleh jarak, waktu, atau kesibukan pekerjaan. Kemudahan akses tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat memperluas jangkauan dakwah dan memfasilitasi partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan secara lebih fleksibel. Bagi Ernawati, penggunaan instagram sebagai media mengikuti pengajian memungkinkan dirinya untuk tetap menjalankan aktivitas sehari-hari sambil memperoleh pengetahuan agama.

²⁹ Ariani, V, *Wawancara* di Kabupaten Rilau Ale Kabupaten Bulukumba, 15 Januari 2026.

³⁰ Ernawati, Masyarakat, *Wawancara* di Kabupaten Rilau Ale Kabupaten Bulukumba, 17 Januari 2026

Oleh karena itu, kedua kutipan ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting sebagai sarana penyebaran dan pembelajaran agama. Platform digital seperti YouTube dan Instagram memudahkan pengguna dalam mengakses ceramah, dakwah, maupun pengajian kapan saja dan di mana saja. Selain memberikan tambahan pengetahuan keagamaan, pemanfaatan media sosial untuk kegiatan religius juga memberikan manfaat berupa ketenangan batin, kemudahan akses, serta fleksibilitas dalam mengikuti kegiatan keagamaan tanpa harus meninggalkan aktivitas sehari-hari. Dengan demikian, media sosial dapat berfungsi sebagai media yang mendukung peningkatan pemahaman dan praktik keagamaan masyarakat.

Perilaku Keagamaan Generasi Milenial

Perilaku keagamaan generasi milenial di Kecamatan Rilau Ale menunjukkan pola yang variatif. Dari sisi positif, sebagian informan mengaku bahwa akses terhadap konten keagamaan di media sosial turut mendorong peningkatan kualitas ibadah dan pengetahuan agama.

“Setelah sering nonton kajian ustadz di YouTube saya jadi lebih rajin sholat dan mulai baca Al Quran lagi. Dulu sempat bolong-bolong, sekarang alhamdulillah sudah lebih rutin”.³¹

Berdasarkan pernyataan tersebut mengandung kesaksian pribadi tentang proses hijrah atau perbaikan diri dalam beragama, di mana seseorang merasakan manfaat dari kajian agama yang ditontonnya. Ia menjadi lebih termotivasi untuk menjalankan ibadah, lebih disiplin dalam sholat, kembali membaca Al Quran, serta bersyukur karena kini dapat melakukannya dengan lebih konsisten dibanding sebelumnya. Sebaliknya, observasi lapangan menunjukkan bahwa tidak semua generasi milenial memanfaatkan media sosial untuk kepentingan agama. Sebagian justru terdistrikasi oleh konten hiburan yang tidak produktif, yang berimplikasi pada menurunnya kehadiran di kegiatan keagamaan.

“Ada yang pakai media sosial untuk keagamaan, tapi lebih banyak yang pakainya untuk main game atau lihat video hiburan. Kalau sudah pegang HP, sering lupa sholat, bahkan waktu jumat pun masih asyik main HP”.³²

Kutipan Nikmah ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki dua sisi yaitu sebagai sarana penguatan religiusitas dan sebagai sumber distraksi. Meskipun media sosial dapat dimanfaatkan untuk mengakses konten keagamaan, dominasi penggunaan untuk hiburan menyebabkan sebagian individu kurang memperhatikan kewajiban ibadah. Oleh karena itu, intensitas penggunaan gawai yang tidak terkontrol berpotensi menurunkan kedisiplinan dalam menjalankan praktik keagamaan.

³¹ Ernawati, *Wawancara* di Kabupaten Rilau Ale Kabupaten Bulukumba, 17 Januari 2026

³² Nikmah, *Wawancara* di Kabupaten Rilau Ale Kabupaten Bulukumba, 20 Januari 2026

Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial dengan Perilaku Keagamaan Generasi Milenial di Kecamatan Rilau Ale

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penggunaan media sosial memiliki hubungan dengan perilaku keagamaan generasi milenial. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga dimanfaatkan untuk memperoleh informasi dan pengetahuan keagamaan. Hasil wawancara dengan beberapa informan menunjukkan bahwa media sosial seperti instagram, Facebook, YouTobe menjadi salah satu sumber informasi keagamaan yang diakses. Informan mengaku sering melihat konten berupa cemarrah, kutipan alat Al Quran, hadis maupun video dakwah yang dibagikan oleh akun-akun keagamaan. Kemudahan dalam mengakses informasi ini membuat mereka lebih mudah memperoleh pengetahuan agama tanpa harus datang langsung ke majelis taklim atau kegiatan pengajian.

Selain itu, penggunaan media sosial ini juga memberikan pengaruh terhadap pelaksanaan ibadah. Sebagaimana informan menyatakan bahwa konten keagamaan yang mereka lihat di media sosial dapat menjadi pengingat untuk melaksanakan sholat tepat waktu, membaca Al-Quran,serta mengikuti kegiatan keagamaan di lingkungan sekitar.

Meskipun, tidak semua dampak yang ditimbulkan bersifat positif. Beberapa informan mengungkapkan bahwa banyaknya informasi keagamaan yang beredar di media sosial terkadang membuat mereka kesulitan membedakan informasi yang benar dan yang kurang dapat dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, diperlukan sikap selektif dalam menerima dan menyebarkan informasi keagamaan yang diperoleh melalui media sosial. Hingga dapat dipahami bahwa penggunaan media sosial memiliki hubungan yang cukup erat dengan perilaku keagamaan generasi milenial di Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba. Semakin sering generasi milenial mengakses konten-konten keagamaan melalui media sosial, maka semakin besar pula peluang mereka untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran dalam menjalankan ajaran agama. Namun, pemanfaatan media sosial perlu diimbangi dengan kemampuan menyaring informasi agar manfaat yang diperoleh dapat dirasakan secara optimal.

Pembahasan

Temuan penelitian ini dapat dipahami dalam kerangka teori terpaan media (*media exposure*) yang dikemukakan oleh rosenngren dan kriyantono. Berdasarkan dimensi frekuensi dan jenis konten, informan yang secara rutin mengakses konten dakwah dengan frekuensi minimal satu kali per hari menunjukkan perilaku keagamaan yang lebih baik dibandingkan informan yang dominan mengakses konten hiburan. Hal ini selaras dengan temuan Yusuf bahwa terpaan konten dakwah digital berkorelasi positif dengan peningkatan religiusitas generasi milenial.

Dari sisi positif, media sosial terbukti memperluas akses generasi milenial terhadap sumber-sumber pembelajaran agama yang selama ini sulit dijangkau secara fisik. Kondisi ini mendukung argumentasi Fauzi bahwa dakwah digital mampu meningkatkan pemahaman Islam apabila dikelola dengan strategi yang tepat. Saputra dan Amelia juga menegaskan

bahwa media sosial kini berperan sebagai “Masjid Virtual” yang memungkinkan umat muslim untuk tetap terhubung dengan nilai-nilai keagamaan tanpa batasan geografis.

Dari sisi negatif, temuan penelitian ini memperkuat argumen Firmansyah bahwa media sosial juga dapat menjadi faktor distraksi yang melemahkan religiusitas apabila penggunaannya tidak terarah. Burhanuddin selaku tokoh agama mengungkapkan:

“Generasi muda sekarang lebih banyak yang tidak ikut shalat berjamaah di masjid. Saya perhatikan, kebanyakan sibuk dengan handphone mereka. Ini perlu perhatian serius dari keluarga dan masyarakat”.³³

Variasi perilaku keagamaan yang ditemukan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa literasi keagamaan kemampuan individu untuk secara selektif memanfaatkan media sosial demi penguatan religiusitas menjadi faktor determinan (faktor penentu). Temuan ini sejalan dengan Harahap dan Wahyuni yang menyatakan bahwa terpaan konten keagamaan di Instagram berpengaruh signifikan terhadap religiusitas remaja muslim, namun dampaknya bersifat kumulatif dan bergantung pada intensitas penggunaan.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang tidak terarah dapat mendorong generasi milenial untuk menghabiskan waktu pada aktivitas yang kurang produktif, seperti mengakses konten yang tidak bermanfaat. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku keagamaan generasi milenial di Kecamatan Rilau Ale. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah dan pembelajaran agama terbukti memberikan dampak positif, terutama dalam meningkatkan pengetahuan keagamaan, kualitas ibadah, serta partisipasi generasi milenial dalam kegiatan religius. Media digital menjadi alternatif yang efektif dan fleksibel dalam mendukung penguatan religiusitas di era modern.

Namun demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa dampak media sosial tidak bersifat tunggal. Penggunaan yang tidak terarah dan tidak produktif dapat menurunkan intensitas ibadah serta melemahkan pengamalan nilai-nilai keagamaan. Variasi perilaku keagamaan yang muncul di kalangan generasi milenial menunjukkan bahwa efektivitas media sosial sangat bergantung pada cara individu dalam memanfaatkannya.

Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis berupa peningkatan literasi digital dan pendampingan yang berkelanjutan agar generasi milenial mampu menggunakan media sosial secara bijak, selektif, dan produktif. Dengan demikian, media sosial dapat dioptimalkan sebagai instrumen yang tidak hanya mendukung perkembangan teknologi, tetapi juga memperkuat nilai-nilai spiritual dan keagamaan dalam kehidupan sehari-hari.

Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial telah menjadi ruang baru yang berperan penting dalam pembentukan orientasi dan praktik keberagamaan generasi milenial. Kehadirannya tidak hanya mengubah cara individu memperoleh informasi keagamaan, tetapi juga memengaruhi proses internalisasi nilai, pola interaksi religius, dan

³³ Burhanuddin, *Wawancara* di Kabupaten Rilau Ale Kabupaten Bulukumba, 22 Januari 2026

cara mengekspresikan identitas keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks masyarakat Kecamatan Rilau Ale, media sosial menunjukkan fungsi yang bersifat ambivalen, yakni dapat menjadi sarana penguatan religiusitas sekaligus berpotensi menimbulkan pengabaian terhadap praktik keagamaan apabila digunakan tanpa kontrol dan tujuan yang jelas. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas perilaku keagamaan generasi milenial tidak ditentukan oleh keberadaan media sosial itu sendiri, melainkan oleh kemampuan individu dalam melakukan seleksi, interpretasi, dan pemanfaatan terhadap berbagai konten yang diakses.

Implikasi

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa media sosial ini memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku keagamaan generasi milenial di Kecamatan Rilau Ale. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah dan pembelajaran agama terbukti memberikan dampak positif, terutama dalam meningkatkan pengetahuan keagamaan, kualitas ibadah, serta partisipasi generasi milenial dalam kegiatan religius.

Namun demikian, penggunaan yang tidak terarah dan tidak produktif dapat menurunkan intensitas ibadah serta melemahkan pengamalan nilai-nilai keagamaan. Variasi perilaku keagamaan yang muncul di kalangan generasi milenial menunjukkan bahwa efektivitas media sosial sangat bergantung pada cara individu dalam memanfaatkannya. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis berupa peningkatan literasi digital keagamaan dan pendampingan yang berkelanjutan. Peran keluarga, lembaga pendidikan, dan tokoh agama sangat penting dalam memastikan generasi milenial mampu menggunakan media sosial secara bijak, selektif dan produktif.

Daftar Pustaka

- Anggito, A., dan Setiawan, J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Boyd, D. "Social media is here to stay... now what." *Microsoft Research Tech Fest* 5 (2009).
- Deal, J. J., Altman, D. G., dan Rogelberg, S. G. "Millennials at work: What we know and what we need to do (if anything)." *Journal of Business and Psychology* 25 (2010): 191–199.
- Hidayat, A. "Metode Pendidikan Islam untuk Generasi Millennial." *Jurnal Kajian Keagamaan dan Pendidikan* 31 (2018).
- Howe, N., Strauss, W., dan Matson, R. J. *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Books, 2003.
- Inda, I. "Peran Komunikasi Efektif dalam Meningkatkan Keterlibatan Siswa di Lingkungan Sekolah Dasar Negeri Kota Lhokseumawe." *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam* 14, no. 2 (2024): 181–193.
- Indah, M. K., dan Suryadinatha, G. A. A. N. O. "Consumer behavior in the era of industrial revolution 4.0." *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences* 94, no. 10 (2019): 152–157.

- Kaifi, B. A., et al. "A multi-generational workforce: Managing and understanding millennials." *International Journal of Business and Management* 7, no. 24 (2012): 88.
- Kriyantono, R. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media, 2014.
- Kowske, B. J., Rasch, R., dan Wiley, J. "Millennials'(lack of) attitude problem." *Journal of Business and Psychology* 25 (2010): 265–279.
- Mandibergh. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.
- Muchtar, K. "Penerapan komunikasi partisipatif pada pembangunan di Indonesia." *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, dan Budaya* 1, no. 1 (2016): 20–32.
- Nasrullah, R. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*, Cet. Kedua. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- Permatasari, R. M. "Pola Komunikasi Keluarga Pengguna Gadget Aktif di Desa Silau Manik Kecamatan Siantar." *Al-Manaj: Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah* 2, no. 01 (2022): 64–75.
- Rosengren, K. E. "International news: Intra and extra media data." *Acta Sociologica* 13, no. 2 (1970): 96–109.
- Setiawan, P., Salim, D. P., dan Idris, M. "Perilaku keagamaan siswa muslim di SMPN 1 dan SMPN 2 Airmadidi." *Journal of Islamic Education Policy* 5, no. 1 (2020).
- Sherlyanita, A. K., dan Rakhmawati, N. A. "Pengaruh dan pola aktivitas penggunaan internet serta media sosial pada siswa SMPN 52 Surabaya." *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence* 2, no. 1 (2016): 17–22.
- Shihab, M. Q. *Tafsir al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati, 2007.
- Shirky, C. "It's not information overload. It's filter failure." *Web 2.0 Expo* (September 2008).
- Sijabat, T. G., dan Rizkiyah, U. "Peran Generasi Milenial Dalam Kewirausahaan." *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* 1, no. 11 (2021).
- Uchjana, O. E. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1990.
- Van Dijck, J. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- Zulkarnain, Z. "Pengaruh fanatisme keagamaan terhadap perilaku sosial." *Kontekstualita* 35, no. 01 (2020): 25–38.
- Zulkarnain, Z. "Teologi Islam Dan Fanatisme Perilaku Sosial Beragama." *Al-Hikmah: Jurnal Theosofi dan Peradaban Islam* 3, no. 2 (2021).