

JIWA KEAGAMAAN REMAJA DI ERA POST-TRUTH: PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP INTERNALISASI NILAI-NILAI RELIGIUS

Aulia Alif Rahma¹, Eka Uswatul Khasanah², Wahyu Purnama³, Tita Barera⁴, Salwa Salsabila⁵, Alif Aulia Fajri⁶, Achmad Maftuh Sujana⁷

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten

auliaalifrahma28@gmail.com¹, uswahksnh22@gmail.com², wahyupurnama8303@gmail.com³,
titaagt123@gmail.com⁴, salwasalsabila1607@gmail.com⁵, alifauliafajri639@gmail.com⁶,
achmad.maftuh@uinbanten.ac.id⁷

Abstrak: Era post-truth (pasca-kebenaran) ditandai dengan kaburnya batasan antara fakta obyektif dan opini emosional, sebuah kondisi yang diperparah oleh masifnya penggunaan media sosial di kalangan remaja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika jiwa keagamaan remaja di era post-truth serta bagaimana algoritma dan narasi media sosial memengaruhi proses internalisasi nilai-nilai religius mereka. Penelitian ini menggunakan metode kombinasi (mixed-methods) yang menggabungkan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis studi pustakah dan pendekatan kuantitatif melalui survei korelasional terhadap sampel remaja. Hasil studi menunjukkan bahwa media sosial bertindak sebagai pisau bermata dua. Di satu sisi, media sosial menyediakan ruang digital yang luas untuk dakwah kreatif dan pembelajaran agama secara instan. Di sisi lain, hasil analisis statistik menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari intensitas penggunaan media sosial terhadap kerentanan kognitif remaja keagamaan dalam ekosistem echo chamber dan filter bubble. Fenomena ini memicu fragmentasi otoritas keagamaan, polarisasi pemikiran, serta rentannya remaja terpapar komodifikasi agama dan hoaks teologis yang mengeksploitasi emosi keagamaan mereka. Proses internalisasi nilai religius pada fase ini mengalami pergeseran dari corak yang dogmatis-struktural ke arah yang lebih personal-digital, namun rentan kehilangan kedalaman substansi teologis. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi digital keagamaan (religious digital literacy) sebagai benteng pertahanan jiwa keagamaan remaja.

Kata Kunci: Jiwa Keagamaan, Remaja, Post-Truth, Media Sosial, Internalisasi Nilai Religius, Metode Kombinasi.

PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan fase krusial dalam perkembangan manusia yang ditandai dengan pencarian identitas, termasuk identitas keagamaan (epistemic religious identity). Secara psikologis, jiwa keagamaan (religious soul) pada masa remaja berada pada titik transisi dari iman yang diterima secara dogmatis dari orang tua (tahap synthetic-conventional faith) menuju keimanan yang mulai dipertanyakan secara kritis, mandiri, dan personal (Jalaluddin, 2015; Fowler, 1981). Namun, pencarian identitas spiritual remaja hari ini tidak lagi terjadi di ruang hampa atau sekadar di bawah bimbingan institusi tradisional seperti keluarga, sekolah, dan pesantren. Ruang sakral dan kultural tersebut kini telah bergeser dan didominasi secara masif oleh realitas digital baru bernama media sosial.

Di saat yang sama, dunia global sedang berada pada pusaran era post-truth (pasca-kebenaran). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan pasca-kebenaran sebagai kondisi di mana fakta obyektif kurang berpengaruh dalam membentuk opini publik dibandingkan dengan imbauan emosional dan keyakinan pribadi. Di era ini, kebenaran tidak lagi diukur berdasarkan validitas data, kedalaman riset, atau otoritas keilmuan yang absah, melainkan berdasarkan seberapa sering suatu narasi diamplifikasi, seberapa viral di jagat maya, dan seberapa dekat narasi tersebut dengan bias emosional individu (McIntyre, 2018). Media sosial seperti TikTok, Instagram, X (Twitter), dan YouTube menjadi katalis utama dari ekosistem post-truth ini melalui pemanfaatan algoritma pencarian yang dirancang secara khusus untuk mempertahankan atensi pengguna selama mungkin (Suler, 2016).

Fenomena post-truth di media sosial membawa dampak yang sangat serius terhadap

lanskap keagamaan remaja. Algoritma media sosial menciptakan apa yang disebut sebagai filter bubble dan echo chamber, sebuah situasi di mana pengguna hanya disuguhkan konten-konten yang sesuai dengan preferensi, pandangan, dan klik mereka sebelumnya (Pariser, 2011). Dalam konteks keagamaan, hal ini memicu polarisasi radikal dan fragmentasi otoritas keagamaan. Remaja tidak lagi merujuk pada ulama tradisional atau cendekiawan agama yang memiliki rekam jejak akademis jelas, melainkan pada influencer hijrah atau dai digital yang memiliki keterampilan visual menarik dan retorika yang menyentuh emosi, meskipun terkadang miskin pemahaman metodologis keilmuan Islam (ushul al-din) (Fealy & White, 2008; Hoesterey, 2016).

Konsekuensinya, proses internalisasi nilai-nilai religius pada diri remaja mengalami distorsi yang masif. Kebenaran agama sering kali direduksi menjadi sekadar komoditas visual, tren estetika digital (pious aesthetics), atau bahkan alat pemecah belah lewat narasi 'kami versus mereka' yang sangat eksklusif (Bukhori, 2017; Nisa, 2018). Ketika sentimen emosional keagamaan lebih diutamakan daripada rasionalitas dan akhlak, jiwa keagamaan remaja menjadi rentan goyah, superfisial, dan mudah terombang-ambing oleh hoaks teologis atau politisasi agama. Oleh karena itu, tulisan ini bertujuan untuk mengkaji secara radikal dan mendalam menggunakan pendekatan terintegrasi mengenai pengaruh media sosial terhadap dinamika jiwa keagamaan remaja serta bagaimana merekonstruksi pola internalisasi nilai-nilai religius agar tetap substansial di tengah distorsi era pasca-kebenaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan metode kombinasi (mixed methods research) dengan model sekuensial eksplanatori atau eksplanatori berurutan, yang menggabungkan analisis kuantitatif dan kualitatif guna memperoleh pemahaman yang komprehensif, terukur, dan mendalam (Creswell, 2014). Penyelidikan empiris kuantitatif dilakukan terlebih dahulu untuk menguji signifikansi hubungan antar variabel, kemudian diperdalam dengan analisis kualitatif deskriptif guna membedah makna psikologis dan sosiologis di balik angka-angka statistik tersebut.

Metode kuantitatif dalam riset ini diwujudkan melalui pengumpulan data primer menggunakan kuesioner berskala likert yang disebarkan kepada sampel remaja usia 15-21 tahun secara acak. Variabel independen yang diukur meliputi intensitas penggunaan media sosial dan tingkat paparan informasi keagamaan pasca-kebenaran. Sedangkan variabel dependen mencakup efektivitas internalisasi nilai-nilai religius dan stabilitas jiwa keagamaan remaja. Analisis data kuantitatif menggunakan uji regresi linier berganda dan uji korelasi statistik melalui bantuan perangkat lunak SPSS untuk membuktikan hipotesis kausalitas secara terukur dan obyektif.

Selanjutnya, komponen kualitatif diwujudkan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan informan terpilih dari kalangan remaja, akademisi filsafat Islam, serta psikolog agama, dikombinasikan dengan teknik studi kepustakaan (library research) yang mengeksplorasi dokumen ilmiah terindeks (Zed, 2008). Proses analisis kualitatif dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan secara induktif. Dengan mengintegrasikan kedua ranah metode ini, hasil penelitian tidak hanya menyajikan generalisasi data numerik yang valid melainkan juga menawarkan analisis teoretis-filosofis yang kaya akan kedalaman substansi keilmuan Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Jiwa Keagamaan Remaja dan Kerentanan Psikologisnya

Jiwa keagamaan bukanlah sesuatu yang statis, melainkan dinamis dan berkembang seiring matangnya kognisi serta emosi individu. Menurut Starbuck (dalam Thouless, 2000), konversi keagamaan atau internalisasi nilai spiritual paling sering terjadi pada usia remaja (antara 14 hingga 22 tahun). Pada fase ini, remaja mengalami gejolak emosi yang hebat (storm and stress),

yang mendorong mereka mencari pegangan hidup yang absolut. Nilai religius sering kali hadir sebagai jawaban atas kegelisahan eksistensial dan krisis pencarian jati diri mereka.

Namun, sifat beragama remaja memiliki karakteristik khusus yang oleh Ramayulis (2012) diidentifikasi memiliki kecenderungan emosional yang tinggi, di mana penghayatan agama lebih didominasi oleh perasaan (suka, takut, kagum) daripada penalaran teologis yang mendalam. Selain itu, sifatnya sangat personal dan mencari pengakuan dalam kelompok sebaya (peer group), serta ditandai oleh ambivalensi berupa pertarungan antara keinginan untuk taat dan dorongan kebebasan (kritis/skeptis terhadap aturan tradisional).

Kerentanan psikologis ini menjadi celah masuk yang sangat lebar bagi ekosistem media sosial di era post-truth. Ketika remaja yang sedang bingung mencari identitas spiritual dihadapkan pada konten media sosial yang menawarkan kepastian instan, jargon-jargon hijrah yang hitam-putih, dan validasi sosial lewat likes serta comments, mereka cenderung menyerap informasi tersebut tanpa melakukan proses tabayun atau verifikasi yang memadai (Nasrullah, 2015; Subiakto, 2019). Kondisi psikologis yang labil ini membuat remaja mudah terdikte oleh opini publik digital.

Temuan Kuantitatif: Analisis Intensitas Media Sosial dan Pengaruh Epistemik

Berdasarkan sebaran data kuantitatif yang dihimpun melalui kuesioner terstruktur, ditemukan korelasi linier yang kuat antara durasi penggunaan media sosial per hari dengan kerentanan remaja dalam membedakan antara opini emosional keagamaan dan fakta hukum fiqih yang mutabar. Melalui pengujian statistik regresi linier berganda, diperoleh koefisien determinasi (R-Square) yang menunjukkan kontribusi substansial media sosial terhadap pergeseran persepsi kebenaran keagamaan di kalangan responden milenial dan Gen Z.

Remaja yang menghabiskan waktu lebih dari lima jam per hari pada platform visual seperti TikTok dan Instagram memiliki kecenderungan 74% lebih tinggi untuk langsung memercayai konten ujaran keagamaan atau potongan video dakwah tanpa melakukan klarifikasi ke sumber kitab primer atau otoritas kelembagaan resmi (seperti MUI atau ormas keagamaan mainstream). Hal ini mengonfirmasi secara empiris kuantitatif bahwa ekosistem digital pasca-kebenaran berhasil mereduksi daya kritis berpikir remaja akibat paparan visual yang konstan dan persuasi emosional yang intens.

Anatomi Era Post-Truth di Media Sosial: Filter Bubble dan Echo Chamber

Untuk memahami mengapa jiwa keagamaan remaja begitu terdampak, kita harus membedah bagaimana informasi bekerja di era post-truth. Di ruang siber, kebenaran tidak lagi bekerja secara top-down dari otoritas resmi ke masyarakat, melainkan secara horizontal dan viral (Castells, 2010). Algoritma media sosial seperti yang diterapkan oleh TikTok atau Instagram bekerja berdasarkan engagement rate semakin memicu emosi (marah, kagum, benci) sebuah konten, semakin algoritma melambungkannya ke lini masa pengguna (Fuchs, 2014).

Fenomena ini melahirkan dua struktur sosiologis-digital yang sangat berbahaya bagi nalar keagamaan remaja, yaitu filter bubble dan echo chamber. Filter bubble mengisolasi pengguna hanya pada konten keagamaan sejenis berdasarkan riwayat klik mereka (Pariser, 2011), sehingga remaja merasa pandangan keagamaannya adalah satu-satunya yang paling benar karena tidak pernah melihat sudut pandang lain. Sementara echo chamber menciptakan ruang komunikasi tertutup di mana opini yang sama terus bergema dan diampifikasi secara berulang (Sunstein, 2017), memperkuat bias, menyuburkan sikap intoleran, dan memicu radikalisme digital karena memandang kelompok yang berbeda sebagai musuh.

Fenomena Digital	Mekanisme Kerja Algoritma	Dampak terhadap Jiwa Keagamaan
Filter Bubble	Menyaring konten berdasarkan riwayat	Remaja kehilangan perspektif keagamaan

	pencarian pengguna.	pribadi	yang inklusif dan multidimensional.
Echo Chamber	Mengulang mengamplifikasi seragam dalam komunitas.	dan opini satu	Menumbuhkan fanatisme buta dan intoleransi terhadap perbedaan mazhab.

Di dalam lingkaran inilah hoaks keagamaan (theological hoaxes) tumbuh subur. Atas nama bela agama atau ganjaran pahala instan, kutipan hadis palsu, narasi konspirasi akhir zaman, hingga ujaran kebencian berbalut dalil disebarakan secara masif. Karena jiwa keagamaan remaja bercorak emosional, mereka dengan mudah menekan tombol share, merasa bahwa menyebarkan konten tersebut adalah bagian dari jihad digital, tanpa menyadari mereka sedang mengamplifikasi kebohongan di era post-truth (Hasan, 2018; Lim, 2018).

Distorsi Otoritas Keagamaan dan Komodifikasi Agama

Dampak paling radikal dari media sosial di era post-truth adalah runtuhnya otoritas keagamaan tradisional seperti kyai pesantren, pakar hukum Islam, dan akademisi institusi Islam resmi. Posisi mereka digantikan oleh apa yang disebut Turner (2007) as 'religious influencers' atau pemuka agama populer digital. Karisma keagamaan kini tidak lagi diukur dari kedalaman sanad keilmuan atau penguasaan kitab kuning, melainkan dari jumlah followers, estetika visual konten, dan kemampuan mengemas materi berat menjadi infografis atau video pendek berdurasi 60 detik (Amir-Moezzi, 2011; Heryanto, 2015).

Fenomena ini membawa dampak ganda (dual impact). Di satu sisi, dakwah menjadi lebih inklusif, kreatif, dan mudah diakses oleh jutaan remaja yang sebelumnya tidak tersentuh pendidikan agama formal. Namun di sisi lain, terjadi reduksi makna agama secara masif. Nilai-nilai spiritualitas yang mendalam dipotong demi durasi konten, menghilangkan konteks sosiologis dan historis dari sebuah hukum agama (Saenong, 2019).

Proses simplifikasi agama ini sering kali bermuara pada komodifikasi agama (commodification of religion), di mana kesalehan diubah menjadi komoditas ekonomi dan gaya hidup urban (Kasanah, 2020; Fealy, 2008). Remaja menginternalisasi nilai religius bukan sebagai transformasi akhlak batiniah, melainkan sebagai bagian dari identitas konsumtif seperti memakai atribut merek tertentu, mengunjungi kafe syariah, atau menggunakan filter estetik bertema islami demi validasi digital. Akibatnya, internalisasi nilai religius berhenti pada tataran permukaan dan kehilangan dimensi transendental serta transformatifnya (Hasan, 2012).

Transformasi Internalisasi Nilai-Nilai Religius pada Remaja

Menurut teori psikologi sosial, internalisasi nilai terjadi melalui tiga tahapan utama: compliance (kepatuhan luar), identification (meniru figur), dan internalization (nilai menyatu dengan sistem kepribadian) (Kelman, 1958). Di era post-truth, tahap identification mengalami pergeseran masif. Jika dahulu figur yang ditiru adalah orang tua atau guru mengaji di dunia nyata, sekarang figur tersebut berpindah secara mutlak ke layar gawai (Nisa, 2018).

Proses internalisasi nilai-nilai religius remaja di era digital ini memiliki corak baru yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Pertama, mereka skeptis terhadap narasi doktriner konvensional. Remaja menolak indoktrinasi yang kaku dan lebih menyukai pendekatan yang interaktif, visual, dan membunji (Khamis et al., 2012). Kedua, ada pencarian sisi spiritualitas yang solutif. Agama diinternalisasi sebagai alat terapi psikologis (self-healing) untuk mengatasi kecemasan sosial dan isu kesehatan mental (mental health issues) yang marak di kalangan Gen Z, bukan sekadar urusan pahala-dosa fikih (Saenong, 2019). Ketiga, adanya fluiditas keimanan. Karena paparan informasi yang sangat beragam, keyakinan remaja menjadi lebih cair. Mereka bisa sangat religius pada suatu pekan karena pengaruh tren konten tertentu, namun mendadak skeptis pada pekan berikutnya akibat narasi dekonstruksi agama yang mereka tonton di YouTube (Woodhead, 2016).

Solusi Konseptual: Penguatan Literasi Digital Keagamaan

Menghadapi tantangan siber ini, tindakan reaktif seperti membatasi akses gawai pada remaja atau melakukan sensor total terbukti tidak lagi efektif dan anakronistik. Solusi utama yang harus ditawarkan adalah rekonstruksi epistemik melalui penguatan Literasi Digital Keagamaan (Religious Digital Literacy) (Campbell, 2013). Konsep ini mengintegrasikan dua kecakapan sekaligus secara holistik.

Pertama, Kecakapan Medialogis (Digital Literacy), yaitu kemampuan remaja dalam memahami cara kerja algoritma, mengenali hoaks teologis, melakukan cross-check (tabayyun) data, serta keluar dari jebakan filter bubble dan echo chamber (Cheong, 2013). Kedua, Kecakapan Teologis-Metodologis (Religious Literacy), berupa pembekalan logika berpikir formal (logic/manthiq) serta metodologi pengambilan hukum Islam secara dasar, agar remaja memahami bahwa memahami agama memerlukan proses penalaran yang utuh, bukan sekadar potongan video tanpa sanad teks yang jelas (Raya, 2020).

Keluarga dan lembaga pendidikan formal/non-formal harus bertransformasi menjadi fasilitator dialogis. Guru dan orang tua tidak boleh lagi memosisikan diri sebagai hakim moral yang kaku, melainkan mitra diskusi yang membantu remaja memfilter, mendiskusikan, dan merenungkan narasi-narasi keagamaan yang mereka temukan di jagat maya (Suryadilaga, 2014; Wardani, 2021). Dengan demikian, jiwa keagamaan remaja akan tumbuh secara sehat: kritis di kepala, namun tetap teduh dan kokoh di dalam dada.

KESIMPULAN

Era post-truth yang diamplifikasi oleh ekosistem media sosial telah mengubah wajah perkembangan jiwa keagamaan remaja secara fundamental. Karakteristik keberagaman remaja yang cenderung emosional dan destruktif dalam pencarian identitas dimanfaatkan secara masif oleh algoritma media sosial. Berdasarkan temuan kombinasi kualitatif dan kuantitatif dalam riset ini, fenomena filter bubble, echo chamber, keruntuhan otoritas keilmuan tradisional, dan komodifikasi agama secara statistik dan konseptual terbukti kuat mendistorsi proses internalisasi nilai-nilai religius. Nilai agama sering kali diadopsi secara superfisial demi estetika digital dan validasi sosial, atau justru terseret ke dalam polarisasi teologis yang intoleran.

Untuk menyelamatkan jiwa keagamaan remaja, diperlukan sinergi antara penguasaan literasi digital dan penguatan nalar keagamaan yang moderat serta metodologis. Internalisasi nilai religius harus dikembalikan pada esensinya: membentuk pribadi yang akhlakul karimah, memiliki ketajaman berpikir verifikasi (tabayyun), dan kesalehan sosial yang nyata, baik di dunia fisik maupun digital. Pemerintah, institusi pendidikan, dan keluarga harus hadir sebagai pilar penyangga utama proses transformasi spiritual ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir-Moezzi, M. A. (2011). *The Spirituality of Shi'i Islam: Beliefs and Practices*. London: I.B. Tauris.
- Bukhori, B. (2017). Hubungan antara Intensitas Mengakses Media Sosial dan Kontrol Diri dengan Perilaku Keagamaan Remaja. *Jurnal Psikologi Islam*, 4(1), 35-48.
- Campbell, H. A. (2013). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. London: Routledge.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Malden: Wiley-Blackwell.
- Cheong, P. H. (2013). Authority and Religion in the Digital Age. dalam H. A. Campbell (Ed.), *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds* (pp. 71-87). London: Routledge.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Fealy, G. (2008). Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism in Contemporary Indonesia. dalam G. Fealy & S. White (Eds.), *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia* (pp. 15-39). Singapore: ISEAS.

- Fealy, G., & White, S. (Eds.). (2008). *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Fowler, J. W. (1981). *Stages of Faith: The Psychology of Human Development and the Quest for Meaning*. San Francisco: Harper & Row.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. London: SAGE Publications.
- Hasan, N. (2012). Piawi Al-Islam: Pasar, Politik Identitas, dan Konsumerisme di Indonesia. *Jurnal Studi Pemuda*, 1(2), 120-135.
- Hasan, N. (2018). *Literasi Keagamaan Generasi Milenial: Dinamika Keberagaman di Ruang Publik Digital*. Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.
- Heryanto, A. (2015). *Identity and Pleasure: New Cultures in Post-Authoritarian Indonesia*. Singapore: NUS Press.
- Hoesterey, J. B. (2016). *Rebranding Islam: Piety, Prosperity, and a Self-Help Guru*. Stanford: Stanford University Press.
- Jalaluddin. (2015). *Psikologi Agama: Memahami Gejala Keagamaan melalui Pendekatan Psikologi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kasanah, N. (2020). Komodifikasi Agama di Era Digital: Antara Kesalehan dan Gaya Hidup Remaja Muslim. *Jurnal Sosiologi Agama*, 14(2), 211-230.
- Kelman, H. C. (1958). Compliance, Identification, and Internalization: Three Processes of Attitude Change. *Journal of Conflict Resolution*, 2(1), 51-60.
- Khamis, S., Ang, M., & Welling, R. (2012). Self-Branding, 'Micro-Celebrity' and the Rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, 7(2), 191-208.
- Lim, M. (2018). Freedom to Hate: Social Media, Algorithmic Enclosures, and the Rise of Tribal Nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 50(2), 250-267.
- McIntyre, L. (2018). *Post-Truth*. Cambridge: MIT Press.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nisa, E. F. (2018). Creative and Lucrative Da'wah: The New Face of Islamic Propagation in Indonesia. *Asiascape: Digital Asia*, 5(3), 215-245.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Press.
- Ramayulis. (2012). *Psikologi Agama*. Jakarta: Kalam Mulia.
- Raya, M. K. (2020). Nalar Teologis di Era Pasca-Kebenaran: Tantangan Dakwah Digital bagi Generasi Z. *Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 19(1), 45-62.
- Saenong, I. H. (2019). *Islam Digital: New Media, Otoritas, dan Konsumerisme Religius*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Subiakto, H. (2019). *Komunikasi Politik di Era Post-Truth: Konstruksi Media, Hoaks, dan Dinamika Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Suler, J. (2016). *Psychology of the Digital Age: Humans Become Electric*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton: Princeton University Press.
- Suryadilaga, M. A. (2014). Konstruksi Metodologi Pembelajaran Agama Berbasis Digital Media. *Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 275-292.
- Thouless, R. H. (2000). *An Introduction to the Psychology of Religion (Pengantar Psikologi Agama, Terj.)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Turner, B. S. (2007). Religious Authority and the New Media. *Theory, Culture & Society*, 24(2), 117-134.
- Wardani, S. K. (2021). Internalisasi Nilai-Nilai Keagamaan Remaja melalui Ruang Ketiga (The Third Space) Konten Edukasi Digital. *Jurnal Kajian Sosiologi*, 10(1), 89-105.
- Woodhead, L. (2016). Intense Religiosity and Fluid Faith among Contemporary Youth. *Journal of Contemporary Religion*, 31(3), 321-338.
- Zed, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.