

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Aplikasi TikTok adalah sebuah jejaring sosial dan *platform* video musik asal Tiongkok yang diluncurkan pada awal September 2016. Aplikasi tersebut memberi akses kepada para pemakai untuk membuat video musik pendek (Aji & Setiyadi, 2020). Hal ini membuat TikTok memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini (Muhtar & Rahman, 2023). Efek spesial tersebut membuat pengguna aplikasi TikTok dapat dengan mudah membuat video pendek yang keren dan menarik perhatian para kalangan yang menontonnya.

Salah satu ciri khas TikTok menurut Weimann dan Masri (2020) adalah algoritma dalam halaman utamanya yang bernama “*For You*” atau disingkat FYP (*For You Page*). Dalam halaman ini setiap video unggahan pengguna lain baik yang diikuti maupun tidak, dapat ditayangkan sesuai video yang paling disukai dan ditonton oleh pengguna (Weimann dan Masri, 2020). Sejalan dengan itu, Susilowati (2018) mengemukakan bahwa pengguna yang videonya sering ditayangkan dalam FYP dapat menjadi populer di TikTok dan memiliki banyak pengikut atau *followers*. Keaktifan *followers* dapat berpengaruh pada popularitas dan meningkatkan peluang muncul di FYP.

Hal-hal yang dilakukan di aplikasi TikTok tidak hanya untuk hiburan, namun ada juga manfaat lainnya yakni untuk membuat konten edukasi, promosi, dan hal lain yang lebih bermanfaat (Mahardika, dkk, 2021). TikTok mampu menyebarkan informasi atau berita dengan mudah. Selain itu TikTok hadir beriringan dengan banyaknya aktivitas masyarakat yang dilakukan secara digital (Putra & Puazah, 2022). Sejak pecahnya perang Israel-Hamas pada 7 Oktober 2023, muncul seruan boikot terhadap produk yang terkait dengan Israel. Berdasarkan survei pada November 2023, sekitar 64,7% mendukung Palestina, 61,8% memprotes aksi Israel, 58% merasa prihatin terhadap konflik, dan 1,5% dengan alasan lainnya, seperti yang dilaporkan oleh *katadata.com*.

Konflik antara Israel dan Hamas sering kali membuat umat muslim di seluruh dunia meningkatkan aktivitas berbagi konten keagamaan di TikTok. Ini terjadi karena konflik tersebut membangkitkan emosi dan solidaritas yang kuat di kalangan umat muslim. Religiusitas mencerminkan kedalaman penghayatan dan pengamalan agama dalam kehidupan individu (Meliani et al., 2021). Melalui TikTok, umat muslim membagikan konten seperti doa, ayat-ayat Al-Quran, pesan perdamaian, dan refleksi tentang konflik dari perspektif Islam. Berbagi konten keagamaan di TikTok selama konflik seperti ini mencerminkan bagaimana keyakinan pribadi dan peristiwa global saling terkait di era digital, memungkinkan individu untuk berpartisipasi dalam percakapan yang lebih luas dan mendukung pandangan umat muslim tentang isu-isu yang berkaitan dengan keagamaan.

Berdasarkan fenomena penggunaan aplikasi TikTok pada umat muslim semakin digunakan untuk *sharing* konten keagamaan, sehingga menjadi daya tarik peneliti untuk untuk mengkaji lebih jauh lagi. Aplikasi TikTok tidak hanya sebagai *platform* hiburan semata, tetapi juga membuktikan mampu meningkatkan aktivitas keagamaan dengan menyediakan konten-konten edukatif dan inspiratif yang memotivasi pengguna untuk lebih mendalami nilai-nilai spiritual dan keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Hal itu didukung dengan informasi dari Putri (2022) yang membahas fenomena menarik tentang beberapa pendakwah muda yang menggunakan *platform* TikTok sebagai sarana untuk menyebarkan ajaran Islam. Hal ini dapat memperlihatkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok menjadi sarana untuk membagikan konten keagamaan yang dapat memberikan wawasan tentang bagaimana pesan Islam disampaikan dan diterima dalam lingkungan digital. Sehingga, penelitian ini berfokus pada umat muslim dalam konteks keagamaan dalam penggunaan aplikasi TikTok terhadap *sharing* konten. Kehadiran konten ilmu agama di TikTok memberikan dimensi baru terkait penggunaan *platform* ini sebagai sarana pendidikan dan refleksi nilai-nilai keagamaan dalam format video pendek yang kreatif.

Lebih lanjut lagi, penggunaan media sosial yakni TikTok yang mulai populer di kalangan generasi muda menjadi salah satu cara masyarakat dalam mengisi waktu luangnya di rumah (Rakatiwi, Haiwati, & Nawawi, 2023). Fenomena *sharing* konten yang berisi ilmu agama di media sosial

TikTok dapat menciptakan representasi sikap yang mencirikan sikap individu terhadap kehidupan keagamaan, dan dalam era digital seperti sekarang ini juga tercermin dalam perilaku *online* seperti berbagi konten agama di *platform* seperti TikTok. *Sharing* konten keagamaan merupakan cara yang efektif untuk memperkuat religiusitas seseorang. Melalui tindakan *sharing* konten ini, umat muslim pengguna aplikasi TikTok tidak hanya memperdalam pemahaman terhadap nilai-nilai dan ajaran agama yang mereka anut, tetapi juga memberikan kontribusi positif kepada komunitas keagamaan. Berbagi informasi tentang keyakinan mereka, individu secara tidak langsung menguatkan koneksi pribadi mereka dengan agama, serta memperluas pengaruh positif agama dalam masyarakat. Seseorang dinilai memiliki religiusitas tinggi cenderung lebih mungkin berbagi konten agama sebagai cara untuk mengungkapkan identitas keagamaan mereka (Ardelia, Yuliadi, & Karyanta, 2013).

Seperti halnya pada akun TikTok seorang anak muda bernama Husein Basyaiban, melalui akun TikToknya @kadamsidik00 memiliki jumlah pengikut 6,0 M. Konten yang ia bagikan berisikan tentang mengajari keagamaan ditujukan untuk membagikan pengetahuannya mengenai ajaran Islam. Konten keagamaan dapat menjadi wujud ekspresi religius, seperti bentuk postingan doa yang kerap dibarengi dengan curahan hati, kata-kata bijak serta konten-konten dakhwah/khotbah. Melalui penyampaian nilai-nilai spiritual, etika, dan pandangan hidup yang positif. Dalam etika Islam mencakup panduan tindakan moral yang berasal dari ajaran agama,

memberikan panduan dalam interaksi sosial yang adil dan terhormat (Saleh, 2023).

Sharing konten agama di TikTok bisa mencakup kutipan-kutipan dari kitab suci, ceramah keagamaan, atau pengalaman pribadi yang berhubungan dengan spiritualitas (Desrianti, dkk, 2021). Perilaku ini sering kali menjadi wujud dari sikap positif terhadap agama dan keinginan untuk berkontribusi pada penyebaran nilai-nilai keagamaan. Selain itu, fenomena ini juga dapat menciptakan komunitas *online* di antara individu yang memiliki nilai keagamaan serupa, yang selanjutnya memperkuat dan memperluas pengaruh agama dalam kehidupan sehari-hari mereka, termasuk dalam ranah digital seperti TikTok. Hadiah (2022) menjelaskan bahwa TikTok merupakan media yang mudah, akurat, dan cepat dalam memberikan informasi yang pengguna butuhkan. Oleh karena itu, pengguna menjadikan TikTok sebagai media utama dalam mencari konten keislaman. Peran yang efektif dari TikTok dalam menyebarkan konten Islam pada era ini terutama terlihat dalam kemampuannya untuk mencapai *audiens* yang luas dan beragam. Dengan memanfaatkan aplikasi TikTok, konten Islam dapat disajikan secara menarik dan mudah diakses, memberikan peluang bagi individu untuk mengeksplorasi dan memperluas pengetahuan agama Islam. Hal ini memungkinkan para pengguna TikTok untuk secara aktif terlibat dalam pencarian tema ceramah dan materi Islami yang mereka minati, sehingga mendorong pengguna aplikasi TikTok melakukan *sharing* konten keagamaan seperti membagikan konten dakwah, ayat-ayat Al-Quran

dan sebagainya melalui aplikasi TikTok tersebut. *Sharing* konten keagamaan memainkan peran penting dalam memperdalam dan memperkuat hubungan individu dengan agama Islam. Melalui proses *sharing* konten ini, umat muslim pengguna aplikasi TikTok tidak hanya memperluas pengetahuan tentang ajaran dan nilai-nilai agama Islam, tetapi juga memperkuat komitmen mereka terhadap praktik keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Sikap religiusitas sangat mempengaruhi perilaku manusia, karena agama merupakan sumber nilai kepercayaan dan pola-pola tingkah laku yang akan memberikan tuntunan terhadap tujuan dan memegang peran yang penting sebagai penentu dalam proses penyesuaian diri seseorang ke tidak melakukan hal-hal yang menyimpang (Ayzaroh & Azisi, 2022).

Hernandez (2011) mendefinisikan religiusitas sebagai suatu keyakinan yang dipraktikkan pada kehidupan keseharian yang terkait dengan afiliasi religius kepada Tuhan. Glock dan Stark (dalam Jalaluddin, 2008) mengatakan bahwa religiusitas adalah keseluruhan dari fungsi jiwa individu mencakup keyakinan, perasaan dan perilaku yang diarahkan secara sadar dan sungguh-sungguh pada ajaran agamanya dengan mengerjakan lima dimensi keagamaan yang di dalamnya mencakup tata cara ibadah wajib maupun sunah serta pengalaman dan pengetahuan agama dalam diri individu. Berdasarkan ungkapan di atas, dapat dikatakan bahwa religiusitas adalah kesadaran dan keyakinan individu pada aturan-aturan agamanya dalam melakukan aktivitas sehari-hari (Safitri, 2018). Selain itu, religiusitas

dalam ranah digital mencerminkan bagaimana nilai-nilai keagamaan tercermin, dipelihara, dan dibagikan melalui *platform online* seperti aplikasi TikTok.

Teknologi informasi mampu mempengaruhi pola hidup dan perilaku sebuah masyarakat. Inti dari kegiatan dakwah yang dilakukan melalui teknologi informasi adalah sebuah proses untuk menyampaikan informasi. (Hamid, 2020). Pemanfaatan media sosial dalam dakwah semakin berkembang dengan adanya aplikasi TikTok (Randani, Safrinal, Latuconsina, & Purwanto, 2021). Umat Muslim melakukan sharing konten keagamaan di aplikasi TikTok sebagai wujud dari prinsip berbagi ilmu, yang merupakan amal kebaikan yang sangat dianjurkan dalam agama Islam. Pemanfaatan media sosial seperti TikTok dalam kehidupan sehari-hari memiliki dampak yang signifikan terhadap kehidupan masyarakat, termasuk dalam usaha menyebarkan ajaran agama seperti dakwah agama Islam. Melalui TikTok, informasi dan pengetahuan agama dapat disebarkan dengan lebih mudah dan cepat kepada umat Islam di berbagai belahan dunia. TikTok menyediakan *platform* yang luas dan dapat diakses oleh banyak orang, sehingga memungkinkan para da'i dan ulama untuk berbagi pemahaman agama yang bermanfaat (Ummah, 2022). Religiusitas memengaruhi pengguna TikTok, terutama melalui aksi berbagi konten agama. Di aplikasi TikTok ini, individu mengekspresikan spiritualitas dan nilai-nilai keagamaan mereka dengan cara yang kreatif dan menarik, menciptakan ruang untuk pertukaran ide keagamaan yang positif dan

inspirasi. Kondisi itu menunjukkan bahwa TikTok dengan penggunaannya memiliki sikap religiusitas terhadap konten agama. Sikap religiusitas dengan perilaku membagikan konten di media sosial memiliki hubungan positif (Ayzaroh & Azisi, 2022). Artinya, individu dengan religiusitas yang tinggi akan memiliki kecenderungan untuk melakukan *sharing* konten keagamaan di media sosial.

Penelitian terdahulu tentang religiusitas pengguna aplikasi TikTok sudah pernah dilakukan oleh Allisa dan Triyono (2023), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dakwah di media sosial memiliki pengaruh positif terhadap tingkat religiusitas remaja. Hal tersebut berarti bahwa media sosial sebagai media yang digunakan untuk *sharing* konten keagamaan menunjukkan hubungan dengan religiusitas seseorang. Temuan penelitian sebelumnya itu, sejalan dengan fenomena dalam penelitian ini, dimana sikap seseorang terhadap suatu konten keagamaan akan mendorong ia melakukan *sharing* atau *me-repost* konten yang berisi tentang hal-hal yang berkaitan dengan agama misalnya memposting kutipan-kutipan dari kitab suci, ceramah keagamaan, dan berita-berita yang relevan dengan pandangan agama. Selain itu, Arifin (2008) mengemukakan bahwa pada usia remaja, mereka telah mampu memahami hal-hal yang abstrak dan sekaligus telah mampu mengambil kesimpulan abstrak dari sesuatu yang bersifat indrawi. Penggunaan TikTok di kalangan remaja seringkali dipengaruhi oleh minat untuk terhubung dengan teman dan mengikuti *trend* terbaru. TikTok memungkinkan usia remaja menunjukkan ekspresi

kreativitas melalui video pendek dan tantangan, serta mengeksplorasi identitas diri.

Di sisi lain, pengguna aplikasi TikTok memiliki kecenderungan untuk menemukan video baru berdasarkan apa yang disukai. Pengguna membuat video yang mencerminkan siapa mereka, seperti gaya, musik, dan *trend* yang disukai (Iiswarani, & Gautama, 2022). Melalui hal ini, pengguna TikTok merasa terhubung dengan orang lain yang memiliki minat yang serupa dan menciptakan identitas yang terjalin erat dengan apa yang pengguna tersebut bagikan di TikTok. Pengguna TikTok mungkin membagikan kutipan-kutipan agama, kajian-kajian keagamaan, atau berpartisipasi dalam *trend* yang terkait dengan konten keagamaan. Sikap seseorang terhadap konten keagamaan menunjukkan bahwa mereka menyukai dan setuju dengan konten tersebut memiliki sesuatu yang positif pada dirinya, dan biasanya mencerminkan hubungan antara suatu identitas dengan nilai-nilai agama dan keyakinannya. Hal ini dapat mencerminkan rasa identitas dan kebanggaan atas keterlibatan pengguna aplikasi TikTok dalam agama yang sama. *Sharing* konten agama di TikTok dapat menjadi ekspresi dari *identity fusion*.

Identity Fusion adalah meleburnya (*immersed*) identitas individu dengan identitas kelompok sehingga menjadi satu kesatuan yang mendalam (visceral oneness; Fredman dkk., 2015; Swann & Buhrmester, 2015). Ketika individu telah melebur, identitas *ingroup* menjadi identitas individu; individu tidak kehilangan identitasnya sebagai seorang individu, namun

telah menjadi satu dengan *ingroup*. TikTok menjadi wadah untuk memperkuat dan mengekspresikan *identity fusion*, dimana pengguna akan menunjukkan nilai-nilai keagamaan dengan cara yang lebih kreatif dan bersifat sosial. Ketika seseorang sangat menyatu dengan kelompok agamanya, kemungkinan besar akan mencerminkan keyakinan dan nilai-nilai keagamaan tersebut dalam aktivitas di media sosial seperti berpartisipasi diskusi dengan seseorang yang sejalan dengan keyakinan dalam aplikasi TikTok (Vazquez, Gomez & Swann, 2017).

Konstruk *identity fusion* paling ringkas didefinisikan sebagai rasa kesatuan yang mendalam dengan suatu kelompok (Buhmmester & Swann, 2015; Swann, Gómez, Seyle, Huici, & Morales, 2009), Kesatuan yang dialami oleh orang-orang yang sangat menyatu mengacu pada hubungan yang erat antara identitas pribadi seseorang (yaitu, aspek – aspek diri yang mengindividualisasi) dan identitas sosial (yaitu, aspek – aspek diri yang diturunkan dari kelompok). Ikatan yang dialami oleh orang-orang yang sangat menyatu memupuk rasa agensi dan perasaan kekebalan yang tinggi (Gómez et al., 2011) serta persepsi bahwa sesama anggota kelompok seperti kerabat (Buhrimester, et al, 2015). Pada fenomena yang akan di teliti, terlihat bahwa pengguna TikTok merasakan kedekatan dan kesatuan terhadap agamanya. Melalui konten keagamaan mereka mungkin saling mendukung dan berbagi nilai-nilai keagamaan dalam berbentuk sebuah konten sehingga dapat memiliki perasaan yang erat dengan agamanya.

Menurut teori *identity fusion* adalah rasa kesatuan yang mendalam dengan kelompok dan individu yang memotivasi perilaku *pro-group* pada kelompok tersebut. (Swann, 2015). Rasa kesatuan dalam diri individu dengan agama sudah menyatu dan tidak terpisahkan dengan kehidupan (Thaha dkk, 2017). Pada fenomena pengguna aplikasi TikTok mungkin secara aktif menunjukkan identitas keagamaan melalui konten, dukungan terhadap konten, serta berpartisipasi dalam berbagai *trend* yang mencerminkan keagamaan. Hal ini dapat memperkuat solidaritas dan kebersamaan di antara pengguna lainnya pada aplikasi tersebut. Partisipasi dalam *trend* yang berhubungan dengan keagamaan juga dapat menjadi cara bagi pengguna TikTok untuk memperkuat rasa solidaritas dengan komunitas keagamaan Islam. Misalnya, *trend* yang mengajak pengguna untuk berpartisipasi dalam tantangan doa bersama atau untuk membagikan pengalaman keagamaan pribadi dapat memperkuat perasaan kebersamaan di antara mereka yang memiliki keyakinan serupa. *Identity fusion* terhadap agama dalam konteks TikTok tidak hanya menjadi cara bagi individu untuk mengekspresikan keyakinan mereka secara pribadi, tetapi juga untuk membangun solidaritas dan kebersamaan dengan pengguna lain yang memiliki identitas keagamaan yang sejalan. *Identity fusion* membuat individu sebagai anggota kelompok akan melakukan tindakan yang selalu mendukung kelompok (Fredman, et al., 2015).

Saat ini pengguna media sosial khususnya TikTok banyak digemari, karena dianggap lebih praktis dalam mendapatkan sebuah informasi.

Pengguna umat muslim di TikTok sering membagikan konten yang tidak hanya mencerminkan identitas agama Islam, tetapi juga menguatkan rasa solidaritas dan kebanggaan terhadap identitas keislaman mereka. Seperti yang dilakukan salah satu umat muslim pengguna aplikasi TikTok bernama Ali Hamza dengan akun TikTok @alinezad, memanfaatkan akunnya untuk menyebarkan konten mulai dari ajaran Islam, misteri, sejarah, hingga *trend* yang sedang viral di dunia maya. Dalam konten keagamaan menggunakan *platform* TikTok untuk mengekspresikan dan memperkuat identitas keislaman, tidak hanya itu hal ini dapat membuat umat muslim lainnya ikut serta untuk melakukan *sharing* konten yang di upload oleh @alinezad. Ali Hamza (@alinezad) salah satu umat muslim yang memanfaatkan TikTok untuk tujuan mengajak umat muslim lainnya untuk berpartisipasi dalam tantangan yang mendukung nilai-nilai keagamaan tertentu. Misalnya, umat muslim pengguna aplikasi TikTok diminta untuk membagikan video atau ceramah keagamaan kepada teman-teman mereka, atau mengajak untuk bersama-sama memperluas cakupan pesan agama melalui aplikasi TikTok. Dalam hal ini, *identity fusion* memperkuat partisipasi umat muslim dalam aktivitas-aktivitas *sharing* konten keagamaan. Ketika individu merasa kuat terhubung dengan identitas keagamaan Islam, mereka cenderung lebih termotivasi untuk mengekspresikan dan memperluas nilai-nilai keagamaan melalui *platform* sosial seperti TikTok. Partisipasi aktif dalam berbagi konten keagamaan juga dapat memperdalam rasa solidaritas dan komitmen bersama terhadap nilai-nilai agama yang dipromosikan oleh Ali Hamzah

(@alinezad). *Identity fusion* dapat menjadi faktor penting yang mendorong umat muslim untuk merasa terhubung secara kuat dengan menggunakan *platform* aplikasi TikTok untuk melakukan *sharing* konten keagamaan sebagai cara untuk mengekspresikan dan memperkuat pengalaman bersama dalam dukungan terhadap nilai-nilai Islam. Newson, Buhrmester, dan Whitehouse (2016) mengatakan bahwa *fusion* menimbulkan perasaan loyalitas yang bertahan lama terhadap suatu kelompok.

TikTok menjadi wadah bagi umat muslim untuk berinteraksi, berbagi, dan mendukung satu sama lain secara online. Melalui komentar, *likes*, *sharing* konten, dan kolaborasi, pengguna TikTok lainnya menciptakan komunitas yang saling mendukung dan memperkuat rasa solidaritas berdasarkan nilai-nilai keagamaan Islam. Dalam TikTok banyak akun yang menyebarkan konten keagamaan, sering kali berupa potongan-potongan ceramah dari ustadz atau kiai serta informasi terbaru yang terkait dengan agama. Hal ini mencerminkan *trend* meningkatnya minat masyarakat terhadap konten keagamaan yang mudah diakses dan dibagikan secara luas di *platform* tersebut. Hal ini menunjukkan bagaimana TikTok menjadi *platform* efektif untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang menarik dan relevan, memungkinkan masyarakat untuk dengan cepat mendapatkan wawasan spiritual dan informasi terbaru tentang praktik agama. Selain itu, hal ini juga mencerminkan upaya komunitas untuk membuat konten keagamaan lebih mudah diakses dan dipahami oleh audiens yang lebih luas. Banyak konten TikTok yang didedikasikan untuk

pendidikan agama Islam, yang membantu umat muslim pengguna TikTok untuk memperdalam pemahaman mereka tentang ajaran dan praktik keagamaan Islam. Hal ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan mereka tetapi juga memperkuat identitas keislaman. Pengguna TikTok yang beridentitas muslim juga menggunakan platform ini untuk menanggapi isu-isu sosial, politik, atau kemanusiaan dari perspektif keagamaan mereka. Ini mencerminkan bagaimana identitas keislaman mereka memengaruhi pandangan dan tindakan mereka dalam konteks sosial yang lebih luas.

Dalam konteks umat muslim pengguna aplikasi TikTok, *identity fusion* mungkin terjadi ketika individu merasa sangat terhubung dengan umat muslim lainnya di aplikasi TikTok tersebut. *Identity fusion* juga dapat mempengaruhi cara individu berperilaku dan berinteraksi di aplikasi TikTok. Pengguna aplikasi TikTok mungkin cenderung untuk mendukung konten yang sesuai dengan identitas dan nilai-nilai Islam, serta merasa terlibat secara emosional dan aktif dalam memperkuat citra positif umat muslim di aplikasi TikTok. Dalam penelitian terdahulu, *identity fusion* telah menjadi fokus kajian yang luas, dengan banyak peneliti yang mengeksplorasi konsep ini. Pada penelitian Bortolini, et al (2018), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *identity fusion* dapat menjadi prediktor yang kuat dalam memahami perilaku individu terhadap kelompok tertentu. Merujuk pada penelitian tersebut, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi pada kelompok agama khususnya pada pengguna aplikasi TikTok yang kaitannya dengan *identity fusion*, khususnya pada pengguna

aplikasi TikTok yang difokuskan pada religiusitas dan *identity fusion* pada individu muslim yang aktif menggunakan aplikasi TikTok. Penelitian ini dilakukan karena adanya *identity fusion* individu dengan nilai-nilai agama dapat mempengaruhi kecenderungan dukungan terhadap tindakan atau kelompok yang secara eksplisit mengidentifikasi diri dengan keyakinan agama. Dengan menginvestigasi individu beragama Islam yang menggunakan aplikasi TikTok, penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana kesamaan tersebut dapat ditemukan dalam konteks religiusitas dan *identity fusion* pada pengguna TikTok tersebut.

1.2. Identifikasi Masalah

Dalam era digital, banyak orang sering menggunakan *platform* media sosial seperti TikTok. Pengguna TikTok yang menciptakan atau membagikan konten agama seringkali mencerminkan ragam religiusitas, menunjukkan integrasi nilai-nilai keagamaan dalam pengalaman bermedia sosial mereka. Religiusitas menunjukkan gambaran dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya (Umam, 2021). Melalui TikTok, pengguna tidak hanya mengekspresikan nilai-nilai keagamaan, tetapi juga mengalami perubahan sikap dan perilaku sehari-hari yang tercermin dalam konten kreatif mereka. TikTok menjadi saluran bagi seorang muslim untuk menjadi efektif dalam menyebarkan nilai-nilai keagamaan dan menerapkannya pada tindakan

nyata dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa pengguna TikTok mungkin menggunakan *platform* tersebut sebagai sarana untuk berbagi konten agama, menyebarkan pesan atau edukasi keagamaan, atau memotivasi orang lain secara spiritual. Penggunaan aplikasi TikTok dimanfaatkan oleh remaja. Oser & Gmunder, 1991 (dalam Santrock, 1998) menemukan bahwa remaja usia sekitar 17 atau 18 tahun makin meningkat ulasannya tentang kebebasan, pemahaman, dan pengharapan konsep-konsep abstrak ketika membuat pertimbangan tentang agama. Sehubungan dengan jiwa remaja yang berada dalam transisi dari masa anak-anak menuju kedewasaan, maka kesadaran beragama pada masa remaja berada dalam keadaan peralihan dari kehidupan beragama anak-anak menuju kemantapan beragama (Alwi, 2014). Selain itu juga dapat melihat aplikasi TikTok ini sebagai cara untuk memperkuat ikatan keagamaan dan saling mendukung dalam praktik kehidupan sehari-hari. Hal ini melibatkan internalisasi nilai-nilai agama yang kemudian menyatu dalam diri individu.

Dalam proses keberagamaan seseorang lebih menunjukkan internalisasi nilai-nilai agamanya dan kemudian menyatu dalam diri seseorang sehingga terbentuklah perilaku sehari-hari (Glock & Stark, 1969). Rasa menyatu dalam diri, berkaitan dengan *identity fusion* yaitu sebagai perasaan sangat menyatu yang dirasakan individu dengan *ingroup*, kelompok dimana dia berada (Fredman, et al., 2015; Swann Jr. & Buhrmester, 2015). *Identity fusion* dalam konteks penggunaan TikTok juga dapat memperkuat keterlibatan individu dengan konten agama. Pengguna

tidak hanya menjadi penonton, melainkan merasa bersatu dengan komunitas yang berbagi nilai-nilai keagamaan melalui konten-konten yang dihasilkan. Ini menciptakan pengalaman bermedia sosial yang lebih mendalam dan personal terkait dengan dimensi agama dalam identitas digital pengguna TikTok.

Fenomena ini menarik perhatian untuk diteliti bagaimana hubungan antara keterlibatan dalam kegiatan keagamaan (religiusitas) dengan pengalaman identitas yang menyatu dengan kelompok (*identity fusion*) atau pengalaman yang menyatu tersebut yang akan berhubungan dengan religiusitas. Sehingga, pertanyaan yang muncul apakah terdapat hubungan antara religiusitas dan *identity fusion* pada pengguna aplikasi TikTok yang beragama Islam?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk meneliti hubungan antara religiusitas dan *identity fusion* pada pengguna aplikasi TikTok yang beragama Islam.

1.4. Manfaat Penelitian

Terdapat manfaat teoritis dan kegunaan praktis dalam penelitian yang hendak dicapai:

a. Manfaat Teoritis

- 1) Menambah sumber pemikiran mengenai religiusitas dan *identity fusion* bagi para pembaca.
- 2) Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan religiusitas dan *identity fusion* serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.

b. Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini dapat meningkatkan keterampilan metodologi penelitian bagi khalayak pembaca dan praktisi atau pengguna aplikasi TikTok mengoptimalkan variabel religiusitas dan *identity fusion* dalam studi-studi lebih lanjut.
- 2) Temuan dari penelitian ini dapat diintegrasikan dalam pandangan praktisi psikologi, memberikan wawasan yang berharga bagi peneliti lain dalam berbagai bidang untuk meningkatkan pemahaman terhadap variabel religiusitas dan *identity fusion* dalam konteks penggunaan aplikasi TikTok, serta dapat memberikan pengembangan lebih lanjut pada penelitian-penelitian selanjutnya.
- 3) Penelitian ini dapat menunjukkan bagaimana identitas religius dapat memunculkan keterlibatan dalam aktivitas sosial keagamaan di *platform* seperti TikTok.