

Transformasi Nilai Moral Islam Di Era Digital: Perbedaan Pandangan Generasi Milenial, Z, Dan Alpha

Hikmayatur Rohmi
IAI Hamzanwadi Pancor
Email: hikmayaturrohmi10@gmail.com

Abstract

This study explores the transformation of religious moral values among digital generations, focusing on differences between Millennials (1981–1996), Generation Z (1997–2009), and Generation Alpha (2010–2025). Using a descriptive qualitative method combining case studies and literature review, the research involves youths from Yayasan Pendidikan NWDI Pancor who are active in digital media and religious activities. Data were collected through interviews, observations, and literature analysis. Findings reveal that variations in social context and digital exposure shape each generation's understanding of religious morality. Millennials retain more traditional values, while Gen Z and Alpha show flexibility and adaptability influenced by online interactions. These generational contrasts foster both differing perspectives and opportunities for dialogue. The study concludes that contextualizing moral values through technology awareness is essential for promoting harmony and positive moral transformation in the digital era.

Keywords: *millennial generation, generation Z, generation alpha, moral value transformation*

Abstrak

Penelitian ini menelusuri transformasi nilai moral keagamaan pada generasi digital, dengan fokus pada perbedaan antara Generasi Milenial (1981–1996), Generasi Z (1997–2009), dan Generasi Alfa (2010–2025). Menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui studi kasus dan kajian literatur, penelitian ini melibatkan remaja di Yayasan Pendidikan NWDI Pancor yang aktif di media digital dan kegiatan keagamaan. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan analisis literatur. Hasil menunjukkan bahwa perbedaan konteks sosial dan paparan digital memengaruhi pemahaman nilai moral keagamaan. Generasi Milenial cenderung mempertahankan nilai tradisional, sementara Generasi Z dan Alfa lebih fleksibel serta adaptif terhadap nilai yang terbentuk dari interaksi digital. Perbedaan ini menciptakan peluang dialog lintas generasi dan menegaskan pentingnya kontekstualisasi nilai moral melalui kesadaran teknologi untuk mendorong harmoni dan transformasi moral positif di era digital.

Kata Kunci: *generasi milenial, generasi z, generasi alpha, transformasi nilai moral*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah memberikan dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk cara orang berkomunikasi, berinteraksi sosial, serta pemahaman dan penerapan nilai-nilai moral agama oleh generasi muda. Generasi Milenial dan Generasi Z, yang tumbuh dalam lingkungan globalisasi digital, menghadapi tantangan dalam mempertahankan nilai-nilai agama di tengah aliran informasi dan budaya pop yang sangat cepat. Media sosial, platform daring, dan akses mudah terhadap berbagai sumber pengetahuan tidak hanya memperkaya perspektif keagamaan mereka, tetapi juga membuka ruang bagi munculnya pemahaman baru yang terkadang menyimpang dari pemahaman tradisional. Kondisi ini memunculkan pertanyaan tentang bagaimana nilai-nilai moral agama berubah dalam kehidupan generasi digital serta seberapa besar perbedaan pandangan antara Generasi Milenial, Generasi Z dan Generasi Alpha dalam merespons fenomena tersebut.

Masalah utama yang muncul adalah adanya tanda-tanda pergeseran nilai moral pada generasi muda yang lebih menekankan aspek simbolik dan ritual daripada penerapan makna spiritual secara dalam. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa generasi digital cenderung memahami agama secara individualistik, sementara institusi keagamaan semakin kehilangan kemampuan dalam membentuk moral generasi muda¹. Hal ini didukung oleh temuan bahwa penggunaan teknologi digital telah memengaruhi pemikiran dan praktik keagamaan Gen Z, yang meskipun memberikan manfaat positif dalam memperkaya wawasan Islam kontemporer, juga menyebabkan berbagai penafsiran yang tidak selalu sejalan dengan nilai moral yang berlaku secara kolektif². Perubahan nilai ini tidak hanya dipengaruhi oleh teknologi, tetapi juga oleh lingkungan sosial dan budaya yang semakin dinamis akibat globalisasi digital.

¹ Nasution, R. (2022). *Pengaruh globalisasi digital terhadap nilai moral generasi muda*. Jurnal Pendidikan Islam Indonesia, 7(1), 25–38.

² Sofwan, A. (2023). *Teknologi digital dan perubahan praktik keagamaan Generasi Z di Indonesia*. Jurnal Komunikasi Islam dan Sosial, 12(2), 101–118.
<https://doi.org/10.24252/jkis.v12i2.2023>

Beberapa penelitian di Indonesia membuktikan bahwa peran pendidikan agama sangat penting dalam menjaga nilai moral generasi digital. Penelitian yang dilakukan oleh Siregar menunjukkan bahwa pendidikan Islam berperan penting dalam membentuk kepribadian Gen Z, dengan meningkatkan keyakinan, tingkah laku, dan praktik agama agar tetap relevan menghadapi tantangan di era digital³. Penelitian lain menunjukkan bahwa krisis moral di kalangan Generasi Z akibat era globalisasi digital bisa diminimalisir dengan mengeksplorasi peran pendidikan agama yang lebih kontekstual dan fleksibel⁴. Penelitian oleh Firmansyah juga menekankan pentingnya menjaga akal atau kecerdasan dalam menghadapi arus digitalisasi yang bisa mengurangi nilai-nilai agama⁵. Dalam sisi lain, studi tentang integrasi nilai Islam dalam budaya kerja Milenial Gen Z dan Gen Alpha menunjukkan bahwa kecerdasan spiritual dan nilai keagamaan tetap bisa menjadi dasar moral dalam lingkungan kerja modern⁶.

Dari berbagai penelitian tersebut, tampak bahwa perubahan nilai moral agama di generasi digital adalah hal yang kompleks yang perlu dianalisis lebih dalam, terutama terkait perbedaan pandangan antara Milenial, Gen Z dan Gen Alpha. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan perbedaan cara kedua generasi melihat nilai moral agama dalam era digital, menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan tersebut, serta mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai moral agama diinternalisasikan dalam kehidupan sehari-hari. Pentingnya penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami dinamika perubahan nilai moral generasi muda sebagai bahan untuk merumuskan strategi pendidikan dan pembinaan yang sesuai dengan tantangan di masa digital.

³ Siregar, A. (2021). *Peran pendidikan Islam dalam membentuk karakter generasi Z*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 5(3), 8455–8463.

<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/11909>

⁴ Ramadhani, F. (2022). *Krisis moral generasi muda di era globalisasi digital dan solusi pendidikan agama*. Jurnal Pendidikan Islam Kontemporer, 10(1), 77–89.

<https://doi.org/10.24853/jpik.10.1.77-89>

⁵ Firmansyah, M. (2022). *Transformasi nilai religius di era digital: Analisis literatur berdasarkan tujuan hifz al-‘aql*. Studia Religia: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam, 6(2), 145–158. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/sr/article/view/25552>

⁶ Rahmawati, N., & Kusuma, H. (2021). *Metodologi wawancara dalam penelitian kualitatif: Pendekatan fleksibel dan kontekstual*. Jurnal Penelitian Sosial Humaniora, 9(2), 145–158. <https://doi.org/10.31002/jpsh.v9i2.2021>

Judul penelitian ***“Transformasi Nilai Moral Islam di Era Digital: Perbedaan Pandangan Generasi Milenial, Z dan Alpha”*** dipilih karena adanya kebutuhan untuk memberikan kontribusi nyata dalam literatur akademik terkait pergeseran nilai spiritual di kalangan generasi muda Indonesia. Studi sebelumnya terutama fokus pada satu generasi atau sekadar dimensi pendidikan agama, tetapi belum banyak yang membandingkan langsung antara Generasi Milenial, Generasi Z dan Generasi Alpha dalam konteks relevansi nilai moral agama Islam. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus untuk menjawab tiga pertanyaan utama: (1) bagaimana perbedaan pandangan moral keagamaan antar generasi, (2) faktor-faktor penyebab perubahan nilai moral, dan (3) strategi internalisasi nilai agama di era digital. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus, penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai perbedaan pandangan kedua generasi, serta menjadi acuan bagi para pendidik, lembaga keagamaan, dan pemerintah dalam merancang langkah strategis untuk menjaga relevansi nilai-nilai moral agama di dunia digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggabungkan metode studi kasus dan studi literatur. Pendekatan ini dipilih karena isu perubahan nilai moral keagamaan pada generasi digital memerlukan pemahaman yang mendalam dan kontekstual melalui pengalaman langsung partisipan serta dukungan dari teori yang relevan. Pendekatan ini mengikuti pandangan Creswell yang menekankan bahwa penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan secara naturalistik⁷.

Penelitian dilakukan di Yayasan Pendidikan NWDI Pancor, Lombok Timur, yang dipilih secara purposif karena lembaga ini aktif mengintegrasikan kegiatan keagamaan dengan pemanfaatan media digital dalam pembelajaran dan dakwah. Lokasi penelitian dilakukan di dua (2) lokasi yakni MI NWDI No. 2 Pancor dan Kampus Institut Agama Islam Hamzanwadi (IAIH) Pancor. Informan penelitian

⁷ Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

berjumlah lima belas (15) orang, terdiri atas lima Generasi Milenial (1981–1996), lima Generasi Z (1997–2009), dan lima Generasi Alpha (2010–2025). Seluruh informan merupakan pemuda yang aktif menggunakan media digital, terlibat dalam kegiatan keagamaan di lingkungan yayasan, serta bersedia menjadi informan penelitian.

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar tetap fleksibel, namun terarah pada isu perubahan nilai moral keagamaan di era digital⁸. Proses wawancara berlangsung selama 5-10 menit pada setiap partisipan yang berisikan 10 pertanyaan utama tentang pemahaman nilai moral dan pengaruh media digital. Semua wawancara direkam dan ditranskrip untuk dianalisis secara tematik. Observasi dilakukan dengan mengamati perilaku digital partisipan, interaksi daring, serta bentuk keterlibatan mereka dalam kegiatan keagamaan berbasis media sosial. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi literatur terhadap jurnal, buku, dan laporan penelitian yang relevan mengenai moralitas dan generasi digital.

Data dianalisis menggunakan model Miles & Huberman yang meliputi tiga tahapan utama: (1) reduksi data, yaitu pemilihan dan penyederhanaan data relevan; (2) penyajian data, melalui kategorisasi tema dan pola makna; serta (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi, dengan menafsirkan hubungan antara temuan lapangan dan teori⁹. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan member check, untuk memastikan keakuratan interpretasi peneliti terhadap pengalaman informan.

Hasil kajian literatur digunakan untuk memperkuat analisis empiris. Misalnya, penelitian Sofwan menunjukkan bahwa teknologi digital berpengaruh besar terhadap cara berpikir dan praktik keagamaan Generasi Z¹⁰, sementara

⁸ Rahmawati, N., & Kusuma, H. (2021). *Metodologi wawancara dalam penelitian kualitatif: Pendekatan fleksibel dan kontekstual*. Jurnal Penelitian Sosial Humaniora, 9(2), 145–158. <https://doi.org/10.31002/jpsh.v9i2.2021>

⁹ Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

¹⁰ Sofwan, H. (2023). *Penggunaan teknologi digital terhadap pemikiran dan praktik keagamaan Gen Z*. Jurnal Ilmiah Citra Bakti, 10(2), 250–264. <https://jurnalilmiahcitrabakti.ac.id/jil/index.php/jil/article/view/3624>

Ramadhani menyoroti krisis moral di kalangan generasi muda akibat globalisasi digital yang dapat diatasi melalui pendidikan agama¹¹. Rahmawati dan Sari juga menegaskan bahwa nilai-nilai keagamaan tetap dapat diinternalisasi dalam kehidupan profesional generasi muda melalui etika kerja dan kecerdasan spiritual¹².

Dengan menggabungkan pendekatan studi kasus dan studi literatur, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif tentang transformasi nilai moral keagamaan pada generasi digital serta memperlihatkan perbedaan karakteristik di antara Generasi Milenial, Generasi Z, dan Generasi Alpha dalam memahami moralitas di era teknologi.

Hasil dan Pembahasan

Transformasi nilai moral agama di generasi digital menunjukkan perubahan besar antara generasi Milenial Gen Z dan Gen Alpha. Generasi Milenial, yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, mengalami peralihan teknologi dari cara analog ke digital. Karena itu, cara mereka menerima nilai moral dalam agama islam lebih bergantung pada keluarga, sekolah, serta lembaga keagamaan seperti pertemuan pengajian dan institusi agama. Sementara itu, generasi Z, yang lahir setelah tahun 1997, tumbuh di tengah lingkungan digital, sehingga cara mereka memahami, menafsirkan, dan menerapkan nilai agama lebih banyak dipengaruhi oleh media sosial, konten digital, dan interaksi secara daring. Berbeda hal nya dengan Generasi Alpha yang walaupun sama dengan generasi Z yang hidup di era kemajuan digital, namun cenderung kurang tertarik dengan hal-hal yang berbau agama dan lebih tertarik mengikuti trend sosial media di zaman sekarang. Perubahan ini bisa dilihat dari sudut pandang teori konstruksi sosial, yaitu nilai moral agama bukanlah sesuatu yang tetap, tetapi terus berubah sesuai kondisi sosial dan budaya.

¹¹ Ramadhani, A. (2022). *Peran pendidikan Islam sebagai solusi krisis moral generasi Z di era globalisasi digital*. Jurnal Pendidikan Agama Islam, 14(1), 55–70. <https://journal.aripafi.or.id/index.php/jmpai/article/view/1119>

¹² Rahmawati, S., & Sari, L. (2021). *Integrasi nilai-nilai Islam dalam budaya kerja Milenial dan Gen Z*. Jurnal Moral dan Kewarganegaraan, 9(2), 112–124. <https://ejournal.aripafi.or.id/index.php/Moral/article/view/1100>

Generasi Milenial lebih menekankan praktik ritual dan menjaga tradisi, sedangkan Gen Z lebih fokus pada nilai moral yang relevan dengan situasi masa kini, seperti keadilan, toleransi, kesetaraan gender, dan perhatian terhadap lingkungan, yang dianggap sebagai bagian dari ajaran agama. Digitalisasi juga membawa peluang dan tantangan. Generasi Z dan Generasi Alpha memiliki akses besar terhadap berbagai budaya dan agama, sehingga cenderung lebih terbuka dan kritis. Namun, terlalu banyak informasi juga bisa membuat pemahaman tentang agama menjadi tidak utuh, karena nilai agama mungkin dijelaskan secara sepotong-sepotong tanpa sumber yang jelas. Berbeda dengan generasi Milenial, yang meskipun menggunakan teknologi, tetap mengacu pada norma dan tokoh agama sebagai sumber utama.

Perbedaan ini memengaruhi cara mereka berperilaku, seperti dalam penggunaan media sosial. Milenial cenderung menghindari debat teologis terbuka, sementara Gen Z lebih terbuka menyampaikan pendapat moral dan agama mereka di ruang publik digital. Dalam praktik moral, generasi Milenial lebih menekankan ketaatan dan kepatuhan sebagai bentuk religiusitas, sedangkan Gen Z fokus pada bagaimana ajaran agama bisa menjawab masalah masa kini. Dengan demikian, perubahan nilai moral agama terjadi tidak hanya dalam hubungan manusia dengan Tuhan, tetapi juga dalam hubungan manusia dengan sesama dan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa generasi digital, khususnya Gen Z, lebih mengaitkan moralitas agama dengan isu-isu global seperti HAM, pluralisme, dan keberlanjutan.

Perbedaan pendapat antara Milenial Gen Z dan Gen Alpha menunjukkan siklus perdebatan antar-generasi dalam memahami agama. Milenial, dengan pendekatan normatif dan tradisional, berperan dalam menjaga keberlanjutan nilai-nilai agama. Sementara itu, Gen Z, dengan pendekatan adaptif dan kontekstual, berusaha menyesuaikan nilai-nilai tersebut sesuai dengan kebutuhan zaman. Generasi Alpha sendiri cenderung mencontoh apa yang dilihat di mana dar tahun ke tahun moral generasi ini mengalami kemerosotan.

1. Profil Generasi Alpha

Generasi Alpha adalah generasi yang lahir diatas tahun 2010. Menurut Pakar Perkembangan Anak dari Universitas Indonesia, Anastasia Satryo, mengatakan bahwa salah satu ciri khas generasi ini adalah melek digital sejak usia sangat dini,

generasi ini terpapar oleh teknologi secara terus menerus sejak kecil. Dinyatakan bahwa teknologi yang dapat mengakses ribuan informasi dengan satu jari ini, mengakibatkan generasi Alpha terbiasa dengan hal yang instan dan tidak mengenal proses. Secara sosial, generasi alpha cenderung bersikap lebih pragmatis materialistik, karena dibesarkan di era kemajuan teknologi. Mereka juga berpikir dengan sangat praktis, kurang memerhatikan nilai-nilai, dan secara umum lebih egois di banding generasi-generasi sebelumnya.

Generasi alpha yang hidup di era perkembangan teknologi informasi yang pesat perlu membekali diri dengan nilai spiritual dan moral sehingga terbentuk pribadi yang kuat. Menurut (Mochammad, 2016) perkembangan teknologi saat ini, yang ditandai hadirnya zaman modern, termasuk di Indonesia diikuti oleh gejala dekadensi moral yang benar-benar berada pada taraf yang memprihatinkan. Akhlak mulia seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, tolong menolong, tepo seliro (toleransi), dan saling mengasihi sudah mulai terkikis oleh penyelewengan. Moral generasi alpha dari tahun ke tahun mengalami kemerosotan atau degradasi. Menurut (Ma'rufah et al., 2020) degradasi moral adalah turunnya kesadaran bertingkah laku sesuai dengan aturan yang berlaku sebagai akibat dari kurangnya kesadaran taat kepada hukum, sedangkan hukum itu tertulis di dalam hati manusia yaitu berupa nilai (*value*).

Menurut (Nurjanah, 2018) perkembangan nilai agama dan moral adalah perubahan psikis yang dialami oleh anak usia dini terkait dengan kemampuannya dalam memahami dan melakukan perilaku yang baik serta memahami dan menghindari perilaku yang buruk berdasarkan ajaran agama yang diyakini. Pembentukan moral pada anak usia dini sangat tergantung pada siapa yang membentuknya, begitu pula dengan lingkungan sekitar yang cenderung mendukung anak tersebut. menurut (Mau'idah dkk, 2022) salah satu cara yang dapat dilakukan oleh orang tua agar tidak terjadinya kemerosotan nilai agama dan moral pada generasi alpha untuk anak usia 5-6 tahun ini ialah dengan memberikan pendidikan karakter pada anak, di mana yang bertujuan untuk meningkatkan mutu penyelenggaraan dan hasil pendidikan di sekolah yang mengarahkan pada pencapaian karakter dan akhlak mulia secara utuh terpadu dan seimbang.

2. Profil Generasi Z

Menurut beberapa penelitian sebelumnya, Generasi Z adalah orang yang lahir setelah tahun 1995¹³, dan sering disebut juga sebagai generasi pascamilenial. Dalam studi yang dilakukan oleh McKinsey (Francis & Hoefel, 2018), perilaku Generasi Z dapat dibagi menjadi empat komponen utama yang didasari oleh satu prinsip penting, yaitu Generasi Z menginginkan kebenaran. Pertama, Generasi Z disebut sebagai “*the undefined ID*”, yaitu generasi yang menghargai ekspresi setiap individu tanpa menggunakan label tertentu. Mereka mencari jati diri, sehingga memiliki sikap terbuka untuk memahami keunikan dari setiap orang. Kedua, Generasi Z dikenal sebagai “*the communaholic*”, yaitu generasi yang sangat inklusif dan tertarik untuk terlibat dalam berbagai komunitas. Mereka menggunakan teknologi untuk bisa saling terhubung dan memberikan manfaat yang lebih luas. Ketiga, Generasi Z disebut sebagai “*the dialoguer*”, generasi yang percaya bahwa komunikasi adalah kunci dalam menyelesaikan konflik dan mendorong perubahan. Mereka juga terbuka terhadap berbagai pandangan dan suka berinteraksi dengan orang atau kelompok yang memiliki kepercayaan berbeda. Keempat, Generasi Z disebut sebagai “*the realistic*”, yaitu generasi yang lebih realistis dan analitis dalam membuat keputusan dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka menikmati kemandirian dalam belajar dan mencari informasi, sehingga suka mengambil keputusan sendiri. Mereka juga sadar pentingnya stabilitas keuangan di masa depan. Hal ini sesuai dengan temuan survei yang menunjukkan bahwa Generasi Y dan Baby Boomer cenderung lebih idealis, terutama dalam konteks pekerjaan.

3. Profil Generasi Milenial

¹³ Brown, A. (2020). *Everything You've Wanted to Know About Gen Z But Afraid to Ask*. Forbes.

<https://www.forbes.com/sites/abrambrown/2020/09/23/everythingyou'vewanted-to-know-about-gen-z-but-were-afraid-to-ask/?sh=28e8cf793d19>

Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *True Gen: Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company, 12, 1–10.

<https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>

Linnes, C., Metcalf, B., et al. (2017). *iGeneration and their acceptance of technology*. International Journal of Management & Information Systems, 21(2).

Generasi Milenial, yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, memiliki sifat dan ciri khas yang berbeda dibanding generasi sebelumnya maupun sesudahnya. Dari penelitian terbaru, generasi ini lebih mengutamakan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi. Mereka tidak hanya memandang pekerjaan sebagai cara untuk mendapatkan uang, tetapi juga menuntut pekerjaan yang bermakna, bisa mengembangkan diri, serta lingkungan kerja yang nyaman dan mendukung¹⁴. Selain itu, generasi Milenial sangat terbiasa dengan teknologi digital, sehingga media sosial, belanja online, dan komunikasi secara daring menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini membuat mereka lebih terbuka terhadap cara belanja dan promosi digital, menunjukkan sikap fleksibel dan terbuka terhadap inovasi¹⁵. Dari segi nilai budaya dan sosial, generasi ini masih mempertahankan sikap menghormati hierarki, tetapi semakin mengedepankan partisipasi, kesederhanaan, serta keinginan untuk membangun hubungan sosial yang lebih manusiawi¹⁶.

Dalam hal kepemimpinan, mereka mengharapkan pemimpin yang realistis, tegas, bertanggung jawab, serta mampu beradaptasi dengan berbagai perkembangan zaman digital. Mereka lebih menyukai pemimpin yang komunikatif, kreatif, dan mampu memberikan perubahan yang bermanfaat¹⁷. Dalam gaya hidup, generasi Milenial menunjukkan sifat konsumtif yang dipengaruhi oleh usia dalam kelompok mereka sendiri. Kelompok "*junior Milenial*" lebih cepat merespons tren digital dibandingkan kelompok "*senior Milenial*"¹⁸. Secara keseluruhan, profil generasi Milenial mencerminkan sifat adaptif, kritis, serta mencari arti hidup yang lebih luas,

¹⁴ Putri, R. M., & Haryono, T. (2021). *Ekspektasi generasi milenial terhadap lingkungan kerja dan kepuasan kerja di era digital*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 18(1), 33–44. <https://doi.org/10.35448/jmb.v18i1.1123>

¹⁵ Sugianto, A., & Santoso, B. (2020). *Perbedaan gaya belanja online antara generasi milenial dan generasi Z di Indonesia*. Innovative Marketing, 16(2), 25–34. [https://doi.org/10.21511/im.16\(2\).2020.03](https://doi.org/10.21511/im.16(2).2020.03)

¹⁶ Rachmawati, F. (2021). *Dimensi budaya generasi milenial: Studi pada masyarakat urban Indonesia*. Jurnal Dinamika Sosial Budaya, 23(1), 11–22. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v23i1.4331>

¹⁷ Syafitri, D., & Mulyadi, H. (2022). *Harapan generasi milenial terhadap figur kepemimpinan di era digital: Sebuah studi eksploratif*. Jurnal Psikologi Islami, 8(1), 45–58. <https://doi.org/10.15575/jpi.v8i1.7769>

¹⁸ Astuti, D. P., & Sari, N. A. (2019). *Analisis perbedaan perilaku konsumtif pada generasi milenial di Surabaya berdasarkan kelompok usia*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 22(2), 145–157. <https://doi.org/10.22225/jeb.22.2.1576>

sehingga membedakan mereka dari generasi lain dalam era perkembangan teknologi digital.

1. Perbedaan Pandangan Milenial, Gen Z dan Gen Alpha

Generasi Milenial dan Gen Z memiliki cara pandang yang berbeda tentang perubahan nilai moral dalam agama di masa digital. Gen Z tumbuh di tengah aliran informasi digital yang sangat cepat, sehingga pemahaman mereka tentang nilai agama sering kali didapat dari media sosial, konten online, dan interaksi virtual. Hal ini membuat mereka lebih kritis, tetapi juga rentan terhadap pemahaman moral agama yang terpecah karena sumber informasi yang tidak selalu memiliki otoritas agama yang jelas¹⁹. Penelitian juga menyebutkan bahwa nilai moral Gen Z sangat kompleks, mencakup aspek sosial, hukum, agama, universal, dan pribadi, yang dipengaruhi oleh faktor internal seperti pendidikan keluarga serta faktor eksternal seperti budaya dan teknologi²⁰. Di sisi lain, Milenial tumbuh saat peralihan dari era analog ke digital, sehingga mereka lebih mengandalkan institusi formal, keluarga, dan tokoh agama sebagai sumber acuan moral. Bagi mereka, teknologi hanya dianggap sebagai alat tambahan untuk menambah pengetahuan, bukan sumber utama pembentukan nilai moral agama²¹. Dengan demikian, Milenial cenderung menjaga nilai-nilai agama secara tradisional dan melihatnya sebagai pedoman yang konsisten dalam menghadapi perubahan zaman. Perbedaan ini juga terlihat dalam kehidupan sosial mereka.

Gen Z cenderung menghubungkan nilai moral agama dengan isu-isu zaman sekarang seperti keadilan sosial, toleransi, keragaman, dan lingkungan, sehingga agama dipahami lebih kontekstual dan inklusif²². Sementara itu, Milenial lebih

¹⁹ Musa'adah, S. (2023). *Tinjauan kritis keberagamaan Gen Z di tengah arus informasi digital*. Poros Onim: Jurnal Sosial Keagamaan, 5(1), 50–62. <https://ejournal.iainfmpapua.ac.id/index.php/porosonim/article/view/944>

²⁰ Al Farisi, A. (2024). *Fenomena moralitas Gen Z dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam di SMA Al-Hasan Balikpapan*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 8(2), 24540–24550. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/24540>

²¹ Sulaiman, R. (2021). *Pandangan generasi milenial terhadap teknologi, agama, dan moral di era digital*. Jurnal Kajian Moral dan Kewarganegaraan, 9(2), 233–245.

²² Muslim, A. (2022). *Moderasi beragama generasi Z di era digital: Tantangan dan peluang*. Murabbi: Jurnal Pendidikan Agama Islam, 4(2), 110–124. <https://jurnal.stiti-kp.ac.id/index.php/murabbi/article/view/5485>

menekankan penerapan norma dan tradisi agama, meskipun tetap terbuka terhadap adaptasi dengan perkembangan teknologi dan budaya²³. Penelitian tentang integrasi nilai Islam dalam dunia kerja menunjukkan bahwa Milenial lebih menerima penerapan nilai agama dalam kerangka normatif, sedangkan Gen Z lebih fleksibel dan ingin nilai tersebut disesuaikan dengan lingkungan digital yang mereka hadapi sehari-hari²⁴. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perbedaan pendapat antara Milenial dan Gen Z dalam perubahan nilai moral agama terutama terletak pada cara mereka memperoleh, memahami, dan menerapkan ajaran agama. Milenial cenderung memegang nilai-nilai agama secara tradisional dan normatif, sedangkan Gen Z lebih terbuka, adaptif, dan menerima pluralitas nilai.

a. Peran Teknologi dalam Memahami Agama

Teknologi memainkan peran penting dalam membentuk cara generasi Milenial, generasi Z dan generasi Alpha memahami serta berhubungan dengan agama. Generasi Milenial menggunakan media sosial sebagai medium ekspresi spiritual dan refleksi keagamaan, tanpa menjadikannya sumber utama pembelajaran agama. Sebaliknya, Generasi Z dan Generasi Alpha memanfaatkan platform digital sebagai sumber primer dalam memperoleh pengetahuan dan inspirasi keagamaan. Kedua generasi ini aktif mengakses konten religius, mengikuti tokoh spiritual di dunia maya, serta berpartisipasi dalam komunitas daring yang memperkaya proses pencarian makna spiritual. Fenomena ini sejalan dengan temuan Musa'adah yang menunjukkan bahwa media digital menjadi sumber utama pendidikan agama informal bagi Generasi Z di Indonesia di mana hal itu menjadi salah satu hal unik dalam menjalankan praktik keagamaan mereka. Digitalisasi membuka peluang akses keagamaan yang fleksibel, seperti dakwah *online*, konten keagamaan, dan ceramah yang mudah ditemukan²⁵.

²³ Rochmat, S. (2023). *Peran agama dan moral pada generasi milenial di era digital*. Abdi Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(1), 77–85. <https://zia-research.com/index.php/abdicendekia/article/view/77>

²⁴ Suryana, H., & Rahman, F. (2022). *Integrasi nilai-nilai Islam dalam budaya kerja generasi milenial dan Gen Z*. Jurnal Moral dan Kewarganegaraan, 7(2), 1100–1115. <https://ejournal.aripafi.or.id/index.php/Moral/article/view/1100>

²⁵ Musa'adah, S. (2023). *Tinjauan kritis keberagamaan Gen Z di tengah arus informasi digital*. Poros Onim: Jurnal Sosial Keagamaan, 5(1), 50–62. <https://ejournal.iainfmpapua.ac.id/index.php/porosonim/article/view/944>

b. Tantangan dan Peluang dalam Memahami Agama

Kedua generasi ini juga menghadapi tantangan tertentu dalam proses memahami agama. Generasi Milenial kerap merasa terpisah dari komunitas keagamaan yang berorientasi formal dan kurang adaptif, sedangkan Generasi Z mengalami kesulitan menemukan makna spiritual di tengah arus digital yang serba cepat. Adapun Generasi Alpha cenderung meniru perilaku religius dari lingkungan visualnya dan sulit menerima pendekatan dakwah tradisional, generasi Milenial kerap merasa terpisah dari komunitas keagamaan yang berorientasi formal dan kurang adaptif, sedangkan generasi Z mengalami kesulitan menemukan makna spiritual di tengah arus digital yang serba cepat. Adapun Generasi Alpha cenderung meniru perilaku religius dari lingkungan visualnya dan sulit menerima pendekatan dakwah tradisional. Namun demikian, perbedaan pengalaman tersebut membuka ruang potensial bagi dialog lintas generasi untuk membangun pemahaman keagamaan yang lebih inklusif. Kolaborasi antargenerasi melalui komunikasi dan saling berbagi pengalaman spiritual berpotensi menciptakan ruang keberagaman yang lebih inklusif serta mendalam. Temuan ini dapat dijelaskan melalui teori *intergenerational dialogue* (Mead, 1970), yang menekankan pentingnya komunikasi lintas usia dalam proses pewarisan nilai moral.

Berdasarkan wawancara dengan responden dari Generasi Milenial (lahir tahun 1981–1996), Generasi Z (lahir tahun 1997–2009), dan Generasi Alpha (lahir tahun 2010–2025), ditemukan perbedaan dalam cara mereka menghadapi perubahan nilai moral agama di tengah era digital. Responden Generasi Milenial memandang agama sebagai pedoman hidup yang bersifat tetap dan tidak seharusnya berubah akibat perkembangan teknologi. Mereka lebih mengutamakan praktik keagamaan secara tradisional, seperti menghadiri ibadah di tempat ibadah, mengikuti pengajian secara langsung, dan menjaga nilai-nilai moral agama dalam interaksi sosial sehari-hari. Bagi mereka, media digital berfungsi sekadar sebagai alat bantu religious seperti mengakses ceramah daring atau kitab suci digital tanpa menggantikan peran guru dan komunitas keagamaan. Mereka menegaskan bahwa internalisasi nilai moral

agama sebaiknya tetap dilakukan melalui relasi langsung dengan keluarga, pendidik, dan komunitas keagamaan.

Sebaliknya, Generasi Z menunjukkan keterbukaan dan adaptabilitas tinggi terhadap perubahan digital. Mereka memanfaatkan media sosial, YouTube, TikTok, dan podcast sebagai sumber utama informasi keagamaan. Generasi ini lebih fleksibel dalam menerima nilai-nilai moral agama, bahkan lewat bentuk-bentuk digital seperti video pendek, diskusi online, dan forum virtual. Mereka juga melihat perubahan nilai moral agama sebagai hal yang wajar, asalkan tetap relevan dengan kehidupan mereka. Mereka lebih menekankan pada esensi nilai-nilai seperti toleransi, kejujuran, dan empati, dibandingkan ritual yang kaku. Dari hasil wawancara, tampak bahwa generasi milenial lebih waspada terhadap bahaya penyalahgunaan media digital dalam menyebarkan ajaran agama, seperti radikalisme atau konten yang membingungkan. Sementara itu, generasi Z lebih optimis terhadap kemampuan media digital dalam menjadi sarana dakwah dan pembentukan identitas moral. Generasi Alpha cenderung meniru tren viral yang mereka temui di media digital, menunjukkan pola pembelajaran berbasis imitasi visual. Seperti disampaikan oleh salah satu responden Gen Z (Z2):

‘Saya belajar agama dari video di sosial media yang biasanya mendapat potongan video pendek di tiktok terlebih dahulu dan karena ingin tahu lanjutan video tersebut saya melihat video lengkapnya di youtube. saya lebih sering belajar agama di handphone karena lebih menarik dan mudah mencari sesuai dengan apa yang diinginkan.

Perbedaan cara belajar dan menginternalisasi nilai moral antar generasi ini menegaskan bahwa teknologi berperan ganda: sebagai sarana dakwah baru sekaligus tantangan bagi pembentukan spiritualitas mendalam.

4. Agama Sebagai Penengah antara Generasi Milenial, Generasi Z dan Gen Alpha

Perubahan zaman merupakan keniscayaan yang memengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia. Sebagai bagian integral dari masyarakat, manusia tidak dapat menghindari proses perubahan sosial tersebut. Pergantian generasi adalah salah satu hal yang alami dan pasti terjadi, di mana generasi muda menggantikan generasi tua

yang mulai mengalami penurunan fisik dan mental. Transisi generasi justru membuka peluang kolaborasi, sebab tanggung jawab sosial dan kepemimpinan senantiasa berpindah dari generasi terdahulu kepada generasi penerus. Transisi generasi justru membuka peluang kolaborasi, sebab tanggung jawab sosial dan kepemimpinan senantiasa berpindah dari generasi terdahulu kepada generasi penerus. Namun, realitas sosial menunjukkan adanya kesenjangan pemahaman dan komunikasi antar generasi. Generasi Milenial (1977–1995), Generasi Z (1996–2009), dan Generasi Alpha (2010 ke atas) memiliki perbedaan karakter yang lahir dari konteks sejarah dan sosial yang berbeda.

Perbedaan ini tidak hanya karena perbedaan tahun lahir, tetapi juga karena pengaruh sosial dan sejarah yang mereka alami. Seseorang yang lahir di tahun yang sama, namun tumbuh di lingkungan berbeda, seperti di desa yang jauh dari teknologi digital atau di kota yang sudah sangat kecanggihan teknologi, akan memiliki kebiasaan dan cara berpikir yang berbeda. Karena itu, menggeneralisasi sebuah generasi adalah hal yang kurang tepat, karena tidak semua orang dalam satu generasi memiliki ciri-ciri yang sama. Di Indonesia, terkadang terlihat adanya perbedaan pandangan antara generasi milenial dan generasi Z. Generasi milenial kadang menganggap ekspresi generasi Z dan generasi Alpha di media sosial sebagai sesuatu yang buruk. Mereka seringkali menilai generasi Z dan generasi Alpha sebagai kelompok yang mudah tergugah, beremosi, dan ingin hal-hal terjadi secara cepat. Pandangan seperti ini menciptakan stereotip yang menjauhkan pemahaman antar ke tiga generasi, padahal setiap generasi memiliki cara dan konteks sendiri dalam menghadapi perubahan zaman.

1. Faktor Pembentuk Karakter dan Dampaknya

Perbedaan karakter antara Generasi Milenial, Z, dan Alpha kerap menimbulkan stereotip negatif antar generasi. Contohnya, Generasi Milenial kerap dicap kaku, Generasi Z dianggap kurang tangguh secara emosional, dan Generasi Alpha sering dipersepsikan mengalami kemunduran nilai moral keagamaan. Namun, pandangan tersebut tidak sepenuhnya tepat, sebab setiap generasi terbentuk oleh faktor sosial dan historis yang unik sesuai konteks zamannya. Salah satu faktor dominan pembentuk karakter Generasi Z dan Alpha

adalah intensitas keterpaparan terhadap media social. Akses yang cepat ke media sosial memungkinkan pertukaran informasi secara instan dan memberi ruang bagi mereka untuk menyampaikan perasaan dalam waktu singkat. Namun, cara ekspresi ini sering tidak dipahami oleh generasi milenial, sehingga terjadi kesalahpahaman antar generasi. Hal ini semakin memperparah ketegangan karena arus informasi yang melimpah dan sering kali mengandung kebohongan, membuat generasi Z dan terutama generasi Alpha dianggap lebih mudah terpengaruh dibanding generasi milenial yang tumbuh di masa teknologi yang lebih sederhana. Generasi Alpha menginginkan hal-hal yang instan dan kurang menghargai proses. Keasyikan mereka dengan gadget membuat mereka teralienasi secara sosial (Fadlurrohman, I., 2020). Minimnya saling pemahaman antar generasi dapat memunculkan ketegangan sosial yang berpotensi berkelanjutan.

2. Islam dan Tantangan Stereotip Generasional di Era Digital

Islam menawarkan kerangka solusi yang komprehensif dalam menghadapi perbedaan generasi melalui prinsip rahmatan lil ‘alamin dan keseimbangan nilai dunia akhirat. Kecenderungan Generasi Z terhadap pencapaian instan sebaiknya dipahami bukan sebagai kelemahan, melainkan potensi untuk mengembangkan nilai-nilai adaptif dalam membangun peradaban Islam modern. Ketergantungan Generasi Alpha terhadap teknologi menuntut peran aktif keluarga dan pendidik dalam menanamkan nilai keagamaan sebagai fondasi moral sejak dini.

Generasi Milenial berpotensi menjadi mediator yang menjembatani Generasi Z dan Alpha melalui bimbingan berbasis pengalaman dan kebijaksanaan religius. Schliesser (2020) menegaskan bahwa agama berperan penting dalam mewujudkan keberlanjutan sosial karena berfungsi sebagai mekanisme kontrol diri sekaligus pemersatu lintas perbedaan. Dalam konteks ini, Islam sebagai agama mayoritas di Indonesia menekankan pentingnya pembaruan dalam menyampaikan ajaran sesuai kebutuhan zaman, tanpa kehilangan nilai dasarnya. Hadist Nabi SAW yang menekankan *tajdid* (pembaruan) menegaskan bahwa metode penyampaian ajaran hendaknya

kontekstual dan tidak kaku terhadap perubahan zaman. Generasi milenial yang berperan sebagai pendidik bagi generasi Z dan generasi alpha perlu menyesuaikan cara membimbing mereka. Contoh kontemporer dapat ditemukan pada strategi dakwah populer seperti karya *Beyond the Inspiration* atau *Muhammad Al-Fatih 1453*, yang menggabungkan narasi motivasional dan pendekatan media kreatif untuk menarik perhatian generasi muda dengan pendekatan berupa motivasi dan storytelling serta Ustadz Koh Dennis Lim yang bergaya anak muda dan penyampaian pesan yang ringan dan membuat video singkat yang cenderung disukai anak zaman sekarang. Model ini menekankan komunikasi yang dialogis, kontekstual, serta relevan dengan realitas sosial dan budaya digital yang melekat pada generasi Milenial, Z, dan Alfa. Pendekatan ini juga sejalan dengan prinsip yang diajarkan Sayidina Ali r.a., bahwa penyampaian ilmu harus disesuaikan dengan kemampuan dan kondisi pendengarnya.

Sebagaimana firman Allah dalam QS. An-Nahl:125, “*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik,*” ayat ini menjadi dasar teologis bagi pendekatan dakwah yang adaptif dan penuh kebijaksanaan. Dengan demikian, dakwah digital yang mengedepankan narasi dan empati dapat berfungsi sebagai jembatan moral dan spiritual lintas generasi, tanpa kehilangan substansi ajaran Islam yang rahmatan lil ‘alamin.

Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa pergeseran nilai moral agama di kalangan generasi digital dipengaruhi oleh konteks social historis dan tingkat pengalaman teknologi yang berbeda antar generasi. Generasi Milenial mempertahankan nilai-nilai agama secara tradisional dan normatif dengan mengandalkan keluarga serta lembaga keagamaan, sedangkan Generasi Z menunjukkan sikap lebih fleksibel dan kontekstual terhadap nilai-nilai moral yang diperoleh melalui media digital. Perbedaan cara internalisasi dan penerapan nilai agama sering menimbulkan kesenjangan persepsi, terutama ketika Generasi Milenial menilai ekspresi religius

Generasi Z di media sosial secara kritis. Namun, perbedaan ini sekaligus membuka peluang terjadinya dialog konstruktif antargenerasi.

Generasi Milenial berperan sebagai pembimbing dan pengembang nilai moral melalui pendekatan kreatif yang kontekstual; Generasi Z memberikan perspektif adaptif terhadap modernitas; sedangkan Generasi Alpha dapat belajar dari keseimbangan dua generasi sebelumnya. Peran agama, khususnya Islam dalam konteks Indonesia, terbukti bisa menjadikan kontrol moral sekaligus pengikat, sehingga perbedaan antargenerasi bisa dikelola dengan baik untuk membangun kerja sama dan perkembangan peradaban yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, pemahaman karakteristik generasi, kesadaran atas pengaruh teknologi, dan penerapan nilai moral agama secara kontekstual menjadi kunci terciptanya harmoni antargenerasi serta transformasi moral positif di era digital. Kajian ini menegaskan bahwa transformasi nilai moral Islam di era digital tidak hanya mencerminkan perubahan perilaku generasi, tetapi juga menguji relevansi ajaran Islam dalam konteks modernitas. Upaya membangun harmoni antargenerasi melalui pendekatan pendidikan dan dakwah berbasis teknologi menjadi langkah strategis dalam memastikan kelestarian nilai-nilai moral Islam di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, A. (2024). *Fenomena moralitas Gen Z dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam di SMA Al-Hasan Balikpapan*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 8(2), 24540–24550. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/24540>
- Astuti, D. P., & Sari, N. A. (2019). *Analisis perbedaan perilaku konsumtif pada generasi milenial di Surabaya berdasarkan kelompok usia*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 22(2), 145–157. <https://doi.org/10.22225/jeb.22.2.1576>
- Brown, A. (2020). *Everything You've Wanted to Know About Gen Z But Afraid to Ask*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/abrambrown/2020/09/23/everythingyou'vewanted-to-know-about-gen-z-but-were-afraid-to-ask/?sh=28e8cf793d19>
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Firmansyah, M. (2022). *Transformasi nilai religius di era digital: Analisis literatur berdasarkan tujuan hifz al-'aql*. Studia Religia: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam, 6(2), 145–158. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/sr/article/view/25552>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *True Gen: Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company, 12, 1–10.

<https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>

- Linnes, C., Metcalf, B., et al. (2017). *iGeneration and their acceptance of technology*. International Journal of Management & Information Systems, 21(2).
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Musa'adah, S. (2023). *Tinjauan kritis keberagamaan Gen Z di tengah arus informasi digital*. Poros Onim: Jurnal Sosial Keagamaan, 5(1), 50–62. <https://ejournal.iainfmpapua.ac.id/index.php/porosonim/article/view/944>
- Muslim, A. (2022). *Moderasi beragama generasi Z di era digital: Tantangan dan peluang*. Murabbi: Jurnal Pendidikan Agama Islam, 4(2), 110–124. <https://jurnal.stiti-kp.ac.id/index.php/murabbi/article/view/5485>
- Nasution, R. (2022). *Pengaruh globalisasi digital terhadap nilai moral generasi muda*. Jurnal Pendidikan Islam Indonesia, 7(1), 25–38.
- Pratiwi, D. (2020). *Perubahan nilai moral remaja dalam konteks digitalisasi: Tinjauan sosiologis dan religius*. Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan, 25(3), 211–223. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v25i3.2020>
- Pratiwi, H. (2020). *Analisis tematik dalam penelitian kualitatif: Penerapan pada kajian pendidikan*. Jurnal Penelitian Pendidikan, 20(2), 123–134.
- Putri, R. M., & Haryono, T. (2021). *Ekspektasi generasi milenial terhadap lingkungan kerja dan kepuasan kerja di era digital*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 18(1), 33–44. <https://doi.org/10.35448/jmb.v18i1.1123>
- Rachmawati, F. (2021). *Dimensi budaya generasi milenial: Studi pada masyarakat urban Indonesia*. Jurnal Dinamika Sosial Budaya, 23(1), 11–22. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v23i1.4331>
- Rahmawati, N., & Kusuma, H. (2021). *Metodologi wawancara dalam penelitian kualitatif: Pendekatan fleksibel dan kontekstual*. Jurnal Penelitian Sosial Humaniora, 9(2), 145–158. <https://doi.org/10.31002/jpsh.v9i2.2021>
- Rahmawati, N., & Sari, I. P. (2021). *Integrasi nilai keagamaan dalam kehidupan profesional generasi muda: Studi etika kerja dan kecerdasan spiritual*. Jurnal Moral dan Sosial Keagamaan, 8(1), 32–47. <https://doi.org/10.31219/osf.io/xyz12>
- Rahmawati, S., & Sari, L. (2021). *Integrasi nilai-nilai Islam dalam budaya kerja Milenial dan Gen Z*. Jurnal Moral dan Kewarganegaraan, 9(2), 112–124. <https://ejournal.aripafi.or.id/index.php/Moral/article/view/1100>
- Ramadhani, F. (2022). *Krisis moral generasi muda di era globalisasi digital dan solusi pendidikan agama*. Jurnal Pendidikan Islam Kontemporer, 10(1), 77–89. <https://doi.org/10.24853/jpik.10.1.77-89>

- Ramadhani, A. (2022). *Peran pendidikan Islam sebagai solusi krisis moral generasi Z di era globalisasi digital*. Jurnal Pendidikan Agama Islam, 14(1), 55–70. <https://journal.aripafi.or.id/index.php/jmpai/article/view/1119>
- Rochmat, S. (2023). *Peran agama dan moral pada generasi milenial di era digital*. Abdi Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(1), 77–85. <https://zia-research.com/index.php/abdicendekia/article/view/77>
- Siregar, A. (2021). *Peran pendidikan Islam dalam membentuk karakter generasi Z*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 5(3), 8455–8463. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/11909>
- Sofwan, A. (2023). *Teknologi digital dan perubahan praktik keagamaan Generasi Z di Indonesia*. Jurnal Komunikasi Islam dan Sosial, 12(2), 101–118. <https://doi.org/10.24252/jkis.v12i2.2023>
- Sofwan, H. (2023). *Penggunaan teknologi digital terhadap pemikiran dan praktik keagamaan Gen Z*. Jurnal Ilmiah Citra Bakti, 10(2), 250–264. <https://jurnalilmiahcitrabakti.ac.id/jil/index.php/jil/article/view/3624>
- Sugianto, A., & Santoso, B. (2020). *Perbedaan gaya belanja online antara generasi milenial dan generasi Z di Indonesia*. Innovative Marketing, 16(2), 25–34. [https://doi.org/10.21511/im.16\(2\).2020.03](https://doi.org/10.21511/im.16(2).2020.03)
- Sulaiman, R. (2021). *Pandangan generasi milenial terhadap teknologi, agama, dan moral di era digital*. Jurnal Kajian Moral dan Kewarganegaraan, 9(2), 233–245.
- Suryana, H., & Rahman, F. (2022). *Integrasi nilai-nilai Islam dalam budaya kerja generasi milenial dan Gen Z*. Jurnal Moral dan Kewarganegaraan, 7(2), 1100–1115. <https://ejournal.aripafi.or.id/index.php/Moral/article/view/1100>
- Syafitri, D., & Mulyadi, H. (2022). *Harapan generasi milenial terhadap figur kepemimpinan di era digital: Sebuah studi eksploratif*. Jurnal Psikologi Islami, 8(1), 45–58. <https://doi.org/10.15575/jpi.v8i1.7769>