

Antara Tahlilan dan TikTok: Identitas Keagamaan dan Kehidupan Digital Gen Z Nahdliyin

Hasanuddin Ali

Alvara Research Center, Jakarta, Indonesia

hasanuddinali@alvara.id

Abstrak

Nahdlatul Ulama (NU) memasuki abad keduanya membawa warisan yang tidak kecil, jaringan pesantren yang mengakar di seluruh Nusantara, tradisi moderasi yang sudah teruji berabad-abad, dan basis sosial yang mencakup 57,2% umat Islam Indonesia. Namun di balik besarnya angka itu, ada tantangan yang tidak kalah besar, generasi muda Nahdliyin, terutama Gen Z (lahir 1997–2012), tumbuh bukan di serambi pesantren, melainkan juga di tengah algoritma TikTok dan arus konten YouTube yang tidak mengenal batas organisasi maupun sanad keilmuan. Artikel ini ditulis untuk menelusuri tiga pertanyaan mendasar yang saling berkaitan. Pertama, bagaimana anak muda NU membentuk identitas keagamaan mereka di era digital. Kedua, mengapa figur-figur di luar ekosistem NU justru lebih berpengaruh di kalangan Gen Z Nahdliyin. Ketiga, seberapa kokoh sebenarnya komitmen kebangsaan generasi ini, sebuah nilai yang selama ini dianggap sebagai ruh terdalam tradisi NU. Kajian ini memanfaatkan data dari Survei Nasional Alvara Research Center (2025, N=1.208) dan Survei Penetrasi Internet APJII (2026, N=8.700), dengan menggunakan kerangka teoretis pembentukan identitas (Erikson, 1968), teori generasi (Mannheim, 1952), dan kajian Digital Islam (Bunt, 2009; Eickelman & Anderson, 2003). Hasil kajian menunjukkan empat temuan utama, (1) Gen Z Nahdliyin cenderung berada di lapisan Cultural Nahdliyin, yang secara nasional mencakup 59,7% dari seluruh warga NU, dengan skor Indeks Ke-NU-an terendah di antara semua kelompok generasi (67,77/100); (2) dimensi Ikatan Organisasi menjadi titik paling lemah (62,13) dan satu-satunya dimensi yang terus menurun; (3) tokoh-tokoh dakwah di luar ekosistem NU lebih banyak diikuti oleh Gen Z Nahdliyin dibanding ulama NU sendiri; serta (4) komitmen kebangsaan Gen Z terbilang stabil di angka 69,73, tetapi lebih bersifat afektif daripada deliberatif, sehingga rentan terhadap pergeseran narasi. Masalah NU bukan soal jumlah, melainkan soal kedalaman dan relevansi, karena itu perlu adanya kerangka regenerasi adaptif yang mencakup rekonstruksi kaderisasi, penguatan ekosistem digital, dan pembaruan narasi kebangsaan yang relevan bagi generasi muda.

Kata Kunci: anak muda NU; identitas keagamaan; transformasi digital; komitmen kebangsaan; gen z; tipologi nahdliyin

Abstract

Entering its second century, Nahdlatul Ulama (NU) carries a monumental legacy: a network of Islamic boarding schools (pesantren) deeply rooted across the archipelago, a centuries-tested tradition of moderation, and a social base comprising 57.2% of Indonesia's Muslim population. Yet, behind these staggering figures lies an equally formidable challenge. Young Nahdliyin—particularly Generation Z (born 1997–2012)—are growing up not only on the porches of pesantren, but also amidst TikTok algorithms and YouTube content streams that recognize neither organizational boundaries nor traditional chains of scholarly transmission (sanad). This article explores three interrelated fundamental questions. First, how do young NU members shape their religious identities in the digital era? Second, why do figures outside the NU ecosystem wield greater influence among Nahdliyin Gen Z? Third, how robust is this generation's national commitment, a value long regarded as the deepest soul of the NU tradition? This study utilizes data from the Alvara Research Center National Survey (2025, \$N = 1,208\$) and the APJII Internet Penetration Survey (2026, \$N = 8,700\$), drawing upon the theoretical frameworks of identity formation (Erikson, 1968), generation theory (Mannheim, 1952), and Digital Islam studies (Bunt, 2009; Eickelman & Anderson, 2003). The findings reveal four main insights: (1) Nahdliyin Gen Z predominantly occupy the Cultural Nahdliyin stratum, which nationally accounts for 59.7% of all NU members, registering the lowest NU-ness Index score among all generational groups (\$67.77/100\$); (2) the Organizational Ties dimension represents the weakest point (\$62.13\$) and the only dimension showing a continuous decline; (3) preaching figures outside the NU ecosystem command a wider following among Nahdliyin Gen Z compared to NU's own clerics (ulama); and (4) Gen Z's national commitment remains relatively stable at \$69.73\$, yet it is more affective than deliberative, rendering it vulnerable to shifting narratives. NU's core dilemma is not a matter of numbers, but of depth and relevance; consequently, an adaptive regeneration framework is urgently required, encompassing the reconstruction of cadre development, the strengthening of the digital ecosystem, and the renewal of national narratives suited to the younger generation.

Keyword: NU youth; religious identity; digital transformation; national commitment; gen z; nahdliyin typology

Pendahuluan

Nahdlatul Ulama berdiri pada 31 Januari 1926 dan kini menapaki abad keduanya sebagai organisasi massa Islam terbesar di Indonesia. Survei nasional dari berbagai lembaga, termasuk Alvara Research Center, menunjukkan bahwa 57,2% umat Islam Indonesia mengidentifikasi diri sebagai Nahdliyin (Alvara Research Center 2025). Angka itu bukan sekadar statistik jumlah penduduk, ia merepresentasikan jaringan pesantren yang membentang dari Aceh hingga Papua, tradisi moderasi yang telah teruji oleh

berbagai tekanan sejarah, dan sebuah ekosistem sosial-kultural yang secara konsisten menjadi penopang stabilitas Indonesia dalam isu-isu kebangsaan dan moderasi beragama.

Namun memasuki abad keduanya, NU berhadapan dengan tantangan yang belum pernah dihadapi di periode-periode sebelumnya, yaitu pergeseran generasi yang terjadi di dalam ekosistem digital yang bergerak jauh lebih cepat dari kapasitas adaptasi institusi atau organisasi mana pun. Generasi muda Nahdliyin, terutama Gen Z yang lahir antara 1997 hingga 2012, tidak tumbuh dalam ekosistem yang sama dengan generasi sebelumnya. Mereka membangun referensi keagamaan, membentuk pandangan sosial, dan menentukan pilihannya melalui platform algoritmik, bukan melalui pengajian di langgar atau dawuh kiai di pesantren. Ketika penetrasi internet Indonesia telah menyentuh 81,72% populasi atau setara dengan 235,26 juta jiwa (APJII 2026), ruang digital bukan lagi media pelengkap, ia adalah medan utama di mana identitas generasi ini dibentuk.

Ada tiga persoalan yang saling berkelindan dan membentuk lanskap kehidupan anak muda NU hari ini. Pertama, persoalan identitas, bagaimana Gen Z Nahdliyin mendefinisikan ke-NU-an mereka ketika narasi keagamaan datang dari berbagai arah tanpa hierarki yang jelas? Kedua, persoalan digital, apa yang sesungguhnya terjadi ketika otoritas keagamaan bermigrasi dari mimbar pesantren ke layar smartphone, dan siapa yang diuntungkan dari perpindahan itu? Ketiga, persoalan kebangsaan, apakah komitmen terhadap NKRI dan Pancasila, yang selama ini dianggap sebagai ruh terdalam tradisi NU, masih tertanam kuat di kalangan generasi yang lebih akrab dengan konten viral daripada dengan sanad keilmuan?

Kajian mengenai identitas keagamaan dan kehidupan digital Gen Z Nahdliyin dapat dikelompokkan ke dalam tiga kecenderungan. *Pertama*, studi tentang NU dan reproduksi Islam tradisional menekankan peran pesantren, kiai, jaringan santri, dan praktik keagamaan komunal dalam membentuk serta mempertahankan identitas Nahdliyin (Arifianto 2017; Barton and Fealy 1996; Bush 2009; Dhofier 1982; Fealy and Bush 2014). Literatur ini menunjukkan kuatnya kontinuitas tradisi ke-NU-an, tetapi belum banyak menjelaskan bagaimana tradisi tersebut diwarisi dan dimaknai ulang oleh generasi yang tumbuh dalam lingkungan digital. *Kedua*, studi tentang generasi muda Muslim menunjukkan bahwa identitas keagamaan anak muda dibentuk melalui interaksi antara keluarga, pendidikan, komunitas, perubahan sosial, dan sumber otoritas keagamaan yang semakin beragam (Arifianto 2019; Jati et al. 2024; Laksana and Wood 2019; Naafs and White 2012; Nilan et al. 2011; Rijal 2020). Namun, sebagian besar penelitian tersebut menggunakan kategori “pemuda Muslim” secara umum sehingga belum cukup menjelaskan kekhasan pengalaman Gen Z yang berafiliasi

dengan NU. *Ketiga*, kajian tentang Islam dan media digital memperlihatkan bahwa media sosial telah menjadi arena penting bagi pembentukan kesalehan, identitas, dakwah, dan kontestasi otoritas keagamaan (Hew 2018; Hoesterey 2021; Husein and Slama 2018; Nisa 2018b, 2018a; Schmidt 2021; Slama 2018; Wasik 2020). Meskipun telah menunjukkan pentingnya ruang digital dalam transformasi keberagamaan Muslim, kajian-kajian tersebut lebih banyak berfokus pada produksi wacana, komunitas daring, dan otoritas keagamaan, sementara hubungan antara intensitas kehidupan digital dan keberlanjutan identitas tradisional Nahdliyin pada tingkat generasi masih kurang mendapat perhatian. Karena itu, celah utama dalam literatur terletak pada belum memadainya penjelasan mengenai bagaimana Gen Z Nahdliyin mempertahankan, menafsirkan ulang, dan menegosiasikan identitas keagamaannya di antara kontinuitas tradisi NU dan ekspansi kehidupan digital. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menempatkan Gen Z Nahdliyin sebagai aktor yang hidup secara simultan dalam dua arena keberagamaan: praktik komunal yang berakar pada tradisi NU dan ekosistem digital yang menawarkan sumber pengetahuan, ekspresi, serta otoritas keagamaan yang semakin beragam.

Secara lebih konkret, artikel ini bertujuan untuk: (1) memetakan posisi generasi muda dalam struktur berlapis warga NU berdasarkan Indeks Ke-NU-an; (2) menganalisis bagaimana ekosistem digital menggeser otoritas keagamaan dan apa dampaknya bagi reproduksi nilai-nilai ke-NU-an; (3) mengidentifikasi kekuatan dan kerentanan dalam komitmen kebangsaan anak muda NU; dan (4) merumuskan implikasi strategis yang dapat dijadikan pijakan bagi NU dalam menghadapi tantangan abad keduanya. Argumentasi utama artikel ini adalah bahwa masalah NU bukan soal jumlah Nahdliyin yang menyusut, basis massa tetap besar, melainkan soal semakin tipisnya kedalaman internalisasi nilai di tengah generasi yang tumbuh dalam ekosistem informasi yang sama sekali berbeda.

Artikel ini berangkat dari teori psikologi perkembangan. Dalam psikologi perkembangan identitas bukan sesuatu yang diterima begitu saja dari lingkungan, melainkan hasil negosiasi terus-menerus antara nilai-nilai yang diwarisi dan tuntutan dunia yang selalu berubah (Erikson 1968). Erikson melihat krisis identitas bukan sebagai kegagalan, melainkan sebagai tahap perkembangan yang perlu dilalui. Seseorang perlu benar-benar mengeksplorasi, mempertanyakan, dan pada akhirnya memilih sistem nilai, peran sosial, dan keyakinan yang menjadi fondasinya. Bagi pemuda Muslim di Indonesia, identitas keagamaan tidak pernah tunggal atau statis. Ia terus-menerus dibentuk ulang melalui interaksi dengan keluarga, komunitas pesantren, sekolah, dan media digital (Nisa 2018b).

Dalam tradisi NU, ke-NU-an seseorang dibangun di atas lima pilar yang saling menopang, yaitu fikroh (landasan teologis Ahlussunnah wal Jamaah), amaliah (praktik ritual khas NU seperti tahlilan, yasinan, qunut, dan tawassul), harakah (keterlibatan dalam gerakan sosial-organisatoris), komitmen kebangsaan (penghayatan Pancasila, NKRI, dan kebinekaan), serta ikatan organisasi (partisipasi aktif dalam struktur kelembagaan NU dari ranting hingga pusat). Kelima pilar inilah yang menjadi kerangka operasional Indeks Ke-NU-an dalam Survei Nasional Alvara Research Center (2025), sebuah instrumen yang untuk pertama kalinya memungkinkan pemetaan kedalaman ke-NU-an secara multidimensional dan berbasis data.

Nisa (2018b) menunjukkan, melalui kajiannya terhadap gerakan ODOJ (One Day One Juz) di media sosial, bahwa platform digital tidak sekadar menjadi saluran baru bagi konten keagamaan yang sudah ada. Ia juga menciptakan komunitas dan identitas keagamaan baru yang melampaui batas-batas organisasi formal. Ini penting untuk dipahami dalam konteks NU. Meskipun NU Online berhasil menjadi portal Islam paling banyak dikunjungi di Indonesia (Alvara Research Center 2025), popularitas itu tidak otomatis berarti bahwa identitas ke-NU-an terbentuk atau diperkuat melalui platform tersebut. Ada jarak yang cukup jauh, dan kadang sangat dalam, antara sekadar mengonsumsi informasi dan benar-benar menginternalisasi identitas.

Mannheim (1952) menawarkan cara yang berbeda untuk memahami mengapa tiap generasi tidak hanya berbeda dalam usia, tetapi juga dalam cara mereka memahami dunia. Menurutnya, yang membentuk suatu generasi bukanlah sekadar kesamaan tahun kelahiran, melainkan kesamaan pengalaman historis pada masa formatif, misalnya Gen Z yang sekarang ini berusia antara 14 hingga 29 tahun. Pengalaman bersama inilah yang membangun kesadaran kolektif sebuah generasi, lepas dari perbedaan latar belakang sosial-ekonomi masing-masing individu.

Bagi Gen Z Indonesia, pengalaman formatif itu adalah internet. Mereka tidak pernah mengenal dunia tanpa smartphone, tanpa media sosial, tanpa akses instan ke jutaan pendapat dari seluruh penjuru dunia. Dalam ekosistem semacam itu, otoritas keagamaan tidak lagi bersifat terpusat dan hierarkis. Ia tersebar, bersaing, dan sangat bergantung pada kemampuan seseorang untuk menarik perhatian di tengah kebisingan konten. Ini bukan sekadar soal preferensi media, ini adalah pergeseran epistemologis yang mendasar dalam cara sebuah generasi memvalidasi kebenaran dan menaruh kepercayaan (Mannheim 1952).

Penting untuk tidak membaca teori generasi secara deterministik. Tidak semua Gen Z Nahdliyin menjalani pengalaman yang sama. Data Alvara Research Center (2025) justru mengkonfirmasi adanya segmentasi yang

nyata dalam generasi ini, ada yang tetap terhubung kuat dengan tradisi pesantren, ada yang berada di ruang abu-abu antara dua dunia, dan ada yang hampir sepenuhnya terputus dari ekosistem nilai ke-NU-an. Ketiga kelompok ini hidup berdampingan dalam satu generasi yang sama.

Bunt (2009) adalah salah satu yang pertama mendokumentasikan secara sistematis bagaimana internet mengubah wajah otoritas keagamaan Islam secara global. Ia menunjukkan bahwa model lama, di mana otoritas bersumber dari lembaga yang diakui seperti pesantren, universitas Islam, atau majelis fatwa mulai terkikis oleh model baru yang bersifat rhizomatic (tersebar dan terhubung). Siapa pun yang terkoneksi dan mampu memproduksi konten bisa mengklaim otoritas keagamaan. Ini bukan hanya demokratisasi dalam arti positif, ia juga berarti fragmentasi, bahkan komodifikasi otoritas agama.

Eickelman & Anderson (2003) melengkapi gambaran ini dengan menunjukkan bahwa media baru di dunia Muslim tidak hanya memperluas ruang publik keagamaan yang sudah ada, tetapi juga menciptakan ruang publik baru yang memiliki logika dan dinamikanya sendiri. Di ruang inilah batas antara ulama dan awam, antara fatwa yang berbekal sanad dan opini yang sekadar viral, menjadi semakin tipis dan mudah dikaburkan. Di Indonesia, Lim (2017) mendokumentasikan bagaimana enklaif algoritmik di media sosial secara sistematis memperkuat polarisasi, termasuk dalam hal keagamaan, dengan cara memberikan eksposur berlebih pada konten yang memancing emosi kuat, bukan konten yang mendalam secara keilmuan.

Dalam kerangka ini, fakta bahwa tokoh-tokoh dakwah di luar ekosistem NU justru lebih banyak diikuti oleh Gen Z Nahdliyin, sebagaimana dikonfirmasi oleh Alvara Research Center (2025), bukan semata soal selera pribadi. Ini adalah hasil dari logika struktural platform digital: konten yang pendek, emosional, estetis, dan mudah dibagikan secara alamiah mendapat amplifikasi lebih besar dari algoritma. Ulama NU dengan kedalaman sanad pesantren tidak selalu memiliki kemampuan produksi konten yang setara. Hasilnya adalah apa yang bisa disebut sebagai "displacement otoritas keagamaan", perpindahan otoritas dari lembaga berbasis tempat ke individu-individu yang ahli dalam memainkan logika platform.

Tidak banyak organisasi Islam di dunia yang memiliki warisan ideologis seintim NU dalam hal integrasi keimanan dan kebangsaan. Feillard (1999) dan van Bruinessen (1994) mendokumentasikan bagaimana tradisi ini dibangun bukan sebagai kompromi, melainkan sebagai keyakinan teologis yang dirawat secara sadar. Hefner (2000) dalam *Civil Islam* menunjukkan bagaimana NU menjadi salah satu pilar utama dari apa yang ia sebut sebagai "Islam sipil", sebuah ekspresi Islam yang secara aktif mendukung demokrasi, menghormati keberagaman, dan menempatkan nasionalisme sebagai bagian

dari amal keagamaan. Resolusi Jihad 1945, penerimaan Pancasila, dan konsep hubbul wathan minal iman adalah penanda-penanda historis dari tradisi yang panjang dan konsisten ini.

Namun tekanan terhadap sintesis Islam-nasionalisme ini nyata dan tidak bisa diabaikan. Hadiz (2016) menunjukkan bagaimana gelombang populisme Islam transnasional, yang menempatkan identitas ummah di atas identitas nasional, telah menemukan ruang tumbuh yang cukup subur di Indonesia. Mietzner & Muhtadi (2018) menganalisis bagaimana narasi-narasi semacam itu bisa memobilisasi massa secara signifikan, termasuk dari kalangan Muslim yang sebelumnya berafiliasi dengan organisasi moderat. Dalam pandangan Fealy & Bush (2014), yang paling mengkhawatirkan bukanlah penolakan aktif terhadap nilai-nilai NU, melainkan erosi yang diam-diam, identitas keagamaan tradisional melemah bukan karena ditolak, tetapi karena tidak berhasil diteruskan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed-methods yang memadukan analisis data kuantitatif dari dua survei nasional dengan pembacaan interpretatif terhadap literatur akademik yang relevan. Pendekatan ini dipilih karena data survei mampu memberikan gambaran representatif tentang distribusi sikap dan perilaku warga NU di seluruh Indonesia, sementara kerangka teoretis memungkinkan pemaknaannya yang lebih dalam dan kontekstual.

Dua sumber data primer digunakan dalam penelitian ini. Pertama, Survei Nasional "Potret Warga NU 2025" yang dilaksanakan Alvara Research Center pada September 2025 dengan 1.208 responden muslim Indonesia, menggunakan metode multi-stage random sampling, cakupan 34 provinsi, dan margin of error $\pm 2,8\%$ pada tingkat kepercayaan 95%. Instrumen survei mencakup Indeks Ke-NU-an (lima dimensi), pola konsumsi media digital, preferensi tokoh agama, dan profil sosio-demografis responden. Ketiga, Survei Penetrasi Internet APJII 2026 dengan 8.700 responden nasional dan margin of error $\pm 1,1\%$, yang memberikan konteks tentang lanskap digital Indonesia sebagai ekosistem tempat identitas Gen Z Nahdliyin terbentuk. Selain itu, artikel ini juga menggunakan laporan "Anatomi Warga NU" (Ali 2026) yang menyajikan analisis lanjutan dari indeks ke-NU-an berbasis Correspondence Analysis yang membahas tentang segmentasi tiga lapisan Nahdliyin.

Data kuantitatif dianalisis melalui tiga pendekatan yang saling melengkapi. Analisis deskriptif-komparatif digunakan untuk memetakan perbedaan antargenerasi dalam lima dimensi Indeks Ke-NU-an. Correspondence Analysis, teknik multivariat yang mengukur hubungan antar-kategori dalam data kategoris, digunakan untuk mengidentifikasi tiga lapisan Nahdliyin dan kedekatan relatifnya dengan kelompok generasi

tertentu. Analisis tren dilakukan dengan membandingkan data lintas tahun untuk mengidentifikasi dimensi yang menguat atau melemah secara struktural. Seluruh analisis statistik primer dikerjakan oleh Alvara Research Center (2025); artikel ini melakukan reinterpretasi dan kontekstualisasi teoretis atas temuan-temuan tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Tiga Lapisan Nahdliyin dan Posisi Generasi Muda

Salah satu kontribusi paling penting dari Alvara Research Center (2025) dalam survei ini adalah pengembangan dari Indeks Ke-NU-an sebagai alat ukur multidimensional. Berbeda dengan cara pengukuran afiliasi keagamaan yang biasa, yang hanya menanyakan apakah seseorang mengidentifikasi diri sebagai NU atau bukan, Indeks Ke-NU-an digunakan untuk mengukur tingkat kedalaman ke-NU-an warga NU. Seseorang bisa mengaku Nahdliyin, tetapi apakah ia memahami fikroh Aswaja? Apakah ia terlibat aktif dalam organisasi? Apakah komitmen kebangsaannya bersifat reflektif atau sekadar warisan? Instrumen ini dirancang untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut.

Hasilnya, melalui Correspondence Analysis, teridentifikasi tiga lapisan yang menggambarkan keragaman internal warga NU. Core Nahdliyin, 9,3% dari total warga NU, adalah mereka yang terhubung penuh dengan semua pilar ke-NU-an, mereka memiliki fikroh yang mendalam, amaliah yang konsisten, keterlibatan aktif dalam harakah, komitmen kebangsaan yang kuat, dan partisipasi nyata dalam struktur atau kegiatan organisasi. Kelompok ini didominasi Generasi X dan Baby Boomers, dan kebanyakan memiliki latar belakang pesantren. Engaged Nahdliyin, 31,0%, terlibat aktif dalam kegiatan NU dan memiliki kedekatan emosional yang kuat terhadap tradisi, meskipun pemahaman fikroh mereka tidak selalu mendalam. Kelompok ini banyak didominasi Milenial. Cultural Nahdliyin, 59,7%, adalah segmen terbesar, mereka mengaku Nahdliyin, menjalankan amaliah khas NU sebagai rutinitas kultural-keluarga, tetapi lemah dalam keterhubungan dengan fikroh maupun struktur organisasi NU (Ali 2026; Alvara Research Center 2025).

Gen Z secara statistik cenderung mengelompok di lapisan Cultural Nahdliyin. Ke-NU-an mereka lebih merupakan identitas warisan (ascribed identity) daripada identitas yang dipilih secara sadar (achieved identity) dalam terminologi Erikson (1968). Mereka menjadi Nahdliyin bukan karena

pernah bergulat dengan pertanyaan tentang Aswaja dan memilihnya, melainkan karena orang tua dan lingkungan mereka Nahdliyin.

Data Indeks Ke-NU-an berdasarkan generasi bisa dilihat pada Tabel 1, memperkuat gambaran ini. Dengan total indeks 67,77, Gen Z berada di posisi terendah bila dibandingkan dengan Milenial dan Gen X.

Tabel 1. Indeks Ke-NU-an per Dimensi Berdasarkan Generasi (Skala 100).
Sumber: Alvara Research Center, Survei Nasional Potret Warga NU (2025).

Dimensi	Gen Z	Milenial	Gen X	Baby Boomers	Nasional
Fikroh	70,73	72,56	72,54	70,91	71,91
Amaliah	68,57	69,53	70,00	67,27	69,18
Harakah	68,43	68,45	68,89	67,34	68,45
Komitmen	69,73	69,43	70,81	69,30	69,89
Kebangsaan					
Ikatan Organisasi	61,72	61,94	63,27	60,65	62,13
INDEKS TOTAL	67,77	68,36	69,04	67,01	68,26

Hasil lain yang menarik adalah di dimensi Ikatan Organisasi selalu menjadi yang terendah di semua generasi tanpa kecuali, dengan selisih yang cukup jauh dari dimensi-dimensi lain. Ini menandakan bahwa melemahnya ikatan organisasi bukan fenomena yang hanya menimpa Gen Z, melainkan tantangan lintas generasi dan yang paling parah manifestasinya ada pada generasi muda.

Skor rendah pada Ikatan Organisasi tidak berarti Gen Z menolak NU. Yang sesungguhnya terjadi adalah mereka tidak merasa perlu terikat pada struktur formalnya seperti terlibat dalam kegiatan-kegiatan, jenjang kaderisasi, atau bahkan sekadar mengetahui perbedaan antara Syuriah dan Tanfidziyah. Inilah yang oleh sosiolog agama disebut sebagai post-institutional religiosity, beragama secara intens dan penuh penghayatan, tetapi tanpa merasa membutuhkan lembaga sebagai perantara.

Ketika Layar Menggantikan Mimbar

Indonesia kini menjadi salah satu pasar digital terbesar di dunia. Penetrasi internet mencapai 81,72% populasi atau setara dengan 235,26 juta dari 287,89 juta jiwa, dengan Gen Z sebagai penggunanya yang paling intensif

(APJII, 2026). Mayoritas pengguna (84,31%) mengakses internet melalui smartphone, dan media sosial seperti WhatsApp, YouTube, TikTok, serta Instagram menjadi platform yang paling banyak digunakan untuk berbagai kebutuhan, termasuk konsumsi konten keagamaan.

Di sisi lain, data Alvara Research Center (2025) menunjukkan bahwa NU Online (NU.or.id) telah berhasil menjadi portal berita Islam paling banyak dikunjungi di Indonesia, dengan 13,3% dari total Muslim Indonesia pernah mengaksesnya dan angka itu bahkan lebih tinggi pada Gen Z, yang mencapai 15,1%. Ini adalah pencapaian yang tidak kecil. Namun di sisi lain, hanya 12,4% Gen Z yang pernah menggunakan aplikasi NU Online SuperApps.

Angka ini sebenarnya masih bisa lebih besar lagi kalau NU Online bisa membangun hubungan yang lebih intim dengan pembacanya. Apakah mereka membuka aplikasi NU sebagai tindakan proaktif, sebagaimana mereka membuka YouTube atau TikTok atau hanya sekadar “lewat” saja. Ini selaras dengan temuan Nisa (2018b): platform digital keagamaan yang berhasil membangun loyalitas bukan hanya yang menyajikan konten berkualitas, tetapi yang berhasil menciptakan komunitas afektif di sekelilingnya, rasa memiliki, rasa terhubung, dan rasa bahwa tempat itu adalah rumah.

Temuan Alvara Research Center (2025) mengonfirmasi bahwa figur-figur keagamaan yang paling banyak diikuti oleh warga NU, termasuk Gen Z, justru bukan berasal dari dalam ekosistem inti NU, melainkan figur-figur seperti UAS, Adi Hidayat, dan Hanan Attaki. Ini bisa dipahami melalui logika platform, konten yang pendek, emosional, secara visual menarik, dan mudah dibagikan secara natural mendapat amplifikasi dari algoritma jauh melebihi konten yang dalam secara keilmuan tetapi tidak “menarik” secara digital. Ulama NU yang memiliki kedalaman sanad pesantren tidak selalu memiliki kecakapan produksi konten yang dibutuhkan untuk bersaing di ruang itu. Otoritas yang secara historis melekat pada lembaga dan hierarki keilmuan, kini bergeser ke tangan individu-individu yang mahir bermain di ekosistem digital.

Generasi baru hidup dalam lanskap yang berbeda. Identitas keagamaan kini bersaing dengan identitas global dan digital. Jika mayoritas budaya tidak diperkuat dengan narasi yang relevan bagi generasi muda, maka ia bisa kehilangan daya tarik. (Ali 2026, 10)

Konsekuensinya bagi reproduksi nilai ke-NU-an sangat signifikan. Ketika referensi keagamaan sehari-hari Gen Z Nahdliyin datang dari tokoh-tokoh yang tidak secara eksplisit mengajarkan kompatibilitas Islam dan kebangsaan, tidak menekankan toleransi amaliah, dan tidak mengoperasionalkan fikroh Aswaja sebagai manhaj yang hidup, maka internalisasi nilai-nilai khas NU tidak bisa terjadi secara otomatis. Ia membutuhkan desain institusional yang aktif dan kehadiran digital yang mampu bersaing bukan hanya dari segi kualitas konten, tetapi juga dari segi logika platform.

Komitmen Kebangsaan: Kuat di Permukaan, Rentan di Akarnya

Dari lima dimensi yang diukur, Komitmen Kebangsaan adalah satu-satunya yang menunjukkan tren perbaikan paling konsisten. Angkanya relatif stabil dan merata di semua generasi, Gen Z 69,73; Milenial 69,43; Gen X 70,81; Baby Boomers 69,30; dengan rata-rata nasional 69,89, dan mengalami kenaikan paling signifikan dalam periode 2024–2025, yakni sebesar +1,21 poin (Alvara Research Center 2025). Sekilas, ini adalah kabar baik. Nahdliyin muda tampaknya masih memiliki orientasi kebangsaan yang solid.

Tetapi ada hal yang tidak terlihat dari angka-angka itu, dan inilah yang perlu diwaspadai. Pertama, data yang sama menunjukkan bahwa 26,9% muslim Indonesia tidak merasa dekat dengan ormas manapun, dan angka itu lebih tinggi di kalangan Gen Z, mencapai 28,7%. Kelompok "tanpa afiliasi" ini, yang dalam literatur tentang radikalisisasi sering disebut sebagai "unattached believers," adalah yang paling terbuka terhadap narasi-narasi keagamaan alternatif yang menawarkan identitas komunal yang lebih tegas dan eksklusif (Hadiz 2016; Mietzner and Muhtadi 2018).

Kedua, dan ini mungkin yang paling penting, ada perbedaan kualitatif yang sangat menentukan antara komitmen kebangsaan yang bersifat afektif dan yang bersifat deliberatif. Komitmen afektif adalah yang berbentuk perasaan seperti cinta tanah air, bangga menjadi orang Indonesia, tidak ingin negara ini pecah. Sementara komitmen deliberatif adalah yang berbentuk pemahaman dan keyakinan yang sudah diuji. Saya tahu mengapa Pancasila kompatibel dengan Islam. Saya bisa menjelaskan mengapa nasionalisme bukan lawan dari iman. Komitmen afektif mudah tumbuh, tetapi juga mudah dimanipulasi. Komitmen deliberatif jauh lebih tahan, tetapi ia memerlukan proses pendidikan yang intens dan pengalaman yang bermakna, sesuatu yang tidak bisa dicapai hanya dari konten berdurasi 60 detik.

Ketiga, ketika sumber referensi keagamaan sehari-hari Gen Z semakin bergeser ke figur-figur yang tidak secara eksplisit mengajarkan sintesis Islam-kebangsaan, fondasi yang menopang komitmen itu secara perlahan melemah. Dalam jangka pendek, skor agregat ini mungkin tetap tampak baik. Tetapi yang tidak terlihat adalah bahwa pilar-pilar yang secara historis menjaga komitmen itu tetap kokoh, otoritas ulama NU, keterlibatan dalam organisasi, penghayatan fikroh Aswaja, justru sedang mengalami tekanan.

Tiga Paradoks yang Mendefinisikan Posisi Gen Z Nahdliyin

Dari seluruh analisis di atas, ada tiga paradoks yang secara konsisten muncul dan bersama-sama mendefinisikan posisi Gen Z Nahdliyin sekarang ini. Memahami ketiga paradoks ini adalah kunci untuk merumuskan respons yang tepat.

Paradoks pertama adalah kelimpahan informasi yang tidak menghasilkan kedalaman. Gen Z adalah generasi yang paling banyak terpapar konten ke-NU-an dibandingkan generasi mana pun sebelumnya. Mereka bisa mengakses pengajian ulama NU kapan saja, membaca artikel NU Online, mengikuti diskusi di berbagai platform. Tetapi internalisasi fikroh Aswaja dan keterlibatan dalam ikatan organisasi justru paling rendah di antara semua generasi. Akses informasi ternyata tidak secara otomatis menghasilkan pembentukan identitas yang mendalam. Yang dibutuhkan bukan lebih banyak konten, melainkan kurikulum yang terstruktur, komunitas yang terasa seperti rumah, dan pengalaman yang benar-benar bermakna.

Paradoks kedua adalah identitas kultural yang kuat tetapi ikatan struktural yang rapuh. Gen Z Nahdliyin mengidentifikasi diri dengan NU secara kultural. Mereka mengikuti tahlilan, menghormati pesantren, bangga menjadi bagian dari tradisi Islam Indonesia yang moderat. Tetapi mereka tidak merasa perlu terikat pada struktur formal organisasi. Ini bukan fenomena yang unik bagi Indonesia, sosiolog agama mendokumentasikannya di berbagai konteks global sebagai tren post-institutional religiosity. Tantangannya bagi NU adalah menemukan cara untuk mengonversi afiliasi kultural yang hangat ini menjadi keterlibatan institusional yang bermakna, tanpa mengalienasi Gen Z dengan format yang terasa kaku dan tidak relevan.

Paradoks ketiga adalah komitmen nasional yang tampak stabil tetapi berdiri di atas fondasi yang melemah. Skor Komitmen Kebangsaan yang baik

memberikan rasa aman yang perlu diimbangi oleh kesadaran bahwa pilar-pilar yang secara historis menopang komitmen itu, otoritas ulama NU, partisipasi dalam ikatan organisasi, internalisasi fikroh Aswaja, justru sedang terkikis. Tanpa fondasi yang kokoh, komitmen yang baik di atas kertas bisa berubah menjadi komitmen yang rapuh dalam menghadapi tekanan ideologis yang nyata (van Bruinessen 1994; Hefner 2000).

Diskusi: Arah Regenerasi Nahdliyin yang Adaptif

Mengubah Model Kaderisasi

Berbagai temuan dan analisis di atas tidak lantas membuat NU harus meninggalkan substansi tradisinya. Yang perlu berubah adalah formatnya. Erikson (1968) mengingatkan bahwa identitas yang kokoh lahir dari eksplorasi aktif dan komitmen yang dipilih secara sadar, bukan dari penerimaan pasif nilai yang sudah jadi. Kaderisasi NU yang efektif untuk Gen Z harus dirancang sebagai ruang eksplorasi, bukan sekadar ruang transmisi ideologi.

Ada tiga dimensi yang perlu diperbarui secara serius. Pertama, konten kaderisasi perlu dikontekstualisasikan. Materi yang membahas fikroh Aswaja harus bisa berbicara tentang apa yang menjadi harapan dan sekaligus keresahan Gen Z, seperti kesehatan mental, ketidakpastian ekonomi di era gig economy, krisis iklim, dan ancaman disinformasi dengan perspektif Aswaja yang membumi, bukan yang terasa jauh dari realitas sehari-hari anak muda. Kedua, format partisipasi harus lebih fleksibel. Komunitas berbasis minat, startup, seni dan budaya, riset sosial, digital, dan olahraga bisa menjadi pintu masuk yang jauh lebih ramah bagi Gen Z yang tidak nyaman dengan format formal-hierarkis. Ketiga, figur-figur muda NU yang memiliki kehadiran digital yang kredibel perlu diposisikan sebagai jembatan antara tradisi pesantren dan generasi algoritmik, bukan sebagai pengganti kiai senior, tetapi sebagai penerjemah yang bisa berbicara dalam dua bahasa sekaligus.

Membangun Ekosistem Digital yang Bermakna

Keunggulan NU Online sebagai portal Islam paling populer di Indonesia adalah modal yang sangat berharga. Namun popularitas sebagai portal berita berbeda dari loyalitas sebagai ekosistem digital. NU Online tidak hanya dikunjungi sesekali, tetapi juga menjadi bagian dari rutinitas digital Gen Z Nahdliyin.

Pengembangan ekosistem digital seperti yang sudah ada, NU Online SuperApps, perlu terus diintegrasikan dengan berbagai layanan untuk warga NU, seperti layanan zakat dan infak, konsultasi keagamaan, pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, dan komunitas berbasis afiliasi Nahdliyin. Di sisi konten, tantangannya lebih mendasar. Lim (2017) menunjukkan bahwa kedalaman keilmuan dan daya viral konten digital seringkali berseberangan. Solusinya bukan memilih salah satu, melainkan menemukan format-format baru yang mampu mengemas kedalaman dalam kemasan yang lebih menarik, sesuatu yang sudah mulai ditunjukkan oleh beberapa figur muda NU melalui kreativitas mereka di berbagai platform.

Memperbarui Narasi Kebangsaan

Komitmen kebangsaan tidak bisa hanya ditanamkan melalui instruksi di ruang-ruang formal. Ia tumbuh dari pengalaman keseharian dan narasi yang menggambarkan pengalaman mereka. Bagi Gen Z, narasi tentang hubbub wathan minal iman perlu hadir dalam bahasa yang berbicara tentang dunia yang mereka hadapi, keadilan ekonomi, keberlanjutan lingkungan, perlindungan hak-hak digital, dan resistensi terhadap disinformasi yang mengancam fondasi demokratis.

NU memiliki posisi yang sangat unik untuk menjadi jangkar komitmen kebangsaan generasi muda, sebuah organisasi yang secara historis telah membuktikan bahwa Islam dan nasionalisme bukan hanya bisa berdampingan, tetapi saling menguatkan (Hefner 2000). Posisi itu perlu dikomunikasikan bukan sebagai catatan sejarah yang hanya bisa dibanggakan, melainkan sebagai relevansi hidup untuk menjawab kebutuhan Gen Z sebagai pijakan identitas yang kokoh di tengah arus narasi global yang kadang saling bertentangan.

Tabel 2 menggambarkan berbagai pilihan pengembangan strategi regenerasi Nahdliyin yang lebih adaptif terutama bagi Gen Z dan Milenial.

Tabel 2. Matriks Strategi Regenerasi Nahdliyin Adaptif.

Strategi	Sasaran Utama	Indikator Keberhasilan
Rekonstruksi kaderisasi berbasis modul digital	Gen Z & Milenial	Pertumbuhan peserta kaderisasi digital

Penguatan kreator konten dari ulama muda NU di TikTok/YouTube	Gen Z (14–29 tahun)	Jumlah kreator NU berkedalaman keilmuan meningkat
Pengembangan NU Online SuperApps (zakat, kajian, konsultasi)	Semua lapisan Nahdliyin	Peningkatan pengguna aktif bulanan dan durasi sesi
Komunitas berbasis minat: startup, seni, riset, olahraga	Cultural Nahdliyin	Jumlah komunitas minat aktif yang terafiliasi NU
Revitalisasi narasi kebangsaan kontekstual (ekonomi, iklim, digital)	Gen Z deliberatif	Peningkatan skor dimensi Komitmen Kebangsaan

Simpulan

Artikel ini mengkaji tiga tantangan utama yang dihadapi generasi muda Nahdlatul Ulama (NU) di awal abad keduanya, yaitu fragmentasi identitas keagamaan di tengah ekosistem digital, pergeseran otoritas keagamaan dari institusi ke figur-figur yang menguasai platform digital, serta dinamika kekuatan dan kerentanan komitmen kebangsaan pada generasi yang tumbuh dalam lingkungan berbasis algoritma. Analisis didasarkan pada data Alvara Research Center (2025, N=1.208) dan APJII (2026, N=8.700), yang diinterpretasikan menggunakan perspektif teoretis Erikson (1968), Mannheim (1952), Bunt (2009), serta Eickelman dan Anderson (2003). Dari keseluruhan pembahasan, terdapat empat temuan utama.

Pertama, Gen Z Nahdliyin didominasi oleh lapisan Cultural Nahdliyin, yaitu kelompok dengan karakter ke-NU-an yang lebih bersifat kultural dibandingkan ideologis maupun organisasional. Kelompok ini memiliki Indeks Ke-NU-an terendah dibandingkan generasi Milenial dan Gen X, yaitu sebesar 67,77 (skala 0–100). Temuan ini menunjukkan bahwa identitas ke-NU-an pada generasi muda lebih banyak diwariskan melalui lingkungan sosial dan keluarga daripada dibangun melalui proses internalisasi yang reflektif. Dalam perspektif Erikson (1968), kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses identity achievement pada dimensi keagamaan dan organisasi belum sepenuhnya terbentuk.

Kedua, dimensi Ikatan Organisasi merupakan aspek dengan skor terendah secara nasional (62,13) sekaligus menjadi satu-satunya dimensi yang menunjukkan kecenderungan menurun dari generasi ke generasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa hubungan generasi muda dengan organisasi tidak lagi dibangun melalui pola keterikatan institusional sebagaimana terjadi pada generasi sebelumnya. Penurunan tersebut bukan sekadar fluktuasi sesaat, melainkan mencerminkan perubahan struktural

dalam pola relasi antara generasi muda dan organisasi yang berpotensi semakin menguat apabila tidak direspons secara adaptif.

Ketiga, ruang referensi keagamaan Gen Z Nahdliyin semakin didominasi oleh tokoh-tokoh di luar ekosistem NU, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil survei Alvira Research Center (2025). Pergeseran ini tidak dapat dipahami semata-mata sebagai preferensi personal, melainkan sebagai konsekuensi dari mekanisme platform digital yang memberi keuntungan lebih besar kepada figur dengan tingkat visibilitas, intensitas produksi konten, dan kemampuan membangun interaksi di ruang digital. Dalam konteks tersebut, otoritas keagamaan semakin dibentuk oleh logika algoritma, bukan lagi terutama oleh afiliasi kelembagaan atau tradisi keilmuan.

Keempat, komitmen kebangsaan Gen Z Nahdliyin secara umum tetap berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 69,73, bahkan menunjukkan kecenderungan meningkat dibandingkan generasi sebelumnya. Meskipun demikian, analisis yang lebih mendalam menunjukkan bahwa komitmen tersebut lebih banyak bertumpu pada dimensi afektif daripada deliberatif. Pada saat yang sama, sejumlah fondasi yang menopang keberlanjutannya, terutama keterikatan terhadap organisasi dan proses internalisasi nilai, justru mengalami pelemahan. Kondisi ini menunjukkan adanya kerentanan yang tidak selalu tampak pada indikator agregat, tetapi berpotensi memengaruhi ketahanan komitmen kebangsaan dalam jangka menengah maupun jangka panjang.

Secara teoretis, temuan-temuan tersebut memperkuat kebutuhan untuk mengembangkan model pembentukan identitas (*identity formation*) yang menempatkan platform digital sebagai bagian dari infrastruktur sosial pembentuk identitas, bukan sekadar sebagai media komunikasi yang bersifat netral. Ruang digital telah menjadi arena utama tempat generasi muda memperoleh informasi, membangun relasi, sekaligus mengonstruksi otoritas dan identitas keagamaannya.

Implikasi praktis dari penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan regenerasi NU tidak dapat lagi hanya bertumpu pada pola kaderisasi konvensional. Upaya tersebut perlu dilakukan secara simultan melalui pengembangan model kaderisasi yang lebih sesuai dengan karakteristik Gen Z, pembangunan ekosistem digital NU yang mampu melampaui fungsi sebagai penyedia informasi menuju ruang interaksi dan pembelajaran yang hidup, serta pembaruan narasi kebangsaan yang dikomunikasikan dengan bahasa, medium, dan pendekatan yang relevan bagi generasi muda Indonesia.

Pada akhirnya, regenerasi Nahdliyin tidak hanya berkaitan dengan proses pergantian kepemimpinan atau hadirnya generasi yang lebih muda dalam struktur organisasi. Regenerasi yang berkelanjutan menuntut proses

pewarisan nilai yang lebih mendalam, sehingga identitas ke-NU-an tumbuh sebagai hasil dari proses pemahaman, penghayatan, dan pilihan yang sadar. Dengan demikian, generasi muda tidak hanya mewarisi tradisi, tetapi juga mengembangkan fikroh yang kokoh, komitmen kebangsaan yang tangguh, serta rasa memiliki terhadap NU yang lahir dari keyakinan, bukan semata-mata dari faktor keturunan.

Penelitian ini tentu memiliki sejumlah keterbatasan. Analisis yang dilakukan masih bertumpu pada pendekatan survei kuantitatif sehingga belum mampu menggambarkan secara mendalam pengalaman subjektif generasi muda Nahdliyin dalam membentuk identitas keagamaan mereka di ruang digital. Selain itu, variasi konteks regional dan sosial, seperti perbedaan antara wilayah urban dan rural, Jawa dan luar Jawa, maupun lingkungan pesantren dan perguruan tinggi umum, belum menjadi fokus analisis. Oleh karena itu, penelitian lanjutan melalui pendekatan kualitatif, khususnya studi etnografi dan studi kasus di berbagai konteks sosial, akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika identitas keagamaan, otoritas digital, dan keber-NU-an generasi muda di Indonesia kontemporer.

Referensi

- Ali, H. 2026. *Anatomi Warga NU: Membaca Struktur, Kedalaman, Dan Tantangan Nahdliyin Di Abad Kedua*. Jakarta: Alvara Research Center.
- Alvara Research Center. 2025. *Potret Warga NU 2025: Harapan, Aspirasi, Dan Dinamika Kebutuhan Warga NU*. Jakarta.
- APJII. 2026. *Survei Penetrasi Internet Dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2026*. Jakarta.
- Arifianto, Alexander R. 2017. "Practicing What It Preaches? Understanding the Contradictions between Pluralist Theology and Religious Intolerance within Indonesia's Nahdlatul Ulama." *Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies* 55(2): 241–64. doi:10.14421/ajis.2017.552.241-264.
- Arifianto, Alexander R. 2019. "Islamic Campus Preaching Organizations in Indonesia: Promoters of Moderation or Radicalism?" *Asian Security* 15(3): 323–42. doi:10.1080/14799855.2018.1461086.
- Barton, Greg, and Greg Fealy. 1996. "Nahdlatul Ulama, Traditional Islam and Modernity in Indonesia." In Clayton: Monash Asia Institute, Monash University.

- van Bruinessen, Martin. 1994. *NU: Tradisi, Relasi-Relasi Kuasa, Pencarian Wacana Baru*. Yogyakarta: LKiS.
- Bunt, Gary R. 2009. *IMuslims: Rewiring the House of Islam*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Bush, Robin. 2009. *Nahdlatul Ulama and the Struggle for Power within Islam and Politics in Indonesia*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Dhofier, Zamakhsyari. 1982. *Tradisi Pesantren: Studi Tentang Pandangan Hidup Kyai*. Jakarta: LP3ES.
- Eickelman, Dale F, and Jon W Anderson, eds. 2003. *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere*. 2nd ed. Bloomington: Indiana University Press.
- Erikson, Erik H. 1968. *Identity: Youth and Crisis*. New York: W. W. Norton & Company.
- Fealy, Greg, and Robin Bush. 2014. "The Political Decline of Traditional Ulama in Indonesia: The State, Umma and Nahdlatul Ulama." *Asian Journal of Social Science* 42(5): 536–60. doi:10.1163/15685314-04205004.
- Hadiz, Vedi R. 2016. *Islamic Populism in Indonesia and the Middle East*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hefner, Robert W. 2000. *Civil Islam: Muslims and Democratization in Indonesia*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Hew, Wai Weng. 2018. "The Art of Dakwah: Social Media, Visual Persuasion and the Islamist Propagation of Felix Siauw." *Indonesia and the Malay World* 46(134): 61–79. doi:10.1080/13639811.2018.1416757.
- Hoesterey, James Bourk. 2021. "Nahdlatul Ulama's "Funny Brigade": Piety, Satire, and Indonesian Online Divides." *CyberOrient* 15(1): 85–118. doi:10.1002/cyo2.8.
- Husein, Fatimah, and Martin Slama. 2018. "Online Piety and Its Discontent: Revisiting Islamic Anxieties on Indonesian Social Media." *Indonesia and the Malay World* 46(134): 80–93. doi:10.1080/13639811.2018.1415056.
- Jati, Wasisto Raharjo, Syamsurijal, Halimatusa'diah, Gutomo Bayu Aji, and Ihsan Yilmaz. 2024. "Reevaluating Approaches to Religious Moderation

- at the Grassroots Level: The Role of Muslim Youth in Advancing Interfaith Dialogue." *Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies* 62(1): 185–213. doi:10.14421/ajis.2024.621.185-213.
- Laksana, Ben K C, and Bronwyn E Wood. 2019. "Navigating Religious Diversity: Exploring Young People's Lived Religious Citizenship in Indonesia." *Journal of Youth Studies* 22(6): 807–23. doi:10.1080/13676261.2018.1545998.
- Lim, Merlyna. 2017. "Freedom to Hate: Social Media, Algorithmic Enclaves, and the Rise of Tribal Nationalism in Indonesia." *Critical Asian Studies* 49(3): 411–27. doi:10.1080/14672715.2017.1341188.
- Mannheim, Karl. 1952. "The Problem of Generations." In *Essays on the Sociology of Knowledge*, ed. Paul Kecskemeti. London: Routledge & Kegan Paul, 276–322.
- Mietzner, Marcus, and Burhanuddin Muhtadi. 2018. "Explaining the 2016 Islamist Mobilisation in Indonesia: Religious Intolerance, Militant Groups and the Politics of Accommodation." *Asian Studies Review* 42(3): 479–97. doi:10.1080/10357823.2018.1473335.
- Naafs, Suzanne, and Ben White. 2012. "Intermediate Generations: Reflections on Indonesian Youth Studies." *The Asia Pacific Journal of Anthropology* 13(1): 3–20. doi:10.1080/14442213.2012.645796.
- Nilan, Pam, Lynette Parker, Linda Bennett, and Kathryn Robinson. 2011. "Indonesian Youth Looking towards the Future." *Journal of Youth Studies* 14(6): 709–28. doi:10.1080/13676261.2011.580523.
- Nisa, Eva F. 2018a. "Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia." *Asiascape: Digital Asia* 5(1–2): 68–99. doi:10.1163/22142312-12340085.
- Nisa, Eva F. 2018b. "Social Media and the Birth of an Islamic Social Movement: ODOJ (One Day One Juz) in Contemporary Indonesia." *Indonesia and the Malay World* 46(134): 24–43. doi:10.1080/13639811.2017.1416758.
- Rijal, Syamsul. 2020. "Following Arab Saints: Urban Muslim Youth and Traditional Piety in Indonesia." *Indonesia and the Malay World* 48(141): 145–68. doi:10.1080/13639811.2020.1729540.
- Schmidt, Leonie. 2021. "Aesthetics of Authority: 'Islam Nusantara' and Islamic 'Radicalism' in Indonesian Film and Social Media." *Religion*

51(2): 237–58. doi:10.1080/0048721X.2020.1868387.

Slama, Martin. 2018. "Practising Islam through Social Media in Indonesia." *Indonesia and the Malay World* 46(134): 1–4. doi:10.1080/13639811.2018.1416798.

Wasik, Abdul. 2020. "Pengontrolan Diri Kaum Remaja Dengan Pengamalan Thariqat Qodiriyah Naqsyabandiyah Di Kabupaten Bandung." *Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama* 3(2): 87–98.