e-ISSN: 2988-5183
Vol: 20, No.1 2025
WIDYA DUTA
JURNAL ILMIAH ILMU SOSIAL BUDAYA

KORELASI KOMUNIKASI DIGITAL HINDU DI TIKTOK DENGAN VISI INDONESIA EMAS 2045

Edy Chandra[1], Bagus Ade Tegar Prabawa[2]
Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram [1],
Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar[2]

Abstract *This study aims to examine the extent of the correlation between digital communication based on Hindu teachings in supporting the achievement of Indonesia's Golden Vision 2045 through the TikTok app. The approach used in this study is a quantitative method with a survey technique, involving a sample of 40 respondents whose data were collected via questionnaires. The data analysis results show a significant relationship between digital communication based on Hindu teachings (X) and the achievement of Indonesia's Golden Vision 2045 (Y), as evidenced by a significance value of 0.013, which is smaller than the table significance value of 0.05. Additionally, the correlation coefficient between variables X and Y is 0.388, which is greater than the table correlation value of 0.301. Based on these results, the null hypothesis (H0) is rejected, and the alternative hypothesis (H1) is accepted, confirming the existence of a correlation between digital communication based on Hindu teachings and the achievement of Indonesia's Golden Vision 2045 through TikTok. The findings of this study are expected to serve as a recommendation for the Hindu community to become more active in utilizing the digital world as a medium for spreading religious teachings, in order to support Indonesia's Golden Vision 2045 and instill spiritual and character values in society*

Keywords *Digital Communication, Hindu religious teachings, TikTok, Golden Indonesia Vision 2045*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi, bekerja, dan menyebarkan informasi. Media sosial, aplikasi pesan, serta berbagai platform digital kini menjadi elemen sentral dalam kehidupan masyarakat. Salah satu platform yang memiliki pengaruh besar adalah TikTok,

[1] edychandra332@gmail.com
[2] tegarprabawa@uhnsugriwa.ac.id

yang telah berkembang menjadi sarana utama untuk berkomunikasi, berbagi ide, dan mengakses informasi secara cepat dan mudah. Kita hidup di era komunikasi digital berbasis konten, di mana produksi dan konsumsi informasi terjadi secara masif. Pengguna aktif berkontribusi dalam menciptakan, membagikan, serta mengakses berbagai jenis konten, mulai dari artikel blog hingga video singkat di TikTok. Kehadiran platform ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi muda. Perubahan ini menunjukkan adanya pergeseran signifikan dalam cara manusia berinteraksi secara digital. Kreativitas serta keaslian konten menjadi faktor utama dalam menarik perhatian dan membangun audiens di tengah kompetisi yang ketat di ranah digital (Baoill, 2008).

Dengan jumlah pengguna yang mencapai jutaan di seluruh dunia, TikTok mampu menjangkau audiens dari berbagai latar belakang dan demografi. Hal ini memungkinkan konten yang diunggah oleh pengguna untuk tersebar luas dalam waktu singkat, sehingga berpotensi memberikan dampak besar dalam penyebaran informasi. Selain sebagai media hiburan, TikTok juga berfungsi sebagai platform interaksi sosial, di mana pengguna dapat saling berkomunikasi melalui komentar, pesan langsung, serta berbagai reaksi terhadap video yang dibagikan (Marketing, 2024). Dengan fitur-fitur tersebut, TikTok menciptakan komunitas daring yang aktif dan saling terhubung. Pengguna dapat berbagi pengalaman, saling mendukung, serta membangun jaringan sosial yang lebih luas. Tidak hanya berperan sebagai media hiburan, TikTok juga menjadi wadah bagi konten edukatif yang kreatif dan informatif. Beragam topik, mulai dari kesehatan, keuangan, bahasa, agama, hingga budaya, disajikan secara menarik di platform ini. Oleh karena itu, TikTok memiliki peran yang cukup signifikan dalam membentuk tren global, opini publik, serta budaya populer saat ini (Mutiah, 2016).

Dalam konteks perkembangan teknologi informasi, agama Hindu juga memanfaatkan komunikasi digital sebagai sarana penyebaran ajarannya. TikTok menjadi salah satu media sosial yang digunakan untuk memberdayakan umat Hindu melalui konten-konten berbasis ajaran agama (Sueni & Putra, 2023). Beberapa pemuka agama maupun praktisi spiritual Hindu menggunakan TikTok untuk

menyampaikan ceramah serta memberikan nasihat spiritual kepada para pengikutnya. Mereka sering kali membagikan kutipan-kutipan kitab suci Hindu, cerita inspiratif, hingga pengalaman pribadi yang berhubungan dengan ajaran agama. Dengan demikian, pengguna TikTok yang mendapatkan inspirasi dari ajaran Hindu dapat menciptakan konten yang memberikan motivasi serta wawasan spiritual bagi audiens mereka (Sayu et al., 2021). Melalui media ini, mereka dapat membagikan pesan inspiratif, kiat-kiat kehidupan yang bermakna, serta kisah-kisah tentang keberhasilan dan keteguhan dalam menghadapi tantangan hidup sesuai dengan prinsip-prinsip Hindu. Meskipun TikTok bukan platform yang secara khusus berbasis ajaran agama, penggunaannya yang luas memberikan peluang besar bagi penganut Hindu untuk menyebarluaskan nilai-nilai spiritual serta budaya mereka kepada khalayak yang lebih luas. Selain menjadi bagian dari kehidupan spiritual dan ritual masyarakat Hindu, agama ini juga merupakan bagian dari identitas nasional Indonesia yang dapat mendukung pencapaian visi Indonesia Emas 2045.

Visi Indonesia Emas 2045 merupakan suatu rencana besar yang dirancang oleh pemerintah untuk menjadikan Indonesia sebagai negara maju dan mandiri pada peringatan 100 tahun kemerdekaannya. Visi ini mencakup berbagai aspek pembangunan, termasuk ekonomi, sosial, budaya, politik, serta lingkungan. Dalam kerangka pembangunan ini, Indonesia menekankan pentingnya pertumbuhan ekonomi yang berkualitas dan berkelanjutan, yang didorong oleh inovasi, produktivitas, serta daya saing global. Melalui strategi yang efektif, Indonesia diharapkan dapat menjadi pemimpin regional maupun global di berbagai sektor, seperti industri, pertanian, pariwisata, serta teknologi. Salah satu tujuan utama dari visi ini adalah menciptakan masyarakat yang adil dan sejahtera bagi seluruh warga negara (Suyanto & A., n.d.) (Gupta & Mardjono, 2021).

Komunikasi digital memiliki potensi besar dalam mendukung pencapaian visi Indonesia Emas 2045. Dengan pemanfaatan teknologi digital dan media sosial secara optimal, Indonesia dapat memperluas akses informasi, meningkatkan kualitas pendidikan, mempercepat pertumbuhan ekonomi, serta memperkuat budaya dan identitas nasional. Selain itu, komunikasi digital

juga dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam pembangunan nasional. Namun, agar manfaat dari komunikasi digital dapat dioptimalkan, diperlukan strategi yang efektif yang tidak hanya memanfaatkan potensi teknologi, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai budaya dan moral yang berlaku di masyarakat. Beberapa peran penting komunikasi digital dalam mendukung Indonesia Emas 2045 mencakup beberapa aspek berikut: 1) mendorong pertumbuhan ekonomi digital melalui e-commerce, bisnis daring, serta teknologi finansial (fintech); 2) meningkatkan akses terhadap pendidikan dan layanan kesehatan melalui platform pembelajaran daring serta telemedicine; 3) memperkuat identitas budaya dan nasional; 4) mendorong partisipasi politik serta sosial melalui media sosial dan platform daring lainnya, memungkinkan masyarakat untuk berdiskusi, bertukar pendapat, serta berkontribusi dalam kebijakan publik; dan 5) meningkatkan efisiensi serta transparansi pemerintahan melalui teknologi digital (Pemerintah Republik Indonesia, 2021).

Pemanfaatan media sosial dan teknologi digital secara optimal dapat menjadi salah satu faktor kunci dalam mewujudkan visi Indonesia Emas 2045. Dalam hal ini, komunikasi digital berbasis ajaran agama Hindu melalui TikTok juga memberikan peluang besar dalam menyampaikan pesan-pesan positif yang berbasis nilai-nilai spiritual Hindu. Dengan menciptakan konten yang menarik dan kreatif, pengguna TikTok dapat menyebarluaskan ajaran Hindu kepada audiens yang lebih luas, sekaligus mempromosikan budaya dan tradisi Hindu kepada generasi muda Indonesia. Dengan memahami dinamika komunikasi digital, nilai-nilai ajaran Hindu, serta visi pembangunan nasional, kajian mengenai korelasi antara komunikasi digital berbasis agama Hindu dengan TikTok memiliki potensi untuk memberikan wawasan yang berharga mengenai bagaimana teknologi dan budaya dapat berkolaborasi dalam mencapai tujuan pembangunan yang lebih luas.

Transformasi nilai-nilai Hindu dalam ruang digital dapat dianalisis melalui pendekatan teori mediasi budaya (cultural mediation), yang menjelaskan bagaimana teknologi digital menjadi medium baru dalam mentransformasikan pesan budaya dan keagamaan. Nilai-nilai seperti *Dharma* (kebenaran dan kewajiban moral), *Ahimsa* (tanpa kekerasan), dan *Tat*

Twam Asi (kebersatuan dengan semua makhluk) dikemas dalam bentuk video singkat, narasi visual, meme spiritual, atau storytelling digital yang mampu menjangkau audiens lintas usia dan geografi. Proses ini disebut sebagai digitisasi nilai spiritual, di mana ajaran Hindu tidak hanya ditransmisikan tetapi juga diinterpretasi ulang melalui format, gaya bahasa, dan simbol yang akrab dengan kultur pengguna media sosial. Lebih jauh, fenomena ini dapat dipahami melalui teori *prosumerism* dalam studi media, di mana pengguna tidak hanya menjadi konsumen tetapi juga produsen konten keagamaan. Hal ini memungkinkan terjadinya demokratisasi komunikasi agama, di mana pemahaman dan penyampaian ajaran Hindu tidak hanya dimonopoli oleh tokoh otoritatif, melainkan juga menjadi bagian dari praktik digital komunitas umat secara lebih luas. Namun demikian, kondisi ini juga menuntut kajian kritis, sebab transformasi nilai melalui media digital berpotensi menimbulkan simplifikasi, komersialisasi, atau bahkan dekontekstualisasi pesan-pesan suci dalam tradisi Hindu. Oleh karena itu, dibutuhkan kerangka teoritis yang komprehensif untuk memahami dinamika ini, mencakup perspektif komunikasi agama, studi media digital, serta kajian budaya dan spiritualitas. Kajian semacam ini penting tidak hanya untuk memperkaya diskursus akademik, tetapi juga untuk menilai kontribusi komunikasi digital berbasis Hindu terhadap pembangunan karakter bangsa, penguatan spiritualitas, dan pelestarian identitas budaya dalam era digital, sejalan dengan pencapaian visi Indonesia Emas 2045.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, bertujuan untuk mengkaji hubungan antara komunikasi digital berbasis ajaran agama Hindu melalui aplikasi TikTok dengan pencapaian Visi Indonesia Emas 2045. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 40 responden yang dipilih secara purposif, yakni mereka yang aktif dalam memproduksi atau mengonsumsi konten ajaran Hindu di TikTok.

Instrumen penelitian dirancang berdasarkan lima indikator variabel komunikasi digital berbasis ajaran agama Hindu, yaitu: (1) aktivitas partisipatif, (2) kolaborasi dan jaringan, (3) berbagi dan penyebaran konten, (4) keterlibatan dalam diskusi dan debat,

serta (5) pengaruh dan pengambilan keputusan. Sementara itu, variabel dependen mengacu pada persepsi responden terhadap kontribusi komunikasi digital tersebut dalam mendukung tujuan-tujuan strategis Indonesia Emas 2045, termasuk dalam aspek pendidikan, budaya, spiritualitas, dan penguatan identitas nasional.

Data yang diperoleh dianalisis secara statistik menggunakan uji korelasi Pearson (Pearson Product Moment) untuk mengukur tingkat hubungan antara kedua variabel. Nilai signifikansi hasil analisis (sig. 2-tailed) dan nilai koefisien korelasi (r) digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam menguji hipotesis penelitian, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Uji validitas dan reliabilitas instrumen dilakukan sebelumnya untuk memastikan keabsahan dan konsistensi data.

PEMBAHASAN

Komunikasi adalah cara untuk menyampaikan pesan kepada orang lain melalui berbagai media hingga maksud dan tujuan antara keduanya tercapai. komunikasi digital adalah terkait dengan hubungan antara internet dan elemen-elemen lainnya dalam dunia digital. Komunikasi digital berbasis ajaran Agama Hindu yakni sebagai pertukaran informasi, pesan, atau konten secara elektronik melalui berbagai platform atau media digital yang disusun atau dipengaruhi oleh nilai-nilai, ajaran, dan konsep-konsep yang berasal dari Agama Hindu. Analisis di dalam penelitian ini difokuskan pada 5 (lima) indikator variabel komunikasi digital berbasis aaran agama Hindu dalam penelitian ini yaitu meliput: Aktivitas Partisipatif, Kolaborasi dan Jaringan, Berbagi dan Penyebaran Konten, Keterlibatan dalam Diskusi dan Debat, Pengaruh dan Pengambilan Keputusan.

Hasil penilaian kumulatif rata-rata responden terhadap tingkat komunikasi digital berbasis ajaran agama Hindu mencapai 83,75%, yang menunjukkan efektivitas yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan komunikasi digital dalam penyebaran ajaran agama Hindu terbukti sangat efektif. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sayu et al., 2021), konten penyiaran ajaran Hindu di media sosial memanfaatkan unsur agama dan spiritual sebagai daya tarik utama untuk menarik perhatian audiens. Kehadiran konten kreatif berbasis ajaran Hindu di media sosial membuka peluang bagi umat untuk berkembang, berinovasi, dan berkreasi secara modern, melalui

adaptasi dan kolaborasi dengan teknologi digital dalam pembuatan video rohani.

(Made Sueni et al., 2023) juga menegaskan bahwa pemanfaatan media sosial, khususnya TikTok, sebagai sarana penyiaran ajaran Hindu sangat efektif di era digital. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses dan kecepatan penyebaran informasi melalui media sosial, yang membuat masyarakat lebih cepat menerima pesan keagamaan. TikTok menjadi pilihan utama karena dapat menjangkau berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga orang dewasa. Platform ini dinilai lebih efektif dan inovatif karena menawarkan durasi konten yang singkat serta aksesibilitas yang tinggi. Dengan jangkauan yang luas, TikTok memungkinkan masyarakat untuk memperoleh informasi keagamaan dengan lebih cepat dan mudah. Respon positif dari umat Hindu juga menunjukkan bahwa penyajian ajaran agama melalui fitur-fitur unik TikTok lebih menarik dan efisien. Oleh karena itu, komunikasi digital berbasis ajaran Hindu melalui platform TikTok terbukti menjadi strategi yang sangat efektif dalam konteks saat ini.

Indonesia Emas 2045 merupakan visi strategis yang dicanangkan pemerintah untuk menjadikan Indonesia sebagai negara maju dan mandiri pada tahun 2045, bertepatan dengan peringatan satu abad kemerdekaan Indonesia. Visi ini mencakup berbagai sektor pembangunan, termasuk ekonomi, sosial, budaya, politik, dan lingkungan. Namun, pencapaian visi ini memerlukan upaya kolaboratif dari berbagai elemen masyarakat, serta inovasi dan transformasi di berbagai bidang (Setyono & Widodo, 2019).

Pencapaian Indonesia Emas 2045 melibatkan pemenuhan berbagai indikator kinerja yang telah ditetapkan dalam perencanaan pembangunan jangka panjang dan menengah. Indikator-indikator ini mencakup pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, pengurangan kesenjangan sosial dan ekonomi, peningkatan kualitas pendidikan dan kesehatan, perlindungan lingkungan, ketahanan nasional, serta penguatan tata kelola pemerintahan dan demokrasi. Evaluasi terhadap kemajuan pencapaian tujuan ini terus dilakukan sebagai bagian dari upaya memastikan bahwa Indonesia dapat mencapai target pembangunan yang telah ditetapkan (Pemerintah Republik Indonesia, 2021).

Dalam konteks penelitian ini, teori modernisasi dapat digunakan

untuk memahami bagaimana Indonesia dapat merealisasikan visinya sebagai negara maju dan mandiri. Pencapaian Indonesia Emas 2045 dapat dianalisis berdasarkan lima indikator utama, yakni: transformasi struktural, peningkatan kesejahteraan, peningkatan pendidikan dan pengetahuan, perubahan nilai dan norma sosial, serta proses demokratisasi. Indikator-indikator ini menjadi faktor utama dalam menilai sejauh mana Indonesia telah mengalami modernisasi dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat.

Tingkat pencapaian Indonesia Emas 2045 berdasarkan penilaian kumulatif rata-rata responden mencapai 83,6%, yang mencerminkan hasil yang baik. Indonesia Emas 2045 merupakan visi besar untuk menciptakan negara yang unggul, maju, serta kompetitif di kancah global, sekaligus menghadapi berbagai tantangan klasik seperti korupsi, disintegrasi, dan kemiskinan. Menurut (Suyanto & A., n.d.), faktor utama dalam mewujudkan visi ini adalah pengembangan sumber daya manusia, sehingga keterlibatan generasi muda menjadi sangat krusial dalam proses pencapaiannya.

Pasca-Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0, berbagai tantangan dan peluang baru terus bermunculan, mencakup isu-isu seperti ketahanan pangan, keamanan energi, dampak bonus demografi, perubahan ekonomi baik di tingkat nasional maupun internasional, serta dinamika sosial, politik, dan budaya. Selain itu, perkembangan teknologi dan inovasi juga turut berperan dalam membentuk daya saing antarbangsa. Negara yang memiliki tingkat daya saing tinggi akan lebih berpeluang memenangkan kompetisi global.

Secara keseluruhan, tantangan yang dihadapi saat ini dan dalam perjalanan menuju 2045 mencakup beragam aspek, mulai dari revolusi teknologi, kualitas pendidikan, dinamika populasi dan sumber daya manusia, hingga aspek sosial, politik, budaya, ekonomi, ekologi, kesehatan, kebencanaan, religiusitas, kesetaraan gender, serta kepekaan terhadap budaya. Faktor-faktor ini harus menjadi pertimbangan utama dalam merancang arah pengembangan kompetensi generasi Indonesia menuju tahun 2045, yang akan dibahas lebih lanjut dalam bab berikutnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi digital berbasis ajaran agama Hindu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pencapaian visi Indonesia Emas 2045. Hal ini didukung

oleh analisis statistik, di mana nilai signifikansi sig.(2-tailed) antara komunikasi digital berbasis ajaran agama Hindu (X) dengan pencapaian Indonesia Emas 2045 (Y) sebesar 0,013 < 0,05. Selain itu, nilai rhitung (Pearson correlation) sebesar 0,388, yang lebih besar dari rtabel 0,301, mengindikasikan adanya korelasi yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Menurut (Sueni & Putra, 2023), pemanfaatan platform TikTok sebagai media penyebaran ajaran agama Hindu sangat relevan dalam era digital, mengingat media sosial memiliki daya tarik yang kuat dan dekat dengan generasi Y, Z, dan Alpha yang sudah terbiasa dengan teknologi digital. TikTok, dengan jangkauan luasnya, memungkinkan masyarakat untuk mengakses konten keagamaan dengan lebih cepat dan mudah. Pandangan ini diperkuat oleh temuan (Kencana & Kustiawan, 2023), yang menyatakan bahwa perkembangan zaman telah mendorong transformasi berbagai aspek kehidupan ke dalam digitalisasi. Digitalisasi tidak hanya mengubah cara manusia beraktivitas tetapi juga meningkatkan efisiensi dalam berbagai bidang, termasuk dalam aspek keagamaan seperti dakwah virtual, pembacaan kitab suci melalui perangkat digital, serta akses terhadap ceramah keagamaan melalui media sosial.

(Sayu et al., 2021) menambahkan bahwa konten siar agama Hindu melalui media sosial menggunakan unsur keagamaan dan spiritualitas sebagai daya tarik bagi audiens. Keberadaan konten kreatif berbasis ajaran Hindu di platform digital membuka ruang inovasi dan pengembangan umat secara modern, melalui kolaborasi dengan kemajuan teknologi. Selaras dengan penelitian (Sueni & Putra, 2023), penggunaan TikTok sebagai sarana penyebaran ajaran Hindu terbukti efektif dalam era digital, karena media sosial memungkinkan informasi disebarluaskan dengan lebih cepat dan menarik perhatian masyarakat luas. Dengan durasi singkat dan aksesibilitas yang tinggi, TikTok dapat menjangkau berbagai kalangan, dari remaja hingga orang dewasa, sehingga penyuluhan keagamaan dapat dilakukan secara lebih efisien. Selain itu, fitur interaktif yang tersedia di platform ini semakin meningkatkan antusiasme umat Hindu dalam menerima informasi keagamaan. Oleh karena itu, komunikasi digital berbasis ajaran Hindu melalui TikTok dapat dikatakan sebagai strategi yang

efektif dalam mendukung moderasi beragama di era digital.

Penelitian dari (Utomo & Prayogi, 2021) menunjukkan efektivitas penggunaan media sosial sebagai sarana bimbingan pribadi-sosial, dengan dampak terhadap penanaman nilai-nilai keagamaan dalam masyarakat. Penemuan ini membuktikan bahwa kita kini hidup di dua kenyataan, yaitu kenyataan nyata dan dunia maya. Bahkan, banyak orang lebih bersosialisasi di dunia maya melalui media sosial daripada di dunia nyata. Bagi generasi Milenial, Z, dan Alpha, mencari ilmu atau mengaji di media sosial lebih menarik karena dianggap lebih mudah, cepat, dan praktis, sedangkan mencari ilmu agama di tempat fisik lebih memakan waktu dan tempat khusus (Elvinaro & Syarif, 2021). Komunikasi digital saat ini sangat berpengaruh.

Komunikasi digital berbasis ajaran agama Hindu di aplikasi TikTok merupakan fenomena menarik yang menunjukkan bagaimana teknologi modern dapat digunakan untuk menyebarkan nilai-nilai keagamaan dan budaya. Lewat TikTok, ajaran agama Hindu bisa diakses dan dipelajari oleh audiens yang lebih luas dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Ini membuktikan bahwa teknologi dan media sosial dapat menjadi alat efektif untuk penyebaran dan pelestarian nilai-nilai keagamaan dan budaya. TikTok, sebagai platform media sosial populer, dapat mendukung pencapaian visi Indonesia Emas 2045.

Indonesia Emas 2045 adalah visi yang dicanangkan untuk memperingati 100 tahun kemerdekaan Indonesia, dengan tujuan menjadikan Indonesia negara maju yang kompetitif di berbagai bidang, melalui beberapa cara seperti edukasi, promosi inovasi dan teknologi, dukungan komunitas, motivasi, kampanye sosial, pemberdayaan pendidikan, serta kolaborasi dengan pemerintah dan institusi. Hal ini sejalan dengan (Ananta, 2020), yang menyatakan bahwa di era digital, kemajuan teknologi menyebabkan penduduk menjadi lebih produktif. Melek teknologi/digital menjadi keharusan untuk meningkatkan produktivitas, dan semakin canggih penerapan teknologi digital, semakin berhasil seseorang atau masyarakat dalam pekerjaan, sehingga menuju Indonesia Emas, perlu memperhatikan prospek megademografi. Indonesia Emas 2045 bukanlah visi yang mudah tercapai, karena melibatkan berbagai aspek seperti pembangunan sumber

daya manusia, inovasi, ekonomi, infrastruktur, tata kelola pemerintah, dan lingkungan. (Suyanto & A., n.d.) mengungkapkan bahwa untuk mewujudkan visi tersebut, kunci utamanya adalah sumber daya manusia, sehingga penting bagi generasi muda Indonesia untuk mewujudkannya. Dengan berbagai strategi ini, TikTok dapat berkontribusi dalam mewujudkan visi Indonesia Emas 2045 dengan melibatkan dan menginspirasi generasi muda serta masyarakat luas.

Komunikasi digital berbasis ajaran agama Hindu di TikTok dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mendukung pencapaian Indonesia Emas 2045 dengan membangun karakter masyarakat yang berintegritas, memperkuat identitas budaya, serta memanfaatkan teknologi untuk edukasi dan kolaborasi. Korelasi komunikasi digital berbasis ajaran agama Hindu dalam mendukung Indonesia Emas 2045 di TikTok dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu: (1) Edukasi dan Penyadaran: Menggunakan TikTok untuk menyebarkan ajaran Hindu dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang moralitas, etika, dan integritas yang penting dalam pembangunan bangsa, (2) Penguatan Budaya dan Identitas Nasional: Konten yang menampilkan tradisi Hindu dapat memperkuat identitas budaya Indonesia dan membantu melestarikan warisan budaya, (3) Pembangunan Karakter dan Moral: Ajaran Hindu yang berfokus pada karma, dharma, dan ahimsa dapat menginspirasi masyarakat dalam membangun karakter dan moral yang baik, (4) Penggunaan Teknologi untuk Penyebaran Informasi: TikTok memungkinkan penyebaran informasi secara luas dan cepat, memudahkan akses ajaran Hindu, terutama bagi generasi muda, (5) Kolaborasi dan Komunitas: Membentuk komunitas berbasis ajaran Hindu di TikTok dapat mendorong aksi kolektif dalam inisiatif sosial, ekonomi, dan lingkungan yang mendukung Indonesia Emas 2045. Dengan memanfaatkan TikTok, ajaran Hindu dapat disebarluaskan secara luas, meningkatkan kesadaran moral masyarakat, memperkuat identitas budaya, dan membentuk karakter yang etis, sambil mendukung inisiatif sosial yang sejalan dengan visi Indonesia Emas 2045.

SIMPULAN

Komunikasi digital berbasis ajaran agama Hindu (X) dengan Pencapaian Indonesisa emas 2045 (Y) memiliki hubungan yang signifikan

terbukti dari nilai sighitung 0,013 < sigtabel 0,05, dan diketahui nilai rhitung untuk hubungan komunikasi digital berbasis ajaran agama Hindu (X) dengan pencapaian Indonesia emas 2045 (Y) adalah sebesar 0,388 > rtabel 0,301, maka dapat disimpulkan hubungan atau korelasi antara variabel komunikasi digital berbasis ajaran agama hindu dengan pencapaian indonesia emas. Karena rhitung atau person cerelation dalam analisis ini bernilai positif itu artinya hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat positif dengan kata lain semakin meningkatnya komunikasi digital berbasis ajaran agama Hindu dengan pencapaian Indonesia emas 2045 pada aplikasi TikTok. Berdasarkan nilai rhitung (Person cerelation) yaitu 0,388 (r2 x 100 = 0,3882 x 100 = 15,05%) yang diperoleh, maka kriteria kekuatan hubungan anatara variabel komunikasi digital berbasis ajaran agama Hindu dalam mendukung pencapaian Indonesia emas 2045 pada aplikasi TikTok mempunyai hubungan namun rendah atau lemah. Hal ini berarti menolak H0 dan menerima H1 yaitu terdapat korelasi antara komunikasi digital berbasis ajaran agama Hindu dengan pencapaian Indonesia emas 2045 pada aplikasi TikTok.

DAFTAR PUSTAKA

Ananta, A. (2020). PROSPEK MEGA-DEMOGRAFI MENUJU INDONESIA EMAS 2045 (THE OUTLOOK OF MEGA-DEMOGRAPHY TOWARD INDONESIAN GOLDEN ERA 2045). In *Jurnal Kependudukan Indonesia |* (Vol. 15, Issue Desember).

Baoill, A. Ó. (2008). Jenkins, H.(2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press. 336 pp. $29.95 (hardbound). *Social Science Computer Review*, *26*(2), 252–254.

Elvinaro, Q., & Syarif, D. (2021). Generasi Milenial dan Moderasi Beragama: Promosi Moderasi Beragama oleh Peace Generation di Media Sosial. *JISPO: Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, *11*(2).

Gupta, K., & Mardjono, E. S. (2021). *INDONESIA EMAS BERKELANJUTAN 2045 (Kumpulan Pemikiran Pelajar Indonesia Sedunia)* (N. P. Indrasari & N. D. Pratmi, Eds.; 1st ed.). LIPI Press.

Kencana, T., & Kustiawan, W. (2023). Analisis Komunikasi Digital Terhadap Moderasi Beragama Di Kalangan Mahasiswa Kota Medan. *NNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, *3*(3), 2305–2313.

Made Sueni, D., Nyoman Buda Asmara Putra, I., & Mpu Kuturan Singaraja, S. (2023). PEMANFAATAN APLIKASI

TIKTOK SEBAGAI MEDIA SIAR AGAMA OLEH PENYULUH AGAMA HINDU. *Maha Widya Duta*, *7*(2), 181–190.

Marketing, I. (2024, June 24). Apa Itu TikTok? – Semua yang Perlu Anda Ketahui di Tahun 2024. *Influenser Marketing Hub*, 1–30.

Mutiah. (2016). *Transformasi Komunikasi Interpersonal di Era Digital Sebagai Bentuk Perilaku Kekinian Pengguna Medsos, (Surabaya: Universitas Negeri Surabaya, 2016), hal: 5*. *5*.

Pemerintah Republik Indonesia. (2021). *"Visi Indonesia 2045"*.

Sayu, K. J., Rieka, Y. W., Suardana, K. P., & Pandemi Covid-, E. (2021). Komodifikasi Penyiaran Agama Hindu Melalui Media YouTube Pada. *Prosiding Webinar Nasional IAHN-TP Palangka Raya*. https://prosiding.iahntp.ac.id

Setyono, B., & Widodo, H. P. (2019). The representation of multicultural values in the Indonesian Ministry of Education and Culture-Endorsed EFL textbook: a critical discourse analysis. *Intercultural Education*, *30*(4), 383–397.

Sueni, M., & Putra, N. B. A. (2023). PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA SIAR AGAMA OLEH PENYULUH AGAMA HINDU. *MAHA WIDYA DUTA*, *7*(2), 181–190.

Suyanto, & A., D. K. (n.d.). *Arah kompetensi generasi Indonesia menuju 2045*.

Utomo, P., & Prayogi, F. (2021). Literasi Digital: Perilaku dan Interaksi Sosial Masyarakat Bengkulu Terhadap Penanaman Nilai-nilai Kebhinekaan Melalui Diseminasi Media Sosial. *Indonesian Journal of Social Science Education (IJSSE)*, *3*(1), 65. https://doi.org/10.29300/ijsse.v3i1.4306