

Dakwah Islam bagi Gen-Z: Peluang, Tantangan, dan Strategi

Islamic Preaching for Gen-Z: Opportunities, Challenges, and Strategies

Azwar

Sekolah Tinggi Ilmu Islam dan Bahasa Arab (STIBA) Makassar, Indonesia

Email: azwar.iskandar@gmail.com

Iskandar

Sekolah Tinggi Ilmu Islam dan Bahasa Arab (STIBA) Makassar, Indonesia

Email: iskandar@stiba.ac.id

Article Info

Received : 1 July 2024
Revised : 10 July 2024
Accepted : 25 July 2024
Published : 31 July 2024

Keywords: Dakwah; Gen-Z;
Digital; Technology;
Dakwah Strategy

Kata kunci: Dakwah; Gen-Z,
Digital; Teknologi;
Strategi Dakwah

Abstract

This study aims to identify various opportunities and challenges in conveying Islamic preaching (dakwah) to Gen-Z, as well as formulate effective and relevant dakwah strategies for this demographic. The research employs a qualitative method with a descriptive-analytical approach. The findings indicate that technology and social media offer significant opportunities for dakwah due to their wide accessibility and creative tools for message delivery. Additionally, their curiosity and openness to in-depth learning about global issues present opportunities for comprehensive religious education. However, there are significant challenges, such as distractions from non-religious content, the influence of secularism and materialism, and cultural and value diversity. Effective dakwah strategies include utilizing technology and social media to create creative and engaging content, as well as digital platforms for dakwah dissemination. Consequently, preachers and Islamic organizations need to adapt their dakwah methods to effectively leverage technology and social media, such as producing content that aligns with Gen-Z's preferences and using platforms they frequent.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai peluang dan tantangan yang dihadapi dalam menyampaikan dakwah Islam kepada Gen-Z dan merumuskan strategi dakwah yang efektif dan relevan bagi Gen-Z. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa teknologi dan media sosial menawarkan peluang besar untuk dakwah dengan aksesibilitas yang luas dan alat kreatif untuk menyampaikan pesan. Selain itu, keingintahuan dan keterbukaan terhadap pembelajaran mendalam tentang isu-isu global memberikan kesempatan untuk pendidikan keagamaan yang komprehensif. Namun, terdapat

tantangan signifikan seperti distraksi dari konten non-religius, pengaruh sekularisme dan materialisme, serta keberagaman budaya dan nilai. Strategi dakwah yang efektif meliputi pemanfaatan teknologi dan media sosial melalui pembuatan konten kreatif dan menarik, serta penggunaan platform digital untuk penyebaran dakwah. Sebagai implikasi, dai dan organisasi Islam perlu mengadaptasi metode dakwah mereka untuk memanfaatkan teknologi dan media sosial secara efektif, seperti memproduksi konten yang sesuai dengan preferensi Gen-Z dan menggunakan platform yang mereka gunakan.

How to cite: Azwar, Iskandar. "Dakwah Islam bagi Gen-Z: Peluang, Tantangan, dan Strategi", DIRASAH: Jurnal Kajian Islam, Vol. 1, No. 1 (2024): 17-38. <https://litera-academica.com/ojs/dirasah/index>.

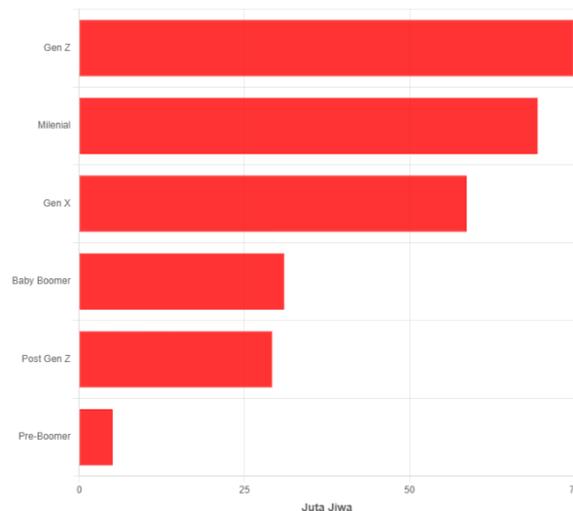
Copyright: 2024 Azwar, Iskandar



This work is licensed under a Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

1. PENDAHULUAN

Populasi dan pertumbuhan Gen-Z saat ini menunjukkan jumlah dan tren yang signifikan. Data statistik hasil Sensus Penduduk 2020 oleh Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan bahwa Gen-Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 mendominasi populasi dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi¹. Generasi ini diperkirakan mencapai hampir 32% dari populasi dunia, melampaui generasi milenial yang sebelumnya mendominasi demografi global. Milenial sebagai kelompok yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, menyusul dengan jumlah sekitar 69,38 juta jiwa².



Grafik 1. Komposisi Populasi Indonesia Berdasarkan Generasi
Sumber: GoodStat³

¹ GoodStats, "Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z," 2023, <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-ngkqv>.

² Ibid.

³ Ibid.

Dengan komposisi penduduk yang beragam tersebut, tantangan dan peluang yang dihadapi Indonesia semakin kompleks. Oleh karena itu, menjadi penting untuk merancang kebijakan yang menghasilkan kemajuan bagi seluruh warga negara. Dalam konteks yang lebih jauh, fenomena ini menandakan pentingnya memahami dan mendekati mereka dengan metode yang sesuai dan relevan. Keberhasilan dalam hal ini akan sangat tergantung pada kemampuan kita untuk beradaptasi dengan perubahan demografis dan sosial yang terjadi, serta untuk menciptakan solusi yang inklusif dan responsif terhadap kebutuhan berbagai kelompok masyarakat. Dengan pendekatan yang tepat, kita dapat membangun masyarakat yang lebih harmonis, adil, dan berdaya saing tinggi di kancah global.

Gen-Z dikenal sebagai *digital natives* karena mereka tidak pernah mengalami dunia tanpa internet⁴. Akses mudah ke teknologi sejak usia dini telah membentuk cara berpikir, berkomunikasi, dan belajar mereka⁵. Mereka mengandalkan internet untuk mendapatkan informasi, hiburan, dan berinteraksi dengan teman serta keluarga. Penggunaan gadget dan aplikasi adalah bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka, dengan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi sarana utama untuk berbagi dan mencari konten⁶.

Dalam hal kemampuan multitasking, Gen-Z terkenal mengerjakan beberapa hal sekaligus, seperti menonton video sambil chatting dengan teman dan mencari informasi di internet⁷. Kemampuan ini menunjukkan betapa adaptifnya mereka dalam menangani banyak sumber informasi secara bersamaan⁸. Gen-Z juga cenderung lebih ekspresif dan suka berinovasi⁹. Platform seperti TikTok dan Instagram memberikan mereka ruang untuk mengekspresikan diri melalui konten visual yang kreatif¹⁰. Banyak anggota Gen-Z yang memanfaatkan media sosial

⁴ Galih Sakitri, "Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!," in *Forum Manajemen*, vol. 35, 2021, 1–10; Rohan Bhalla, Pinaz Tiwari, and Nimit Chowdhary, "Digital Natives Leading the World: Paragons and Values of Generation Z," in *Generation Z Marketing and Management in Tourism and Hospitality: The Future of the Industry* (Springer, 2021), 3–23.

⁵ Yakobus Suharyono, "Bridging Digital Communication Amongst Digital Natives," *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2022): 21–30.

⁶ Anca Serbanescu, "Millennials and the Gen Z in the Era of Social Media," *Social Media, Technology, and New Generations: Digital Millennial Generation and Generation Z* 61 (2022); Trevor Boffone, "Do You Want to Make a TikTok? Is It Time to BeReal?: Gen Z, Social Media, and Digital Literacies," *Journal of Language & Literacy Education* 18, no. 2 (2022): 1–7.

⁷ Katarina Katja Mihelič, Vivien Kim Geok Lim, and Barbara Culiberg, "Cyberloafing among Gen Z Students: The Role of Norms, Moral Disengagement, Multitasking Self-Efficacy, and Psychological Outcomes," *European Journal of Psychology of Education* 38, no. 2 (2023): 567–85.

⁸ Barbara Gawda and Adrian Korniluk, "Multitasking among Modern Digital Generations Y and Z," *Journal of Modern Science* 49, no. 2 (2022): 421–30.

⁹ Siti Amanah et al., "Strengthening the Competencies of Gen-Z Students as Future Change Agents: Learning from Extension Science and Communication of Innovation Course (KPM121C)," *International Journal of Information and Education Technology* 13, no. 10 (2023): 1646–55.

¹⁰ Deatri Arumsari Agung et al., "Community Engagement For Development: Gen Z as The Agent of Innovation to Achieve SDGs," *PeKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 2 (2022):

untuk membangun personal branding, menjadi content creator, atau influencer yang berpengaruh. Di sisi preferensi untuk komunikasi visual, Gen-Z lebih memilih komunikasi visual dibandingkan teks¹¹. Mereka cenderung menyukai gambar, video, dan simbol visual dalam menyampaikan pesan. Hal ini bisa dilihat dari popularitas aplikasi seperti Instagram dan TikTok yang sangat visual¹². Komunikasi yang efektif dengan Gen-Z seringkali melibatkan penggunaan elemen visual yang menarik dan mudah dipahami.

Gen-Z cenderung lebih terbuka dan menerima keragaman budaya dibandingkan generasi sebelumnya¹³. Mereka tumbuh di lingkungan yang lebih multikultural dan lebih toleran terhadap perbedaan ras, agama, gender, dan orientasi seksual. Hal ini membuat mereka lebih adaptif dan terbuka dalam menerima berbagai pandangan dan gaya hidup¹⁴. Dalam aspek pendidikan dan informasi, Gen-Z memiliki akses yang luas terhadap informasi dan pendidikan online. Mereka cenderung mencari jawaban dan solusi secara mandiri melalui internet. Platform e-learning dan tutorial online menjadi sumber utama pembelajaran bagi mereka¹⁵.

Dengan berbagai karakteristik tersebut di atas, Gen-Z menghadirkan peluang dan tantangan unik bagi dakwah Islam. Dakwah yang efektif untuk Gen-Z harus memperhatikan cara mereka berinteraksi dengan teknologi, preferensi komunikasi mereka, dan kepekaan mereka terhadap isu-isu sosial¹⁶. Melalui pendekatan yang inovatif dan relevan, pesan-pesan dakwah dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan bermakna bagi generasi ini. Di era digital seperti saat ini, pentingnya dakwah bagi Gen-Z terletak pada kebutuhan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang ajaran Islam dalam konteks yang relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari¹⁷. Betapa tidak, Gen-Z hidup dalam dunia yang berubah dengan cepat dan dipenuhi dengan berbagai informasi.

159–70; Boffone, “Do You Want to Make a TikTok? Is It Time to BeReal?: Gen Z, Social Media, and Digital Literacies.”

¹¹ Danijel Bratina and Armand Faganel, “Understanding Gen Z and Gen X Responses to Influencer Communications,” *Administrative Sciences* 14, no. 2 (2024): 33.

¹² Humaira Raslie, “Gen Y and Gen Z Communication Style,” *Studies of Applied Economics* 39, no. 1 (2021).

¹³ Indra Kertati, “Wawasan Kebangsaan Generasi Gen-Z,” *Mimbar Administrasi* 15, no. 2 (2018): 32–51; Laurensius Laka et al., *Pendidikan Karakter Gen Z Di Era Digital* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

¹⁴ Julia Bea Kurniawaty and Santyo Widayatmo, “Nasionalisme Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Bagi Generasi Z Indonesia,” *JAGADDHITA: Jurnal Kebhinnekaan Dan Wawasan Kebangsaan* 3, no. 2 (2024): 42–50.

¹⁵ Stephen Arnold, “E-Learning in PreK-3: What Happens When Gen X Designers Create Online Tutorials for Gen Z Learners?,” in *Society for Information Technology & Teacher Education International Conference* (Association for the Advancement of Computing in Education (AACE), 2017), 1260–64; Mercia Karina et al., *Gen Z Insights: Perspective on Education* (Unisri Press, 2021).

¹⁶ Hasyim Iskandar, “Dakwah Digital Dari Gen Z Untuk Gen Z (Gerakan Dakwah Media Pesantren),” *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3, no. 1 (2023).

¹⁷ Muhammad Soleh and Irfan Kuncoro, “Menggali Budaya Baru Dan Implikasinya Bagi Keagamaan Gen-Z: Perspektif Sosiologi Dan Antropologi Masyarakat Di Era Kontemporer,” *Al Irsyad: Jurnal Studi Islam* 2, no. 2 (2023): 83–92.

Untuk menjadikan dakwah Islam relevan bagi mereka, pesan-pesan keagamaan harus disampaikan dalam konteks yang mereka pahami dan alami sehari-hari.

Teknologi digital menawarkan peluang besar untuk menjangkau Gen-Z melalui platform yang mereka gunakan secara rutin¹⁸. Media sosial, aplikasi pesan instan, *podcast*, dan *video streaming* adalah alat yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan dakwah¹⁹. Konten dakwah dapat disampaikan melalui video pendek di TikTok, ceramah di YouTube, atau postingan inspiratif di Instagram²⁰. Penggunaan teknologi ini memungkinkan dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih beragam²¹. Dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah satu arah; sebaliknya, dapat melibatkan Gen-Z dalam diskusi dan debat yang konstruktif. Platform seperti Instagram Live, Facebook Live, dan Zoom memungkinkan para dai untuk berinteraksi langsung dengan audiens mereka, menjawab pertanyaan, dan mendiskusikan topik-topik yang relevan. Hal ini membantu menciptakan rasa keterlibatan dan komunitas di antara Gen-Z.

Salah satu tantangan terbesar dalam dakwah di era digital adalah distraksi dari konten non-religius, hoaks, dan informasi yang menyesatkan²². Penting bagi dakwah untuk tidak hanya menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga mengedukasi Gen-Z tentang cara menyaring informasi yang mereka terima. Literasi digital menjadi komponen penting dalam dakwah, mengajarkan Gen-Z bagaimana mengenali sumber yang terpercaya, mengkritisi informasi yang mereka terima, dan menggunakan teknologi dengan bijak. Gen-Z sangat tertarik pada konten visual yang kreatif. Dakwah yang efektif harus memanfaatkan elemen visual yang menarik, seperti grafik, animasi, dan video berkualitas tinggi²³. Konten yang menarik secara visual lebih cenderung disukai dan dibagikan oleh Gen-Z, memperluas jangkauan pesan dakwah. Kreativitas dalam penyampaian pesan dapat membuat dakwah lebih menarik dan mudah diingat.

Dengan memperhatikan semua faktor di atas, dakwah Islam bagi Gen-Z di era digital harus mampu beradaptasi dengan pola komunikasi dan preferensi mereka, serta memanfaatkan teknologi untuk menyampaikan pesan yang mendalam dan bermakna. Melalui pendekatan yang inovatif dan relevan, dakwah

¹⁸ Badrah Uyuni, *Media Dakwah Era Digital* (Penerbit Assofa, 2023).

¹⁹ Athik Hidayatul Ummah, M Khairul Khatoni, and M Khairurromadhan, "Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan," *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 12, no. 2 (2020): 210-34.

²⁰ Ardiansyah Wijaya and Muktarruddin Muktarruddin, "Gaya Komunikasi Akun Tiktok@Msalbaniquotes Dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Islam Di Kalangan Gen-Z," *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 18, no. 3 (2024): 1966-77.

²¹ Alfi Mardhiyatus Staniyah, Nur Efendi, and Kojin Mashudi, "Digitalisasi Dakwah: Tantangan Dan Strategi Menginspirasi Di Era Teknologi," *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 4 (2024): 1830-46.

²² Faridhatun Nikmah, "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial," *Muṣarrah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 2, no. 1 (2020): 45-52; Qomar Abdurrahman and Dudi Badruzaman, "Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital," *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3, no. 2 (2023): 152-62.

²³ Ari Wibowo, "Dakwah Berbasis Media Dan Komunikasi Visual," *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 2, no. 2 (2021): 179-98.

dapat membantu Gen-Z untuk lebih memahami dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari mereka. Oleh karena itu, kajian yang membahas tentang peluang, tantangan, dan strategi dakwah Islam kepada generasi ini menjadi sangat penting. Hal ini mengingat peran krusial yang dimainkan oleh Gen-Z dalam masyarakat kontemporer. Sebagai generasi yang sedang dan akan terus mendominasi populasi global, pemahaman dan pendekatan yang tepat terhadap kebutuhan spiritual dan keagamaan mereka adalah keharusan. Era digital telah mengubah cara berkomunikasi dan berinteraksi, dan dakwah Islam perlu beradaptasi dengan perubahan ini untuk tetap relevan dan efektif. Tanpa strategi yang tepat, ada risiko bahwa pesan-pesan keagamaan bisa hilang atau diabaikan di tengah hiruk-pikuk informasi digital. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk menjembatani kesenjangan antara metode dakwah tradisional dan kebutuhan serta karakteristik unik Gen-Z.

Berangkat dari uraian di atas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan, yaitu untuk mengidentifikasi berbagai peluang dan tantangan yang dihadapi dalam menyampaikan dakwah Islam kepada Gen-Z dan merumuskan strategi dakwah yang efektif dan relevan bagi Gen-Z. Dengan memahami karakteristik unik dan pola perilaku Gen-Z, penelitian ini akan mengkaji bagaimana teknologi dan media sosial dapat dimanfaatkan untuk dakwah, serta mengidentifikasi hambatan yang mungkin dihadapi. Begitu juga, strategi yang dirumuskan mencakup pendekatan kreatif dan inovatif dalam penyampaian pesan, serta metode untuk mengatasi tantangan yang ada. Dengan merumuskan strategi yang tepat, dakwah Islam dapat menjadi lebih menarik dan bermakna bagi Gen-Z, membantu mereka untuk lebih memahami dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini menawarkan beberapa kontribusi baru dalam bidang dakwah Islam dalam beberapa hal. Pertama, penelitian ini mengembangkan strategi dakwah yang secara khusus dirancang untuk Gen-Z, memanfaatkan platform dan alat digital yang paling sering mereka gunakan. Ini mencakup analisis mendalam tentang bagaimana berbagai teknologi dapat digunakan secara efektif dalam konteks dakwah. Kedua, selain menyampaikan pesan keagamaan, penelitian ini juga memasukkan aspek literasi digital, membantu Gen-Z untuk menyaring informasi dan menggunakan teknologi dengan bijaksana. Hal ini merupakan pendekatan yang relatif baru dan sangat relevan mengingat tantangan informasi yang ada di era digital. Ketiga, penelitian ini menggabungkan pandangan dari ilmu sosial, teknologi informasi, dan studi keagamaan untuk menciptakan strategi dakwah yang komprehensif dan efektif. Pendekatan ini belum banyak dieksplorasi dalam penelitian dakwah sebelumnya.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat, baik bagi dunia akademis, praktisi dakwah, maupun masyarakat umum. Bagi Akademisi, penelitian ini menyediakan landasan teoritis dan empiris baru mengenai dakwah Islam di era digital, khususnya bagi Gen-Z. Hal ini dapat menjadi referensi penting bagi penelitian lanjutan dalam bidang studi keagamaan dan komunikasi digital. Bagi Praktisi Dakwah, hasil penelitian ini menawarkan panduan praktis bagi dai dan organisasi dakwah dalam merumuskan strategi yang efektif untuk menjangkau dan berkomunikasi dengan Gen-Z. Hal ini mencakup metode kreatif dan teknologi

yang dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas dakwah. Sedangkan bagi Masyarakat Umum, penelitian ini membantu meningkatkan kesadaran tentang pentingnya literasi digital dan bagaimana menggunakan teknologi dengan bijaksana. Dengan dakwah yang lebih relevan dan menarik, Gen-Z diharapkan dapat lebih memahami dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademis yang signifikan, tetapi juga memiliki dampak praktis yang luas dalam meningkatkan efektivitas dakwah Islam di era digital.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis²⁴ untuk mengeksplorasi peluang dan tantangan dakwah Islam bagi Gen-Z, serta menghasilkan rekomendasi strategi yang dapat diterapkan oleh dai dan organisasi Islam. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai hal tersebut. Data dikumpulkan melalui: (1) Observasi Partisipatif, dimana peneliti mengamati secara langsung bagaimana Gen-Z merespon terhadap berbagai bentuk dan strategi dakwah Islam dalam situasi nyata; (2) Dokumentasi, yaitu studi terhadap dokumen dan literatur yang relevan untuk memahami tren dan perkembangan terkini dalam dakwah Islam, serta bagaimana teknologi digital telah mempengaruhi praktik dakwah, khususnya di kalangan Gen-Z²⁵.

2. PEMBAHASAN

2.1. Peluang Dakwah Islam bagi Gen-Z

Di era modern ini, generasi Z atau yang lebih dikenal sebagai Gen-Z, muncul sebagai kelompok demografis yang mendominasi populasi global. Dikenal sebagai generasi digital asli, mereka tumbuh dan berkembang bersama dengan pesatnya perkembangan teknologi dan media sosial. Hal ini menciptakan berbagai peluang unik bagi dakwah Islam untuk menjangkau dan mempengaruhi Gen-Z. Berbagai peluang terbuka bagi dakwah Islam dalam menjangkau Gen-Z, sehingga penting untuk melihat dan memahami cara mereka berinteraksi dengan informasi, serta bagaimana nilai-nilai dan isu-isu yang mereka pedulikan dapat diintegrasikan ke dalam strategi dakwah yang lebih efektif dan berkesinambungan. Beberapa peluang dakwah Islam bagi Gen-Z, di antaranya:

Aksesibilitas dan Jangkauan Luas

Teknologi dan media sosial memberikan aksesibilitas dan jangkauan yang luas untuk dakwah Islam. Hal ini menjadi peluang yang besar untuk mengembangkan dakwah Islam kepada mereka. Platform digital memungkinkan dakwah untuk menjangkau Gen-Z kapan saja dan dimana saja. Tidak ada batasan

²⁴ Nur Hikmatul Auliya et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (CV. Pustaka Ilmu, 2020); Seto Mulyadi, A. M. Heru Basuki, and Hendro Prabowo, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Mixed Method*, Cet. I (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2019).

²⁵ P D Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D," *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, 2017, <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/206060/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d.html>.

waktu atau tempat, sehingga pesan keagamaan bisa diakses oleh Gen-Z sesuai dengan kenyamanan mereka. Mereka dapat mencari, membaca, atau menonton konten dakwah kapan saja mereka mau, baik itu pagi, siang, sore, atau malam hari, tanpa terikat oleh jadwal tertentu.

Media sosial memiliki kemampuan untuk menyebarkan pesan ke seluruh dunia. Dakwah Islam dapat menjangkau audiens internasional, memberikan kesempatan untuk menyebarkan pesan Islam kepada Gen-Z dari berbagai budaya dan latar belakang. Dengan satu postingan atau video, pesan dakwah dapat dilihat oleh jutaan orang di berbagai negara. Hal ini memungkinkan pesan Islam untuk menembus batas-batas geografis dan mencapai Gen-Z di berbagai belahan dunia, mempromosikan pemahaman lintas budaya dan memperluas cakupan dakwah.

Teknologi digital juga memungkinkan interaksi dua arah antara dai dan audiens. Hal ini memungkinkan adanya tanya jawab, diskusi, dan umpan balik langsung, yang dapat memperdalam pemahaman dan keterlibatan Gen-Z dalam topik keagamaan. Melalui fitur komentar, live streaming, dan forum diskusi online, Gen-Z dapat berinteraksi langsung dengan dai, mengajukan pertanyaan, dan mendapatkan penjelasan yang lebih mendalam terkait hukum-hukum agama dan lainnya. Interaktivitas ini menciptakan lingkungan belajar yang dinamis dan membuat dakwah menjadi lebih menarik dan relevan bagi Gen-Z.

Kreativitas dalam Penyampaian Pesan

Teknologi memberikan berbagai alat dan platform yang dapat digunakan secara kreatif untuk menyampaikan pesan dakwah kepada Gen-Z. Generasi ini lebih tertarik pada konten visual seperti video, infografis, dan animasi. Platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram menjadi wadah ideal untuk menciptakan video dakwah yang menarik dan mudah dipahami, memanfaatkan kecenderungan Gen-Z dalam mengonsumsi konten visual secara intens. Selain itu, storytelling atau pengisahan cerita memiliki daya tarik yang kuat bagi Gen-Z. Pesan-pesan keagamaan dapat disampaikan melalui narasi yang menyentuh hati, kisah inspiratif, dan pengalaman pribadi yang relevan. Dengan pendekatan ini, dakwah tidak hanya menjadi instruktif tetapi juga membangun ikatan emosional dengan audiensnya.

Penggunaan memes dan humor juga merupakan peluang efektif yang dapat dimanfaatkan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada Gen-Z. Menggunakan humor yang cerdas dan memes yang relevan dengan konteks keagamaan dapat membuat pesan lebih menarik dan mudah diterima oleh generasi yang terbiasa dengan gaya komunikasi yang santai dan tidak formal.

Kepedulian Sosial dan Partisipasi Aktif

Gen-Z dikenal karena kepedulian sosial mereka dan partisipasi aktif dalam berbagai isu yang dianggap penting bagi mereka. Mereka sering terlibat dalam aktivisme sosial yang mendukung keadilan, kesetaraan, dan keberlanjutan lingkungan. Dakwah Islam yang mampu mengaitkan ajaran agama dengan isu-isu sosial ini memiliki peluang dan potensi besar untuk menarik minat Gen-Z dan

membuat mereka merasa lebih terhubung dengan pesan-pesan keagamaan yang relevan dengan zaman ini.

Selain itu, banyak anggota Gen-Z juga aktif dalam kegiatan sukarela dan kemanusiaan. Mereka terlibat dalam berbagai program volunteering untuk memberikan dampak positif dalam masyarakat. Dakwah Islam dapat mengorganisir program-program sukarelawan yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman, seperti bantuan kemanusiaan, pendidikan untuk anak-anak kurang mampu, atau kegiatan lingkungan yang berkelanjutan. Melalui partisipasi dalam program-program ini, Gen-Z dapat merasakan kontribusi nyata mereka dalam membangun masyarakat yang lebih baik, sekaligus memperdalam pemahaman mereka akan nilai-nilai kemanusiaan yang diajarkan dalam Islam.

Potensi untuk Kegiatan Dakwah Berbasis Komunitas

Keterlibatan dalam komunitas memberikan potensi besar bagi kegiatan dakwah Islam di kalangan Gen-Z. Salah satu pendekatan yang efektif adalah dengan membentuk grup diskusi dan majelis taklim yang dikustomisasi sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Baik secara online maupun offline, ini menjadi sarana untuk mendalami dan berbagi pemahaman agama secara mendalam dalam lingkungan yang terstruktur dan terkontrol.

Komunitas online juga memberikan platform yang sangat berharga. Forum diskusi dan grup media sosial yang fokus pada topik keagamaan tidak hanya memberikan dukungan spiritual dan intelektual, tetapi juga menciptakan rasa kebersamaan di antara Gen-Z. Mereka dapat saling berbagi pengalaman, pertanyaan, dan pemikiran tentang keislaman dalam lingkungan yang santai dan inklusif. Selain itu, kolaborasi dengan influencer yang memiliki pengaruh besar di kalangan Gen-Z juga dapat meningkatkan efektivitas dakwah. Influencer dapat membantu menyebarkan pesan keagamaan dengan cara yang lebih relatable dan menarik bagi audiens mereka. Dengan memanfaatkan cara komunikasi yang akrab dan akses yang luas melalui platform digital, dakwah dapat mencapai lebih banyak orang dan mempengaruhi pemikiran serta perilaku positif dalam komunitas Gen-Z.

Keinginan untuk Memahami Isu-isu Global

Gen-Z menunjukkan minat yang besar dalam memahami isu-isu global dan ingin berkontribusi dalam pemecahan masalah tersebut. Mereka terbuka untuk belajar tentang berbagai tantangan global seperti perubahan iklim, hak asasi manusia, dan perdamaian dunia. Dakwah Islam yang mampu menghubungkan ajaran agama dengan solusi atas isu-isu ini memiliki potensi besar untuk menarik minat mereka, karena memberikan perspektif yang relevan dan aplikatif dalam konteks global saat ini.

Salah satu cara yang efektif untuk mendekati Gen-Z dalam hal ini adalah dengan menyelenggarakan webinar dan seminar online. Acara-acara ini tidak hanya memberikan platform untuk edukasi tentang isu-isu global dari perspektif Islam, tetapi juga memfasilitasi diskusi dan pertukaran pemikiran yang mendalam. Gen-

Z dapat berpartisipasi aktif, bertanya, dan berbagi pandangan mereka, menciptakan pengalaman pembelajaran yang interaktif dan bermakna. Dengan memanfaatkan ketertarikan Gen-Z terhadap isu-isu global dan pendekatan edukatif yang inovatif seperti webinar dan seminar online, dakwah Islam dapat memberikan kontribusi positif dalam membangun pemahaman yang lebih dalam tentang nilai-nilai agama dan relevansinya dalam menanggapi tantangan global di era digital ini.

Kesempatan untuk Pendidikan Keagamaan yang Mendalam

Gen-Z menunjukkan keinginan yang kuat untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang berbagai aspek keagamaan, termasuk Islam. Untuk memenuhi kebutuhan ini, tersedia beberapa kesempatan yang dapat dieksplorasi:

Salah satunya adalah menyediakan kursus online yang komprehensif tentang Islam. Kursus-kursus ini bisa mencakup dari dasar-dasar Islam hingga topik yang lebih mendalam seperti fiqh, sejarah Islam, atau studi Al-Qur'an. Dengan menyediakan materi yang terstruktur dan mudah diakses secara online, ini dapat menjadi cara efektif untuk memfasilitasi pembelajaran yang mendalam bagi Gen-Z.

Selain itu, pengembangan aplikasi pembelajaran juga menjadi solusi yang menarik. Aplikasi ini bisa dirancang dengan fitur-fitur interaktif seperti kuis, materi bacaan, video pembelajaran, dan forum diskusi. Dengan penggunaan teknologi yang mendukung, aplikasi ini dapat memberikan pengalaman belajar yang menyenangkan dan mendidik sekaligus.

Program mentorship juga dapat menjadi pendekatan yang efektif. Melalui program ini, Gen-Z dapat berinteraksi langsung dengan ulama atau cendekiawan Islam. Mentorship ini tidak hanya memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang Islam, tetapi juga memberikan panduan dan nasihat langsung yang berharga dalam pengembangan spiritual dan intelektual mereka. Dengan memanfaatkan peluang-peluang ini, dakwah Islam dapat menjadi lebih efektif dan relevan bagi Gen-Z, membantu mereka memahami dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Tabel 1. Peluang Dakwah Islam bagi Gen-Z

No	Jenis Peluang	Deskripsi
1	Aksesibilitas dan Jangkauan Luas	Teknologi dan media sosial memungkinkan dakwah Islam menjangkau Gen-Z kapan saja dan dimana saja; Pesan dakwah dapat dilihat oleh jutaan orang di berbagai negara; Interaksi dua arah antara dai dan audiens memperdalam pemahaman dan keterlibatan Gen-Z.
2	Kreativitas dalam Penyampaian Pesan	Konten visual seperti video, infografis, dan animasi menarik bagi Gen-Z; Storytelling melalui kisah inspiratif dan pengalaman pribadi; Penggunaan

		memes dan humor yang relevan dengan konteks keagamaan.
3	Kepedulian Sosial dan Partisipasi Aktif	Dakwah Islam yang mengaitkan ajaran agama dengan isu-isu sosial menarik minat Gen-Z; Kegiatan sukarela dan kemanusiaan sesuai dengan nilai-nilai keislaman; Partisipasi dalam program-program sukarelawan memperdalam pemahaman akan nilai-nilai kemanusiaan dalam Islam.
4	Potensi untuk Kegiatan Dakwah Berbasis Komunitas	Pembentukan grup diskusi dan majelis taklim sesuai minat dan kebutuhan Gen-Z; Forum diskusi dan grup media sosial mendukung pertumbuhan spiritual dan intelektual; Kolaborasi dengan influencer meningkatkan efektivitas dakwah.
5	Keinginan untuk Memahami Isu-isu Global	Dakwah Islam yang menghubungkan ajaran agama dengan solusi atas isu-isu global menarik minat Gen-Z; Webinar dan seminar online sebagai platform edukasi tentang isu-isu global dari perspektif Islam; Partisipasi aktif Gen-Z dalam diskusi dan pertukaran pemikiran.
6	Kesempatan untuk Pendidikan Keagamaan yang Mendalam	Penyediaan kursus online yang komprehensif tentang Islam; Pengembangan aplikasi pembelajaran interaktif; Program mentorship dengan ulama atau cendekiawan Islam memberikan panduan dan nasihat langsung.

2.2. Tantangan Dakwah Islam bagi Gen-Z

Dalam menghadapi era digital yang terus berkembang, dakwah Islam dihadapkan pada berbagai tantangan yang unik, terutama dalam konteks Generasi Z (Gen-Z). Sebagai generasi yang terhubung secara digital dan memiliki akses ke beragam informasi, Gen-Z memiliki tantangan tersendiri dalam menerima dan memahami pesan-pesan dakwah Islam. Berbagai aspek seperti pengaruh media sosial, nilai-nilai sekuler yang dominan, serta tantangan dalam mempertahankan identitas keagamaan di tengah pluralitas budaya, semuanya menjadi bagian dari tantangan kompleks yang perlu dipahami dan diatasi dalam usaha menyebarkan dakwah Islam kepada Gen-Z.

Pengaruh Negatif dari Media Sosial

Tantangan yang dihadapi dalam dakwah Islam kepada Gen-Z terkait dengan pengaruh negatif dari media sosial sangat signifikan dan perlu diperhatikan. Media sosial, meskipun memberikan aksesibilitas dan jangkauan yang luas, juga membawa potensi pengaruh yang merugikan. Konten yang tidak bermoral sering kali menjadi perhatian utama. Media sosial sering dipenuhi dengan konten yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti materi yang vulgar, provokatif, atau yang mempromosikan gaya hidup hedonistik. Keberadaan konten semacam ini dapat membingungkan dan mengganggu fokus moralitas

Gen-Z, menghadirkan tantangan dalam mempertahankan integritas nilai-nilai agama dalam kehidupan digital mereka.

Selain itu, cyberbullying dan tekanan sosial di media sosial juga menjadi masalah serius. Gen-Z sering menghadapi perlakuan buruk secara online, yang dapat berdampak negatif pada kesejahteraan mental mereka. Hal ini dapat mengurangi minat mereka dalam aktivitas keagamaan atau membuat mereka cenderung menjauh dari interaksi positif dalam komunitas keagamaan.

Fenomena "FOMO" (*Fear of Missing Out*) atau ketakutan untuk ketinggalan tren juga menjadi faktor yang signifikan. Gen-Z sering kali merasa perlu untuk selalu terhubung dengan media sosial, takut akan ketinggalan informasi atau kegiatan terbaru. Dampaknya adalah mereka dapat menghabiskan terlalu banyak waktu di platform ini, mengurangi waktu yang tersedia untuk praktik keagamaan dan refleksi spiritual. Oleh karena itu, dalam menghadapi tantangan ini, pendekatan dakwah Islam perlu mempertimbangkan strategi untuk mengurangi dampak negatif media sosial, sambil tetap memanfaatkan potensi positifnya untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan yang relevan dan inspiratif bagi Gen-Z.

Kurangnya Fokus pada Praktik Keagamaan

Kurangnya fokus pada praktik keagamaan menjadi isu serius yang dihadapi Gen-Z dalam era teknologi digital. Berikut adalah beberapa dampak utama yang perlu diperhatikan: Distraksi Berlebihan merupakan tantangan utama. Gen-Z sering kali terganggu oleh pemberitahuan konstan dari perangkat digital mereka, seperti pesan masuk, notifikasi media sosial, atau panggilan telepon. Gangguan ini dapat mengganggu konsentrasi mereka selama ibadah atau saat mereka sedang belajar tentang agama, mengurangi kedalaman pengalaman spiritual dan pemahaman agama.

Konsumsi Konten yang Tidak Produktif juga menjadi masalah serius. Gen-Z cenderung menghabiskan waktu untuk konsumsi konten yang tidak produktif atau hiburan semata di platform digital. Hal ini dapat mengurangi waktu yang seharusnya mereka habiskan untuk kegiatan keagamaan seperti salat, membaca Al-Quran, atau menghadiri majelis ilmu. Ketergantungan pada hiburan digital yang tidak terkontrol bisa mengarah pada kurangnya peningkatan spiritual dan pemahaman mendalam terhadap ajaran agama.

Menghadapi tantangan ini, penting bagi pendekatan dakwah Islam untuk menyertakan strategi yang meminimalkan distraksi digital dan mengalihkan perhatian Gen-Z kembali kepada praktik keagamaan yang bermakna. Ini bisa meliputi edukasi tentang manajemen waktu digital yang lebih baik, promosi konten agama yang menarik secara visual dan informatif, serta menciptakan lingkungan online yang mendukung bagi pertumbuhan spiritual mereka.

Nilai-nilai yang Bertentangan dengan Ajaran Islam

Gen-Z menghadapi tantangan signifikan dalam menjaga keselarasan dengan ajaran Islam di tengah masyarakat yang semakin sekuler dan materialistis. Beberapa nilai yang bertentangan dengan ajaran Islam yang perlu diperhatikan adalah:

Individualisme dan Hedonisme, yang ditekankan dalam budaya sekuler, sering kali menekankan pemenuhan keinginan pribadi dan pencapaian individu atas segala hal. Hal ini bertentangan dengan ajaran Islam yang menekankan kebersamaan, pengorbanan, dan kerendahan hati sebagai nilai yang utama dalam membangun komunitas dan mencari keberkahan.

Konsumerisme, yang didorong oleh materialisme, mendorong individu untuk mengejar kekayaan dan kemewahan materi. Hal ini dapat mengalihkan perhatian dari nilai-nilai spiritual yang esensial dalam Islam, seperti kesederhanaan, sedekah, dan tidak tergantung pada benda materi sebagai sumber kebahagiaan.

Relativisme Moral, yang umum dalam pendekatan sekuler, sering kali menekankan bahwa standar moral dan etika bersifat relatif dan tergantung pada situasi dan pandangan masing-masing individu. Hal ini bertentangan dengan pandangan Islam yang memiliki standar moral yang jelas berdasarkan wahyu dan ajaran-Nya, serta menekankan pentingnya mematuhi prinsip-prinsip moral yang tetap dan universal.

Dalam menghadapi nilai-nilai yang bertentangan ini, dakwah Islam perlu mengedepankan pendekatan yang edukatif dan memberdayakan Gen-Z untuk memahami relevansi nilai-nilai Islam dalam konteks zaman modern. Ini meliputi penyampaian yang persuasif dan kontekstual tentang nilai-nilai spiritual, edukasi yang mendalam tentang prinsip-prinsip moral Islam, serta pembangunan kesadaran akan dampak negatif dari budaya sekuler dan materialistik terhadap kehidupan spiritual dan sosial.

Tantangan dalam Mempertahankan Identitas Keagamaan

Mempertahankan identitas keagamaan di tengah pengaruh sekularisme dan materialisme merupakan tantangan serius bagi Gen-Z. Tekanan dari teman sebaya sering kali menjadi salah satu faktor utama yang menghadang mereka. Teman sebaya sering mempengaruhi Gen-Z untuk mengikuti tren sekuler dan materialistik, yang dapat membuat mereka meragukan komitmen mereka terhadap nilai-nilai keagamaan yang mereka anut.

Selain itu, Gen-Z mungkin mengalami dualisme identitas yang kompleks. Mereka berada dalam posisi di mana mereka harus mempertahankan keberadaan mereka sebagai Muslim yang taat, sementara juga merasa terdorong untuk memenuhi ekspektasi sosial yang lebih sekuler dan materialistik. Konflik identitas seperti ini bisa menyebabkan kebingungan batin dan stres yang signifikan, karena mereka berusaha menemukan keseimbangan antara tuntutan agama dan tekanan dari lingkungan sekitar mereka.

Dalam menghadapi tantangan ini, pendekatan dakwah Islam perlu memperkuat kesadaran akan pentingnya mempertahankan identitas keagamaan di tengah dinamika sosial yang terus berubah. Ini termasuk memberdayakan Gen-Z dengan pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai Islam, membimbing mereka dalam menghadapi tekanan sosial dari teman sebaya, dan memberikan dukungan yang kuat untuk mengatasi konflik identitas yang mungkin mereka hadapi.

Perbedaan Pandangan dalam Menerima Dakwah

Keberagaman budaya dan nilai dalam masyarakat modern memainkan peran penting dalam cara Gen-Z menerima dakwah Islam. Pertama, pluralitas budaya yang mereka alami membawa pengaruh yang signifikan. Gen-Z tumbuh dalam lingkungan yang multikultural, di mana mereka terpapar dengan berbagai pandangan dan praktik keagamaan dari berbagai tradisi. Hal ini dapat membuat mereka lebih terbuka terhadap keragaman dalam dakwah Islam, karena mereka sudah terbiasa dengan pengalaman dan perspektif yang beragam.

Namun, tantangan juga hadir dalam bentuk kritik dan skeptisisme. Paparan Gen-Z terhadap berbagai ideologi, filosofi, dan informasi melalui media sosial dan internet dapat membuat mereka lebih kritis terhadap setiap bentuk dakwah, termasuk dakwah Islam. Mereka cenderung mencari kebenaran sendiri melalui validasi personal dan berbagai sumber informasi yang tersedia. Oleh karena itu, dakwah Islam perlu disampaikan dengan pendekatan yang lebih intelektual, dialogis, dan mempertimbangkan konteks budaya serta nilai-nilai yang mereka anut.

Dalam menghadapi perbedaan pandangan ini, penting untuk membangun jembatan komunikasi yang kuat dan saling pengertian antara para da'i dan Gen-Z. Hal ini melibatkan pendekatan yang menghormati dan memahami latar belakang budaya serta perspektif mereka, sambil tetap meneguhkan nilai-nilai universal Islam dengan cara yang relevan dan aplikatif dalam kehidupan sehari-hari Gen-Z.

Adaptasi Pesan Dakwah Sesuai Konteks Budaya

Adaptasi pesan dakwah sesuai dengan konteks budaya sangat penting untuk memastikan efektivitas dalam menjangkau Gen-Z. Pertama, penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka menjadi kunci. Gen-Z lebih responsif terhadap komunikasi yang santai dan akrab, sehingga dakwah yang menggunakan bahasa formal atau kuno mungkin kurang efektif dalam mencapai mereka.

Selain itu, kontekstualisasi nilai-nilai Islam dalam kerangka isu-isu yang dianggap penting oleh Gen-Z juga krusial. Misalnya, mengaitkan ajaran Islam dengan isu keadilan sosial, pelestarian lingkungan, teknologi, dan lain sebagainya. Hal ini tidak hanya membuat pesan dakwah lebih relevan, tetapi juga memperlihatkan bahwa Islam memiliki jawaban yang dapat diterapkan dalam konteks zaman sekarang. Dengan demikian, dakwah dapat menjadi lebih menarik dan dapat diterima dengan baik oleh Gen-Z, mengingat mereka sangat peka terhadap isu-isu global dan lokal yang mempengaruhi kehidupan mereka.

Tabel 2. Tantangan Dakwah Islam bagi Gen-Z

No	Jenis Tantangan	Deskripsi
1	Pengaruh Negatif dari Media Sosial	Konten Tidak Bermoral, Cyberbullying dan Tekanan Sosial, FOMO

2	Kurangnya Fokus pada Praktik Keagamaan	Distraksi Berlebihan, Konsumsi Konten yang Tidak Produktif
3	Nilai-nilai yang Bertentangan dengan Ajaran Islam	Individualisme dan Hedonisme, Konsumerisme, Relativisme Moral
4	Tantangan dalam Mempertahankan Identitas Keagamaan	Tekanan Teman Sebaya, Dualisme Identitas
5	Perbedaan Pandangan dalam Menerima Dakwah	Pluralitas Budaya, Kritik dan Skeptisisme
6	Adaptasi Pesan Dakwah Sesuai Konteks Budaya	Bahasa dan Komunikasi yang Relevan, Kontekstualisasi Nilai Islam dalam Isu-isu Keadilan Sosial, Lingkungan, Teknologi, dan lain sebagainya.

Dengan memahami dan mengatasi tantangan-tantangan tersebut di atas (Tabel 2), dakwah Islam dapat lebih efektif dalam menjangkau dan mempengaruhi Gen-Z, membantu mereka untuk tetap berpegang teguh pada ajaran Islam di tengah perubahan sosial dan teknologi yang cepat.

2.3. Strategi Dakwah Islam bagi Gen-Z

Strategi dakwah Islam Gen-Z memerlukan pendekatan yang cerdas dan inovatif mengingat karakteristik dan pengaruh yang unik dari generasi ini. Gen-Z tumbuh dalam era digital yang sangat terhubung dan dipenuhi dengan konten visual serta interaktif. Untuk efektif menjangkau dan menginspirasi Gen-Z dalam memahami dan menerima pesan-pesan keagamaan, strategi dakwah perlu disesuaikan dengan preferensi dan gaya hidup mereka yang dinamis. Berdasarkan peluang yang dan tantangan yang dihadapi, berbagai strategi dapat diterapkan, diantaranya:

Pembuatan Konten Kreatif dan Menarik

Untuk menarik perhatian Gen-Z yang terbiasa dengan konten visual dan interaktif, dakwah Islam harus disampaikan dengan cara yang kreatif dan menarik:

- **Video Edukatif dan Inspiratif, yaitu dengan** membuat video pendek yang mengandung pesan-pesan keagamaan, kisah inspiratif, atau ceramah singkat dapat menarik perhatian Gen-Z. Platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram dapat digunakan untuk menyebarkan konten ini.
- **Infografis dan Meme, yaitu dengan** menggunakan infografis dan meme untuk menyampaikan informasi keagamaan dalam format yang mudah

dipahami dan menarik. Konten ini bisa dibagikan di media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

- **Podcast dan Webinar, yaitu dengan** menyelenggarakan podcast dan webinar tentang topik-topik keagamaan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari Gen-Z. Ini memberikan kesempatan bagi mereka untuk belajar sambil melakukan aktivitas lain.

Penggunaan Platform Digital untuk Penyebaran Dakwah

Platform digital dapat digunakan secara efektif untuk menyebarkan dakwah kepada Gen-Z:

- **Media Sosial, yaitu dengan** memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter untuk menyebarkan pesan dakwah secara luas. Konten yang disesuaikan dengan format dan audiens masing-masing platform akan lebih efektif.
- **Website dan Blog, yaitu dengan** membuat website dan blog yang berisi artikel, video, dan materi edukatif lainnya tentang Islam. Ini dapat menjadi sumber informasi yang dapat diakses kapan saja oleh Gen-Z.
- **Aplikasi Mobile, yaitu dengan** mengembangkan aplikasi mobile yang menyediakan konten keagamaan, jadwal salat, Al-Quran digital, dan fitur interaktif lainnya. Aplikasi ini bisa menjadi alat bantu yang berguna bagi Gen-Z dalam memperdalam pemahaman agama mereka.

Pengembangan Kursus Online dan Aplikasi Islam

Mengembangkan kursus online dan aplikasi Islam yang menyediakan materi pendidikan yang mendalam dan terstruktur:

- **Kursus Online, yaitu dengan** menyediakan kursus online tentang berbagai aspek ajaran Islam, mulai dari dasar-dasar hingga topik yang lebih mendalam. Kursus ini bisa mencakup video pembelajaran, tugas, dan ujian untuk memastikan pemahaman yang baik.
- **Aplikasi Pembelajaran, yaitu dengan** mengembangkan aplikasi pembelajaran interaktif yang mencakup kuis, materi bacaan, video pembelajaran, dan fitur interaktif lainnya. Aplikasi ini dapat membantu Gen-Z belajar tentang Islam dengan cara yang menyenangkan dan efektif.

Forum Diskusi dan Q&A Interaktif

Menyediakan platform untuk diskusi dan tanya jawab interaktif:

- **Forum Online, yaitu dengan** membentuk forum online di mana Gen-Z dapat berdiskusi tentang berbagai topik keagamaan, berbagi pengetahuan, dan belajar dari satu sama lain. Moderator dapat memastikan diskusi tetap sesuai dengan ajaran Islam.
- **Sesi Q&A, yaitu dengan** menyelenggarakan sesi tanya jawab secara live di media sosial atau platform video conferencing seperti Zoom. Ini memungkinkan Gen-Z untuk mengajukan pertanyaan langsung kepada ulama atau ahli agama dan mendapatkan jawaban secara real-time.

Kegiatan Sosial dan Amal Berbasis Keagamaan

Mendorong Gen-Z untuk terlibat dalam kegiatan sosial dan amal yang berbasis keagamaan:

- **Program Sukarelawan, yaitu dengan** menyelenggarakan program sukarelawan yang mengajak Gen-Z untuk terlibat dalam kegiatan sosial dan kemanusiaan. Program ini bisa mencakup bantuan untuk masyarakat yang membutuhkan, kampanye lingkungan, dan kegiatan amal lainnya.
- **Proyek Amal, yaitu dengan** melibatkan Gen-Z dalam proyek amal yang mengumpulkan dana atau sumber daya untuk membantu sesama. Ini tidak hanya memperkuat ikatan sosial, tetapi juga menanamkan nilai-nilai keislaman tentang kepedulian dan berbagi.

Program Mentorship dan Keterlibatan Aktif dalam Komunitas

Membangun program mentorship dan mendorong keterlibatan aktif dalam komunitas:

- **Program Mentorship, yaitu dengan** menyediakan program mentorship di mana Gen-Z dapat belajar dari ulama atau cendekiawan Islam yang lebih berpengalaman. Mentorship ini bisa membantu mereka mendapatkan bimbingan spiritual dan intelektual yang mendalam.
- **Komunitas Online dan Offline, yaitu dengan** membentuk komunitas online dan offline yang mendukung perkembangan spiritual Gen-Z. Komunitas ini bisa menyelenggarakan berbagai kegiatan seperti kajian, diskusi, dan kegiatan sosial.

Edukasi tentang Penyaringan Informasi

Memberikan edukasi kepada Gen-Z tentang cara menyaring informasi yang mereka terima:

- **Literasi Digital, yaitu dengan** mengajarkan literasi digital agar Gen-Z dapat membedakan antara informasi yang akurat dan hoaks. Ini bisa dilakukan melalui workshop, artikel edukatif, dan konten video.
- **Sumber Terpercaya, yaitu dengan** mendorong Gen-Z untuk mencari informasi keagamaan dari sumber yang terpercaya dan diakui. Memberikan daftar referensi ulama dan platform yang dapat dipercaya.

Program Manajemen Waktu dan Fokus

Membantu Gen-Z mengelola waktu dan fokus mereka dengan lebih baik:

- **Workshop Manajemen Waktu, yaitu dengan** menyelenggarakan workshop tentang manajemen waktu yang efektif, termasuk cara mengatur waktu untuk ibadah, belajar, dan kegiatan lainnya.
- **Aplikasi Manajemen Waktu, yaitu dengan** mengembangkan atau merekomendasikan aplikasi manajemen waktu yang dapat membantu Gen-Z mengatur jadwal mereka dengan lebih baik, termasuk pengingat untuk salat dan kegiatan keagamaan lainnya.

Tabel 3. Strategi Dakwah Islam bagi Gen-Z

No	Jenis Strategi	Poin-poin Strategi
1	Pembuatan Konten Kreatif dan Menarik	Video edukatif dan inspiratif; Infografis dan meme; Podcast dan webinar tentang topik-topik keagamaan.
2	Penggunaan Platform Digital untuk Penyebaran Dakwah	Media sosial (Instagram, Facebook, TikTok, Twitter); Website dan blog berisi artikel dan video edukatif; Aplikasi mobile dengan konten keagamaan dan fitur interaktif.
3	Pengembangan Kursus Online dan Aplikasi Islam	Kursus online tentang berbagai aspek ajaran Islam; Aplikasi pembelajaran interaktif dengan kuis, materi bacaan, dan video pembelajaran.
4	Forum Diskusi dan Q&A Interaktif	Forum online untuk diskusi topik keagamaan; Sesi Q&A live di media sosial atau platform video conferencing seperti Zoom.
5	Kegiatan Sosial dan Amal Berbasis Keagamaan	Program sukarelawan untuk kegiatan sosial dan kemanusiaan; Proyek amal yang melibatkan pengumpulan dana atau sumber daya untuk membantu sesama.
6	Program Mentorship dan Keterlibatan Aktif dalam Komunitas	Program mentorship dengan ulama atau cendekiawan Islam; Pembentukan komunitas online dan offline yang mendukung perkembangan spiritual Gen-Z.
7	Edukasi tentang Penyaringan Informasi	Literasi digital untuk membedakan informasi yang akurat dan hoaks; Mendorong pencarian informasi keagamaan dari sumber terpercaya.
8	Program Manajemen Waktu dan Fokus	Workshop manajemen waktu efektif; Aplikasi manajemen waktu dengan pengingat untuk salat dan kegiatan keagamaan lainnya

Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut di atas, dakwah Islam dapat lebih efektif dalam menjangkau dan mempengaruhi Gen-Z, membantu mereka untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari mereka.

3. KESIMPULAN

Penelitian ini mengidentifikasi beberapa peluang dan tantangan utama dalam dakwah Islam bagi Gen-Z. Di antara peluang yang utama adalah adanya teknologi dan media sosial yang menawarkan aksesibilitas yang luas dan alat kreatif untuk menyampaikan pesan. Keterlibatan Gen-Z dalam isu sosial dan partisipasi aktif dalam komunitas juga memberikan peluang untuk dakwah berbasis aksi nyata. Selain itu, keingintahuan dan keterbukaan terhadap pembelajaran mendalam tentang isu-isu global memberikan kesempatan untuk

pendidikan keagamaan yang komprehensif. Selain peluang, juga terdapat **tantangan yang mesti dihadapi, yaitu adanya distraksi** dari media sosial dan teknologi, pengaruh sekularisme dan materialisme, serta keberagaman budaya dan nilai menjadi tantangan yang signifikan. Gen-Z sering teralih oleh konten non-religius, menghadapi tekanan untuk mengikuti nilai-nilai sekuler, dan mengalami kesulitan dalam mempertahankan identitas keagamaan mereka di tengah keberagaman pandangan. Strategi yang diidentifikasi sebagai efektif dalam dakwah Islam bagi Gen-Z meliputi:

- **Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial, melalui** konten kreatif dan menarik, serta memanfaatkan platform digital untuk penyebaran dakwah.
- **Pendekatan Edukatif dan Mendalam, , melalui** kursus online dan aplikasi Islam, serta menyediakan forum diskusi dan sesi tanya jawab interaktif.
- **Penguatan Komunitas dan Keterlibatan Sosial, , melalui** kegiatan sosial dan amal berbasis keagamaan, serta program mentorship dan keterlibatan aktif dalam komunitas.
- **Mengatasi Tantangan, melalui** edukasi tentang penyaringan informasi dan program manajemen waktu dan fokus.

Implikasi Praktis

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi praktis untuk dai dan organisasi Islam meliputi:

- **Adaptasi Metode Dakwah, dimana** dai dan organisasi Islam perlu mengadaptasi metode dakwah mereka untuk memanfaatkan teknologi dan media sosial secara efektif. Ini termasuk memproduksi konten yang sesuai dengan preferensi Gen-Z dan menggunakan platform yang mereka gunakan.
- **Pendidikan dan Pelatihan, yaitu** memberikan pelatihan tentang literasi digital dan cara membuat konten kreatif yang efektif dapat membantu dai menyampaikan pesan mereka dengan lebih baik.
- **Fokus pada Keterlibatan Sosial, yaitu dengan** mengorganisir kegiatan sosial dan amal yang melibatkan Gen-Z dapat memperkuat hubungan mereka dengan komunitas dan ajaran Islam.

Langkah-langkah konkret yang dapat diambil untuk mengimplementasikan strategi dakwah yang efektif meliputi:

- **Membuat Rencana Konten, yaitu** menyusun rencana konten yang mencakup berbagai format seperti video, infografis, podcast, dan artikel, serta mengatur jadwal publikasi yang konsisten di platform media sosial.
- **Mengembangkan Program Edukasi, yaitu** merancang kursus online dan aplikasi yang menawarkan pembelajaran mendalam tentang Islam. Juga, mengadakan sesi tanya jawab dan diskusi interaktif secara reguler.
- **Melibatkan Gen-Z dalam Kegiatan Sosial, yaitu** membentuk program sukarelawan dan proyek amal yang mengajak Gen-Z untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan keagamaan dan sosial.
- **Edukasi Literasi Digital, yaitu** mengadakan workshop dan seminar untuk meningkatkan literasi digital di kalangan dai dan Gen-Z, membantu mereka menyaring informasi dan memanfaatkan teknologi dengan bijak.

Keterbatasan dan Saran Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dalam beberapa hal. Pertama, temuan dari penelitian ini mungkin tidak sepenuhnya dapat digeneralisasikan ke populasi Gen-Z secara keseluruhan karena fokus pada konteks dan karakteristik yang mungkin berbeda di setiap daerah atau negara. Kedua, penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dapat membatasi generalisasi temuan secara luas. Metode pengumpulan data seperti wawancara dan analisis literatur mungkin tidak mencakup semua variasi dan perspektif yang ada di kalangan Gen-Z. Ketiga, keterbatasan waktu dan sumber daya merupakan faktor yang membatasi dalam melakukan penelitian yang lebih mendalam dan luas tentang berbagai aspek dakwah Islam bagi Gen-Z.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi komparatif antara berbagai konteks sosial, budaya, dan geografis untuk memahami perbedaan dalam penerimaan dan respons Gen-Z terhadap dakwah Islam. Selain itu, juga disarankan untuk mengintegrasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang preferensi, kebutuhan, dan tantangan yang dihadapi Gen-Z dalam konteks dakwah Islam. Begitu juga, melakukan penelitian longitudinal untuk melacak perubahan sikap, perilaku, dan persepsi Gen-Z terhadap dakwah Islam dari waktu ke waktu, khususnya dalam respons terhadap strategi dakwah yang diterapkan, serta menyelidiki lebih lanjut dampak teknologi, media sosial, dan penggunaan internet terhadap pemahaman dan praktik keagamaan Gen-Z, serta strategi yang efektif untuk mengatasi tantangan yang muncul dari penggunaan teknologi ini, menjadi agenda ke depan yang dapat dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Qomar, and Dudi Badruzaman. "Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital." *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3, no. 2 (2023): 152–62.
- Agung, Deatri Arumsari, Monica Adjeng Erwita, Dirgantara Dahana Mokoginta, Gesti Memarista, Aldo Hardi Sancoko, Andy Pratama Sulisty, Natalia Kristina, Alpi Mawasti, and Visi Saujaningati Kristyanto. "Community Engagement For Development: Gen Z as The Agent of Innovation to Achieve SDGs." *PeKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 2 (2022): 159–70.
- Amanah, Siti, Dwi Sadono, Anna Fatchiya, Asri Sulistiawati, Titania Aulia, and Annisa Utami Seminar. "Strengthening the Competencies of Gen-Z Students as Future Change Agents: Learning from Extension Science and Communication of Innovation Course (KPM121C)." *International Journal of Information and Education Technology* 13, no. 10 (2023): 1646–55.
- Arnold, Stephen. "E-Learning in PreK-3: What Happens When Gen X Designers Create Online Tutorials for Gen Z Learners?" In *Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*, 1260–64. Association for the Advancement of Computing in Education (AACE), 2017.
- Auliya, Nur Hikmatul, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari

- Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, and Ria Rahmatul Istiqomah. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu, 2020.
- Bhalla, Rohan, Pinaz Tiwari, and Nimit Chowdhary. "Digital Natives Leading the World: Paragons and Values of Generation Z." In *Generation Z Marketing and Management in Tourism and Hospitality: The Future of the Industry*, 3-23. Springer, 2021.
- Boffone, Trevor. "Do You Want to Make a TikTok? Is It Time to BeReal?: Gen Z, Social Media, and Digital Literacies." *Journal of Language & Literacy Education* 18, no. 2 (2022): 1-7.
- Bratina, Danijel, and Armand Faganel. "Understanding Gen Z and Gen X Responses to Influencer Communications." *Administrative Sciences* 14, no. 2 (2024): 33.
- Gawda, Barbara, and Adrian Korniluk. "Multitasking among Modern Digital Generations Y and Z." *Journal of Modern Science* 49, no. 2 (2022): 421-30.
- GoodStats. "Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z," 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>.
- Iskandar, Hasyim. "Dakwah Digital Dari Gen Z Untuk Gen Z (Gerakan Dakwah Media Pesantren)." *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3, no. 1 (2023).
- Karina, Mercia, Nabila Salsa Bila, Risa Primantari, Juki Danis Tara, Alya Fitri Rahmawati, Nova Wisnu Murti, Muhammad Andre Qintara, Febriana Hanifah, Dian Wahyuni, and Melisa Vindi Novita. *Gen Z Insights: Perspective on Education*. Unisri Press, 2021.
- Kertati, Indra. "Wawasan Kebangsaan Generasi Gen-Z." *Mimbar Administrasi* 15, no. 2 (2018): 32-51.
- Kurniawaty, Julia Bea, and Santyo Widayatmo. "Nasionalisme Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Bagi Generasi Z Indonesia." *JAGADDHITA: Jurnal Kebhinnekaan Dan Wawasan Kebangsaan* 3, no. 2 (2024): 42-50.
- Laka, Laurensius, Rafik Darmansyah, Loso Judijanto, Justin Foera-era Lase, Farid Haluti, Febti Kuswanti, and Kalip Kalip. *Pendidikan Karakter Gen Z Di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Mihelič, Katarina Katja, Vivien Kim Geok Lim, and Barbara Culiberg. "Cyberloafing among Gen Z Students: The Role of Norms, Moral Disengagement, Multitasking Self-Efficacy, and Psychological Outcomes." *European Journal of Psychology of Education* 38, no. 2 (2023): 567-85.
- Mulyadi, Seto, A. M. Heru Basuki, and Hendro Prabowo. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Mixed Method*. Cet. I. Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2019.
- Nikmah, Faridhatun. "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial." *Muðsarrah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 2, no. 1 (2020): 45-52.
- Raslie, Humaira. "Gen Y and Gen Z Communication Style." *Studies of Applied Economics* 39, no. 1 (2021).
- Sakitri, Galih. "Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!" In *Forum Manajemen*, 35:1-10, 2021.
- Serbanescu, Anca. "Millennials and the Gen Z in the Era of Social Media." *Social Media, Technology, and New Generations: Digital Millennial Generation and*

- Generation Z 61* (2022).
- Soleh, Muhammad, and Irfan Kuncoro. "Menggali Budaya Baru Dan Implikasinya Bagi Keagamaan Gen-Z: Perspektif Sosiologi Dan Antropologi Masyarakat Di Era Kontemporer." *Al Irsyad: Jurnal Studi Islam* 2, no. 2 (2023): 83-92.
- Staniyah, Alfi Mardhiyatus, Nur Efendi, and Kojin Mashudi. "Digitalisasi Dakwah: Tantangan Dan Strategi Menginspirasi Di Era Teknologi." *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 4 (2024): 1830-46.
- Sugiyono, P D. "Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D." Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 2017. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/206060/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d.html>.
- Suharyono, Yakobus. "Bridging Digital Communication Amongst Digital Natives." *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2022): 21-30.
- Ummah, Athik Hidayatul, M Khairul Khatoni, and M Khairurromadhan. "Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan." *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 12, no. 2 (2020): 210-34.
- Uyuni, Badrah. *Media Dakwah Era Digital*. Penerbit Assofa, 2023.
- Wibowo, Ari. "Dakwah Berbasis Media Dan Komunikasi Visual." *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 2, no. 2 (2021): 179-98.
- Wijaya, Ardiansyah, and Muktarruddin Muktarruddin. "Gaya Komunikasi Akun Tiktok@ Msalbaniquotes Dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Islam Di Kalangan Gen-Z." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 18, no. 3 (2024): 1966-77.