

## Peran Dakwah Digital dalam Menanamkan Kesadaran Beragama bagi Remaja Generasi Z

Muhammad Alfito Deanoza H.<sup>1\*</sup>, Nindya Alya Ramiza U.<sup>2</sup>, Nasywa Annisi Lillah<sup>3</sup>, Abdul Fadhil<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup>Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

E-Mail : [muhammad.alfito1@mhs.unj.ac.id](mailto:muhammad.alfito1@mhs.unj.ac.id)<sup>1</sup>, [nindya.alya@mhs.unj.ac.id](mailto:nindya.alya@mhs.unj.ac.id)<sup>2</sup>, [nasywa.annisi@mhs.unj.ac.id](mailto:nasywa.annisi@mhs.unj.ac.id)<sup>3</sup>, [abdul\\_fadhil@unj.ac.id](mailto:abdul_fadhil@unj.ac.id)<sup>4</sup>

Alamat Kampus : Jl. R.Mangun Muka Raya No.11, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220

Korespondensi penulis: [muhammad.alfito1@mhs.unj.ac.id](mailto:muhammad.alfito1@mhs.unj.ac.id)\*

**Abstract.** *In the era of globalization, the internet and social media play an important role in many ways. The rise of various social media platforms has paved the way for preachers to preach virtually, with target audiences such as Generation Z teenagers. The purpose of this study is to examine the role of digital da'wah in shaping religious understanding and awareness for Generation Z teenagers. Digital da'wah, which involves platforms such as YouTube, Instagram, TikTok, and Spotify, is the main channel in spreading religious messages to Generation Z teenagers. This research uses a qualitative method with a case study approach and in-depth interviews with Generation Z teenagers who actively access social media. The results showed that digital da'wah plays a major role in improving adolescents' religious understanding, providing easy access to religious materials, and shaping positive behavior in accordance with Islamic values. However, challenges such as content that is not in accordance with religious teachings, as well as the influence of social media that can affect the mindset of teenagers, also need attention.*

**Keywords :** *digital da'wah, generation Z, religious consciousness, teenagers*

**Abstrak.** Di era globalisasi, internet dan media sosial memainkan peran penting untuk berbagai hal. Maraknya berbagai platform media sosial telah membuka jalan bagi para pendakwah untuk berdakwah secara virtual, dengan target audiens seperti remaja Generasi Z. Tujuan penelitian ini adalah mengkaji peran dakwah digital dalam membentuk pemahaman dan kesadaran dalam beragama bagi remaja Generasi Z. Dakwah digital yang melibatkan platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Spotify, menjadi saluran utama dalam menyebarkan pesan agama kepada remaja Generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan wawancara mendalam terhadap remaja Generasi Z yang aktif mengakses media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital berperan besar dalam meningkatkan pemahaman agama remaja, memberikan akses mudah terhadap materi keagamaan, dan membentuk perilaku positif sesuai dengan nilai-nilai Islam. Namun, tantangan seperti konten yang tidak sesuai dengan ajaran agama, serta pengaruh media sosial yang dapat mempengaruhi pola pikir remaja, juga perlu mendapat perhatian.

**Kata Kunci :** dakwah digital, generasi Z, kesadaran beragama, remaja

### 1. LATAR BELAKANG

Dakwah merupakan istilah dalam bahasa Arab yang artinya adalah ajakan. Dakwah merupakan suatu kegiatan yang memiliki sifat menyerukan, mengajak serta memanggil manusia untuk beriman serta taat pada Allah SWT, berakhlak serta syariat Islam dengan penuh kesadaran dan secara terencana. Dakwah bertujuan untuk dapat mencapai kebahagiaan yang ada di dunia serta di akhirat.

Dakwah juga tidak hanya dilakukan di atas mimbar atau di masjid saja, tetapi dakwah juga bisa dilakukan di berbagai media yang tersedia. Contohnya di era sekarang, dakwah bisa dilakukan dengan membuat konten. Audiens dapat mengakses dakwah secara digital di platform media sosial, seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Spotify.

Generasi Z adalah generasi yang lahir setelah tahun 2000. Generasi Z merupakan peralihan dari Generasi Y pada saat teknologi sedang berkembang pesat. Para da'i harus memiliki kreativitas dan inovasi yang bagus dalam mengemas konten-konten dakwah yang hendak disampaikan, karena para generasi Z lebih tertarik pada konten-konten yang dikemas secara inovatif. Pendekatan dakwah dengan digitalisasi ini berhasil merangkul Generasi Z dengan hidupnya yang tidak bisa lepas dari dunia digital. (Weny Maulida Nabila et al., 2023)

Dengan hal ini, diharapkan bagi para pendakwah dapat mulai berdakwah dengan media digital, karena pada zaman ini banyak remaja yang menggunakan media digital untuk kegiatan sehari-harinya.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Dakwah**

Kata dakwah berasal dari bahasa 'Arab yakni da'a yad'u, yang berarti ajakan, seruan atau panggilan. Sedangkan menurut istilah, dakwah mengandung Upaya menyebarluaskan kebenaran dan mengajak orang lain untuk mempercayainya. Menurut Kustadi Suhandang, dalam dakwah manusia diseru untuk mendakwahi orang lain untuk berbuat kebajikan yakni pengendalian sosial yang dilakukan untuk mengatasi atau mencegah terjadinya perilaku menyimpang di masyarakat. Jika diartikan secara umum dakwah berarti mengajak atau menyeru kepada hal yang lebih baik. Dalam Ensiklopedia Islam, istilah "Dakwah" mencakup kumpulan perbuatan mulia yang bertujuan untuk menginspirasi individu untuk memeluk dan setia tunduk pada bimbingan Allah SWT, sesuai dengan ajaran suci Islam. Menurut KBBI yang terhormat, Dakwah mencakup ikhtiar mulia menyebarkan dan menyebarkan ilmu agama di kalangan masyarakat, dengan maksud untuk membina penerimaan, perolehan ilmu, dan pelaksanaan praktis dari ajaran suci tersebut. Pentingnya kegiatan dakwah dalam pemajuan dan penyebaran Islam tidak bisa diabaikan. Penyebaran Islam di seluruh dunia dan penyebaran kehidupan yang lebih memuaskan saling terkait erat dengan aktivitas dakwah. Hal ini menyoroti peran penting kegiatan dakwah dalam kemajuan dan berkembangnya iman Islam. Seiring dengan pergeseran dan evolusi waktu, menjadi penting bagi setiap individu untuk beradaptasi dan menerima perubahan yang ada di sekitar mereka. Di masa kita saat ini, kemajuan teknologi yang pesat telah memunculkan cara hidup baru, yang sangat berdampak

pada rutinitas kita sehari-hari. Dari komunikasi jarak jauh yang mudah hingga akses tanpa batas terhadap pengetahuan, teknologi telah merevolusi cara kita berinteraksi dengan dunia. (Fajrussalam et al., 2024)

### **Digital**

Pengertian umum digital adalah suatu gambaran terkait keadaan bilangan yang di dalamnya terdiri dari angka 0 dan 1, atau off dan on, yang merupakan bilangan biner atau yang dikenal dengan istilah binary digit. Pengertian lain dari digital adalah suatu teknologi elektronik yang mampu melakukan penyimpanan, menghasilkan, dan juga memproses berbagai data yang terdapat dalam dua kondisi, yakni positif dan negatif. Kondisi positif akan diwakili atau dinyatakan dengan angka 1 dan negatif akan diwakili dengan angka 0. Sebelum kehadiran teknologi digital, transmisi elektronik pada masa lalu hanya sebatas pada teknologi analog saja, yang mampu menyampaikan data dalam wujud sinyal elektronik dari berbagai frekuensi ataupun amplitudo yang ditambahkan pada gelombang yang membawa frekuensi khusus. Contohnya adalah siaran dan transmisi telepon konvensional. Pengguna utama teknologi digital adalah media komunikasi terbaru, seperti transmisi serat optik atau fiber optik dan satelit. Contohnya, modem yang digunakan untuk mengubah informasi digital pada perangkat komputer menjadi sinyal analog untuk saluran telepon. (Adam, 2023)

### **Kesadaran Beragama**

Secara bahasa, kesadaran berasal dari kata dasar "sadar" yang mempunyai arti; insaf, yakin, merasa, tahu dan mengerti. Arti kesadaran yang dimaksudkan di sini adalah keadaan tahu, ingat dan merasa ataupun keinsafan atas dirinya sendiri kepada keadaan yang sebenarnya. Sedangkan kata beragama berasal dari kata dasar "agama". Agama berarti kepercayaan kepada Tuhan (dewa dan sebagainya) dengan ajaran kebaktian dan kewajiban-kewajiban yang bertalian dengan kepercayaan itu, misalnya Islam, Kristen, Hindu, Budha dan lain-lain, sedangkan kata beragama berarti memeluk (menjalankan) agama; beribadah; taat kepada agama di sepanjang hidupnya.

Kesadaran beragama berarti seorang penganut suatu agama menghayati, menginternalisasi dan mengintegrasikan nilai-nilai agama kedalam diri pribadinya sehingga akan menjadi bagian dari hati dan kepribadiannya yang akan mempengaruhi pada sikap dan perilakunya dalam kehidupan bermasyarakat. Penghayatan norma-norma agama mencakup norma-norma hubungan manusia dengan Tuhan, hubungan dengan masyarakat dan lingkungannya. Hidup yang dilandasi nilai-nilai agama akan menumbuhkan kepribadian yang sehat yang didalamnya terkandung unsur-unsur keagamaan dan keimanan yang cukup teguh. Dan sebaliknya orang yang jiwanya guncang dan jauh dari agama maka individu tersebut akan

mudah marah, putus asa, kecewa, dan tidak mampu beradaptasi dengan baik terhadap lingkungan sekitarnya sehingga akan cenderung menjadi masalah bagi orang lain. Dan terutama bagi anak remaja yang masih labil, maka kesadaran beragama perlu dibangun dalam diri mereka.

Pengertian kesadaran beragama meliputi rasa keagamaan, pengalaman keTuhanan, keimanan, sikap, dan tingkah laku keagamaan yang terorganisasi dalam system mental dan kepribadian. Karena agama melibatkan seluruh fungsi jiwa dan raga manusia, maka kesadaran beragamapun mencakup aspek-aspek: afektif, konatif, kognitif, dan motorik. Aspek afektif dan konatif terlihat di dalam pengalaman keTuhanan, rasa keagamaan, dan kerinduan kepada Tuhan. Aspek kognitif terlihat pada keimanan dan kepercayaan, sedangkan aspek motorik terlihat pada perbuatan dan gerakan tingkah laku keagamaan. (Lailatul Izzah, 2022)

### **Generasi Z**

Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada kisaran tahun 1995 hingga tahun 2010. Generasi ini bertumbuh dan berkembang dalam dunia digital di berbagai aspek. Generasi Z ahli dalam mengoperasikan berbagai media teknologi (dan memiliki karakter multitasking yang membedakan dengan generasi sebelumnya. Hasil penelitian menurut Bencsik dan Machova (2016) menunjukkan bahwa perkembangan Generasi Z bersamaan dengan digitalisasi sehingga Generasi Z memiliki sifat cepat dalam mengakses informasi serta mereka juga tumbuh cerdas, terampil dalam penggunaan teknologi dan kreatif. Selain itu, faktor utama yang menjadi perbedaan dengan generasi lainnya adalah penguasaan dalam bidang informasi dan teknologi. (Astuti, 2021)

Generasi Z adalah generasi yang memiliki konektivitas dan ketergantungan dengan teknologi yang sangat tinggi. Mereka adalah generasi yang lahir ketika komputer pribadi (personal computer) telah menjadi kebutuhan yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan. Mereka sangat bergantung dengan internet pada kesehariannya. Menurut Henderson (2023) ada setidaknya tujuh ciri generasi Z yang menjadikan mereka sebagai digital native generation yaitu berorientasi pada uang dan ambisius, senang berpetualang, rentan terhadap kecemasan, suka menetapkan batasan- batasan yang tegas, pemain game online yang ulung, menyukai nostalgia, serta menggunakan media sosial dengan berbagai cara. (Kamil & Laksmi, 2023)

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan wawancara mendalam. Penelitian ini melibatkan empat responden berusia 18-20 tahun sebagai partisipan utama. Proses wawancara dilakukan secara semi-terstruktur, menggunakan tiga pertanyaan utama, yaitu: (1) Apa pendapat responden tentang dakwah

digital dan apakah media sosial efektif untuk menyampaikan dakwah digital?, (2) Bagaimana cara membuat dakwah digital lebih menarik bagi kalangan remaja?, dan (3) Siapa tokoh dakwah yang sering mereka dengarkan di media sosial?. Wawancara dilakukan secara langsung maupun daring. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menggali pandangan, pengalaman, dan preferensi responden terkait dakwah digital, khususnya dalam konteks media sosial sebagai platform komunikasi yang relevan bagi generasi muda.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Analisis Wawancara**

Setelah melakukan wawancara mendalam bersama para responden, dapat dianalisis bahwa mayoritas penjawab memiliki pendapat yang setuju dengan munculnya dakwah digital yang terdapat di media sosial, karena dakwah digital bisa menjangkau lebih banyak orang lagi dan termasuk salah satu inovasi dengan memanfaatkan teknologi yang ada, dengan diadakannya dakwah digital, akan lebih mempermudah akses dalam mempelajari ilmu agama, dakwah melalui media sosial juga termasuk cara yang efektif di zaman sekarang karena para remaja Generasi Z lebih banyak menghabiskan waktu dengan gadget dan menyukai hal yang instan, dengan dakwah digital tidak perlu lagi ke masjid atau kajian untuk mendapatkan pemahaman ilmu agama Islam.

Cara agar dakwah digital dapat menarik di kalangan remaja adalah dengan memberikan ceramah dan ilmu agama yang relate dengan kehidupan remaja Generasi Z di zaman sekarang, kemudian dakwah dapat menggunakan kata yang santai namun tidak mengurangi isi dari ilmu yang akan disampaikan dan tetap membawa pesan yang positif dan bermakna, bisa juga dengan dimunculkannya animasi yang dapat menarik perhatian agar dakwah tidak terkesan monoton, dan dibuat dengan konten yang kreatif.

Beberapa tokoh yang digemari dalam dakwah digital adalah

1. Ust. Khalid Basalamah
2. Ust. Nuzul Dzikri
3. Ust. Syafiq riza basalamah
4. Habib Hasan bin Jafar Asegaf
5. Ust. Adi Hidayat
6. Husain Basyaiban

##### **Tantangan Dakwah Digital**

Meskipun tren Islam di kalangan Gen Z terlihat positif, generasi ini juga dihadapkan pada berbagai tantangan dalam memahami dan menjalankan ajaran agama, terutama di tengah dunia modern yang semakin kompleks.



dengan cara yang lebih interaktif. Ini membuka peluang bagi Islam untuk terus berkembang dalam format yang lebih relevan dengan kebutuhan zaman.

Gen Z cenderung lebih kritis dalam memandang agama, yang berarti mereka juga berpotensi memimpin perubahan positif dalam pendidikan Islam. Mereka menuntut pendekatan yang lebih relevan, inklusif, dan logis dalam memahami ajaran Islam. Dengan pendekatan ini, Islam dapat semakin diterima oleh generasi muda dan tetap relevan di tengah perkembangan zaman.

Peluang besar lainnya adalah integrasi nilai-nilai Islam dengan isu-isu lingkungan. Islam menekankan pentingnya menjaga keseimbangan alam dan tidak merusaknya, sebagaimana dalam firman-Nya,

تَأْتِي السَّمَاءُ بِدُحَانٍ مُّبِينٍ  
مِمَّا كَانَتْ تَرْتَجِبُ أَنَّ السَّمْعَاءَ فِي الْيَوْمِ  
تَأْتِي السَّمَاءُ بِدُحَانٍ مُّبِينٍ

“Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).” (QS. Ar-Rum [30]: 41). (Nurwijaya, 2024)

### **Strategi Dakwah Era Digital**

Strategi komunikasi berkaitan erat dengan prinsip-prinsip dakwah yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan Islam secara efektif. Beberapa prinsip penting dalam strategi komunikasi Islam, seperti yang tertera pada Al-Quran menganjurkan penggunaan kebijaksanaan dalam berdakwah. "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah (kebijaksanaan) dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik" (QS. An-Nahl: 125). Pendakwah harus menjadi contoh yang baik bagi audiensnya.

Rasulullah SAW adalah teladan utama dalam hal ini, di mana akhlak dan perilakunya menjadi sumber inspirasi bagi umat Islam. Pendekatan yang sabar dan lembut sangat dianjurkan dalam berdakwah. "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu" (QS. Al-Imran: 159). Komunikasi yang berhasil dapat disebut sebagai komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif terjadi ketika komunikator berhasil menyampaikan maksud dan tujuannya dengan jelas, sehingga rangsangan yang disampaikan dan dimaksudkan oleh pengirim atau sumber berkaitan erat dengan rangsangan yang diterima dan dipahami oleh penerima.

Di era digital ini, berbagai cara digunakan oleh para Da'i atau orang-orang yang ingin menyebarkan agama Islam dengan memanfaatkan teknologi dan media digital. Strategi dakwah era digital adalah upaya untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan melalui media digital. Berikut beberapa strategi dakwah era digital:

1. Membangun Brand Personal sebagai Seorang Da'i di Era Digital
2. Membuat strategi membangun personal branding sebagai seorang da'i untuk mendapatkan kepercayaan serta dapat dikenal dan diakui oleh masyarakat, supaya dapat menarik masyarakat untuk mendengarkan dakwah.
3. Memanfaatkan Sosial Media untuk Menjangkau Generasi Milenial dalam Berdakwah

Dalam strategi dakwah dengan memanfaatkan media sosial, penting untuk memahami karakteristik pendengar target, memilih platform media sosial yang tepat, membuat konten yang menarik, menjaga interaksi dan keterlibatan pendengar, mempromosikan dakwah melalui influencer muslim, dan mengukur kinerja kampanye dakwah.

1. Meningkatkan Kualitas Konten Dakwah di Era Digital

Memproduksi konten-konten dakwah yang bermanfaat dan menunjukkan nilai-nilai keislaman bagi generasi muda. Generasi muda bukan hanya menjadi penikmat saja, tetapi juga penyebar konten-konten dakwah yang berguna lainnya.

2. Meningkatkan Keterampilan Berbicara di Depan Kamera untuk Berdakwah di Media Digital

Meningkatkan keterampilan berbicara di depan kamera, termasuk cara menyusun naskah, memilih bahasa tubuh yang tepat, dan mengelola rasa gugup di depan kamera.

3. Mengukur Efektivitas Dakwah di Era Digital

Mengukur efektivitas dakwah di era digital adalah proses untuk mengetahui sejauh mana pesan dakwah telah disampaikan dan diterima oleh pendengar target melalui media digital. Cara-cara yang dapat dilakukan antara lain memonitor interaksi di media sosial, mengukur keterlibatan pendengar, menganalisis data trafik web atau blog, memperhatikan feedback dan testimoni dari pendengar, serta melakukan survei atau polling online. (Abimannyu, 2023)

### **Manfaat penggunaan platform**

- a. Kemudahan akses dan keterjangkauan

Platform digital memberikan akses mudah terhadap berbagai layanan dan konten secara online. Pengguna bisa mengakses informasi, berbelanja, atau berpartisipasi dalam aktivitas lain tanpa harus hadir secara fisik. Selain itu, banyak Platform digital yang menawarkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan saluran konvensional (Assidiqi & Sumarni, 2020, Effendi, 2019)



b. Peningkatan interaksi dan keterlibatan pengguna

Pengguna bisa tetap terlibat dan berinteraksi dengan orang lain secara online tanpa harus bertemu karena adanya Platform digital. Mereka bisa saling berbagi ide dan bertukar pikiran melalui Platform yang ada sehingga membuka peluang untuk berinteraksi dengan orang yang memiliki minat dan tujuan serupa. c. Peran Platform digital dalam Pendidikan dan pembelajaran. Platform digital membuka akses yang luas terhadap Pendidikan dan pembelajaran. Kini, siapa pun bisa mengakses materi yang diinginkan, bahkan dari ahlinya. Selain itu, Platform digital juga menyediakan berbagai sumber daya Pendidikan seperti video pembelajaran, modul interaktif, dan forum diskusi yang memfasilitasi pembelajaran mandiri dan kolaboratif.

d. Kontribusi Platform digital dalam Masyarakat dan kehidupan sehari-hari

Platform digital telah mengubah Masyarakat berinteraksi, berbagi informasi, bahkan menjadi kehidupan sehari-hari. Dengan adanya Platform media social, kini membuat setiap orang saling terhubung dan berbagi dengan orang lain di seluruh dunia. Platform transportasi online seperti Uber dan Grab memudahkan mobilitas dan transportasi bagi banyak orang. Selain itu, Platform digital juga memberikan akses mudah dan keterjangkauan terhadap berbagai layanan, hiburan, dan informasi yang bisa meningkatkan kualitas hidup. Dalam hal ini penulis berpendapat bahwa Platform digital sangat amat penting dalam mempermudah seorang Da'i untuk menjalankan proses dakwah dan dapat menjangkau mad'u lebih luas.

Pemanfaatan platform digital dalam dakwah telah menjadi kunci dalam menjangkau Generasi Z (Gen Z) secara elektif. Berikut adalah beberapa platform digital yang sering digunakan dalam kegiatan dakwah:

- a. Instagram: Platform visual seperti Instagram sangat populer di kalangan Gen Z. Dai dan lembaga dakwah menggunakan Instagram untuk membagikan kutipan kutipan agama, ceramah singkat, dan konten visual menarik untuk menarik perhatian audiens.
- b. h. YouTube Sebagai platform video terbesar, YouTube menjadi tempat yang ideal untuk mengunggah ceramah, kajian, dan konten video dakwah lainnya. Gen Z cenderung lebih suka konten video, sehingga YouTube menjadi pilihan yang tepat untuk menjangkau mereka.
- c. Tik Tok Tik Tok telah menjadi salah satu platform yang sangat populer di kalangan Gen Z Dai dapat memanfaatkan Tik Tok untuk membuat konten pendek yang kreatif, menarik, dan menghibur dengan pesan dakwah yang disampaikan secara menarik.

- d. WhatsApp: Sebagai platform pesan instan yang sangat umum digunakan, WhatsApp dapat digunakan untuk menyebarkan pesan dakwah, pengumuman kegiatan keagamaan, dan diskusi kelompok keagamaan
- e. Podcast: Podcast telah menjadi platform yang semakin populer di kalangan Gen Z untuk mendengarkan konten audio, termasuk kajian agama, ceramah, dan diskusi keislaman. Dai dapat membuat podcast sebagai sarana dakwah yang efektif.

Pemanfaatan berbagai platform digital ini memungkinkan para dai dan lembaga dakwah untuk mencapai Gen Z secara luas dan efektif. Dengan konten yang kreatif, relevan, dan disesuaikan dengan preferensi Gen Z, platform platform digital ini menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan pesan Islam dan nilai-nilai keagamaan kepada generasi muda.

### **Metode Komunikasi dalam Dakwah**

- Komunikasi Verbal Komunikasi verbal merupakan metode dakwah yang paling umum digunakan. Dalam penyampaian dakwah verbal, penting bagi dai untuk memperhatikan pemilihan bahasa yang sesuai dengan tingkat pemahaman audiens. Dai juga harus memperhatikan intonasi, retorika, dan pemilihan kata agar pesan dapat dipahami dengan baik.
- Komunikasi Nonverbal Selain kata-kata, komunikasi nonverbal juga memiliki peran penting dalam dakwah. Bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan gestur yang digunakan oleh dai dapat mempengaruhi penerimaan pesan oleh audiens. Misalnya, senyuman, kontak mata yang baik, dan postur tubuh yang tenang dapat memperkuat pesan yang disampaikan.
- Komunikasi Massa. Komunikasi massa merujuk pada penggunaan media massa seperti radio, televisi, dan internet untuk menyampaikan dakwah kepada khalayak luas. Di era modern ini, internet dan media sosial menjadi sarana utama dalam penyebaran dakwah. Dakwah melalui media sosial memiliki kelebihan, yaitu jangkauan yang luas dan interaksi langsung dengan audiens. (Tasruddin, 2024)

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Dakwah digital memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman dan kesadaran beragama, khususnya bagi remaja Generasi Z yang erat kaitannya dengan teknologi dan media sosial. Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Spotify memberikan akses mudah terhadap ilmu agama dengan format yang lebih relevan dan menarik bagi generasi muda. Dengan kreativitas dalam menyusun konten, dakwah digital dapat menjadi sarana efektif untuk menyampaikan nilai-nilai Islam sekaligus membangun perilaku positif.

Namun, tantangan seperti hoaks, konten yang tidak sesuai ajaran agama, serta pengaruh negatif media sosial harus diatasi melalui pendekatan kritis, edukasi yang memadai, dan penyaringan informasi dari sumber terpercaya. Selain itu, jadwal yang padat dan kebiasaan multitasking Gen Z juga menjadi kendala dalam membangun kesadaran beragama secara konsisten.

Di sisi lain, dakwah digital menawarkan peluang besar, seperti pemanfaatan teknologi interaktif, integrasi nilai-nilai Islam dengan isu global, dan penyebaran ajaran agama yang lebih inklusif. Untuk itu, strategi dakwah yang relevan dengan karakteristik Gen Z perlu diterapkan, seperti membangun personal branding, meningkatkan kualitas konten, dan mengukur efektivitas dakwah secara berkala. Dengan pendekatan yang bijaksana, dakwah digital mampu menjadi instrumen penting dalam mendekati remaja dengan ajaran Islam, sekaligus menjawab tantangan era modern.

## DAFTAR REFERENSI

- Abimannyu, H. (2023). Strategi dakwah di era digital. Universitas Islam Indonesia. <https://informatics.uii.ac.id/2023/04/11/strategi-dakwah-di-era-digital/>
- Adam, A. (2023). Digital adalah: Pengertian, sejarah, dan manfaatnya. Accurate. <https://accurate.id/teknologi/digital-adalah/>
- Aini, N. N. (2023). Pemanfaatan media dakwah platform digital di era generasi Z.
- Astuti, A. T. W. (2021). Pengaruh phubbing terhadap kualitas komunikasi interpersonal generasi Z di Kota Yogyakarta (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta). <https://e-journal.uajy.ac.id/26307/5/1709062174.pdf>
- Budihardjo. (2007, November 1). Konsep dakwah dalam Islam. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/904>
- Fajrussalam, H., Fattikasary, A., & Shofuroh, H. (2024). Pengaruh sosial media dalam meningkatkan pemahaman agama Islam terhadap Gen-Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(16), 1–23. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/7826>
- Kamil, R., & Laksmi. (2023). Generasi Z, pustakawan, dan vita activa kepastakawanan. *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 9008(105), 25–34. <https://doi.org/10.55981/baca.2023.1119>
- Lailatul Izzah. (2022). Kesadaran beragama pada remaja. *Nathiqiyah*, 5(1), 34–47. <https://doi.org/10.46781/nathiqiyah.v5i1.382>
- Nabila, N. W. M., Fadhilatunnisa, N. S., Alamsyah, N. M. I., & Suryandari, N. M. (2023). Pengaruh konten dakwah terhadap Gen Z dan milenial (generasi muda). *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1(1), 09–21. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.145>

- Noviana, H. (2024). Peran agama Islam di era globalisasi saat ini. *Kumparan*.  
<https://kumparan.com/hanna-noviana/peran-agama-islam-di-era-globalisasi-saat-ini-23ofuCtkXnH>
- Nurwijaya, A. M. (2024). Islam di mata Gen Z: Tren, tantangan, dan peluang. *Buletin Al-Rasikh*. <https://alrasikh.uui.ac.id/2024/09/27/islam-di-mata-gen-z-tren-tantangan-dan-peluang/>
- Sofyan, N. H. N., Muzniyyah, N. H., & Mubarak, N. I. (2023). Peran dakwah dalam era digital: Eksplorasi potensi media sosial dalam penyebaran nilai-nilai Islam. *Al-Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 2(1), 79–88. <https://doi.org/10.59059/al-tarbiyah.v2i1.725>
- Tasruddin, R. (2024). Teori komunikasi dakwah dalam penyebaran pesan Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 7(11), 4290–4292. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i11.6087>
- Ummah, N. H. (2023). Pemanfaatan sosial media dalam meningkatkan efektivitas dakwah di era digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(1). <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>
- Weny Maulida Nabila, Silmi Fadhilatunnisa, Muhammad Irgi Alamsyah, & Meity Suryandari. (2023). Pengaruh konten dakwah terhadap Gen Z dan milenial (generasi muda). *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1(1), 09–21. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.145>