



Implikasi Dakwah Berbasis Platform Digital terhadap Tingkat Religiusitas Generasi Z

Tri Budi Haryadi^{1*}, Ahmad Syahid², & Sofyan Bachmid³

¹Magister Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri Datokarama Palu

^{2,3}Universitas Islam Negeri Datokarama Palu

Penulis korespondensi: Tri Budi Haryadi, E-mail: tribudihariadi21@gmail.com

INFORMASI	ABSTRAK
Volume: 5 ISSN: 2962-7257	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 untuk 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, Platform Digital, Religiusitas, Generasi Z	

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era disrupsi telah mengubah pola interaksi sosial dan konsumsi informasi masyarakat dunia secara fundamental. Fenomena digitalisasi ini tidak hanya menyentuh sektor ekonomi dan pendidikan, tetapi juga merambah ke dimensi kehidupan beragama. Dalam konteks Islam, dakwah yang secara etimologis berasal dari kata *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti ajakan, seruan, atau panggilan merupakan kegiatan manusia untuk beriman dan taat kepada Allah SWT sesuai syariat Islam demi mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.[1] Di era modern, dakwah tidak lagi hanya sebatas pada ruang fisik seperti mimbar masjid atau majelis taklim konvensional, melainkan harus mampu bertransformasi ke dalam berbagai media yang tersedia.

Memasuki dekade ketiga abad ke-21, fokus perhatian dakwah berkumpul pada Generasi Z, yaitu kelompok masyarakat yang lahir setelah tahun 2000 dan tumbuh sebagai *digital native*. [2] Generasi ini merupakan peralihan dari Generasi Y yang hadir saat teknologi sedang berkembang pesat, sehingga kehidupan sehari-hari mereka tidak dapat terlepas dari gawai dan internet. Bagi Generasi Z, media sosial bukan sekadar alat komunikasi, melainkan ruang utama dalam mencari jati diri dan nilai-nilai kehidupan. Namun deras arus informasi global di dunia maya seringkali menjadi tantangan besar dalam menjaga konsistensi kesadaran beragama dan akhlak Islam di kalangan remaja.

¹**Mahasiswa Program Studi Magister Pendidikan Agama Islam UIN Datokarama Palu.** Makalah dipresentasikan pada Seminar Nasional Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society 5.0 (KIIIES 5.0) ke-3 pada Pascasarjana Universitas Islam Negeri Datokarama Palu sebagai Presenter.

Masalah utama yang muncul saat ini adalah adanya kesenjangan antara metode dakwah tradisional dengan minat konsumsi informasi remaja. Pola interaksi yang bersifat satu arah dan kaku cenderung kurang diminati oleh Generasi Z yang lebih tertarik pada konten visual yang interaktif, singkat, dan inovatif.[3] Jika para da'i tidak mampu beradaptasi melalui platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Spotify, maka ruang digital akan didominasi oleh konten-konten yang berpotensi meningkatkan moralitas remaja. Oleh karena itu, digitalisasi dakwah menjadi suatu keharusan strategi agar pesan-pesan agama tetap relevan dan mampu merangkul pola pikir remaja yang sangat dinamis.

Berdasarkan kenyataan tersebut, penelitian dalam artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran strategi dakwah digital dalam menumbuhkan kesadaran beragama bagi remaja Generasi Z. Secara lebih spesifik, kajian ini ingin melihat bagaimana efektivitas kreativitas dan inovasi konten dalam menyampaikan nilai-nilai syariat di era digital. Dengan pemahaman yang mendalam, diharapkan para pendakwah dapat mengoptimalkan media digital sebagai sarana syiar yang tidak hanya sekedar informatif, tetapi juga mampu menggerakkan kesadaran spiritual generasi muda secara terencana dan berkelanjutan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 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)

2.2 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)

2.3 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)

2.4 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. Metodologi

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

4.1 Analisis Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan para responden, analisis data menunjukkan bahwa sebagian besar informan memberikan respon positif terhadap eksistensi dakwah digital di media sosial. Partisipan menilai bahwa digitalisasi dakwah merupakan inovasi teknologi strategis yang mampu memperluas jangkauan syiar melampaui batasan fisik. Kehadiran platform digital ini secara signifikan mempermudah aksesibilitas masyarakat dalam mendalami ajaran Islam secara fleksibel.

Fenomena ini dipandang sebagai instrumen yang efektif dalam menjangkau remaja Generasi Z, mengingat karakteristik kelompok tersebut yang memiliki ketergantungan tinggi terhadap gawai serta kecenderungan terhadap konsumsi informasi

yang instan. Melalui mekanisme dakwah digital, batasan ruang seperti keharusan hadir secara fisik di masjid atau majelis taklim dapat teratasi tanpa mengurangi esensi pemerolehan pemahaman keagamaan.

Agar konten dakwah digital memiliki daya tarik yang kuat di kalangan remaja, para pendakwah perlu mengonstruksi materi yang relevan dengan dinamika kehidupan kontemporer Generasi Z. Implementasi komunikasi yang inklusif dengan penggunaan bahasa yang sopan namun santai menjadi kunci agar pesan tetap bermakna dan substansial. Selain itu, integrasi elemen visual seperti animasi dan desain kreatif sangat diperlukan untuk meminimalisir kesan monoton, sekaligus meningkatkan keterlibatan audiens terhadap konten-konten dakwah yang disampaikan.

Beberapa tokoh yang digemari dalam dakwah digital adalah Ust. Khalid Basalamah, Ust. Hanan Attaki, Ust. Syafiq riza basalamah, Habib Hasan bin Jafar Asegaf, Ust. Adi Hidayat, dan Ust. Abdul Somad.

4.2 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.

Gen Z memiliki jadwal yang padat dalam akademiknya sehingga sulit memiliki waktu yang cukup untuk beribadah dan melakukan aktivitas keagamaan. Hal ini dapat menyebabkan Gen Z tidak memiliki kesempatan untuk mengembangkan kebiasaan ibadah yang seimbang. Oleh karenanya penting mengatur jadwal dan menyisihkan waktu untuk belajar agama serta memilih lingkungan atau teman yang bisa mendukungnya untuk tetap bisa beribadah dengan baik. Selain tantangan tersebut, Gen Z tumbuh di tengah globalisasi dan fragmentasi informasi agama di internet. Tidak semua informasi yang beredar tentang Islam berasal dari sumber yang dapat dipercaya. Hoaks, misinterpretasi, dan radikalisme bisa tersebar dengan mudah di platform online. Hal ini membuat Gen Z harus lebih kritis dan selektif dalam menyaring informasi agama yang mereka dapatkan. Allah Ta'ala telah memperingatkan.

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu seorang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.” (QS. al-Hujurat [49]: 6). Untuk itu, penting bagi Gen Z untuk mendalami ajaran Islam dari sumber-sumber yang terpercaya, seperti Al-Qur'an, Hadis, dan ulama yang memiliki pemahaman yang lurus. Upaya untuk menghadapi tantangan ini umat Islam perlu mengambil langkah-langkah strategis yang mana meningkatkan literasi agama, memperkuat identitas keislaman melalui pendidikan karakter, meningkatkan kerja sama antar umat beragama. mengembangkan ekonomi syariah yang kompetitif dan pemanfaatan teknologi dakwah dan pendidikan. Globalisasi menawarkan banyak peluang namun juga tantangan bagi umat Islam, pergeseraan budaya, radikalisasi, dan isu-isu baru dibidang etika menjadi tantangan yang perlu di hadapi dengan bijak, dengan literasi agama yang kuat, pendidikan karakter, dan pemanfaatan teknologi secara positif, umat Islam bisa tetap relevan dan adaptif ditengah perubahan zaman tanpa mengrbankan nilai-nilai keislamaan.

4.3 Peluang Dakwah Digital

Meskipun banyak tantangan, ada juga banyak peluang yang bisa dimanfaatkan oleh Gen Z dalam memahami dan menyebarkan ajaran Islam. Beberapa peluang ini bahkan bisa membantu memperkuat posisi Islam di era modern. Teknologi memberikan Gen Z alat untuk belajar dan menyebarkan pesan Islam dengan cara yang lebih luas dan efektif. Aplikasi Al-Qur'an, podcast Islami, hingga platform diskusi online tentang Islam memberikan ruang bagi generasi ini untuk belajar dan berbagi ilmu agama 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 besarlainnya adalah integrasi nilai-nilaiIslam dengan isu-isu lingkungan. Islam menekankan pentingnya menjaga keseimbangan alam dan tidak merusaknya, sebagaimana dalam firman-Nya,

“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)

4.4 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 menjadisumber 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.
4. 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.
5. 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.
6. 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)

4.5 Manfaat penggunaan platform

1. 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)
2. 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.
3. 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.
4. 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 sosial, 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:

1. 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.
2. 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.
3. 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.
4. WhatsApp: Sebagai platform pesan instan yang sangat umum digunakan, WhatsApp dapat digunakan untuk menyebarkan pesan dakwah, pengumuman kegiatan keagamaan, dan diskusi kelompok keagamaan
5. 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.

4.6 Metode Komunikasi dalam Dakwah

1. 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.
2. 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.
3. 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

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 menjadisarana 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 mendekatkan remaja dengan ajaran Islam, sekaligus menjawab tantangan era modern

Referensi

- Abimannyu, H. (2023). Strategi dakwah di era digital. Universitas Islam Indonesia.
- Adam, A. (2023). Digital adalah: Pengertian, sejarah, dan manfaatnya. Accurate.
- Aini, N. N. (2023). Pemanfaatan media dakwah platform digital di era generasi Z. *Jurnal Studi Lintas Negara*, 5(2), 112-115.
- Astuti, A. T. W. (2021). Pengaruh phubbing terhadap kualitas komunikasi interpersonal generasi Z di Kota Yogyakarta (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Budiardjo. (2007, November 1). Konsep dakwah dalam Islam.
- 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.
- Kamil, R., & Laksmi. (2023). Generasi Z, pustakawan, dan vita activa kepastakawanan. *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 9008(105), 25–34.
- Lailatul Izzah. (2022). Kesadaran beragama pada remaja. *Nathiqiyah*, 5(1), 34–47.
- 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.
- Noviana, H. (2024). Peran agama Islam di era globalisasi saat ini. Kumparan. Diakses tanggal 31 Oktober 2024
- Nurwijaya, A. M. (2024). Islam di mata Gen Z: Tren, tantangan, dan peluang. *Buletin AlRasikh*. Diakses tanggal 27 September 2024.
- 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.
- Tasruddin, R. (2024). Teori komunikasi dakwah dalam penyebaran pesan Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 7(11), 4290–4292.
- Ummah, N. H. (2023). Pemanfaatan sosial media dalam meningkatkan efektivitas dakwah di era digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(1).
- 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.