

Efektivitas Dakwah dalam Media Digital untuk Generasi Z

Erwan Effendy, Gita Ramadhani, Tria Tanti

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

erwaneffendi6@gmail.com, gitaaramadhani31@gmail.com, triatanti9@gmail.com

ABSTRACT

Da'wah is currently carried out through digital media. Advances in technology and informatics provide a new wind for the spread of da'wah. The development of digital media coincided with the birth of Generation Z. This article uses a descriptive approach as a writing method. Based on literature analysis and experience, the focus of this research is to analyze and explain how da'wah through digital media has succeeded in reaching generation Z people. Generation Z, who are accustomed to digital technology, need a da'wah approach that suits their preferences and habits. Therefore, this research aims to reveal how effective da'wah in digital media is for generation Z. This study uses a writing method through a descriptive approach. The results of the analysis show that da'wah content that is adapted to the lifestyle and needs of generation Z, and presented in familiar and interesting language, tends to be more effective. Apart from that, direct interaction and interaction with the audience on social media and other digital platforms also plays an important role in increasing the effectiveness of da'wah. However, there are challenges in maintaining the attention of generation Z who are exposed to a variety of digital content. Therefore, creativity in preaching and the use of interactive features of digital media are important keys in increasing the effectiveness of preaching. This research provides important insights for preachers and parties involved in digital da'wah to understand more effective strategies in reaching generation Z. By optimizing the use of digital media, da'wah becomes more relevant and its impact can be felt more widely by generation Z in facing challenges and changing times.

Keywords: Effectiveness of Da'wah, Digital Media, Generation Z.

ABSTRAK

Dakwah saat ini dilakukan melalui media digital. Kemajuan dalam teknologi dan informatika memberikan angin baru untuk penyebaran dakwah. Perkembangan media digital bertepatan dengan kelahiran Generasi Z. Artikel ini menggunakan pendekatan deskriptif sebagai metode penulisan. Berdasarkan analisis kepustakaan dan pengalaman, fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan bagaimana dakwah melalui media digital berhasil menjangkau orang-orang generasi Z. Generasi Z, yang terbiasa dengan teknologi digital, membutuhkan pendekatan dakwah yang sesuai dengan preferensi dan kebiasaan mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa efektif dakwah dalam media digital untuk generasi Z. Studi ini menggunakan metode penulisan melalui pendekatan deskriptif. Hasil analisis bahwa konten dakwah yang disesuaikan dengan gaya hidup dan kebutuhan generasi Z, serta disajikan dengan bahasa yang akrab dan menarik, cenderung lebih efektif. Selain itu, interaksi dan keterlibatan langsung dengan audiens di media sosial dan platform digital lainnya juga memainkan peran penting dalam meningkatkan efektivitas dakwah. Akan tetapi terdapat tantangan dalam mempertahankan perhatian generasi Z yang terpapar dari beragam konten digital. Oleh karena itu, kreativitas dalam berdakwah dan pemanfaatan fitur interaktif dari media digital

menjadi kunci penting dalam meningkatkan efektivitas dakwah. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi para pendakwah dan pihak yang terlibat dalam dakwah digital untuk memahami strategi yang lebih efektif dalam mencapai generasi Z. Dengan mengoptimalkan penggunaan media digital, dakwah menjadi lebih relevan dan dampaknya dapat dirasakan secara lebih luas oleh generasi Z dalam menghadapi tantangan dan perkembangan zaman yang terus berubah.

Kata Kunci: Efektivitas Dakwah, Media Digital, Generasi Z.

PENDAHULUAN

Sebagai jati diri yang harus dimiliki oleh setiap manusia, agama merupakan sistem yang mengatur manusia untuk mempercayai kepada Tuhan Yang Maha Esa dan berperilaku dalam kehidupannya. Dalam suatu masyarakat, setiap orang pasti percaya kepada Tuhan. Seseorang tidak diakui sebagai warga negara Indonesia jika mereka tidak menganut kepercayaan atau agama tertentu. Islam adalah salah satu dari banyak agama yang dipegang.

Islam adalah agama yang dapat disebut sebagai agama yang "*rahmatan lil alamin*", yang berarti rahmat untuk seluruh alam. Selaku umat Islam, kita wajib berdakwah menyampaikan ilmu-ilmu yang telah kita ketahui. Ilmu yang disebarkan melalui dakwah tentunya akan sangat bermanfaat bagi kesejahteraan umat manusia. Tidak ada orang yang merugi jika menyampaikan dakwahnya melainkan Allah akan menambah ilmu-ilmu yang belum diketahuinya, oleh karena itu wajib bagi kita untuk membagi ilmu yang kita miliki, terutama mengenai kebaikan.

Saat ini, dakwah sudah sangat maju. Tidak seperti penyebaran dakwah sebelumnya yang biasanya berdakwah dengan cara mengumpulkan massa atau mendatangi rumah satu per satu. Adanya kemajuan teknologi dan informasi dapat memudahkan dalam menyebarkan dakwah. Dengan kemajuan teknologi saat ini, media digital sangat penting bagi para dai untuk menyebarkan dakwahnya secara, sehingga dengan kemajuan teknologi ini dakwah dapat dilihat dan didengar oleh seluruh masyarakat. Media digital adalah format yang dapat diakses melalui perangkat digital (ponsel, televisi dan lain-lain misalnya gambar, video, sosial media dan audio digital).

Berkembang pesatnya media digital ini bertepatan dengan munculnya generasi yang dikenal sebagai Generasi Z. Berdasarkan teori sosiologi, Generasi Z ialah suatu kelompok manusia yang di dalamnya terdapat beberapa era generasi, dimana generasi ini lahir pada tahun 1995 hingga 2010. Generasi Z juga merupakan sebuah generasi yang terkenal dalam menggunakan teknologi dengan cepat, hal ini disebabkan karena mereka pada saat berkembangnya teknologi dan informasi.

Ketika generasi ini ada, masyarakat mengatakan bahwa mereka memiliki kemampuan teknologi sejak lahir karena generasi ini tidak bisa lepas dari *smartphone* dan media sosial. Berdasarkan hipotesis sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa generasi Z sangat melek teknologi. Ketika dakwah mulai

membuka jalan untuk menyebarkan ajaran Islam melalui teknologi baru bernama media digital, tentu saja tujuannya adalah pada generasi Z yang selalu terhubung ke berbagai platform media digital.

Paradigma komunikasi modern telah diubah oleh kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi. Generasi Z yang tumbuh dalam era teknologi, sangat tertarik dengan penggunaan media digital dalam berbagai aspek kehidupan, seperti mencari informasi agama dan spiritual. Selain itu, fenomena ini telah menciptakan fondasi yang kuat untuk penggunaan media digital sebagai alat untuk menyebarkan dakwah.

Generasi Z lebih cenderung terhubung secara *online* saat ini, jadi sangat penting untuk berdakwah melalui media digital untuk memastikan konten dakwah yang relevan dan bermanfaat tersedia untuk mereka. Namun, perlu dilakukan tinjauan mendalam tentang sejauh mana penggunaan media digital ini dapat memberikan dampak yang signifikan pada upaya dakwah generasi Z.

METODE PENELITIAN

Metode penulisan artikel ini melalui pendekatan deskriptif. Penulis juga akan melakukan studi literatur dan analisis dari berbagai literatur termasuk buku, artikel, jurnal dan blog. Setelah melakukan studi literatur, analisis akan dilakukan untuk menemukan makna dan solusi yang tepat mengenai dakwah yang efektif dalam media digital untuk generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Dakwah

Kata "efektif" berasal dari bahasa Inggris, dan artinya adalah "berhasil" atau "sesuatu yang dilakukan dengan baik". Efektivitas adalah ketika digunakan dengan benar, menghasilkan hasil yang baik, dan membantu mencapai tujuan, menurut kamus ilmiah populer. Efektivitas sebagai komponen penting dalam mencapai tujuan organisasi, program, atau kegiatan. Setelah tujuan tercapai, tindakan atau aktivitas dianggap efektif.

Ukuran efektivitas dapat dinilai dengan berbagai cara, sesuai dengan siapa yang menilai dan menjelaskan. Peneliti merujuk teori pengukuran efektivitas yang diusulkan oleh Richard M. Steers yang menyatakan bahwa pencapaian tujuan adalah proses di mana semua upaya mencapai tujuan harus dianggap sebagai proses. Integrasi mengukur tingkat kemampuan untuk bersosialisasi, dan adaptasi mengukur kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan

Abu Bakar Zakaria mendefinisikan dakwah adalah tindakan para ulama dan individu yang mempunyai pemahaman terhadap ajaran Islam, memberikan contoh kepada masyarakat umum berupa hal yang menghasilkan pemahaman mengenai agama dan urusan dunia sesuai dengan kemampuannya (Anwar Masy'ari: 1981).

Dakwah ialah misi menyebarkan ajaran Islam sepanjang zaman. Kegiatan ini dapat dilaksanakan secara lisan (*bil-lisan*), tertulis (*bil-kitabah*) dan perbuatan (*bil-hal*). Yang mana dakwah dapat menjadi misi untuk menyebarkan nilai Islam dan untuk upaya membangun kembali masyarakat untuk mengikuti prinsip Islam *rahmatan lil'alamin*, yang berarti rahmat bagi alam semesta. Contoh masyarakat yang ingin diwujudkan ialah *ummat* terbaik atau istilah Al-Qur'an khaira ummah yang mana kegiatan amar ma'ruf nahi munkar dijalankan dan dilaksanakan secara berlanjut. Nabi Muhammad SAW telah berhasil membuat manusia terbaik pada masanya yang diakui oleh Al-Quran. (Abdullah:2018)

Kegiatan dakwah ini berlandaskan pada firman Allah:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجِدْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (*manusia*) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya, Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan siapa yang mendapat petunjuk”. (Q.S. An-Nahl: 125)

Dakwah memiliki beberapa bagian. Pertama dan terpenting, da'i atau subjek dakwah, adalah melakukan aktivitas pengajaran, baik secara perseorangan ataupun kolektif dan terorganisir. Setiap individu muslim sebenarnya adalah seorang da'i memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan ajaran Islam, meskipun hanya satu ayat yang disampaikan. Namun sebagai seseorang profesional yang mampu memberikan solusi dan dapat memenuhi tuntutan zaman, misalnya mengkaji Al-Qur'an dan hadis, mengetahui situasi mad'u, terampil mengungkapkan kebenaran, berakhlak mulia, ikhlas dalam menjalankan fungsi dakwah dengan tenang untuk kesenangan materi yang tidak permanen, jauh dari hal-hal yang mungkin merendahkan harga diri.

Unsur dakwah yang kedua adalah mad'u, yaitu objek atau sasaran dakwah. Mad'u merupakan enerima dakwah, baik individu maupun kelompok, baik yang beragama islam maupun tidak. (Moh Ali Aziz: 2004) Ketiga metode dakwah, merupakan metode yang dipakai para da'i untuk menyampaikan pesan. Pesan dakwah hanya dapat diterima secara positif jika metode yang digunakan benar dan disesuaikan dengan sifat mad'u.

Efektivitas dakwah dapat didefinisikan sebagai kemampuan dakwah untuk mencapai tujuannya, yaitu menyampaikan pesan agama kepada masyarakat dengan pengaruh yang positif dan meningkatkan keimanan serta transformasi perilaku individu. Efektivitas dapat diukur melalui respons masyarakat terhadap pesan dakwah, penerimaan dan penerapan ajaran Islam dalam hidup sehari-hari, serta perubahan perilaku yang terjadi.

Dari perspektif komunikasi, dakwah dapat dianggap efektif jika mengandung elemen-elemen berikut:

1. Pemahaman, penerimaan secara cermat terhadap isi rangsangan sesuai dengan maksud penutur atau pengkhotbah
2. Kesenangan, pendengar senang dengan apa yang disampaikan
3. Mempengaruhi, mempengaruhi sikap dan perasaan pendengar dengan menggunakan teknik psikologis yang disesuaikan dengan keinginan pendengar
4. Membangun hubungan sosial yang baik
5. Melakukan hal-hal yang benar.

Mengaitkan dengan dakwah, efektivitas dakwah merupakan tercapainya tujuan dakwah dengan maksimal, tercermin pada sejauh mana objek dakwah pada tingkat individu mengimplementasikan pesan-pesan dakwah sehingga mengalami perubahan yang benar dan makin kompleks pemahamannya terhadap akidah, ibadah, akhlak, muamalah dan pesan dakwah lainnya yang bersumberkan Al-Quran dan Sunnah.

Generasi Z

Studi yang dilaksanakan oleh Institute for Emerging Issues di Singh dan Dangmei, menyatakan bahwa generasi Z merupakan generasi yang paling luar biasa, beragam, dan maju secara teknologi. Komunikasi dan media sosial generasi ini informal, individual, dan sangat lugas dalam kehidupannya. Mereka ialah generasi Do-It-Yourself. Dalam penelitian yang dilaksanakan oleh serta Schawbel, dibandingkan dengan generasi Y, Generasi Z lebih cenderung menjadi pekerja keras, dapat diandalkan, toleran, dan tidak termotivasi oleh uang. Mereka lebih optimis tentang masa depan dan lebih realistis tentang ekspektasi pekerjaan. Namun, berdasarkan hasil Generational White Paper, dibandingkan dengan generasi sebelumnya, Generasi Z terlihat lebih santai, cepat bertindak, dan kurang ambisius, memiliki gangguan pemusatan perhatian (*attention deficit disorder*) dengan tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi dan kurangnya perhatian, egois, mandiri, dan serakah, materialistis dan merasa mereka adalah generasi yang paling memiliki hak. (Dewi Rachmawati: 2019)

Generasi ini tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga nyaman dengannya. Oleh karena itu, teman memiliki dampak yang sangat signifikan pada keputusan pembelian yang dibuat oleh Generasi Z. Berdasarkan informasi lapangan, lebih dari 50% Generasi Z berada di internet setiap hari untuk berinteraksi dengan teman-temannya. Orang-orang dari generasi ini lebih suka situs jejaring sosial seperti Facebook dan aplikasi pesan instan seperti WhatsApp dibandingkan email dan SMS (Rina Sari Qurniawati, Yulfan Arif Nurohman: 2018).

Generasi Z cenderung sangat memahami teknologi dan media sosial. Mereka terbiasa dengan berbagai platform digital, mulai dari media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, hingga platform video seperti YouTube. Generasi Z sering dianggap sebagai generasi yang cenderung individualis. Namun, mereka juga cenderung memahami masalah sosial dan memiliki empati yang tinggi. Mereka

sangat peduli dengan keadilan sosial, perubahan iklim, dan kesetaraan gender. Karena mereka dapat berinteraksi dengan berbagai budaya dan perspektif melalui internet, mereka memiliki wawasan global yang unik.

Mengkaji secara umum, generasi z lebih memilih memainkan media sosial daripada bertemu kemudian duduk mendengarkan contohnya seperti kajian, hampir dilihat dan bahkan terkadang untuk bertahan mendengarkan di satu konten saja sering kali tidak tahan disebabkan latahnya jari yang ingin terus menerus *scroll-scroll* halaman konten yang ada. Oleh sebab itu hal ini menjadi sebuah tantangan bagi dakwah di media sosial, pada penelitian ini peneliti fokus terhadap dakwah untuk generasi z. Untuk menarik minat Generasi Z, dakwah harus memiliki sesuatu yang terus eksis karena mereka cenderung menentang dominasi dan sangat kreatif. Salah satu cara adalah dengan menggunakan platform media sosial untuk berdakwah.

Dengan memperhatikan efektivitas berdakwah di media sosial untuk generasi z ini, menambah ketelitian dan kreativitas para dai dalam membuat konten-konten dakwah dengan baik dan menarik. Sehingga dengan salah satu cara ini dakwah tersampaikan dengan maksimal terkhususnya pada generasi z.

Media Digital

Media digital adalah berbagai bentuk perangkat teknologi dan aplikasi dalam bentuk digital yang dapat digunakan sebagai media dan sarana komunikasi. (Siti Saadah Hafidz, Nurul Istiqomah, dkk: 2022) Media digital juga bisa diartikan sebagai sarana penyampaian informasi atau pesan melalui jaringan elektronik, yang juga dikenal sebagai “media baru”. Media baru berbeda dengan media sebelumnya karena dapat digunakan untuk menyebarkan informasi dan pesan dakwah tanpa ada batasannya.

Pengguna media digital bisa segera mendapatkan informasi yang mereka butuhkan tanpa harus menunggu berhari-hari. Media digital bisa dijadikan sebagai tempat untuk menyampaikan dakwah adalah media massa seperti televisi, radio dan media sosial. Media sosial termasuk dari blog, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube dan lainnya. Di zaman ini, media sosial menjadi suatu keharusan bagi generasi Z.

Media sosial telah berubah menjadi cara untuk menyampaikan pesan dakwah, sangat optimal digunakan di era sekarang ini. Dakwah ialah salah satu cara untuk mendorong generasi Z untuk tetap berada di jalan Allah adalah dengan menggunakan media sosial. Dalam menyampaikan dakwah di media sosial bisa menggunakan berbagai *platform*, seperti Youtube, Facebook, Instagram, Tiktok, blog dan juga *podcast*. Sebagai contoh media yang digemari dan *trend* pada saat ini adalah Tiktok, dimulai dari sinilah banyak muncul pendakwah-pendakwah muda. Di aplikasi Tiktok sendiri banyak diangkat konten agama dan disukai oleh remaja dan orang tua, reels yang berisi video dakwah tersedia juga di YouTube dan Instagram.

Adanya dakwah di media sosial ini menimbulkan dampak positif juga negatif. Dampak positif seperti meluasnya penyebaran dakwah, menjadi jembatan untuk menuntut ilmu dan menjadi pengingat dalam aktivitas kita. Dampak negatif seperti, pemahaman agama yang tidak benar, penyebaran radikalisme, dan melemahnya budaya membaca. Oleh karena itu, untuk mengatasi efek yang timbul, penting untuk menyaring informasi-informasi agama yang disampaikan, perlu adanya sikap *tabbayun* pada diri kita untuk meneliti suatu pesan agama yang disampaikan.

Dakwah adalah mengajak, menyeru pesan-pesan Islam yang bersumber Al-Qur'an dan hadis yang dilakukan dengan perbuatan, tulisan dan lisan atau suara. Jika berdakwah dilakukan dengan menggunakan media digital tentu metode yang digunakan berbeda dengan dakwah secara tatap muka. Dakwah di media digital dapat dilakukan di platform mana saja dan bisa diakses dimana saja.

Penyebaran dakwah menggunakan media digital ini merupakan salah satu metode dan alternatif untuk menjangkau seluruh kalangan terkhususnya generasi z yang sudah melek teknologi. Oleh karena itu peran efektivitas dalam berdakwah adalah untuk memberikan keefektifan seorang da'i dalam menyampaikan dakwah. Semakin besar efektivitas dakwahnya maka semakin besar pula tersampainya pesan dakwah.

Generasi Z tertarik untuk melihat dan mendengarkan dakwah dengan visualisasi yang keren dan mudah dipahami, mereka lebih cenderung mengabaikan visualisasi yang tidak menarik karena dianggap membosankan. Menurut pengalaman pribadi penulis, Generasi Z cenderung menyukai konten dakwah yang membahas mengenai syari'ah dan akhlak dan hukum yang dituangkan dalam bentuk video yang memiliki variasi visual, sementara dakwah yang dimuat dalam bentuk tulisan, mereka cenderung kurang mendapat perhatian, konteks dakwah secara tulisan lebih digemari generasi milenial dibanding dengan generasi z

Efektivitas dakwah dapat diukur secara terbuka dan sama-sama berdasarkan *like* terbanyak, *viewers* terbanyak komentar terbanyak dan *share* terbanyak. Hal ini menunjukkan bagaimana dan berapa banyak orang melihat dan menyukai isi konten dakwah tersebut.

KESIMPULAN

Dakwah merupakan seruan, ajakan yang dilakukan dengan perkataan perbuatan tulisan. Yang berisikan pesan-pesan dakwah yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis. Efektivitas dakwah merupakan kemampuan dakwah untuk mencapai tujuannya, yaitu menyampaikan pesan agama kepada masyarakat dengan pengaruh yang positif dan meningkatkan serta transformasi perilaku individu. Efektivitas dakwah dapat diukur melalui respons masyarakat terhadap pesan dakwah, penerima dan penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari serta perubahan perilaku.

Mengkaji secara umum, generasi z lebih memilih memainkan media sosial daripada bertemu kemudian duduk mendengarkan contohnya seperti kajian, hampir dilihat dan bahkan terkadang untuk bertahan mendengarkan di satu konten saja sering kali tidak tahan disebabkan latahnya jari yang ingin terus menerus *scroll-scroll* halaman konten yang ada. Oleh sebab itu hal ini menjadi sebuah tantangan bagi dakwah di media sosial. Dengan memperhatikan efektivitas berdakwah di media sosial untuk generasi z ini, menambah ketelitian dan kreativitas para dai dalam membuat konten-konten dakwah dengan baik dan menarik. Sehingga dengan salah satu cara ini dakwah tersampaikan dengan maksimal terkhususnya pada generasi z.

Efektivitas dakwah sangat penting dalam konteks penyebaran dakwah, dikarenakan dakwah merupakan cara untuk menyebarkan ajaran dan nilai-nilai sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadis kepada masyarakat luas sehingga dengan adanya efektivitas dakwah, pesan agama dapat mudah dipahami dan diterima oleh *mad'u*, efektivitas dalam dakwah juga membantu mengatasi miskonsepsi atau stereotip negatif terhadap agama tertentu, efektivitas dakwah dapat mendorong atau memotivasi melakukan kebaikan, dakwah yang efektif juga dapat memberikan perubahan positif kepada *mad'u* berupa perbaikan perilaku, hubungan baik antar sesama manusia dan hubungan kepada Allah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2018). *Ilmu Dakwah : Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Masy'ari, A. (1981). *Studi tentang Ilmu Dakwah*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Nurohman, R. S. (2018). eWOM PADA GENERASI Z DI SOSIAL MEDIA. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* , 70-80.
- Rachmawati, D. (2019). *Welcoming Gen Z in Job World*. Jakarta: Indonesia Career Center Network.
- Siti Saadah Hafidz, N. I. (2022). *Komunikasi Pemasaran Pariwisata*. Surabaya: Unitomo Press.