

Dakwah di Kalangan Gen Z: Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Muda terhadap Kajian

Azizah Nur Fadilah¹, Ghina Zahidatushalihah Firdausi²,
Lakeisha Mozza Syafi'a Indradi³, Haura Adzra⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pendidikan Indonesia

¹azizahnurfdlh234@upi.edu, ²ghinazf08@upi.edu,

³lakeishamozza@upi.edu, ⁴hradzrastudy.12@upi.edu,

OPEN  ACCESS

Dikirim : 06-06-2025

Diterima : 22-10-2025

Terbit : 31-10-2025

Koresponden:

Cara citasi:



Karya ini bekerja di

bawah lisensi Creative Commons

Attribution-ShareAlike 4.0

International License

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Abstract

This research examines the factors influencing Gen Z's attitudes towards Islam. Using a qualitative approach through surveys with a small sample size, it was concluded that the factors influencing the study are internal (such as spiritual needs and the desire for self-improvement) and external (such as the theme's relationship with others, groups, and the appeal of da'wah content in the media). Light, relevant, and visually represented studies are more detailed. Social media is effective in influencing Generation Z, but it also helps people choose their content carefully. Preachers are advised to use communicative, contextual, and creative digital platforms to make Islam more understandable to the younger generation.

Keywords: Gen Z, Islamic studies, digital preaching, social media, religious interest

Abstrak

Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi sikap Gen Z terhadap Islam. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui survei dengan ukuran sampel kecil, disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kajian bersifat internal (seperti kebutuhan spiritual dan

keinginan untuk memperbaiki diri) dan eksternal (seperti hubungan tema dengan orang lain, kelompok, dan daya tarik konten dakwah di media). Kajian yang ringan, relevan, dan terwakili secara visual lebih rinci. Media sosial efektif dalam memengaruhi Generasi Z, tetapi juga membantu orang memilih konten mereka dengan hati-hati. Para dai disarankan untuk menggunakan platform digital yang komunikatif, kontekstual, dan kreatif untuk membuat keislaman lebih mudah dipahami oleh generasi muda.

Kata kunci: Gen Z, kajian Islam, dakwah digital, media sosial, minat religius

A. PENDAHULUAN

Kajian atau pengajian merupakan sebuah wadah kegiatan keagamaan yang memiliki tujuan utama untuk membentuk pribadi muslim yang baik, beriman, bertakwa kepada Allah SWT, serta berbudi pekerti luhur. Pengajian menjadi sarana penting dalam mendalami ilmu agama dan memperkuat keimanan, baik secara individu maupun kolektif. Dalam pelaksanaannya, pengajian kerap menggunakan metode ceramah, yakni penyampaian materi secara lisan oleh seorang da'i atau ustadz kepada jamaah (*mad'u*), dengan pendekatan yang didasarkan pada hikmah, kelembutan, dan kasih sayang (Yusanto & Widodo, 2005).

Dari berbagai definisi dan pemahaman yang ada, dapat disimpulkan bahwa pengajian merupakan lembaga pendidikan nonformal yang berfokus pada pembelajaran ilmu-ilmu agama Islam. Kegiatan ini biasanya dipandu oleh seorang guru, ustadz, atau da'i yang memiliki kompetensi keilmuan di bidang agama. Tujuan utama dari pengajian adalah membentuk insan yang berakhlak mulia, memiliki pemahaman agama yang kuat, serta mampu menjalani kehidupan sesuai ajaran Islam, sehingga kelak dapat meraih kebahagiaan dunia dan akhirat (Muhaimin, 2009). Dalam praktiknya, pengajian bersifat inklusif dan tidak membatasi partisipasi berdasarkan usia. Dari anak-anak, remaja, dewasa hingga lansia, semua memiliki kesempatan yang sama untuk hadir dan mengambil manfaat dari kegiatan ini. Bahkan di era digital seperti sekarang ini, pengajian tidak hanya dilakukan secara tatap muka, tetapi juga tersedia dalam bentuk daring (online), sehingga lebih mudah diakses oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda (Huda, 2020).

Peran generasi milenial dan Gen Z dalam dunia keislaman saat ini menjadi sorotan. Mereka sering menjadi bahan perbincangan, baik dari segi sosial, pendidikan, maupun religiusitas. Di satu sisi, generasi ini dikenal adaptif terhadap teknologi dan memiliki semangat yang tinggi dalam mencari jati diri. Namun di sisi lain, mereka juga kerap terpapar budaya barat yang tidak sejalan dengan nilai-nilai Islam. Hal ini menyebabkan sebagian dari mereka mengabaikan ajaran agama dan mengalami krisis identitas spiritual (Putra & Fauziah, 2021). Belakangan ini, kajian Islam mengalami perkembangan yang sangat signifikan, baik dari segi bentuk, pendekatan, maupun cakupan pesertanya. Fenomena ini menunjukkan meningkatnya antusiasme masyarakat, khususnya generasi muda, dalam mencari pemahaman keagamaan yang lebih mendalam. Kajian tidak lagi terbatas di masjid atau majelis taklim tradisional, tetapi telah merambah ke berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Zoom Meeting (Rahmawati, 2022).

Kemunculan para da'i dan ustadz yang memiliki pendekatan komunikatif, relevan dengan kehidupan sehari-hari, serta aktif di media sosial menjadi daya tarik tersendiri bagi generasi muda. Banyak di antara mereka yang mengemas materi kajian dengan bahasa yang ringan, diselingi humor, kisah inspiratif, dan nilai-nilai motivasi yang membangun. Fenomena ini menandakan bahwa Islam bisa disampaikan dengan cara yang menyenangkan dan mudah dipahami tanpa kehilangan esensi ajarannya (Hasanah, 2021). Selain itu, maraknya kajian tematik yang membahas isu-isu kontemporer seperti mental health, hubungan antar manusia, produktivitas, hingga gaya hidup islami, turut menambah relevansi dakwah Islam dengan kebutuhan zaman. Hal ini mendorong umat Islam, khususnya yang sebelumnya kurang akrab dengan kajian agama, menjadi lebih tertarik dan terbuka untuk belajar.

Namun, fenomena ini juga membawa tantangan tersendiri. Tidak semua kajian yang tersebar di media sosial memiliki landasan ilmiah yang kuat. Beberapa di antaranya justru berisi konten provokatif, bias, atau disampaikan oleh pihak yang kurang kredibel. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk bersikap kritis dalam memilih sumber ilmu dan

tetap merujuk pada ulama atau tokoh agama yang diakui keilmuannya. Dengan segala dinamika yang terjadi, pengajian tetap menjadi elemen penting dalam pembentukan karakter dan spiritualitas umat Islam. Kehadirannya harus terus dijaga dan dikembangkan agar senantiasa relevan, bermanfaat, dan mampu menjawab tantangan zaman. Melalui pengajian yang berkualitas dan membumi, diharapkan akan lahir generasi muslim yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga kuat secara moral dan spiritual (Yusuf, 2020).

Dengan demikian, keberadaan kajian atau pengajian menjadi semakin penting dalam menjawab kebutuhan spiritual masyarakat modern, terutama generasi muda yang hidup di tengah derasnya arus informasi dan perubahan sosial. Kajian agama berfungsi tidak hanya sebagai media penguatan iman, tetapi juga sebagai wadah pembinaan karakter dan penyemai nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini, transformasi bentuk dan metode pengajian harus terus dikembangkan agar mampu menjangkau lebih luas serta sesuai dengan dinamika zaman. Sinergi antara nilai-nilai keislaman yang universal dengan pendekatan dakwah yang inovatif dan berorientasi pada kebutuhan aktual umat menjadi kunci utama keberhasilan dakwah di era kontemporer. Selain itu, penguatan literasi keagamaan di kalangan masyarakat sangat diperlukan agar umat Islam dapat menyaring informasi keagamaan dengan bijak, serta tidak mudah terjebak pada pemahaman yang sempit atau menyesatkan. Oleh karena itu, penting bagi para da'i, ustadz, dan penggiat dakwah untuk terus meningkatkan kompetensinya serta menjaga keutuhan pesan Islam yang *rahmatan lil 'alamin*. Melalui pengajian yang inklusif, kredibel, dan berlandaskan pada sumber-sumber yang shahih, diharapkan tumbuh masyarakat muslim yang tidak hanya taat beragama, tetapi juga mampu menjadi agen perubahan positif di tengah masyarakat.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berlandaskan pada paradigma interpretatif, dengan tujuan memperoleh pemahaman mendalam mengenai makna, pengalaman, serta sudut

pandang subjek penelitian dalam konteks Dakwah di Kalangan Gen Z: Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Muda terhadap Kajian Islam. Paradigma interpretatif dipilih karena menekankan pada bagaimana individu memberikan makna terhadap pengalaman mereka dalam konteks sosial tertentu (Creswell, 2013). Strategi yang diterapkan adalah wawancara semi-terstruktur, yaitu teknik pengumpulan data yang menggunakan pedoman pertanyaan terbuka, namun tetap memberikan fleksibilitas kepada informan untuk mengemukakan pandangan mereka secara luas dan mendalam (Kvale & Brinkmann, 2009). Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi yang lebih komprehensif terhadap isu yang dikaji serta mendalam terhadap konteks sosial dan budaya generasi muda. Data yang diperoleh dari proses wawancara kemudian dianalisis secara tematik guna mengidentifikasi pola, makna, serta hubungan antar-temuan yang relevan dengan fokus penelitian.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Dakwah/Kajian

Secara etimologis, kata dakwah berasal dari bahasa Arab **يدعو - يدعو - دعا** (*yad'ū – da'w – da'a*) yang berarti memanggil, menyeru, atau mengajak. Dengan demikian, dakwah dapat dipahami sebagai suatu upaya menyampaikan ajaran Islam yang dilakukan secara sadar dan sistematis, menggunakan metode-metode tertentu agar orang lain terdorong mengikuti tujuan dakwah — namun tanpa unsur paksaan. Dalam konteks ini, dakwah memiliki makna yang mendalam, yakni bukan sekadar menyampaikan ajakan berbuat baik (*amar ma'ruf*), tetapi juga memerlukan beberapa prasyarat, seperti: mencari materi yang sesuai, memahami kondisi nyata dari sasaran dakwah, menentukan metode yang representatif, serta menggunakan bahasa yang cerdas (Wita, 2024).

Dakwah juga dapat diartikan sebagai proses menyampaikan, mengajak, atau mendorong orang lain atau suatu komunitas agar mau dengan sadar menerima, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama. Tujuan akhirnya adalah membangkitkan serta memulihkan potensi alami diri manusia, sehingga mereka dapat merasakan kebahagiaan hidup di dunia. Hakikat utama dari dakwah ini adalah membangun keimanan,

yakni keyakinan bahwa Tuhan itu Esa dan tidak ada siapa pun yang bisa menandingi-Nya, sehingga seseorang terdorong untuk menaati perintah-Nya. Berdakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim, sesuai dengan kemampuan dan pengetahuan yang dimilikinya (Wita, 2024).

Dakwah memegang peranan penting dalam kehidupan manusia, karena bertujuan untuk menyebarkan dan memperkenalkan ajaran Islam kepada masyarakat, baik kepada mereka yang belum mengenal Islam maupun yang sudah memeluk agama Islam. Ini penting agar ajaran Islam dapat terus berkembang dan diikuti oleh semakin banyak orang. Selain itu, dakwah juga berfungsi untuk meningkatkan keimanan: melalui dakwah, umat Islam dapat memperdalam pemahaman dan keyakinan mereka terhadap ajaran agama, sehingga membantu memperkuat ketakwaan dan mendekatkan diri kepada Allah Swt. (Wita, 2024).

Dakwah merupakan inti dari misi kerasulan dan menjadi kewajiban yang terus berlangsung bagi setiap Muslim dalam menyampaikan kebenaran Islam kepada sesama. Al-Qur'an sebagai sumber utama ajaran Islam telah memberikan banyak panduan tentang bagaimana dakwah seharusnya dilakukan. Salah satu ayat yang paling komprehensif dalam menjelaskan metode dakwah adalah QS. An-Nahl ayat 125. Ayat ini menekankan pentingnya pendekatan yang bijaksana, edukatif, dan penuh etika dalam menyeru manusia ke jalan Allah, sekaligus memberikan arahan bagi para pendakwah agar senantiasa menyesuaikan metode dakwah dengan kondisi dan karakter objek dakwah.

QS. An-Nahl (16:25)

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemahan: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk."

Melalui ayat ini, Al-Qur'an menegaskan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya terletak pada seberapa banyak pesan yang

disampaikan, melainkan pada cara penyampaiannya yang harus dibingkai dengan hikmah, nasihat yang baik, dan dialog yang santun. Dakwah bukanlah aktivitas memaksakan kebenaran, melainkan proses mengajak dengan kelembutan dan pengertian, seraya menyadari bahwa hidayah sepenuhnya berada di tangan Allah. Oleh karena itu, ayat ini menjadi dasar yang kuat bagi para pendakwah untuk menjalankan tugasnya secara strategis dan humanis, terlebih di era digital saat ini di mana pesan dakwah tersebar luas dan cepat namun juga menuntut pendekatan yang tepat dan penuh pertimbangan.

Dalam konteks kekinian, khususnya di era digital, QS. An-Nahl ayat 125 menjadi semakin relevan sebagai landasan etik dan metodologis dalam menyampaikan dakwah kepada generasi yang dinamis seperti Generasi Z. Karakter mereka yang kritis, mandiri, dan terbuka terhadap perbedaan, menuntut pendekatan dakwah yang lebih dialogis, inklusif, dan kontekstual. Hikmah dalam dakwah dapat diinterpretasikan sebagai kemampuan menyampaikan pesan secara cerdas, dengan mempertimbangkan psikologi audiens, waktu yang tepat, serta media yang sesuai. Sementara itu, pelajaran yang baik dan dialog yang santun menjadi kunci agar dakwah tidak berakhir sebagai indoktrinasi sepihak, melainkan sebagai proses edukasi dan transformasi yang menggugah kesadaran batin. Di sinilah pentingnya para dai dan pendakwah memahami karakteristik zaman dan kebutuhan audiensnya. Penyampaian dakwah melalui media sosial, video pendek, podcast, hingga infografis harus tetap membawa ruh dari ayat ini, yakni penuh kebijaksanaan dan etika. Tantangan zaman tidak dapat dijawab hanya dengan retorika keras atau penyampaian yang kaku, melainkan melalui pendekatan yang empatik dan membumi. Dengan menjadikan QS. An-Nahl ayat 125 sebagai prinsip dasar, dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana menyampaikan ilmu, tetapi juga sebagai jembatan spiritual yang menghubungkan hati manusia dengan nilai-nilai ilahiyah.

Generasi z

Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010. Generasi ini disebut juga sebagai “*digital natives*” karena sejak kecil telah akrab dengan internet, media sosial, dan perangkat digital (Chillakuri, 2020). Generasi Z merupakan generasi pertama yang sepenuhnya tumbuh di era digital dan memiliki keterikatan erat dengan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan mereka, mulai dari pendidikan, pekerjaan, hingga hiburan. Dalam pandangan Islam, perkembangan teknologi ini bukanlah suatu hal yang bertentangan, selama digunakan dalam koridor syariah dan nilai-nilai Islam. Mereka dipandang sebagai generasi khalifah fil ardh (pemimpin di muka bumi) yang diberi tanggung jawab untuk menjaga, membangun, dan memakmurkan dunia secara adil dan berakhlak (QS. Al-Baqarah: 30).

Menurut Jayatissa (2023), Generasi Z menunjukkan pola pikir yang lebih terbuka, fleksibel, dan responsif terhadap perubahan teknologi dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka mengharapkan lingkungan kerja dan pendidikan yang dinamis, interaktif, dan inklusif terhadap keberagaman. Selain itu, Hellen Chou P. (2012, p. 35) mengemukakan pengertian terhadap istilah Generasi Z: Generasi Z, atau yang kemudian banyak dikenal dengan generasi digital, merupakan generasi muda yang tumbuh dan berkembang dengan sebuah ketergantungan yang besar pada teknologi digital. Berdasarkan apa yang dikemukakan oleh Hellen Chou P. tersebut, maka tidak mengherankan apabila pada usia muda, orang-orang yang notabene masih berstatus sebagai siswa telah terampil dalam penguasaan teknologi.

Generasi Z ini memiliki karakter yang unik dan sangat berbeda dengan karakter yang dimiliki oleh generasi-generasi sebelumnya. Namun memang pada dasarnya setiap generasi mempunyai karakter yang mencirikan adanya perbedaan dengan generasi lain. Pengaruh teknologi yang sangat kuat ini tercermin pada, misalnya, ketergantungan generasi Z dengan gadget dan durasi konsentrasi yang singkat (Ozkan & Solmaz, 2015). Selain itu menurut Stillman, 2018 (Arum et al., 2023)

terdapat 7 karakteristik ideal generasi Z di Amerika dan negara-negara lainnya, yaitu:

1. Figital

Figital yang di maksud dalam konteks ini adalah generasi Z tidak pernah membatasi aktivitas dan ruang lingkup mereka antara dunia nyata dengan dunia digital.

2. Hiper-Kustominasi

Hiper-Kustominasi dalam konteks generasi Z tidak ingin diberi label atau cap atas apapun pada diri mereka.

3. Realitas

Akibat pengaruh dari orang tua (Generasi X) yang cenderung hidup dengan pandangan suram akibat kehidupan yang tidak sejalan dengan mimpi yang mereka cita-citakan, pemikiran gen Z juga terbawa untuk tidak berekspektasi tinggi atas kemungkinan yang akan terjadi kedepannya.

4. *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Dikenal sebagai generasi digital, Generasi Z mengumpulkan segala informasi di internet yang dirasa penting dan bermanfaat bagi pekerjaan mereka. Mereka takut tertinggal informasi.

5. Weconomist

Generasi Z merupakan satu diantara sekian generasi yang mengenal kata kolaborasi, terutama pada bidang ekonomi

6. *Do It Yourself* (D.I.Y)

Generasi digital yang mandiri, yaitu generasi gen Z.

7. Terpacu

Memang benar generasi Z ialah generasi yang realitas dan tidak memiliki mimpi besar, akan tetapi mereka ingin memberikan perubahan positif yang lingkungan dengan teknologi dalam genggamannya sendiri.

Dengan karakteristik unik yang dimiliki oleh Generasi Z, mereka membawa paradigma baru dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam konteks keberagaman dan pendidikan Islam. Kemampuan mereka dalam mengakses informasi secara cepat membuat mereka tidak

lagi bergantung sepenuhnya pada sumber-sumber konvensional, melainkan cenderung mencari referensi melalui internet, media sosial, atau platform digital lainnya. Kondisi ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi dunia dakwah dan pendidikan Islam. Dakwah kepada Generasi Z memerlukan pendekatan yang kreatif, kontekstual, dan berorientasi pada pemahaman yang relevan dengan kehidupan mereka. Pendekatan yang kaku dan monoton kemungkinan besar tidak akan efektif dalam menjangkau generasi ini. Oleh karena itu, para pendidik dan da'i dituntut untuk lebih adaptif terhadap perkembangan zaman serta mampu mengemas pesan-pesan agama dengan bahasa yang komunikatif dan media yang sesuai dengan karakter digital generasi ini.

Di sisi lain, meskipun Generasi Z sangat dekat dengan teknologi, mereka tetap membutuhkan sentuhan nilai-nilai spiritual yang mendalam agar tidak terjebak dalam krisis identitas atau kekosongan makna hidup. Kecepatan akses informasi tidak selalu berbanding lurus dengan kedalaman pemahaman, sehingga perlu adanya bimbingan yang tepat dalam mengarahkan mereka untuk memperoleh pemahaman agama yang benar, moderat, dan membumi. Pemanfaatan teknologi untuk tujuan dakwah seperti melalui konten edukatif di beberapa platform seperti TikTok, podcast religi di Spotify, atau kajian daring via Zoom menjadi salah satu cara efektif dalam menjangkau generasi ini. Lebih dari itu, penting pula bagi lembaga pendidikan dan organisasi keagamaan untuk menyediakan ruang dialog yang terbuka dan inklusif, di mana Generasi Z merasa dihargai pandangannya serta didampingi dalam proses pencarian jati diri keislaman mereka. Dengan pendekatan seperti ini, Generasi Z dapat tumbuh menjadi pribadi yang religius, kritis, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan sosialnya.

Keterlibatan Generasi Z dalam pengembangan dakwah dan kajian keislaman juga patut diapresiasi. Banyak dari mereka yang aktif membuat konten dakwah di media sosial, menginisiasi komunitas kajian digital, bahkan menjadi influencer yang menyebarkan pesan-pesan positif dan Islami. Hal ini membuktikan bahwa meskipun mereka tumbuh dalam era digital yang penuh distraksi, bukan berarti mereka teralienasi dari

nilai-nilai keagamaan. Sebaliknya, mereka mampu mengintegrasikan teknologi dengan semangat spiritualitas yang tinggi. Namun, dalam menjalankan peran tersebut, Generasi Z tetap perlu diberikan pembinaan agar tidak terjebak dalam semangat dakwah yang dangkal atau cenderung provokatif. Dengan pendampingan yang tepat dan akses terhadap sumber-sumber keislaman yang sahih, Generasi Z dapat menjadi motor penggerak dakwah Islam yang progresif, solutif, dan relevan dengan zaman. Ke depan, mereka diharapkan mampu menjadi pionir dalam membentuk peradaban Islam yang inklusif, adaptif terhadap teknologi, serta tetap kokoh pada nilai-nilai ajaran Islam yang *rahmatan lil 'alamin*.

Faktor Internal dan Eksternal Minat Generasi Muda terhadap Kajian

Minat generasi muda terhadap kajian keislaman tidak terbentuk begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, baik dari dalam diri individu maupun dari lingkungan sekitarnya. Dari sisi internal, minat ini biasanya muncul karena adanya dorongan pribadi, seperti keinginan untuk memperdalam pemahaman agama, mencari ketenangan batin, atau menjawab keresahan hidup yang mereka alami di tengah dinamika zaman. Beberapa anak muda juga merasa bahwa mengikuti kajian bisa menjadi jalan untuk memperbaiki diri atau memperluas wawasan keislaman mereka. Penelitian Silviantoro (2018) memperkuat hal ini, di mana generasi muda lebih tertarik pada kajian yang menawarkan kedalaman ilmu dan bersumber dari tradisi ulama klasik, yang dianggap lebih autentik dan menyentuh sisi spiritual mereka.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan lima narasumber dari kalangan Gen Z menunjukkan bahwa minat pada kajian Islam dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Secara internal, para narasumber menyoroti betapa pentingnya kebutuhan spiritual individu, pencarian arti hidup, dan keinginan untuk berkembang. Kebutuhan ini sering timbul dari pengalaman pribadi atau kecemasan yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari, seperti tekanan akademik atau usaha menemukan jati diri di masa remaja dan awal

dewasa. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukriyah et al. (2023) yang menyimpulkan bahwa faktor internal yang memengaruhi internalisasi nilai-nilai pendidikan agama Islam pada remaja mencakup fitrah manusia, motivasi individu, rasa ingin tahu, dan ketertarikan terhadap nilai-nilai keagamaan. Fitrah disini dipahami sebagai kecenderungan alami manusia untuk beriman kepada Allah, beribadah, dan melakukan kebaikan.

Sementara itu, dari sisi eksternal, lingkungan sekitar juga sangat berpengaruh. Hal-hal seperti cara kajian dikemas, gaya penyampaian materi, dukungan fasilitas, hingga sejauh mana kajian tersebut hadir di media sosial, semuanya turut menentukan seberapa besar minat yang tumbuh. Kajian yang disampaikan secara monoton dan tanpa inovasi cenderung membuat generasi muda kurang tertarik (Munandar et al., 2025). Sebaliknya, kajian yang interaktif, menggunakan media digital, atau dikaitkan dengan isu-isu kekinian justru lebih mudah menarik perhatian mereka. Promosi dari teman, senior, atau komunitas keagamaan pun tak kalah penting dalam membentuk citra positif terhadap kajian tersebut (Silviantoro, 2018).

Faktor eksternal yang memengaruhi ketertarikan terhadap acara kajian islam beberapa narasumber dari hasil wawancara mengatakan bahwa dukungan dari lingkungan, seperti keluarga dan teman, relevansi subjek dengan kehidupan saat ini, serta ketertarikan yang ditawarkan oleh media sosial. Para narasumber menekankan bahwa keberadaan teman dapat menjadi faktor motivasi utama untuk mengikuti kajian, sementara dukungan dari keluarga menciptakan lingkungan yang mendukung bagi perkembangan spiritual. Diperkuat oleh penelitian Qorik'ah (2024) di SMAN 1 Slahung Ponorogo menunjukkan bahwa yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga memiliki pengaruh signifikan terhadap religiusitas siswa.

Selain itu, media sosial cukup berperan dalam alasan Gen Z ini mengikuti kajian islam. Beberapa narasumber menganggap media sosial memperluas akses ke konten dakwah yang memotivasi, tetapi disisi lain, algoritma media sosial yang tidak terpilih bisa mengalihkan fokus pada

konten hiburan. Hal ini mendukung temuan penelitian oleh Febriyani, Rizki dan Siregar (2024) dari penelitiannya terdapat kesimpulan bahwa hampir semua responden menyatakan Instagram dijadikan sebagai sarana dakwah karena banyak yang menonton dan melihat pesan dakwah yang disampaikan.

Dari aspek metode dakwah, sebagian besar narasumber menginginkan penyampaian yang kasual, tidak mengajak menggurui, serta memanfaatkan bahasa yang sederhana tetapi bermakna. Pendekatan yang terkait dengan isu terkini, seperti kesehatan mental, pengembangan diri, dan interaksi sosial dalam sudut pandang Islam dianggap lebih menarik dan praktis. Penyampaian dakwah yang interaktif dan kontekstual merupakan metode yang digemari oleh Gen Z, sebagaimana dinyatakan oleh Charismanto (2022) bahwa Penyampaian dakwah yang interaktif dan kontekstual merupakan metode yang digemari Gen Z karena sesuai dengan karakteristik mereka yang dinamis, kritis, dan terhubung dengan dunia digital. Pendekatan ini tidak hanya efektif dalam menyampaikan pesan agama tetapi juga membangun hubungan emosional dengan generasi muda. Keberhasilan dakwah di era digital sangat tergantung pada pendekatan yang dialogis serta adaptif terhadap perubahan zaman.

Pembicara atau dai juga merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan minat. Narasumber biasanya lebih tertarik kepada pembicara yang dapat membangun suasana yang santai dan mampu membawakan materi secara relatable, menggunakan media presentasi visual, dan mengaitkan tema dengan realitas kehidupan sehari-hari. Generasi Z lebih menyukai pendakwah yang tidak hanya memiliki pengetahuan agama yang mumpuni, tetapi juga mampu menyampaikan materi secara komunikatif, relevan, dan tidak menghakimi. Pendakwah ideal bagi generasi ini adalah mereka yang terbuka terhadap dialog, mampu mengaitkan nilai-nilai Islam dengan realitas kehidupan anak muda, serta aktif di media digital. Sebagai contoh, penelitian oleh Hermansyah dkk (2024) menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital dakwah Islam melalui akun Instagram @LDK UIKA Bogor berhasil

menjangkau Gen Z dengan pendekatan yang menarik dan sesuai dengan karakteristik mereka. Dengan demikian, perpaduan antara motivasi pribadi, lingkungan yang mendukung, serta kehadiran pendakwah yang relevan menjadi kunci penting dalam menumbuhkan minat generasi muda terhadap kajian keislaman.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam untuk memahami bagaimana generasi Z merespons dakwah Islam di era digital. Temuan penelitian menunjukkan bahwa dakwah atau kajian Islam yang dikemas secara modern, visual, dan berbasis digital memiliki daya tarik yang kuat bagi generasi ini. Pendekatan yang relevan dengan gaya hidup dan pola konsumsi media Gen Z terbukti mampu meningkatkan ketertarikan mereka terhadap kajian keislaman. Dalam konteks ini, media sosial muncul sebagai media dakwah yang sangat potensial karena aksesibilitasnya yang tinggi dan kemampuannya menjangkau audiens secara luas.

Namun demikian, efektivitas media sosial sebagai sarana dakwah sangat bergantung pada kualitas dan arah konten yang disebar. Paparan berlebihan terhadap konten hiburan yang bersifat dangkal atau bahkan bertentangan dengan nilai-nilai keislaman dapat mengurangi minat dan kedalaman pemahaman generasi muda terhadap ajaran Islam. Oleh karena itu, penting bagi para dai, pendidik, dan konten kreator untuk berkolaborasi menciptakan konten dakwah yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga kaya akan nilai, kontekstual, dan mampu menjawab tantangan zaman. Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya menjadi alternatif, melainkan juga solusi strategis dalam membina keberagaman generasi masa kini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arafah, A. A., Sukriadi, S., & Samsuddin, A. F. (2023). Implikasi teori belajar konstruktivisme pada pembelajaran matematika. *Jurnal Pendidikan MIPA*, 13(2), 358–366.
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030.

Accounting Student Research Journal, 2(1), 59–72.
<https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>

- Charismanto, N. I. M. (2022). *Strategi Dakwah Digital di Era Milenial: Studi Kasus Aktivitas Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Chillakuri, B. (2020). Understanding Generation Z Expectations for Effective Onboarding. *Journal of Organizational Change Management*, 33(7), 1277–1296.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Febriyani, S. A. A., Rizki, J. W. S., & Siregar, N. M. (2024). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Dakwah di Kalangan Mahasiswa. *Hikmah*, 18(1), 147–162.
- Hasanah, N. (2021). Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah di Era Digital. *Jurnal Komunika*, 15(2), 89–103.
- Hermansyah, H., Gunawan, A., & Alfaien, N. I. (2024). Strategi Komunikasi Digital Dakwah Islam dalam Menjangkau Generasi Z di Akun Instagram @LDK UIKA Bogor. *Jurnal Komunikasi*, 2(9), 818–823.
- Huda, M. (2020). Transformasi Dakwah Digital di Era Pandemi. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 101–115.
- Jayatissa, K. A. D. U. (2023). Generation Z – A New Lifeline: A Systematic Literature Review. *Sri Lanka Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(2).
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Muhaimin. (2009). *Paradigma Pendidikan Islam: Upaya Mengefektifkan Pendidikan Agama Islam di Sekolah*. PT RajaGrafindo Persada.
- Munandar, A., Cahyarani, M., Arianto, R., Ramadhana, R., Ghazali, A., Nurhayati, T., & Pratiwi, D. F. (2025). Analisis Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di SMA Negeri 1 Muaro Jambi. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 5(1), 313–320.
- Ozkan, M., & Solmaz, B. (2015). Mobile Addiction of Generation Z and Its Effects on Their Social Lives: An Application Among University Students in the 18–23 Age Group. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 205, 92–98.
- Pratama, H. C. (2012). *Cyber Smart Parenting*. PT Visi Anugerah Indonesia.

- Putra, A., & Fauziah, R. (2021). Generasi Z dan Tantangan Spiritualitas. *Jurnal Psikologi Islam Dan Budaya*, 8(1), 55–63.
- Qorik'ah, E. N. (2024). *Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Religiusitas Siswa Kelas XI di SMAN 1 Slahung Ponorogo*. IAIN Ponorogo.
- Rahmawati, D. (2022). Fenomena Kajian Online di Kalangan Milenial. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 12(1), 33–47.
- Silviantoro, N. I. (2018). Minat Generasi Muda terhadap Ilmu Hadis (Kendala dan Solusinya dalam Rencana Strategi Pengembangan Prodi Ilmu Hadis). *Al-Majaalis: Jurnal Dirasat Islamiyah*, 5(2), 28–48.
- Wita, P. (2024). Peran Dakwah Habib Jafar di Media Sosial dalam Mempengaruhi Sikap dan Perilaku Remaja. *Journal of Da'wah*, 3(1), 62–77.
- Yusanto, M., & Widodo, A. (2005). *Dakwah dan Perubahan Sosial*. Gema Insani.
- Yusuf, M. (2020). *Membangun Generasi Qur'ani di Era Modern*. Pustaka Pelajar.