

## KOMUNIKASI DAKWAH ISLAM UNTUK GENERASI Z

Suriati<sup>1</sup>, Suriyati<sup>2</sup>, Muhlis<sup>3</sup>, Musliadi<sup>4</sup>, Muh. Imran<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Islam Ahmad Dahlan, Sinjai

<sup>1</sup>E-mail: [suriatimarjan@gmail.com](mailto:suriatimarjan@gmail.com)

### Abstract

*This study aims to analyze effective Islamic da'wah communication for Generation Z in the digital era. Generation Z, as a group born and raised in the midst of technological development, has distinct characteristics compared to previous generations, particularly in terms of communication patterns, media preferences, and how they receive information. This study used a qualitative approach with descriptive methods, using in-depth interviews, observation, and documentation studies as data collection techniques. The results indicate that effective da'wah communication for Generation Z must be interactive, creative, and relevant to everyday life. The use of social media such as short video platforms, podcasts, and visual content is the primary means of conveying da'wah messages. Furthermore, the use of simple, authentic language and a non-patronizing approach can increase the appeal and acceptance of da'wah messages. The conclusion of this study is that the success of da'wah to Generation Z is greatly influenced by the communicator's ability to adapt methods, media, and communication style to the characteristics of the audience. Therefore, innovation and adaptation in da'wah strategies are needed so that the Islamic message can be effectively received among Generation Z.*

**Keywords:** da'wah communication, Generation Z, social media, digital da'wah

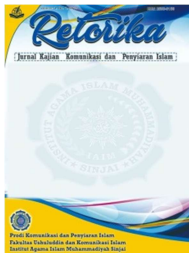
### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi dakwah Islam yang efektif bagi Generasi Z di era digital. Generasi Z sebagai kelompok yang lahir dan tumbuh dalam perkembangan teknologi memiliki karakteristik yang berbeda dibanding generasi sebelumnya, terutama dalam hal pola komunikasi, preferensi media, dan cara menerima informasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, melalui teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dakwah yang efektif untuk Generasi Z harus bersifat interaktif, kreatif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Pemanfaatan media sosial seperti platform video pendek, podcast, dan konten visual menjadi sarana utama dalam menyampaikan pesan dakwah. Selain itu, penggunaan bahasa yang sederhana, autentik, serta pendekatan yang tidak menggurui mampu meningkatkan daya tarik dan penerimaan pesan dakwah. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa keberhasilan dakwah kepada Generasi Z sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam menyesuaikan metode, media, dan gaya komunikasi dengan karakteristik audiens. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dan adaptasi dalam strategi dakwah agar pesan Islam dapat diterima secara efektif di kalangan Generasi Z.

**Kata kunci:** komunikasi dakwah, Generasi Z, media sosial, dakwah digital

## 1. Pendahuluan

Perkembangan zaman yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam cara berkomunikasi dan

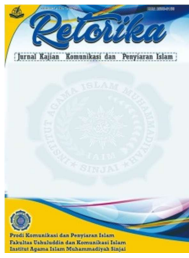


menyampaikan pesan keagamaan (Abdurrahman and Badruzaman 2023). Dakwah sebagai aktivitas menyampaikan ajaran Islam tidak dapat dilepaskan dari dinamika sosial dan budaya yang terus berubah. Dalam konteks ini, komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan dakwah (Rani 2023). Tanpa komunikasi yang efektif, pesan dakwah yang disampaikan berpotensi tidak dipahami dengan baik oleh audiens, bahkan dapat menimbulkan kesalahpahaman.

Di era modern saat ini, muncul generasi baru yang dikenal sebagai Generasi Z, yaitu kelompok yang lahir sekitar pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an. (Daffa et al. 2024). Generasi ini tumbuh dan berkembang dalam lingkungan yang sangat dekat dengan teknologi digital, internet, dan media sosial. Mereka memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, seperti lebih kritis, cepat dalam menerima informasi, serta cenderung menyukai hal-hal yang praktis, visual, dan interaktif (Andrianysah 2026). Oleh karena itu, pendekatan dakwah yang digunakan untuk generasi ini tidak dapat disamakan dengan metode dakwah konvensional yang bersifat satu arah dan monoton.

Komunikasi dakwah Islam untuk Generasi Z menuntut adanya inovasi dan kreativitas dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan (Lillah and Fadhil 2025). Pendakwah tidak hanya dituntut untuk menguasai materi dakwah, tetapi juga harus mampu memahami karakteristik audiens serta memanfaatkan media komunikasi yang relevan dengan kehidupan mereka. Media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan platform digital lainnya telah menjadi ruang baru bagi aktivitas dakwah (Muthowah 2024). Melalui media ini, pesan dakwah dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik, singkat, dan mudah dipahami oleh generasi muda. Namun demikian, penggunaan media digital dalam dakwah juga menghadirkan berbagai tantangan. Salah satunya adalah maraknya informasi yang tidak terverifikasi atau hoaks yang dapat memengaruhi pemahaman keagamaan Generasi Z (Lillah and Fadhil 2025). Selain itu, gaya komunikasi di media sosial yang cenderung bebas dan informal terkadang berpotensi mengurangi nilai kesakralan pesan dakwah. Dalam hal ini, diperlukan keseimbangan antara penyampaian pesan yang menarik dengan tetap menjaga substansi dan nilai-nilai ajaran Islam (Hasanah and Sos 2025)

Komunikasi dakwah yang efektif tidak hanya bergantung pada media yang digunakan, tetapi juga pada pendekatan yang diterapkan (Sari, Mahmuddin, and Muhammad 2026). Dalam Islam, dakwah dianjurkan untuk dilakukan dengan cara yang bijak, santun, dan penuh hikmah sebagaimana yang tercantum dalam Al-Qur'an (Umro'atin 2020). Pendekatan persuasif yang mengedepankan dialog, empati, dan



pemahaman terhadap kondisi audiens menjadi kunci dalam menarik perhatian Generasi Z (Setiawati et al. 2025). Pendakwah perlu menghindari pendekatan yang bersifat menghakimi atau memaksa, karena hal tersebut justru dapat menimbulkan resistensi.

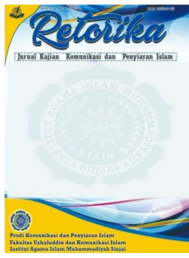
Perubahan pola komunikasi ini juga menuntut adanya pergeseran paradigma dalam dakwah Islam (Sholihul Huda and Fil 2022). Jika sebelumnya dakwah lebih banyak dilakukan secara langsung melalui ceramah di masjid atau majelis taklim, kini dakwah dapat dilakukan secara virtual tanpa batas ruang dan waktu (Putri and Tamirano 2026). Hal ini membuka peluang yang sangat besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas, namun sekaligus menuntut kesiapan pendakwah dalam mengelola pesan dan media secara profesional.

Pentingnya komunikasi dakwah Islam untuk Generasi Z juga berkaitan dengan upaya menjaga keberlangsungan nilai-nilai keislaman di tengah arus globalisasi (Arminah and Romelah 2025). Tanpa adanya pendekatan yang tepat, terdapat risiko terjadinya kesenjangan antara ajaran agama dengan realitas kehidupan generasi muda. Oleh karena itu, dakwah harus mampu menjembatani kesenjangan tersebut dengan menghadirkan pesan yang relevan, solutif, dan mudah diterima.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kajian mengenai komunikasi dakwah Islam untuk Generasi Z menjadi sangat penting untuk dilakukan. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi, metode, dan tantangan dalam menyampaikan dakwah kepada generasi muda di era digital. Selain itu, kajian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pendakwah, akademisi, dan praktisi komunikasi dalam mengembangkan model dakwah yang efektif, inovatif, dan relevan dengan kebutuhan zaman.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana komunikasi dakwah Islam dapat diterapkan secara efektif kepada Generasi Z (Sugiyono 2015). Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali fenomena sosial secara holistik, khususnya terkait perilaku, preferensi, dan karakteristik komunikasi generasi muda di era digital. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder (Suriati 2020). Data primer diperoleh melalui observasi terhadap aktivitas dakwah di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, serta melalui wawancara semi-terstruktur dengan beberapa informan yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan juga praktisi dakwah digital. Sementara itu, data sekunder diperoleh



dari literatur berupa buku, jurnal ilmiah, artikel, serta sumber lain yang relevan dengan topik komunikasi dakwah Islam dan perkembangan generasi digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati pola komunikasi dakwah yang berkembang di platform digital. Wawancara digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai persepsi Generasi Z terhadap dakwah Islam. Adapun dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa rekaman, tangkapan layar, serta konten-konten dakwah yang beredar di media sosial. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Suriati 2020). Reduksi data dilakukan dengan memilah dan menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif agar mudah dipahami. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan pola dan temuan yang muncul selama proses penelitian.

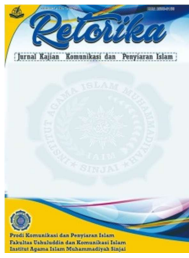
Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan data dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data (Suriyati et al. 2025). Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi serta mampu memberikan gambaran yang akurat mengenai komunikasi dakwah Islam untuk Generasi Z

### 3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana komunikasi dakwah Islam dapat disampaikan secara efektif kepada Generasi Z di tengah perkembangan teknologi digital yang sangat pesat. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, ditemukan bahwa terjadi perubahan signifikan dalam pola komunikasi dakwah, baik dari segi media, metode, maupun pendekatan yang digunakan.

#### Karakteristik Generasi Z dalam Konteks Dakwah

Kesehatan mental mahasiswa merupakan isu yang semakin mendapatkan perhatian dalam dunia pendidikan tinggi, terutama pada generasi muda yang berada dalam fase transisi menuju kedewasaan. Mahasiswa PAI C angkatan 2024 menghadapi berbagai tekanan, baik dari aspek akademik, sosial, maupun personal, yang berpotensi memengaruhi kondisi psikologis mereka. Menurut WHO (2022), kesehatan mental tidak hanya ditandai dengan ketiadaan gangguan, tetapi juga kemampuan individu dalam mengelola stres, bekerja secara produktif, serta berkontribusi dalam lingkungan sosialnya. Dalam konteks ini, mahasiswa yang tidak



## RETORIKA

Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam

Volume 8, No. 1, 2026

P-ISSN : 2655-5166 / E-ISSN : 2715-2103

Email : jurnalretorika46@gmail.com

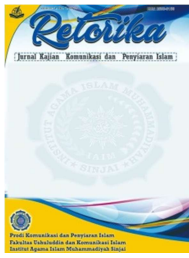
Homepage : <https://journal.uiad.ac.id/index.php/retorika/index>

memiliki kemampuan adaptasi yang baik cenderung mengalami stres akademik, kecemasan, dan bahkan burnout. Hal ini menunjukkan pentingnya intervensi yang bersifat preventif dan promotif untuk menjaga kesejahteraan psikologis mahasiswa.

Salah satu pendekatan yang dinilai efektif dalam meningkatkan kesehatan mental mahasiswa adalah melalui konseling sebaya (peer counseling). Konseling sebaya memungkinkan individu untuk berbagi pengalaman dengan orang yang memiliki latar belakang dan usia yang relatif sama, sehingga tercipta hubungan yang lebih terbuka dan egaliter. Corey (2017) menyatakan bahwa hubungan terapeutik yang efektif sangat dipengaruhi oleh kepercayaan dan empati, yang seringkali lebih mudah terbangun dalam relasi sebaya. Selain itu, Latipun (2015) menekankan bahwa konseling sebaya dapat menjadi alternatif layanan psikologis yang lebih mudah diakses dan tidak menimbulkan stigma seperti halnya konseling profesional. Dengan demikian, pelatihan konselor sebaya menjadi langkah strategis dalam memperluas jangkauan dukungan kesehatan mental di lingkungan kampus.

Namun demikian, dalam konteks mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI), pendekatan konseling sebaya akan lebih optimal apabila diintegrasikan dengan nilai-nilai Islam. Nilai-nilai seperti *rahmah* (kasih sayang), *ta'awun* (tolong-menolong), dan *mau'izhah hasanah* (nasihat yang baik) merupakan prinsip dasar dalam interaksi sosial yang diajarkan dalam Islam (Departemen Agama RI, 2019). Integrasi nilai-nilai ini tidak hanya memperkuat aspek emosional dalam proses konseling, tetapi juga memberikan dimensi spiritual yang dapat meningkatkan ketenangan batin individu. Rahman (2018) menjelaskan bahwa pendekatan spiritual dalam kesehatan mental mampu membantu individu menemukan makna hidup, meningkatkan ketahanan diri (resiliensi), serta mengurangi tingkat kecemasan dan stres. Oleh karena itu, pelatihan konselor sebaya berbasis nilai Islam menjadi relevan untuk diterapkan pada mahasiswa PAI.

Pelatihan konselor sebaya berbasis nilai Islam tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan komunikasi dan teknik konseling, tetapi juga pada pembentukan karakter dan sikap konselor. Keterampilan seperti mendengarkan aktif, empati, dan kemampuan problem solving perlu dikembangkan secara sistematis melalui metode pelatihan seperti simulasi (role play), diskusi kasus, dan refleksi pengalaman. Mappiare (2013) menegaskan bahwa keberhasilan konseling sangat dipengaruhi oleh kualitas pribadi konselor, termasuk kepekaan sosial dan integritas moral. Dalam konteks ini, nilai-nilai Islam berperan sebagai landasan etis yang



membimbing konselor dalam menjalankan perannya secara bertanggung jawab dan penuh keikhlasan.

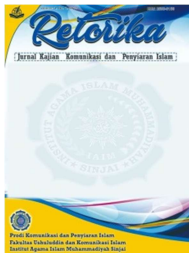
Selain itu, pelatihan ini juga berkontribusi dalam membangun lingkungan kampus yang suportif terhadap kesehatan mental. Dengan adanya konselor sebaya, mahasiswa memiliki akses yang lebih mudah untuk mendapatkan dukungan emosional tanpa harus merasa takut atau malu. Hal ini sejalan dengan konsep *community-based mental health support*, di mana dukungan sosial menjadi faktor penting dalam menjaga kesejahteraan psikologis individu (Seligman, 2011). Dukungan dari teman sebaya dapat meningkatkan rasa memiliki (*sense of belonging*) dan mengurangi perasaan kesepian yang sering dialami mahasiswa baru. Dengan demikian, keberadaan konselor sebaya tidak hanya membantu individu secara personal, tetapi juga memperkuat iklim sosial yang positif di lingkungan akademik.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelatihan konselor sebaya berbasis nilai Islam merupakan strategi yang efektif dan relevan dalam meningkatkan kesehatan mental mahasiswa PAI C angkatan 2024. Integrasi antara pendekatan psikologis dan nilai spiritual memberikan keunggulan tersendiri dalam menjawab kebutuhan mahasiswa secara holistik. Oleh karena itu, implementasi program ini perlu dirancang secara sistematis dan berkelanjutan agar dapat memberikan dampak yang optimal, baik bagi individu maupun lingkungan kampus secara keseluruhan.

### **Pola Konsumsi Informasi yang Cepat**

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa PAI C angkatan 2024, ditemukan bahwa pola konsumsi informasi mereka cenderung cepat, instan, dan berbasis media digital. Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka lebih sering mengakses informasi melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube dibandingkan dengan membaca buku atau artikel ilmiah. Salah satu informan mengungkapkan bahwa “konten yang singkat dan langsung ke inti lebih mudah dipahami,” sementara informan lain menyebutkan bahwa durasi yang panjang seringkali membuat mereka kehilangan minat.

Selain itu, mahasiswa cenderung melakukan *scrolling* secara cepat dan hanya fokus pada bagian yang menarik secara visual seperti judul, gambar, atau video pendek. Mereka jarang membaca atau menonton konten secara keseluruhan kecuali jika dianggap penting. Kondisi ini menunjukkan bahwa preferensi terhadap kecepatan akses informasi lebih dominan dibandingkan kedalaman pemahaman. Temuan ini



sejalan dengan karakteristik Generasi Z yang cenderung mengonsumsi informasi secara cepat dan multitasking dalam penggunaan media digital (Santrock, 2018).

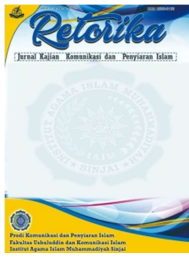
Namun demikian, beberapa informan menyadari adanya risiko dari pola konsumsi informasi yang cepat, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat atau kurangnya pemahaman mendalam. Oleh karena itu, sebagian mahasiswa mulai berusaha lebih selektif dalam memilih sumber informasi, terutama yang berkaitan dengan isu agama dan kesehatan mental. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran awal terhadap pentingnya literasi digital dalam menyaring informasi yang diperoleh.

Pola konsumsi informasi yang cepat pada mahasiswa PAI C angkatan 2024 mencerminkan perubahan signifikan dalam perilaku belajar dan cara memperoleh pengetahuan di era digital. Generasi Z sebagai digital natives memiliki kecenderungan untuk mengakses informasi secara instan dan lebih menyukai konten yang ringkas, visual, serta mudah dipahami. Fenomena ini berkaitan dengan konsep *information overload*, di mana individu dihadapkan pada jumlah informasi yang sangat besar sehingga memilih untuk memproses informasi secara cepat dan selektif (Seligman, 2011).

Dari perspektif psikologi dan komunikasi, pola ini memiliki dua sisi. Di satu sisi, kemudahan akses informasi dapat meningkatkan efisiensi dalam memperoleh pengetahuan dan memperluas wawasan mahasiswa. Namun di sisi lain, konsumsi informasi yang dangkal dapat mengurangi kemampuan berpikir kritis dan analitis. Latipun (2015) menjelaskan bahwa pemahaman yang mendalam sangat penting dalam proses pengambilan keputusan, terutama dalam konteks konseling dan kesehatan mental. Oleh karena itu, jika mahasiswa hanya mengandalkan informasi singkat tanpa verifikasi, maka risiko kesalahpahaman akan semakin besar.

Dalam konteks konseling sebaya berbasis nilai Islam, temuan ini memiliki implikasi penting terhadap strategi komunikasi yang digunakan. Penyampaian pesan perlu disesuaikan dengan karakteristik audiens, yaitu dengan menggunakan media yang menarik, bahasa yang sederhana, serta format yang singkat namun tetap bermakna. Nilai-nilai Islam seperti *mau'izhah hasanah* (nasihat yang baik) menekankan pentingnya penyampaian pesan secara bijak dan mudah dipahami (Departemen Agama RI, 2019). Dengan demikian, integrasi antara metode komunikasi modern dan nilai-nilai Islam dapat menjadi pendekatan yang efektif.

Selain itu, penting untuk meningkatkan literasi digital mahasiswa agar mereka mampu menyaring informasi secara kritis dan bertanggung jawab. Upaya ini dapat dilakukan melalui pelatihan, diskusi, dan pembiasaan dalam mengakses sumber



informasi yang kredibel. Corey (2017) menegaskan bahwa dalam proses konseling, kemampuan memahami informasi secara utuh sangat diperlukan agar konselor dapat memberikan bantuan yang tepat. Oleh karena itu, penguatan kemampuan berpikir kritis menjadi bagian penting dalam pengembangan konselor sebaya.

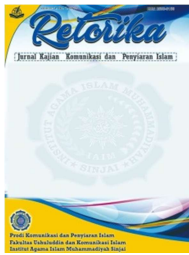
Secara keseluruhan, pola konsumsi informasi yang cepat bukan hanya menjadi tantangan, tetapi juga peluang dalam menyampaikan pesan edukatif dan nilai-nilai Islam kepada mahasiswa. Dengan strategi yang tepat, pola ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi, termasuk dalam konteks dakwah dan konseling sebaya, sehingga mampu mendukung peningkatan kesehatan mental mahasiswa secara lebih optimal.

### **Media Digital sebagai Sarana Dakwah**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa PAI C angkatan 2024, ditemukan bahwa media digital memiliki peran yang sangat signifikan sebagai sarana dakwah di kalangan generasi muda. Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka lebih sering mengakses konten dakwah melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube dibandingkan dengan menghadiri kajian secara langsung. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses, fleksibilitas waktu, serta format konten yang lebih menarik dan variatif. Salah satu informan menyatakan bahwa “dakwah di media sosial lebih mudah dipahami karena dikemas secara singkat dan visual,” yang menunjukkan adanya preferensi terhadap bentuk komunikasi yang praktis dan interaktif.

Selain itu, konten dakwah yang paling diminati adalah yang disampaikan dalam bentuk video pendek, kutipan motivasi Islami, serta penjelasan ringan mengenai isu-isu kehidupan sehari-hari. Mahasiswa cenderung lebih tertarik pada dai atau kreator konten yang menggunakan bahasa sederhana, tidak menggurui, dan relevan dengan realitas kehidupan mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas dakwah di media digital tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara penyampaian dan kemampuan komunikator dalam membangun kedekatan dengan audiens. Corey (2017) menekankan bahwa komunikasi yang efektif memerlukan pemahaman terhadap karakteristik audiens agar pesan dapat diterima dengan baik.

Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan adanya tantangan dalam penggunaan media digital sebagai sarana dakwah. Beberapa responden mengungkapkan bahwa tidak semua konten dakwah di media sosial dapat dipercaya kebenarannya. Adanya perbedaan pemahaman agama, kurangnya sumber yang jelas, serta potensi penyebaran informasi yang tidak valid menjadi kekhawatiran tersendiri.



Hal ini menunjukkan pentingnya literasi digital dalam menyaring informasi keagamaan. Santrock (2018) menyatakan bahwa kemampuan berpikir kritis sangat diperlukan dalam menghadapi arus informasi yang cepat di era digital.

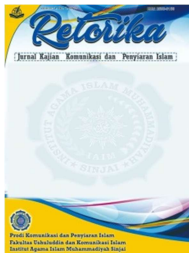
Dari perspektif nilai-nilai Islam, penggunaan media digital sebagai sarana dakwah tetap harus berlandaskan prinsip *mau'izhah hasanah* (nasihat yang baik), *hikmah* (kebijaksanaan), dan *qaulan layyinan* (perkataan yang lemah lembut). Prinsip-prinsip ini penting agar pesan dakwah tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki kedalaman makna dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Departemen Agama RI (2019) menegaskan bahwa dakwah harus dilakukan dengan cara yang bijak dan sesuai dengan kondisi audiens. Dengan demikian, pemanfaatan media digital perlu diimbangi dengan tanggung jawab moral dalam menyampaikan pesan keagamaan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media digital merupakan sarana yang efektif dan strategis dalam menyampaikan dakwah kepada generasi muda, khususnya mahasiswa. Namun, efektivitas tersebut sangat bergantung pada kualitas konten, kredibilitas sumber, serta kemampuan audiens dalam memahami dan menyaring informasi. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mengoptimalkan penggunaan media digital sebagai sarana dakwah yang tidak hanya menarik, tetapi juga edukatif dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Integrasi antara teknologi dan nilai spiritual menjadi kunci dalam menciptakan dakwah yang relevan dan berdampak positif bagi perkembangan mental dan keagamaan mahasiswa.

### **Gaya Komunikasi Dakwah yang Efektif**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada mahasiswa PAI C angkatan 2024, ditemukan bahwa gaya komunikasi dakwah yang efektif sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam menyesuaikan cara penyampaian dengan karakteristik audiens. Mahasiswa menyatakan bahwa dakwah yang disampaikan dengan bahasa sederhana, interaktif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari lebih mudah diterima dibandingkan dakwah yang bersifat formal dan panjang. Salah satu informan menyebutkan, “dakwah lebih mudah dipahami kalau disampaikan dengan cerita atau contoh nyata, bukan hanya teori.” Temuan ini menunjukkan pentingnya pendekatan yang personal dan kontekstual dalam komunikasi dakwah (Corey, 2017).

Selain itu, mahasiswa cenderung lebih responsif terhadap gaya komunikasi yang menggunakan media visual, narasi storytelling, serta humor ringan yang tidak menyinggung. Pendekatan ini dapat menciptakan suasana yang nyaman, mengurangi jarak antara komunikator dan audiens, serta meningkatkan keterlibatan mahasiswa.



Hurlock (2011) menekankan bahwa proses komunikasi yang efektif memerlukan pemahaman psikologis terhadap audiens, termasuk karakter, minat, dan cara belajar mereka. Dengan demikian, gaya komunikasi dakwah yang interaktif dan adaptif menjadi kunci dalam menarik perhatian dan membangun kesadaran spiritual.

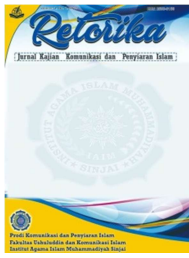
Di sisi lain, hasil penelitian juga menemukan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh bentuk komunikasi, tetapi juga oleh integritas, ketulusan, dan konsistensi komunikator dalam menjalankan pesan. Nilai-nilai Islam seperti *hikmah* (kebijaksanaan), *mau'izhah hasanah* (nasihat yang baik), dan *qaulan layyinah* (perkataan yang lemah lembut) menjadi landasan etis yang memperkuat efektivitas komunikasi dakwah (Departemen Agama RI, 2019). Santrock (2018) menambahkan bahwa komunikasi yang efektif mampu mempengaruhi sikap dan perilaku audiens secara positif, terutama jika disampaikan dengan empati dan perhatian pada kebutuhan psikologis mereka.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi dakwah yang efektif bagi mahasiswa PAI C angkatan 2024 adalah gaya yang interaktif, kontekstual, dan berlandaskan nilai-nilai Islam. Integrasi antara teknik komunikasi modern dengan prinsip etis dan spiritual Islam dapat meningkatkan pemahaman, penerimaan, dan implementasi pesan dakwah di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, pengembangan kapasitas komunikator dalam menyesuaikan gaya komunikasi sangat penting untuk mencapai tujuan dakwah yang berdampak dan berkelanjutan.

### Peran Generasi Z dalam Dakwah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada mahasiswa PAI C angkatan 2024, ditemukan bahwa Generasi Z memiliki peran penting dalam penyebaran dakwah Islam di era digital. Mahasiswa menyatakan bahwa mereka lebih nyaman mengakses informasi keagamaan melalui media digital, termasuk media sosial, video pendek, dan podcast, dibandingkan melalui ceramah konvensional. Salah satu informan menyebutkan, “kami lebih mudah membagikan dakwah melalui Instagram atau TikTok, karena teman-teman lebih tertarik dengan konten visual dan cepat.” Temuan ini sesuai dengan karakteristik Generasi Z sebagai digital natives yang terbiasa dengan teknologi dan informasi instan (Santrock, 2018).

Selain sebagai penerima dakwah, mahasiswa Generasi Z juga aktif menjadi agen penyebaran dakwah, baik melalui konten kreatif maupun kegiatan sosial keagamaan. Mereka memanfaatkan platform digital untuk membagikan nilai-nilai Islam yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, seperti motivasi, etika, dan



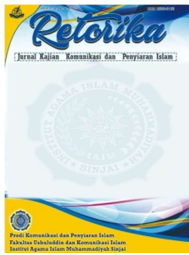
kesehatan mental. Corey (2017) menekankan bahwa efektivitas komunikasi dakwah sangat dipengaruhi oleh kedekatan emosional dan relevansi pesan dengan kebutuhan audiens. Generasi Z, dengan kemampuan mereka dalam teknologi digital dan pemahaman konteks sosial, mampu menjembatani dakwah agar lebih dekat dengan kehidupan teman sebayanya.

Namun demikian, penelitian juga menunjukkan adanya tantangan, termasuk risiko penyebaran informasi yang kurang valid dan kurangnya keterampilan komunikasi yang matang. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka terkadang sulit menyaring konten dakwah yang kredibel atau mengemas pesan secara efektif. Hal ini menekankan perlunya pelatihan dan pembinaan, termasuk penanaman nilai-nilai Islam yang kuat, kemampuan literasi digital, serta keterampilan komunikasi interpersonal (Rahman, 2018; Departemen Agama RI, 2019). Dengan pembinaan yang tepat, Generasi Z tidak hanya menjadi konsumen dakwah, tetapi juga menjadi agen perubahan yang dapat memperluas jangkauan dakwah secara efektif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa peran Generasi Z dalam dakwah sangat strategis. Mereka memiliki kemampuan adaptasi teknologi, kreativitas dalam penyampaian pesan, dan kedekatan emosional dengan audiens sebaya. Untuk memaksimalkan potensi ini, diperlukan dukungan berupa pelatihan, panduan konten dakwah, dan pembekalan nilai-nilai Islam agar dakwah yang disebarkan tetap berkualitas, edukatif, dan berdampak positif bagi masyarakat luas. Generasi Z menjadi penggerak utama dakwah digital yang relevan dengan perkembangan zaman.

#### 4. Simpulan

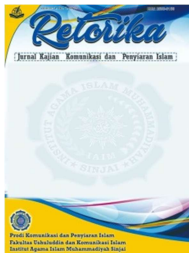
Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi dakwah Islam untuk Generasi Z memerlukan pendekatan yang adaptif, inovatif, dan relevan dengan perkembangan zaman, khususnya dalam konteks digital. Generasi Z sebagai generasi yang tumbuh di era teknologi memiliki karakteristik yang berbeda, seperti lebih kritis, menyukai konten yang singkat dan visual, serta aktif dalam berinteraksi di media sosial. Oleh karena itu, metode dakwah konvensional tidak lagi sepenuhnya efektif jika tidak disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Pemanfaatan media digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube terbukti menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada Generasi Z. Melalui platform tersebut, pesan keislaman dapat dikemas secara kreatif, menarik, dan mudah dipahami. Selain itu, interaktivitas yang ditawarkan oleh media digital memungkinkan terjadinya



komunikasi dua arah antara pendakwah dan audiens, sehingga pesan dakwah dapat lebih mudah diterima dan dipahami. Namun demikian, terdapat berbagai tantangan dalam komunikasi dakwah di era digital, seperti maraknya hoaks, informasi yang tidak valid, serta persaingan dengan konten lain yang lebih menarik. Oleh karena itu, diperlukan kemampuan literasi digital yang baik, baik dari sisi pendakwah maupun audiens, agar pesan yang disampaikan tetap sesuai dengan ajaran Islam dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Dengan demikian, komunikasi dakwah Islam untuk Generasi Z tidak hanya menuntut penguasaan materi keagamaan, tetapi juga kemampuan dalam memanfaatkan teknologi dan memahami karakteristik audiens. Pendakwah diharapkan mampu menyampaikan pesan secara bijak, santun, dan kontekstual, sehingga dakwah dapat menjadi sarana yang efektif dalam membentuk pemahaman keagamaan yang kuat di kalangan generasi muda.

### Daftar Pustaka

- Abdurrahman, Qomar, and Dudi Badruzaman. 2023. "Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital." *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3(2):152–62.
- ANDRIANSYAH, MUHAMMAD RENDI. 2026. "INTEGRASI TEKNOLOGI DAN NILAI ISLAM OLEH GENERASI Z (KONSEP KEBERAGAMAAN PADA SISWA SMA UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA MEDAN)." PhD Thesis, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Sumatera Utara.
- Arminah, Arminah, and Romelah Romelah. 2025. "Internalisasi Nilai-Nilai Islam Bagi Generasi Z Di Tengah Arus Globalisasi." *Arini: Jurnal Ilmiah Dan Karya Inovasi Guru* 2(2):349–66.
- Corey, G. (2017). *Theory and practice of counseling and psychotherapy* (10th ed.). Cengage Learning.
- Daffa, Deandra Rafiq, Dave Arthuro, Jovanes Agus Fernanda, and Muh Bintang Widya Pratama. 2024. "Gen-Z: Eksplorasi Identitas Budaya Dan Tantangan Sosial Dalam Era Digital." *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora* 2(2):169–83.
- Departemen Agama RI. (2019). *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Kementerian Agama RI
- Hasanah, Risqiatul, and M. Sos. 2025. *Revitalisasi Dakwah Dalam Era Pop Culture Pada Gen Z*. Pena Cendekia Pustaka.
- Hidayat, D. R. (2020). Konseling sebaya sebagai strategi penguatan kesehatan mental remaja. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam*, 5(2), 123–135
- Latipun. (2015). *Psikologi konseling*. UMM Press.
- Lillah, Nasywa Annisi, and Abdul Fadhil. 2025. "Peran Dakwah Digital Dalam Menanamkan Kesadaran Beragama Bagi Remaja Generasi Z." *Jurnal Miftahul Ilmi: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 2(1):01–12.



- Mappiare, A. (2013). *Pengantar konseling dan psikoterapi*. Rajawali Pers
- Muthowah, Aflachal. 2024. “Pesan Dakwah Melalui Akun Tiktok Dalam Melestarikan Nilai Islami Pada Gen Z.” *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies* 6(1):146–58.
- Putri, Yulina, and Randi Tamirano. 2026. “Transformasi Manajemen Dakwah Pada Lembaga Dakwah Dari Pola Tradisional Ke Digital Berdasarkan Kajian Kepustakaan.” *Jurnal Manajemen Dakwah Dan Ilmu Komunikasi* 2(2):118–34.
- Rahman, F. (2018). *Islam dan kesehatan mental: Perspektif integratif*. Pustaka Pelajar.
- Rani, Samsul. 2023. “Transformasi Komunikasi Dakwah Dalam Era Digital: Peluang Dan Tantangan Dalam Pendidikan Islam Kontemporer.” *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)* 4(1):207–16.
- Santrock, J. W. (2018). *Life-span development* (17th ed.). McGraw-Hill Education
- Sari, Hijrayanti, Mahmuddin Mahmuddin, and Firdaus Muhammad. 2026. “Transformasi Dakwah Di Era Digital: Tantangan Dan Pendekatan Efektif Bagi Generasi Z Indonesia.” *CENDEKIA: Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah* 3(1):28–34.
- Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Free Press.
- Setiawati, Nur, Rahmat Al Amin, Hanafiah Bin Budin, Rahma Melati Amir, Rosni Binti Wazir, and Faridah Faridah. 2025. “ETIKA DAKWAH DALAM PERSPEKTIF ISLAM.” *Jurnal Mimbar: Media Intelektual Muslim Dan Bimbingan Rohani* 11(2):140–51.
- Sholihul Huda, S. H. I., and M. Fil. 2022. *Dakwah Digital Muhammadiyah (Pola Baru Dakwah Era Disrupsi)*. Samudra Biru.
- Sugiyono, Sugiyono. 2015. “Perspektif Sosiologi Agama:(Studi Kasus Konflik Desa Kaligondo Banyuwangi).” *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam* 7(1):169–88.
- Suriati, Suriati. 2020. “Pola Komunikasi Dakwah Wahdah Islamiyah Di Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan.” *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, Dan Tradisi)* 6(1):81–95.
- Suriyati, Suriyati, Muh Judrah, Mustamir Mustamir, Wahyuningsih Wahyuningsih, Sinta Sinta, and Tri Aprilia. 2025. “Implementasi Nilai-Nilai Al-Qur’an Sebagai Strategi Dalam Proses Pembelajaran Di Pondok Pesantren Djaga Daeng Maroa.” *Al Asma: Journal of Islamic Education* 7(1):44–51.
- Umro’atin, Yuli. 2020. *Dakwah Dalam Al-Qur’an*. Jakad Media Publishing.
- World Health Organization. (2022). *Mental health and well-being*. <https://www.who.int>
- Yusuf, S., & Nurihsan, A. J. (2012). *Teori kepribadian*. Remaja Rosdakarya.
- .
- .