

ANALISIS PENGARUH KONTEN DAKWAH DI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEJIWAAN GEN-Z

Dhiya Afifah Maulida

Universitas Lambung Mangkurat
Email: dhiyamaulida04@gmail.com

Marlia

Universitas Lambung Mangkurat
Email: marliaaa782@gmail.com

Najwa Annisa

Universitas Lambung Mangkurat
Email: najwaannisaaa03@gmail.com

***Abstract.** Social media is a trend among gen-z. There are many kinds of content that can be enjoyed on social media, one of which is da'wah content. Da'wah in the current era is faced with various challenges and problems that are increasingly complex. If not, the flow of da'wah will slow down and lag behind. Islamic preaching starts from the easiest and normative things until it develops this era by using various ways, methods and media in carrying out preaching such as preaching content on social media. History records that the media of da'wah through art and culture is very effective and feels significant in terms of implementing Islamic ideology. This article aims to find out how much a person needs social media and how effective the influence of da'wah content is on the psychology of new students. In this study we used qualitative methods and data collection techniques using interviews and surveys through google forms distributed to new students. Direct interviews were conducted with 3 new students. The results of this study reveal that millennials or gen-z are motivated by da'wah content, because it is in accordance with the development of the digital age. Da'wah content through social media must also be reproduced and developed in order to spread the teachings of Islam, to open up opportunities for other people to learn Islam.*

***Keywords:** Preaching, Spirituality, Media, Generation Z.*

Abstrak. Media sosial menjadi tren di kalangan gen-z. Ada banyak macam konten yang bisa dinikmati di media sosial salah satunya yaitu konten dakwah. Dakwah pada era saat

ini dihadapkan pada berbagai tantangan dan problematika yang semakin kompleks.. Jika tidak, arus dakwah kian melambat dan tertinggal. Dakwah Islam berawal dari hal yang paling mudah dan bersifat normative sampai berkembang era ini dengan menggunakan beberapa cara, metode dan media dalam melakukan dakwah seperti konten dakwah di media sosial. Sejarah mencatat, media dakwah melalui seni dan budaya sangat efektif dan terasa signifikan dalam hal penerapan ideologi Islam. Artikel ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kebutuhan seseorang terhadap media sosial dan seberapa efektif pengaruh konten dakwah terhadap kejiwaan mahasiswa baru. Dalam penelitian ini kami menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara dan survei melalui google form yang disebar kepada mahasiswa baru. Wawancara secara langsung dilakukan kepada 3 orang mahasiswa baru. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kaum milenial atau gen-z termotivasi oleh konten dakwah, karena sesuai dengan perkembangan zaman yang serba digital. Konten-konten dakwah melalui media sosial juga harus diperbanyak dan dikembangkan guna tersebar luasnya ajaran islam, guna membuka peluang juga bagi umat lain untuk belajar agama islam.

Kata kunci: Dakwah, Kejiwaan, Media, Gen-Z.

LATAR BELAKANG

Zaman sekarang teknologi digital sangat berkembang pesat, hanya dengan menatap layar handphone saja kita sudah dapat berinteraksi dengan semua kalangan di dunia. Jejaring sosial yang biasa kita gunakan ialah Whatsapp, Tiktok, Twitter, Youtube, dan Instagram. Sebagian orang menggunakan jejaring sosial hanya sekedar berkomunikasi dan ada juga yang membagikan kisah keseharian hidupnya. Sosial media sudah memiliki banyak pengguna. Sosial media tidak hanya digunakan untuk berbagi informasi, banyak yang menggunakannya sebagai hiburan, media inspirasi, membagikan cerita, dan media tempat belajar.

Di zaman modern ini, mengajarkan Islam bukan lagi kewenangan seorang ulama. Di mana saja, kapan saja dan dengan cara apa saja, masyarakat bisa berdakwah. Bagaimanapun juga, dakwah merupakan tuntutan yang harus dijalankan setiap muslim disertai dengan tanggungjawab dan sepenuh hati, hingga menjadi kebiasaan yang berlanjut dari waktu ke waktu. Dakwah termasuk tugas mulia bagi setiap muslim sebagai bentuk mengikuti segala sesuatu yang diperintahkan kepada Allah dengan menyebarkan

ajaran agama Allah kepada seluruh umat manusia dari kemuliaan dan ketinggian agamaNya.

Banyak pengguna sosial media meunggah konten yang positif maupun negatif. Hal ini sangat berdampak dalam pengaruh kejiwaan manusia, terutama pengguna terbanyak sosial media, GenZ. Sekarang, berdakwah tidak hanya tatap muka saja, sosial media dimanfaatkan untuk saling mengingatkan dan berbagi ilmu untuk mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat. Maka dari itu, kami menganalisis pengaruh konten dakwah di sosial media terhadap kejiwaan GenZ guna mengetahui manfaat konten dakwah terhadap kejiwaan GenZ.

KAJIAN TEORITIS

Dakwah Islam adalah upaya orang-orang beriman untuk mempengaruhi dan mengajak umatnya mengikuti ajaran Islam dalam segala aspek kehidupan. Menurut Amrullah Ahmad, untuk mencapai tujuan tersebut, keimanan manusia harus diaktualisasikan dan dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan yang rutin dilakukan pada dataran realitas individu dan sosial budaya dengan menggunakan metode-metode tertentu. Proses dakwah Islam untuk meraih tujuan yang diharapkan, yakni efektif serta efisien juga memerlukan komponen dakwah yang harus tertata dengan baik dan akurat. Oleh karena itu, artikel ini membahas beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan ketika menjalankan misi dakwah Islam dalam kehidupan modern dan strategi dakwah yang diterapkan di era modern.

Sosial media adalah sebuah media online membantu individu dalam mendapatkan dan menyampaikan informasi. Melalui sosial media dapat dimanfaatkan untuk sarana berbisnis dan dapat membentuk komunitas. Indonesia menempati posisi keenam pengguna internet terbanyak di dunia. Hidayat (2014) menjelaskan bahwa angka tersebut mendudukkan Indonesia di peringkat ke-6 terbesar di antara sekitar 3,6 miliar jumlah pengakses internet dunia.

Era globalisasi menyebabkan dunia seperti tidak ada batasnya karena kemudahan dalam komunikasi dan penyebaran informasi. Interaksi yang sering dilakukan di era sekarang melalui media sosial. Salah satu media sosial yang digemari dilihat majunya

perkembangan teknologi yang memberikan manfaat seperti memberikan kemudahan dalam interaksi dan komunikasi pada aspek kehidupan manusia, serta memberikan dampak perubahan pada aspek kehidupan beragama, menjadi tantangan tersendiri bagi penyebaran dakwah islam. Maka, dengan kemajuan teknologi, para da'ii harus bisa mengikuti perubahan pada metode dan media dakwah yang dilakukan. Salah satunya dengan memanfaatkan internet dan media sosial yang sangat memberikan pengaruh besar bagi khalayak dalam menerima informasi dakwah islam yang akan diberikan. Melalui internet, kita melakukan perpindahan dari dunia nyata ke dunia maya, dunia maya seakan – akan tampil begitu perkasa karena telah menghapus dimensi waktu, jarak dan tempat (time, distance, place)

Salah satu media sosial yang digemari adalah tiktok dengan mayoritas penggunanya yaitu Generasi Z atau dikenal dengan sebutan Gen Z. Tiktok dikemas praktis dan menarik sehingga mampu membuat betah Gen Z untuk membuka media sosial ini yang menimbulkan suatu fenomena yang disebut FOMO (*Fear of Missing Out*). FOMO merupakan kondisi dimana Gen Z takut tertinggal informasi atau terkesan tidak Update, maka mereka akan selalu mengikuti tren-tren di Tiktok. Perhatian Gen Z yang terfokus pada tiktok dapat menggerus budaya asli Indonesia karena kurangnya minat dan informasi untuk mengetahui hingga melestarikannya.

Salah satu upaya yang bijak adalah menghadirkan model dakwah melalui bimbingan dan konseling, yakni penyebaran ajaran Islam yang sangat spesifik di kalangan sasaran tertentu. Ia menampilkan hubungan personal antara pembimbing dan terbimbing, lebih berorientasi pada pemecahan masalah individual yang dialami terbimbing, sedangkan pembimbing memberikan jalan keluar sebagai pemecahan masalah tersebut. Di samping itu, ia juga mencakup penyebarluasan agama Islam dikalangan kelompok tertentu dengan suatu pesan tertentu. Pesan itu merupakan paket program yang dirancang oleh pelaku dakwah. Ia dirancang secara bertahap sampai pada perolehan target tertentu (Machendrawaty, 2004: 171).

Tujuan yang ingin dicapai melalui bimbingan dan konseling Islami adalah agar fitrah yang dikaruniakan Allah kepada individu bisa berkembang dan berfungsi dengan baik, sehingga menjadi pribadi kaffah, dan secara bertahap mampu mengaktualisasikan apa yang diimaninya itu dalam kehidupan sehari-hari, yang tampil dalam bentuk kepatuhan terhadap hukum-hukum Allah dalam melaksanakan tugas

kekhalfahan di bumi, dan ketaatan dalam beribadah dengan mematuhi segala perintah-Nya dan menjauhi segala larangannya. Secara umum tujuan konseling yang dikemukakan di atas dapat disederhanakan pada empat hal sebagaimana pendapat Shetzer dan Stone, di mana seorang konselor bertugas untuk membantu klien mencapai kesehatan mental yang positif seperti lebih tenang, tidak stress, memaknai ujian dengan lebih positif.

METODE PENELITIAN

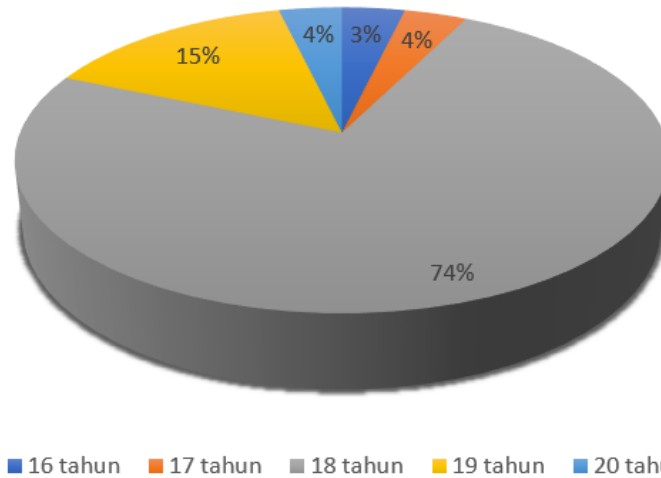
Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data atau fakta yang ada dideskripsikan secara apa adanya, dan dianalisis ke dalam bentuk diagram. Diagram yang ada dijelaskan satu per satu. Peneliti menganalisis jawaban responden dari angket yang telah dibagikan. Objek yang diteliti adalah para mahasiswa Bimbingan dan Konseling angkatan tahun 2023 Universitas Lambung Mangkurat sebanyak 84 orang. Tempat penelitian di kampus II FKIP Universitas Lambung Mangkurat Jl. Unlam No.12, Pangeran, Kec. Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70123. Penelitian dilakukan selama tiga hari. Mulai Senin, 02 Oktober 2023 sampai dengan Senin, 09 Oktober 2023. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh konten dakwah di sosial media terhadap kejiwaan GenZ pada mahasiswa Bimbingan dan Konseling angkatan tahun 2023.

Menurut Sukmadinata, penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi(Sukmadinata, 2011).

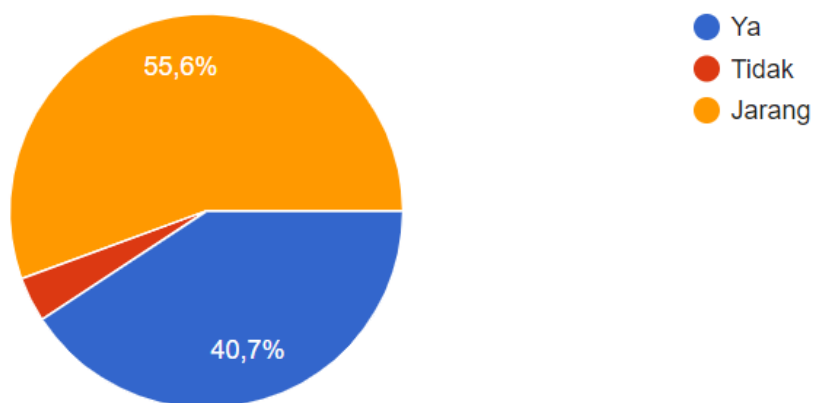
HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa mahasiswa angkatan tahun 2023 yang merupakan pengguna media sosial, responden penelitian ini berjumlah 27 orang.

DIAGRAM USIA TINJAUAN



Berdasarkan diagram di atas, mayoritas responden memiliki usia kisaran 16 – 20 tahun. Terdapat 20 responden (74%) yang memiliki usia 18 tahun. Terdapat 4 orang (15%) yang berusia 19 tahun. Dan terdapat 1 orang (4%) responden yang berusia 16,17 dan 20 tahun. Media sosial memang baik untuk remaja, sebab di media sosial mereka akan mendapatkan banyak teman informasi dan sebagainya. Tetapi, para remaja juga harus bijak dalam menggunakan media sosial agar tidak terjerumus kepada hal yang negatif, jangan sampai penggunaan media sosial yang berlebihan mengakibatkan turunnya produktivitas dan rasa sosial di antara remaja terutama keluarga. Remaja harus dapat membagi waktu antara orang tua, belajar, dan teman yang berada di dunia nyata.



Dari diagram di atas, mayoritas dari responden sebanyak 15 orang (55,6%) mengatakan jarang menonton dakwah di media sosial. Sebanyak 11 orang (40,7%)

responden mengatakan sering menonton konten dakwah di media sosial. Dan hanya 1 orang responden tidak sering menonton konten dakwah di media sosial. Dakwah merupakan kegiatan sadar yang bertujuan untuk mentransfer pesan agama Islam kepada masyarakat dengan maksud mereka dapat menerima ajaran Islam dan menerapkannya dalam kehidupan pribadi dan sosialnya guna mencapai kebahagiaan duniadan akhirat, melalui media dan metode tertentu. Pemanfaatan sosial media untuk dakwah menawarkan potensi yang besar dalam mendistribusikan pesan-pesan dakwah kepada audiens yang lebih luas. Sebab media sosial memiliki karakteristik yang memungkinkan dakwah mencapai jangkauan yang luas, terlebih lagi dengan jumlah pengguna sosial media yang terus meningkat.



Dari diagram di atas, sebanyak 20 orang (56%) responden melihat konten hiburan di media sosial. Sebanyak 7 orang (19%) responden melihat konten edukatif di media sosial. Sebanyak 5 orang (14%) responden melihat konten dakwah. Dan sebanyak 4 orang (11%) responden yang melihat jenis konten Informatif.

ANALISIS KONTEN DAKWAH

Bimbingan dan konseling dapat didefinisikan sebagai seperangkat program layanan dukungan yang diberikan melalui kegiatan individu dan kelompok untuk membantu mengelola kehidupan sehari-hari agar dapat berkembang secara optimal, serta mengatasi berbagai masalah individu. Berdasarkan pengertian tersebut, bimbingan dan konseling yang dimaksud di sini adalah suatu program pelayanan yang diberikan kepada kelompok dan individu agar dapat mengatasi masalah yang dihadapinya. Bimbingan Konseling merupakan upaya pemberian bantuan kepada individu untuk mencapai perkembangan yang optimal secara berkesinambungan untuk mengenal dan memahami dirinya sendiri, dapat menerima kenyataan diri secara objektif, mengarahkan diri sesuai dengan kemampuan, kesempatan, dan nilai serta dapat mengambil keputusan yang tepat untuk bertanggung jawab terhadap dirinya sendiri (Laia et al. 2021).

Berdasarkan dari hasil data yang kami kumpulkan ditemukan bahwa responden banyak melihat tipe jenis konten hiburan sebanyak 20 orang (56%) sedangkan untuk tipe jenis konten dakwah hanya berjumlah 5 orang responden (14%). Hal ini membuktikan bahwa GenZ lebih sering melihat tipe jenis konten hiburan untuk merehatkan jiwa mereka. Masih jarang yang menonton konten dakwah di media sosial, walaupun sudah banyak yang menyebarluaskan konten tersebut. Semakin hari persoalan yang dihadapi masyarakat Islam semakin kompleks. Untuk itu maka para da'i dituntut untuk dapat membahasakan pesan-pesan dakwah sesuai dengan perkembangan masyarakat yang dihadapinya. Dengan demikian keberadaan dakwah tetap menjadi pilihan untuk memperbaiki hidup mad'u, sekaligus memiliki kekuatan dalam menyelesaikan problematika yang dihadapinya. Bahasa dakwah tersebut antara lain dapat disuarakan melalui media sosial, yakni dengan cara membuat konten dakwah yang menarik sesuai perkembangan zaman. Implementasi dakwah lewat konten dakwah bisa dilakukan dengan baik bila seorang da'i dalam menumbuhkan kesadaran untuk menginternalisasikan nilai-nilai/ajaran Islam pada mad'u bersifat individual, mampu membuat konten tersebut menjadi lebih menarik, seperti menggabungkan hiburan tapi tak lepas dari tema dakwah. Kegiatan dakwah tidak cukup dilaksanakan dalam pertemuan-pertemuan saja seperti kegiatan pengajian, majelis ta'lim, dan berbagai kegiatan lainnya. Akan tetapi kegiatan dakwah juga harus masuk ke dalam dunia sosial media (digital), karena pada era ini masyarakat lebih memilih mencari dan memberikan berbagai

informasi melalui media sosial. Para da'i harus memiliki kreativitas dan inovasi yang bagus dalam mengemas konten-konten dakwah yang hendak disampaikan, karena para generasi Z lebih tertarik pada konten-konten inovatif. Kegiatan dakwah Islam perlu menyesuaikan dengan konteks kekinian generasi milenial. Karakteristik generasi milenial yang berfikir positif, produktif, kreatif, percaya diri, bersemangat, siap dengan perubahan. Tapi, apakah konten dakwah tersebut dapat memberikan dampak terhadap kejiwaan para GenZ?

Dari hasil data yang kami kumpulkan, diketahui para GenZ mendapatkan dampak positif setelah menonton konten dakwah. Diantaranya memberikan kesadaran diri terhadap agama, termotivasi untuk meningkatkan intensitas ibadah, mendapatkan ketenangan jiwa, dan muhasabah diri. Artinya adalah tingkat religiusitas seseorang dapat dipengaruhi oleh atensi atau perhatian seseorang terhadap konten dakwah yang mereka lihat.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis data penelitian mengenai dampak konten dakwah terhadap jiwa GenZ dapat disimpulkan bahwa jiwa religiusitas GenZ bisa dipengaruhi terhadap konten dakwah yang mereka lihat. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa GenZ jarang melihat konten dakwah, sebanyak 20 orang (56%) melihat tipe jenis konten hiburan dan sebanyak 5 orang (14%) melihat konten dakwah.

Konten dakwah memiliki banyak dampak dalam jiwa GenZ. Seperti memberikan kesadaran diri, termotivasi untuk meningkatkan intensitas ibadah, mendapatkan ketenangan jiwa, dan dapat bermuhasabah diri. Dengan adanya konten dakwah di media sosial, GenZ yang sering menghabiskan waktunya dalam dunia media sosial dapat berdampak dalam jiwa religiusitasnya. Walaupun masih banyak GenZ yang jarang melihat konten dakwah, namun satu atau dua konten sudah berdampak dan memberikan mereka kesadaran diri dalam menambah ilmu agama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah berperan dalam proses penelitian ini, baik dalam bentuk dukungan, perizinan, konsultan, maupun membantu

dalam pengambilan data. Kami menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan artikel ini, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat membantu menyempurnakan artikel ini kedepannya. Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih. Semoga artikel ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan. Tak lupa kami ucapkan terima kasih kepada Ibu Noor Ainah, S.Th.I M.Pd dan Bapak Dr. Gt. Muhammad Irhamna Husni, M.Pd.I selaku dosen pengampu mata kuliah agama islam pada Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

DAFTAR REFERENSI

- Kamhar, M. Y., & Lestari, E. (2019). Pemanfaat Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Perguruan Tinggi. *Inteligensi: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(2), 1–7.
- Karuni, N. P. P., Cahyani, N. P. E., & Narayana, G. A. A. D. J. (2023). UPAYA PELESTARIAN BUDAYA ASLI INDONESIA MELALUI FENOMENA FOMO GENERASI Z DI MEDIA SOSIAL TIKTOK MENUJU INDONESIA EMAS. *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*, 3, 418–427.
- Kurniawati, D. (2017). Dampak Ketergantungan Remaja terhadap Media Sosial dan Upaya Mengantisipasi. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 3(1), 11–21.
- Mukhtar, A. Z. (2022). PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA YOUTUBE SEBAGAI STRATEGI DAKWAH DI ERA MILENIAL. *HIKMAH: Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 87–99.
- Pimay, A., & Savitri, F. M. (2021). Dinamika dakwah Islam di era modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 43–55.
- Siregar, A. S. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI KALANGAN MAHASISWA UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(4), 1300–1312.
- Suharto, S. (n.d.). Fungsi Komunikasi Dakwah Di Era Multi Media. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 15, 23–32.
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan media sosial oleh digital native. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 47–60.
- Hidayatul, U.N. (2022). PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS DAKWAH DI ERA DIGITAL. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 10(1), 151–169.
- Kurniawati, D., (2017), DAMPAK KETERGANTUNGAN REMAJA TERHADAP MEDIA SOSIAL DAN UPAYA MENGANTISIPASI, *Simbolika*: 3 (1): 12-21

- Zalfa, A. dkk. (2022). DAMPAK KONTEN DAKWAH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN RELIGIUSITAS MAHASISWA PAI UNJ. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*,4(1),1-13.
- Habibi,M.(2018). OPTIMALISASI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL PADA ERA MILENIAL. *Jurnal Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, 12(1),1-16.
- Naskiyah,dkk.(2022). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Kesehatan Mental Mahasiswa dalam Pendidikan Agama Islam. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*,11(3),1-18.
- Alamsyah.(2012). PERSPEKTIF DAKWAH MELALUI FILM. *Jurnal Dakwah Tabligh*,13(1),197-211.
- Mukhtar,A.Z.(2020). PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA YOUTUBE SEBAGAI STRATEGI DAKWAH DI ERA MILENIAL. *Jurnal Dakwah*,12(2),87-88.
- Hayati ,R.D. (2021). PEMANFAATAN MEDIA TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH OLEH IKHWAN MUKHLIS. Universitas Islam Negeri
- Weny,dkk. (2023). PENGARUH KONTEN DAKWAH TERHADAP GEN Z DAN MILENIAL (GENERASU MUDA). *Vol. 1 No. 1 (2023): Januari : Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*