

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara fundamental pola komunikasi, cara belajar, serta mekanisme pembentukan nilai dalam masyarakat modern. Media digital mengalami pergeseran fungsi dari sekadar sarana hiburan dan penyampaian informasi menjadi ruang sosial utama yang membentuk cara individu memahami realitas, membangun identitas diri, serta menentukan orientasi nilai kehidupan.<sup>1</sup> Dalam ruang digital, proses komunikasi berlangsung cepat, visual, dan berbasis interaksi algoritmik yang memengaruhi cara masyarakat menerima serta memaknai pesan, termasuk pesan keagamaan. Kondisi ini menjadikan media digital sebagai arena strategis dalam pembentukan kesadaran dan sikap generasi modern.

Transformasi fungsi media digital turut memengaruhi pola belajar masyarakat yang tidak lagi bergantung sepenuhnya pada institusi formal. Selwyn<sup>2</sup> menjelaskan bahwa pembelajaran di era digital bersifat terbuka, fleksibel, dan personal, sehingga individu memiliki kebebasan dalam memilih sumber pengetahuan yang dianggap relevan. Perubahan ini berdampak pada pendidikan Islam, sebab proses transmisi nilai tidak lagi sepenuhnya berlangsung melalui relasi langsung antara guru dan peserta didik, melainkan melalui konsumsi konten digital yang bersifat mandiri dan fragmentaris.

---

<sup>1</sup> Manuel Castells, *The Rise of the Network Society* (John Wiley & Sons, 2011).

<sup>2</sup> Heidi Campbell, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds* (Routledge, 2013).

Pendidikan Islam secara historis bertumpu pada interaksi langsung, keteladanan personal, serta proses pembinaan berkelanjutan yang menekankan pembentukan adab dan akhlak. Al-Attas<sup>1</sup> menegaskan bahwa pendidikan Islam bertujuan membentuk manusia beradab melalui relasi edukatif yang intens antara pendidik dan peserta didik. Ketika medium komunikasi bergeser ke ruang digital, relasi tersebut mengalami perubahan struktural yang berpotensi mengurangi kedalaman proses internalisasi nilai apabila tidak disertai pendekatan pedagogis yang tepat.

Generasi Z merupakan kelompok sosial yang tumbuh seiring dengan masifnya perkembangan teknologi digital dan menjadikan media digital sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Generasi Z memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan media sosial dan menjadikannya sebagai ruang utama dalam membentuk cara berpikir, bersikap, serta memahami nilai keagamaan.<sup>2</sup> Karakter ini menegaskan bahwa ruang digital merupakan lingkungan sosial utama tempat berlangsungnya proses pembelajaran nilai.

Karakteristik Generasi Z yang cenderung menyukai konten visual-audio, durasi singkat, serta penyajian yang komunikatif memengaruhi cara mereka menerima pesan keagamaan. Pola atensi Generasi Z bersifat dinamis dan responsif terhadap konten yang relevan dengan realitas kehidupan mereka.<sup>3</sup> Kondisi ini berdampak langsung pada

---

<sup>1</sup> Muhammad Naguib Al-Attas (Syed.), *The Concept of Education in Islam: A Framework for an Islamic Philosophy of Education* (International Institute of Islamic Thought and Civilization, 1991).

<sup>2</sup> Abdi Hariawan Akbar and Riky Supratama, "Proses Sosialisasi Nilai Islam Melalui Influencer Digital: Studi Kualitatif Pada Generasi Z," *Al-Akmal: Jurnal Studi Islam* 4, no. 2 (December 2025): 34–46.

<sup>3</sup> Irna Prayetno and Salwa Sal Sabila Siregar, *PENGEMBANGAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DALAM MENGHADAPI TANTANGAN GENERASI Z*, n.d.

efektivitas pendidikan Islam, sebab metode penyampaian nilai yang bersifat panjang, normatif, dan satu arah berpotensi kurang mampu menarik keterlibatan generasi digital.

Dalam kehidupan sehari-hari, Generasi Z menjadikan platform digital sebagai sumber utama pembelajaran nilai dan inspirasi moral. Media sosial berperan sebagai rujukan sikap keagamaan bagi generasi muda, terutama melalui konten dakwah yang dikemas secara naratif dan kontekstual.<sup>4</sup> Penggunaan media sosial sebagai sumber pembelajaran agama juga menimbulkan persoalan baru, seperti penyebaran informasi keagamaan yang belum terverifikasi, polarisasi pandangan keagamaan, serta kecenderungan audiens memilih konten yang sesuai dengan preferensi pribadi. Situasi ini menyebabkan otoritas keagamaan di ruang digital menjadi semakin kompleks dan beragam. Perubahan sumber pembelajaran nilai ini memengaruhi pola internalisasi nilai pendidikan Islam. Internalisasi nilai pada Generasi Z cenderung bersifat personal dan reflektif, bergantung pada pengalaman digital yang mereka konsumsi secara berulang. Proses ini berbeda dengan pendidikan Islam konvensional yang menekankan pembinaan berjenjang dan keteladanan langsung, sehingga menuntut pendekatan pedagogis yang adaptif.

Pendidikan Islam pada hakikatnya bertujuan membentuk manusia beriman, berakhlak mulia, serta memiliki kesadaran spiritual yang terintegrasi dengan kehidupan sosial. Tujuan ini membentuk sikap dan perilaku yang mencerminkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Pendidikan Islam berorientasi pada pembentukan insan

---

<sup>4</sup> Yulia Rahmawati et al., *Persepsi Siswa Generasi Z terhadap Pengaruh Media Sosial dalam Perilaku Akademik dan Konsentrasi Belajar Siswa di Jenjang Sekolah Dasar (SD)*, n.d.

kamil melalui penguatan dimensi iman, ilmu, dan amal secara terpadu.<sup>5</sup> Pandangan ini menunjukkan bahwa pendidikan Islam memiliki misi nilai yang bersifat komprehensif dan berkelanjutan. Proses internalisasi nilai pendidikan Islam menuntut pendekatan pedagogis yang menyentuh aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik secara seimbang. Menurut Yulastri proses internalisasi nilai memerlukan pembiasaan, keteladanan, serta pengalaman bermakna agar nilai dapat tertanam dalam diri peserta didik.<sup>6</sup> Pendekatan ini menjadi landasan penting dalam pendidikan Islam, sebab keberhasilan pembelajaran diukur dari perubahan sikap dan perilaku, bukan sekadar pemahaman konseptual.

Perkembangan media digital mengubah secara signifikan ruang berlangsungnya proses internalisasi nilai tersebut. Digitalisasi pendidikan telah memindahkan sebagian besar interaksi belajar ke ruang virtual yang bersifat cepat dan terbuka. Perubahan ini berdampak pada pendidikan Islam, karena proses pembinaan nilai yang sebelumnya berlangsung melalui interaksi langsung kini harus beradaptasi dengan karakter komunikasi digital yang berbeda secara struktural.<sup>7</sup> Ketika media digital menjadi ruang utama interaksi Generasi Z, strategi penyampaian nilai keislaman memerlukan penyesuaian yang serius. Generasi Z lebih responsif terhadap bahasa yang komunikatif, visual, dan relevan dengan realitas kehidupan mereka.

---

<sup>5</sup> Ami Latifah, "TRANSFORMASI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL," *An Najah (Jurnal Pendidikan Islam Dan Sosial Keagamaan)* 3, no. 2 (March 2024): 46–51.

<sup>6</sup> Resti Yulastri, Putri Ramadhon, and Defriani Defriani, "Integrasi Literasi Digital Islami dalam Pembelajaran PAI untuk Mencegah Dampak Negatif Media Sosial pada Generasi Z," *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam* 3, no. 6 (December 2025): 178–90, <https://doi.org/10.61132/jbpai.v3i6.1657>.

<sup>7</sup> Khaerul Rizal and Susanto Sumardi, "Dakwah Dan Komunikasi Islam: Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Islam Di Era Digital," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 2 (July 2024): 22383–90.

Fenomena dakwah digital yang berkembang pesat merupakan konsekuensi langsung dari meningkatnya intensitas penggunaan media sosial oleh masyarakat muslim, khususnya generasi muda. Media digital telah menjadi medium utama penyebaran pesan keagamaan melalui berbagai format seperti video pendek, podcast, unggahan visual, dan tulisan ringkas yang mudah diakses kapan saja. Sejumlah kajian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang utama penyampaian ajaran Islam yang memiliki daya jangkauan luas dan tingkat keterpaparan tinggi. Kondisi ini menandai pergeseran fundamental dari dakwah konvensional menuju dakwah berbasis digital yang menuntut kreativitas, kecepatan, dan kemampuan membaca karakter audiens.

Perkembangan dakwah digital memiliki keterkaitan erat dengan perubahan pola belajar dan pembentukan nilai keagamaan pada Generasi Z. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan digital yang menempatkan media sosial sebagai sumber utama referensi pengetahuan, termasuk pengetahuan agama. Generasi Z lebih responsif terhadap konten visual-audio, gaya bahasa santai, serta pesan keagamaan yang disampaikan secara singkat dan relevan dengan realitas keseharian mereka.<sup>8</sup> Akibatnya, proses internalisasi nilai pendidikan Islam tidak lagi sepenuhnya berlangsung melalui lembaga pendidikan formal atau majelis taklim, melainkan melalui konsumsi konten dakwah digital yang bersifat personal dan berkelanjutan. Perubahan pola pembelajaran agama melalui media digital juga menghadirkan sejumlah tantangan. Informasi keagamaan

---

<sup>8</sup> Tsania Mishbahun Naila and Primi Rohimi, "Digital Da'wah: The Role of Youtube in Enhancing Religious Literacy among Nahdlatul Ulama Youth," *Jurnal Fuaduna : Jurnal Kajian Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 8, no. 2 (December 2024): 137–49, <https://doi.org/10.30983/fuaduna.v8i2.9028>.

yang tersebar secara cepat berpotensi dipahami secara parsial karena keterbatasan durasi konten dan minimnya interaksi langsung antara pendakwah dan audiens. Kondisi ini dapat memengaruhi kedalaman pemahaman agama serta proses internalisasi nilai keislaman pada Generasi Z.

Dakwah digital menjadi medium strategis bagi para dai dan pendakwah untuk menyampaikan pesan keislaman secara kreatif dan kontekstual. Media sosial, aplikasi mobile, dan platform online berperan penting dalam menjangkau audiens lebih luas dan memungkinkan interaksi yang bersifat dua arah.<sup>9</sup> Ketertarikan Generasi Z terhadap konten dakwah digital secara kreatif menunjukkan bahwa konten dakwah yang dikemas secara ringkas, segar, dan menarik memiliki daya tarik tinggi bagi generasi muda karena sesuai dengan gaya konsumsi media mereka yang berbasis video pendek dan narasi interaktif. Hal ini menegaskan bahwa dakwah digital menawarkan fleksibilitas komunikasi yang tidak bisa dicapai oleh metode dakwah tradisional yang lebih formal dan ekspositori.

Meskipun dakwah digital menjanjikan jangkauan luas serta kemampuan menyesuaikan diri dengan kultur digital Generasi Z, keberhasilan dakwah tersebut tetap bergantung pada kualitas konten dan strategi yang digunakan. Transformasi dakwah di era digital bagi generasi muda memiliki kebutuhan khusus terkait penyampaian pesan agama yang informatif, dialogis dan empatik. Karakter Generasi Z yang kritis dan realistis menuntut pendekatan yang menggabungkan nilai spiritual dengan medium komunikasi yang relevan bagi pengalaman hidup mereka di dunia

---

<sup>9</sup> Ilham Ansori and Candra Krisna Jaya, "Komunikasi Dakwah Di Era Digital," *Jurnal Manajemen Dakwah* 3, no. 1 (June 2025): 01–16, <https://doi.org/10.22515/jmd.v3i1.10860>.

digital.<sup>10</sup> Figur pendakwah yang mampu mengemas pesan keislaman secara kontekstual, responsif, dan relevan terhadap aspirasi generasi digital memiliki potensi besar memengaruhi internalisasi nilai pendidikan Islam di kalangan Generasi Z.

Di tengah maraknya praktik dakwah digital, muncul pendakwah muda yang mampu membangun relasi emosional dengan Generasi Z melalui pendekatan komunikasi yang akrab dan relevan. Figur pendakwah seperti ini berperan sebagai penyampai ajaran dan juga sebagai rujukan moral dan simbol identitas keagamaan di ruang digital. Kehadiran mereka menunjukkan bahwa otoritas keagamaan di era digital ditentukan oleh kemampuan membangun kepercayaan, kedekatan, dan konsistensi nilai dalam komunikasi daring. Di tengah berkembangnya dakwah digital, Husain Basyaiban menjadi salah satu figur yang banyak diikuti oleh Generasi Z melalui berbagai platform media sosial.<sup>11</sup> Gaya penyampaian yang santai dan dekat dengan anak muda membuat kontennya mudah diterima oleh sebagian audiens. Meski demikian, kehadiran Husain Basyaiban juga memunculkan beragam tanggapan dari pengguna media sosial. Sebagian audiens menilai penyampaian dakwahnya relevan dan komunikatif, sedangkan sebagian lainnya memberikan kritik terhadap cara penyampaian, pilihan diksi, maupun pandangan keagamaan yang disampaikan dalam beberapa konten.

---

<sup>10</sup> M. Nashoiul Ibad, "Strategi Literasi Dakwah Digital Di Era Media Sosial Tik Tok : Tantangan Dan Peluang," *Al-Qudwah: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, September 5, 2024, 102–14, <https://doi.org/10.52491/alqudwah.v1i2.145>.

<sup>11</sup> Arini Tika Sabila and Mutrofin Mutrofin, "Urgensi Peningkatan Kualitas Literasi Keislaman Melalui Digitalisasi (Studi Pada Followers Tiktok Daâ€™™i Muda Husain Basyaiban)," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 8, no. 1 (June 2023): 45–66, <https://doi.org/10.29240/jdk.v8i1.7335>.

Kehadiran Husain Basyaiban di media sosial juga memunculkan dinamika yang beragam. Pada beberapa unggahan, ditemukan komentar yang mempertanyakan kapasitas keilmuan, latar belakang pendidikan agama, serta cara penyampaian materi keislaman yang dianggap terlalu sederhana oleh sebagian pengguna media sosial. Perbedaan pandangan tersebut menunjukkan bahwa dakwah digital merupakan ruang yang terbuka terhadap apresiasi sekaligus kritik publik. Fenomena ini menarik untuk dikaji karena penerimaan audiens terhadap konten dakwah digital tidak selalu berlangsung secara seragam.

Aktivitas dakwah digital Husain Basyaiban terlihat melalui berbagai konten yang membahas persoalan keagamaan yang dekat dengan kehidupan Generasi Z. Beberapa unggahannya mengangkat tema hukum pacaran dalam Islam, adab berinteraksi di media sosial, pentingnya menjaga salat, serta sikap toleransi terhadap perbedaan. Tema-tema tersebut memperoleh perhatian luas karena disampaikan menggunakan bahasa sederhana dan dikaitkan dengan pengalaman keseharian anak muda.

Salah satu konten yang banyak diperbincangkan membahas persoalan pacaran dari sudut pandang Islam. Pada konten tersebut, Husain Basyaiban menekankan pentingnya menjaga batas pergaulan antara laki-laki dan perempuan sebagai bentuk penjagaan diri dan ketaatan kepada ajaran agama. Konten lain mengulas pentingnya menghormati perbedaan keyakinan dan menjaga hubungan sosial secara damai di tengah masyarakat yang majemuk. Pesan-pesan tersebut mencerminkan nilai akhlak, tanggung jawab sosial, serta toleransi yang menjadi bagian dari pendidikan Islam.

Terdapat pula konten yang mengajak audiens untuk memperbaiki kualitas ibadah dan menjaga hubungan dengan Allah SWT melalui salat dan amalan harian. Penyampaian materi keagamaan yang dekat dengan realitas kehidupan Generasi Z menunjukkan bahwa media digital dapat menjadi sarana internalisasi nilai pendidikan Islam. Perbedaan respons audiens terhadap konten-konten tersebut juga menunjukkan bahwa proses penerimaan nilai keagamaan di ruang digital berlangsung secara dinamis dan beragam.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan penelitian ini mengerucut pada kebutuhan untuk memahami peran dakwah digital Husain Basyaiban dalam proses internalisasi nilai pendidikan Islam pada Generasi Z. Fokus kajian diarahkan pada bagaimana pesan keislaman disampaikan, nilai apa yang diinternalisasikan, serta bagaimana karakter media digital memengaruhi cara Generasi Z memaknai ajaran Islam.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, dapat diidentifikasi sejumlah permasalahan yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Terjadi pergeseran ruang pembelajaran dan internalisasi nilai pendidikan Islam dari interaksi tatap muka menuju ruang digital yang bersifat terbuka, cepat, dan personal, sehingga memunculkan perubahan pola penerimaan dan pemaknaan nilai keislaman pada Generasi Z.
2. Karakteristik Generasi Z yang sangat lekat dengan media sosial memengaruhi cara mereka belajar, memahami, dan membentuk sikap keagamaan, sementara

pendekatan pendidikan Islam konvensional belum sepenuhnya menyesuaikan diri dengan karakter komunikasi digital generasi tersebut.

3. Proses internalisasi nilai pendidikan Islam pada Generasi Z melalui media digital cenderung berlangsung secara fragmentaris dan reflektif, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai kedalaman pemahaman nilai serta keberlanjutan pembentukan sikap dan perilaku keislaman.
4. Perkembangan dakwah digital sebagai medium utama penyampaian pesan keislaman menghadirkan peluang sekaligus tantangan dalam memastikan bahwa pesan yang disampaikan mampu membentuk kesadaran nilai dan akhlak secara berkelanjutan.
5. Keberhasilan dakwah digital dalam membentuk nilai pendidikan Islam sangat bergantung pada kualitas pesan, gaya komunikasi, serta kemampuan pendakwah dalam membaca realitas sosial dan psikologis Generasi Z.

#### C. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada kajian mengenai dakwah digital yang dilakukan oleh Husain Basyaiban sebagai salah satu figur pendakwah muda yang aktif memanfaatkan media sosial dalam menyampaikan pesan keislaman kepada Generasi Z. Fokus penelitian diarahkan pada aktivitas dakwah Husain Basyaiban yang disebarluaskan melalui platform media sosial sebagai medium utama komunikasi dan penyampaian nilai pendidikan Islam.

Batasan kajian mencakup analisis terhadap konten dakwah digital Husain Basyaiban yang berkaitan dengan nilai-nilai pendidikan Islam, meliputi akhlak,

kesadaran diri, tanggung jawab sosial, toleransi, serta pemaknaan iman dalam kehidupan generasi muda. Penelitian ini menempatkan nilai-nilai tersebut sebagai objek utama kajian untuk memahami bagaimana pesan keislaman disampaikan dan dimaknai oleh audiens Generasi Z.

Subjek penelitian dibatasi pada Generasi Z sebagai kelompok audiens utama dakwah digital Husain Basyaiban, yaitu generasi yang tumbuh dan berkembang dalam lingkungan digital serta menjadikan media sosial sebagai sumber utama pembelajaran nilai dan rujukan sikap keagamaan. Fokus penelitian diarahkan pada cara Generasi Z memaknai dan menginternalisasi nilai pendidikan Islam melalui konsumsi konten dakwah digital tersebut.

#### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik dakwah digital Husain Basyaiban dalam menyampaikan nilai-nilai pendidikan Islam kepada Generasi Z melalui media sosial?
2. Nilai-nilai pendidikan Islam apa saja yang terkandung dalam konten dakwah digital Husain Basyaiban yang dikonsumsi oleh Generasi Z?
3. Bagaimana proses internalisasi nilai pendidikan Islam pada Generasi Z melalui dakwah digital Husain Basyaiban di era digital?

#### E. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan karakteristik dakwah digital Husain Basyaiban dalam menyampaikan nilai-nilai pendidikan Islam kepada Generasi Z melalui media sosial.
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis nilai-nilai pendidikan Islam yang disampaikan dalam konten dakwah digital Husain Basyaiban.
3. Untuk memahami proses internalisasi nilai pendidikan Islam pada Generasi Z melalui konsumsi konten dakwah digital Husain Basyaiban.

#### F. Manfaat Penelitian

##### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian pendidikan Islam, khususnya yang berkaitan dengan proses internalisasi nilai pendidikan Islam pada Generasi Z melalui media digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya perspektif keilmuan mengenai perubahan ruang pembelajaran nilai keislaman dari pola konvensional menuju ruang digital yang bersifat personal dan reflektif.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas pemahaman teoretis mengenai dakwah digital sebagai medium pendidikan Islam yang berperan dalam pembentukan sikap, kesadaran nilai, dan orientasi keagamaan generasi muda. Kajian ini dapat menjadi rujukan konseptual dalam merumuskan pendekatan dakwah dan pendidikan Islam yang relevan dengan karakter komunikasi Generasi Z di era digital.

##### 2. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pendakwah, pendidik, dan pengelola konten keislaman digital dalam merancang strategi dakwah yang sesuai dengan karakter dan kebutuhan Generasi Z. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam menyusun konten dakwah digital yang komunikatif, relevan, dan berorientasi pada pembentukan nilai pendidikan Islam secara berkelanjutan.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi lembaga pendidikan Islam dalam memahami perubahan pola belajar dan internalisasi nilai keagamaan pada generasi muda. Temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar pertimbangan dalam mengintegrasikan media digital ke dalam praktik pendidikan Islam yang lebih adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi.

#### G. Kajian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fauzi dan Nurhayati membahas fenomena dakwah digital yang berkembang di kalangan Generasi Z melalui media sosial. Penelitian ini berjudul “Analisis Kritis Ketidakselarasan Pesan dan Perilaku Penceramah Online pada Generasi Z”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat ketidakselarasan antara pesan normatif keagamaan yang disampaikan oleh sebagian penceramah digital dengan perilaku yang ditampilkan di media sosial. Kondisi tersebut berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan Generasi Z terhadap otoritas keagamaan di ruang digital. Generasi Z dinilai memiliki sikap kritis dan reflektif dalam menilai figur dakwah, sehingga ketidakkonsistenan antara pesan dan perilaku berpotensi melemahkan proses internalisasi nilai keagamaan. Persamaan penelitian tersebut

dengan penelitian Anda terletak pada fokus kajian terhadap dakwah digital, Generasi Z, serta proses internalisasi nilai keagamaan melalui media sosial. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian Anda terletak pada fokus dan objek kajian.<sup>12</sup>

Penelitian kedua dilakukan oleh Siti Aminah dan Ahmad Rofi'i dengan judul "Social Media Da'wah as a Means to Deepen the Religious Understanding of Generation Z" yang dipublikasikan dalam *Jurnal Syiar: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*. Penelitian ini berangkat dari fenomena meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana utama pembelajaran keagamaan oleh Generasi Z, seiring dengan menurunnya ketergantungan generasi muda terhadap forum dakwah konvensional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam membantu Generasi Z memahami ajaran Islam secara lebih dekat dengan realitas kehidupan mereka. Konten dakwah yang dikemas secara singkat, relevan, dan menggunakan bahasa sehari-hari dinilai mampu meningkatkan ketertarikan serta pemahaman keagamaan audiens. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian Anda terletak pada fokus kajian terhadap dakwah digital sebagai medium pembelajaran agama bagi Generasi Z. Perbedaan penelitian tersebut terletak pada fokus analisis.<sup>13</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ridho dan Laila Safitri dengan judul "Dakwah Digital dan Kesejahteraan Spiritual Mahasiswa Generasi Z" yang

---

<sup>12</sup> Fhina Ardini et al., "Analisis Kritis Ketidakselarasan Pesan Dan Perilaku Penceramah Online Gen Z Dalam Perspektif Pendidikan Islam," *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam* 3, no. 6 (December 2025): 191–207, <https://doi.org/10.61132/jbpai.v3i6.1658>.

<sup>13</sup> Moh Jalaluddin et al., "Social Media Da'wah as a Means to Deepen the Religious Understanding of Generation Z," *Syiar: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (December 2024): 173–84, <https://doi.org/10.54150/syiar.v4i2.633>.

dipublikasikan dalam *Indonesian Journal of Islamic Studies*. Penelitian ini berangkat dari fenomena meningkatnya konsumsi konten dakwah digital di kalangan mahasiswa Generasi Z yang menjadikan media sosial sebagai sumber utama pembelajaran agama dan penguatan spiritualitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan spiritual mahasiswa Generasi Z. Konten dakwah yang disampaikan melalui media sosial dinilai mampu memberikan penguatan iman, motivasi moral, serta refleksi diri yang relevan dengan tantangan kehidupan generasi muda. Persamaan penelitian tersebut terletak pada kajian mengenai peran dakwah digital terhadap aspek internal audiens Generasi Z, terutama dalam membentuk kesadaran dan pengalaman religius. Perbedaan penelitian tersebut terletak pada fokus analisis.<sup>14</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Aini dan Fathurrahman dengan judul “Peran Dakwah Digital dalam Menanamkan Kesadaran Beragama bagi Remaja Generasi Z” Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perubahan pola pembelajaran agama remaja yang semakin bergeser ke media digital sebagai sumber utama rujukan nilai dan sikap keagamaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki peran penting dalam menanamkan kesadaran beragama pada Generasi Z, terutama melalui konten yang disampaikan secara kontekstual dan relevan dengan kehidupan remaja. Persamaan penelitian tersebut terletak pada fokus kajian mengenai peran dakwah digital dalam pembentukan kesadaran nilai keagamaan Generasi Z. Perbedaan

---

<sup>14</sup> Akhmad Kastalani Sirun and Surawan Surawan, “KONSUMSI KONTEN DAKWAH DIGITAL DAN KESEJAHTERAAN SPIRITUAL MAHASISWA: KAJIAN EMPIRIS DI KALANGAN GENERASI Z,” *Indonesian Journal of Islamic Studies (IJIS)* 1, no. 2 (August 2025): 220–26, <https://doi.org/10.62567/ijis.v1i2.905>.

penelitian tersebut terletak pada ruang lingkup kajian. Penelitian ini lebih menekankan pada kesadaran beragama secara umum, sedangkan penelitian Anda secara spesifik mengkaji internalisasi nilai pendidikan Islam melalui dakwah digital Husain Basyaiban.<sup>15</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Azizah dengan judul “Internalisasi Nilai Akhlak melalui Media Sosial dalam Dakwah Digital” Penelitian ini berangkat dari realitas meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah yang memiliki potensi besar dalam menanamkan nilai-nilai akhlak pada generasi muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital melalui media sosial mampu menginternalisasikan nilai akhlak seperti kejujuran, kesederhanaan, tanggung jawab, dan empati sosial apabila disampaikan secara komunikatif dan relevan dengan realitas kehidupan audiens. Media sosial dinilai efektif sebagai ruang pembelajaran nilai karena memungkinkan proses pengulangan pesan dan refleksi personal. Persamaan penelitian ini terletak pada kajian mengenai internalisasi nilai pendidikan Islam, khususnya nilai akhlak, melalui media digital. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek kajian.<sup>16</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fauzi dan Rina Marlina dengan judul “Pengaruh Konten Dakwah Media Sosial terhadap Sikap Keberagamaan Generasi Z”. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pergeseran otoritas keagamaan dari ruang konvensional menuju ruang digital yang semakin dominan di kalangan Generasi Z.

---

<sup>15</sup> Muhammad Alfito Deanoza H et al., “Peran Dakwah Digital Dalam Menanamkan Kesadaran Beragama Bagi Remaja Generasi Z,” *Jurnal Miftahul Ilmi: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 2, no. 1 (January 2025): 01–12, <https://doi.org/10.59841/miftahulilmi.v2i1.31>.

<sup>16</sup> Masripah, “Redefining Islamic Da’wah through Generation Z’s Digital Engagement in Indonesia,” *Sinergi International Journal of Islamic Studies* 1, no. 1 (May 2023): 48–57, <https://doi.org/10.61194/ijis.v1i1.908>.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap keberagamaan Generasi Z. Pesan dakwah yang disampaikan secara sederhana, reflektif, dan relevan dengan isu kehidupan modern cenderung lebih mudah diterima dan diinternalisasi oleh audiens muda. Persamaan penelitian ini terletak pada fokus kajian mengenai pengaruh dakwah digital terhadap sikap dan pemaknaan keberagamaan Generasi Z. Persamaan penelitian ini terletak pada fokus kajian mengenai pengaruh dakwah digital terhadap sikap dan pemaknaan keberagamaan Generasi Z.<sup>17</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rizal dengan judul “Dakwah Digital dan Transformasi Otoritas Keagamaan di Kalangan Generasi Z”. Penelitian ini berangkat dari fenomena pergeseran rujukan keagamaan generasi muda yang tidak lagi sepenuhnya bergantung pada tokoh agama di ruang fisik, melainkan pada figur dakwah yang aktif di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendakwah digital memiliki peran penting dalam membentuk otoritas keagamaan baru yang bersifat dialogis, personal, dan responsif terhadap isu keseharian Generasi Z. Persamaan penelitian ini terletak pada kajian mengenai peran pendakwah digital dalam memengaruhi pemahaman keislaman Generasi Z. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus analisis.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Noviana Aini, “Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital Di Era Generasi Z,” *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies* 5, no. 2 (December 2023): 109=116-109=116, <https://doi.org/10.37567/cbjis.v5i2.3184>.

<sup>18</sup> Ika et al., “Menyebarkan Nilai Islam Di Kalangan Gen-Z: (Studi Kasus Strategi Komunikasi Dakwah Digital Pada Akun Tiktok Kadam Sidik),” *NAAFI: JURNAL ILMIAH MAHASISWA* 1, no. 4 (April 2025): 421–33, <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.175>.

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Aini dan Abdul Malik dengan judul “Media Sosial sebagai Sarana Internalisasi Nilai Pendidikan Islam pada Remaja”. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya peran media sosial dalam membentuk sikap, nilai, dan perilaku keagamaan remaja di era digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam menanamkan nilai pendidikan Islam apabila konten disajikan secara persuasif, komunikatif, dan relevan dengan realitas kehidupan remaja. Internalisasi nilai berlangsung melalui proses penghayatan, refleksi personal, serta peniruan sikap yang ditampilkan oleh figur dakwah digital. Persamaan penelitian ini terletak pada fokus kajian mengenai internalisasi nilai pendidikan Islam melalui media digital. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek dan objek penelitian.<sup>19</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fauzi dengan judul “Internalisasi Nilai Akhlak Islam melalui Konten Dakwah Media Sosial pada Generasi Z”. Penelitian ini mengkaji peran media sosial sebagai sarana pembentukan nilai akhlak Islam di kalangan Generasi Z yang memiliki intensitas tinggi dalam konsumsi konten digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa internalisasi nilai akhlak Islam pada Generasi Z berlangsung melalui pengulangan pesan, kedekatan emosional dengan pendakwah, serta relevansi tema dakwah dengan realitas kehidupan sehari-hari. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Anda terletak pada kajian mengenai internalisasi nilai pendidikan Islam melalui dakwah digital pada Generasi Z serta penekanan pada peran

---

<sup>19</sup> Aminatus Zahroh and Abdul Wadud Nafis, “Strategi Dakwah Di Kalangan Generasi Z Di Era AI: Da’wah Strategies Among Generation Z in the AI Era,” *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 12, no. 1 (November 2025): 1–13, <https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v12i1.3708>.

konten dakwah sebagai medium pembentukan akhlak. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Anda terletak pada objek kajian.<sup>20</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Rahmawati dan M. Iqbal dengan judul “Dakwah Digital dan Pembentukan Kesadaran Keagamaan Generasi Z di Media Sosial”. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana dakwah digital memengaruhi kesadaran keagamaan generasi muda yang tumbuh dalam lingkungan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital berkontribusi terhadap peningkatan kesadaran keagamaan Generasi Z melalui proses refleksi diri, pemaknaan iman, serta dorongan untuk memperbaiki perilaku sehari-hari. Persamaan penelitian ini terletak pada fokus kajian mengenai pengaruh dakwah digital terhadap pembentukan kesadaran dan nilai keagamaan Generasi Z serta penggunaan media sosial sebagai ruang utama dakwah. Perbedaan penelitian ini terletak pada orientasi kajian.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Hijrayanti Sari, Mahmuddin Mahmuddin, and Firdaus Muhammad, “Transformasi Dakwah Di Era Digital: Tantangan Dan Pendekatan Efektif Bagi Generasi Z Indonesia,” *CENDEKIA : Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah* 3, no. 1 (January 2026): 6–12, <https://doi.org/10.62335/cendekia.v3i1.2194>.

<sup>21</sup> Asri Sri Rejeki et al., “Dakwah Video Pendek: Sebuah Analisis Peranan Dakwah Digital Terhadap Pemahaman Nilai-Nilai Islam Bagi Gen Z,” *Relinesia: Jurnal Kajian Agama Dan Multikulturalisme Indonesia* 3, no. 2 (May 2024): 27–32.