

## ABSTRAK

**Eka Rahmayani**, 21010401012: *Pengaruh Vlog Dakwah Dhini Aminarti Terhadap Gaya Hidup dan Kepribadian Gen Z*. Dosen Pembimbing I: Nahed Nuwairah, S. Ag., M. HI dan Dosen Pembimbing II: Drs. M. Hasby, M. Kom, Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Tahun 2025 M/1447 H

**Kata kunci:** Vlog Dakwah, Dhini Aminarti, Gaya Hidup, Kepribadian, Gen Z

Perkembangan dakwah digital melalui platform seperti YouTube telah menjadi sarana efektif dalam menyampaikan pesan keislaman kepada Generasi Z (Gen Z), generasi yang tumbuh dengan teknologi digital dan aktif menonton konten media sosial. Salah satu konten dakwah yang populer di kalangan Gen Z adalah vlog dakwah Dhini Aminarti, yang menyajikan nilai-nilai Islami secara santai, inspiratif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh vlog dakwah Dhini Aminarti terhadap gaya hidup dan kepribadian Gen Z.

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert yang disebarakan secara daring kepada 60 responden Gen Z yang pernah menonton vlog dakwah Dhini Aminarti di kanal YouTube @dimasdhiniofficial. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 25, dengan uji statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier sederhana untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa vlog dakwah Dhini Aminarti memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya hidup Gen Z, khususnya dalam aspek religius, konsumtif, dan digital. Selain itu, vlog tersebut juga memengaruhi kepribadian Gen Z dari sisi kognitif (pemahaman keagamaan), afektif (sikap terhadap nilai-nilai Islam), dan perilaku (implementasi dalam kehidupan sehari-hari). Nilai rata-rata dari ketiga variabel yang diteliti menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan respons positif terhadap konten dakwah yang ditayangkan. Dengan demikian, vlog dakwah yang dikemas secara komunikatif dan autentik berperan penting dalam membentuk orientasi hidup dan karakter Gen Z. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian dakwah digital serta menjadi referensi praktis bagi para dai dan konten kreator dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik audiens muda.