

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Vlog dakwah kini menjadi media penting dalam mengekspresikan nilai-nilai keislaman di era digital. Kehadiran platform seperti YouTube telah memberikan peluang besar bagi para dai dan konten kreator guna memperluas cakupan penerima pesan, termasuk populasi muda yang dikenal sebagai Gen Z. Sebagai generasi yang lahir dan besar di tengah kemajuan era digital, Gen Z menjadikan media sosial sebagai bagian dalam kehidupan sehari-hari mereka. Generasi Z adalah kelompok generasi yang lahir dalam rentang waktu antara tahun 1997 hingga 2012, memiliki ciri khas tersendiri dalam pola perilaku, preferensi media, serta gaya hidup yang unik.¹

Menurut data dari Later, 95% Gen Z rutin menggunakan YouTube, dan mereka lebih tertarik pada konten yang terlihat jujur dan sesuai dengan kehidupan sehari-hari mereka, bukan yang dibuat-buat atau terlalu formal². Selain itu, banyak dari mereka merasa stres atau tertekan, tapi ragu mencari bantuan karena takut dinilai orang lain³. Di sinilah vlog dakwah bisa

¹ Pew Research Center, "Where Millennials End and Generation Z Begins," diakses 15 April 2025, <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>.

² Later, "Penggunaan Media Sosial Generasi Z Pada Tahun 2025 | Selanjutnya," diakses 24 Mei 2025, <https://later.com/blog/gen-z-social-media-usage/>.

³ Daily Telegraph, "Generasi Z Lebih Stres Tetapi Lebih Kecil Kemungkinannya Untuk Mengakses Bantuan, Menurut Data Baru," diakses 24 Mei 2025, <https://www.dailytelegraph.com.au/lifestyle/gen-z-are-more-stressed-but-less-likely-to-access-help-according-to-report/news-story/3ec7434770537d7b8926cae5a57db769>.

membantu, karena bisa menyebarluaskan pesan Islam dengan cara yang santai, menarik, dan mudah dipahami. Dalam konteks ini, penggunaan vlog dakwah menjadi relevan untuk menyampaikan pesan keagamaan secara menarik dan mudah diterima, dengan pendekatan yang dekat dengan gaya hidup anak muda bisa menginspirasi mereka dan jadi tempat mencari nilai-nilai positif di tengah arus informasi yang begitu cepat.

Dhini Aminarti, seorang publik figur yang kini dikenal sebagai konten kreator dakwah, memanfaatkan popularitasnya untuk membagikan nilai-nilai islami melalui vlog. Kontennya yang santai, menjadi daya tarik tersendiri bagi audiens, terutama Gen Z. Gaya penyampaiannya yang relatable dengan kehidupan sehari-hari mampu membangun kedekatan emosional dengan penonton. Hal ini penting karena metode dakwah yang efektif bukan hanya karena isinya, tetapi juga karena strategi penyampaian serta relevansi media yang digunakan dengan karakteristik audiens.

Kepribadian Gen Z umumnya dicirikan oleh sifat yang adaptif, kolaboratif, dan inovatif⁴ Mereka sering kali mencari makna dan tujuan dalam setiap aspek kehidupan mereka, termasuk dalam pekerjaan dan hubungan sosial. Rasa ingin tahu yang tinggi dan keterbukaan terhadap pengalaman baru membuat mereka menjadi individu yang dinamis dan bersemangat, juga berpotensi mengalami perubahan akibat paparan konten yang terus-menerus. Dengan karakteristik Gen Z yang cenderung mencari keaslian (autentisitas) dan

⁴ FISIP UNISRI, "KARAKTERISTIK & TANTANGAN GENERASI Z DI INDONESIA," diakses 27 Agustus 2024, <https://fisip.unisri.ac.id/karakteristik-tantangan-generasi-z-di-indonesia/>.

dan keterkaitan dengan kehidupan mereka (relevansi), konten dakwah seperti yang disampaikan Dhini Aminarti dapat menjadi salah satu faktor yang membentuk preferensi mereka.

Gaya hidup Gen Z sangat mempengaruhi bagaimana cara mereka menerima sebuah informasi termasuk pesan-pesan keagamaan. Karena hal itu, banyak dari mereka yang mencari inspirasi tentang bagaimana menjalani nilai-nilai positif di mana gaya hidup bisa mencerminkan kebiasaan dan nilai-nilai. Disinilah vlog dakwah bisa memberikan pengajaran islam dengan cara yang berkaitan erat dengan gaya hidup Gen Z. Dengan konten yang ringan dan menyoroti isu yang mereka hadapi, seperti stres atau tekanan sosial yang dapat membantu mereka melihat islam sebagai panduan hidup yang penuh kasih.

Penelitian yang dilakukan oleh McKinsey & Company menunjukkan bahwa Gen Z lebih terbuka terhadap topik kesehatan mental dan kesejahteraan. Menyentuh isu-isu ini dalam dakwah, sambil tetap relevan dengan cara hidup mereka, dapat menjadi cara yang efektif untuk menjangkau mereka secara emosional dan memberikan dampak yang positif.⁵

Dengan adanya Vlog atau Video Blog content creator dapat membagikan kesehariannya yang dapat membuat daya tarik tersendiri bagi kalangan Gen Z, dengan adanya vlog *da'i* pun bisa membagikan kesehariannya yang berperan sebagai teladan dalam memberikan pengaruh baik kepada

⁵ Erica Coe dkk., "Social Media and Mental Health: The Impact on Gen Z," *McKinsey Health Institute*, 2023, <https://www.mckinsey.com/mhi/our-insights/gen-z-mental-health-the-impact-of-tech-and-social-media>.

penonton vlog tersebut. Seorang dai dapat membagikan hal-hal positif dan pesan-pesan agama atau dakwah dalam vlog kesehariannya.

Dhini Aminarti dipilih sebagai subjek penelitian karena ia merupakan publik figur yang dikenal luas dan telah mengalami perubahan besar dalam hidupnya, dari seorang artis sinetron menjadi sosok yang aktif berdakwah melalui media digital seperti YouTube. Konten-konten dakwah yang disampaikan melalui kanal *Dimas Dhini Official* dikemas secara santai, penuh nilai Islami, dan menyentuh kehidupan sehari-hari, sehingga mudah diterima oleh kalangan Gen Z yang dekat dengan media sosial dan lebih menyukai pendekatan personal. Selain itu, gaya hidup dan penampilan Dhini yang tetap modern namun syar'i menjadikannya role model muslimah yang inspiratif. Konsistensinya dalam menyampaikan pesan dakwah yang positif dan membangun menjadikan kontennya relevan untuk diteliti dalam kaitannya dengan pengaruh terhadap gaya hidup serta pembentukan kepribadian Gen Z yang tengah berada pada fase pembentukan identitas diri dan nilai hidup.

Dengan merujuk pada konteks yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh vlog dakwah Dhini Aminarti terhadap gaya hidup dan kepribadian Gen Z. Harapannya, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis pada pengembangan literatur di bidang dakwah digital sekaligus memberikan manfaat praktis bagi para konten kreator dakwah untuk lebih memahami audiens mereka.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penelitian ini merumuskan beberapa permasalahan yang akan dikaji sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh vlog dakwah Dhini Aminarti terhadap gaya hidup Gen Z?
2. Bagaimana pengaruh vlog dakwah Dhini Aminarti terhadap kepribadian Gen Z?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh vlog dakwah Dhini Aminarti terhadap gaya hidup Gen Z
2. Mengateahui pengaruh vlog dakwah Dhini Aminarti terhadap kepribagian Gen Z

D. Hipotesis Penelitian

Untuk membuktikan hubungan antara variabel yang diteliti, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat Pengaruh antara Vlog Dakwah Dhini Aminarti terhadap Gaya Hidup dan Kepribadian Gen Z.

H0: Tidak Terdapat Pengaruh antara Vlog Dakwah Dhini Aminarti terhadap Gaya Hidup dan Kepribadian Gen Z.

E. Signifikansi/Kegunaan Penelitian

Studi ini menawarkan berbagai manfaat yang dapat digunakan dalam ranah teoritis maupun praktis

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian akademis di bidang dakwah digital dan komunikasi.

Secara khusus, hasil penelitian ini dapat:

- a. Menambah literatur terkait pengaruh media digital, khususnya vlog dakwah, terhadap pembentukan gaya hidup dan kepribadian generasi muda.
- b. Memperkaya wawasan tentang peran konten dakwah dalam membangun pola pikir religius di kalangan Gen Z.
- c. Memberikan dasar teoritis bagi penelitian lanjutan tentang dakwah berbasis media sosial di era digital.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan solusi bagi berbagai pihak, antara lain:

- a. Bagi konten kreator dakwah Penelitian ini dapat menjadi panduan dalam merancang konten yang lebih relevan dan efektif untuk menarik perhatian serta mempengaruhi audiens muda.
- b. Bagi pendakwah dan lembaga keagamaan, hasil dari penelitian ini bisa membantu untuk mengembangkan strategi dakwah yang memanfaatkan media digital sebagai sarana utama, dengan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik generasi muda.

- c. Bagi masyarakat umum, khususnya Gen Z Penelitian ini dapat membantu memberikan pemahaman tentang pentingnya memilih dan mengakses media yang positif dan dampaknya terhadap pembentukan gaya hidup serta kepribadian.

Dengan kegunaan tersebut, penelitian ini diharapkan bukan hanya memberikan dampak akademis tetapi juga mendorong implementasi dakwah yang lebih adaptif di era digital, sehingga mampu menjawab tantangan dakwah modern secara efektif.

F. Definisi Operasional/Istilah

Untuk pencegahan kesalahpahaman dalam penelitian ini, penelitian ini menyajikan definisi istilah-istilah kunci sebagai berikut:

1. Pengaruh

Pengaruh menurut *KBBI* merupakan daya yang muncul dari sesuatu seperti orang, benda atau keadaan yang bisa membentuk kepercayaan, watak atau perilaku seseorang⁶. Jadi pengaruh dapat diartikan sebagai dampak yang ditimbulkan dari suatu tindakan, situasi, atau media terhadap individu atau kelompok yang mampu mengubah atau membentuk sikap maupun cara berpikir mereka. Dalam penelitian ini, pengaruh merujuk pada efek vlog dakwah Dhini Aminarti terhadap gaya hidup dan kepribadian Gen Z, baik yang bersifat positif maupun negatif.

Pengaruh dalam penelitian ini diartikan sebagai perubahan yang terjadi pada gaya hidup dan kepribadian Gen Z setelah mereka menonton Vlog

⁶ “Arti Kata Pengaruh - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,” diakses 10 Juni 2025, <https://kbbi.web.id/pengaruh>.

Dakwah Dhini Aminarti. Pengaruh dapat diukur melalui perubahan sikap, perilaku, dan persepsi yang diungkapkan oleh subjek penelitian dalam kuesioner.

2. Vlog Dakwah

Vlog terdiri atas dua komponen yaitu Video dan Blog. Video mengacu pada metode pemrosesan sinyal elektronik yang menampilkan visual bergerak⁷, sedangkan blog berfungsi sebagai buku harian daring atau catatan pribadi yang dapat dilihat siapa saja⁸. Secara etimologi, Kata "dakwah" berakar dari bahasa Arab, yakni *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang memiliki makna mengundang, memanggil, atau menyerukan. Sementara itu, dalam pengertian terminologis, dakwah didefinisikan sebagai upaya atau aktivitas untuk mengajak dan menyeru individu lain agar mengamalkan ajaran Islam. Kegiatan dakwah ini bersifat fleksibel dan dapat dilakukan melalui beragam pendekatan atau metode.⁹

Jadi, Vlog dakwah adalah bentuk video blog yang berisi pesan-pesan keagamaan, baik berupa ceramah, diskusi, maupun kisah inspiratif yang bertujuan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam. Dalam penelitian ini, vlog dakwah merujuk pada konten yang dibuat oleh Dhini Aminarti di platform digital yaitu YouTube pada kanal YouTube @dimasdhiniofficial

⁷ Iwan Binanto, *Multimedia Digital: Dasar Teori dan Pengembangannya* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm. 179, diakses 15 April 2025, <https://books.google.co.id/books?id=UqWLna0oaUYC>.

⁸ "Hasil Pencarian - KBBI VI Daring," diakses 10 Juni 2025, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/blog>.

⁹ "Analisis Pesan Dakwah Ajakan Berkerudung pada Vlog Gita Savitri Devi, Kok Malah Pake Kerudung," *DAKWAH MELALUI VLOG*, 2019.

3. Gaya Hidup (Lifestyle)

Menurut Kotler dan Keller (2018), Gaya hidup mengacu pada cara seseorang menjalani hidup mereka di dunia, dan itu terbukti melalui tindakan, hobi, dan keyakinan mereka.¹⁰

Gaya hidup dalam konteks penelitian ini merujuk pada pola hidup yang mencakup pengetahuan, kebiasaan, minat, sikap, dan aktivitas sehari-hari Gen Z yang dapat dipengaruhi oleh konten vlog dakwah. Aspek-aspek yang diukur meliputi perubahan dalam kebiasaan berpakaian, cara berinteraksi dengan orang lain, aktivitas rekreasi, dan penggunaan media sosial setelah menonton vlog, yang ada di kanal @dimasdhiniOfficial episod.

4. Kepribadian

Kepribadian adalah kombinasi karakteristik, sikap, dan pola pikir individu yang membedakannya dari orang lain. Dalam konteks penelitian ini, kepribadian mencakup perubahan pada aspek religiusitas, pola pikir, dan perilaku sosial Gen Z akibat paparan konten vlog dakwah.

5. Gen Z

Generasi Z atau Gen Z, merupakan kelompok demografis yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012.¹¹ Generasi ini dikenal sebagai "digital natives" karena sangat mengenal teknologi sejak kecil. Penelitian ini

¹⁰ Fahri Rehansyah dan Lucy Nancy Simatupang, "Pengaruh Desain Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia)," *Jurnal Manajemen* 7, no. 2 (2023): 20–32.

¹¹ Pew Research Center, "Where Millennials End and Generation Z Begins," diakses 15 April 2025, <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>.

memfokuskan Gen Z sebagai subjek utama, yakni mereka yang menonton vlog dakwah Dhini Aminarti.

Definisi-definisi operasional ini bertujuan untuk memperjelas cakupan istilah yang digunakan, sehingga memudahkan proses analisis dan interpretasi hasil penelitian.

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruh vlog dakwah yang disampaikan oleh Dhini Aminarti terhadap gaya hidup dan kepribadian Gen Z. Vlog yang dimaksud adalah konten video di kanal YouTube *Dimas Dhini Official* yang berisi pesan-pesan Islami, kisah hijrah, refleksi kehidupan, serta gaya hidup yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Gen Z sebagai generasi yang sangat akrab dengan media digital berpotensi menerima pengaruh dari konten-konten tersebut, baik dari cara berpikir, bersikap, hingga menjalani kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk melihat apakah konten dakwah yang dikemas secara santai dan personal seperti yang disampaikan Dhini Aminarti mampu membentuk atau mengubah gaya hidup dan kepribadian Gen Z ke arah yang lebih positif dan Islami.

G. Penelitian Terdahulu

Berikut adalah tabel penelitian terdahulu beserta dengan persamaan dan perbedaan penelitian yang ingin diteliti.

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Maulida Nabila W, Fadhilatunnisa S, Alamsyah M, Suryandari M (2023)	Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Gen Z dan Milenial (Generasi Muda)	penelitian tersebut menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner berupa g-form dan studi pustaka.	Adapun kesamaan dengan penelitian ini adalah teknik pengumpulan yang menggunakan kuesioner melalui g-form	Adapun perbedaannya dengan penelitian tersebut adalah tujuan penelitian tersebut adalah mencari tahu bagaimana pendapat dan bagaimana kesiapan generasi milenial dan Gen Z dalam mempersiapkan diri untuk menyampaikan dakwah dan menyebarkannya. Adapun Teknik yang digunakan dalam penelitian tersebut juga menggunakan Teknik analisis data deskriptif kualitatif.	Konten dakwah mempengaruhi minat dan motivasi generasi milenial karena dikemas secara menarik, edukatif, dan menghibur sehingga mereka lebih siap membuat konten dakwah yang lebih baik ke depannya
2.	Nur Indah Sari (2023)	Pengaruh Konten Dakwah Aplikasi Tiktok Terhadap	Kuantitatif dengan pendekatan survei, teknik purposiv	Adapun kesamaan dengan penelitian ini adalah Pengaruh	Perbedaannya adalah media yang diteliti oleh penelitian tersebut yaitu Tiktok dan yang diteliti	Konten dakwah TikTok berisi motivasi sangat disukai

		Pembentukan Akhlak Generasi Z Di Kelurahan Duampuna Kabupaten Sidrap	Sampling, dan pengolahan data menggunakan SPSS versi 29	Konten Dakwah Terhadap Gen dan jenis penelitian yang menggunakan teknik kuantitatif	adalah Generasi Z dari Kelurahan Duampuna Kabupaten Sidrap dan fokus variabel pada akhlak, bukan gaya hidup atau kepribadian	Gen Z (86,33%) dan berpengaruh kuat ($r=0,751$, $sig=0,01$) terhadap pembentukan akhlak
3.	Farhan Fauzan (2021)	Pengaruh Vlog Dakwah Hawariyyun Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Islam Pada Subscriber Hawariyyun di YouTube.	Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan purposive sampling dan analisis data menggunakan SPSS versi 20	Adapun kesamaan dengan penelitian ini adalah metode penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, pemilihan Sampel yang dilakukan dengan cara purposive sampling atau sampel terpilih. dan meneliti pengaruh vlog dakwah	Adapun perbedaannya adalah fokus penelitian pada peningkatan pengetahuan agama, bukan gaya hidup atau kepribadian, dalam penelitian tersebut populasi yang diambil adalah subscriber Hawariyyun yang berjumlah 238.000.	Vlog dakwah Hawariyyun berpengaruh terhadap peningkatan pengetahuan agama Islam dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dan kontribusi sebesar 62,2%

				melalui YouTube		
4.	Selviana dkk (2023)	Pengaruh Konten Dakwah di Media Sosial terhadap Kesadaran Religius Gen Z di Kota Bandung	Penelitian tersebut menggunakan pendekatan Kuantitatif	Sama-sama meneliti dampak konten dakwah di media sosial terhadap Gen Z	Fokus pada kesadaran religius, bukan gaya hidup atau kepribadian. Lokasi terbatas di Kota Bandung. Tidak menggunakan SPSS, hanya persentase dari kuesioner	Hasil penelitian menunjukkan bahwa cyber dakwah memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan kesadaran religius Gen Z, baik secara kognitif (menekuni, mengingat), afektif (merasa), dan perilaku (mengamalkan)

H. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara terstruktur untuk memastikan alur pembahasan yang jelas dan logis, serta mempermudah pembaca memahami isi dari penelitian. Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, Pendahuluan perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan

penelitian, definisi operasional atau istilah, penelitian terdahulu, serta sistematika penulisan. Bab ini memberikan landasan awal yang menjelaskan konteks penelitian dan arah pembahasannya.

- BAB II : Dalam bab ini, dibahas secara komprehensif kajian
Kajian Teori pustaka serta teori-teori terkait. Dalam bab ini juga
disusun model konseptual penelitian, yang menjadi
kerangka analisis untuk menjawab rumusan masalah.
- BAB III : Bab ini menjelaskan pendekatan dan desain penelitian
Metode yang dipakai, populasi dan sampel penelitian, metode
Penelitian untuk mengumpulkan data, alat untuk penelitian, dan
pendekatan untuk menganalisis data yang menjadi
bahan kajian pada studi ini
- BAB IV : Bab ini menyajikan hasil analisis data yang telah
Hasil Penelitian dikumpulkan dalam bentuk statistik. Pembahasan
dan Pembahasan dilakukan untuk menginterpretasikan hasil penelitian,
dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya.
- BAB V : Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian berdasarkan
Penutup hasil yang diperoleh. Selain itu, disampaikan pula
saran-saran yang dapat menjadi rekomendasi praktis
maupun akademis berdasarkan hasil penelitian.
- Bagian Akhir : Terdiri dari daftar pustaka yang berisi referensi yang
digunakan dalam penelitian ini, lampiran-lampiran

penting seperti instrumen penelitian dan data pendukung, serta daftar riwayat hidup penulis.

Sistematika penulisan ini dirancang untuk memberikan struktur yang teratur, sehingga penelitian ini dapat disajikan secara jelas, komprehensif, dan sesuai dengan standar akademik yang berlaku.