

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin pesat diiringi dengan dinamika kehidupan manusia yang serba ingin tahu seakan saling berkolaborasi dengan baik, hal ini didukung dengan kemajuan teknologi sebagai pendukung dalam memudahkan manusia dalam mengakses informasi, khususnya dikalangan remaja. Kehidupan remaja yang tidak lepas dari teknologi harus diarahkan kepada hal yang positif¹. Di Masa modern ini kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah merubah pandangan manusia, terutama remaja yang merupakan peralihan dari masa kanak-kanak kemas dewasa, yang dimana remaja dimasa modern lebih dikenal dengan sebutan generasi Z (gen Z)².

Gen Z saat ini tampaknya sudah mengalami krisis moral akibat dari pengaruh globalisasi³. Penyimpangan-penyimpangan ini sangat berdampak buruk dan menimpa kaum gen Z karena mereka sekarang mengalami masa transisi menuju kedewasaan. Apabila hal ini tidak diantisipasi bisa berdampak bagi kaum gen Z secara serius bahkan

¹ Rini Risnawita Suminta and Tatik Imadatus Sa'adati, "Dinamika Psikologis Anak Remaja Awal Pengguna Media Sosial," *Jurnal Penelitian Psikologi* 15, no. 1 (2024): 1–12.

² Maulana Wahyu Hidayat et al., "Tantangan Dakwah Pada Generasi Milenial Dan Gen Z : Pendekatan Baru Di Era Modern". At-Taklim: *Jurnal Pendidikan Multidisiplin* 2.11 (2025): 585–600.

³ Naylatul Fadhilah, Aini Yusra Usriadi, and Gusmaneli Gusmaneli, "Peran Pendidikan Islam Sebagai Solusi Krisis Moral Generasi Z Di Era Globalisasi Digital" *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam* , no. 3 (2025): 230–237.

berpeluang menormalisasi budaya negatif dalam penyimpangan tersebut, dan dapat menjadi momok yang menakutkan bahkan bisa berujung pada pembangkangan.

Berdasarkan data statistik hasil sensus penduduk 2020 oleh Badan Pusat Statistik mengungkapkan bahwa gen Z di Indonesia merupakan kelompok demografis terbesar saat ini, dengan jumlah mencapai 27,94 persen dari total populasi atau sekitar 74,93 jiwa. Gen Z adalah kelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1996 hingga 2010. Mereka merupakan generasi termuda kedua, berada di antara Generasi Milenial dan Generasi Alpha. Identitas generasi ini terbentuk melalui berbagai peristiwa perubahan besar, seperti kemajuan era digital, meningkatnya kesadaran perubahan iklim, dinamika dalam dunia keuangan, serta dampak dampak dari pandemi COVID-19. Gen Z dibesarkan dan hidup berdampingan dengan digital dan teknologi yang menjadi identitas mereka. Pola pikir mereka cenderung serba instan tanpa suatu proses. Mereka sudah akrab dan berpengalaman terhadap gadget, smartphone dan kecanggihan teknologi sejak dini⁴. Di Tengah problematika yang dialami gen Z sangatlah penting berbagai upaya dan usaha dalam mengurangi problematika yang dialami gen Z. Salah satu upaya dalam mengurangi problematika pada gen Z adalah dakwah.

Dakwah merupakan tugas yang diembankan kepada setiap muslim yang menandakan bahwa setiap umat muslim menjalankan nilai-nilai amar ma'ruf nahi

⁴ Pierre Rainier, "Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z," Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z, 2023, <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>. diakses pada tanggal 18 Februari 2025.

munkar. Dakwah adalah suatu metode yang digunakan dalam ajaran Islam untuk menyampaikan kebaikan dan mencegah kemungkaran dalam kehidupan baik secara individu maupun kelompok⁵. Dakwah juga merupakan bagian dari aktivitas komunikasi, dimana setiap pendakwah menyampaikan dakwahnya dengan cara yang baik, berperilaku santun, dan mampu memberikan manfaat kepada masyarakat luas. Sifat dakwah yang adalah aktual yaitu diharapkan dapat memecahkan permasalahan ditengah masyarakat dan berorientasi nyata secara relevan terhadap masalah yang dihadapi di tengah masyarakat. Dakwah juga suatu proses pendidikan yang baik dan mengacu pada nilai-nilai Islam⁶Dalam berdakwah, haruslah dipertimbangkan secara sungguh-sungguh tingkat dan kondisi cara berfikir yang tercermin terhadap remaja yang dihadapi.

Para ahli mengatakan tujuan dakwah yaitu menyatukan kembali fitrah manusia dan agama atau menyadarkan manusia akan kebenaran Islam dan mengamalkan ajaran Islam⁷. Peran dakwah dalam mengatasi problematika remaja tidak hanya menjadi peran dakwah yang diprioritaskan, akan tetapi juga pendukung lingkungan sekitar, yang akan menjadi pendukung karakter atau kegiatan yang membawa hal-hal positif bagi remaja. Melalui pemanfaatan teknologi yang digunakan remaja dapat aktif menyebarluaskan dakwah melalui media sosial di era digital saat ini.

⁵ Syamsuddin, *Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2016), 10.

⁶ Syamsuddin, *Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2016), 11.

⁷ Mubasyaroh, "Strategi Dakwah Persuasif Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat," *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (2017): 311–24.

Salah satu tantangan terbesar dalam dakwah di era digital adalah distraksi dari konten non-religius, hoaks, dan informasi yang menyesatkan⁸. Penting bagi pendakwah untuk tidak hanya menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga mengedukasi gen Z tentang cara menyaring informasi yang diterima. Literasi digital menjadi komponen penting dalam dakwah, mengajarkan gen Z bagaimana mengenali sumber terpercaya, dan menggunakan teknologi dengan bijak secara dewasa. Gen Z sangat tertarik pada konten visual yang kreatif. Dakwah yang efektif harus memanfaatkan elemen visual yang menarik, seperti grafik, animasi, dan video berkualitas tinggi⁹. Konten yang menarik secara visual lebih cenderung disukai dan disebarluaskan serta diminati gen Z, sehingga materi dakwah dapat diterima dengan baik. Kreativitas dalam penyampaian materi dapat membuat strategi dakwah lebih menarik dan mudah diingat. Dengan memperhatikan semua faktor diatas, dakwah Islam bagi generasi Z di era digital harus mampu beradaptasi dengan pola komunikasi dan preferensi mereka, serta memanfaatkan teknologi untuk menyampaikan pesan yang mendalam dan bermakna melalui metode dakwah yang interaktif, inovatif dan relevan.

Metode dakwah merupakan cara atau strategi yang dilakukan oleh seorang *da'i* untuk menyampaikan pesan-pesan agama dan mengajak orang lain untuk memahami dan mengamalkan ajaran agama. Metode dakwah yang didesain bagi gen Z harus berorientasi kepada aspek minat dan sesuai kebutuhan jiwa mereka serta harus

⁸ Faridatun Nikmah, “*Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial*,” Muâşarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer 1, no. 1 (2019): 52–62.

⁹Ari Wibowo, “*Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial Berbasis Desain Dan Komunikasi Visual*,” Bimbingan, Jurnal Islam, Penyuluhan , no. 02 (2020): 79–98.

berkemajuan secara media dan teknologi sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga dakwah yang akan disampaikan akan lebih terfokus dan berkesan¹⁰. Teknologi digital memberikan peluang besar dalam menjangkau gen Z melalui platform yang mereka gunakan secara rutin¹¹. Media sosial, aplikasi pesan instan, podcast, dan video streaming adalah alat yang sangat efektif untuk mengkreasikan dalam menyampaikan materi dakwah¹². Materi dakwah dapat disampaikan melalui video pendek di Tiktok, ceramah di Youtube, atau postingan inspiratif di Instagram¹³. Penggunaan teknologi ini menunjang upaya dakwah sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih beragam¹⁴. Dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah satu arah, namun dapat melibatkan Gen Z dalam diskusi serta debat yang konstruktif dan interaktif. Platform seperti Instagram Live, Facebook Live, dan Zoom memungkinkan para *da'i* untuk berinteraksi langsung dengan audiens mereka, menjawab pertanyaan, dan mendiskusikan topik-topik yang relevan. Hal ini membantu menciptakan rasa keterlibatan dan komunikatif di antara gen Z sehingga tersampaikannya berbagai materi dakwah dengan maksimal.

¹⁰ Z. S. Fariza Md Sham, “*Metodologi Dakwah Kepada Remaja : Pendekatan Psikologi Dakwah*,” 2011, 145–66.

¹¹ Badrah Uyuni, *Media Dakwah Era Digital* (Assofa, 2023).

¹² Athik Hidayatul Ummah, M Khairul Khatoni, and M Khairurromadhan, “*Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital : Analisis Peluang Dan Tantangan*” XII, no. 2 (2020): 10–34.

¹³ Ardiansyah Wijaya and Muktarrudin, “*Gaya Komunikasi Akun Tiktok @ Msalbaniquotes Dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Islam Di Kalangan Gen Z*,” Al-Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan 18, no. 3 (2024): 66–77.

¹⁴ Alfi Mardhiyatus Staniyah, Nur Efendi, and Kojin Mashudi, “*Digitalisasi Dakwah: Tantangan Dan Strategi Menginspirasi Di Era Teknologi*,” El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat 4, no. 4 (2024): 30–46.

Materi dakwah merupakan isi pesan dakwah yang disampaikan seorang *da'i* untuk mengajak orang lain memahami dan mengamalkan ajaran agama. Materi dakwah yang diharapkan di era digital seperti saat ini bagi gen Z yang mampu memberikan pemahaman serta motivasi dan nasehat yang mendalam tentang ajaran Islam pada konteks yang relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari¹⁵. Dikarenakan Gen Z hidup dalam dunia yang berubah dengan cepat dan dipenuhi dengan berbagai informasi agar mampu memaksimalkan strategi dakwah yang relevan bagi mereka, pesan-pesan keagamaan harus disampaikan dalam konteks yang mereka pahami dan relate terhadap situasi di era sekarang. Selain metode dalam berdakwah juga harus mempertimbangkan materi dakwah. Materi dakwah tersebut harus berdasar kepada Al-Qur'an dan hadits, kemudian materi yang digunakan juga harus menarik dan disesuaikan dengan problematika yang dihadapi, sehingga dakwah menjadi solusi dan jawaban dari permasalahan-permasalahan yang dihadapi. Materi dakwah sangat penting dan harus diperhatikan, karena materi dakwah sangat berpengaruh terhadap minat remaja untuk mendengarkan dakwah¹⁶. Melalui pendekatan yang inovatif dan relevan, materi-materi dakwah dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan bermakna.

Berangkat dari uraian diatas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan, yaitu untuk menganalisis metode dan materi dakwah yang diminati gen Z sehingga

¹⁵ Muhammad Soleh and Irfan Kuncoro, "Menggali Budaya Baru Dan Implikasinya Bagi Keagamaan Gen-Z: Perspektif Sosiologi Dan Antropologi Masyarakat Di Era Kontemporer," Al Irsyad: Jurnal Studi Islam 2, no. 2 (2023): 83–92.

¹⁶ Muhamad Parhan et al., "Analisis Metode Dan Konten Dakwah Yang Diminati Pada Remaja," Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah) 22, no. 1 (2022): 65–75.

tersampaikannya materi dakwah yang menarik untuk membantu mereka lebih memahami dan mengamalkan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari, dan objek penelitian ini adalah mahasiswa/I UIN Antasari Banjarmasin dari angkatan 2019 sampai angkatan 2025. Alasan mengapa mahasiswa/I UIN Antasari Banjarmasin dari angkatan 2019 sampai 2025 menjadi objek pada penelitian ini karena angkatan tersebut termasuk angkatan periode gen Z. Berdasarkan pra observasi yang telah dilakukan, mahasiswa/i UIN Antasari Banjarmasin memang cocok dan berpotensi menjadi objek penelitian karena mereka masuk dalam kalangan gen Z dan mereka tidak asing dalam hal dakwah. Karena UIN Antasari Banjarmasin didasari dengan hal-hal Islami. Oleh karena itu, dengan penelitian ini juga menjadi langkah awal untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana materi dan metode dakwah yang diminati kalangan gen Z khususnya pada mahasiswa/i UIN Antasari Banjarmasin.

B. Fokus Masalah

Fokus masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apa saja materi dakwah yang paling diminati gen Z (studi kasus mahasiswa/i UIN Antasari)?
2. Bagaimana metode dakwah yang diminati gen Z (studi kasus mahasiswa/i UIN Antasari)?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi materi dakwah yang paling diminati gen Z (studi kasus mahasiswa/i UIN Antasari).
2. Menganalisis metode dakwah diminati gen Z (studi kasus mahasiswa/i UIN Antasari).

D. Signifikansi Masalah

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan metode serta materi dakwah yang diminati gen Z agar dapat diterima dan bermanfaat untuk kebaikan.

2. Secara Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah dapat membantu penyiar kebaikan (*da'i*, ulama, dan organisasi Islam) memahami preferensi dakwah terhadap gen Z di era sekarang khususnya mahasiswa/i UIN Antasari Banjarmasin.

E. Definisi Istilah

1. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah isi pesan dakwah yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Materi atau pesan dakwah Islam, harus disampaikan secara menarik tidak monoton, mengkaji tema-tema Islam yang aktual untuk membangkitkan pemahaman dan

pengalaman keagamaan objek dakwah¹⁷. Materi dakwah secara umum meliputi aqidah (keimanan), syari'ah dan akhlak. Materi dakwah yang disampaikan harus disesuaikan dengan kebutuhan objek dakwah, yakni Gen Z sebagai *mad'u*.

Kebutuhan *mad'u* merupakan bagian dari proses dakwah, menjadi tuntutan terhadap *da'i* dalam menguasai kejiwaan manusia yang didakwahi dalam kesesuaian materi yang disampaikan kepada *mad'u* berdasarkan situasi dan kondisi disertai penyesuaian kebutuhan *mad'u* itu sendiri¹⁸. Materi yang disesuaikan dengan kebutuhan *mad'u* dalam hal ini adalah pada kalangan gen Z.

2. Metode Dakwah

Menurut bahasa, metode berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari dua kata yakni *meta* yang berarti melalui dan *hodos* yang berarti jalan. Dalam bahasa arab metode dikenal dengan *thariq*¹⁹. Sedangkan menurut istilah metode merupakan cara-cara yang telah ditentukan dengan berdasarkan proses pemikiran guna mencapai sebuah tujuan²⁰. Kata dakwah berasal dari bahasa arab yaitu دعـا—بـعـرـا yang artinya mengajak dan mengundang²¹.

Menurut Ali Mahfudz dakwah adalah pemberian motivasi kepada umat manusia agar mereka mengikuti petunjuk serta mengajak agar melakukan

¹⁷ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* (Cet. I; Jakarta: Amzah, 2008), H.28.

¹⁸ Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*, (Cet, II; Jakarta: Kencana Prenada Group, 2009), h. 38.

¹⁹ Sri Maullasari, "Metode Dakwah Menurut Jalaluddin Rakhmat Dan Implementasinya Dalam Bimbingan Dan Konseling Islam (BKI)," *Dakwah* 20, no. 1 (2018): 133.

²⁰ M Munir et al., *Metode Dakwah*, ed. Munzier Suparta and Harjani Hefni, Edisi Revi. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009),,7.

²¹ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019),,2.

perbuatan ma'ruf dan mencegah perbuatan yang mungkar, sehingga mendapatkan keberkahan didunia dan diakhirat. Jadi metode dakwah adalah cara atau strategi yang dilakukan oleh seorang *da'i* untuk menyampaikan pesan-pesan agama dan mengajak orang lain untuk memahami dan mengamalkan ajaran agama. Dan metode dakwah Islam ada beberapa macam.

Metode dakwah Islam dalam perspektif Al-Qur'an secara garis besar terbagi menjadi empat macam yaitu dengaan *al-hikmah*, *al-mau'izhah*, *al-jidal*, dan *al-qudwah*²². Dalam studi kasus ini macam-macam metode dakwah yang difokuskan oleh peneliti adalah metode dakwah yang sesuai kebutuhan Gen Z yaitu metode ceramah, metode Q&A, metode diskusi, metode keteladanan, metode drama, dan metode silaturahmi (*home visit*).

3. Gen Z

Menurut kamus besar bahasa Indonesia generasi didefinisikan sebagai orang-orang yang hidup dalam waktu yang sama. Dalam kamus *Generation Theory* dari awal keberadaannya dikenal ditengah masyarakat hingga saat ini terdapat sebanyak lima generasi yaitu: Generasi Baby Boomer, Generasi X, Generasi Y, Gen Z dan Generasi Alpha²³. Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, gen Z merujuk pada kelompok individu yang lahir setelah tahun 1995 (Brown, 2020; Francis &

²² Husna, Nihayatul. "Metode Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an." *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah* 1.1 (2021): 104.

²³ Efianingrum, Ariefa, et al. "Kesadaran multikultural generasi Z dan implikasinya pada pendidikan." *Jurnal Humanika* 22.1 (2022): 1-20.

Hoefel, 2018; Lines & Metcalf, 2017) dan sering disebut sebagai generasi pascamilenial²⁴.

McKinsey & Company menyebut bahwa gen Z adalah kelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1996 hingga 2010²⁵. Mereka merupakan generasi termuda kedua, berada di antara generasi milenial dan generasi alpha. Identitas generasi ini terbentuk melalui berbagai peristiwa dan perubahan besar, seperti kemajuan era digital, meningkatnya kesadaran terhadap perubahan iklim, dinamika dalam dunia keuangan, serta dampak dari pandemi COVID-19. Generasi ini dikenal sebagai “penduduk asli digital” (*digital natives*) karena sejak kecil mereka sudah akrab dengan teknologi dan internet²⁶. Oleh sebab itu, mereka juga sering disebut sebagai iGeneration, generasi net, atau generasi internet. Pada tahun 2025 anggota gen Z berada dalam rentang usia sekitar 15 hingga 29 tahun, bergantung pada tahun kelahiran mereka yang berada di kisaran 1996 hingga 2010 dan merupakan mahasiswa/i aktif UIN Antasari strata 1 khususnya angkatan 2019 hingga 2025.

4. Mahasiswa/I UIN Antasari Banjarmasin

Pada tahun 2025, mahasiswa/I UIN Antasari yang termasuk dalam gen Z adalah mereka yang berasal dari angkatan 2019 hingga 2025. Generasi ini terdiri dari

²⁴ Suyanto, Budi, Kevin G. Yulius, and Sundring P. Djati. "Predictors of generation Z revisit intention to Mangkokku Restaurant during COVID-19 pandemic." Enrichment: Journal of Management 12.6 (2023): 4911-4918.

²⁵ Mendrofa, Cheline Nismeta Rotua, and Novita Aprilia. "Pemanfaatan media sosial oleh Generasi Z sebagai media pembelajaran (Utilization of social media by Generation Z as a learning medium)." Jurnal Tonggak Pendidikan Dasar: Jurnal Kajian Teori dan Hasil Pendidikan Dasar 2.1 (2023): 20-31.

²⁶ Wardhana, Rifqi. "Generasi Z dan Masa Depan Ekonomi Kreatif: Mendorong Inovasi di Era Industri 5.0 dan Web 3.0." Journal Creative Economics and Trading Halal Ecosystem 3.02 (2025): 36-45.

mahasiswa yang lahir antara tahun 2001 hingga 2007 dengan rentang usia sekitar 18 hingga 24 tahun. Mahasiswa angkatan 2019 hingga 2022 umumnya berada pada tingkat akhir perkuliahan atau baru menyelesaikan studi sarjana mereka. Sementara itu, mahasiswa angkatan 2023 hingga 2025 merupakan mahasiswa aktif yang berada pada tingkat awal hingga menengah perkuliahan.

Dengan demikian pada tahun 2025 seluruh mahasiswa UIN Antasari dari angkatan 2019 hingga 2025 masih termasuk dalam kategori gen Z. Mulai angkatan 2026 dan seterusnya, diperkirakan akan mulai hadir mahasiswa dari generasi alpha, yakni generasi yang lahir setelah tahun 2010 dan tumbuh sepenuhnya dalam lingkungan digital yang lebih maju.

F. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal dengan judul “ Analisis Metode dan Konten Dakwah yang diminati pada Remaja” yang ditulis oleh Muhammad Parhan, Yuni Rahmawati, Imelda Rara Rahmawati, Hasna Aisyah Rastiadi, Maysaroh pada tahun 2022. Pada penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu survey terhadap remaja. Berdasarkan informasi yang telah kami dapatkan melalui survey kepada remaja, bahwa pada masa pandemi ini sekitar 86,3 % remaja masih suka dalam mendengarkan dakwah, tetapi hanya 38,4% remaja yang sering mendengarkan dakwah dan 61,6 % remaja jarang dalam mendengarkan dakwah. Sekitar 72,6 % remaja pada masa pandemi lebih suka mendengarkan dakwah melalui media youtube dengan konten dakwah

mengenai kehidupan, dan 71,2 % remaja lebih suka dengan metode dakwah dalam bentuk contoh dan keteladanan. Hal ini memperlihatkan bahwa kemajuan teknologi dan remaja bersinergi dengan baik, sehingga konten dakwah dikemas lebih menarik, efektif, dan menjangkau penelitian yang lebih luas²⁷.

2. Skripsi dengan judul “Metode Al-Hikmah kepada Gen Z melalui akun Instagram @REMISYAOFFICIAL” yang ditulis oleh Ericha Ardelia pada tahun 2022. Pada penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan analisis pandangan responden serta mendeskripsikan hasil penelitian dengan menggunakan teori Sayyid Quthb. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media Instagram @REMISYAOFFICIAL mampu menerapkan metode Al-Hikmah dalam postingannya. Metode Al-Hikmah yang diterapkan dalam postingan @remisyaofficial terlihat pada program ‘‘Ngaji Kuy’’ dan berhasil menarik perhatian gen Z untuk mengikuti program tersebut²⁸.
3. Skripsi dengan judul “Pengaruh materi dakwah Nyai Muzayyanah terhadap pemahaman keagamaan remaja di desa kebondalem kecamatan pemalang kabupaten pemalang” yang ditulis oleh Safrina Tsani Atmala pada tahun 2015. Penelitian ini berfokus pada pengaruh materi dakwah Nyai Muzayyanah

²⁷ Parhan, Muhamad, et al. "Analisis metode dan konten dakwah yang diminati pada remaja." Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah) 22.1 (2022): 1-5.

²⁸ Ardelia, Ericha. *Metode Al-Hikmah Pada Generasi Z Melalui Akun Instagram@ remisyaofficial. BS thesis*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.

terhadap pemahaman keagamaan remaja di desa kebondalem kecamatan pemalang kabupaten pemalang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Kemudian hasil dari penelitian ini adalah materi dakwah Nyai Muzayyanah terhadap pemahaman keagamaan remaja ditunjukkan dengan semakin tinggi materi dakwah Nyai Muzayyanah maka semakin tinggi pula pemahaman keagamaan remaja, sebaliknya semakin rendah materi dakwah Nyai Muzayyanah maka semakin rendah juga pemahaman dakwah remaja. Penelitian ini memiliki kelebihan yaitu sistematika penulisan yang digunakan tertata dengan sangat baik serta pada penentuan indikatornya sesuai dengan teori. Sedangkan kekurangannya pada item kuesioner yang sedikit sehingga dimensi dari pemahaman keagamaan kurang bervariatif dan mendalam²⁹.

4. Skripsi dengan judul “Pengaruh pemahaman materi dakwah dan penerapan metode dakwah mauizah hasanah terhadap perilaku keagamaan anggota kelompok yasinan desa klampisan geneng ngawi” yang ditulis oleh Ning Khoiriyatul Muawanah IAIN Ponorogo pada tahun 2021. Penelitian ini berfokus pada seberapa besar pengaruh pemahaman materi dakwah terhadap perilaku keagamaan, penerapan metode dakwah mauizah hasanah terhadap perilaku keagamaan, dan untuk mengetahui pemahaman materi dakwah dan metode dakwah mauizah hasanah terhadap perilaku keagamaan. Penelitian ini

²⁹ Akmala, Safrina Tsani. *"Pengaruh Materi Dakwah Nyai Muzayyanah Terhadap Pemahaman Keagamaan Remaja."* Skripsi, UIN Walisongo, Semarang (2015).

menggunakan metode kuantitatif, yang bersifat regresi. Kemudian hasil dari penelitian ini adalah materi dakwah berpengaruh terhadap perilaku keagamaan anggota kelompok yasinan desa klampisan geneng ngawi sebesar 46,8%, penerapan metode dakwah mauizah hasanah berpengaruh terhadap sikap keberagamaan anggota kelompok yasinan desa klampisan geneng ngawi sebesar 31%, dan pemahaman materi dakwah dan penerapan metode dakwah mauizah hasanah berpengaruh terhadap perilaku keagamaan anggota kelompok yasinan desa klampisan geneng ngawi sebesar 49%³⁰.

5. Skripsi dengan judul "Analisis Ketertarikan Gen Z Terhadap Podcast Islami Pada Channel Youtube Nida Podcast" yang ditulis oleh Dewi Rahma Amelia pada tahun 2024. Penelitian ini berfokus pada ketertarikan gen Z terhadap podcast Islami channel youtube Nida Podcast. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Kemudian hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gen Z cenderung tidak terlalu suka dengan podcast atau konten yang membahas tentang agama. Karena dianggap membosankan dan terlalu rumit untuk dipahami. Gen Z lebih tertarik menonton podcast lelucon, fakta atau berita viral³¹.

³⁰ Muawwanah, Ning Khoiriyatul. *Pengaruh Pemahaman Materi Dakwah Dan Penerapan Metode Dakwah Mauizah Hasanah Terhadap Perilaku Keagamaan Anggota Kelompok Yasinan Desa Klampisan Geneng Ngawi Tahun 2020/2021*. Diss. IAIN Ponorogo, 2021.

³¹ Dewi Rahma Amelia. 'Analisis Ketertarikan Generasi Z Terhadap Podcast Islami Pada Channel Youtube Nida Podcast'. Skripsi, UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan (2024).

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari 5 bab, adapun pembahasannya secara rinci adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yang bagian ini berisikan persoalan yang mengantarkan kepada jawaban pertanyaan apa yang diteliti, untuk apa dan mengapa penelitian itu dilakukan. Oleh karena itu, bab pendahuluan ini pada dasarnya memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Teori, yang bagian ini memuat bahan-bahan pustaka yang dikaji dan menjadi alas teori penelitian yang diambil dari buku atau literatur seperti referensi lain yang berkaitan dengan permasalahan. Teori yang dipaparkan harus relevan dengan masalah yang diteliti karena kajian teori menjadi pemandu agar penelitian sesuai dengan kenyataan dilapangan.

BAB III Metode Penelitian, yang ini berisikan secara ringkas penjelasan tentang metode penelitian dalam mengumpulkan dan menganalisis data yang digunakan.

BAB IV Hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini menguraikan tentang laporan hasil temuan dalam penelitian sesuai dengan rumusan masalah atau tujuan yang telah ditetapkan dan pembahasan yang memuat tentang gagasan sendiri, keterkaitan antara hasil penelitian dengan pola-pola, kategori-kategori, dimensi-dimensi atau teori dan temuan sebelumnya, serta penafsiran dan penjelasan dari temuan uang diungkap dari lapangan.

BAB V Penutup, yang akhir ini memuat penyajian tentang kesimpulan dan saran-saran untuk penelitian berikutnya.