



Research Article

Integrasi Dakwah Digital dalam Pembentukan Spiritualitas Generasi Z di Era Digital

Ainun Lutfiya¹, Nasrulloh²

1. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Maulana Malik

Ibrahim Malang, Indonesia; ainunlutfiya154@gmail.com 

2. Program Studi Hadist, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia;
nasrulloh@syariah.uin-malang.ac.id



Copyright © 2026 by Authors, Published by **Maklumat: Journal of Da'wah and Islamic Studies**. This is an open access article under the CC BY License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : December 19, 2025

Revised : January 17, 2026

Accepted : February 11, 2026

Available online : March 25, 2026

How to Cite: Ainun Lutfiya, & Nasrulloh, N. (2026). Integration of Digital Preaching in the Formation of Generation Z Spirituality in the Digital Era. *Maklumat: Journal of Da'wah and Islamic Studies*, 4(1), 62-75.
<https://doi.org/10.61166/maklumat.v4i1.101>

Integration of Digital Preaching in the Formation of Generation Z Spirituality in the Digital Era

Abstract. This study aims to analyze how Generation Z accesses, interprets, and shapes religious spirituality through interactions with digital da'wah and to identify the mechanisms for integrating Quranic and Hadith values within this process. This study uses a qualitative approach through in-depth interviews with Gen Z participants and literature analysis to explore content consumption patterns, the tabayyun process, internalization of values, and self-control practices. The results indicate that exposure to digital da'wah does not automatically produce religiosity, but requires source selection, verification of truth, inner reflection, and the application of values such as adab (ethics), honesty, and tazkiyat al-nafs (observance of the self). This study formulates an integrative model for

the formation of Gen Z's digital spirituality, consisting of the stages of da'wah exposure, content selection, tabayyun (observance of meaning), internalization of meaning, and implementation of digital ethics. These findings provide theoretical contributions to the study of digital media-based Islamic spirituality and practical support for educators and da'wah stakeholders in developing credible, reflective, and contextual da'wah strategies for the younger generation.

Keywords: Generation Z, Digital Da'wah, Islamic Spirituality, Tabayyun, Integrative Model.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana Generasi Z mengakses, memaknai, dan membentuk spiritualitas keagamaan melalui interaksi dengan dakwah digital serta mengidentifikasi mekanisme integrasi nilai Al-Qur'an dan Hadis dalam proses tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan partisipan Gen Z dan analisis literatur untuk menelusuri pola konsumsi konten, proses tabayyun, internalisasi nilai, dan praktik kontrol diri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan dakwah digital tidak secara otomatis menghasilkan religiositas, tetapi memerlukan seleksi sumber, verifikasi kebenaran, refleksi batin, serta penerapan nilai seperti adab, kejujuran, dan tazkiyat al-nafs. Penelitian ini merumuskan model integratif pembentukan spiritualitas digital Gen Z yang terdiri dari tahapan paparan dakwah, seleksi konten, tabayyun, internalisasi makna, dan implementasi etika digital. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis bagi kajian spiritualitas Islam berbasis media digital dan praktis bagi pendidik serta pemangku dakwah untuk mengembangkan strategi dakwah yang kredibel, reflektif, dan kontekstual bagi generasi muda.

Kata Kunci: Generasi Z, Dakwah Digital, Spiritualitas Islam, Tabayyun, Model Integratif.

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital dan penetrasi media sosial telah secara fundamental membentuk karakter, cara belajar, dan pola komunikasi Generasi Z (Hayati, 2024). Menurut Dimock, (2019) dari *Pew Research Center*, generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1997 dan berakhir pada tahun 2012 dimana fase ini menunjukkan kemajuan sosioekonomi yang lebih stabil dan perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat. Gen Z tumbuh di era di mana internet sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari: menurut survei APJII, pada awal 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,5 juta jiwa, dengan Gen Z menyumbang proporsi terbesar yaitu 34,4 % (APJII, 2024). Selain itu, dalam survei nasional Arus Survei Indonesia, (2024) sebanyak 99,8 % Gen Z menyatakan aktif menggunakan internet, dan 93,1 % memakai media sosial, dengan rata-rata durasi penggunaan media sosial cukup tinggi (misalnya 31,6% menggunakan 5–6 jam per hari). Fenomena ini mengindikasikan bahwa Generasi Z tidak semata-mata berperan sebagai konsumen pasif terhadap konten digital, melainkan hampir seluruh aspek kehidupan sosial dan religius mereka dimediasi oleh platform-platform digital.

Di dalam ruang digital ini, akses terhadap konten keagamaan mengalami transformasi fundamental. Generasi Z tidak lagi bergantung pada majelis taklim tradisional, melainkan mengakses ceramah melalui YouTube, TikTok, podcast, maupun influencer agama. Penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital diterima karena gaya penyampaian yang ringan, naratif, dan sesuai dengan ritme generasi (Ika et al., 2025; Maulida et al., n.d.). Namun, kemudahan ini disertai risiko epistemologis,

termasuk proliferasi hoaks, interpretasi keagamaan yang dangkal, minim verifikasi, dan pergeseran otoritas dari ulama berbasis ilmu kepada figur populer berbasis algoritma (Arief et al., 2025; Taufikul et al., 2024).

Fenomena tersebut tampak jelas pada kasus kontroversial seorang pendakwah di Kediri yang viral karena perilaku yang dinilai tidak etis terhadap anak di bawah umur, sebagaimana diliput media nasional (DetikNews, 2025; Indonesia), 2025). (MUI, 2025). Peristiwa ini menunjukkan lemahnya kontrol etika dakwah digital, minimnya *tabayyun*, serta kurangnya kesadaran publik terhadap prinsip adab, amanah, dan tanggung jawab keilmuan. Kondisi ini menjadi tantangan bagi Gen Z yang secara intens mengonsumsi dakwah digital namun belum sepenuhnya dibekali kerangka nilai untuk menelusuri mana yang sah dan mana yang bermasalah (Ibad, 2024). Dalam konteks inilah, nilai-nilai Qur'ani dan Nabawi seperti *tabayyun*, kejujuran, *tazkiyat al-nafs* (penyucian diri), dan adab menjadi relevan sebagai pedoman spiritual menghadapi era informasi cepat. Kajian terdahulu telah membahas media dakwah atau pola komunikasi digital (Abdusshomad, 2024; Waliyyana et al., 2025) tetapi belum mendalami internalisasi nilai dasar Islam dalam interaksi digital Gen Z. Misalnya, penelitian akun TikTok Kadam Sidik menyoroti metode *storytelling*, tetapi tidak mengulas integrasi nilai Qur'an-Hadis secara spiritual (Ika et al., 2025). Marlenda, (2025) menegaskan literasi digital penting bagi dakwah, tetapi tidak menjelaskan bagaimana nilai Qur'ani-Nabawi dibentuk dalam diri audiens. Oleh sebab itu, penelitian ini sangat krusial untuk mengembangkan model integratif yang menghubungkan nilai-nilai esensial Al-Qur'an dan Hadis dengan aktivitas produksi serta konsumsi dakwah digital Gen Z, untuk memperkuat fondasi moral dan spiritual di tengah era informasi yang bergerak cepat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji secara mendalam bagaimana nilai-nilai esensial yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis dapat diintegrasikan ke dalam praktik keagamaan Generasi Z di tengah dominasi ekosistem digital. Penelitian ini berupaya memetakan bentuk-bentuk konsumsi dan produksi konten keagamaan yang dilakukan oleh Gen Z serta mengidentifikasi tantangan spiritual yang muncul akibat maraknya misinformasi, konten keagamaan yang terfragmentasi, dan lemahnya otoritas dakwah dalam ruang digital. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model integratif yang menghubungkan nilai-nilai seperti *tabayyun*, kejujuran, *tazkiyat al-nafs*, dan adab yang menjadi prinsip dasar dalam Al-Qur'an dan Hadis dengan kebutuhan pembentukan spiritualitas generasi muda yang hidup dalam kultur media sosial. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis mengenai relevansi nilai-nilai Islam dalam merespons tantangan digital sekaligus menawarkan kontribusi praktis berupa panduan atau kerangka nilai yang dapat digunakan dalam pengembangan dakwah digital yang lebih etis, reflektif, dan sesuai karakter Generasi Z.

Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan memberi kontribusi penting secara teoretis maupun praktis. Pada sisi teoretis, penelitian ini menambah pemahaman tentang spiritualitas Generasi Z dengan menghadirkan perspektif baru yang menghubungkan nilai-nilai Al-Qur'an dan Hadis dengan kehidupan digital mereka. Penelitian ini juga menjelaskan bagaimana nilai *tabayyun*, kejujuran, adab, dan *tazkiyat al-nafs* dapat menjadi pedoman etik dan spiritual dalam menghadapi arus

informasi yang cepat dan sering tidak terverifikasi. Secara praktis, penelitian ini menawarkan model integratif yang dapat dimanfaatkan oleh pendidik, dai, lembaga pendidikan Islam, dan pelaku dakwah digital untuk merancang strategi komunikasi keagamaan yang lebih tepat, bertanggung jawab, dan sesuai dengan karakter Gen Z. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya khazanah ilmiah, tetapi juga memberikan solusi nyata untuk memperkuat spiritualitas generasi muda di era digital.

RESEARCH METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam bagaimana nilai-nilai Al-Qur'an dan Hadis dapat diintegrasikan ke dalam pembentukan spiritualitas Generasi Z di era digital. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali fenomena sosial dan religius yang bersifat kompleks, kontekstual, serta berkaitan dengan pengalaman subjektif generasi muda dalam berinteraksi dengan media digital. Data penelitian dikumpulkan melalui dua sumber utama, yaitu studi pustaka dan wawancara mendalam. Studi pustaka dilakukan dengan menelaah jurnal nasional dan internasional, buku, laporan survei digital, serta dokumen resmi yang relevan dengan dakwah digital, pola konsumsi media, dan nilai-nilai spiritual Islam. Sementara itu, wawancara mendalam dilakukan kepada beberapa informan Generasi Z, Informan dipilih secara *purposive* berdasarkan kriteria: usia 20–24, aktif mengikuti minimal dua akun dakwah digital selama enam bulan terakhir. Wawancara ini bertujuan menggali persepsi, pengalaman, dan bentuk internalisasi nilai-nilai keagamaan yang mereka temukan atau praktikkan dalam ekosistem digital.

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi dan analisis tematik. Data dari literatur dan wawancara dikategorikan berdasarkan tema utama, seperti tabayyun, kejujuran, adab, serta *tazkiyat al-nafs* sebagai kerangka etis dan spiritual dalam penggunaan media digital. Hasil kategorisasi kemudian diinterpretasikan untuk merumuskan model integratif yang menggambarkan hubungan antara nilai-nilai Qur'ani-Hadisi dan perilaku digital Gen Z, termasuk dalam konsumsi maupun produksi konten keagamaan. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan temuan studi pustaka dan hasil wawancara sehingga kesimpulan penelitian memiliki konsistensi dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu menyajikan pemahaman komprehensif mengenai pentingnya nilai-nilai Islam sebagai pedoman spiritual bagi Generasi Z di tengah tantangan era digital.

RESULT AND DISCUSSION

Penelitian ini melibatkan tujuh informan yang terdiri dari Generasi Z berusia 22–24 tahun, seluruhnya merupakan pengguna aktif media sosial. Mereka mengakses konten keagamaan digital melalui platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube dengan frekuensi akses yang bervariasi. Temuan awal menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga sumber pembelajaran agama yang bersifat fleksibel dan dinamis dalam kehidupan sehari-hari generasi muda.

Akses Dakwah Digital dan Dinamika Pemahaman Keagamaan

Sebagian besar informan menyatakan bahwa konten dakwah digital berpengaruh positif terhadap pemahaman keagamaan mereka. Informan 2 dan Informan 4 menjelaskan bahwa kemudahan akses memungkinkan mereka mengikuti kajian agama tanpa harus hadir di forum fisik, sehingga pembelajaran dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja.

“belajar agama melalui media sosial sisi positifnya yaitu lebih mudah diakses, belajar langsung tanpa tatap muka bersama guru, untuk yang terbatas akan ada biaya yaa barangkali. Kemudian fleksibel, kapanpun dan dimanapun tanpa batas waktu atau sesuai dengan yang kita mau”...Informan 4

Hal ini menegaskan bahwa dakwah digital telah mengisi ruang pembelajaran alternatif bagi generasi muda, sebagaimana dikemukakan literatur tentang transformasi dakwah di era digital yang menekankan sifatnya yang cepat, luas, dan efisien (Zaman et al., 2023). Namun, pengalaman ini tidak dirasakan secara merata. Informan 3 mengungkapkan bahwa pemahaman agama melalui media digital tidak selalu berbanding lurus dengan praktiknya.

“Pernah ada konten digital yang terkadang relate dengan kondisi saat ini, namun sangat sulit untuk kita mengamalkannya”...Informan 3

Informan tersebut menyadari bahwa meskipun nilai agama mudah dipahami, konsistensi dalam pengamalannya masih menjadi tantangan. Temuan ini menunjukkan bahwa aksesibilitas dakwah digital menumbuhkan pemahaman kognitif, namun internalisasi afektif membutuhkan komunitas religius offline. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa Gen Z cenderung membentuk budaya keagamaan yang inklusif dan personal, seringkali menggabungkan berbagai elemen keagamaan yang diakses melalui media sosial, namun menghadapi tantangan dalam menyelaraskan nilai-nilai agama tradisional dengan tekanan budaya modern (Soleh & Kuncoro, 2023).

Manfaat dan Risiko Spiritualitas Digital

Para informan menyampaikan pengalaman positif berupa akses cepat terhadap ceramah singkat, kutipan inspiratif, dan podcast keagamaan yang dianggap menarik dan mudah dipahami. Akan tetapi, sebagian di antaranya juga menyoroti sisi negatif dari dakwah digital, yaitu ketidakjelasan otoritas keilmuan dan potensi misinformasi. Informan 6 menekankan bahwa tidak sedikit konten agama yang dikemas sebagai hiburan namun tidak berbasis pada otoritas keilmuan yang kuat, sehingga berpotensi menyesatkan.

“Kurangnya riset sumber sumber yang disampaikan oleh pendakwah, jika biografi sang pendakwahnya kurang jelas, di khawatirnya sumbernya juga kurang jelas juga. Dan banyak potongan konten yang dikemas sebagai hiburan yang dibuat seakan-akan itu bukan dalam konteks agama dan tidak berbasis pada otoritas keimuan yang kuat, sehingga berpotensi menyesatkan”...Informan 6

Fenomena ini sejalan dengan literatur mengenai *pergeseran otoritas keagamaan*, yang menyebutkan bahwa otoritas dakwah tidak lagi sepenuhnya dipegang oleh ulama tradisional, tetapi juga oleh figur populer yang mendapat legitimasi melalui algoritma media sosial (Arief et al., 2025). Kondisi ini membuat

generasi muda perlu memiliki kemampuan literasi media dan literasi agama agar tidak terjebak dalam narasi agama yang dangkal.

Literasi digital keagamaan ini sangat penting untuk membantu Generasi Z mengevaluasi validitas informasi dan mencegah penyebaran interpretasi agama yang keliru atau ekstrem (Masripah et al., 2024; Yulianti et al., 2025). Selain itu, Gen Z yang secara inheren terbuka terhadap keragaman dan memegang teguh moderasi beragama, membutuhkan bimbingan agar tidak rentan terhadap perspektif yang menyimpang dari nilai-nilai Islam dan Pancasila (Choiruddin et al., 2024).

Strategi Seleksi Konten dan Tabayyun Informasi

Dalam menghadapi banjir informasi, para informan tidak bersikap pasif. Sebagian besar menyatakan bahwa pemilihan konten dakwah dilakukan dengan cermat berdasarkan kredibilitas pematari.

“Saya suka dengan cara dakwahnya Kadam Sidik as Husain Basyaiban, Kembali lagi karna eranya Gen Z, dan saya sendiri adalah bagian dari mereka, saya rasa ceramah konten pendek dari beliau lebih ringan untuk di mengerti dan ngga bikin bosan”...Informan 1

“Kalau saya lebih memilih konten dari tokoh agama yang dikenal memiliki rekam jejak keilmuan seperti Gus Baha atau Ustadz Adi Hidayat”...Informan 2

Selain itu, terdapat informan yang menerapkan *tabayyun* memverifikasi sumber sebelum mempercayai maupun menyebarkan konten.

“sebelum kita mengikuti salah satu penyampaian yang di sampaikan oleh pendakwah maupun influencer yang saya ikuti maupun simak. karna itu sangat amat penting. belajar tanpa adanya guru di era sekarang sangatlah mudah, jadi lebih pandai pandai memilih sosok pendakwah/ influencer tersebut yang memang benar benar biografi dan pengetahuannya jelas, dimana ia berguru, dari sumber apa saja yang ia sampaikan”...Informan 3

Temuan ini memperkuat teori bahwa efektivitas dakwah digital tidak hanya bergantung pada keberadaannya, tetapi juga kemampuan audiens dalam memilah, memverifikasi, dan menilai otoritas pembicara (Willinsky, 2005). Dakwah digital yang dikemas secara kontekstual, visual menarik, dan relevan dengan budaya generasi muda dinilai paling mudah diakses, meskipun tetap membutuhkan mekanisme pengendalian informasi dan edukasi literasi digital.

Pendekatan strategis ini memungkinkan Gen Z untuk berinteraksi dengan pesan-pesan keagamaan secara aktif, memilih yang sesuai dengan kebutuhan spiritual mereka, namun juga menuntut peningkatan kesadaran kritis terhadap konten digital (Aini, 2023). Oleh karena itu, diperlukan upaya kolektif dari berbagai pihak, termasuk keluarga, institusi pendidikan, dan pemuka agama, untuk membekali Generasi Z dengan kemampuan evaluasi informasi dan pemikiran kritis dalam ranah digital (Idhar & Nasrullah, 2025).

Tantangan Spiritualitas Gen Z dalam Dunia Digital

Beberapa Informan dari penelitian ini menegaskan bahwa salah satu tantangan terbesar dalam menjaga spiritualitas adalah paparan konten negatif dan distraksi digital.

“Ketika menemukan konten negatif atau membingungkan: hendaklah kita menenangkan diri dulu (tatsabbut) sebelum bereaksi. Menghindari amarah, suudzan, atau terburu-buru men-judge. Mengingat bahwa setiap reaksi di dunia digital juga dicatat sebagai amal. Ini selaras dengan QS. Al-Hujurat:6 tentang tabayyun yaitu tidak tergesa-gesa menerima kabar”...Informan 6

Pernyataan informan ini selaras dengan temuan penelitian yang mengidentifikasi tantangan dalam pemanfaatan platform digital untuk dakwah di kalangan Gen Z, termasuk persaingan dengan konten hiburan, rendahnya literasi digital, dan potensi penyebaran informasi yang tidak akurat (Aini, 2023). Beberapa Informan lainnya memilih untuk membatasi waktu menggunakan media sosial agar tidak kecanduan. Temuan ini menunjukkan bahwa spiritualitas digital bukan hanya ruang konsumsi pasif, tetapi juga arena pengelolaan diri (*self-regulation*) dan kontrol kognitif (Ningrum & Kholis, 2024).

Di sisi lain, integrasi nilai Al-Qur'an dan Hadis disadari oleh para informan sebagai sesuatu yang penting untuk diterapkan dalam interaksi digital. Nilai seperti kejujuran, etika komunikasi, dan berhati-hati dalam menyebarkan informasi dianggap relevan dan harus diimplementasikan dalam aktivitas daring. Informan 4 dan Informan 5 memandang bahwa dakwah digital yang efektif harus menggunakan bahasa ringan, relatable, namun tetap bersumber pada ilmu yang sahih.

“Saran saya kepada pendidik/da'i/influencer dalam menyampaikan dakwah kepada Gen Z, hendaknya menggunakan bahasa yang mudah difahami dan menyaring perkataan yang sekiranya tidak baik. Karena di era teknologi saat ini, percepatan informasi sulit sekali untuk di control...”Informan 4

Pernyataan informan ini selaras dengan temuan penelitian yang mengidentifikasi tantangan dalam pemanfaatan platform digital untuk dakwah di kalangan Gen Z, termasuk persaingan dengan konten hiburan, rendahnya literasi digital, dan potensi penyebaran informasi yang tidak akurat (Choiruddin et al., 2024)

Model Integratif Integrasi Nilai Qur'an-Hadis dalam Spiritualitas Digital Gen Z

Berdasarkan sintesis literatur dan temuan wawancara, penelitian ini merumuskan model integratif pembentukan spiritualitas digital Gen Z. Model ini dibangun atas dasar posisi Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber nilai tertinggi, sebagaimana ditegaskan dalam buku *Studi Al-Qur'an dan Hadis* bahwa Al-Qur'an merupakan sumber moral pertama, sedangkan Hadis berfungsi menjelaskan, memperinci, dan memperluas pemahaman terhadap Al-Qur'an (Sumbulah et al., 2014). Struktur hierarki nilai ini menjadi fondasi dalam memahami bagaimana Gen Z menginternalisasi nilai keagamaan di era digital.

Selaras dengan itu, temuan jurnal menunjukkan bahwa Gen Z membangun spiritualitas melalui nilai Qur'ani seperti hikmah, kejujuran, dan adab, serta nilai nabawi seperti etika komunikasi dan amanah ilmiah (Ika et al., 2025). Dengan kata lain, kerangka nilai Qur'an-Hadis yang dikemukakan dalam buku menjadi dasar konseptual dari model integratif spiritualitas digital pada jurnal, di mana Al-Qur'an memberi prinsip moral utama, dan Hadis memberikan penjelasan aplikatif yang relevan dengan konteks kehidupan generasi muda.

Model integratif ini menegaskan bahwa paparan dakwah digital tidak otomatis melahirkan religiositas, tetapi harus melalui beberapa proses kunci, yaitu:

1. Paparan Dakwah Digital sebagai Pemantik Awal

Tahap pertama model ini adalah paparan terhadap konten keagamaan yang tersebar di media digital. Dakwah melalui media sosial dapat menjadi jalan kebaikan sebagaimana ditegaskan dalam QS. An-Nahl:125:

[125: النحل] *أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ*

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik...”

Ayat ini memberi legitimasi bahwa dakwah digital dapat menjadi medium dakwah selama dikelola dengan hikmah, adab, dan keilmuan. Namun, paparan awal ini memerlukan seleksi ketat untuk menghindari informasi yang kontradiktif dengan nilai-nilai Islam atau yang mengarah pada radikalisasi (Idhar & Nasrullah, 2025; Masripah et al., 2024).

2. Seleksi Konten dan Penilaian Kredibilitas

Seleksi konten merupakan manifestasi dari prinsip Islam dalam memilih sumber ilmu. Islam mengajarkan agar ilmu diperoleh dari orang yang amanah dan berotoritas keilmuan.

قَالَ مُحَمَّدُ بْنُ سِيرِينَ إِنَّ هَذَا الْعِلْمَ دِينٌ فَانْظُرُوا عَمَّنْ تَأْخُذُونَ دِينَكُمْ

“Muhammad bin Sirin mengatakan “Sesungguhnya ilmu ini adalah agama, maka lihatlah dari siapa kalian mengambil agama kalian (HR. Muslim dalam Muqaddimah Shahih-nya)(NU Online, 2020)

Hadis ini menguatkan bahwa preferensi Gen Z dalam memilih pendakwah perlu diarahkan bukan hanya berdasarkan gaya retorika, tetapi juga otoritas keilmuan, sanad ilmu, dan integritas moral. Oleh karena itu, kemampuan kritis dalam menilai kredibilitas sumber informasi digital menjadi esensial untuk mencegah penyimpangan pemahaman agama di kalangan generasi muda (Choiruddin et al., 2024).

3. Tabayyun dan Verifikasi Nilai

Tahap ini merupakan filter terpenting dalam model. Prinsip *tabayyun* ditegaskan langsung oleh Allah dalam QS. Al-Hujurat: 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ ۚ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ٦

“Wahai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu”

Ayat ini menegaskan bahwa Gen Z tidak boleh menerima konten agama begitu saja tanpa verifikasi, terutama di ruang digital yang rentan misinformasi. Hadis lain

mendukung prinsip kehati-hatian ini:

كَفَى بِالْمَرْءِ إِثْمًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ

“Cukuplah seseorang dianggap berdosa bila ia menceritakan segala yang ia dengar.” (HR. Muslim)

Ayat dan hadis ini mengokohkan bahwa tabayyun bukan sekadar teori etika digital, tetapi kewajiban syariat. Dalam konteks ini, praktik *tabayyun* melibatkan serangkaian tahapan seperti memeriksa sumber, isi, dan konteks informasi, serta mengklarifikasi kepada pihak berwenang jika diperlukan, alih-alih menyebarkan informasi yang belum terverifikasi secara publik (Wahyudi & Kurniasih, 2019).

4. Internalisasi Makna dan Refleksi Diri

Setelah tabayyun, informasi agama diproses secara reflektif. Proses ini sejalan dengan konsep *tazkiyat al-nafs* (penyucian jiwa), sebagaimana termaktub dalam QS. Asy-Syams: 9–10:

قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا ۖ وَقَدْ خَابَ مَنْ دَسَّاهَا ۝ ١٠ [الشمس: 9–10]

“Sungguh beruntung orang yang menyucikan jiwanya, dan sungguh rugi orang yang mengotorinya.”

Internalisasi nilai bukan hanya pengetahuan, tetapi kesadaran yang mengubah sikap dan orientasi hidup. Oleh karena itu, pendidikan Islam harus membekali generasi muda dengan kemampuan berpikir kritis untuk menyaring informasi dan membangun kesadaran etis dalam bermedia (Rasiani et al., 2025). Hadis Nabi SAW juga menegaskan dimensi refleksi hati:

أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ ، وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ . أَلَا وَهِيَ الْقَلْبُ

“Ketahuilah, dalam tubuh ada segumpal daging; jika ia baik, baiklah seluruh tubuh, Jika ia rusak, rusaklah seluruh tubuh. Ketahuilah, itu adalah qalbu.” (HR. Bukhari dan Muslim) (Cordoba, 2025)

Proses ini menunjukkan bahwa internalisasi makna merupakan inti pembentukan spiritualitas digital. Dengan demikian, kemampuan mengolah informasi menjadi pemahaman mendalam yang memengaruhi tindakan nyata menjadi krusial dalam konteks digitalisasi (Samsir et al., 2024).

5. Kontrol Diri dan Praktik Spiritualitas

Tahap berikutnya adalah implementasi nilai melalui pengendalian perilaku. Allah menekankan akhlak komunikasi dalam QS. Al-Isra: 53:

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

“Dan katakanlah kepada hamba-hamba-Ku agar mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik...”

Ayat ini menggarisbawahi pentingnya menjaga lisan dan etika berkomunikasi di ranah digital, sejalan dengan prinsip literasi digital dalam Islam yang mencakup

kemampuan memverifikasi dan mengevaluasi informasi sebelum mendistribusikannya (Hasanah & Sukri, 2023). Hadis Nabi SAW juga menggarisbawahi kontrol diri:

مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ

“Siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah berkata baik atau diam.” (HR. Bukhari dan Muslim)

Tahap ini memperlihatkan bahwa spiritualitas Gen Z bukan hanya memahami konten agama, tetapi menerapkannya dalam interaksi virtual. Keseluruhan proses ini, mulai dari paparan hingga praktik spiritualitas, membentuk kerangka integratif untuk pengembangan karakter Islami di era digital, yang relevan bagi Gen Z (Sholihah & Zaenurrosyid, 2025).

6. Pembentukan Spiritualitas Digital Gen Z

Akhir dari rangkaian proses ini adalah terbentuknya spiritualitas yang bersumber dari nilai *Ilahi*, bukan sekadar konsumsi informasi. QS. Al-Ankabut:69 menegaskan hubungan antara usaha spiritual dan bimbingan Allah:

وَالَّذِينَ جُهِدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ ٦٩ [العنكبوت: 69]

“Dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridhaan) Kami, benar-benar akan Kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan Kami. Dan sesungguhnya Allah benar-benar beserta orang-orang yang berbuat baik”

Model ini mengintegrasikan pendidikan karakter berbasis nilai-nilai Islam ke dalam lingkungan digital, memungkinkan generasi muda untuk menginternalisasi ajaran Islam sebagai panduan hidup yang adaptif terhadap tantangan zaman (Eryandi, 2023). Dengan demikian, spiritualitas digital menjadi perjalanan *mujahadah*, bukan sekadar respons pasif terhadap dakwah online.

7. Representasi Konseptual Model



Secara garis besar model ini dapat diringkas sebagai:
(Gambar Representasi Konseptual)

Ayat dan hadis mendukung tiap tahap sehingga model ini bersifat normatif-empiris: didasarkan pada data lapangan dan landasan teologis. Selanjutnya, model ini

berfungsi sebagai kerangka kerja komprehensif untuk membimbing Gen Z dalam menavigasi lanskap digital yang kompleks, memastikan pembentukan spiritualitas yang otentik dan resilien di tengah derasnya arus informasi.

Implikasi dan Refleksi Kritis

Berdasarkan temuan lapangan dan literatur terkait, beberapa implikasi dapat ditarik:

1. Strategi penyampaian dakwah yang adaptif dan kontekstual: hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital paling efektif bila dikemas dengan visual menarik, bahasa sederhana, dan konten yang relevan dengan konteks generasi muda.
2. Kebutuhan literasi keagamaan digital: agar generasi muda dapat memilih konten yang kredibel dan bermutu, dibutuhkan kemampuan literasi keagamaan dan media agar mereka tidak terjebak pada konten populer tetapi dangkal atau menyesatkan.
3. Peran ulama/lembaga keagamaan & regulasi platform: mengingat pergeseran otoritas ke popularitas, lembaga keagamaan harus menyesuaikan metode dakwah agar tetap relevan dalam ruang digital. Selain itu, platform media sosial dan pembuat konten perlu memperhatikan akurasi konten agar menjaga integritas dakwah.
4. Keseimbangan antara pemahaman dan praktik: memahami dakwah secara digital adalah tahap awal tapi implementasi dalam kehidupan sehari-hari tetap membutuhkan pendampingan, komunitas, dan kontekstualisasi lokal agar nilai keagamaan tidak berhenti pada ruang digital semata.

Maka dari itu, pengembangan ekosistem dakwah digital yang kritis, moderat, akurat, bijaksana, dan harmonis menjadi sangat krusial, sejalan dengan pentingnya formulasi model dakwah berbasis moderasi beragama dalam ruang digital melalui konstruksi bahasa tabligh yang mampu mengekspresikan dan menegosiasikan pesan-pesan Islam secara normatif, konvensional, dan actual. Hal ini selaras dengan kebutuhan untuk membangun kesadaran teologis, teknologis, dan humanis guna mempersiapkan infrastruktur dan ekosistem sumber daya dakwah di era digitalisasi (Rustandi, 2022).

Walaupun wawancara pada tujuh informan memberikan gambaran yang kaya, temuan ini masih memiliki keterbatasan dari sisi generalisasi. Penelitian lanjutan disarankan untuk menguji hubungan antara konsumsi dakwah digital dan perubahan perilaku religius secara jangka panjang melalui pendekatan kuantitatif atau campuran dengan sampel yang lebih besar.

CONCLUSION

Penelitian ini menunjukkan bahwa spiritualitas Generasi Z di era digital tidak terbentuk secara otomatis melalui paparan konten keagamaan, tetapi lahir melalui proses seleksi, verifikasi nilai, internalisasi makna, dan pengendalian diri. Media sosial berfungsi sebagai pintu masuk pembelajaran agama yang fleksibel, personal, dan mudah diakses, namun pada saat yang sama menghadirkan risiko epistemologis berupa misinformasi, pergeseran otoritas keilmuan, dan dangkalnya praktik keberagamaan.

Temuan lapangan mengonfirmasi bahwa Gen Z aktif memilih konten religi

yang dianggap kredibel dan sesuai kebutuhan spiritual mereka, namun kesadaran kritis dan tabayyun menjadi penentu apakah konten tersebut benar-benar bernilai pembentukan iman atau sekadar konsumsi digital. Proses refleksi nilai (tazkiyat al-nafs), kejujuran, dan adab menjadi faktor penting dalam menentukan bagaimana pesan keagamaan diterjemahkan menjadi sikap dan perilaku nyata.

Model integratif yang dirumuskan penelitian ini menjelaskan bahwa pembentukan spiritualitas digital Gen Z mencakup lima tahapan utama: paparan dakwah digital, seleksi konten, tabayyun, internalisasi makna, control diri dan praktik, dan pembentukan spiritualitas. Keenam proses tersebut memperlihatkan bahwa nilai Al-Qur'an dan Hadis tetap relevan sebagai kerangka etis dan spiritual dalam budaya komunikasi modern.

Penelitian ini berkontribusi secara teoretis dengan menawarkan kerangka konseptual spiritualitas digital berbasis nilai-nilai Islam, dan secara praktis berimplikasi bagi pendidik, da'i, institusi pendidikan Islam, serta pembuat kebijakan dakwah digital agar mampu mengembangkan strategi dakwah yang kredibel, kontekstual, dan moderatif sesuai karakter Gen Z. Meski demikian, keterbatasan jumlah informan menjadi ruang bagi penelitian lanjutan melalui pendekatan kuantitatif atau campuran dengan cakupan sampel lebih luas untuk menguji pengaruh dakwah digital terhadap perubahan perilaku keagamaan secara jangka panjang.

BIBLIOGRAPHY

- (Arus Survei Indonesia). (2024). *Temuan Survei Nasional: Pemilih Gen Z – Preferensi Sosial Politik pada Pemilu 2024*. Arus Survei Indonesia. https://www.arussurvei.com/wp-content/uploads/2024/01/Final-Rilis-Survei-Gen-Z-3-Jan-2024_compressed.pdf
- Abdusshomad, A. (2024). *Efektivitas dakwah ustaz influencer di media sosial dalam meningkatkan religiusitas generasi z di indonesia*. 63–75.
- Aini, N. (2023). Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital di Era Generasi Z. *CBJIS Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 5(2). <https://doi.org/10.37567/cbjis.v5i2.3184>
- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. APJII. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Arief, R., Saumantri, T., & Hidayatulloh, T. (2025). Transformation of religious authority in the digital era: A post-normal times analysis by Ziauddin Sardar on the phenomenon of social media da'wah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 45(1), 107–122. <https://doi.org/10.21580/jid.v45.1.25644>
- Choiruddin, M., Dwiwijayanto, A., Yumna, L., & Muaz, Y. A. (2024). Nurturing Moderate Islam: Strategic Da'wah Communication in The Digital Era for Generation Z. *International Journal Ihya Ulum Al-Din*, 25(1), 108–118. <https://doi.org/10.21580/ihya.26.1.20008>
- Cordoba, Q. (2025). *Kekuatan Minta Maaf dan Memaafkan: Rahasia Sehat Menurut Quran Medis. Quran Cordoba*.

- <https://www.qurancordoba.com/artikel/kekuatan-minta-maaf-dan-memaafkan-rahasia-sehat-menurut-quran-medis>
- DetikNews. (2025). *Kata Keluarga soal Gus Elham Cium Anak saat Pengajian Ramai Dikecam*. detikcom. <https://news.detik.com/berita/d-8211507/kata-keluarga-soal-gus-elham-cium-anak-saat-pengajian-ramai-dikecam>
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Eryandi. (2023). Integrasi Nilai-Nilai Keislaman dalam Pendidikan Karakter di Era Digital. *KAIP: Kumpulan Artikel Ilmiah Pendidikan Islam*, 1(1), 14.
- Hasanah, U., & Sukri, M. (2023). Implementasi Literasi Digital Dalam Pendidikan Islam : Tantangan dan Solusi. *Equilibriu : Jurnal Pendidikan Islam*, 11(2), 177–189.
- Hayati, E. N. (2024). Karakteristik Belajar Generasi Z dan Implikasinya Terhadap Desain Pembelajaran IPS. *Jurnal Pembelajaran, Bimbingan, Dan Pengelolaan Pendidikan*, 4(8), 4–8. <https://doi.org/10.17977/umo65.v4.i8.2024.8>
- Ibad, M. N. (2024). Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial Tik Tok Tantangan dan Peluang. *Al-Qudwah: Journal of Islamic Broadcasting and Communication*, 1(2), 102–114. <https://doi.org/https://ejournal.stainh.ac.id/index.php/qudwah/article/view/145/119>
- Idhar, I., & Nasrullah, N. (2025). Krisis Akidah di Era Digital: Tantangan Keimanan Generasi Z. *Al-Ittihad Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 11(1), 100–125. <https://doi.org/10.61817/ittihad.viii.266>
- Ika, Az-Zahra, J., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). *Menyebarkan Nilai Islam Di Kalangan Gen-Z (Studi Kasus Strategi Komunikasi Dakwah Digital Pada Akun Tiktok Kadam Sidik)*. 2(3), 421–433. <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.175>
- Indonesia), (CNN. (2025). *Jejak Kontroversi Video Viral Gus Elham Cium Anak Perempuan*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20251114192604-20-1295642/jejak-kontroversi-video-viral-gus-elham-cium-anak-perempuan>
- Marlenda. (2025). Peran Literasi Digital dalam Dakwah Berbasis Al-Qur'an: Implementasi dan Tantangan di Media Sosial. *Al-UUkhwah: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(1). https://doi.org/https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/ukhwah/article/view/5131?utm_source=chatgpt.com
- Masripah, Anisah, A. S., & Irvani, A. I. (2024). Navigating Faith in the Digital Age: The Role of Technology in Shaping Gen-Z's Religious Perspectives. *Eduscape Journal of Education Insight*, 2(4), 210–223. <https://doi.org/10.61978/eduscape.v2i4.410>
- Maulida, D. A., Mangkurat, U. L., Mangkurat, U. L., Annisa, N., & Mangkurat, U. L. (n.d.). *ANALISIS PENGARUH KONTEN DAKWAH DI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEJIWAAN GEN-Z*. 1(2023), 1062–1072.
- MUI. (2025). *Warganet Serukan Boikot Trans7, Imbas Singgung Pesantren Lirboyo dan Pengasuhnya KH Anwar Manshur*. MUI (Majelis Ulama Indonesia).

- <https://mui.or.id/baca/berita/warganet-serukan-boikot-trans7-imbasinggung-pesantren-lirboyo-dan-pengasuhnya-kh-anwar-manshur>
- Ningrum, A. J., & Kholis, M. A. (2024). Modernisasi Kehidupan Spiritual (Studi Literatur terhadap Agama Digital di Ruang Digital). *Jurnal Partisipatoris*, 5(2). <https://doi.org/10.22219/jp.v5i2.35150>
- NU Online. (2020). *Cara Memilih Guru Agama yang Tepat menurut Imam asy-Syathibi*. NU Online. <https://www.nu.or.id/syariah/cara-memilih-guru-agama-yang-tepat-menurut-imam-asy-syathibi-jYNT1>
- Rasiani, A., Puspika Sari, H., Wilis, E., & Setiawarni, U. (2025). Pendidikan Islam di Era Post-Truth: Tantangan dan Strategi Literasi Media Bagi Generasi Muda. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 381–390. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v3i2.947>
- Rustandi, R. (2022). The tabligh language of the millennial generation in social media: Analysis of popular Islamic account framing. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42(1), 1–21. <https://doi.org/10.21580/jid.v42.1.10731>
- Samsir, S., Salewe, M. I., & Tahir, T. (2024). Konsep Tabayyun dalam Al-Qur'an: Analisis terhadap Fenomena Penyebaran Hoax di Media Sosial. *TAFASIR: Journal of Quranic Studies*, 2(2), 1–16. <https://doi.org/10.62376/tafasir.v2i2.41>
- Sholihah, H., & Zaenurrosyid, A. (2025). Internalization of Islamic Values and Piousness of Daqu Primary School Students Based on Tahfidz and National Curriculum. *Jurnal Studi Dan Penelitian Pendidikan Islam*, 8(1), 58.
- Soleh, M., & Kuncoro, I. (2023). Menggali Budaya Baru Dan Implikasinya Bagi Keagamaan Gen-Z: Perspektif Sosiologi Dan Antropologi Masyarakat Di Era Kontemporer. *Al Irsyad Jurnal Studi Islam*, 2(2), 83–92. <https://doi.org/10.54150/alirsyad.v2i2.223>
- Sumbulah, U., Kholil, A., & Nasrullah. (2014). *Studi A-Qur'an dan Hadis* (M. Karim (ed.); 1st ed.). UIN-Maliki Pres. <https://doi.org/https://repository.uin-malang.ac.id/715/1/studi-quran-hadits.pdf>
- Taufikul, N., Azhar, H., Hakim, M., Ramadhan, I., Fahmi, M., Budiyaniti, N., Pendidikan, J., & Kesehatan, J. (2024). *Islam dan Dakwah Di Dunia Maya Peluang dan Resiko Di Era Digital*. 5(1), 1–7.
- Wahyudi, D., & Kurniasih, N. (2019). Membangun Generasi “Great” Beretika Menuju Indonesia Emas. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 3(1), 46–72.
- Waliyyana, M. G., Nasir, M. A., & Muttaqin, A. (2025). Dakwah Digital dan Persepsi Gen-Z pada Podcast Husein Ja ' far. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam (JRKPI)*, 5(1), 65–72.
- Willinsky, J. (2005). Open Journal Systems. In *Library Hi Tech* (Vol. 23, Issue 4). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/07378830510636300>
- Yulianti, A., Wasehuddin, Lazzavietamsi, F. A., Lugowi, R. A., & Subhan, S. (2025). Dampak Media Sosial terhadap Pemahaman Keagamaan Generasi Z: Tantangan bagi Pendidikan Islam. *Reslaj Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 7(7). <https://doi.org/10.47467/reslaj.v7i7.7666>
- Zaman, M., Ilman, M. R., & Maulidi, I. (2023). Transformasi Gaya Dakwah Islam Di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 4(2), 148–164.