

PENDEKATAN PSIKOLOGI DAKWAH DALAM MENINGKATKAN KETERLIBATAN EMOSIONAL MAD'U GENERASI Z DI ERA DIGITAL

Oleh:

Nafa Zadi Ma'ad

Universitas Islam Negeri Salatiga

Alamat: JL. Lkr. Sel. Salatiga, Pulutan, Kec. Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah
(50716).

Korespondensi Penulis: nafazadi097@gmail.com.

Abstract. *Digital transformation has influenced various aspects of life, including the methods of delivering Islamic da'wah. This study aims to examine da'wah strategies in the digital era through a psychological approach to da'wah in order to build emotional engagement with the audience (mad'u), particularly among the younger generation, more effectively. The psychological approach to da'wah emphasizes the importance of understanding the mental and psychological approach to da'wah emphasizes the importance of understanding the mental and spiritual conditions of the target audience so that the messages conveyed can be fully received and have a transformative impact. In the context of technological development, social media and digital platforms have become strategic tools for reaching young people who tend to prefer visual and interactive content. This study highlights the success of several prominent figures and educational institutions in utilizing digital media as a means of da'wah, not only expanding the reach of religious messages but also enhancing the understanding and religious awareness of the digital generation. The findings of this study indicate that the integration of psychological approaches with the use of information technology can significantly improve the effectiveness of da'wah in addressing contemporary challenges.*

Keywords: *Digital Da'wah, Psychology of Da'wah, Generation Z, Social Media, Emotional Involvement..*

PENDEKATAN PSIKOLOGI DAKWAH DALAM MENINGKATKAN KETERLIBATAN EMOSIONAL MAD'U GENERASI Z DI ERA DIGITAL

Abstrak. Transformasi digital telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk metode penyampaian dakwah Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi dakwah di era digital melalui pendekatan psikologis dalam dakwah guna membangun keterikatan emosional dengan *audiens* (mad'u), khususnya di kalangan generasi muda, secara lebih efektif. Pendekatan psikologis dalam dakwah menekankan pentingnya memahami kondisi mental dan spiritual dari sasaran dakwah agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara utuh dan memberikan dampak yang transformatif. Dalam konteks perkembangan teknologi, media sosial dan platform digital telah menjadi alat strategis untuk menjangkau generasi muda yang cenderung menyukai konten visual dan interaktif. Penelitian ini menyoroti keberhasilan beberapa tokoh dan institusi pendidikan dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah, yang tidak hanya memperluas jangkauan pesan keagamaan tetapi juga meningkatkan pemahaman dan kesadaran beragama generasi digital. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi pendekatan psikologis dengan pemanfaatan teknologi informasi dapat secara signifikan meningkatkan efektivitas dakwah dalam menjawab tantangan kontemporer.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Psikologi Dakwah, Generasi Z, Media Sosial, Keterlibatan Emosional.

LATAR BELAKANG

Dakwah berfungsi sebagai penyiaran ajaran Islam dengan tujuan membimbing umat agar senantiasa bertakwa kepada Allah. Pada era modern, perubahan teknologi dan sosial begitu cepat, agar metode dakwah dapat di minati dan dapat dipahami oleh kalangan masyarakat, maka perlu adanya penyesuaian agar tetap relevan dan efektif. Strategi dalam berdakwah yang baik tidak hanya mengacu pada pesan yang disampaikan, akan tetapi juga pada mengedepankan mental dan spiritual mad'u. Dakwah yang disampaikan kepada mad'u tanpa mempertimbangkan aspek mental dan spiritual seringkali tidak mencapai tujuan yang diharapkan, yakni mengubah pemahaman dan perilaku masyarakat menuju yang lebih baik sesuai ajaran Islam. Masalah yang dihadapi dalam dakwah kontemporer adalah banyaknya pesan-pesan keagamaan yang disampaikan secara satu arah dan kurang memperhatikan kondisi mental serta spiritual mad'u. Salah satu masalah utama adalah perubahan perilaku dan pola pikir masyarakat yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan informasi.(Rubawati et al., 2024)

Dalam Islam, dakwah dilakukan dengan cara yang persuasif, yaitu tidak merusak, tidak memaksa dan tidak melakukan anarkhis yang akan menimbulkan mad'u menjauh dari dakwah, oleh karena itu, mad'u perlu menangkap aspirasi, jati diri dan motivasi mad'u. Memanfaatkan media seperti teknologi dan elektronik dalam berdakwah yang dilakukan oleh da'i harus memperhatikan kondisi psikologis mad'u, agar pesan yang disampaikan oleh da'i bisa dipahami oleh masyarakat walaupun dilakukan secara tidak langsung (tidak bertatap muka) berkomunikasi secara jelas dan sederhana agar dapat diterima oleh semua kalangan.(Farida, 2016)

Menurut lingkup psikologi pendidikan, pemanfaatan media sosial dalam dakwah dapat menjadi alat yang efektif untuk menjangkau generasi muda yang semakin terhubung dengan dunia digital. Penerapan teknologi dalam edukasi dakwah juga memberikan dampak psikologis yang signifikan bagi para santri. Di satu sisi, teknologi dapat mempermudah proses pembelajaran menjadi lebih interaktif dan menyenangkan, sehingga mampu meningkatkan motivasi dan keterlibatan mereka dalam belajar.(Subahri & Khosim, 2024)

Penelitian ini berpacu pada pendekatan psikologi dakwah yang dapat meningkatkan keterlibatan emosional mad'u dari kalangan generasi Z melalui media digital. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang dekat dengan teknologi dan cenderung terhadap konten visual, emosional dan interaktif. Melalui media digital seperti You Tube, Instagram atau TikTok, pesan dakwah dapat dikemas secara menarik dan relevan, sehingga lebih efektif dalam membangun kedekatan pada generasi muda saat ini.

METODE PENELITIAN

Pada penulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kepustakaan data dilakukan dari berbagai sumber seperti, jurnal, karya ilmiah, artikel, dan publikasi yang membahas media digital dalam konteks psikologi dakwah dan bagaimana partisipasi generasi muda dalam kegiatan dakwah. Penelitian ini menganalisis berbagai sumber penelitian terdahulu yang membahas pendekatan psikologi dakwah serta pemanfaatan media digital sebagai strategi untuk meningkatkan efektivitas dakwah di kalangan generasi muda.

PENDEKATAN PSIKOLOGI DAKWAH DALAM MENINGKATKAN KETERLIBATAN EMOSIONAL MAD'U GENERASI Z DI ERA DIGITAL

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Dasar Psikologi Dakwah

Psikologi dakwah merupakan pendekatan yang memperhatikan aspek mental dan emosional mad'u dalam proses penyampaian pesan keagamaan. Ahmad Mubarak, (dalam Atina, 2017), dalam bukunya yang berjudul "Psikologi Dakwah", mengungkapkan bahwa kegiatan dakwah merupakan suatu bentuk komunikasi. Dalam kegiatan ini, seorang da'i mengkomunikasikan pesan dakwah kepada mad'u, baik secara individu maupun dalam kelompok.(Nuzulia, 2017) Da'i yang dapat memahami kondisi emosional dan spiritual mad'unya, maka dia bisa dikatakan berhasil dalam menyampaikan pesan dakwah secara efektif. Di sisi lain, faktor-faktor lingkungan sosial juga mempengaruhi persiapan mental dan pengakuan dakwah. Jika dakwah dilaksanakan tanpa memperhatikan kesiapan mental dan spiritual mad'unya, dakwah yang disampaikan mungkin tidak begitu efektif, bahkan bisa diabaikan.(Rubawati et al., 2024) Maka dari itu pentingnya seorang da'i untuk memahami dan dapat mengedukasi masyarakat tentang betapa pentingnya Kesehatan mental, serta mendorong mad'u untuk saling gotong royong satu sama lain.

Pendekatan Karakteristik Mad'u di Era Digital

Di era digital, karakteristik mad'u mengalami perubahan signifikan seiring dengan kemajuan teknologi informasi. Generasi Z sebagai mayoritas pengguna internet cenderung lebih kritis, cepat tanggap, dan memiliki preferensi terhadap informasi yang disampaikan secara visual dan interaktif. Menurut Ustaz Amir Faishol, (dalam Badrudin, 2023), tantangan dakwah di era globalisasi antara lain adalah lemahnya pemahaman umat terhadap ajaran Islam, maraknya pemikiran menyimpang akibat pengaruh budaya Barat, serta penerapan hukum sekuler yang bertentangan dengan nilai-nilai syariat. Oleh karena itu, penting bagi mad'u maupun da'i untuk bijak dalam menggunakan media digital, serta mematuhi regulasi seperti undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang mengatur bahwa tidak semua konten dapat diterima oleh pemerintah, maka para mad'u diharapkan berhati-hati dalam merumuskan narasi dan konten yang dihasilkan, agar tidak bertentangan dengan peraturan yang telah ditetapkan.(Kamil, 2023)

Media massa sebagai sarana penyampai pesan dakwah memiliki peran penting dalam membentuk opini publik dan menanamkan nilai-nilai Islam. Keberhasilan komunikasi dakwah melalui media sangat dipengaruhi oleh kemampuan media dalam

menyesuaikan konten dengan karakteristik masyarakat.(Farida, 2016) Sejalan dengan pernyataan Fasli Jalal, (dalam Astutik,2016), Menyatakan bahwa karakter merupakan nilai-nilai khas yang baik, yang mencakup pengetahuan tentang kebaikan, keinginan untuk berbuat baik, perwujudan kehidupan yang baik, serta memberikan dampak positif terhadap lingkungan.(Astutik, 2016)

Media Dakwah Digital dan Strategi Emosional

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam metode penyampaian dakwah. Media sosial merupakan sarana digital interaktif yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi, berpartisipasi, dan berkomunikasi secara virtual. Salah satu tokoh yang memanfaatkannya secara efektif dalam dakwah adalah Gus Muhammad Iqdam Kholid atau Gus Iqdam, ia menggunakan platform TikTok untuk menyampaikan pesan dakwah dengan gaya yang karismatik dan santai, serta mengangkat isu-isu kehidupan kontemporer agar lebih relevan dan mudah diterima oleh kalangan generasi muda.(M. Hamdan Yuwafik, 2024)

Tidak hanya di kalangan Masyarakat saja, digitalisasi juga mulai diterapkan dalam sistem Pendidikan, salah satunya adalah Digitalisasi pendidikan di pondok Assyarif Lumajang yang memberikan dampak positif dan signifikan. Pemanfaatan teknologi digital dalam proses pembelajaran meningkatkan, interaksi antara guru dan siswa serta memperluas akses ke berbagai sumber belajar. Selain itu, penggunaan platform seperti TikTok dan YouTube sebagai media dakwah di pondok Assyarif Lumajang juga berkontribusi positif, terutama dalam meningkatkan kesadaran agama di kalangan generasi muda yang aktif menggunakan media digital. Konten dakwah yang disajikan secara menarik dan relevan membantu memperdalam pemahaman mereka tentang ajaran agama.(Subahri & Khosim, 2024).

KESIMPULAN DAN SARAN

Dakwah di era digital menuntut pendekatan yang lebih kontekstual dan humanis, seiring dengan perubahan karakteristik masyarakat yang semakin terhubung dengan teknologi informasi. Penerapan pendekatan psikologi dakwah menjadi krusial dalam membangun keterlibatan emosional mad'u, khususnya dalam menghadapi generasi digital yang kritis dan responsif terhadap konten visual serta interaktif. Pemanfaatan

PENDEKATAN PSIKOLOGI DAKWAH DALAM MENINGKATKAN KETERLIBATAN EMOSIONAL MAD'U GENERASI Z DI ERA DIGITAL

media sosial dan platform digital seperti TikTok dan YouTube menunjukkan efektivitasnya dalam memperluas jangkauan dakwah serta memperdalam pemahaman keagamaan di kalangan generasi muda. Selain itu, integrasi strategi komunikasi dakwah dengan pemahaman atas kondisi mental dan spiritual mad'u berkontribusi pada keberhasilan pesan dakwah untuk diterima dan dihayati secara lebih mendalam. Oleh karena itu, da'i di era digital dituntut untuk tidak hanya menguasai isi pesan keagamaan, tetapi juga memahami dinamika psikologis serta perkembangan teknologi yang membentuk cara masyarakat menerima dan merespons dakwah.

DAFTAR REFERENSI

- Astutik, sri puji. (2016). Karakteristik Psikologis Mad'U Dan Hubungannya Dengan Penerimaan Pesan-Pesan Dakwah. *Skripsi, Bimbingan Dan Konseling Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh*, 1–107.
- Farida, F. (2016). Psikologis Mad'u Di Era Media Elektronik (Prediksi Perubahan Perilaku Masyarakat). *Journal.Iainkudus.Ac.Id*, 4(2), 275–302. <http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/2917/2087>
- Kamil, B. (2023). *DAKWAH DIGITAL DALAM PERSPEKTIF MAD ' U (AUDIENS) Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam Bogor. August 2022.* <https://doi.org/10.51192/ja.v2i1.362>
- M. Hamdan Yuwafik, D. F. H. (2024). Strategi Dakwah Gus Iqdam dalam Membentuk Karakter Kepemimpinan pada Akun Tiktok @gus1qdammuhammad. *Al-Ittishol*, 5(1), 56–67.
- Nuzulia, A. (2017). Psikologi Komunikasi Dakwah Dalam Membina Akhlak Remaja. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Rubawati, E., Rahayu, M. I., Mental, K., Spiritual, K., Emosional, K., & Dakwah, P. (2024). KESIAPAN MAD ' U ” DAKWAH MENTAL. *STRATEGI DAKWAH BERDASARKAN KESIAPAN MENTAL DAN SPIRITUAL MAD'U*”, 7, 15730–15738.
- Subahri, B., & Khosim, M. (2024). Technology-Based Da'wah Education as seen in Educational Psychology Perspective. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 10(1), 51–60.