

Dakwah Digital Generasi Z IPNU-IPPNU Kudus

Wanda Hamidah¹, Afida Nurul Ulya², Silfia Arina Rahma³, Khilmatul Ulya⁴,

Muhammad Adji Permadi⁵

¹²³⁴⁵Institut Agama Islam Negeri Kudus, E-mail: hmidahwandha@gmail.com, akufida43@gmail.com, silfiarinarahma@gmail.com, ilmatululya@gmail.com, Permadiadji72@gmail.com

Abstract

Da'wah is the delivery of Islamic teachings to every human being. Nowadays, da'wah has been widely conveyed through digital media. The younger generation, especially students, have made many innovations in preaching, namely by using social media. This research will cover IPPNU's efforts to convey Islamic broadcasts through social media, namely YouTube, Instagram and Facebook. The research will look at the progress of IPNU-IPPNU in implementing Islamic broadcasts through social media. The method used in this research is qualitative by conducting direct interviews with resource persons, namely members of IPPNU Kudus. The first result of this research is the IPPNU's efforts to convey Islamic broadcasts with the theme of daily worship practices. Second, IPPNU's efforts to bring generation Z closer to Islamic studies, where Islamic studies are less popular with today's teenagers if they are not conveyed via social media.

Keyword: Digital Da'wah, Generation Z, IPPNU

Abstrak

Dakwah merupakan penyampaian ajaran islam kepada setiap umat manusia, pada masa kini dakwah telah banyak disampaikan melalui media digital. Generasi muda khususnya para pelajar telah banyak ber inovasi dalam berdakwah yaitu dengan menggunakan media sosial. Penelitian ini akan memuat bagaimana upaya IPPNU dalam menyampaikan syiar islam melalui media sosial yaitu youtube, Instagram dan facebook. Penelitian akan melihat bagaimana kiprah IPNU-IPPNU dalam melaksanakan syiar islam melalui media sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan melakukan wawancara langsung kepada narasumber yaitu para anggota IPPNU Kudus. Hasil penelitian ini pertama, bahwa upaya IPPNU dalam menyampaikan syiar islam yang bertema pengamalan ibadah sehari-hari. Kedua, upaya IPPNU untuk mendekatkan generasi Z kepada kajian keislaman, dimana kajian keislaman kurang diminati oleh remaja masa kini jika tidak disampaikan melalui media sosial.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Generasi Z, IPPNU

PENDAHULUAN

Islam merupakan agama yang berkembang sangat besar di Indonesia. Hampir sebagian besar penduduk Indonesia memilih islam sebagai agama yang mereka peluk. Dengan banyaknya pemeluk agama islam di Indonesia tentunya tidak lepas dari peran para ulama dan organisasi-organisasi islam yang dengan semangat men syiarkan agama islam.

Salah satu organisasi islam yang semangat mensyiarkan ajaran ajaran islam yaitu IPPNU-IPNU. Organisasi ini bergerak di bidang pelajar para santri dan pemuda, organisasi diharapkan dapat memberikan pengaruh baik bagi para pelajar disekolah, para santri dan masyarakat di Indonesia. Salah satu tujuan dari IPPNU-IPNU sendiri yaitu untuk ikut serta dalam melaksanakan dan mengembangkan islam *Ahlussunnah Wal Jamaah* guna melanjutkan semangat jiwa dan nilai-nilai Nahdliyah. Salah satu upaya dalam mengembangkan agama islam yang mereka lakukan yaitu dengan melalui dakwah. Seiring berkembangnya zaman IPPNU-IPNU juga menerapkan dakwah dengan metode, strategi dan media yang kekinian.

Dengan berkembangnya teknologi saat ini, banyak dari kalangan anak muda atau generasi Z lebih mememilih menggunakan media digital untuk menyebarkan konten keagamaan. Penyebaran dakwah pada zaman sekarang jauh berbeda dengan dakwah pada masaa lalu. Dakwah pada masa kini cenderung menyebarkan konten keagamaannya melalui media digital yang dapat lebih mudah diakses kapan saja dan dimana saja. Metode dakwah zaman sekarang ini tentunya sangat menarik bagi generasi Z yang hampir setiap harinya berinteraksi dengan media social. Mayoritas dari anak muda zaman sekarang sudah menggunakan media digital untuk sekedar mencari informasi dan ber komunikasi. Berdasarkan dari hasil survey APJII (Asosiasi Penyelenggara Data Internet Indonesia) pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar penduduk Indonesia memilih media social sebagai media yang mereka gunakan setiap hari untuk mecari informasi. Tentunya ini dapat menjadi kesempatan dan tantangan besar bagi para da'I dalam menyampaikan ajaran agama

islam kepada mad'u. Dalam hal ini da'I harus mampu menyediakan konten-konten dan layanan keagamaan yang menarik untuk mendapatkan minat khususnya para generasi Z zaman sekarang yang minat belajar ilmu keagamaannya semakin berkurang. Di sini peran IPPNU atau IPNU diharapkan mampu mengajak generasi Z saat ini untuk membangkitkan minat belajar ke agamaannya melalui dakwah digital yang mereka lakukan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan sebuah cara atau metode penelitian yang lebih menekankan analisis atau deskriptif. Oleh karena itu, penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya yang dilakukan IPPNU untuk mendekati generasi Z akan kajian keislaman melalui media sosial.

Penelitian ini dilakukan dengan cara turun ke lapangan langsung dengan melakukan teknik pengumpulan data melalui observasi mengenai upaya IPPNU dalam menyampaikan syiar Islam melalui media sosial. Dengan menggunakan teknik Miles Huberman dalam menganalisis penelitian ini. Teknik Miles Huberman merupakan salah satu teknik analisis data kualitatif yang dilakukan secara interaktif dan terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh.

Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara langsung kepada narasumber yaitu para anggota IPPNU kudus. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis mengenai bagaimana upaya yang dilakukan IPPNU kudus dalam menyampaikan syiar Islam yang bertema pengamalan ibadah sehari-hari dan juga untuk mendekati para generasi Z kepada kajian keislaman, dimana kajian keislaman ini kurang diminati oleh remaja masa kini jika tidak disampaikan melalui konten-konten yang ada dalam media sosial.

HASIL DAN DISKUSI

Dakwah secara Bahasa berasal dari kata da'aa-yad'u-da'watan yang artinya memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong, dan memohon. Sedangkan secara istilah, dakwah adalah ajakan, yang berupa ajakan yang berbentuk lisan, tulisan,

perilaku, dan sebagainya yang dilakukan tanpa adanya paksaan dari orang lain. Dakwah harus ada beberapa unsur, yaitu: penyampai pesan (da'i), pesan dakwah yang disampaikan (maddah), penerima pesan (mad'u), media dakwah (wasilah), dan metode dakwah (thariqah). Secara umum, jenis media dakwah ada dua. Pertama media tradisional yaitu penyampaian dakwah tanpa secara langsung tanpa melalui teknologi komunikasi seperti pertunjukan seni tradisional yang lebih komunikatif. Kedua, media modern yaitu penyampaian dakwah dengan bantuan teknologi komunikasi seperti berdakwah melalui televisi, radio, dan bahkan sekarang ini menggunakan media sosial terutama facebook, youtube, Instagram.

Kelebihan internet sebagai media dakwah masa kini yang mampu menembus batas ruang waktu dengan sekejap yang biaya dan energinya lebih terjangkau. Bukan hanya itu, penggunaan internet setiap tahunnya meningkat secara drastis yang akan mempengaruhi penyampaian dakwah lebih cepat. Cara penyampaian yang variative membuat dakwah islam melalui internet bisa menjangkau secara luas. Kegiatan virtual saat ini tidak dapat terhindarkan dari kehidupan generasi Z saat ini. Ada beberapa website media sosial yang berkembang pada saat ini, yaitu *Instagram, facebook, twitter, telegram, whatsapp, line, dan instan messenger*. Artinya, da'I dalam penyampaian e-dakwah bukan hanya seseorang yang memiliki pengetahuan agama, namun orang yang mampu membantu menyampaikan melalui teknologi informasi dan komunikasi . Jadi, da'I masa sekarang bukan hanya seorang, namun membentuk komunitas sesuai dengan keahlian masing-masing. Fenomena dakwah digital mulai berkembang di Indonesia sejak tahun 1994 sejak dibukanya indonet sebagai internet service provider di Jakarta. Setelah penggunaan internet sebagai media dakwah yang menyiarkan aktivitas dakwah secara langsung yang dilakukan komunitas untuk memudahkan Masyarakat berinteraksi dan memberikan *feedback* terhadap pesan dakwah yang diterimanya.

A. Profil IPNU-IPPNU Ranting Cendono

IPNU-IPPNU merupakan wadah untuk pelajar Nahdlatul Ulama' sebagai media dakwah remaja kepada Masyarakat umum. IPNU-IPPNU selalu berdampingan dalam melaksanakan kegiatan keagamaan Nahdlatul Ulama' yang dilaksanakan. Ada beberapa tingkatan IPNU-IPPNU, yaitu: PW (Pengurus

Wilayah), PC (Pengurus Cabang), PAC (Pengurus Anak Cabang), dan terendah ada PR (Pimpinan Ranting). Pada penelitian ini, IPNU-IPPNU ranting Desa Cendono Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus. Organisasi ini sudah dilaksanakan sejak 2011, dimana pada kepengurusan tersebut ada beberapa hambatan dan terjadi organisasi yang non-aktif. Namun saat ini, IPNU-IPPNU Ranting Cendono kembali melaksanakan kegiatan keagamaan Nahdlatul Ulama'. Periode sekarang ini yang diketuai oleh M. Ammar Dzkro dan Neli Amalia semangat dalam penyampaian dakwah Nahdlatul Ulama' di lingkungan setempat. Organisasi ini di bawah tanggungjawab Badan Otonom Nahdlatul Ulama'. Bukan hanya itu, Kepala Desa dan masyarakat juga ikut berperan dalam penasehat dan pengawas.

B. Sejarah diadakan *Ngaji* Aswaja Secara Online

Alasan diadakannya kegiatan ngaji aswaja adalah untuk meningkatkan remaja Nahdlatul dalam ritual ibadah warga NU. Karena anak remaja zaman sekarang kurang minat jika menghadiri pengajian secara langsung. Maka, kepengurusan IPNU-IPPNU mengadakan pengajian secara online melalui media sosial, seperti: *facebook*, *Instagram*, dan *youtube*. Pengajian ini sudah berlangsung sejak 5 tahun dan masih telaksana hingga sekarang ini. Kegiatan ngaji aswaja ini biasanya dihadiri 15 – 20 remaja hingga dewasa. Bukan hanya anak dari IPNU-IPPNU saja, remaja sekitar juga ikut hadir, namun lebih banyak mengikuti melalui media sosial. Pelaksanaan ngaji aswaja dilaksanakan 2 minggu sekali jika tidak ada kendala. Mushola di desa sekitar secara bergantian menjadi tempat kajian yang di isi oleh kyai desa setempat. Ngaji Aswaja mengkaji kitab *Faraaidus Saniyyah* yang di dalamnya membahas pengamalan ibadah warga Nahdlatul ulama'.

Ngaji aswaja pernah tidak dilaksanakan beberapa kali pertemuan yang dikarenakan banyak remaja yang kurang minat mengikuti kajian ini. Namun, pengurus ranting yang memiliki ide untuk memanfaatkan media sosial dalam penyampaian kajian. Meskipun tidak banyak yang minat hadir, setidaknya remaja sekarang sering mengikuti kajian melalui media sosial yang mudah di akses dimanapun.

C. Kajian Kitab *Faroidus Saniyyah*

Kitab ini membahas tentang doktrin Ahlul Sunnah wal Jamaah. Penyusunan kitab ini diilhami oleh kitab *Bariqat al-Muhammadiyah 'ala Tariqat al-Ahmadiyah* milik Kyai haji Muhammadun Pondowan, Tayu, Pati yang saat itu rajin ceramah dan pidato untuk menolak Gerakan Muhammadiyah di Kota Kudus. Kitab *Faraidus Saniyyah* ditulis oleh Kyai Sya'roni dari Kudus selama kurang lebih dua tahun.

Dalam kajian kitab *faraaidus Saniyyah* membahas pengamalan warga Nahdlatul Ulama' dalam bersikap dan berperilaku. Salah satunya dijelaskan ada 10 ciri-ciri orang penganut ajaran aswaja. Yakni Sholat berjamaah, tidak menghina sahabat nabi, tidak memberontak negara yang sah, tidak ragu terhadap takdir baik dan buruk, dan tidak membantah agama Allah.

KESIMPULAN

Dakwah merupakan penyampaian ajaran Islam kepada setiap umat manusia, pada masa kini dakwah telah banyak disampaikan melalui media digital. Generasi muda khususnya para pelajar telah banyak berinovasi dalam berdakwah yaitu dengan menggunakan media sosial. Hasil penelitian ini pertama, bahwa upaya IPPNU dalam menyampaikan syiar Islam yang bertema pengamalan ibadah sehari-hari. Islam merupakan agama yang berkembang sangat besar di Indonesia. Hampir sebagian besar penduduk Indonesia memilih Islam sebagai agama yang mereka peluk. Salah satu organisasi Islam yang semangat mensyiarkan ajaran Islam yaitu IPPNU-IPNU. Organisasi ini bergerak di bidang pelajar para santri dan pemuda, salah satu tujuan dari IPPNU-IPNU sendiri yaitu untuk ikut serta dalam melaksanakan dan mengembangkan Islam Ahlul Sunnah Wal Jamaah guna melanjutkan semangat jiwa dan nilai-nilai Nahdliyah. Seiring berkembangnya zaman IPPNU-IPNU juga menerapkan dakwah dengan metode, strategi dan media yang kekinian.

Penyebaran dakwah pada zaman sekarang jauh berbeda dengan dakwah pada masa lalu. Dakwah pada masa kini cenderung menyebarkan konten keagamaannya melalui media digital yang dapat lebih mudah diakses kapan saja dan dimana saja. Berdasarkan dari hasil survey APJII (Asosiasi Penyelenggara Data Internet Indonesia) pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar penduduk Indonesia

memilih media social sebagai media yang mereka gunakan setiap hari untuk mencari informasi.

Di sini peran IPPNU atau IPNU diharapkan mampu mengajak generasi Z saat ini untuk membangkitkan minat belajar ke agamanya melalui dakwah digital yang mereka lakukan. Dakwah secara Bahasa berasal dari kata da'aa-yad'u-da'watan yang artinya memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong, dan memohon. Sedangkan secara istilah, dakwah adalah ajakan, yang berupa ajakan yang berbentuk lisan, tulisan, perilaku, dan sebagainya yang dilakukan tanpa adanya paksaan dari orang lain. Kedua, media modern yaitu penyampaian dakwah dengan bantuan teknologi komunikasi seperti berdakwah melalui televisi, radio, dan bahkan sekarang ini menggunakan media sosial terutama facebook, youtube, Instagram.

REFERENSI

- Puput Puji Lestari. (2020). *Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial*, Vol. 21, Jurnal Dakwah. Hal. 46-47.
- Athik Hidayatul Ummah.(2020).*Dakwah Digital dan Generasi Milenial*, Vol. 18, Hal. 60.
- Hasyim Iskandar. (2023). *Dakwah Digital dari Gen Z Untuk Gen Z*, Vol. 3, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Hal. 64.
- Silviana Putri Kusumawati, Nafi'atun Nihaya, Hanafi Nurhuda Avicena, Dani Alamsyah. (2022). *Penyampaian Dakwah Islam di Media Sosial Bagi Generasi Z*. Vol.3. No. 1. Hal. 2-3.
- Reza Mardiana. (2020). *Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenials*. Vol. 10. No. 2. Hal. 145-149.
- Rahayu Ramadani. (2020). *Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z*. Hal. 6-7.
- Weny Maulida Nabila , Silmi Fadhilatunnisa , Muhammad Irgi Alamsyah , Meity Suryandari. (2023). *Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Gen Z dan Milenial (Generasi Muda)*. Jurnal Politik, Sosial, Hukum, dan Humaniora. Vol. 1. Hal. 10-13.
- Asosiasi Penyelenggara data Internet Indonesia. (2022). *APJII di Indonesia Digital Outlook 2022*. <https://inet.detik.com/telecommunication/d-6119064/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta>