



Ketergantungan pada Konten Dakwah Singkat dan Dampaknya terhadap Pemahaman Mendalam Keislaman Pada Gen Z

Hanina Najma Adzkia^{1*}

Universitas Negeri Jakarta

email: hanina.najma.adzkia@unj.ac.id

Farhan Fahreza²

Universitas Negeri Jakarta

email: farhan.fahreza@unj.ac.id

Syahla Salsabila³

Universitas Negeri Jakarta

email: syahla.salsabila@unj.ac.id

Aura⁴

Universitas Negeri Jakarta

email: aura@unj.ac.id

Abstrak

History Artikel:
Diterima 1 Juni 2026
Direvisi 25 Juni 2026
Diterima 1 Juli 2026
Tersedia online 5 Juli 2026

The widespread use of short-form Islamic preaching content on social media has transformed the religious learning patterns of Generation Z. Although brief and engaging digital preaching provides easy access to Islamic knowledge, it may also foster dependence on instant religious information. This study aims to analyze Generation Z's dependence on short-form da'wah content and its impact on developing a deeper understanding of Islam. The research employed a qualitative library research method by collecting and analyzing relevant books, journal articles, and scientific publications concerning digital da'wah, Generation Z, and Islamic learning. The findings indicate that short-form da'wah effectively attracts attention and broadens access to religious information. However, excessive reliance on such content without further systematic learning may result in fragmented, superficial, and less critical religious understanding. Therefore, short-form da'wah should function as an entry point that encourages more comprehensive and in-depth Islamic learning.

Keywords:

digital da'wah, Generation Z, Islamic understanding, library research, social media

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara masyarakat memperoleh pengetahuan keagamaan. Kehadiran internet dan media sosial telah mengubah pola penyebaran informasi dari yang semula berlangsung secara konvensional menjadi lebih cepat, terbuka, dan tidak dibatasi oleh ruang maupun waktu. Platform digital seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan X tidak lagi hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga berkembang menjadi ruang

edukasi, komunikasi, serta penyebaran nilai-nilai keislaman. Perubahan tersebut mendorong transformasi metode dakwah yang sebelumnya didominasi oleh majelis taklim, ceramah tatap muka, dan kajian kitab menjadi dakwah digital yang disampaikan melalui berbagai format konten media sosial.

Salah satu bentuk dakwah digital yang berkembang pesat adalah konten video berdurasi singkat (*short-form content*) melalui fitur TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts. Format ini menawarkan penyampaian materi agama secara ringkas, menarik, dan mudah dipahami sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Bagi masyarakat yang hidup di tengah arus informasi yang serba cepat, khususnya Generasi Z, konten dakwah singkat menjadi alternatif pembelajaran agama yang praktis dan mudah diakses kapan pun melalui perangkat digital. Karakteristik tersebut menjadikan media sosial sebagai salah satu sumber utama informasi keagamaan bagi generasi yang tumbuh sebagai *digital native*.

Dalam konteks pendidikan Islam, media sosial memberikan peluang yang besar untuk memperluas akses terhadap pembelajaran agama. Putra et al. (2024) menjelaskan bahwa media sosial memfasilitasi pertukaran pengetahuan keagamaan dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya sehingga memungkinkan terbentuknya komunitas pembelajar yang aktif. Temuan tersebut diperkuat oleh Ulum et al. (2021) yang menunjukkan bahwa komunitas virtual memberikan ruang diskusi keagamaan secara terbuka, fleksibel, dan tidak dibatasi ruang maupun waktu. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial mampu memperluas jangkauan dakwah sekaligus menciptakan lingkungan belajar yang lebih kolaboratif dibandingkan pembelajaran konvensional.

Keunggulan media digital juga terlihat dari meningkatnya interaktivitas dalam proses pembelajaran agama. Rohmiati (2025) menyatakan bahwa media digital tidak hanya memperluas akses terhadap materi keislaman, tetapi juga meningkatkan keterlibatan peserta didik melalui interaksi langsung dengan pendidik maupun sesama pengguna. Selain menjadi media konsumsi informasi, media sosial juga menjadi ruang produksi pengetahuan. Anwar et al. (2025) menemukan bahwa pengguna dapat membangun pemahaman keagamaan melalui pembuatan konten edukatif berupa video dakwah, kutipan Al-Qur'an, maupun refleksi keislaman. Aktivitas tersebut sejalan dengan teori konstruktivisme yang dikemukakan oleh Nasution dan Hasanah (2025), yaitu bahwa proses belajar akan lebih bermakna ketika peserta didik secara aktif membangun pengetahuannya melalui pengalaman dan interaksi sosial.

Selain meningkatkan aksesibilitas, media sosial juga berkontribusi terhadap pengembangan kemampuan berpikir peserta didik. Hasan et al. (2025) menyatakan bahwa media sosial memungkinkan proses pembelajaran berlangsung tanpa dibatasi ruang dan waktu sehingga kesempatan belajar menjadi lebih luas. Temuan tersebut diperkuat oleh Alfiyanto et al. (2023), Annisa et al. (2023), dan Rahman et al. (2024) yang menunjukkan bahwa integrasi media sosial dalam pembelajaran agama mampu meningkatkan kemampuan berpikir kritis, kreativitas, kolaborasi, serta pembelajaran berbasis interaksi sosial. Dengan demikian, media sosial memiliki potensi sebagai media dakwah yang efektif sekaligus mendukung proses pembelajaran agama Islam yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Meskipun demikian, kemudahan memperoleh informasi keagamaan melalui media sosial juga menghadirkan berbagai tantangan. Putri et al. (2024) mengungkapkan bahwa rendahnya literasi digital menyebabkan sebagian pengguna mudah menyebarkan informasi keagamaan tanpa melalui proses verifikasi yang memadai. Di sisi lain, Mufron et al. (2024) menunjukkan bahwa dominasi konten hiburan di media sosial dapat mengurangi perhatian pengguna terhadap pembelajaran agama. Oleh karena itu, Afriandi et al. (2024) menegaskan bahwa pemanfaatan media sosial dalam pendidikan Islam harus disertai dengan kurasi konten dan pendampingan agar tetap sejalan dengan tujuan pembelajaran. Sگران dan Shariffadeen (2023) bahkan mengingatkan bahwa penggunaan media sosial secara berlebihan berpotensi menurunkan religiositas apabila pengguna lebih banyak mengonsumsi konten hiburan dibandingkan konten edukatif keagamaan.

Berbagai penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki kontribusi penting dalam memperluas akses pembelajaran agama Islam, meningkatkan interaktivitas, serta mendorong keterlibatan aktif peserta didik dalam membangun pengetahuan keagamaan. Namun, penelitian-penelitian terdahulu umumnya masih memusatkan perhatian pada efektivitas media sosial sebagai media pembelajaran, peningkatan literasi digital, atau pemanfaatannya sebagai sarana dakwah secara umum. Kajian yang secara khusus membahas fenomena ketergantungan terhadap konsumsi konten dakwah singkat beserta implikasinya terhadap kedalaman pemahaman keislaman Generasi Z masih relatif terbatas. Padahal, karakteristik konten berdurasi singkat yang menekankan penyampaian informasi secara cepat berpotensi membentuk pola belajar yang instan sehingga pemahaman agama diperoleh secara parsial tanpa proses pengkajian yang komprehensif terhadap dalil, konteks, maupun penjelasan ulama yang otoritatif.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan berupa analisis konseptual mengenai hubungan antara ketergantungan Generasi Z terhadap konten dakwah singkat dengan pembentukan pemahaman keislaman yang mendalam melalui pendekatan studi pustaka (*library research*). Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak menyoroti manfaat media sosial sebagai media pembelajaran atau dakwah, penelitian ini berfokus pada bagaimana intensitas konsumsi konten dakwah singkat memengaruhi proses belajar agama, kualitas pemahaman keislaman, serta strategi yang diperlukan agar dakwah digital tetap mampu mendorong pembelajaran Islam yang komprehensif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menjawab tiga pertanyaan utama, yaitu mengapa Generasi Z cenderung bergantung pada konten dakwah singkat sebagai sumber pembelajaran agama, bagaimana dampak ketergantungan tersebut terhadap pemahaman keislaman yang mendalam, serta bagaimana strategi mengoptimalkan pemanfaatan dakwah digital tanpa mengurangi kualitas pemahaman agama. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mendorong ketergantungan Generasi Z terhadap konten dakwah singkat, mengkaji dampaknya terhadap pemahaman keislaman, serta merumuskan strategi penguatan literasi keislaman yang mengintegrasikan kemudahan teknologi digital dengan tradisi pembelajaran Islam yang mendalam. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai dakwah digital, literasi digital, dan pendidikan Islam dalam perspektif pembelajaran abad ke-21. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi rujukan bagi pendidik, dai, lembaga pendidikan Islam, dan kreator konten dalam mengembangkan model dakwah digital yang tidak hanya menarik dan mudah diakses oleh Generasi Z, tetapi juga mampu membangun pemahaman keislaman yang lebih kritis, komprehensif, dan berkelanjutan.

Metode

Metode Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami, menginterpretasikan, dan menganalisis secara mendalam fenomena ketergantungan Generasi Z terhadap konten dakwah singkat serta implikasinya terhadap pemahaman keislaman berdasarkan berbagai sumber ilmiah yang relevan. Menurut Creswell (2014), penelitian kualitatif berfokus pada pemaknaan suatu fenomena melalui interpretasi terhadap berbagai data yang diperoleh secara alamiah. Sementara itu, studi pustaka merupakan metode penelitian yang memanfaatkan berbagai sumber kepustakaan sebagai data utama untuk mengkaji suatu fenomena secara sistematis tanpa melakukan pengumpulan data langsung di lapangan (Zed, 2014). Pendekatan ini dipandang sesuai dengan tujuan penelitian karena memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai perkembangan dakwah digital, pola konsumsi konten keagamaan, dan karakteristik pembelajaran Islam pada Generasi Z.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer berupa artikel ilmiah yang secara langsung membahas dakwah digital, media sosial, konten dakwah singkat, literasi digital, pembelajaran agama Islam, serta karakteristik Generasi Z yang diperoleh dari jurnal nasional terakreditasi maupun jurnal internasional bereputasi. Adapun data sekunder diperoleh dari buku ilmiah, prosiding, dokumen resmi, serta publikasi lain yang relevan untuk memperkuat analisis konseptual mengenai hubungan antara konsumsi konten dakwah singkat dan pemahaman keislaman. Seluruh sumber pustaka dipilih berdasarkan relevansi dengan fokus penelitian, kredibilitas sumber, serta keterkinian publikasi agar mampu menggambarkan perkembangan fenomena dakwah digital secara aktual.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan menelusuri, mengidentifikasi, menyeleksi, dan mengorganisasi berbagai literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Proses penelusuran dilakukan menggunakan kata kunci yang relevan, seperti *dakwah digital*, *konten dakwah singkat*, *media sosial*, *literasi digital*, *Generasi Z*, dan *pemahaman keislaman*. Literatur yang terkumpul kemudian diseleksi berdasarkan kesesuaian tema, kualitas publikasi, serta kontribusinya terhadap pembahasan sehingga hanya sumber yang relevan digunakan sebagai dasar analisis.

Data dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*), yaitu dengan mengidentifikasi, mengklasifikasikan, membandingkan, dan menginterpretasikan berbagai konsep, temuan, serta argumentasi yang terdapat dalam literatur. Analisis dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014). Melalui tahapan tersebut, berbagai temuan dari penelitian terdahulu disintesis untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong ketergantungan Generasi Z terhadap konten dakwah singkat, menganalisis dampaknya terhadap kedalaman pemahaman keislaman, serta merumuskan strategi penguatan literasi keislaman di era digital. Dengan demikian, penggunaan pendekatan studi pustaka tidak hanya memungkinkan penyusunan sintesis konseptual yang komprehensif, tetapi juga memberikan landasan teoretis yang kuat dalam menjelaskan keterkaitan antara konsumsi konten dakwah singkat dan pembentukan pemahaman keislaman pada Generasi Z.

Hasil

3.1 Faktor yang Mendorong Ketergantungan Generasi Z terhadap Konten Dakwah Singkat

Hasil sintesis berbagai literatur menunjukkan bahwa ketergantungan Generasi Z terhadap konten dakwah singkat dipengaruhi oleh kombinasi faktor teknologi, karakteristik pengguna, serta mekanisme media sosial. Perkembangan platform digital seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts telah mengubah pola penyebaran dakwah dari model konvensional menjadi lebih ringkas, cepat, dan mudah diakses. Perubahan tersebut menjadikan media sosial sebagai salah satu sumber utama pembelajaran agama bagi Generasi Z yang tumbuh dalam lingkungan digital.

Salah satu faktor utama yang mendorong ketergantungan tersebut adalah karakteristik konten video pendek yang mampu menyampaikan informasi secara cepat, padat, dan menarik. Video pendek menggabungkan unsur visual, audio, dan teks secara bersamaan sehingga memudahkan pengguna memahami inti pesan dalam waktu singkat. Husna (dalam *Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram*) serta Anwas (2015) menjelaskan bahwa karakteristik media digital yang praktis dan mudah diakses menjadikan video pendek sebagai media yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat modern. Bagi Generasi Z yang memiliki kecenderungan menyukai informasi yang instan, format tersebut dianggap lebih sesuai dibandingkan ceramah berdurasi panjang.

Faktor berikutnya adalah dominasi media sosial sebagai sumber informasi keagamaan. Hasil penelitian Hakim et al. (2022) menunjukkan bahwa sebanyak 82% mahasiswa memanfaatkan YouTube dan TikTok sebagai media utama untuk mengakses konten dakwah.

Temuan tersebut menunjukkan adanya pergeseran pola belajar agama dari sumber konvensional menuju platform digital. Kondisi ini diperkuat oleh Putra et al. (2024) yang menyatakan bahwa media sosial telah memfasilitasi pertukaran pengetahuan keagamaan dalam skala yang lebih luas sehingga memungkinkan terbentuknya komunitas pembelajar yang aktif. Senada dengan itu, Ulum et al. (2021) menjelaskan bahwa komunitas virtual memberikan ruang diskusi keagamaan yang lebih terbuka, fleksibel, dan tidak dibatasi oleh ruang maupun waktu.

Selain faktor media, karakteristik Generasi Z turut memengaruhi tingginya konsumsi konten dakwah singkat. Generasi ini memiliki kecenderungan menyukai informasi yang cepat, visual, interaktif, dan mudah dipahami. Hakim et al. (2022) menemukan bahwa mahasiswa lebih menyukai konten dakwah berdurasi satu hingga lima menit dengan kualitas visual yang baik. Temuan tersebut diperkuat oleh Fadilah (2023) yang menunjukkan bahwa video dakwah berdurasi satu hingga tiga menit memiliki tingkat keterlibatan audiens yang lebih tinggi dibandingkan video berdurasi panjang. Hal tersebut menunjukkan bahwa efisiensi waktu dan penyajian yang komunikatif menjadi alasan utama Generasi Z lebih memilih konten dakwah singkat sebagai sumber pembelajaran agama.

Ketergantungan terhadap konten dakwah singkat juga dipengaruhi oleh sistem algoritma media sosial. Algoritma platform digital dirancang untuk merekomendasikan konten berdasarkan riwayat aktivitas pengguna. Ketika seseorang sering berinteraksi dengan konten dakwah, sistem akan terus menampilkan konten serupa pada halaman utama maupun fitur *For You Page* (FYP). Rosyida dan Shodiqoh (2021) menemukan bahwa 68% mahasiswa menjadikan konten dakwah yang muncul di FYP TikTok sebagai salah satu referensi utama dalam memahami ajaran Islam. Paparan yang berlangsung secara terus-menerus tersebut membentuk kebiasaan konsumsi informasi keagamaan yang semakin bergantung pada algoritma media sosial.

Di samping itu, kredibilitas dan popularitas dai di media sosial turut memengaruhi tingkat ketertarikan Generasi Z terhadap konten dakwah. Ridwan dan Nurdin (2021) menjelaskan bahwa pengguna cenderung mempercayai dai yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik, jumlah pengikut yang besar, serta aktif berinteraksi dengan audiens melalui media sosial. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa otoritas keagamaan di ruang digital tidak hanya dipengaruhi oleh kapasitas keilmuan, tetapi juga oleh kemampuan menyampaikan pesan secara menarik sesuai karakteristik platform digital.

Faktor lain yang memperkuat ketergantungan adalah relevansi materi dakwah dengan kehidupan sehari-hari. Rahmad dan Aziz (2021) menemukan bahwa mayoritas mahasiswa lebih tertarik pada materi yang membahas isu-isu kontemporer, seperti pergaulan, percintaan, kesehatan mental, karier, dan identitas sebagai muslim di era digital. Penyajian materi yang kontekstual membuat pengguna merasa bahwa ajaran Islam memiliki hubungan langsung dengan pengalaman hidup mereka. Selain itu, Sholekhah (2022) menjelaskan bahwa penggunaan bahasa yang sederhana, ilustrasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, serta penyampaian yang komunikatif meningkatkan keterlibatan pengguna dalam mengonsumsi konten dakwah digital.

Berdasarkan sintesis berbagai penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa ketergantungan Generasi Z terhadap konten dakwah singkat dipengaruhi oleh karakteristik media digital yang praktis, dominasi media sosial sebagai sumber pembelajaran agama, preferensi Generasi Z terhadap informasi yang ringkas, pengaruh algoritma platform digital, kredibilitas dai di media sosial, serta relevansi materi dakwah dengan kebutuhan kehidupan sehari-hari.

3.2 Dampak Ketergantungan terhadap Pemahaman Mendalam Keislaman

Hasil kajian pustaka menunjukkan bahwa ketergantungan terhadap konten dakwah singkat memberikan dampak positif sekaligus tantangan terhadap pemahaman keislaman Generasi Z. Dari sisi positif, media digital memperluas akses masyarakat terhadap ilmu agama

sehingga materi keislaman dapat dipelajari tanpa dibatasi ruang dan waktu. Jumhadi et al. (2024) serta Kustiawan et al. (2025) menjelaskan bahwa berbagai platform digital memungkinkan masyarakat mengakses video dakwah, podcast Islami, buku elektronik, dan kajian daring secara lebih mudah dibandingkan sebelumnya.

Selain meningkatkan aksesibilitas, media digital juga mampu meningkatkan minat belajar agama. Burhanuddin et al. (2026) menunjukkan bahwa penyampaian materi melalui video, animasi, dan media interaktif membuat pembelajaran agama lebih menarik bagi generasi muda. Bahkan, Susanti et al. (2025) menemukan bahwa sebagian pengguna yang awalnya hanya mengonsumsi konten dakwah singkat terdorong untuk mengikuti kajian yang lebih mendalam, membaca literatur keislaman, serta mengikuti pembelajaran agama secara formal. Temuan tersebut menunjukkan bahwa konten dakwah singkat dapat berfungsi sebagai pintu masuk dalam proses pembelajaran Islam.

Di sisi lain, berbagai penelitian juga menunjukkan adanya dampak negatif dari ketergantungan terhadap konten dakwah singkat. Penyampaian materi yang sangat ringkas menyebabkan sebagian pengguna hanya memahami ajaran Islam secara parsial karena tidak memperoleh penjelasan mengenai konteks, dalil, maupun perbedaan pandangan ulama. Akibatnya, informasi keagamaan diterima secara sederhana tanpa melalui proses pengkajian yang komprehensif. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan kesalahpahaman terhadap ajaran Islam apabila pengguna tidak melakukan verifikasi melalui sumber-sumber yang lebih otoritatif.

Kemudahan memperoleh informasi secara instan juga memengaruhi kebiasaan belajar agama. Pengguna cenderung merasa cukup memperoleh pengetahuan keagamaan melalui video singkat sehingga minat untuk membaca kitab, buku, atau mengikuti kajian yang lebih sistematis menjadi berkurang. Situasi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan akses belum tentu diikuti oleh peningkatan kedalaman pemahaman keislaman. Oleh karena itu, meskipun media digital memberikan manfaat yang besar dalam memperluas penyebaran dakwah, pengguna tetap memerlukan proses pembelajaran yang lebih komprehensif agar pemahaman agama tidak berhenti pada aspek permukaan.

3.3 Strategi Penguatan Literasi Keislaman dalam Pemanfaatan Konten Dakwah Singkat

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa berbagai penelitian merekomendasikan penguatan literasi keislaman sebagai strategi utama dalam mengoptimalkan pemanfaatan konten dakwah singkat. Strategi pertama adalah menjadikan konten dakwah singkat sebagai pintu awal pembelajaran, bukan sebagai sumber utama pengetahuan agama. Hasan (2022) menjelaskan bahwa video pendek lebih tepat digunakan untuk membangun ketertarikan awal sebelum pengguna mempelajari materi secara lebih mendalam melalui kajian yang komprehensif.

Strategi berikutnya adalah mendorong pengguna untuk mengikuti pembelajaran agama secara lebih sistematis melalui kajian, membaca literatur keislaman, maupun mempelajari kitab-kitab yang menjadi rujukan utama. Suryana (2023) menegaskan bahwa pemahaman agama yang utuh memerlukan proses belajar yang berkelanjutan sehingga tidak cukup hanya mengandalkan potongan video berdurasi singkat.

Selain itu, peningkatan literasi digital keagamaan menjadi aspek penting dalam menghadapi derasnya arus informasi di media sosial. Kurniawan (2024) menyatakan bahwa literasi digital mencakup kemampuan memverifikasi sumber informasi, memahami kredibilitas penyampai dakwah, serta menyadari pengaruh algoritma media sosial terhadap pola konsumsi informasi. Kemampuan tersebut membantu pengguna membedakan informasi yang valid dengan konten yang tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Upaya tersebut perlu didukung oleh peran guru, dosen, orang tua, dan lembaga pendidikan sebagai pendamping dalam proses pembelajaran agama. Fatimah (2025) menjelaskan bahwa institusi pendidikan memiliki peran penting dalam memberikan ruang

diskusi, meluruskan pemahaman yang kurang tepat, serta membimbing peserta didik agar mampu memanfaatkan media digital secara bijaksana. Dengan demikian, penguatan literasi keislaman tidak hanya menjadi tanggung jawab individu, tetapi juga memerlukan sinergi antara keluarga, lembaga pendidikan, dan ekosistem dakwah digital.

Diskusi

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa ketergantungan Generasi Z terhadap konten dakwah singkat merupakan konsekuensi dari transformasi digital yang mengubah pola konsumsi informasi keagamaan. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang pembelajaran agama yang menawarkan kemudahan akses, kecepatan penyampaian informasi, serta pengalaman belajar yang lebih interaktif. Dalam perspektif teori *digital native*, Generasi Z memiliki karakteristik yang lekat dengan teknologi digital sehingga cenderung memilih informasi yang cepat, visual, dan mudah diakses dibandingkan bentuk pembelajaran konvensional. Karakteristik tersebut menjelaskan mengapa platform seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts menjadi salah satu sumber utama dalam memperoleh pengetahuan keislaman. Temuan ini sejalan dengan penelitian Putra et al. (2024) dan Ulum et al. (2021) yang menyatakan bahwa media sosial telah memperluas akses terhadap pengetahuan agama melalui komunitas belajar virtual yang lebih fleksibel dan tidak dibatasi ruang maupun waktu.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa daya tarik konten dakwah singkat tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik pengguna, tetapi juga oleh desain teknologi media sosial. Algoritma platform digital secara terus-menerus merekomendasikan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna sehingga membentuk pola konsumsi informasi yang berulang. Kondisi ini memperkuat hasil penelitian Rosyida dan Shodiqoh (2021) yang menunjukkan bahwa fitur *For You Page* (FYP) berperan dalam menjadikan konten dakwah sebagai referensi utama bagi sebagian pengguna. Dalam perspektif teori *Uses and Gratifications*, fenomena tersebut menunjukkan bahwa pengguna media tidak bersifat pasif, melainkan secara aktif memilih media yang mampu memenuhi kebutuhannya, seperti memperoleh informasi agama secara cepat, mudah, dan praktis. Akan tetapi, ketika kebutuhan tersebut hanya dipenuhi melalui konsumsi konten singkat secara terus-menerus, muncul kecenderungan ketergantungan terhadap format informasi yang instan.

Di sisi lain, hasil penelitian memperlihatkan bahwa konten dakwah singkat memberikan kontribusi positif terhadap penyebaran pengetahuan Islam. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa media sosial mampu meningkatkan akses terhadap materi keagamaan, menumbuhkan minat belajar agama, serta menjadi pintu masuk bagi Generasi Z untuk mengenal ajaran Islam. Temuan tersebut konsisten dengan penelitian Rohmiati (2025), Hasan et al. (2025), serta Anwari et al. (2025) yang menegaskan bahwa media digital mampu meningkatkan interaktivitas pembelajaran dan memperluas kesempatan belajar tanpa dibatasi ruang maupun waktu. Dalam perspektif konstruktivisme, kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi lingkungan belajar yang memungkinkan peserta didik membangun pengetahuan melalui interaksi, pengalaman, dan partisipasi aktif dalam ruang digital.

Meskipun demikian, hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa kemudahan akses terhadap konten dakwah singkat tidak secara otomatis menghasilkan pemahaman keislaman yang lebih mendalam. Sebagian besar penelitian yang dikaji mengindikasikan bahwa penyampaian materi dalam durasi yang sangat singkat cenderung menyederhanakan persoalan keagamaan yang pada hakikatnya bersifat kompleks. Akibatnya, pengguna lebih mudah memahami inti pesan, tetapi sering kali tidak memperoleh penjelasan mengenai konteks ayat, hadis, perbedaan pandangan ulama, maupun metodologi penetapan hukum Islam. Kondisi tersebut berpotensi membentuk pemahaman yang parsial apabila pengguna tidak melanjutkan proses belajarnya melalui sumber-sumber yang lebih komprehensif. Dengan demikian, efektivitas konten dakwah singkat lebih tepat dipahami sebagai media pengenalan

(*introductory learning*) daripada sebagai media pembelajaran yang mampu menggantikan proses kajian keislaman secara utuh.

Temuan tersebut memperluas hasil penelitian sebelumnya yang umumnya lebih menekankan manfaat media sosial dalam pembelajaran agama. Penelitian Putra et al. (2024), Rohmiati (2025), dan Hasan et al. (2025) lebih banyak mengulas peningkatan aksesibilitas dan interaktivitas pembelajaran melalui media digital. Sebaliknya, penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan akses perlu diimbangi dengan perhatian terhadap kualitas pemahaman yang dihasilkan. Dengan kata lain, keberhasilan dakwah digital tidak hanya diukur dari banyaknya konten yang dikonsumsi atau tingginya jangkauan audiens, tetapi juga dari sejauh mana konten tersebut mampu mendorong pengguna untuk melakukan proses pembelajaran agama secara lebih mendalam.

Di samping itu, hasil penelitian memperlihatkan bahwa literasi digital keagamaan menjadi faktor penting dalam menentukan kualitas pemahaman pengguna. Putri et al. (2024) menunjukkan bahwa rendahnya kemampuan memverifikasi informasi menyebabkan pengguna rentan menerima bahkan menyebarkan informasi keagamaan yang belum tentu memiliki dasar yang kuat. Temuan tersebut sejalan dengan Kurniawan (2024) yang menekankan bahwa literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengoperasikan teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan mengevaluasi kredibilitas sumber, memahami cara kerja algoritma media sosial, serta melakukan verifikasi terhadap informasi yang diterima. Oleh karena itu, penguatan literasi digital keagamaan merupakan prasyarat penting agar pemanfaatan media sosial tidak hanya meningkatkan akses informasi, tetapi juga menghasilkan pemahaman Islam yang lebih kritis dan bertanggung jawab.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa penguatan literasi keislaman tidak dapat dibebankan sepenuhnya kepada individu. Peran guru, dosen, orang tua, lembaga pendidikan, serta para dai tetap diperlukan sebagai pendamping dalam proses pembelajaran agama. Fatimah (2025) menegaskan bahwa institusi pendidikan perlu berfungsi sebagai ruang klarifikasi terhadap berbagai informasi keagamaan yang beredar di media sosial sehingga peserta didik mampu membedakan antara informasi yang bersifat normatif, interpretatif, maupun yang tidak memiliki dasar keilmuan yang memadai. Dalam konteks ini, dakwah digital dan pembelajaran formal tidak seharusnya dipertentangkan, tetapi diposisikan sebagai dua pendekatan yang saling melengkapi.

Berdasarkan keseluruhan hasil sintesis, penelitian ini memberikan implikasi teoretis bahwa perkembangan dakwah digital perlu dipahami tidak hanya sebagai inovasi media komunikasi, tetapi juga sebagai perubahan paradigma dalam proses belajar agama. Konten dakwah singkat terbukti efektif dalam memperluas jangkauan dakwah dan menarik minat Generasi Z, tetapi kedalaman pemahaman keislaman tetap bergantung pada keberlanjutan proses belajar melalui kajian yang sistematis, sumber yang otoritatif, serta kemampuan literasi digital yang memadai. Oleh karena itu, strategi pengembangan dakwah digital pada masa mendatang tidak cukup hanya berorientasi pada peningkatan jumlah audiens, melainkan juga perlu diarahkan pada penciptaan ekosistem pembelajaran yang mendorong pengguna untuk melanjutkan proses belajar dari konten singkat menuju kajian Islam yang lebih komprehensif dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa ketergantungan Generasi Z terhadap konten dakwah singkat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling berkaitan, yaitu karakteristik Generasi Z sebagai *digital native*, kemudahan akses media sosial, preferensi terhadap informasi yang ringkas dan visual, mekanisme algoritma platform digital, kredibilitas dai di media sosial, serta relevansi materi dakwah dengan kehidupan sehari-hari. Faktor-faktor tersebut menjadikan platform seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts sebagai salah satu sumber utama dalam memperoleh pengetahuan keislaman. Kemudahan dan kecepatan akses informasi

menjadikan konten dakwah singkat semakin diminati karena mampu menyesuaikan pola konsumsi informasi masyarakat digital. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ketergantungan terhadap konten dakwah singkat memiliki dua implikasi yang berbeda terhadap pemahaman keislaman Generasi Z. Di satu sisi, konten dakwah singkat berkontribusi dalam memperluas jangkauan dakwah, meningkatkan minat belajar agama, serta menjadi media awal yang efektif untuk mengenalkan nilai-nilai Islam kepada generasi muda. Di sisi lain, konsumsi yang berlebihan tanpa diikuti proses pendalaman melalui sumber-sumber keilmuan yang lebih komprehensif berpotensi menghasilkan pemahaman yang parsial, mengurangi kebiasaan belajar secara sistematis, serta meningkatkan risiko kesalahan dalam memahami ajaran Islam akibat minimnya konteks dan verifikasi terhadap sumber informasi.

Berdasarkan hasil sintesis berbagai literatur, strategi yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan pemanfaatan dakwah digital tanpa mengurangi kedalaman pemahaman agama adalah dengan memosisikan konten dakwah singkat sebagai pintu masuk (*entry point*) dalam proses pembelajaran, bukan sebagai satu-satunya sumber pengetahuan keislaman. Pemanfaatan media sosial perlu diimbangi dengan penguatan literasi digital keagamaan, pembiasaan melakukan verifikasi terhadap sumber informasi, peningkatan minat mengikuti kajian yang lebih mendalam, serta pendampingan dari guru, dai, orang tua, dan lembaga pendidikan agar proses pembelajaran agama berlangsung secara komprehensif, kontekstual, dan berkelanjutan.

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian mengenai dakwah digital, literasi digital, dan pendidikan Islam dengan menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah di era digital tidak hanya ditentukan oleh luasnya jangkauan informasi, tetapi juga oleh kemampuan membangun pemahaman keislaman yang mendalam. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi pendidik, dai, lembaga pendidikan Islam, serta kreator konten dalam mengembangkan model dakwah digital yang tidak hanya menarik perhatian Generasi Z, tetapi juga mendorong terbentuknya budaya belajar agama yang kritis, reflektif, dan berkesinambungan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan studi pustaka sehingga temuan yang dihasilkan bersifat konseptual dan didasarkan pada sintesis berbagai literatur. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan empiris, baik melalui survei, wawancara, maupun metode campuran (*mixed methods*), untuk menguji hubungan antara intensitas konsumsi konten dakwah singkat dengan tingkat pemahaman keislaman Generasi Z secara lebih komprehensif. Selain itu, penelitian mendatang juga dapat mengkaji pengaruh karakteristik masing-masing platform media sosial terhadap efektivitas dakwah digital serta pengembangan model literasi digital keagamaan yang sesuai dengan kebutuhan generasi muda.

Referensi

- Aufa, A. (2025). Efektivitas Konten Dakwah di Tiktok dalam Meningkatkan Pemahaman Keislaman: Studi Kasus Mahasiswa UIN SMH Banten. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 3(3), 251-260.
- Balqis, M. S., Yahya, M. W., & Shaleh, N. S. M. (2026, February). Analisis Konten Dakwah tentang Akidah pada Akun Instagram@ Alfatahar_. In *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* (Vol. 6, No. 1).
- Barri, M. A. F., Ramadhan, F. H., Putra, M. A., Satresna, D., & Fajrussalam, H. (2025). Fenomena konsumsi konten dakwah digital pada kalangan mahasiswa: Systematic literature review. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 8(1), 129-

138.

- Burhanuddin, A., Harahap, C. R., Pane, D. S., & Anum, S. (2026). PERAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN KEAGAMAAN REMAJA. *Ahsani Taqwim: Jurnal Pendidikan dan Keguruan*, 3(1), 25-37
- Fatimah, S. (2025). *Revitalisasi peran lembaga pendidikan dalam menyaring arus informasi keagamaan digital pada generasi Z*. *Jurnal Pendidikan Islam dan Sosial*, 14(2), 112-128.
- Fazry, M. (2025). *Persepsi mahasiswa terhadap konten dakwah media sosial tiktok Ustad Abdul Somad: Studi pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi* (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).
- Hasan, M. (2022). *Mikro-konten sebagai media dakwah: Peluang dan tantangan dalam menarik minat belajar agama masyarakat urban*. *Jurnal Komunikasi Keagamaan*, 9(1), 45-58.
- Jumhadi, A. I., Geun, A. S., Muhibuddin, M., Nisa, F. K., & Hijjiriyah, N. A. (2024). Strategi dakwah berbasis media digital dalam meningkatkan pemahaman keagamaan Generasi Z di Indonesia. *Spektra: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(3), 201-216.
- Kurniawan, A. (2024). *Literasi digital keagamaan: Panduan kritis menghadapi bias algoritma dan komodifikasi agama di media sosial*. Pustaka Media Utama.
- Lestari, M. A., & Kamil, P. (2026, February). Pengetahuan Keagamaan Viewers pada Konten Dakwah Youtube Shorts Yufid TV. In *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* (Vol. 6, No. 1, pp. 69-76).
- Marasabessy, M. A. F. (2025). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan Agama Islam Di Kalangan Mahasiswa. *IMTIYAZ: Jurnal Ilmu Keislaman*, 9(3), 745-769.
- Nasrullah, R. (2021). *Psikologi media sosial: Mengapa kita kecanduan konten singkat dan bagaimana algoritma mengontrol perilaku kita*. Penerbit Kencana.
- Rahmah, N., Afif, S., Saleh, M., Nurkhotifah, N., Saragih, N. Z. H., & Alkhalid, H. S. (2025). Efektifitas Konten Edukasi Keislaman Di Platform Media Sosial: Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z. *Tabsyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora*, 6(1), 275-295.
- Siregar, R. (2025). Strategi dakwah dan edukasi di media sosial untuk generasi z: Analisis konten dakwah kreatif di tiktok. *Al Huda: Journal of Islamic Education and Society*, 1(1), 85-108.
- Suryana, E. (2023). *Bahaya pemahaman agama parsial: Urgensi sanad keilmuan dan kajian komprehensif di era disrupsi informasi*. *Jurnal Studi Al-Qur'an dan Hadis*, 11(3), 201-215.
- Susanti, D., Zahara, D. A., Mardiah, S., & Sirega, H. L. (2025). BELAJAR ISLAM LEWAT MEDIA SOSIAL: MENGUKUR PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PEMAHAMAN KEISLAMAN MAHASISWA UNIMED. *Al-Hasanah: Jurnal*

Pendidikan Agama Islam, 10(01), 125-137.

Wicaksono, H., & Retno, S. D. A. (2024). Efektivitas Media Sosial Youtube Terhadap Kebutuhan Informasi Keislaman Peserta Didik di MAN 8 Jakarta. *Orbith: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa dan Sosial*, 20(2), 118-126.