



KONSUMSI KONTEN DAKWAH DIGITAL DAN KESEJAHTERAAN SPIRITAL MAHASISWA: KAJIAN EMPIRIS DI KALANGAN GENERASI Z

DIGITAL DAKWAH CONTENT CONSUMPTION AND SPIRITUAL WELL-BEING OF UNIVERSITY STUDENTS: AN EMPIRICAL STUDY AMONG GENERATION Z

Akhmad Kastalani¹ Surawan²

¹ Universitas Islam Negeri Palangka Raya, Email : ahmadkstalani@gmail.com

²Universitas Islam Negeri Palangka Raya, Email : surawan@iain-palangkaraya.ac.id

*email Koresponden: ahmadkstalani@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.62567/ijis.v1i2.905>

Abstract

The advancement of digital technology has significantly altered the pattern of religious information consumption, particularly among Generation Z. This study aims to describe the level of digital da'wah content consumption and the spiritual well-being of Generation Z students, as well as to analyze the relationship between the two. Using a quantitative approach, data were collected through questionnaires involving 25 students who are active social media users. The findings reveal that most respondents regularly consume digital da'wah content, especially via YouTube, Instagram, and TikTok. Students perceive digital da'wah not only as a means of accessing religious knowledge but also as a spiritual source that is inspiring, relevant, and comforting. Their spiritual well-being is relatively high, as indicated by feelings of closeness to God, inner peace, and a sense of life purpose. This study supports the *Uses and Gratification* theory, where media is utilized to actively meet spiritual needs. The findings highlight the importance of high-quality da'wah content and the role of authentic religious figures in fostering meaningful and healthy spirituality.

Keywords : digital da'wah, Generation Z, spiritual well-being, social media.

Abstrak

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi informasi keagamaan, terutama di kalangan generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tingkat konsumsi konten dakwah digital dan kesejahteraan spiritual mahasiswa generasi Z, serta menganalisis hubungan di antara keduanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner terhadap 25 mahasiswa yang aktif mengakses media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden secara rutin mengakses konten dakwah digital,



terutama melalui YouTube, Instagram, dan TikTok. Mahasiswa menilai konten dakwah digital tidak hanya memperluas akses terhadap ilmu agama, tetapi juga menjadi sumber spiritual yang inspiratif, relevan, dan menenangkan. Tingkat kesejahteraan spiritual mereka juga tinggi, ditandai dengan kedekatan kepada Tuhan, ketenangan batin, dan makna hidup. Temuan ini selaras dengan teori *Uses and Gratification*, di mana media digunakan untuk memenuhi kebutuhan spiritual secara aktif. Penelitian ini menegaskan pentingnya kualitas konten dakwah serta peran figur ustadz yang otentik dalam membangun spiritualitas digital yang sehat dan bermakna.

Kata Kunci : dakwah digital, generasi Z, kesejahteraan spiritual, media sosial.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara masyarakat memahami dan menjalankan ajaran agama (Nova, 2023). Dakwah sebagai aktivitas penyampaian nilai-nilai Islam kini tidak hanya dilakukan melalui mimbar atau majelis taklim, tetapi juga melalui media digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Transformasi ini membuka ruang baru dalam penyebaran ajaran Islam yang lebih fleksibel, interaktif, dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama kalangan muda yang akrab dengan teknologi (Rabbani & Najicha, 2023).

Di era disruptif digital yang ditandai dengan arus informasi yang masif dan tidak terbendung, peran media sosial dalam membentuk perilaku keagamaan menjadi semakin strategis. Kehadiran konten dakwah di berbagai platform digital tidak lagi sekadar alternatif, tetapi menjadi sumber utama pembentukan identitas religius generasi muda. Dalam konteks ini, mahasiswa sebagai bagian dari generasi Z tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga pelaku aktif yang mengonstruksi makna spiritual melalui interaksi digital yang mereka pilih dan percaya. Hal ini selaras dengan fenomena global di mana ruang digital telah menjadi arena baru dalam pertarungan otoritas keagamaan, simbol-simbol spiritual, dan narasi moral (Rizqi1 et al., 2025).

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi digital native yang sangat terbiasa dengan teknologi dan media sosial. Berdasarkan laporan (Muvid et al., 2024), lebih dari 75% penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial, dan mayoritas pengguna berada dalam rentang usia 18–24 tahun, yang merupakan mahasiswa dari generasi Z. Dalam konteks ini, generasi Z menjadi kelompok yang sangat potensial sebagai sasaran dakwah digital karena keterpaparannya yang tinggi terhadap berbagai platform daring (Safira, 2023).

Namun, kemudahan akses terhadap informasi keagamaan di internet tidak selalu sebanding dengan kualitas konten yang dikonsumsi. Tidak semua konten dakwah yang beredar di media sosial bersumber dari otoritas yang kredibel atau menyajikan pesan yang mendalam (Sabiq & Arisnawawi, 2025). Penelitian (Muaviah et al., 2023) menunjukkan bahwa meskipun generasi Z banyak mengakses konten dakwah digital, sebagian dari mereka mengalami kebingungan dalam memahami nilai-nilai Islam secara utuh, bahkan menunjukkan gejala krisis spiritual karena paparan konten yang tidak terfilter dengan baik (Faverio et al., 2023).

Kesejahteraan spiritual merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan mahasiswa, terutama di tengah tekanan akademik, sosial, dan emosional yang mereka hadapi (Cheong, 2019). Dalam hal ini, konsumsi konten dakwah digital berpotensi menjadi sumber dukungan spiritual yang dapat memperkuat ketahanan batin. (Idarah et al., 2024) menyebutkan bahwa mahasiswa yang secara rutin mengakses konten dakwah Islam menunjukkan tingkat



kesejahteraan spiritual yang lebih stabil, seperti rasa tenang, harapan hidup, dan makna dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Meski demikian, penelitian yang mengkaji hubungan antara konsumsi konten dakwah digital dan kesejahteraan spiritual mahasiswa masih sangat terbatas. Kebanyakan studi sebelumnya hanya fokus pada aspek penggunaan media atau persepsi terhadap konten dakwah tanpa menyentuh dimensi psikospiritual secara lebih dalam (Nabillah & Romadi, 2024). Padahal, di tengah meningkatnya akses terhadap dakwah digital, penting untuk mengetahui apakah konsumsi tersebut benar-benar berdampak pada aspek spiritual mahasiswa atau hanya menjadi aktivitas pasif tanpa perubahan makna yang signifikan (Ummah, 2023).

Permasalahan utama dalam kajian ini adalah belum adanya data empiris yang secara khusus mengukur hubungan antara intensitas konsumsi konten dakwah digital dan tingkat kesejahteraan spiritual mahasiswa generasi Z. Padahal, pemahaman terhadap hubungan ini sangat penting dalam merumuskan strategi dakwah digital yang efektif, terarah, dan berdampak nyata, khususnya dalam konteks Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam dan sangat aktif di dunia digital.

Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara empiris bagaimana pola konsumsi konten dakwah digital di kalangan mahasiswa generasi Z serta sejauh mana konsumsi tersebut berkorelasi dengan tingkat kesejahteraan spiritual mereka. Diharapkan, penelitian ini dapat memperkaya literatur dalam bidang komunikasi dakwah dan psikologi religius digital serta menjadi rujukan praktis bagi para pendakwah, konten kreator Islam, dan lembaga pendidikan dalam merancang konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga transformatif secara spiritual.

2. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kusisioner sebagai teknik utamanya, karena bertujuan mengukur hubungan antara variabel konsumsi konten dakwah digital dan kesejahteraan spiritual mahasiswa secara objektif dan terukur. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis melalui data numerik dan analisis statistik. Data dikumpulkan menggunakan kuesisioner terstruktur yang disebarluaskan secara daring kepada mahasiswa generasi Z di beberapa perguruan tinggi di Indonesia. Instrumen kuesisioner disusun berdasarkan indikator-indikator konsumsi dakwah digital (frekuensi, durasi, dan jenis platform) serta indikator kesejahteraan spiritual yang merujuk pada teori spiritual well-being oleh (Fisher, 2010).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konsumsi Konten Dakwah Digital sebagai Sumber Spiritual yang Kontekstual

Hasil analisis frekuensi menunjukkan bahwa mahasiswa generasi Z secara aktif mengakses konten dakwah digital setiap minggu, dengan durasi yang cukup tinggi (lebih dari 30 menit per hari). (Kabir et al., 2024) Temuan ini mempertegas peran dakwah digital sebagai sumber spiritual alternatif yang efektif dalam kehidupan modern mahasiswa. Salah satu kekuatan utama dakwah digital terletak pada gaya komunikasi yang komunikatif dan mudah dicerna, terutama melalui media seperti TikTok dan Instagram yang mengutamakan narasi singkat, visual yang menarik, dan penggunaan bahasa yang ringan namun menyentuh aspek emosional dan spiritual (Hidayat et al., 2023).

Lebih jauh, mahasiswa merespon positif terhadap figur-figur ustaz yang tampil dalam konten tersebut, terutama mereka yang memiliki gaya komunikasi yang relevan dengan realitas kehidupan anak muda. Figur seperti ini dianggap “dekat” dalam



kehidupan sehari-hari dan mampu menjadi panutan spiritual yang otentik meskipun disampaikan secara virtual. Ini menunjukkan bahwa kemudahan akses terhadap ilmu agama melalui dakwah digital tidak hanya menciptakan koneksi informasi, tetapi juga membentuk relasi psikospiritual antara audiens dan menyampaikan pesan keagamaan (Brubaker & Haigh, 2017).

2. Kesehatan Spiritual Dipengaruhi oleh Kualitas Konsumsi Konten

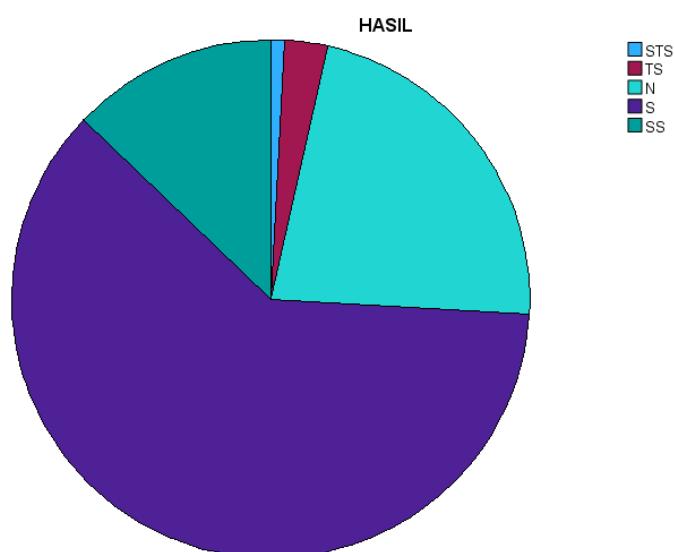
Penelitian ini juga menemukan bahwa tingkat kesejahteraan spiritual mahasiswa secara umum tergolong tinggi, ditandai dengan indikator seperti kedekatan dengan Tuhan, ketenangan batin, makna hidup, dan penerapan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Namun, penting dicatat bahwa kesehatan spiritual ini sangat bergantung pada kualitas konten yang dikonsumsi (Shamim, 2024).

Mahasiswa menunjukkan kecenderungan hanya mempercayai konten dakwah dari ustaz atau lembaga resmi, yang mencerminkan adanya kesadaran literasi digital dan selektivitas konsumsi informasi keagamaan. Hal ini membenarkan bahwa spiritualitas digital bukan hanya soal intensitas, tetapi juga kualitas konsumsi. Paparan terhadap konten dakwah yang dangkal, ekstrem, atau tanpa landasan ilmu yang memadai justru dapat memicu kebingungan spiritual, sebagaimana ditunjukkan oleh beberapa penelitian sebelumnya (Trysnes & Synnes, 2022).

Oleh karena itu, konten dakwah yang bermutu yang menggabungkan aspek aksesibilitas, otoritas keilmuan, dan relevansi kehidupan yang memiliki daya pengaruh yang kuat terhadap peningkatan spiritualitas mahasiswa. Dakwah digital yang berfungsi optimal sebagai sumber spiritual seharusnya tidak hanya menyampaikan ajaran Islam secara informatif, tetapi juga mampu menginspirasi, menenangkan, dan menuntun audiens dalam menjalani kehidupan bermakna.

3. Dakwah Digital dalam Kerangka Uses and Gratification

Temuan ini selaras dengan teori Uses and Gratification, di mana media digunakan untuk memenuhi kebutuhan individu, termasuk kebutuhan spiritual (Williams & Krisjanous, 2023). Mahasiswa generasi Z tidak hanya menggunakan media sosial untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana pencarian makna hidup dan identitas religius. Konten dakwah yang konsisten, terverifikasi, dan dikemas secara menarik memiliki potensi besar dalam memenuhi kebutuhan tersebut secara berkelanjutan (Aduragba et al., 2023).





HASIL

Valid	STS	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	TS	12	2.7	2.7	3.5
	N	101	22.4	22.4	25.9
	S	276	61.2	61.2	87.1
	SS	58	12.9	12.9	100.0
	Total	451	100.0	100.0	

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsumsi konten dakwah digital yang berkualitas tidak hanya memperluas akses terhadap ilmu keagamaan, tetapi juga menjadi faktor penentu dalam menjaga dan memperkuat kesehatan spiritual mahasiswa di era digital.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumsi konten dakwah digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kesejahteraan spiritual mahasiswa generasi Z. Generasi ini, yang sangat akrab dengan media sosial, memanfaatkan platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan spiritual mereka. Konten dakwah yang dikemas secara menarik, komunikatif, dan relevan terbukti mampu menjadi sarana pencarian makna hidup serta menumbuhkan kesadaran religius yang lebih dalam.

Kualitas konsumsi menjadi faktor kunci dalam membentuk spiritualitas digital mahasiswa. Mahasiswa cenderung lebih selektif dalam memilih konten, lebih percaya kepada ustaz atau institusi yang otoritatif, serta menolak konten yang ekstrem, dangkal, atau tidak berbasis ilmu. Hal ini menunjukkan bahwa di tengah melimpahnya informasi digital, mahasiswa tidak bersikap pasif, tetapi menjalankan fungsi evaluatif dalam menyaring dan menginternalisasi nilai-nilai Islam.

Lebih lanjut, hasil penelitian mendukung teori Uses and Gratification, yang menekankan bahwa media digunakan secara aktif untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial, termasuk spiritual. Konsumsi konten dakwah digital bukanlah kegiatan sepintas atau seremonial, tetapi menjadi mekanisme aktif mahasiswa dalam mencari inspirasi moral, ketenangan batin, serta memperdalam hubungan dengan Tuhan. Ini menandakan adanya transformasi cara beragama di era digital yang lebih fleksibel namun tetap bermakna.

Namun, tantangan besar tetap ada, yaitu memastikan bahwa konten dakwah yang tersebar di ruang digital mampu mengedukasi, menginspirasi, dan tidak menyesatkan. Perlu ada kolaborasi antara pendakwah, institusi keagamaan, dan kreator konten untuk terus menyajikan materi keislaman yang otentik, kontekstual, dan mudah dipahami. Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya menjadi media informasi, tetapi juga menjadi wahana transformatif bagi pertumbuhan spiritual generasi muda.



Sebagai penutup, penelitian ini menegaskan bahwa era digital memberikan peluang besar bagi penguatan spiritual mahasiswa, asalkan konten yang dikonsumsi berasal dari sumber yang kredibel dan dikemas dengan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik generasi Z. Penelitian ini juga membuka ruang bagi studi lanjutan dengan cakupan sampel yang lebih luas, pendekatan kualitatif yang mendalam, serta eksplorasi lebih lanjut terhadap dimensi psikologis dan sosiologis dari konsumsi dakwah digital di kalangan pemuda Muslim Indonesia.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Aduraga, O. T., Yu, J., & Cristea, A. I. (2023). Religion and Spirituality on Social Media in the Aftermath of the Global Pandemic. *Proceedings - 2023 IEEE International Conference on Big Data, BigData 2023*, 5704–5713. <https://doi.org/10.1109/BigData59044.2023.10386754>
- Brubaker, P. J., & Haigh, M. M. (2017). The religious facebook experience: uses and gratifications of faith-based content. *Social Media and Society*, 3(2). <https://doi.org/10.1177/2056305117703723>
- Cheong, P. H. (2019). Tweet the message? Religious authority and social media innovation. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 3(3), 1–19. <https://doi.org/10.1163/21659214-90000059>
- Faverio, B. Y. M., Nortey, J., Diamant, J., & Smith, G. A. (2023). *Michelle Faverio, Justin Nortey, Jeff Diamant and Gregory A. Smith. November 2022*.
- Fisher, J. (2010). Development and application of a spiritual well-being questionnaire called SHALOM. *Religions*, 1(1), 105–121. <https://doi.org/10.3390/rel1010105>
- Hidayat, Z., Matsum, H., & Tarigan, A. A. (2023). *GEN-Z MUSLIMS, SOCIAL MEDIA AND FORMLESS-SPIRITUAL: An Explorative Study of Mosque Youth in Medan City*. 17(1).
- Idarah, A., Kontribusi, T. D. A. N., & Nasriah, S. (2024). *Jurnal Al-Idarah, Jurnal Manajemen Dakwah*. 5(1), 35–52.
- Kabir, M., Kabir, M. R., & Islam, R. S. (2024). *Islamic Lifestyle Applications: Meeting the Spiritual Needs of Modern Muslims*. 1–23. <http://arxiv.org/abs/2402.02061>
- Muaviah, E., Dewi, A. A., & Febriani, N. (2023). *Generasi Z : Melangkah di Era Digital dengan Bijak dan Terencana Pendahuluan Era revolusi digital telah mendorong penggunaan teknologi digital di semua bidang kehidupan (Yang et al., 2023). Generasi Z mencakup individu yang lahir dari tahun 1996 perkem*. 1(2), 63–81.
- Muvid, Basyrul, M., & Arnandy, Didiet Anindita dan Arrosyidi, A. (2024). Monograf PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK Pada Tingkat Religiositas Mahasiswa di Perguruan Tinggi. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 1, Issue Februari).
- Nabillah, A., & Romadi, P. (2024). Dakwah pada Generasi Z di Media Sosial: Studi Netnografi pada Akun TikTok Agam Fachrul. *Idarotuna*, 6(1), 51. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i2.24625>
- Nova, K. A. (2023). AGAMA DAN BUDAYA DALAM ERA DIGITAL: DAMPAK TEKNOLOGI PADA KEPERCAYAAN DAN PRAKTIK KEAGAMAAN HINDU Oleh. *Genta Hredaya: Media Informasi Ilmiah Jurusan Brahma Widya STAHN Mpu Kuturan Singaraja*, 7(2), 164. <https://doi.org/10.55115/gentahredaya.v7i2.3705>
- Rabbani, D. A., & Najicha, F. U. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Kehidupan dan Interaksi Sosial Masyarakat Indonesia. *Researchgate.Net*,



November, 0–13. https://www.researchgate.net/profile/Dana-Rabbani/publication/375525102_Pengaruh_Perkembangan_Teknologi_terhadap_Kehidupan_dan_Interaksi_Sosial_Masyarakat_Indonesia/links/654dcc8dce88b87031d8db65/Pengaruh-Perkembangan-Teknologi-terhadap-Kehidupan-dan-Inte

Rizqi1, M., Surawan, & Norhidayah, S. (2025). *Self-Authenticity and Role Balance of Students in the Digital and Academic Worlds*. 5, 272–283.

Sabiq, M., & Arisnawawi, A. (2025). *Etika dan Praktik Keagamaan di Era Digital: Mempertahankan Nilai di Tengah Kemajuan Teknologi*. February. <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v13i1.17184>

Safira, M. Y. (2023). Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting. *Sosial Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik*, 3, 1196–1208. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.5480>

Shamim, S. (2024). Social Media and the Reshaping of Religious Identity in Youth. *International Journal of Academic Studies in Science and Education*, 2(1), 66–81. <https://doi.org/10.55549/ijasse.9>

Trysnes, I., & Synnes, R. M. (2022). The Role of Religion in Young Muslims' and Christians' Self-presentation on Social Media. *Young*, 30(3), 281–296. <https://doi.org/10.1177/11033088211063368>

Ummah, N. H. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(1), 151–169. <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>

Williams, J., & Krisjanous, J. (2023). Spreading the word: exploring spiritual consumption on social media. *Journal of Consumer Marketing*, 40(1), 124–135. <https://doi.org/10.1108/JCM-02-2021-4450>

Wright, AW, Yendork, JS & Kliewer, W. Pola Keterhubungan Spiritual selama Masa Remaja: Kaitannya dengan Penanganan dan Penyesuaian Diri pada Remaja Perkotaan Berpenghasilan Rendah. *J Youth Adolescence* 47, 2608–2624 (2018). <https://doi.org/10.1007/s10964-018-0886-6>