

**DAKWAH KREATIF 6.0 SEBAGAI NEW LOCAL WISDOM
DALAM MELESTARIKAN NILAI-NILAI ISLAM PADA GENERASI Z
Studi Pada Generasi Z di Pondok Pesantren Mamba'us Sholihin**

Noviana Aini

Universitas Kiai Abdullah Faqih

novi@unkafa.ac.id

Abstract: *Generation Z, as digital natives, possess unique characteristics that demand a new approach to Islamic propagation. Creative 6.0 Dawah, which integrates cutting-edge digital technologies with Islamic values, emerges as a new local wisdom to reach and inspire this generation. This article explores the concept of Creative 6.0 Dawah as an effective strategy for preserving Islamic values among Generation Z. This research analyzes how digital technologies such as social media, virtual reality, and artificial intelligence can be integrated into Dawah to create engaging, interactive, and relevant content for Generation Z. Furthermore, the article explores how Creative 6.0 Dawah can become a new local wisdom that adapts to the culture and lifestyle of Generation Z while upholding the essence of Islamic teachings. This study utilizes a qualitative approach with a phenomenological perspective and existential analysis. The research findings indicate that Creative 6.0 Dawah holds significant great potential to become a new local wisdom in preserving Islamic values among Generation Z. This is evident through its ability to meet the basic and non-material needs of Generation Z. Creative 6.0 Dawah also provides Generation Z with a deeper understanding of finding meaning, identity, and purpose in life within the context of Islamic values. This is achieved by providing platforms that enable self-exploration, building an identity based on Islamic values, bridging generational gaps, fostering community and support, and offering guidance in defining life goals.*

Keywords: *Creative 6.0 Dawah, new local wisdom, Islamic values, Generation Z.*

PENDAHULUAN

Generasi Z lahir di era digital, memiliki cara pandang dan interaksi berbeda dengan generasi sebelumnya. Mereka akrab dengan teknologi, informasi dinamis-pesat, dan budaya pop menjadi pengaruh utama dalam membentuk identitas generasi ini. Data menunjukkan bahwa generasi Z sangat aktif di dunia maya. Sebuah survei oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memperlihatkan penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2024. Hasil riset menunjukkan jumlah pengguna internet Indonesia



15-16 Oktober 2024

UIN Sunan Ampel Surabaya
Jl. A. Yani 117 Surabaya

Hotel Santika Premiere Gubeng
Jl. Raya Gubeng No.54, Surabaya,

Halaman 1211

didominasi oleh kalangan Generasi Z (1997-2012) memiliki tingkat penetrasi tertinggi dengan 87,02 persen dan kontribusi 34,40 persen¹.

Karena lebih akrab dengan teknologi, mereka memiliki akses informasi yang cepat, dan cenderung skeptis terhadap nilai-nilai tradisional. Sehingga Generasi Z mudah terpapar konten negatif di media sosial, seperti konten kekerasan, pornografi, dan radikalisme. Sebuah survei dilakukan oleh KPPPA menunjukkan bahwa 66,6% anak di Indonesia telah menyaksikan konten pornografi di media online². Angka ini menunjukkan betapa mudahnya generasi Z, mengakses konten pornografi di internet.

Hal ini dapat memengaruhi pemikiran, perilaku, dan nilai-nilai mereka, karena dominasi konten negatif banyak tersebar di media digital dapat menimbulkan kekhawatiran akan tergerusnya nilai-nilai Islam di kalangan generasi Z, sehingga dapat berdampak pada rusaknya moral, akhlak, dan masa depan bangsa.

Di tengah arus globalisasi yang kuat seperti ini, dakwah konvensional masih menggunakan metode tradisional seperti ceramah dan pengajian, kurang efektif dalam menarik minat dan perhatian generasi Z. Mereka lebih tertarik dengan konten kreatif, interaktif, dan sesuai dengan gaya hidup mereka³. Dakwah Kreatif 6.0 menjadi sebuah pendekatan yang menggabungkan kearifan lokal baru dari tradisi dakwah konvensional dengan teknologi terkini untuk menghubungkan antara nilai-nilai Islam dan gaya hidup generasi Z.

Dakwah kreatif dapat disamakan dengan dakwah modernis, dimana dakwah modernis menempatkan teknologi media sebagai hal yang paling utama dalam menyampaikan pesan nilai-nilai Islam. Dakwah modernis lebih mengedepankan penggunaan semua alat komunikasi, seperti televisi, internet, dan handphone. Dakwah modernis beranggapan segala bentuk alat media apapun dapat membantu perkembangan dan kemajuan Islam harus dimanfaatkan dengan baik⁴.

Adapun perbedaan konsep antara Dakwah modernis dan Dakwah kreatif adalah terletak pada penyampaian pesan agama yang bukan hanya dikemas dengan cara menarik, unik tetapi pesan yang dimunculkan dibungkus dengan nuansa seni kreatif untuk menjembatani komunikasi efektif antara nilai-nilai Islam dan generasi Z. Dakwah kreatif juga menuntut pemahaman mendalam tentang karakteristik dan kebutuhan *mad'u* (generasi Z), serta dibutuhkan kemampuan seorang *da'i* untuk mengemas pesan-pesan Dakwah yang mengandung nilai-nilai Islam dengan format relevan dan mudah dicerna.

Melihat fenomena tersebut peneliti tertarik untuk membahas tentang dakwah kreatif 6.0 sebagai *new local wisdom* dalam melestarikan nilai-nilai Islam pada generasi Z

¹ Riset APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2024 Didominasi Gen Z, Suara.com Riset APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2024 Didominasi Gen Z (suara.com) diakses pada 04 Agustus 2024.

² KPPPA : 66,6 persen anak saksikan pornografi di media "online", antara.com KPPPA : 66,6 persen anak saksikan pornografi di media "online" - ANTARA News diakses 10 September 2024

³ Pahmi Rohliansyah (2018) Membangkitkan Local Wisdom, Local Knowledge, Dan Local Genius Dalam Membutiri Nilai-Nilai Pancasila, Vol. 40 hal: 29-53, Jurnal The Ary Suta Center Series On Strategic Management, Membangkitkan local wisdom, local knowledge, dan local genius dalam membutiri nilai-nilai pancasila / Pahmi Rohliansyah (ui.ac.id)

⁴ Irfan Setia Permana (2014) Relevansi Dakwah Kreatif (Relevansi Terhadap Dakwah Kreatif) Jurnal TEDC vol 8 No. 3 242-247 RELEVANSI DAKWAH KREATIF | Jurnal TEDC (poltektedc.ac.id)



di Pondok Pesantren Mamba'us Sholihin dengan mempertimbangkan studi perilaku digital penggunaan teknologi komunikasi dan media sosial pada 50 mahasiswa dan mahasiswi. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi sosial, analisis eksistensial dengan teori sosial budaya generasi Z. Analisis eksistensial digunakan untuk memahami bagaimana dakwah kreatif 6.0 membantu generasi Z dalam menemukan makna, identitas, dan tujuan hidup mereka dalam konteks nilai-nilai Islam. Penelitian ini juga mengkaji bagaimana dakwah kreatif 6.0 dapat menjadi sumber kearifan lokal baru untuk membimbing generasi muda dalam memahami dan mempraktikkan nilai-nilai Islam.

MEMAHAMI DAKWAH KREATIF 6.0 DAN NEW LOCAL WISDOM

Industri 6.0 ditandai dengan integrasi teknologi canggih seperti kecerdasan buatan (AI), robotika, dan internet of things (IoT), menghadirkan tantangan dan peluang baru bagi dakwah. Dakwah kreatif, dengan pendekatan inovatif dan relevan, memiliki peran penting dalam menjembatani nilai-nilai Islam dengan perkembangan teknologi di era Industri 6.0⁵.

Relevansi antara dakwah kreatif dan industri 6.0 dapat dilihat melalui pengintegrasian, kolaborasi dan asimilasi antara teknologi 6.0 dan dakwah kreatif, dimana pesan nilai-nilai Islam disampaikan dengan cara memadukan unsur dakwah dengan unsur *newness* (kebaruan) teknologi industri 6.0. Hal tersebut memunculkan beberapa hubungan sebagai berikut:

1. Digitalisasi: Industri 6.0 menghasilkan arus informasi yang deras dan mudah diakses. Berpotensi menimbulkan disorientasi dan hilangnya nilai-nilai Islam. Dalam hal ini dakwah kreatif berperan memberikan panduan moral dan spiritual bagi generasi Z agar tidak terjebak dalam arus informasi negatif⁶.
2. Konten Dakwah Islam yang Relevan: Industri 6.0 menuntut generasi Z memiliki kompetensi digital dan moral kuat. Dakwah kreatif memanfaatkan teknologi untuk menciptakan konten dakwah Islam yang menarik dan relevan dengan kebutuhan generasi Z, seperti video animasi etika penggunaan AI, podcast Islami, teknologi VR untuk simulasi kegiatan keagamaan, platform digital dan aplikasi (*aps store*) untuk belajar tentang nilai-nilai Islam⁷.
3. Komunitas Digital Interaktif: Industri 6.0 memiliki interaksi digital lebih intens. Dakwah kreatif memanfaatkan platform digital untuk membangun komunitas online

⁵ Muhammad Tunjang Syaeh , Satino Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023 Page 957-970 Harmoni Hukum dan Bisnis: Antisipasi Tantangan Kepatuhan dan Inovasi Dalam Lingkungan Bisnis Merata-Tertata Berbasis E-commerce Tokopedia dalam Internet of Things (IoT) Melalui Gagasan 6.0 INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

<https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.7780>

⁶ Kurnia Mauliani Ilahi, Sri Prilmayanti Awaluddin Vol.4, No.2 Juni 2024 Hal 43-55 Analisis Eksplorasi Strategi Perusahaan Dalam Menghadapi Disrupsi Digital Di Era Industri 6.0: Studi Kasus Pada PT. Aneka Tambang Tbk Jurnal Ekonomi dan Manajemen Optimal <https://doi.org/10.55606/optimal.v4i2.3314>

⁷ Nellis Maulida, Umban Adi Jaya (2024), 2 (6): 132–141 Pengaruh Personalisasi Dan Kecerdasan Buatan (Ai) Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Industri 6.0 Pada Platfrom E-Commerce Di Sukabumi Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi <https://doi.org/10.572349/neraca.v2i6.1694>



positif, mengadakan diskusi virtual tentang isu-isu terkini, dan berbagi inspirasi tentang nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari⁸.

4. Etika Teknologi: Industri 6.0 menghadirkan dilema etika terkait penggunaan teknologi. Dakwah kreatif berperan dalam mempromosikan etika penggunaan teknologi, seperti nilai-nilai Islam tentang kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab, sehingga teknologi dapat digunakan untuk kebaikan dan kemajuan generasi Z⁹.
5. Kesenjangan Digital: Industri 6.0 memperjarak kesenjangan digital. Dakwah kreatif menjembatani kesenjangan hubungan antara dakwah konvensional dan Generasi Z dengan menggunakan akses teknologi baru, edukasi digital, dan konten dakwah nilai Islam terkini¹⁰.

Dakwah kreatif memiliki relevansi yang tinggi dengan Industri 6.0. Dakwah kreatif 6.0 merujuk pada penggunaan teknologi digital dan platform media sosial untuk menyampaikan pesan Islam yang relevan dengan kebutuhan dan gaya hidup generasi Z. melibatkan pendekatan inovatif dalam penyampaian pesan, seperti melalui konten multimedia, game edukatif, dan influencer digital.

Adapun Kearifan lokal, atau *local wisdom*, merujuk pada pengetahuan, nilai, dan praktik yang diwariskan secara turun-temurun dalam suatu komunitas. Kearifan lokal ini terbentuk melalui pengalaman dan interaksi masyarakat dengan lingkungan alam dan sosialnya¹. Sedangkan konsep "*New local wisdom*" (kearifan lokal baru) dalam penelitian ini merupakan konsep yang menggabungkan kearifan lokal dalam tradisi dakwah konvensional dengan nilai-nilai dan kebutuhan modern. *New local wisdom* menekankan pada adaptasi dan inovasi kearifan lokal dakwah konvensional dengan teknologi industri 6.0 agar tetap relevan dan bermanfaat dalam menghadapi tantangan zaman. Berikut konsep dasar *New local wisdom*¹¹:

1. Relevansi: Kearifan lokal baru diadaptasi untuk menjawab tantangan dan kebutuhan generasi Z, seperti teknologi, perubahan iklim, dan isu sosial.
2. Inovasi: Kearifan lokal baru dipadukan dengan ide-ide kreatif dan teknologi terkini untuk menciptakan solusi yang lebih efektif dan berkelanjutan.
3. Kolaborasi: Terjadi kolaborasi antar budaya dinamis, universalitas dalam mengembangkan dan menerapkan "*new local wisdom*".
4. Berkelanjutan: "*New local wisdom*" bertujuan menciptakan solusi yang berkelanjutan untuk generasi mendatang.

Konsep "*new local wisdom*" dalam dakwah kreatif 6.0 muncul sebagai respons terhadap perubahan globalisasi yang cepat. *New local wisdom* mengakui bahwa kearifan

⁸ Kurnia Mauliani Ilahi, Sri Prilmayanti Awaluddin Vol.4, No.2 Juni 2024 Hal 43-55 Analisis Eksplorasi Strategi Perusahaan Dalam Menghadapi Disrupsi Digital Di Era Industri 6.0: Studi Kasus Pada PT. Aneka Tambang Tbk Jurnal Ekonomi dan Manajemen Optimal <https://doi.org/10.55606/optimal.v4i2.3314>

⁹ Arya Bimantoro, Wanda Alifayah Pramesti, Satria Wira Bakti, M Aryo Samudra, Yusuf Amrozi Vol 7 No 1 Juni 2021 Paradoks Etika Pemanfaatan Teknologi Informasi di Era 5.0 <https://doi.org/10.52643/jti.v7i1.1425>

¹⁰ Yayat D. Hadiyat, Vol. 17 No. 2, Agustus 2014: 81-90 Kesenjangan Digital di Indonesia (Studi Kasus di Kabupaten Wakatobi) Jurnal Pekommas, <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/>

¹¹ Althien John Pesurnay, 175 (2018) 012037 1234567890 Local Wisdom in a New Paradigm: Applying System Theory to the Study of Local Culture in Indonesia, IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science *Local Wisdom in a New Paradigm: Applying System Theory to the Study of Local Culture in Indonesia* - IOPscience



lokal dalam tradisi dakwah konvensional perlu diadaptasi dan direvitalisasi agar tetap relevan dalam konteks modern. *New local wisdom* merujuk pada kearifan lokal dakwah konvensional yang muncul dan berkembang dalam konteks zaman dan budaya yang baru. Dalam konteks ini, dakwah kreatif 6.0 dapat menjadi *new local wisdom* karena menawarkan cara dakwah baru, budaya dakwah baru untuk memahami dan mempraktikkan nilai-nilai Islam yang sesuai dengan realitas generasi Z.

DAKWAH KREATIF 6.0 SEBAGAI NEW LOCAL WISDOM DALAM MELESTARIKAN NILAI-NILAI ISLAM PADA GENERASI Z

Generasi Z tumbuh dalam lingkungan digital yang serba cepat¹². Mereka lebih mudah mengakses informasi melalui platform digital seperti media sosial, aplikasi pesan, video streaming, *virtual reality*, pemanfaatan *apps* dan *artificial intelligence*. Dakwah kreatif 6.0 memanfaatkan teknologi baru, media digital dan platform-platform untuk menyampaikan pesan Islam dengan cara menarik dan interaktif.

Dalam aktifitas pelestariannya dakwah kreatif 6.0 melakukan penetrasi pesan nilai Islam dikemas dengan cara unik, kreatif dan kekinian dengan memanfaatkan berbagai macam sumber, baik dari alat teknologi baru sebagai media dakwah serta kolaborasi budaya universal yang dijadikan konten kreatif

Dakwah Kreatif 6.0 Menjadi Sumber Kearifan Lokal Baru

Dakwah kreatif 6.0 memenuhi kebutuhan dasar dan kebutuhan non materi generasi Z. Dakwah kreatif 6.0 memanfaatkan platform digital yang akrab bagi generasi Z untuk pemenuhan kebutuhan pendidikan Islam, keterampilan bermasyarakat dan kesehatan mental. Nilai-nilai Islam dapat disampaikan dengan cara menarik dan mudah dipahami melalui *product* Konten Digital Kreatif seperti:

a. Kolaborasi konten K-pop dan Nilai Islam (Parodi Meme)

Indonesia disebut sebagai negara dengan penggemar K-pop terbanyak didunia, Survei yang dilakukan pada tahun 2022 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyukai hiburan Korea berasal dari generasi Z¹³. Kolaborasi konten K-Pop dan nilai Islam dilakukan melalui Artis K-Pop dengan visual memikat. Adapun nilai-nilai Islam yang dimunculkan seperti toleransi, ibadah Islam dan Syari'ah. Konten K-pop berisi keseimbangan antara hiburan dan nilai Islam, Konten K-Pop juga tidak menyinggung sensitivitas budaya.

Kolaborasi ini memperkenalkan nilai-nilai Islam kepada *audiens* global yang luas, membangun pemahaman antar budaya, dan menciptakan konten menghibur sekaligus menginspirasi. Hal ini terlihat pada aktifitas dakwah akun youtube Cayacarrot dan @azwhrr2 berisi tentang perpaduan budaya K-pop dan nilai Islam.

¹² Gen Z Dominan Apa Maknanya Bagi Pendidikan kita?, <https://pskp.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita>, diakses pada 30 november 2023.

¹³ Miftahurrezki dan M. Syukron Anshori, analisis makna pesan motivasi dalam lirik lagu KPOP BTS Answer: Love Myself, "KAGANGA KOMUNIKA 3 (2021), <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v3i1.1061>.



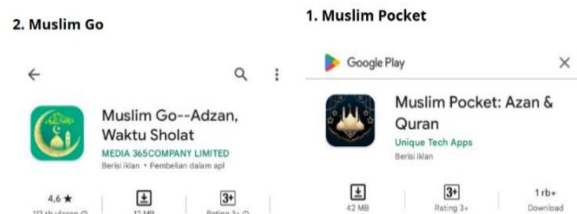


Kumpulan lagu Islami

Musik Islam memiliki pengaruh kuat dalam budaya dan tradisi umat Islam¹⁴. Generasi Z sebagai bagian dari generasi yang terhubung secara global, mengapresiasi nilai Islam berupa ketaatan melalui musik Islam sebagai bagian dari identitas budaya mereka.



- b. Memperkuat Nilai-Nilai Islam dan Mempraktekannya dengan Bantuan Teknologi baru: Generasi Z cenderung individualistik dan egosentris, kurang fokus terhadap satu hal, serta lebih tertarik pada hasil instan daripada menghargai proses¹⁵. Maka dari itu kebutuhan untuk menjalankan ibadah harian lebih mudah dan terstruktur membantu generasi Z dengan aplikasi Islam yang menyediakan jasa layanan untuk menjalankan ibadah sehari-hari sebagai nilai syaria'h.



¹⁴ Luki Agung (2015), Skripsi Hal 23 Implementasi Dakwah Islam Melalui Seni Musik Islami Skripsi Universitas Pendidikan Indonesia IMPLEMENTASI DAKWAH ISLAM MELALUI SENI MUSIK ISLAMI - UPI Repository

¹⁵ Memahami Kelebihan Generasi Z: Ciri-Ciri, Kekurangan, dan Kelebihan | kumparan.com, <https://kumparan.com/pengetahuan-umum/memahami-kelebihan-generasi-z-ciri-ciri-kekurangan-dan-kelebihan-20fzAI9OVV7>, diakses pada 18 desember 2023.

Dakwah kreatif 6.0 membantu generasi Z mempraktikkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari, seperti pelaksanaan rukun Islam, serta membantu proses *brain storming* dalam mencari solusi permasalahan hidup yang dihadapi. Hal tersebut terdapat pada teknologi baru *virtual reality* Islam dan *artificial intelegence*

Viral Ibadah Haji dan Umrah Virtual di Metaverse, Begini Penjelasan Ulama



DAKWAH KREATIF 6.0 MEMBANTU GENERASI Z MENEMUKAN MAKNA HIDUP, IDENTITAS, DAN TUJUAN HIDUP DALAM KONTEKS NILAI-NILAI ISLAM

1. Menyediakan Platform untuk Eksplorasi Diri:

Dakwah kreatif 6.0 memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk menciptakan ruang diskusi dan refleksi bagi generasi Z. Melalui konten menarik dan interaktif, seperti video, podcast, dan game edukatif, generasi Z mengeksplorasi nilai-nilai Islam dan menemukan makna hidup. Platform ini menjadi tempat bagi generasi Z untuk bertanya, berbagi pengalaman, dan saling mendukung dalam perjalanan spiritual¹⁶.

a. Short Video Islami

generasi Z dikenal sebagai generasi *mobile* dan terbiasa mengonsumsi konten digital dalam bentuk singkat dan mudah dicerna¹⁷. Short video Islam memenuhi kebutuhan ini dengan durasi pendek, kurang dari 1 menit, dan format yang mudah diakses melalui platform seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts.

Konten short video Islam dikemas dengan cara kreatif dan menarik, seperti melalui animasi, musik, atau humor, sehingga lebih mudah diterima oleh generasi Z. Konten ini juga seringkali membahas isu-isu relevan dengan kehidupan generasi Z, seperti pendidikan, karier, hubungan, dan tantangan zaman modern. Data menunjukkan bahwa konten-konten Islam di TikTok telah mendapatkan popularitas tinggi, dengan hashtag #islam memiliki lebih dari 120 miliar views¹⁸.

Short video Islam membantu Gen Z untuk memahami ajaran Islam dengan lebih mudah dan menarik. Konten-konten ini seringkali menyajikan penjelasan

¹⁶ Hasnun Jauhari Ritonga, Membangun Koneksi dengan Generasi Milenial: Strategi Dakwah yang Efektif dalam Era Digital, Jurnal academia.edu (PDF) Membangun Koneksi dengan Generasi Milenial: Strategi Dakwah yang Efektif dalam Era Digital | Hasnun Jauhari Ritonga - Academia.edu diakses 1 Oktober 2024

¹⁷ Memahami Kelebihan Generasi Z: Ciri-Ciri, Kekurangan, dan Kelebihan | kumparan.com, <https://kumparan.com/pengetahuan-umum/memahami-kelebihan-generasi-z-ciri-ciri-kekurangan-dan-kelebihan-20fzAI9OVV7>, diakses pada 18 desember 2023.

¹⁸ Gadgetren, "Apa itu tiktok vidio media sosial" <https://gadgetrencom.cdn.ammproject.org>, diakses pada 06 februari 2024.



sederhana dan praktis tentang berbagai aspek agama, seperti sholat, puasa, zakat, dan haji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z mengaku mendapatkan pengetahuan baru tentang Islam melalui short video.¹⁹

Short video Islam menjadi media efektif untuk mempromosikan nilai-nilai Islam seperti toleransi, kasih sayang, dan keadilan. Konten ini seringkali menampilkan cerita inspiratif tentang tokoh Islam, memberikan pesan moral yang bermanfaat bagi kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian memperlihatkan short video Islam telah berhasil menginspirasi generasi Z untuk mempraktikkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan²⁰.



b. Game dan Dakwah

Game menawarkan pengalaman interaktif memungkinkan pemain untuk terlibat langsung dalam cerita, menyelesaikan tantangan, dan membuat keputusan²¹. Game online membantu generasi Z memahami nilai-nilai Islam dengan lebih mendalam dan personal saat berinteraksi dengan pemain secara daring.



2. Membangun Identitas Berbasis Nilai-Nilai Islam:

Generasi Z seringkali merasa terombang-ambing dalam mencari identitas mereka di tengah arus informasi dan budaya yang cepat berubah. Dakwah kreatif 6.0 membantu generasi Z menemukan identitas kuat dan berakar pada nilai-nilai Islam. Melalui konten yang inspiratif dan relatable, seperti kisah inspiratif dari tokoh Islam muda, dakwah kreatif 6.0 menunjukkan bagaimana nilai Islam menjadi pondasi bagi identitas generasi Z yang positif dan bermakna²².

a. Video Animasi Islam

Produk animasi Islam muncul dalam berbagai bentuk media seperti film, serial televisi dan video game. Generasi Z memiliki kecenderungan preferensi terhadap

¹⁹ CNBC Indonesia, “Deretan Fitur Tiktok yang wajib kamu coba” www.cnbcindonesia.com, diakses pada 06 februari 2024.

²⁰ Gadgetren, “Apa itu tiktok vidio media sosial” <https://gadgetrencom.cdn.ammpoject.org>, diakses pada 06 februari 2024.

²¹ Arditya Prayogi, ANALISA PENGGUNAAN VIDEO GAME SEBAGAI MEDIA DAKWAH, 2021 - academia.edu

²² Erwan Effendy, Gita Ramadhani, Tria Tanti (2024), Vol 4 No. 2 Efektivitas Dakwah dalam Media Digital untuk Generasi Z . hal 880-887.DOI:10.4746/dawatuna.v4i3.5480

animasi digital pada kualitas kekuatan visual²³. Adapun nilai-nilai Islam pada animasi menekankan nilai Syariah untuk kehidupan sehari-hari.

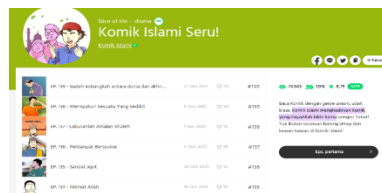


b. Komik Islami Webtoon

Hubungan antara komik dan generasi Z menunjukkan bahwa komik digital banyak diminati. Aksesibilitas, preferensi genre yang beragam, pengaruh media sosial, dan data penjualan memperlihatkan komik digital terus berkembang dan menarik minat generasi Z.

Adapun platform webtoon memiliki lebih dari 72 juta pengguna aktif bulanan di seluruh dunia, dengan sebagian besar pengguna berasal dari generasi Z²⁴. Komik Islami Webtoon menawarkan cara baru menarik untuk menjangkau pembaca muda dengan pesan-pesan kebaikan dan nilai-nilai Islam.

Komik Islami Webtoon menjadi alat edukasi efektif tentang pengetahuan sejarah Islam, tokoh penting, dan ajaran moral etis Islam, membangun karakter pemuda Islam yang kuat dengan cara kreatif.



- c. *Imitating Influencer*. Dakwah kreatif 6.0 membantu generasi Z dalam menemukan makna hidup, identitas, dan tujuan hidup mereka dalam konteks nilai-nilai Islam seperti aqidah- akhlaq dengan menjadi generasi jujur, bertanggung jawab, dan kasih sayang. Dengan mendengarkan ceramah *streaming* podcast, youtube dari tokoh Influencer, generasi Z mengimitasi *living style* (Tokoh Da'i Muslim Muda)²⁵ yang mereka lihat dari akun instagram dan platform digital lainnya.



²³ Margareta Widiyanti, Yulia Ayriza, vol. 9, No. 1 (2018) Pengembangan Media Video Animasi Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Dan Karakter Tanggung Jawab Siswa Kelas V Jurnal Pendidikan Karakter DOI: <https://doi.org/10.21831/jpk.v8i1.21489>

²⁴ Athika Dwi Wiji Utami, Published 11 August 2022 Promoting East Java Culinary Practices in Webtoon From the Generation Z Perspective, ICADECS International Conference on Art, Design, Education and Cultural Studies (ICADECS) DOI 10.18502/kss.v7i13.11661.

²⁵ Jessica Claudia Kristinova April 2022, 11 (2):350 – 363 Tindakan Imitasi Gaya Hidup Pemengaruh Pada Generasi Milenial Jurnal Analisa Sosiologi <https://doi.org/10.24127/analisa.v7i2.167302-1-PB>

3. Menjembatani Kesenjangan Generasi:

Dakwah kreatif 6.0 menjadi jembatan antara generasi Z dan generasi sebelumnya dalam memahami nilai Islam. Melalui konten yang melibatkan tokoh agama berpengalaman dan relatable, dakwah kreatif 6.0 membantu generasi Z memahami perspektif dan pengalaman generasi sebelumnya. Hal ini membantu membangun rasa saling menghormati dan memahami antara generasi yang berbeda²⁶.



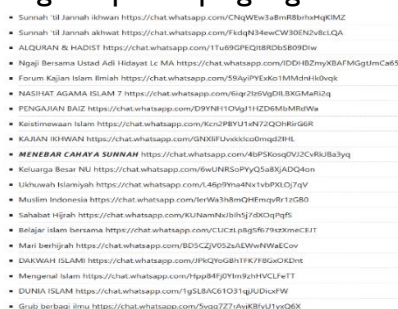
4. Membangun Komunitas dan Dukungan:

Dakwah kreatif 6.0 membantu membangun komunitas dan dukungan bagi generasi Z dalam perjalanan spiritual mereka. Melalui platform online dan offline, generasi Z terhubung dengan orang-orang yang memiliki nilai-nilai sama, saling mendukung, dan berbagi pengalaman. Hal ini membantu mereka merasa tidak sendirian dalam mencari makna hidup, identitas, dan tujuan hidup mereka.

Kemajuan teknologi dan konektivitas yang dimiliki Generasi Z memiliki ciri khas bahwa generasi Z lebih suka berkomunikasi melalui dunia maya dan media sosial daripada berinteraksi secara langsung²⁷. Hal ini terlihat dengan adanya platform dakwah kreatif interaktif terdapat pada:

a. Grup WA Islami

Generasi Z seringkali mencari cara untuk belajar dan memperdalam pemahaman tentang agama. Grup WA menjadi wadah efektif untuk berbagi informasi dan diskusi keislaman²⁸. Grup WA disini menjadi platform untuk berbagi pemahaman dan solusi dalam menghadapi hidup agar generasi Z merasa tidak sendirian.



²⁶ Lian Jemali, Agama Generasi Z. Media Indonesia.com [Agama Generasi Z \(mediaindonesia.com\)](https://mediaindonesia.com/agama-generasi-z) diakses 11 September 2024

²⁷ Memahami Kelebihan Generasi Z: Ciri-Ciri, Kekurangan, dan Kelebihan | kumparan.com, <https://kumparan.com/pengetahuan-umum/memahami-kelebihan-generasi-z-ciri-ciri-kekurangan-dan-kelebihan-20fzAI9OVV7>, diakses pada 18 desember 2023.

²⁸ Hamdan Yuwafik, Vol 10 No 02 (2020): Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah Penggunaan Grup Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Remaja Islam Wonorejo Malang <https://doi.org/10.35905/komunida.v10i02.1411>



5. Menawarkan Panduan untuk Menentukan Tujuan Hidup

Generasi Z seringkali merasa bingung dalam menentukan tujuan hidup mereka. Mereka dihadapkan dengan banyak pilihan dan peluang, tetapi merasa kesulitan dalam menentukan arah yang benar. Dakwah kreatif 6.0 dapat menawarkan panduan untuk menentukan tujuan hidup yang sejalan dengan nilai-nilai Islam. Melalui konten edukatif dan inspiratif, dakwah kreatif 6.0 membantu memahami konsep hidup yang bermakna dalam Islam, seperti mencari ridho Allah, beribadah dengan ikhlas, dan berkontribusi bagi kebaikan umat²⁹.

a. Podcast Islam Inspiratif

Hasil survei Edison Research pada tahun 2022 menemukan bahwa terjadi peningkatan penggunaan podcast oleh generasi Z dari 38% menjadi 42% pada tahun 2021. Studi yang sama menunjukkan generasi Z lebih cenderung mendengarkan podcast daripada radio tradisional, dengan 67% generasi Z yang mendengarkan podcast versus 52% yang mendengarkan radio.

Podcast Islami inspiratif memberikan pesan-pesan Islami memotivasi, menginspirasi, dan pencerahan bagi generasi Z. Podcast membahas topik seperti kisah inspiratif, motivasi hidup, nasihat agama, tafsir Al-Quran, hadits, dan kisah para sahabat. Podcast Islami inspiratif membantu generasi Z melestarikan nilai syari'ah, aqidah dan akhlaq.



sumber gambar: Spotify



sumber gambar: Spotify

KESIMPULAN

Dakwah kreatif 6.0 memiliki potensi besar untuk menjadi *new local wisdom* dalam melestarikan nilai-nilai Islam pada generasi Z. Terlihat dari kemampuan dakwah kreatif 6.0 memenuhi kebutuhan dasar dan kebutuhan non materi generasi Z, Dan dakwah kreatif 6.0 juga memberikan pemahaman yang lebih mendalam pada generasi Z dalam menemukan makna hidup, identitas, dan tujuan hidup mereka dalam konteks nilai-nilai Islam dengan cara menyediakan platform untuk eksplorasi diri, membangun identitas berbasis nilai-nilai islam, menjembatani kesenjangan antar generasi, membangun membangun komunitas dan dukungan, menawarkan panduan untuk menentukan tujuan hidup.

DAFTAR PUSTAKA

Althien John Pesurnay, (2018) 012037 1234567890 Local Wisdom in a New Paradigm: Applying System Theory to the Study of Local Culture in Indonesia, IOP Conf.

²⁹ Dika Shafitri Krisis Identitas: Gen Z dan Pencarian Makna Hidup Krisis Identitas: Gen Z dan Pencarian Makna Hidup - Kompasiana.com diakses 4 September 2024



- Series: Earth and Environmental Science 175 Local Wisdom in a New Paradigm: Applying System Theory to the Study of Local Culture in Indonesia - IOPscience
- Arya Bimantoro, Wanda Alifiyah Pramesti, Satria Wira Bakti, M Aryo Samudra, Yusuf Amrozi (2021) Vol 7 Paradoks Etika Pemanfaatan Teknologi Informasi di Era 5.0, Vol 7 No 1 <https://doi.org/10.52643/jti.v7i1.1425>
- Erwan Effendy, Gita Ramadhani, Tria Tanti (2024), Vol 4 No. 2 Efektivitas Dakwah dalam Media Digital untuk Generasi Z . hal 880-887.DOI:10.4746/dawatuna.v4i3.5480
- Hamdan Yuwafik, (2020), Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah Penggunaan Grup Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Remaja Islam Wonorejo Malang Vol 10 No 02 <https://doi.org/10.35905/komunida.v10i02.1411>
- Hasnun Jauhari Ritonga, Membangun Koneksi dengan Generasi Milenial: Strategi Dakwah yang Efektif dalam Era Digital, Jurnal academia.edu (PDF) Membangun Koneksi dengan Generasi Milenial: Strategi Dakwah yang Efektif dalam Era Digital | Hasnun Jauhari Ritonga - Academia.edu
- Irfan Setia Permana. (2014), Relevansi Dakwah Kreatif (Relevansi Terhadap Dakwah Kreatif) Jurnal TEDC vol 8 No. 3 242-247 RELEVANSI DAKWAH KREATIF | Jurnal TEDC (poltektedc.ac.id)
- Jessica Claudia Kristinova. (2022),Tindakan Imitasi Gaya Hidup Pemengaruh Pada Generasi Milenial. Jurnal Analisa Sosiologi, 11 (2):350 – 363 https://dlwqtxts1xzle7.cloudfront.net/92711969/57261-167302-1-PBArDityaPrayogi_ANALISA_PENGGUNAAN_VIDEO_GAME_SEBAGAI_MEDIA_DAKWAH_2021-academia.edu
- Kurnia Mauliani Ilahi, Sri Prilmayanti Awaluddin (2024)Analisis Eksplorasi Strategi Perusahaan Dalam Menghadapi Disrupsi Digital Di Era Industri 6.0: Studi Kasus Pada PT. Aneka Tambang Tbk Jurnal Ekonomi dan Manajemen Optimal, Vol.4, No.2 Juni Hal 43-55 <https://doi.org/10.55606/optimal.v4i2.3314>
- Lian Jemali, Agama Generasi Z. Media Indonesia.com Agama Generasi Z (mediaindonesia.com) diakses 11 September 2024
- Luki Agung (2015), Implementasi Dakwah Islam Melalui Seni Musik Islami Skripsi Universitas Pendidikan Indonesia Skripsi Hal 23 IMPLEMENTASI DAKWAH ISLAM MELALUI SENI MUSIK ISLAMI - UPI Repository
- Margareta Widiyasanti, Yulia Ayriza, (2018) Pengembangan Media Video Animasi Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Dan Karakter Tanggung Jawab Siswa Kelas V Jurnal Pendidikan Karakter Vol. 9, No. 1 DOI: <https://doi.org/10.21831/jpk.v8i1.21489>
- Miftahurrezki dan M. Syukron Anshori (2021), analisis makna pesan motivasi dalam lirik lagu KPOP BTS Answer: Love Myself, “KAGANGA KOMUNIKA 3 , <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v3i1.1061>.
- Muhammad Tunjang Syaeh , Satino (2023) Harmoni Hukum dan Bisnis: Antisipasi Tantangan Kepatuhan dan Inovasi Dalam Lingkungan Bisnis Merata-Tertata Berbasis E- commerce Tokopedia dalam Internet of Things (IoT) Melalui Gagasan



- 6.0 INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research, Volume 4 Nomor 1, 957-970 <https://doi.org/10.31004/10.310004/innovative.v4i1.7780>
- Nellis Maulida, Umban Adi Jaya (2024), Pengaruh Personalisasi Dan Kecerdasan Buatan (Ai) Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Industri 6.0 Pada Platfrom E-Commerce Di Sukabumi Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 2 (6): 132–141 <https://doi.org/10.572349/neraca.v2i6.1694>
- Pahmi Rohliansyah (2018) Membangkitkan Local Wisdom, Local Knowledge, Dan Local Genius Dalam Membutiri Nilai-Nilai Pancasila, Vol. 40 hal: 29-53, Jurnal The Ary Suta Center Series On Strategic Management, Membangkitkan local wisdom, local knowledge, dan local genius dalam membutiri nilai-nilai pancasila / Pahmi Rohliansyah (ui.ac.id)
- Yayat D. Hadiyat,(2014) Kesenjangan Digital di Indonesia (Studi Kasus di Kabupaten Wakatobi) Jurnal Pekommas, Vol. 17 No. 2, 2014: 81-90 <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/>
- KPPPA : 66,6 persen anak saksikan pornografi di media "online", antara.com KPPPA : 66,6 persen anak saksikan pornografi di media "online" - ANTARA News diakses 10 September 2024
- CNBC Indonesia, “Deretan Fitur Tiktok yang wajib kamu coba” www.cnbcindonesia.com, diakses pada 06 februari 2024
- Dika Shafitri Krisis Identitas: Gen Z dan Pencarian Makna Hidup Krisis Identitas: Gen Z dan Pencarian Makna Hidup - Kompasiana.com diakses 4 September 2024
- Gadgetren, “Apa itu tiktok vidio media sosial” <https://gadgetrencom.cdn.ampproject.org>, diakses pada 06 februari 2024.
- Gen Z Dominan Apa Maknanya Bagi Pendidikan kita?, <https://pskp.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita>, diakses pada 30 november 2023.
- Mengenal Generasi Z dan Karakteristiknya (kompas.com), <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/09/16/205141620/mengenal-generasi-z-dan-karakteristiknya>, diakses pada 30 november 2023.
- Riset APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2024 Didominasi Gen Z, Suara.com Riset APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2024 Didominasi Gen Z (suara.com) diakses pada 04 Agustus 2024.

