

Transformasi Manajemen Pesan Dakwah di Era Digital: Strategi Psikospiritual Menjawab Krisis Generasi Z di Media Sosial

Lis Harmoni^{1*}, M. Dzikri Hidayat², Nazwa Aulia Quthburrohani³, Sabila Maharani⁴, Anita Lutfianti⁵, Fina Alifah Khairunniswah⁶, Aisyah⁷, Siti Musfiroh⁸, Risna Marsellina⁹, Muhamad Akhlisir Rusydi¹⁰, Muhamad Rizky¹¹, TB.Nurwahyu¹²

^{1,2,3,4} Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten, Jl. Jenderal Sudirman No. 30, Panancangan, Cipocok Jaya, Kota Serang
 E-mail: lisharmoni123@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6936>

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 05 Jun 2026

Revised: 11 Jun 2026

Accepted: 17 Jun 2026

Kata Kunci:

Manajemen Dakwah, Generasi Z, Intervensi Psikospiritual, Maqasid al-Syari'ah, Kecemasan Digital.

Keywords:

Dakwah Management, Generation Z, Psychospiritual Intervention, Maqasid al-Syari'ah, Digital Anxiety.



ABSTRACT

Di tengah derasny arus digitalisasi, corak dakwah konvensional yang searah mulai bergeser menuju ruang virtual yang menuntut partisipasi aktif audiens. Berdasarkan penelitian lewat studi kepustakaan berbasis metode kualitatif deskriptif, analisis ini diarahkan untuk mengkonseptualisasikan ulang tata kelola pesan dakwah modern dan memetakan model intervensi psikospiritual Al-Qur'an bagi Generasi Z dalam menghadapi dinamika dunia siber. Hasil analisis menunjukkan adanya dua dimensi penting dalam transformasi pesan dakwah, yakni aspek medium yang memanfaatkan mekanisme algoritma internet, serta aspek esensi yang mengkonversikan pendekatan normatif kaku menjadi lebih kontekstual dan eksistensial melalui kerangka *Maqasid al-Syari'ah*. Pendekatan dakwah yang relevan bagi Generasi Z ini harus bisa mengkombinasikan media kontemporer (video edukatif pendek dan infografis menarik) dengan metode diskusi yang ilmiah dan berorientasi aksi. Lebih jauh, riset ini mengkonstruksi sistem pertahanan psikospiritual lewat lima nilai utama, yaitu dzikir, tawakal, sabar, syukur, dan muraqabah sebagai mekanisme strategi untuk meredam kecemasan digital serta fenomena FOMO di kalangan generasi muda Muslim Indonesia.

Amidst the rapid flow of digitalization, the conventional, one-way da'wah style is shifting toward a virtual space that demands active audience participation. Based on research conducted through a descriptive qualitative literature study, this analysis aims to reconceptualize the governance of modern da'wah messages and map a model of psychospiritual intervention based on the Quran for Generation Z in facing the dynamics of the cyber world. The analysis reveals two important dimensions in the transformation of da'wah messages: the medium aspect, which utilizes internet algorithmic mechanisms, and the essence aspect, which transforms a rigid normative approach into a more contextual and existential one through the Maqasid al-Shari'ah framework. A relevant da'wah approach for Generation Z must be able to combine contemporary media (short educational videos and engaging infographics) with scientific and action-oriented discussion methods. Furthermore, this research constructs a psychospiritual defense system through five core values: dhikr, tawakal (religious devotion), patience, gratitude, and muraqabah (forbearance) as a strategic mechanism to reduce digital anxiety and the FOMO phenomenon among young Indonesian Muslims.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Lis Harmoni, et al. (2026), Transformasi Manajemen Pesan Dakwah di Era Digital: Strategi Psikospiritual Menjawab Krisis Generasi Z di Media Sosial, 4(4). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6936>

PENDAHULUAN

Setiap zaman menghadirkan tantangannya sendiri bagi dakwah Islam. Kondisi sosial yang terus berubah, pergeseran budaya, dan dinamika psikologis masyarakat selalu mewarnai cara dakwah harus

disampaikan dan diterima. Di era sekarang, dua perubahan besar terjadi secara bersamaan: pertama, munculnya Generasi Z sebagai kelompok mad'u dominan yang membawa karakteristik dan kebutuhan spiritual yang berbeda dari generasi sebelumnya; dan kedua, bergesernya ruang dakwah secara masif ke platform digital, khususnya media sosial (Muhtadi, 2018). Dua perubahan ini menuntut para da'i dan pengelola lembaga dakwah untuk melakukan transformasi yang menyeluruh, bukan sekadar memindahkan format dakwah lama ke medium baru.

Generasi Z, yakni mereka yang lahir antara 1997 sampai 2012, adalah generasi pertama yang tumbuh tanpa pernah mengenal dunia sebelum internet. BPS (2020) mencatat bahwa Gen Z berjumlah sekitar 75,49 juta jiwa atau 27,94% dari total penduduk Indonesia menjadikan mereka kelompok demografis terbesar saat ini. Tumbuh dalam lingkungan serba digital memang memberi mereka akses yang luar biasa luas. Namun justru di sinilah letak paradoksnya: semakin kuat koneksi teknologi mereka, semakin dalam pula rasa sepi yang mereka rasakan. American Psychological Association (2023) melaporkan bahwa Gen Z menunjukkan tingkat stres, kecemasan, dan depresi yang lebih tinggi secara signifikan dibandingkan generasi sebelumnya. Kementerian Kesehatan RI (2018) melalui Riskesdas juga mencatat bahwa gangguan mental emosional pada kelompok remaja dan dewasa muda menunjukkan tren yang terus meningkat.

Melihat krisis ini semata dari sudut psikologi klinis sesungguhnya belum cukup. Ada lapisan yang lebih dalam dari sekadar gangguan emosi atau kognitif, yaitu dimensi spiritual yang kerap tidak terucapkan namun sangat terasa. Kondisi inilah yang dikenal sebagai krisis psikospiritual, keadaan di mana tekanan psikologis dan kehilangan arah spiritual datang bersamaan dan saling memperparah. Dalam Islam, kondisi ini berkaitan erat dengan konsep fitrah, yakni dorongan bawaan manusia untuk mengenal dan mendekat kepada Allah SWT. Al-Ghazali dalam Ihya Ulumuddin mengingatkan bahwa jiwa yang tidak terpenuhi fitrahnya akan jatuh pada maradh al-qalb, penyakit hati yang menyentuh sekaligus dimensi psikis dan ruhani seseorang (Al-Ghazali, 1998). Allah SWT menegaskan dalam firman-Nya: 'Ala bidzikrillahi tathmainnul qulub' (QS. Ar-Ra'd: 28).

Di tengah krisis ini, media sosial justru telah menjadi ruang utama di mana Gen Z menghabiskan sebagian besar waktunya. Data We Are Social (2023) menunjukkan rata-rata pengguna internet Indonesia menghabiskan lebih dari tiga jam sehari di media sosial, dengan kelompok usia muda sebagai pengguna paling aktif. Ini sekaligus menjadi peluang besar bagi dakwah: jika dakwah ingin menjangkau Gen Z, maka media sosial adalah medan yang tidak bisa diabaikan. Namun masalahnya, banyak konten dakwah digital yang masih menggunakan pendekatan konvensional yang tidak dirancang untuk merespons kebutuhan psikospiritual khas Gen Z (Romli, 2018). Akibatnya, pesan dakwah hadir di ruang yang tepat namun dengan cara yang kurang tepat.

Dari sinilah muncul kebutuhan untuk mengkaji secara serius bagaimana manajemen pesan dakwah harus bertransformasi agar benar-benar efektif menjangkau dan menyentuh Gen Z di media sosial. Frankl (1985) mengingatkan bahwa manusia yang kehilangan makna hidupnya akan mudah jatuh ke dalam kekosongan eksistensial. Sementara Erikson (1968) menegaskan bahwa masa remaja dan dewasa awal adalah periode paling kritis pembentukan identitas. Dua kondisi ini bertemu pada Gen Z, dan dakwah memiliki potensi besar untuk hadir sebagai jawaban jika pengelolaannya dilakukan dengan tepat. Sebagaimana ditegaskan Shihab (2007), dakwah yang efektif adalah dakwah yang mampu berbicara sesuai kebutuhan terdalam manusia di zamannya.

Kajian ini menjadi penting untuk dilakukan mengingat posisi strategis Gen Z sebagai kelompok Muslim terbesar yang tengah membentuk identitas keislamannya di tengah kondisi psikospiritual yang rentan. Tanpa respons dakwah yang tepat sasaran, dua risiko besar mengintai secara bersamaan: generasi ini bisa menjauh dari agama, atau justru terjatuh pada pemahaman keagamaan yang sempit dan ekstrem sebagai pelarian dari kekosongan batin yang mereka rasakan. Keduanya merupakan ancaman nyata bagi keberlangsungan Islam moderat di Indonesia (Aziz, 2009). Di sisi yang lain, WHO (2022) memproyeksikan bahwa depresi akan menjadi kontributor terbesar beban penyakit global pada tahun 2030, dengan kelompok usia muda sebagai yang paling rentan. Ini menegaskan bahwa merespons krisis psikospiritual Gen Z bukan semata tugas psikolog atau konselor klinis, melainkan juga tanggung jawab da'i dan pengelola konten dakwah yang bergerak di ruang digital setiap harinya (Yusuf, 2004). Secara keilmuan, kajian manajemen pesan dakwah di Indonesia pun belum banyak yang membahas strategi transformasi dari model konvensional ke digital dengan menjadikan dimensi psikospiritual mad'u sebagai variabel utama, sehingga kekosongan ini mendesak untuk diisi.

Meskipun kajian tentang dakwah digital dan Gen Z sudah mulai bermunculan, penelusuran literatur menunjukkan bahwa sebagian besar penelitian masih berfokus pada dimensi teknis seperti pemilihan platform, format konten, dan jangkauan pesan tanpa menyentuh pertanyaan yang lebih mendasar tentang bagaimana pesan dakwah digital dapat dirancang untuk merespons kebutuhan psikospiritual Gen Z secara spesifik (Romli, 2018). Di samping itu, dakwah konvensional dan dakwah digital masih sering dibahas secara terpisah tanpa mengkaji proses transformasinya secara menyeluruh, termasuk elemen-elemen mana yang harus dipertahankan dan mana yang perlu disesuaikan ketika dakwah bergerak dari mimbar ke layar gawai (Amin, 2016). Yang tak kalah penting, sebagian besar kajian dakwah digital masih bertumpu pada kerangka teori komunikasi Barat tanpa mengintegrasikan konsep-konsep Islam seperti fitrah, tazkiyatun nafs, dan hikmah sebagai landasan strategi, padahal justru dari sinilah kekuatan dakwah yang otentik seharusnya dibangun (Nashori, 2010). Celah-celah inilah yang mendorong kajian ini untuk hadir sebagai upaya mengisi kekosongan tersebut secara sistematis dan integratif.

Bertolak dari keseluruhan persoalan di atas, artikel ini bertujuan untuk mengkaji dan memetakan bagaimana transformasi manajemen pesan dakwah berlangsung dari model konvensional menuju model digital yang adaptif di media sosial. Lebih jauh, artikel ini juga berupaya mengidentifikasi elemen-elemen kunci dalam pengelolaan pesan dakwah yang efektif untuk konteks media sosial masa kini, sekaligus merumuskan strategi yang dapat digunakan da'i atau pengelola konten dakwah dalam menyentuh dimensi psikospiritual audiens Gen Z sebagai panduan praktis yang berakar pada nilai-nilai Islam dan pemahaman psikologis yang kontekstual.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur integratif (*integrative literature review*) untuk menganalisis transformasi manajemen pesan dakwah dalam menjawab kebutuhan psikospiritual Generasi Z di media sosial. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan kami mengintegrasikan berbagai macam teori, hasil penelitian, dan perspektif akademik dari bidang manajemen dakwah, komunikasi digital, dan psikologi sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

Data penelitian diperoleh dari sumber-sumber literatur yang relevan, meliputi artikel jurnal nasional dan internasional, buku ilmiah, serta dokumen akademik lainnya yang membahas tentang dakwah digital, media sosial, karakteristik Generasi Z, dan kebutuhan psikospiritual. Penelusuran literatur dilakukan melalui basis data akademik seperti *Google Scholar*, dengan menggunakan kata kunci: manajemen dakwah, dakwah digital, generasi Z, media sosial, dan kebutuhan psikospiritual.

Proses penelitian dilakukan melalui beberapa tahap, diantaranya:

1. Tahap Pertama: Identifikasi dan pengumpulan literatur yang relevan berdasarkan topik penelitian.
2. Tahap Kedua: Seleksi literatur berdasarkan kriteria inklusi, yaitu publikasi yang membahas tentang dakwah di media digital, karakteristik Generasi Z, serta aspek psikologis dan spiritual dalam penggunaan media sosial.
3. Tahap Ketiga: Pengkajian dan ekstraksi data dari setiap sumber yang terpilih.
4. Tahap Keempat: Analisis dan sintesis temuan untuk menemukan pola, tema, dan hubungan antar konsep yang berkaitan dengan transformasi manajemen pesan dakwah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Dakwah Konvensional Ke Digital

Dakwah sebagai aktivitas komunikasi keagamaan telah mengalami pergeseran paradigma yang signifikan seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pada model konvensional, dakwah berlangsung secara monologis dan terbatas pada ruang-ruang fisik seperti masjid, majelis taklim, dan lembaga pendidikan formal. Dalam model ini, pesan dakwah mengalir satu arah dari da'i kepada mad'u tanpa adanya ruang interaksi yang memadai, sehingga efektivitasnya sangat bergantung pada kehadiran fisik audiens dan otoritas personal sang da'i.¹

¹Hijrayanti Sari, Mahmuddin, dan Firdaus Muhammad, Transformasi Dakwah di Era Digital: Tantangan dan Pendekatan Efektif bagi Generasi Z Indonesia, *Cendekia: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah* (Januari 2026), hlm. 3.

Pergeseran menuju era digital membawa konsekuensi mendasar bagi tata kelola pesan dakwah. Rizal Fahmi dan Ulil Azmi mencatat bahwa terjadi transformasi nyata dari dakwah monolog-konvensional menuju dakwah digital-partisipatif, di mana platform seperti TikTok dan Instagram menjadi medium utama penyampaian pesan keagamaan.² Transformasi ini bukan semata perpindahan medium, melainkan perubahan menyeluruh pada logika komunikasi dakwah, dari *push communication* (pesan didorong ke audiens) menjadi *pull communication* (audiens secara aktif mencari dan mengonsumsi konten dakwah sesuai kebutuhan mereka).

Dalam perspektif manajemen, transformasi ini menuntut penerapan fungsi-fungsi manajerial yang lebih terstruktur dan adaptif. Perencanaan pesan dakwah tidak lagi cukup bersandar pada intuisi da'i, melainkan harus mempertimbangkan karakteristik platform, algoritma distribusi konten, dan pola konsumsi audiens digital. Hijrayanti Sari, Mahmuddin, dan Firdaus Muhammad menegaskan bahwa pendekatan dakwah di era ini harus bersifat dialogis, partisipatif, dan berbasis keteladanan (*uswah*), sebagai respons atas karakteristik Generasi Z yang mereka sebut *figital*, yakni generasi yang tidak lagi membedakan ruang digital dan fisik dalam kehidupan sehari-harinya.³

Lebih jauh, transformasi manajemen pesan dakwah juga mencakup dimensi substansial, bukan hanya teknis. Rois Wicaksono mengusulkan strategi *framing* berbasis *Maqasid al-Syari'ah* sebagai kerangka transformasi substantif, di mana nilai-nilai Islam yang semula dikomunikasikan dalam diksi normatif-hukum direkonstruksi menjadi diksi eksistensial yang menyentuh psikologi audiens muda.⁴ Contoh konkretnya adalah reframing zakat bukan sekadar kewajiban syariat, melainkan sebagai *social empathy system* yang relevan dengan kesadaran sosial Generasi Z. Pendekatan ini menunjukkan bahwa transformasi manajemen pesan dakwah yang sesungguhnya beroperasi pada dua lapis sekaligus: lapis medium (bagaimana pesan disampaikan) dan lapis makna (bagaimana pesan dikonstruksi).

Proses transformasi ini juga tidak dapat dilepaskan dari prinsip-prinsip dakwah yang telah digariskan Al-Qur'an. Analisis terhadap Q.S. An-Nahl: 125 mengingatkan bahwa dakwah yang otentik bertumpu pada tiga prinsip:

1. *Bil-hikmah* (kebijaksanaan kontekstual).
2. *Mauidzah hasanah* (nasihat yang baik).
3. *Mujadalah bil-ahsan* (diskusi yang santun).⁵

Ketiga prinsip ini sejatinya adalah kerangka manajemen pesan yang telah ada dalam tradisi Islam jauh sebelum era digital, dan kini menemukan relevansinya kembali dalam konteks komunikasi berbasis media sosial yang menuntut kepekaan, kontekstualisasi, dan dialog.

Adaptasi model dakwah ke ruang digital juga mendorong lahirnya kolaborasi lintas generasi dalam pengelolaan pesan. Fahmi dan Azmi mencatat praktik kolaboratif di mana penyuluh senior berperan menjaga substansi dan otentisitas pesan, sementara penyuluh muda mengelola aspek teknis dan estetika digital.⁶ Model kolaborasi ini merupakan wujud nyata dari manajemen sumber daya manusia dalam dakwah, sebuah dimensi yang kerap luput dari perhatian kajian dakwah, namun krusial bagi keberlanjutan dan kualitas pesan yang disampaikan.

Dengan demikian, transformasi manajemen pesan dakwah dari model konvensional menuju model digital bukan sekadar adopsi teknologi baru, melainkan sebuah restrukturisasi menyeluruh yang menyentuh aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi pesan. Keberhasilan transformasi ini mensyaratkan da'i dan pengelola konten dakwah untuk menguasai tidak hanya substansi keagamaan, tetapi juga literasi digital, pemahaman psikografi audiens, dan kemampuan manajemen pesan yang responsif terhadap dinamika ekosistem media sosial yang terus berubah.

Elemen Kunci Manajemen Pesan Dakwah di Media Sosial

Urgensi Aktualisasi Dakwah di Ruang Siber Arus disrupsi teknologi informasi memaksa metode syiar agama konvensional untuk bermigrasi ke ruang digital agar menjadi lebih adaptif, responsif, dan

²Rizal Fahmi dan Ulil Azmi, *Digitalisasi Dakwah: Transformasi Strategi Pembinaan Keagamaan Remaja Melalui Media Sosial di KUA Kecamatan Penanggalan, Al-Isyraq: Media Dakwah dan Kepenyuluhan Islam* (Januari 2026), hlm. 5.

³Sari, Mahmuddin, dan Muhammad, *Transformasi Dakwah di Era Digital*, hlm. 4.

⁴Rois Wicaksono, *Strategi Dakwah Framing Berbasis Maqashid Syariah: Transformasi Nilai Rukun Islam sebagai Kebutuhan Spiritual bagi Gen Z dan Milenial*, (Desember 2025), hlm. 7.

⁵Lis Harmoni, Siti Aisyah, dan Iqbal, *Tujuan Universal Dakwah Islamiyah: Telaah Maqasidi Terhadap Q.S. An-Nahl 125 dan Q.S. Yusuf 108*, hlm. 2.

⁶Fahmi dan Azmi, *Digitalisasi Dakwah*, hlm. 6.

mampu menembus batas geografis secara seketika. Transformasi ini menuntut para dai untuk tidak hanya menguasai dalil keagamaan, melainkan juga tanggap terhadap aspek sosiologis serta perilaku netizen. Generasi muda saat ini menghendaki model komunikasi keagamaan yang bersifat dua arah, dikemas secara kreatif, serta kontekstual terhadap persoalan riil kehidupan mereka. Oleh sebab itu, tata kelola dakwah saat ini memerlukan rancangan yang tidak sekadar teknis, tetapi juga visioner dan strategis.

Tiga Pilar Utama Tata Kelola Pesan Dakwah Digital Keberhasilan penyampaian pesan keagamaan di dunia maya sangat ditentukan oleh efektivitas pengelolaan tiga elemen fundamental berikut:

Tata Kelola Media Sosial secara Proporsional.

1. Karakteristik Mekanisme Platform: Tiap aplikasi digital memiliki ekosistem, segmentasi, dan sistem algoritma yang unik. Pengemasan pesan harus disesuaikan dengan media yang digunakan. TikTok optimal untuk tayangan visual pendek berdurasi singkat, Instagram prima untuk infografis atau konten reels, sedangkan YouTube lebih tepat untuk ulasan materi keagamaan yang komprehensif.
2. Kedisiplinan Teknis: Optimalisasi performa akun menuntut pemahaman terhadap jam tayang utama (*prime time*), kontinuitas dalam mengunggah materi, serta penyematan tagar yang presisi demi mendongkrak jangkauan konten.
3. Reputasi Digital (Personal Branding): Media digital berperan besar dalam membentuk citra seorang mubaligh. Sosok dai yang menampilkan pembawaan sejuk, menawarkan solusi, serta akomodatif terhadap perbedaan akan lebih mudah diterima oleh masyarakat siber yang majemuk.

Rekayasa Konten Kreatif dan Estetika Visual.

1. Siasat Terhadap Keterbatasan Atensi: Karakteristik pengguna media sosial cenderung memiliki daya fokus yang sangat singkat, sehingga teks yang terlalu panjang atau kutipan kaku tanpa sentuhan seni biasanya akan diabaikan. Tantangannya adalah meramu esensi ajaran agama yang mendalam menjadi ulasan yang ringkas namun tetap substantif.
2. Metode Pendekatan Naratif: Penerapan teknik bercerita (*storytelling*) yang dikorelasikan dengan dinamika problematika sehari-hari seperti yang dipraktikkan dalam akun Instagram Ustadz Sahar Alfataharm membuat pesan keagamaan terasa lebih membumi dan akrab.
3. Visualisasi Konten & Sinergi Tim: Penyajian lewat grafis, animasi interaktif, maupun motion graphic sangat membantu audiens mencerna hukum-hukum agama yang rumit (seperti aturan fiqih muamalah). Fenomena ini menegaskan bahwa kolaborasi antara ulama dengan para kreator konten, editor, serta desainer grafis kini menjadi sebuah keniscayaan.

Ruang Interaktif dan Komunikasi Dua Arah.

1. Dialog berkelanjutan secara Teman Nyata (*Real-Time*), berbeda dengan khotbah satu arah di mimbar fisik, media online memfasilitasi komunikasi timbal balik. Dai dapat merespons langsung umpan balik, pertanyaan, bahkan kritik dari publik melalui kolom opini, pesan privat, maupun sesi interaksi langsung (*live*).
2. Wadah Komunitas Virtual (Digital Ummah): Pemanfaatan saluran digital (grup WhatsApp, Telegram, atau forum diskusi) mampu mengikat jemaah menjadi sebuah ekosistem belajar yang solid. Ruang ini menjadi alternatif pembinaan spiritual yang fleksibel bagi generasi muda yang cenderung enggan mendatangi majelis taklim konvensional.
3. Legitimasi dan Otoritas Keilmuan: Responsif dalam menjawab persoalan umat serta bijak dalam mengulas isu-isu kontemporer berlandaskan argumentasi ilmiah akan memperkuat kredibilitas dan kepercayaan publik terhadap kompetensi sang pendakwah

Taktik Distribusi Pesan Lintas Platform (*Multi-Platform Strategy*) Sinergitas Saluran Konten manajemen dakwah dapat memotong ulasan panjang dari YouTube menjadi cuplikan video vertikal satu menit untuk disebar di TikTok atau Instagram Reels. Di akhir video, penonton diarahkan untuk menyimak versi lengkapnya di kanal utama melalui tautan ringkas. Manajemen Berbasis Data (*Audience Insights*) Penyusunan pesan tidak boleh hanya bersandar pada asumsi subjektif. Pendakwah masa kini harus jeli membaca data analitik digital seperti tingkat keterlibatan pengguna (*engagement rate*), demografi umur, persebaran wilayah, dan pola waktu aktif netizen agar materi yang diproduksi tepat sasaran.

Pemetaan Hambatan Dakwah di Era Disrupsi Kendala Literasi Teknologi (*Digital Literacy Gap*) Terdapat jurang pemisah di mana banyak dai yang memiliki kedalaman ilmu agama luar biasa, namun gagap dalam mengoperasikan perangkat digital, aplikasi penyuntingan gambar atau video, maupun

membaca pola algoritma platform. Akibatnya, produk dakwah yang dihasilkan terlihat seadanya dan kalah bersaing dengan konten hiburan modern. Resistensi Terhadap Modernisasi Metode, Sebagian kalangan masih memandang skeptis pemanfaatan media sosial untuk urusan agama. Muncul kekhawatiran bahwa penyederhanaan pesan di platform digital (seperti konten durasi pendek) dapat mendegradasi kesakralan dan memicu kedangkalan pemahaman agama. Namun, penyesuaian ini sejatinya merupakan ijtihad metode agar ruang digital tidak dimonopoli oleh narasi yang menyimpang.

Ancaman Hoaks dan Fenomena "Mubaligh Instan": Karakteristik algoritma internet cenderung menaikkan konten yang memicu emosi tinggi dan kontroversial agar viral. Hal ini berdampak pada substansinya misinformasi, pengutipan hadis palsu, serta mencuatnya figur keagamaan karbitan yang tidak memiliki rekam jejak pendidikan agama formal namun memiliki pengaruh masif di media sosial.⁷

Media Dakwah untuk Generasi Z (Wasilah) Selama ini, aktivitas dakwah sering kali terjebak dalam pola yang monoton, searah, dan kurang memanfaatkan potensi internet secara maksimal. Hal ini bisa dimaklumi karena generasi terdahulu seperti Baby Boomers, Gen X, dan Milenial tidak tumbuh besar bersama internet, sehingga pilihan medianya pun terbatas. Namun, situasinya berbeda bagi Generasi Z yang lahir dan tumbuh di tengah pesatnya teknologi digital. Menyuaikan Gen Z dengan media dakwah yang jadul justru akan membuat pesan agama terasa kuno, membosankan, dan akhirnya diabaikan. Oleh karena itu, dibutuhkan inovasi media yang lebih kekinian dan relevan dengan dunia mereka.

Dakwah saat ini wajib mengoptimalkan berbagai platform digital, khususnya media sosial. Bagi Gen Z, media sosial bukan sekadar tempat mencari hiburan, melainkan juga ruang utama untuk menyerap informasi. Kehadiran konten dakwah yang ramah digital menjadi sangat strategis untuk membendung gempuran ideologi yang berseberangan dengan nilai Islam seperti liberalisme, hedonisme, dan ateisme yang marak di internet. Sebagai alternatif, konten Islam yang rasional dan mudah diakses harus tersedia di berbagai platform digital. Berikut adalah beberapa pilihan media yang bisa dioptimalkan untuk merangkul Gen Z, Media Sosial (X/Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, & Threads): Memanfaatkan format yang sangat disukai Gen Z, seperti video pendek kreatif (TikTok dan Instagram Reels), infografis estetik, konten carousel, serta story yang interaktif. Sementara platform X (Twitter) dapat digunakan untuk membuat utas (thread) pendek dan ruang diskusi terbuka mengenai berbagai isu sosial dari sudut pandang Islam.

Video YouTube Berdurasi Panjang: YouTube tetap bisa digunakan, namun formatnya harus diubah. Hindari sekadar mengunggah rekaman kajian offline karena itu tidak mengubah esensi dakwah konvensional. Konten YouTube untuk Gen Z harus dikemas modern melalui teknik storytelling, visual podcast, atau kajian kasual yang interaktif. Selain itu, aspek produksinya harus digarap serius: visual wajib jernih dengan pencahayaan yang estetik, serta audio yang bersih, bebas gangguan (noise), dan nyaman didengar. Aplikasi Mobile (Android & iOS): Memanfaatkan aplikasi yang mempermudah Gen Z mengakses konten keagamaan kapan saja. Beberapa contoh platform yang sudah berjalan dengan baik antara lain Muslim Pro, Umma, Halo Ustad, NU Online, dan sejenisnya.

Teknologi Masa Depan (*Virtual Reality & Metaverse*): Menatap masa depan, pemanfaatan VR dan metaverse patut dipertimbangkan sebagai ruang baru untuk menggelar diskusi dan kajian keagamaan yang interaktif dan imersif.

Metode Dakwah untuk Generasi Z (*Thariqah*): Pilihan media yang modern tentu harus diimbangi dengan metode (approach) yang tepat. Jika medianya sudah berbasis internet, maka pendekatan yang digunakan pun harus seirama dengan gaya hidup digital dan pola pikir kritis Gen Z. Beberapa karakteristik metode dakwah yang efektif untuk Gen Z antara lain:

Komunikasi Dua Arah dan Dialogis: Gen Z kurang tertarik dengan ceramah satu arah yang menggurui. Mereka lebih menyukai ruang diskusi dan dialog terbuka yang memberi mereka kesempatan untuk bertanya, berpendapat, dan mengupas topik keagamaan secara mendalam. Pendekatan dakwah yang mampu memfasilitasi kebutuhan ini serta menjawab keraguan mereka secara logis dan ilmiah akan jauh lebih dihargai.

Berbasis Fakta dan Ilmiah: Karena sangat kritis, Gen Z terbiasa melakukan verifikasi informasi (fact-checking). Oleh sebab itu, materi dakwah yang disampaikan harus didukung oleh bukti ilmiah dan fakta yang valid agar lebih meyakinkan.

⁷ Dakwah Yang, Efektif Di, and E R A Digital, 01.02 (2025), 86–92.

Kontekstual dengan Isu Global: Melalui gawai mereka, Gen Z memiliki kepedulian yang tinggi terhadap isu-isu dunia seperti keadilan sosial, kesehatan mental, perubahan iklim, dan kesetaraan gender. Dakwah akan terasa lebih nyata dan relevan jika mampu mengaitkan ajaran Islam sebagai solusi atas masalah-masalah kontemporer tersebut.

Aktivisme dan Aksi Nyata: Gen Z sangat menyukai gerakan yang membawa dampak nyata. Oleh karena itu, metode dakwah yang melibatkan mereka dalam aksi sosial, kemanusiaan, atau pelestarian lingkungan akan jauh lebih memikat. Melalui kontribusi nyata ini, mereka dapat menemukan makna hidup sekaligus memperdalam nilai-nilai spiritual mereka.

Efek yang Diharapkan dari Dakwah untuk Gen Z (Atsar): Melalui integrasi strategi dakwah yang komprehensif mulai dari kesiapan dai, bobot materi, kesesuaian media, hingga ketepatan metode diharapkan pesan Islam dapat memenangkan hati Gen Z. Strategi ini ditargetkan mampu menghasilkan beberapa dampak positif (atsar) sebagai berikut: Pemahaman Agama yang Kritis dan Rasional: Gen Z diharapkan dapat memahami ajaran Islam secara logis dan ilmiah, bukan sekadar doktrin dogmatis yang kaku, sehingga agama benar-benar menjadi kompas hidup yang mampu menjawab tantangan zaman. Karakter yang Inklusif dan Toleran: Dakwah yang terbuka diharapkan dapat melahirkan generasi yang menghargai keberagaman budaya, agama, dan ideologi, serta menjunjung tinggi nilai kemanusiaan tanpa menggadaikan prinsip dasar akidah.

Aktivisme Sosial Islami: Mendorong lahirnya aksi nyata di masyarakat, di mana Gen Z bergerak aktif memelopori kegiatan kemanusiaan, menjaga kelestarian lingkungan, dan memperjuangkan keadilan yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Pemanfaatan Teknologi secara Positif: Menjadikan Gen Z sebagai penggerak konten positif di ruang digital, yang aktif menyebarkan syiar Islam sekaligus membendung narasi negatif seperti liberalisme ekstrem, hedonisme, dan ateisme Partisipasi Aktif dalam Diskusi Keagamaan: Menumbuhkan minat Gen Z untuk terus mengeksplorasi ilmu agama melalui ruang-ruang diskusi yang sehat, terbuka, dan mencerahkan. Penguatan Akhlak dan Kepribadian Islami: Sebagai tujuan jangka panjang, dakwah yang relevan ini diharapkan mampu meningkatkan moralitas, memperbaiki perilaku, serta membentuk pribadi Gen Z yang taat dalam beribadah dan berkarakter mulia dalam kehidupan sehari-hari.⁸

Psikospiritual da'i untuk Gen Z

Konsep tawakkal atau penyerahan diri kepada Allah merupakan elemen kedua yang sangat penting dalam menangani kecemasan berlebihan yang disebabkan oleh FOMO serta tekanan untuk terus terhubung dalam dunia digital. Dalam QS. Al-Anbiya [21]: 90, diceritakan mengenai Nabi Zakaria yang merasakan kecemasan yang mendalam mengenai masa depannya, tetapi dapat mengelola kecemasan ini lewat doa kepada Allah dengan penuh keyakinan, kecemasan yang dihadapi dengan tawakkal, dan sikap yang khusyuk. Penelitian menunjukkan bahwa tawakkal dan dzikir terbukti bisa memberikan ketenangan serta membantu orang menghadapi tantangan dalam hidup dengan cara pandang yang lebih positif (Ismiati, 2024). Dalam dunia digital, tawakkal membantu Generasi Z untuk melepaskan obsesi terhadap kontrol citra diri di dunia maya dan mengurangi ketakutan akan penilaian negatif dari audiens digital, serta mengurangi dorongan untuk terus menerus memeriksa notifikasi dan pembaruan di media sosial. Sabr, yang berarti kesabaran, sebagai pilar ketiga sangat penting dalam membangun ketahanan mental saat menghadapi tekanan digital dalam jangka panjang. Al-Qur'an tidak hanya menjelaskan tentang sabr secara teori, tetapi juga menghadirkan contoh nyata melalui kisah para nabi yang menghadapi berbagai bentuk kesulitan dengan sikap sabar. Sabr dalam konteks tekanan algoritma digital mencakup kemampuan untuk menahan diri dari kecanduan digital, bersabar dalam menghadapi FOMO, bersabar dalam proses penyembuhan dari dampak digital, dan bersabar saat membangun kebiasaan digital yang lebih sehat. Penelitian menunjukkan bahwa sabr, bersamaan dengan tawakkal dan rasa syukur, merupakan cara efektif untuk mengatasi stres serta kecemasan di berbagai situasi (Kholiq, 2024). Bagi Generasi Z yang terbiasa dengan keinginan instan melalui teknologi, pengembangan sabr menjadi narasi yang penting untuk melawan budaya gratifikasi instan yang didorong oleh algoritma media sosial. Syukur sebagai pilar keempat berfungsi sebagai lawan dari perbandingan sosial negatif yang muncul akibat penggunaan media sosial. Konten di media sosial yang menampilkan kehidupan terbaik seseorang menciptakan standar yang tidak realistis dan menghasilkan perasaan ketidakpuasan terhadap kehidupan pribadi. Psikologi syukur menurut Al-Qur'an dan psikologi positif menunjukkan bahwa praktik

⁸ erdin Sumardianto, *Dakwah Kepada Gen Z: Tinjauan Komponen Manajemen Dakwah*, 3 (2025), 67–84.
<https://doi.org/10.55372/tanzhim.v3i1.39>.

bersyukur secara teratur dapat meningkatkan kebahagiaan sejati dan menurunkan kecenderungan untuk melakukan perbandingan sosial yang merugikan (Nawawi, 2021). Dalam QS. Ibrahim [14]: 7, dinyatakan bahwa rasa syukur akan meningkatkan nikmat, sementara ketidaksyukuran akan mendatangkan azab. Dalam konteks digital, syukur membantu Generasi Z untuk mengembangkan rasa apresiasi terhadap kenyataan hidup.

Kehidupan mereka tidak perlu dibandingkan terus-menerus dengan sorotan kehidupan orang lain di media sosial. Muraqabah (kesadaran akan pengawasan Allah) sebagai pilar kelima memberikan kontrol internal yang kuat terhadap perilaku digital. Ide muraqabah mengajarkan bahwa Allah senantiasa memantau setiap tindakan manusia, termasuk aktivitas di dunia maya. Kesadaran ini menciptakan pengawasan diri yang lebih baik dibandingkan dengan kontrol yang datang dari luar, karena berasal dari internalisasi nilai-nilai spiritual yang mendalam. Untuk Generasi Z yang terpapar oleh konten digital tanpa batas, muraqabah berfungsi sebagai penyaring internal untuk memilih konten yang bermanfaat dan menghindari yang bisa merugikan kesehatan mental dan spiritual. Penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan spiritualitas memiliki hubungan positif dengan kesehatan mental yang lebih baik, terutama melalui mekanisme seperti muraqabah yang membantu membentuk kesadaran diri dan pengaturan emosi yang lebih baik (Wahyuningsih, 2008).

Penyatuan kelima pilar ini ke dalam model intervensi psikospiritual menghasilkan pendekatan yang menyeluruh dan utuh. Model ini tidak hanya berfokus pada penghentian perilaku tidak sehat (seperti kecanduan digital), tetapi juga pada pengembangan mekanisme coping positif, peningkatan ketahanan mental, dan pertumbuhan spiritualitas yang memberi makna lebih dalam pada hidup. Pendekatan integratif ini sejalan dengan temuan penelitian mengenai kombinasi neurofeedback dan dzikir dalam terapi dukungan untuk depresi remaja, yang menunjukkan bahwa penggabungan intervensi neurologis dan spiritual dapat memberikan hasil yang lebih baik daripada pendekatan tunggal (Suwito et al. , 2024).

Pelaksanaan praktis model ini dapat dilakukan melalui modul pelatihan yang terstruktur dan disesuaikan dengan karakteristik Generasi Z. Modul pertama berfokus pada pendidikan tentang cara kerja algoritma digital dan dampaknya terhadap kesehatan mental, dikombinasikan dengan pengenalan perspektif kesehatan mental menurut Al-Qur'an. Modul kedua mengajarkan praktik dzikir sebagai metode digital detox spiritual, dengan petunjuk yang jelas mengenai kapan dan bagaimana melakukan dzikir di tengah aktivitas digital. Modul ketiga membantu membangun kemampuan tawakkal melalui latihan kognitif-behavioral yang mengintegrasikan doa dan penyerahan diri kepada Allah saat menghadapi kecemasan digital. Modul keempat mengembangkan sabar melalui tantangan bertahap untuk mengurangi waktu penggunaan layar dan membentuk kebiasaan digital yang lebih sehat. Modul kelima melatih rasa syukur melalui jurnal harian yang terfokus pada hal-hal positif dalam kehidupan nyata, bukan di dunia maya. Modul keenam mengintegrasikan muraqabah dalam setiap aktivitas digital sebagai bentuk pengawasan diri yang berkelanjutan.

Validasi model ini didukung oleh berbagai penelitian empiris yang menunjukkan efektivitas intervensi berbasis spiritualitas Islam dalam kesehatan mental. Penelitian yang meneliti pengaruh dzikir terhadap kesehatan mental remaja putri di pondok pesantren menunjukkan adanya efek positif sebesar 17,2%, meskipun faktor lain juga memiliki pengaruh signifikan (82,8%), yang menunjukkan perlunya pendekatan multifaktorial dalam intervensi kesehatan mental (CORE, 2016). Studi tentang digital detox pada generasi Milenial dan Gen Z menunjukkan bahwa jeda dari media sosial dapat mengurangi tingkat kecemasan.

Meningkatkan kualitas tidur, memperbaiki konsentrasi dan ketenangan pikiran, serta membuka peluang untuk interaksi sosial yang lebih bermakna secara langsung (Ambarsari et al. , 2025). Ketika intervensi digital detox digabungkan dengan praktik spiritual seperti dzikir, hasilnya dapat lebih baik karena mengisi kekosongan psikologis yang terjadi saat menjauh dari stimulasi digital dengan aktivitas spiritual yang berfungsi memberikan makna dan ketenangan. Namun, penerapan model ini juga mengalami berbagai tantangan yang perlu dihadapi. Tantangan pertama adalah penolakan dari generasi digital terhadap metode yang dianggap terlalu religius atau klasik. Untuk mengatasi hal tersebut, model perlu disajikan dengan bahasa dan media yang akrab bagi Generasi Z, seperti aplikasi seluler, video pendek, infografis interaktif, dan elemen gamifikasi dalam proses bimbingan. Tantangan kedua adalah ketidakselarasan antara pemahaman teori dan praktik yang berkelanjutan, mengingat Generasi Z cenderung menginginkan hasil cepat sementara pengembangan spiritualitas membutuhkan ketekunan jangka panjang. Solusinya adalah dengan menciptakan sistem penghargaan intrinsik yang memberikan

umpan balik positif segera setelah praktik spiritual dilaksanakan dan membangun komunitas dukungan yang memperkuat secara sosial. Tantangan ketiga adalah variasi tingkat religiusitas di kalangan Generasi Z yang memengaruhi penerimaan terhadap intervensi yang didasarkan pada Al-Qur'an. Oleh karena itu, model perlu dirancang secara fleksibel dengan pendekatan bertahap yang dimulai dari aspek psikologis yang bersifat universal sebelum menjangkau dimensi spiritual yang lebih dalam.

Kelebihan utama model ini dibandingkan dengan metode psikologis tradisional terletak pada integrasinya yang menyeluruh antara aspek kognitif, afektif, perilaku, dan spiritual. Sementara terapi kognitif-perilaku (CBT) terfokus pada perubahan pola pikir dan perilaku, serta terapi berbasis mindfulness berfokus pada kesadaran di saat ini, model intervensi psikospiritual berbasis tafsir ini menggabungkan semua elemen tersebut dalam kerangka nilai-nilai spiritual yang memberikan makna yang lebih tinggi. Dzikir tidak hanya berfungsi sebagai praktik mindfulness, melainkan juga sebagai koneksi vertikal dengan Tuhan yang memberikan kekuatan dan ketenangan yang melampaui diri sendiri. Tawakkal tidak hanya mengurangi kecemasan, tetapi juga membangun keyakinan mendalam terhadap rencana Allah yang lebih besar dari apa yang diinginkan manusia. Sabr tidak hanya melatih kontrol diri, tetapi juga mengembangkan perspektif jangka panjang tentang kehidupan yang melampaui kebutuhan sesaat. Syukur tidak hanya meningkatkan perasaan positif, tetapi juga membangkitkan kesadaran spiritual tentang berkah Allah. Muraqabah tidak hanya membentuk pengendalian diri, tetapi juga menumbuhkan kesadaran etis yang dalam mengenai tanggung jawab di hadapan Allah.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa model intervensi psikospiritual berbasis tafsir memiliki keunggulan yang relevan untuk masyarakat Indonesia yang mayoritas Muslim. Pendekatan yang berlandaskan nilai-nilai Islam memiliki relevansi sosio-kultural yang tinggi dan dapat lebih mudah diterima oleh target audiens dibandingkan dengan pendekatan yang berasal dari budaya Barat. Generasi Z Muslim Indonesia masih memiliki keterikatan yang kuat terhadap identitas keislaman mereka, meskipun praktik ibadah mereka mungkin berbeda-beda. Model ini memanfaatkan keterikatan tersebut sebagai titik awal untuk membangun kesehatan mental yang lebih baik, dengan menggunakan bahasa spiritual yang sudah akrab dan berarti bagi mereka.

Tafsir sebagai Intervensi Psikospiritual: Model Bimbingan Qur'ani untuk Generasi Z yang rentan terhadap tekanan algoritma digital kedepannya, pendekatan ini bisa ditingkatkan lebih lanjut melalui penelitian eksperimental yang menilai efektivitasnya secara kuantitatif menggunakan desain pre-test post-test control group, serta penelitian longitudinal yang mengikuti dampak jangka panjang dari intervensi terhadap kesehatan mental dan perilaku digital Generasi Z. Pengembangan platform digital yang berbasis model ini juga merupakan kesempatan untuk memperluas akses dan skala intervensi, mengingat Generasi Z lebih akrab dengan pembelajaran yang menggunakan teknologi. Kerja sama dengan institusi pendidikan Islam, pondok pesantren, organisasi pemuda Muslim, dan pusat konseling dapat memperluas penerapan model ini di berbagai lingkungan.

Secara keseluruhan, kajian ini memberikan sumbangan penting dalam menghubungkan warisan tafsir klasik dan modern dengan tantangan kesehatan mental di era digital. Model intervensi psikospiritual yang berbasis tafsir ini tidak hanya memperkaya studi tafsir dengan penerapan praktis yang responsif terhadap isu terkini, tetapi juga menghadirkan solusi alternatif yang holistik dan kontekstual untuk isu kesehatan mental Generasi Z di Indonesia. Dengan menggabungkan kebijaksanaan Al-Qur'an, pemahaman mendalam mengenai dinamika psikologis, dan analisis yang tajam terhadap fenomena digital, model ini menciptakan peluang baru untuk pengembangan intervensi kesehatan mental yang berlandaskan nilai-nilai spiritual Islam yang ilmiah, aplikatif, dan transformatif.⁹

SIMPULAN

Transformasi manajemen pesan dakwah di era digital kini bergeser dari metode konvensional satu arah menuju pendekatan yang lebih dinamis dan kreatif. Di tengah pesatnya perkembangan media sosial, para pendakwah dan lembaga keagamaan dituntut untuk mampu mengemas konten secara visual, interaktif, dan adaptif terhadap platform yang digandrungi oleh Generasi Z. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi alat komunikasi massa, melainkan telah bertransformasi menjadi ruang baru bagi generasi muda dalam mencari makna hidup dan bimbingan spiritual. Pendekatan dakwah saat ini harus berfokus pada pemenuhan kebutuhan psikospiritual Generasi Z yang sering kali menghadapi tantangan

⁹ Email Journal and others, *Permata : Jurnal Pendidikan Agama Islam Tafsir Sebagai Intervensi Psikospiritual : Model Bimbingan Qur ' Ani Bagi*, 4.2 (2023), 328–42.

kesehatan mental, seperti kecemasan, tekanan sosial, dan krisis identitas. Oleh karena itu, konten dakwah yang efektif adalah konten yang mampu hadir sebagai oase ketenangan batin, memberikan motivasi, serta menawarkan solusi keagamaan yang relevan terhadap persoalan psikologis yang mereka alami sehari-hari. Keberhasilan transformasi ini sangat ditentukan oleh cara penyampaian pesan yang bersifat naratif, empatik, dan tidak menghakimi. Dengan menggunakan bahasa yang santai namun tetap berbobot, serta memanfaatkan format kontemporer seperti video pendek dan infografis yang estetik, pesan agama dapat tersampaikan dengan lebih inklusif. Pada akhirnya, integrasi yang kuat antara nilai-nilai spiritual dan pendekatan psikologis menjadi kunci utama agar dakwah tetap relevan dan mampu menyentuh hati Generasi Z di tengah riuhnya dunia digital.

REFERENSI

- Al-Ghazali, A. H. (1998). *Ihya Ulumuddin (Jilid III)*. Beirut: Dar al-Fikr.
- American Psychological Association. (2023). *Stress in America 2023: A nation recovering from cumulative stress*. Washington, DC: APA.
- Amin, S. M. (2016). *Ilmu dakwah (Edisi revisi)*. Jakarta: Amzah.
- Aziz, M. A. (2009). *Ilmu dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Hasil sensus penduduk 2020*. Jakarta: BPS.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York: W. W. Norton & Company.
- Frankl, V. E. (1985). *Man's search for meaning*. New York: Washington Square Press.
- Kementerian Kesehatan RI. (2018). *Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018*. Jakarta: Kemenkes RI.
- Muhtadi, A. S. (2018). *Komunikasi dakwah: Teori, pendekatan, dan aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nashori, F. (2010). *Psikologi sosial Islami*. Bandung: Refika Aditama.
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Shihab, M. Q. (2007). *Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan peran wahyu dalam kehidupan masyarakat*. Bandung: Mizan.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy and completely unprepared for adulthood*. New York: Atria Books.
- We Are Social. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. New York: We Are Social & Hootsuite.
- Wilber, K. (2000). *Integral psychology: Consciousness, spirit, psychology, therapy*. Boston: Shambhala.
- World Health Organization. (2022). *World mental health report: Transforming mental health for all*. Geneva: WHO.
- Yusuf, S. (2004). *Mental hygiene: Pengembangan kesehatan mental dalam kajian psikologi dan agama*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Zohar, D., & Marshall, I. (2000). *SQ: Spiritual intelligence The ultimate intelligence*. London: Bloomsbury.
- Fahmi, R., & Azmi, U. (2026). *Digitalisasi dakwah: Transformasi strategi pembinaan keagamaan remaja melalui media sosial di KUA Kecamatan Penanggalan*. Al-Isyraq: Media Dakwah dan Kepenyuluhan Islam.
- Harmoni, L., Aisyah, S., & Iqbal. (t.t.). *Tujuan universal dakwah Islamiyah: Telaah maqasidi terhadap Q.S. An-Nahl 125 dan Q.S. Yusuf 108*.
- Sari, H., Mahmuddin, & Muhammad, F. (2026). *Transformasi dakwah di era digital: Tantangan dan pendekatan efektif bagi Generasi Z Indonesia*. Cendekia: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah.
- Wicaksono, R. (2025). *Strategi dakwah framing berbasis maqashid syariah: Transformasi nilai Rukun Islam sebagai kebutuhan spiritual bagi Gen Z dan milenial*. Journal, Email, Z Generasi, Tekanan Algoritma, Mohamad Mizan, and Sufyan Syafii, 'Permata : Jurnal Pendidikan Agama Islam Tafsir Sebagai Intervensi Psikospiritual : Model Bimbingan Qur ' Ani Bagi', 4 (2023), 328–42
- Sumardianto, Erdin, 'Dakwah Kepada Gen Z : Tinjauan Komponen Manajemen Dakwah', 3 (2025), 67–84 <https://doi.org/10.55372/tanzhim.v3i1>.