



## Strategi Program 'Ayah Amanah' sebagai Event Organizer dalam Kajian Dakwah Generasi Z

Al Kahfi<sup>1</sup>, Candra Darmawan<sup>2</sup>

<sup>1</sup>UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup>UIN Raden Fatah Palembang, Indonesia

[alkafi588@gmail.com](mailto:alkafi588@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini menganalisis peran program *Ayah Amanah* sebagai event organizer dalam menyusun kajian dakwah yang relevan dengan kebutuhan Generasi Z. Sebagai generasi yang tumbuh dalam budaya digital, Gen Z membutuhkan pendekatan dakwah yang inovatif, kreatif, serta sesuai dengan gaya hidup mereka. Program *Ayah Amanah* berfokus pada penyajian dakwah berbasis platform digital, kolaborasi dengan influencer Muslim, serta penerapan metode interaktif seperti diskusi kelompok, sesi tanya jawab, dan konten visual yang menarik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik observasi, wawancara mendalam, dan studi literatur. Sampel penelitian terdiri dari pengurus inti *Ayah Amanah*, influencer yang berkolaborasi, serta peserta kajian dari kalangan Generasi Z. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu memilih informan yang paling relevan terhadap fokus penelitian. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan dengan pendekatan analisis tematik untuk menemukan pola-pola makna yang mendalam. Fokus utama penelitian ini adalah pemanfaatan media digital dan pendekatan interaktif dalam penyampaian pesan keislaman. Strategi dakwah dianalisis dengan mengacu pada teori interaktivitas, engagement, dan viralitas untuk menilai efektivitas penyebaran dakwah digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif melalui influencer dan metode interaktif mampu meningkatkan keterlibatan audiens, memperkuat pemahaman keagamaan di kalangan Generasi Z, serta membantu mereka menghadapi tantangan kehidupan modern.

**Kata Kunci :** Manajemen dakwah, Event organizer, Generasi Z, kajian interaktif

### Abstract

*This study analyzes the role of the Ayah Amanah program as an event organizer in designing Islamic preaching (dakwah) sessions that are relevant to the needs of Generation Z. As a*

generation raised in a digital culture, Gen Z requires a preaching approach that is innovative, creative, and aligned with their lifestyle. The Ayah Amanah program focuses on delivering dakwah through digital platforms, collaborating with Muslim influencers, and applying interactive methods such as group discussions, Q&A sessions, and engaging visual content. This research employs a qualitative method with data collection techniques including observation, in-depth interviews, and literature study. The research sample consists of the core management of Ayah Amanah, collaborating influencers, and participants of the dakwah sessions from Generation Z. Sampling was carried out using purposive sampling, selecting informants most relevant to the research focus. Data analysis was conducted through the stages of reduction, presentation, and conclusion drawing, using thematic analysis to identify deeper patterns of meaning. The main focus of this study is the utilization of digital media and interactive approaches in delivering Islamic messages. The dakwah strategies were analyzed by referring to the theories of interactivity, engagement, and virality to evaluate the effectiveness of digital preaching dissemination. The findings indicate that collaborative approaches through influencers and interactive methods enhance audience engagement, strengthen religious understanding among Generation Z, and assist them in facing contemporary life challenges.

**Keywords :** Dakwah management, Event organizer, Generation Z, Interactive lectures

## Pendahuluan

Islam adalah agama yang dikenal sebagai "*rahmatan lil alamin*", yang berarti rahmat bagi seluruh alam. Sebagai umat Islam, kita mempunyai kewajiban untuk berdakwah dan menyampaikan ilmu-ilmu yang telah kita ketahui. Ilmu yang disebarkan melalui dakwah sangat bermanfaat bagi kesejahteraan umat manusia. Tidak ada orang yang merugi jika menyampaikan dakwahnya, karena Allah akan menambah ilmu-ilmu yang belum diketahuinya. Oleh karena itu, wajib bagi kita untuk membagi ilmu yang kita miliki, terutama mengenai kebaikan <sup>1</sup>. Dakwah telah menjadi bagian dari tradisi masyarakat Islam dalam melanjutkan perjuangan mereka untuk menegakkan kebenaran ajaran Islam. Saat ini, dakwah telah mengalami perkembangan yang signifikan <sup>2</sup>. Berbeda dengan metode penyebaran dakwah di masa lalu yang biasanya dilakukan dengan mengumpulkan banyak orang atau mengunjungi

---

<sup>1</sup>Iwan Armawan, "Dawatuna: Journal Of Communication And Islamic Broadcasting Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat," *Dawatima Journal Of Communication And Islamic Broadcasting* 1, No. 2 (2021): 84–95, <https://doi.org/10.47476/Dawatuna.Vii2.498>.

<sup>2</sup>K H Abdurrahman Wahid Et Al., "Dakwah Transformatif Kiai : Studi Terhadap Gerakan Transformasi Sosial" 39, No. 1 (2019): 1–14.

rumah satu per satu, kemajuan teknologi dan informasi kini mempermudah proses penyebaran dakwah. Dengan adanya teknologi modern, media digital menjadi sangat penting bagi para dai untuk menyampaikan pesan dakwah mereka, sehingga dakwah dapat diakses dan didengar oleh seluruh masyarakat. Media digital mencakup format yang dapat diakses melalui perangkat digital seperti ponsel, televisi, serta berbagai bentuk konten seperti gambar, video, media sosial, dan audio digital<sup>3</sup>.

Berkembang pesatnya media digital ini bertepatan dengan munculnya generasi yang dikenal sebagai Generasi Z yang merupakan generasi yang lahir di masa kecanggihan, generasi Z juga biasa disebut dengan *digital natives* dimana mereka merupakan generasi yang sudah mengenal media elektronik sejak lahir, termasuk penggunaan internet yang kian pesat dengan segala konsekwensinya.<sup>4</sup> Generasi Z adalah golongan yang dilahirkan tahun 1998 hingga 2009, Generasi Z juga merupakan generasi teknologi.<sup>5</sup> Dengan kata lain, generasi Z membesar di dalam dunia yang semuanya berhubungan dengan teknologi sejak dari awal lahir. <sup>6</sup> Para pendakwah memainkan peranan yang sangat besar untuk memastikan ajaran islam sentiasa terpelihara dan memberi implikasi positif kepada generasi z dan milenial saat ini. <sup>7</sup> Dakwah interaktif ini adalah salah satu metode yang tepat dilakukan dikalangan gen Z. metode ini sangat penting bagi Generasi Z karena dapat menjangkau mereka

---

<sup>3</sup>Panji Suminar Et Al., "Transformasi Karakteristik Komunikasi Di Era Konvergensi Media Transformation Of Characteristics Communication Media In Convergence Era" 6, No. 1 (2020): 83–100.

<sup>4</sup>Wahyu Wulandari, "Presentasi Diri Di Media Sosial Instagram Pada Kalangan Generasi Z Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya," 2022.

<sup>5</sup>Karakteristik Generasi And Z D A N Kesiapannya, "Accounting Student Research Journal" 2, No. 1 (2023): 59–72.

<sup>6</sup>Nazlinda Mahani, "No Titlegenerasi Z: Tenaga Kerja Baru Dan Cabarannya," [Http://Repository.Lppm.Unila.Ac.Id/19568/1/11415-28710-1-Pb.Pdf](http://Repository.Lppm.Unila.Ac.Id/19568/1/11415-28710-1-Pb.Pdf), 2010, Hlm 2.

<sup>7</sup>Umat Manusia, "Peran Dai Dalam Pembinaan Keagamaan Pada \* Komunikasi Penyiaran Islam | Unismuh Makassar \* 2 Komunikasi Penyiaran Islam | Unismuh Makassar Pendahuluan Suatu Hal Yang Berkaitan Dengan Dakwah Nabimuhammad Saw Adalah Ketajamannya Settingsosial Dalam Masyarakat" 2, No. 2 (N.D.).

dengan cara yang sesuai dengan kebiasaan dan gaya hidup mereka. Dengan meningkatkan keterlibatan, pemahaman, dan dukungan komunitas, dakwah interaktif berperan dalam membentuk generasi muda yang lebih peka terhadap nilai-nilai agama.<sup>8</sup>

Di tengah arus informasi digital yang semakin deras, Ayah Amanah menemukan cara unik untuk menjangkau dan menginspirasi generasi Z melalui kajian yang bermakna. Dengan menggabungkan pendekatan modern dan nilai-nilai keagamaan, mereka menciptakan acara yang tak hanya informatif tetapi juga relevan dengan kondisi terkini. Berdasarkan analisis peneliti ditengah arus informasi digital yang semakin deras, "Ayah Amanah" adalah salah satu program pengajian yang dipimpin oleh Ustadz Hanan Attaki sebagai *quesstar* yang dikenal sebagai figur ustadz yang dekat dengan generasi muda dan diikuti dengan ustadz/ustadzah millennial. Menariknya program ayah amanah ini menemukan cara unik untuk menjangkau dan menginspirasi generasi Z melalui ceramah yang bermakna dengan menggabungkan pendekatan modern dan nilai-nilai keagamaan, hal ini serupa dengan pendapat Muhammad faizul akbar Bahwa Generasi milenial memiliki karakteristik dan preferensi komunikasi yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya, oleh karena itu, perlu adanya pendekatan yang tepat dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mereka.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini, kami menggali berbagai strategi dakwah yang efektif dalam membangun koneksi dengan generasi milenial dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi dakwah tersebut.

Perbedaan utama penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus kajian terhadap strategi dakwah interaktif yang digunakan oleh program *Ayah Amanah* dalam menarik minat Generasi Z.

---

<sup>8</sup>Nor Diyanah, "Dakwah Interaktif Terhadap Golongan Belia Melalui Media Sosial Interactive Preaching Towards Youth Through Social Media Dakwah Sudah Menjadi Tradisi Bagi Masyarakat Islam Dalam Meneruskan Perjuangan Mereka Menegakkan Kebenaran Ajaran Islam . Menurut Burha" 28, No. 2 (2023).

<sup>9</sup>Muhammad Faizul, Akbar Surbakti, And Hasnun Jauhari Ritonga, "A L - D Y" 2 (N.D.): 298-306.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pentingnya dakwah digital dan adaptasi metode dakwah terhadap generasi milenial serta Gen Z. Namun, penelitian ini lebih spesifik dalam menganalisis bagaimana pendekatan dakwah berbasis event organizer, dengan menghadirkan figur-figur pendakwah yang dekat dengan anak muda, dapat meningkatkan keterlibatan dan partisipasi Generasi Z dalam kajian keagamaan. Selain itu, penelitian ini tidak hanya menyoroti penggunaan media digital dalam dakwah, tetapi juga meneliti secara langsung dampak strategi komunikasi, format acara, serta interaksi yang digunakan dalam program *Ayah Amanah*. Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif baru mengenai bagaimana event dakwah berbasis komunitas dapat menjadi metode yang efektif dalam menyampaikan pesan keislaman kepada generasi muda.

Dalam era digital yang terus berkembang, penting bagi para pendakwah dan pihak terkait untuk terus mengkaji dan mengembangkan strategi dakwah yang sesuai dengan konteks generasi milenial. Melalui pendekatan yang tepat dan pemilihan platform yang relevan, strategi dakwah dapat efektif dalam menjangkau generasi milenial dan membangun koneksi yang kuat dengan mereka.<sup>10</sup> Hal ini akan memberikan potensi besar dalam menyebarkan pesan dakwah serta mendorong perubahan positif dalam kehidupan generasi milenial. Seiring perkembangan pemuda di era millennial saat ini, memiliki minat terhadap dunia dakwah yang di desain dengan cara yang fleksibel, santai, dan kreatif.<sup>11</sup> Begitu pula dengan para pendakwahnya, bukan hanya melakukan dakwah dari masjid ke masjid, musholla, dan lembaga pengajian saja, tetapi juga penting untuk mengikuti era millennial seperti berdakwah juga bisa melalui media sosial. Tujuannya adalah untuk penyebaran dakwah yang lebih luas dan dapat bersaing di era yang serba digital seperti saat ini. Oleh karena itu menarik untuk dikaji lebih jauh

---

<sup>10</sup>Faizul, Surbakti, And Ritonga.

<sup>11</sup>Menjangkau Generasi, Milenial Melalui, And Dakwah Di, "Reaching The Millennial Generation Through Da' Wah On Social Media" 6, No. 2 (2023): 129-44.

mengenai peran strategi program ayah amanah untuk menarik minat generasi Z mengikuti kajian dakwah.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis untuk memahami secara mendalam peran program *Ayah Amanah* sebagai event organizer dalam menyusun kajian dakwah yang inovatif dan sesuai dengan gaya hidup Generasi Z. Lokasi penelitian difokuskan pada kegiatan yang diselenggarakan oleh *Ayah Amanah*, dengan subjek penelitian meliputi tim penyelenggara, influencer atau narasumber Muslim yang terlibat, serta peserta Generasi Z yang mengikuti kegiatan dakwah. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 15 informan, yang terdiri dari 5 orang tim penyelenggara, 3 influencer atau narasumber, dan 7 peserta dari kalangan Generasi Z. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu memilih informan yang dianggap paling relevan dan mampu memberikan informasi mendalam terkait fokus penelitian.

Data penelitian dikumpulkan melalui observasi terhadap jalannya kegiatan dakwah baik secara langsung maupun melalui platform digital, wawancara mendalam dengan penyelenggara, influencer, dan peserta, serta studi literatur yang berkaitan dengan manajemen dakwah, dakwah digital, serta teori interaktivitas, engagement, dan viralitas. Analisis data dilakukan dengan langkah-langkah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang dihubungkan dengan kerangka teori yang digunakan. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dan metode dengan cara membandingkan hasil observasi, wawancara, dan literatur agar menghasilkan temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Konsep dakwah program “Ayah Amanah”**

*Ayah Amanah* adalah salah satu program Event Organizer yang menjadikan Ustadz Hanan Attaki sebagai role model dalam kajian dakwahnya. Ustadz Hanan Attaki bergabung dalam program ini sejak 25 Februari 2018 hingga sekarang. Kegiatan dakwah dilakukan secara rutin

di berbagai kota, dengan segmentasi utama audiens dari kalangan generasi muda. Ustadz Hanan Attaki dikenal sebagai salah satu dai populer di kalangan Gen Z karena gaya penyampaiannya yang sederhana, relevan, dan dekat dengan realitas keseharian anak muda. Melalui program *Ayah Amanah*, dakwah dikemas dengan nuansa santai, fleksibel, dan mengedepankan interaksi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu tim penyelenggara, disebutkan bahwa:

*“Konsep utama Ayah Amanah adalah bagaimana dakwah bisa diterima sebagai sesuatu yang ringan, tidak menggurui, tetapi justru memberi ruang bagi anak muda untuk merasa dekat dengan Islam. Karena itu, kami selalu mengemas acara dengan tema-tema yang sedang relevan di kalangan Gen Z.”*

Sementara itu, seorang peserta dari kalangan mahasiswa Gen Z menyampaikan:

*“Saya merasa kajian Ayah Amanah beda dari pengajian biasanya. Di sini ustadz membahas hal-hal yang memang relate dengan kehidupan kita, seperti pertemanan, cinta, dan tantangan anak muda. Jadi lebih gampang diterima.”*

Selain itu, seorang influencer yang pernah berkolaborasi dalam program ini menegaskan pentingnya media sosial dalam mendukung dakwah:

*“Kami memanfaatkan YouTube, Instagram, dan TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Konten visual dan potongan kajian sengaja dibuat ringkas agar mudah di-share dan viral di kalangan anak muda.”*

Dengan demikian, konsep dakwah *Ayah Amanah* bukan hanya sekadar ceramah, tetapi lebih pada upaya membangun ekosistem dakwah digital yang interaktif, kolaboratif, dan sesuai dengan gaya hidup generasi milenial serta Gen Z.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup>Nur Kholis, “Dakwah Virtual, Generasi Z Dan Moderasi Beragama,” *Journal Of Da ' Wah And Communication* 1, No. 2 (2021): 171–88.

Ustadz Hanan Attaki lahir di Aceh pada tanggal 31 Desember 1981 (43 tahun/2024) dengan nama lengkap Teuku Hanan Attaki. Ia merupakan anak ke 5 dari 6 orang bersaudara. Sejak kecil Hanan Attaki sudah dekat dan gemar dengan Al-Qur'an, dikenal cerdas mulai dari bangku sekolah dan sering menjuarai Musabaqah Tilawatil Qur'an di daerahnya. Pendidikan Hanan Attaki yaitu di Pondok Pesantren Ruhul Islam Banda Aceh pada tahun 2000, hingga kemudian mendapat beasiswa dan melanjutkan studi di Universitas Al Azhar, Kairo, Mesir, karena prestasinya dalam hal Tilawatil Qur'an. Hanan Attaki memilih jurusan Tafsir Al-Qur'an Fakultas Ushuluddin.<sup>13</sup> Kemudian, pada tahun 2004 Hanan Attaki mendapatkan gelar licence (Lc.) Prestasinya pun di masa itu ialah pernah terpilih sebagai Qori terbaik di Fajar TV, sekaligus menjadi pengisi acara tilawah di channel Iqro TV dan Fajar TV. Setelah itu, Hanan Attaki dan keluarga pulang ke Bandung dan bekerja sebagai pengajar SQT (Sekolah Qur'an Tahfidz) Habiburrahman dan Jendela Hati, menjadi direktur Rumah Qur'an Salman di ITB (Institut Teknologi Bandung).<sup>14</sup>

Pada tahun 2015, di Kota Bandung pula Hanan Attaki mendirikan Gerakan Pemuda Hijrah yang kemudian menjadi saluran dakwahnya yang ada di media sosial, baik itu melalui Instagram dan Youtube dengan nama akun @Shiftmedia.id (Pemuda Hijrah).<sup>15</sup> Melalui media ini, Hanan Attaki merangkul anak-anak muda dalam kegiatan dakwahnya. Fakta menarik dari Hanan Attaki ialah suaranya yang lembut dan merdu serta khas, yang dapat meluluhkan hati pendengarnya. Seperti membaca ayat Al Qur'an saat menjadi Imam Sholat atau ketika membacakan ayat ketika berdakwah yang membuat para pendengarnya merasa tenang. Selain itu, gaya berpakaian Hanan Attaki lebih terlihat modis dan millennial,

---

<sup>13</sup>Ismiati Ismiati, Sofiatin Sofiatin, And Luluk Fikri Zuhriyah, "Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Media Sosial Instagram @Ayah\_Amanah," *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 24, No. 1 (2024): 21–42, <https://doi.org/10.15575/anida.v24i1.34626>.

<sup>14</sup>Ismiati, Sofiatin, And Zuhriyah.

<sup>15</sup>Talia Tri Ananda, "Adopsi Inovasi Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah Terhadap Dakwah Online Pemuda Hijrah Shift Media," *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan* 25, No. 2 (2021): 134–57, <https://doi.org/10.15408/dakwah.v25i2.23234>.

berbeda dengan para penceramah pada umumnya yg biasanya menggunakan sarung, jubah, surban, dan yang lainnya, namun Hanan Attaki memilih berpenampilan gaul seperti anak muda dengan menggunakan celana, baju kemeja kotak-kotak, dan cupluk. Agar para muda-mudi dapat menganggapnya sebagai teman, dan bukan untuk menggurui<sup>16</sup>

Ustadz Hanan Attaki juga mempelajari hobi-hobi yang disukai anak-anak muda seperti touring, skateboard, parkour, BMX, ngopi, dan gaya-gaya kebiasaan anak muda pada umumnya, agar bisa bergaul dengan para anak muda, hingga akhirnya mengajak anak-anak muda ke pengajiannya untuk berdakwah melalui pemuda hijrah (Salam et al., 2020). Selain fokusnya mengembangkan media sosial pemuda hijrah, Hanan Attaki juga tetap mengisi dan menghadiri undangan-undangan sebagai penceramah dari satu kota ke kota lainnya. Seperti halnya yang baru-baru ini di temukan kajian Event Organizer dakwah ayah amanah yang bekerja sama dengan ustadz hanan attaki dimana program kegiatannya adalah kajian yg di selenggarakan di beberapa kota di Indonesia.<sup>17</sup> Dalam beberapa tahun yang lalu, generasi milenial dan generasi Z menganggap bahwa kajian islam identic dengan ibu-ibu, maka tak sedikit pula kalangan ini mengabaikan program-program kajian islam. dari bentuk program kajian yang mendominasi kalangan orang tua, mengemas kajian dan tema hanya permasalahan yang hanya dialami oleh orang tua saja.

Seiring berkembangnya teknologi di zaman ini, banyak juga para da'i muda yang mulanya bermunculan di sosial media untuk memberikan kajian tentang keislaman yang pas dengan permasalahan anak muda, sehingga menarik banyak kalangan muda untuk turut hadir dalam kajian

---

<sup>16</sup>Muhammad Sufyan Abdurrahman, "Generasi Muda , Agama Islam , Dan Media Baru : Perilaku Keagamaan Gerakan Shift Pemuda Hijrah Bandung," *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 20, No. 1 (2020): 48–49, <https://doi.org/10.15575/anida.v20i1.8713>.

<sup>17</sup>Ismiati, Sofiatin, And Zuhriyah, "Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Media Sosial Instagram @Ayah\_Amanah."

yang diadakan oleh beberapa pihak terkait. Memberi dakwah melalui cara yang diminati anak muda, dengan materi yang mengena dengan kehidupan golongan muda saat ini.<sup>18</sup> Seperti kajian dari ustadz hanan attaki dalam program “ayah amanah” Kajian ini bertujuan untuk meningkatkan fokus dan pemahaman pada pembentukan karakter Islam yang kuat di kalangan anak muda. Serta membentuk karakter positif pada diri anak muda, seperti akhlak mulia, disiplin, tanggung jawab, dan rasa empati terhadap sesama. Kajian-kajiannya banyak membahas tentang pentingnya memiliki sifat-sifat baik yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dan para sahabat.

Generasi Z hampir setiap harinya disibukkan dengan media sosial yang mereka miliki karena perkembangan arus globalisasi saat ini, dengan begitu para da'i mencoba untuk menghadirkan beberapa program kajian untuk menarik minat anak muda mengikuti kajian dakwah.<sup>19</sup> seperti halnya, Program “Ayah Amanah” adalah salah satu bentuk inisiatif yang ditujukan untuk generasi muda, khususnya Gen Z, Para pemuda di era millennial saat ini memiliki minat terhadap dunia dakwah yang di desain dengan cara yang fleksibel, santai, dan kreatif untuk menarik minat kalangan anak muda mengikuti kajian dakwah dengan metode interaktif atau dengan menggunakan metode dakwah versi tanya jawab, akan memberikan suasana yang lebih seru dan dapat membangun kedekatan antara mad'u dan da'i.<sup>20</sup> Sehingga kedekatan secara emosionalnya lebih terlihat dan kegiatan dakwah dapat berjalan dengan

---

<sup>18</sup>Reni Kusumawati, “Analisis Fenomena Program Kajian Masa Kini Guna Meningkatkan Pemikiran Islami Gen Z,” *Jurnal Ilmiah Research Student* 1, No. 2 (2023).

<sup>19</sup>And Tri Putranto Syukur, Yanuardi, *Muslim 4.0*. (Elex Media Komputindo, 2020).

<sup>20</sup>Kusumawati, “Analisis Fenomena Program Kajian Masa Kini Guna Meningkatkan Pemikiran Islami Gen Z”; Diyanah, “Dakwah Interaktif Terhadap Golongan Belia Melalui Media Sosial Interactive Preaching Towards Youth Through Social Media Dakwah Sudah Menjadi Tradisi Bagi Masyarakat Islam Dalam Meneruskan Perjuangan Mereka Menegakkan Kebenaran Ajaran Islam . Menurut Burha.”

khidmat, pesan dapat diterima dengan baik, dan tepat sasaran.<sup>21</sup> target dakwah yang mayoritas anak-anak muda millennial sangat antusias hadir dan ikut meramaikan kajian yang diadakan, karena merasa tema dakwahnya sesuai atau relate dengan kisah hidup yang sedang dialami anak muda saat ini.<sup>22</sup>

Target Dakwah atau Mad'u dalam "ayah amanah" ialah mayoritas anak muda. Dimana anak muda yang sedang dalam fase pencarian jati diri, rasa ingin tahu yang besar, dan mudah terpengaruhi. Dilihat dari cara Ustadz Hanan Attaki berpakaian ketika berdakwah dengan menggunakan outfit yang gaul, seperti celana jeans, kemeja, kupluk, dan gaya berpakaian anak muda lainnya. Tema dakwah yang diberikan pun untuk anak muda atau disesuaikan dengan problem problem yang sedang diresahkan oleh kebanyakan anak muda seperti "Rabbi, Don't let me down", "gak bisa yura, aku capek sama semua ini", "rahasia merubah takdir", "ya allah, why always me" "Uncertainty (Solusi ketika hidup lagi capek-capeknya)", Gwencanayo (Aku ngga apa-apa)", "Support Systemku adalah Allah", "Hilang untuk Healing", dan masih banyak tema-tema millennial yang menarik perhatian anak-anak muda.<sup>23</sup>

Pemilihan tema-tema dakwah yang dekat dengan realitas anak muda bukanlah tanpa alasan. Anak muda saat ini hidup dalam era digital yang penuh dengan distraksi, tekanan sosial, dan pencarian makna hidup yang semakin kompleks.<sup>24</sup> Mereka sering kali merasa terjebak dalam berbagai masalah seperti overthinking, krisis identitas, tekanan akademik

---

<sup>21</sup>Fathurrahman Arif Rumata And Muh Iqbal, "Dakwah Digital Sebagai Sarana Peningkatan Pemahaman Moderasi Beragama Dikalangan Pemuda," *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, No. 2 (2021): 172–83.

<sup>22</sup>Muhammad Zahid Mukhlis, "Ustadz Hanan Attaki ' S Digital Dakwah Model Towards The Development Of The Akhlaq Of The Millennial Generation," *Islamic Communication And New Media* 1, No. 2 (2024): 75–84.

<sup>23</sup>Ismiati, Sofiatin, And Zuhriyah, "Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Media Sosial Instagram @Ayah\_Amanah."

<sup>24</sup>Abraham Zakky Zulhazmi And Erma Priyanti, "Eksistensi Komunitas Hijrah Dan Dakwah Masa Kini: Studi Komunitas Jaga Sesama Solo," *Jurnal Ilmu Dakwah* 40, No. 2 (2020): 168, <https://doi.org/10.21580/jid.v40.2.6249>.

dan pekerjaan, serta hubungan sosial yang rumit. Dengan menghadirkan tema-tema yang relatable dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dakwah menjadi lebih relevan dan mampu menyentuh hati mereka. Pendekatan ini juga membantu menghilangkan kesan bahwa Islam adalah sesuatu yang berat atau jauh dari kehidupan sehari-hari, melainkan justru menjadi solusi yang membumi dan aplikatif bagi setiap tantangan yang mereka hadapi. Dakwah yang dikemas dalam narasi yang dekat dengan pengalaman mereka memungkinkan pesan-pesan Islam tersampaikan dengan lebih efektif, menginspirasi mereka untuk mendekatkan diri kepada Allah tanpa merasa dihakimi atau terasing dari komunitas keislaman.<sup>25</sup>

### ***“Ayah Amanah”* Sebagai Pilihan Gen Z**

Program *Ayah Amanah* menjadi salah satu alternatif kajian dakwah yang diminati Generasi Z karena menawarkan konsep yang sederhana, relevan, dan dekat dengan gaya hidup anak muda. Kajian yang dikemas santai namun tetap substansial, serta ditunjang dengan penggunaan media digital, menjadikan program ini lebih mudah diakses dan diterima di kalangan Gen Z.

Hasil wawancara dengan salah satu peserta dari kalangan pelajar menyebutkan:

*“Saya lebih suka ikut kajian *Ayah Amanah* karena gaya penyampaiannya nggak kaku. Ustadznya bahas hal-hal yang kita alami sehari-hari, jadi saya merasa lebih nyambung.”*

Seorang mahasiswa juga menambahkan:

*“Beda dengan pengajian di masjid yang kadang terlalu formal, di *Ayah Amanah* suasananya lebih fleksibel. Ada diskusi, ada humor, bahkan kadang pakai media visual yang menarik. Itu bikin saya nggak cepat bosan.”*

---

<sup>25</sup>Taufik Habibi, “Adaptasi Gerakan Dakwah Di Tengah Pandemi Covid-19: Studi Kasus Teras Dakwah,” *Idarotuna* 3, No. 2 (2021): 142, <https://doi.org/10.24014/Idarotuna.V3i2.12588>.

Dari sisi penyelenggara, tim inti *Ayah Amanah* menyampaikan bahwa konsep ini memang sengaja diarahkan untuk menjawab kebutuhan Gen Z:

*“Kami ingin dakwah terasa ramah bagi anak muda. Karena itu, pendekatan yang dipilih lebih interaktif, santai, dan memanfaatkan media sosial supaya mereka bisa tetap terhubung meskipun tidak hadir langsung.”*

Temuan wawancara tersebut menunjukkan bahwa Ayah Amanah menjadi pilihan Gen Z bukan hanya karena faktor ustadz yang populer, tetapi juga karena strategi dakwahnya yang relevan, interaktif, dan sesuai dengan karakter generasi digital.

Generasi Z adalah generasi yang dilahirkan ketika sudah adanya kemajuan ilmu pengetahuan, dan teknologi.<sup>26</sup> Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi ini mengakibatkan pesatnya informasi yang terdapat di media massa.<sup>27</sup> Manusia dalam lingkup generasi Z ini cenderung lebih paham akan teknologi yang tersedia. Berbagai teknologi yang tersedia memungkinkan adanya transfer ilmu pengetahuan menggunakan media massa.<sup>28</sup> Dalam penggunaan media massa tentunya menimbulkan efek positif dan negatif. Salah satu efek positif dari pemanfaatan media massa adalah penyiaran dakwah Islam di media sosial. Penyiaran dakwah Islam ini melalui berbagai platform media sosial, seperti instagram, youtube, tik-tok, podcast, twitter hingga facebook. Penyampaian dakwah Islam melalui media sosial ini mengundang antusiasme bagi generasi Z untuk mendengarkan dan

---

<sup>26</sup>Elfa Mustika Wanda, “Pengaruh Literasi Digital Pada Generasi Z Terhadap Pergaulan Sosial Di Era Kemajuan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi.,” *Jurnal Sosial Teknologi* 3, No. 12 (2023): 1035–42.

<sup>27</sup>Silviana Putri Kusumawati Et Al., “Penyampaian Dakwah Islam Di Media Sosial Bagi Generasi Z,” *Al-Insan: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam* 3, No. 1 (2022): 1; Kusumawati, “Analisis Fenomena Program Kajian Masa Kini Guna Meningkatkan Pemikiran Islami Gen Z.”

<sup>28</sup>Loso Judijanto Et Al., *Manajemen Media Digital* (Pt. Green Pustaka Indonesia, 2025).

melihat dakwah-dakwah Islam yang berada di media massa.<sup>29</sup> Generasi Z hampir disetiap harinya menggunakan media sosial. Sehingga, berbagai dakwah yang tersaji di media sosial dapat dijadikan sebagai salah satu upaya penyiaran Islam.

Generasi Z tumbuh dan berkembang seiring dengan adanya digitalisasi dalam berbagai aspek kehidupan. Generasi Z sering disebut dengan generasi digital native.<sup>30</sup> Hal ini dikarenakan gaya hidup dan kebiasaan generasi ini melekat pada digitalisasi. Generasi ini terbiasa dengan bahan dan barang digital. Sosial media dijadikan sebagai media pengaksesan informasi, media komunikasi, mengembangkan hobi, melatih kemampuan, hiburan, pendidikan, ekonomi, dan gaya hidup. Hal ini dibuktikan dengan data bahwasanya jumlah dari generasi Z adalah 34,5 % dari populasi 35% dari jumlah penduduk di Indonesia. Generasi ini tumbuh dan berkembang bersama dengan pesatnya kemajuan zaman dan teknologi. Adanya digitalisasi dalam berbagai aspek ini menjadi tantangan tersendiri bagi tiap aspek kehidupan.<sup>31</sup> Hal ini juga mempengaruhi dalam menyiarkan dakwah Islam. Generasi Z cenderung memiliki gaya komunikasi anti dominan.<sup>32</sup> Memerlukan kreatifitas yang tinggi untuk dapat mengambil hati generasi ini. Dalam bidang dakwah Islam sendiri, untuk dapat menarik minat generasi ini dibutuhkan sesuatu yang dapat terus eksis bersama mereka. Salah satunya yaitu dengan menjadikan platform sosial media sebagai obyek untuk berdakwah. Hal ini dikarenakan generasi Z adalah generasi sosial media yang dalam

---

<sup>29</sup>Muhammad Rizqy Et Al., "Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0," *Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, No. 1 (2023): 22–42, <https://doi.org/10.59246/Aladalah.V1i1.146>.

<sup>30</sup>Muhammad Fadillah, Aulia Nurbalqis, And Lia Agustina, "Pengaruh Konten Digital Terhadap Generasi Z Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dan Digital Native Di Kota Tanjungpinang," *Al Yazidiy Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan* 4, No. 2 (2022): 1–11.

<sup>31</sup>Akbar Rizqi Kurniawan, "Tantangan Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada Era Digital Di Indonesia (Studi Kasus Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Pangalengan)," *Tornare: Journal Of Sustainable And Research* 2, No. 2 (2020): 10.

<sup>32</sup>Muchammad Rafli. Naufaldhi, "Strategi Kreatif Komunikasi Dakwah Di Media Sosial Untuk Generasi Z Studi Kasus Realmasjid 2.0.," *Diss. Universitas Islam Indonesia*, 2024.

kesehariannya selalu mengakses sosial media yang dimilikinya. Sehingga untuk proses dakwah yang dilakukan di sosial media akan lebih diminati oleh generasi ini.

Dakwah Islam di media massa sangat berpengaruh bagi generasi Z. Dakwah dalam media sosial bagi generasi Z adalah salah satu upaya untuk mengajak, menyeru, dan memanggil mereka untuk senantiasa tetap berada di jalan Allah Swt.<sup>33</sup> Generasi Z adalah generasi yang berada dalam media sosial hampir separuh harinya, mereka membuka dan mengamati apa yang terdapat di media sosial. Hal ini mengindikasikan bahwasanya mereka melihat dan mendengarkan berbagai konten dakwah yang tersebar dalam media sosial. Generasi Z memilih program “Ayah Amanah” karena program ini sejalan dengan kecenderungan mereka yang sangat dekat dengan teknologi dan media sosial. Sebagai generasi digital native, mereka cenderung memilih program yang dapat diakses melalui platform digital dan media sosial yang sudah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari.<sup>34</sup> Program “Ayah Amanah” menawarkan konten yang relevan dan menarik bagi generasi Z, dengan pendekatan yang kreatif dan tidak dominan, yang dapat menarik perhatian mereka. Program ini juga memberikan nilai-nilai yang berhubungan dengan kehidupan spiritual dan sosial, yang penting bagi generasi ini yang sering kali menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara dunia digital dan dunia nyata. Dengan dikemas menggunakan media sosial sebagai saluran penyampaian, “Ayah Amanah” dapat menjangkau audiens yang lebih luas, terutama mereka yang mencari konten yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan manfaat dan pencerahan dalam menjalani kehidupan yang semakin kompleks.

Kajian dakwah “Ayah Amanah” dilakukan dengan pendekatan dakwah interaktif, yang memungkinkan generasi Z untuk lebih terlibat

---

<sup>33</sup>Nihayatul Husna, “Login Di Close The Door : Dakwah Digital Habib Ja ‘ Far Pada Generasi Z,” *Selasar Kpi : Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah* 3, No. 1 (2023): 38–47.

<sup>34</sup>Fadillah, Nurbaqis, And Agustina, “Pengaruh Konten Digital Terhadap Generasi Z Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dan Digital Native Di Kota Tanjungpinang.”

dalam proses belajar dan berdiskusi. Pendekatan ini sangat sesuai dengan karakteristik generasi Z yang lebih menyukai interaksi dan partisipasi aktif daripada hanya menerima informasi secara pasif. Melalui sesi tanya jawab, diskusi, dan kolaborasi dengan sesama peserta, dakwah dalam program ini menjadi lebih hidup dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Keberadaan unsur interaktif ini menjadikan kajian tidak hanya sebagai ajang penyampaian ilmu, namun juga sebagai wadah untuk membangun komunitas yang saling mendukung dalam pengembangan diri dan pemahaman agama. Dengan demikian, "Ayah Amanah" berhasil menarik minat anak muda untuk hadir dan aktif dalam kajian, menjadikannya sebagai program yang dinamis dan berdampak positif dalam memperkuat pemahaman dakwah di kalangan generasi Z. Sama halnya dengan yang ditulis oleh Fathurrahman, bahwa dengan menggunakan metode dakwah versi tanya jawab, akan memberikan suasana yang lebih seru dan dapat membangun kedekatan antara mad'u dan da'i. Sehingga kedekatan secara emosionalnya lebih terlihat dan kegiatan dakwah dapat berjalan dengan khidmat, pesan dapat diterima dengan baik, dan tepat sasaran

### **Strategi Ayah Amanah sebagai event organizer dalam menghadirkan Kajian kolaboratif dan inovatif untuk Generasi Z**

Sebagai event organizer, *Ayah Amanah* merancang strategi dakwah yang berfokus pada kolaborasi dengan berbagai pihak, mulai dari influencer Muslim, komunitas pemuda, hingga media digital. Strategi ini dipadukan dengan konsep inovatif yang memanfaatkan pendekatan interaktif, penggunaan konten visual, serta penyebaran dakwah melalui platform populer seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Dengan demikian, kegiatan dakwah tidak hanya berlangsung di ruang kajian tatap muka, tetapi juga meluas ke ruang digital yang lebih akrab dengan Generasi Z.

Berdasarkan wawancara dengan salah satu anggota tim penyelenggara, disampaikan bahwa:

*“Kami selalu berusaha menggandeng influencer dan komunitas agar acara lebih dekat dengan anak muda. Kolaborasi ini bukan hanya soal menghadirkan narasumber, tapi juga bagaimana konten dakwah bisa menjangkau audiens Gen Z lewat media sosial.”*

Hal ini menunjukkan bahwa strategi *Ayah Amanah* tidak hanya terfokus pada aspek penyelenggaraan acara, tetapi juga menekankan kolaborasi dan pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana untuk memperluas jangkauan dakwah.

Generasi Z adalah generasi yang tumbuh dalam era digital dengan akses informasi yang luas dan cepat. Mereka cenderung lebih interaktif, menyukai pendekatan yang inovatif, dan memiliki kecenderungan untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan. Dalam konteks dakwah, pendekatan konvensional sering kali kurang efektif dalam menarik perhatian dan mempertahankan keterlibatan mereka.<sup>35</sup> Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih relevan dan menarik bagi mereka. *Ayah Amanah*, sebagai event organizer di bidang dakwah, memahami pentingnya menghadirkan kajian yang tidak hanya sekadar ceramah satu arah, tetapi juga melibatkan peserta dalam pengalaman yang lebih interaktif dan berkesan. Dengan menggabungkan pendekatan tradisional dan teknologi modern, *Ayah Amanah* berupaya menciptakan kajian kolaboratif dan inovatif yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z. Tiga teori utama yang digunakan dalam strategi ini adalah interaktivitas, engagement, dan viralitas.

#### 1. Interaktivitas

Interaktivitas merujuk pada tingkat keterlibatan aktif antara komunikator dan audiens dalam suatu proses komunikasi.<sup>36</sup> Semakin tinggi tingkat interaktivitas, semakin besar kemungkinan pesan yang

---

<sup>35</sup>Yenni Batubara, “Pemanfaatan Artificial Intelligence (Ai) Sebagai Strategi Dakwah: Analisis Peluang Dan Tantangan,” *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 6, No. 1 (2021).

<sup>36</sup>Prishilia Anggraini And Ageng Rara Cindoswari, “Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Diskominfo Kota Batam Sebagai Alat Untuk Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat,” *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 64 (2024): 47–54.

disampaikan dapat dipahami dan diterapkan oleh audiens. Dalam konteks digital, interaktivitas sering dikaitkan dengan fitur seperti komentar, polling, diskusi langsung, dan respons real-time.<sup>37</sup> Ayah Amanah menerapkan strategi interaktivitas dalam setiap event dakwahnya dengan memastikan audiens tidak hanya menjadi pendengar pasif, tetapi juga memiliki kesempatan untuk terlibat aktif. Dalam setiap kajian, format acara dirancang agar memberikan ruang bagi peserta untuk berdiskusi, mengajukan pertanyaan langsung kepada pembicara, serta berbagi pengalaman spiritual mereka. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah sesi tanya jawab berbasis teknologi, di mana peserta dapat mengirimkan pertanyaan melalui aplikasi interaktif yang kemudian dibahas oleh narasumber.<sup>38</sup> Selain itu, peserta juga memiliki kesempatan untuk bertanya secara langsung kepada narasumber seperti Ustadz Hanan Attaki atau ustadz lainnya, dan mendapatkan jawaban secara langsung di tempat. Hal ini menciptakan interaksi yang lebih hidup dan mendalam, memungkinkan peserta mendapatkan pemahaman yang lebih jelas dan personal terhadap materi yang dibahas.

Dalam dakwah Ustadz Hanan Attaki yang dilakukan secara langsung, dari kota ke kota, masjid ke masjid, dan dari tempat satu ke tempat lainnya. Ustadz Hanan Attaki menggunakan Strategi Dakwah melalui hati. Yakni penyampaian pesan melalui tindakan dan ucapan yang halus dan menyentuh hati, pesan yang disampaikan juga menggunakan bahasa yang disederhanakan menjadi bahasa anak muda millennial. Pelaksanannya pun juga dilakukan secara interaktif, ada sesi penyampaian materi dan sesi tanya tanya jawab. Seperti halnya yang terlihat dalam suatu video reels yang di unggah di Instagram @ayah\_amanah, ketika salah satu peserta menyampaikan pertanyaan

---

<sup>37</sup>Viona Amalina And Hendra Riofita, "Pengaruh Strategi Pemasaran Live Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen," *Jurnal Inovasi Pendidikan* 6, No. 2 (2024): 386–400, <https://journalpedia.com/1/index.php/jip/index>.

<sup>38</sup>Jajang Misbah Rini Atika, Rani Titik Prihatin, Herni Hernayati, "Pemanfaatan Google Classroom Sebagai Media," *Jurnal Petik* 7, No. 1 (2021): 7–18.

sekaligus curhat ke ustadz hanan attaki tentang kegelisahannya dalam hal perasaan.<sup>39</sup> Tentang kekhawatirannya dalam memperjuangkan masa depan, dan masih ada banyak variasi pertanyaan lainnya. Hal ini didukung oleh Fathurrahman dalam tulisannya, bahwa dengan menggunakan metode dakwah versi tanya jawab, akan memberikan suasana yang lebih seru dan dapat membangun kedekatan antara mad'u dan da'i. Sehingga kedekatan secara emosionalnya lebih terlihat dan kegiatan dakwah dapat berjalan dengan khidmat, pesan dapat diterima dengan baik, dan tepat sasaran (Rumata et al., 2021).

Sesi kajian dikemas dalam bentuk talkshow atau workshop, di mana peserta tidak hanya mendapatkan ceramah, tetapi juga ikut serta dalam simulasi kehidupan Islami. Misalnya, dalam menghadapi tantangan moral di era digital, peserta diajak untuk berperan dalam roleplay yang menggambarkan situasi nyata dan solusi Islami yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, event-event yang diadakan oleh Ayah Amanah juga memanfaatkan gamifikasi untuk meningkatkan partisipasi peserta. Misalnya, mereka menyelenggarakan kuis interaktif dengan hadiah menarik bagi peserta yang aktif dalam diskusi atau memberikan jawaban terbaik terhadap pertanyaan yang diajukan. Pendekatan ini tidak hanya membuat acara menjadi lebih menarik, tetapi juga mendorong peserta untuk benar-benar memahami materi yang disampaikan.

Ayah Amanah juga sering menghadirkan sesi storytelling yang inspiratif, di mana peserta diajak untuk mendengar kisah-kisah nyata tentang perjuangan spiritual, perjalanan hijrah, atau tantangan yang dihadapi anak muda dalam menjaga nilai-nilai Islam di tengah era digital.<sup>40</sup> Kisah-kisah ini membantu menciptakan ikatan emosional antara peserta dan narasumber, membuat pesan yang disampaikan lebih mudah diterima dan diingat. Selain format kajian yang inovatif,

---

<sup>39</sup>Ismiati, Sofiatin, And Zuhriyah, "Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Media Sosial Instagram @Ayah\_Amanah."

<sup>40</sup>Ismiati, Sofiatin, And Zuhriyah.

event juga dirancang agar lebih inklusif dan mendukung keberagaman latar belakang peserta. Misalnya, ada sesi khusus untuk peserta yang baru mengenal Islam, sesi mentoring bagi yang ingin mendalami ilmu agama lebih jauh, hingga diskusi kelompok kecil yang memungkinkan interaksi lebih personal. Dengan adanya pendekatan ini, peserta, terutama dari kalangan Gen Z, merasa lebih dekat dan memiliki pengalaman langsung yang membuat nilai-nilai Islam lebih relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari.

## 2. Engagement

Engagement mengacu pada tingkat keterlibatan emosional dan intelektual audiens terhadap suatu konten atau acara.<sup>41</sup> Semakin tinggi engagement, semakin besar kemungkinan seseorang untuk tetap mengikuti, memahami, dan membagikan pesan yang diterimanya. Engagement dapat dilihat dari jumlah komentar, likes, shares, atau bahkan tindakan nyata yang dilakukan setelah menerima suatu informasi.<sup>42</sup> Setelah event selesai, Ayah Amanah tidak membiarkan engagement peserta berhenti begitu saja. Mereka mengembangkan strategi untuk mempertahankan keterlibatan peserta melalui berbagai platform digital, memastikan bahwa pengalaman dakwah tidak berakhir di tempat kajian, tetapi terus berlanjut dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu langkah utama yang dilakukan adalah membangun komunitas online yang aktif di berbagai media sosial, seperti grup WhatsApp, Telegram, dan Discord. Melalui platform ini, peserta dapat terus berdiskusi, berbagi ilmu, serta mendapatkan materi lanjutan dari kajian yang telah mereka hadiri. Grup-grup ini tidak hanya menjadi tempat berbagi wawasan keislaman, tetapi juga wadah bagi peserta untuk saling menyemangati dalam menjalankan nilai-nilai Islam di tengah tantangan kehidupan modern.

---

<sup>41</sup>Et Al. Ovi Hamidah Sari, *Digital Marketing: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

<sup>42</sup>Ahmad Junaidi And Ricko, "Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement Pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion)," *Prologia* 3, No. 1 (2019): 231–37.

Selain itu, Ayah Amanah juga rutin mengadakan sesi mentoring dengan para narasumber dan ustadz yang telah mengisi kajian. Sesi ini bisa berbentuk diskusi interaktif, mentoring privat, atau Q&A eksklusif yang diadakan secara berkala.<sup>43</sup> Dengan memanfaatkan fitur-fitur digital seperti Instagram Live, YouTube Shorts, dan TikTok, para peserta memiliki akses lebih luas untuk mendapatkan insight dari para ustadz favorit mereka kapan saja dan di mana saja. Konten-konten singkat dan menarik ini juga memudahkan dakwah untuk menjangkau lebih banyak anak muda, khususnya Gen Z, yang lebih aktif di platform digital. Tidak hanya di ranah digital, peserta juga diberi kesempatan untuk terus mengikuti kajian secara langsung di berbagai kota yang berbeda setiap bulannya. Setiap kajian dikemas dengan konsep yang fresh dan kreatif, menyesuaikan dengan tren yang diminati anak muda, sehingga mereka merasa lebih tertarik dan nyaman untuk hadir. Informasi terkait jadwal dan lokasi kajian dapat dengan mudah diakses melalui akun Instagram dan TikTok resmi Ayah Amanah, yang juga menjadi pusat informasi utama bagi komunitas mereka. Dengan pendekatan ini, Ayah Amanah bukan hanya menyelenggarakan kajian sekali waktu, tetapi membangun ekosistem dakwah yang berkelanjutan dan relevan dengan gaya hidup Gen Z.

### 3. Viralitas

Viralitas adalah potensi suatu konten untuk tersebar luas dalam waktu singkat melalui platform digital. Konten yang viral biasanya memiliki daya tarik emosional, mudah dipahami, dan dapat dibagikan dengan cepat oleh banyak orang.<sup>44</sup> Untuk memastikan pesan dakwah tersebar secara luas, Ayah Amanah memanfaatkan strategi viralitas dengan mengoptimalkan media sosial dan tren digital. Mereka memahami bahwa generasi muda, khususnya Gen Z, lebih tertarik pada konten yang cepat, ringkas, dan relevan dengan kehidupan

---

<sup>43</sup>Ismiati, Sofiatin, And Zuhriyah, "Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Media Sosial Instagram @Ayah\_Amanah."

<sup>44</sup>Rakhmat. Rakhmat, "Viralitas Dai Di Media Sosial," *Saf: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, No. 2 (2023): 1–10.

mereka. Oleh karena itu, setiap kajian tidak hanya direkam, tetapi juga dikemas ulang menjadi konten pendek yang menarik, seperti reels Instagram, TikTok, dan YouTube Shorts. Format ini memungkinkan pesan-pesan dakwah disampaikan dengan cara yang lebih dinamis dan mudah dikonsumsi dalam waktu singkat, sehingga audiens tetap tertarik dan terdorong untuk terus menggali ilmu. Kegiatan dakwah kemudian di unggah melalui akun media sosial berupa video dokumentasi, foto kegiatan, atau bahkan penggalan Dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui Media Sosial Instagram @ayah\_amanah pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki yang menarik banyak perhatian netizen untuk mengikuti kegiatan dakwah selanjutnya. Hal ini merupakan sebuah metode terbaru dari kegiatan dakwah Ustadz Hanan Attaki yang sampai saat ini masih banyak dilirik dan disukai anak-anak muda.<sup>45</sup>

Dengan menggunakan metode ini, pesan dakwah yang disampaikan dapat mudah diterima oleh mad'u yang hadir langsung di lokasi merasakan sensasinya, yang melihatnya secara online ikut tersentuh dan ingin mengikuti kegiatan kajian berikutnya. Seperti yang peneliti temukan dalam wawancara panitia kajian @ayah\_amanah dengan para peserta kajian, dimana kajiannya sangat menarik seperti yang di sampaikan oleh Nadzhira Shafa ketika di wawancara tim panitia yaitu "event ayah amanah ini sangat cocok untuk ikutan, pesannya yang disampaikan ga berat, cocok buat anak muda yg masih sendiri, untuk fokus ngembangin diri, fokus mengejar mimpi, dan mendekatkan diri kepada Allah" Tema-tema dakwahnya pun tentang rasa takut menghadapi masa depan, tentang trauma sakit hati, yang permasalahan permasalahan itu sering muncul buat seumuran anak-anak muda, jadi event ini sudah relate dengan kebutuhan anak muda, dan biasanya sekali ikut, jadi nagih pengen ikut lagi, lagi, dan lagi.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup>Ismiati, Sofiatin, And Zuhriyah, "Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Media Sosial Instagram @Ayah\_Amanah."

<sup>46</sup>Ismiati, Sofiatin, And Zuhriyah.

Selain mengandalkan konten digital yang engaging, Ayah Amanah juga memanfaatkan kolaborasi strategis dengan influencer Muslim. Mereka bekerja sama dengan berbagai figur publik yang memiliki pengaruh besar di media sosial, baik dari kalangan ustadz maupun konten kreator Islami. Seperti kegiatan dakwah Ustadz Hanan Attaki Bersama EO ayah\_amanah. Dimana kegiatannya dilakukan secara langsung, yang diberikan runtutan rundown acara yang asik dan seru, dengan Moderator satu yaitu Bunny selaku asisten pribadi Ustadz Hanan Attaki ditemani oleh selebriti perempuan sebagai moderator kedua, seperti Una, Nadzira Saffa, Clara Shinta, Febby Rastanty, Abun Sungkar, Nashwa Zahra, dan lainnya yang membuka acara dengan seru, tanya jawab dengan audience, seputar dari mana, alasan hadir, dan lain-lain. Selanjutnya diisi dengan kegiatan dakwah dari Ustadz Hanan Attaki ditemani dengan Ustadz Muda lainnya seperti Husain Basyaiban, atau bahkan Agam Fachrul. Dengan cara ini, setiap momen penting dari kajian dapat dengan cepat menyebar dan menjangkau audiens yang lebih luas. Para influencer ini tidak hanya membantu memperkuat daya tarik konten, tetapi juga membangun kredibilitas dakwah di mata anak muda yang lebih cenderung mengikuti sosok panutan yang mereka kagumi.

Lebih dari sekadar menyebarkan konten, Ayah Amanah juga berinovasi dalam penyelenggaraan event mereka. Kajian-kajian yang diadakan dikemas dengan konsep yang unik dan sesuai dengan tren anak muda.<sup>47</sup> Misalnya, mereka menghadirkan kajian bertema pop culture Islami yang menghubungkan ajaran Islam dengan tren musik, film, dan literasi populer. Mereka juga membahas isu-isu sosial yang sedang viral, seperti kesehatan mental, hubungan dalam Islam, dan tantangan hidup di era digital, dengan perspektif Islam yang membangun. Pendekatan ini membuat event mereka tidak hanya

---

<sup>47</sup>Muhammad Naufal Al Hanif And Airlangga Bramayudha, "Manajemen Event Dakwah Pada Masyarakat Perkotaan ( Studi Peringatan 1 Muharram Di Kampung Klampis Semalang Surabaya )," *Jiesp : Journal Of Islamic Economics Studies And Practices* 1, No. 1 (2024): 54–64.

menjadi tempat mencari ilmu, tetapi juga wadah refleksi dan diskusi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu, strategi keterlibatan audiens juga diperkuat dengan menciptakan momen-momen interaktif yang mendorong peserta untuk aktif berbagi pengalaman mereka di media sosial. Misalnya, melalui challenge, giveaway, atau ajakan berbagi insight dari kajian menggunakan hashtag khusus. Dengan cara ini, event-event Ayah Amanah tidak hanya menarik bagi mereka yang hadir secara langsung, tetapi juga menjadi fenomena digital yang terus diperbincangkan dan menyebarkan pesan dakwah ke berbagai lapisan masyarakat. Hal ini menjadikan dakwah bukan hanya sekadar aktivitas keagamaan, tetapi juga bagian dari gaya hidup yang modern dan inklusif bagi anak muda masa kini.

Strategi-strategi ini menjadikan Ayah Amanah sebagai salah satu event organizer dakwah yang adaptif dan inovatif dalam menghadapi tantangan dakwah di era digital, khususnya dalam menarik perhatian dan keterlibatan Generasi Z. Dengan mengadopsi prinsip Marketing 4.0 dan Participatory Culture, Program 'Ayah Amanah' dapat menjadi model dakwah digital yang efektif bagi Generasi Z, yang lebih tertarik pada metode komunikasi yang bersifat dua arah, visual, dan berbasis komunitas. Strategi dakwah merupakan suatu proses dalam mengatur, mengarahkan, dan menentukan cara dan upaya dengan tujuan untuk menghadapi sasaran dakwah diberbagai siduatu dan kondisi tertentu, hal ini dilakukan agar tercapainya tujuan dan sasaran dakwah secara maksimal dalam penyebaran dakwah.<sup>48</sup> selain itu ada beberapa strategi yang dilakukan oleh event organizer ayah amanah untuk menarik minat Gen Z dan memastikan setiap kajian memberikan daya tarik bagi khalayak.

1. Kolaborasi dengan Ustadz Hanan Attaki: membangun koneksi dengan generasi Z, Ustadz Hanan Attaki dikenal sebagai figur ustadz yang

---

<sup>48</sup>Ach Baidowi And Moh Salehodin, "Strategi Dakwah Di Era New Normal," *Muttaqien* 2, No. 1 (2021): 58–74.

dekat dengan generasi muda, berkat gaya bicaranya yang lembut dan mudah dipahami.<sup>49</sup> Di era digital, kolaborasi dakwah dengan influencer menjadi strategi yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Influencer memiliki basis pengikut yang besar dan loyal, sehingga pesan dakwah dapat lebih mudah diterima dan tersebar dengan cepat.<sup>50</sup> Dalam wawancara dengan tim event organizer Ayah Amanah, mereka mengungkapkan bahwa kolaborasi ini bertujuan untuk menciptakan kedekatan emosional dengan peserta. “Kami melihat potensi besar dari gaya penyampaian Ustadz Hanan yang mampu menjangkau hati generasi Z,” ujar salah satu anggota tim. Mereka juga menambahkan bahwa pendekatan ini sangat efektif dalam menciptakan suasana yang interaktif, di mana peserta merasa nyaman untuk bertanya dan berbagi cerita. Analisis menunjukkan bahwa strategi ini tidak hanya mengundang peserta untuk hadir tetapi juga memberikan kesan positif yang mendalam, membangun loyalitas terhadap acara serupa di masa depan.

2. Kegiatan pengajian yang dipimpin oleh Ustadz Hanan Attaki menghadirkan bintang tamu inspiratif yang optik dan relevan, seperti Rey Mbayang dan Dinda Hauw. Menurut tim event organizer, “Kami ingin menciptakan harmoni antara dakwah dan figur-figur inspiratif yang dapat diterima oleh peserta.” Selebriti Muda ini tidak hanya berbagi motivasi, tetapi juga menceritakan kisah hijrah mereka, yang memberikan dampak positif bagi para peserta. Di era digital yang penuh dengan berbagai pilihan hiburan dan informasi, dakwah harus mampu menghadirkan format yang lebih menarik dan relevan agar tetap diminati, terutama oleh generasi muda. Salah satu strategi yang efektif adalah menghadirkan bintang tamu inspiratif dalam kajian atau acara dakwah. Bintang tamu yang memiliki kisah inspiratif dan dekat dengan kehidupan audiens dapat meningkatkan engagement,

---

<sup>49</sup>Haq, “Piety And Commercialization Da’wah: The Influence Of Hanan Attaki’s Kajian On Young Urban Muslims In Indonesia.”

<sup>50</sup>Fatahillah Aziz Samsudin, “Vdinamika Dakwah Di Indonesia Abad 21: Eranya Kolaborasi Atau Kompetisi?,” *Jurnal Manajemen Dakwah* 5, No. 1 (2019).

memperluas jangkauan dakwah, serta membuat pesan Islam lebih mudah diterima.<sup>51</sup>Kehadiran tokoh-tokoh ini secara signifikan meningkatkan daya tarik acara, memberikan nilai tambah berupa inspirasi nyata yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Selain Ustadz Hanan Attaki sebagai pemandu utama, acara ini juga melibatkan ustadz milenial seperti Ustadz Agam Fachrul dan Ustadz Husain Basyaiban. Selebriti muda seperti Una, Clara Shinta, Nadzhira Shafa, dan Anselma Putri berperan sebagai moderator. Acara ini menarik perhatian tidak hanya dari kalangan anak muda biasa, tetapi juga dari selebriti muda dan konten kreator seperti Natta Reza, Syifa Hadju, Ira Nandha, dan Asila Maisa. Kehadiran sosok-sosok yang relatable ini memberikan pengalaman mendalam bagi peserta, mendorong mereka untuk mengimplementasikan perubahan positif dalam kehidupan mereka.

3. Cuplikan video: memancing ketertarikan audiens baru, Ayah Amanah memanfaatkan potongan video dari ceramah sebelumnya untuk menarik perhatian audiens baru. <sup>52</sup>Di era digital yang serba cepat, media sosial telah menjadi platform utama dalam penyebaran informasi, termasuk dakwah. Generasi muda, terutama Gen Z dan Milenial, lebih tertarik pada konten yang ringkas, padat, dan mudah dicerna. Oleh karena itu, cuplikan video pendek menjadi strategi efektif untuk memancing ketertarikan audiens baru terhadap dakwah Islam. <sup>53</sup>Dokumentasi yang diberikan ada yang berupa foto, video dakwah dan sesi tanya jawab dengan para peserta, panitia, bahkan pembicara,

---

<sup>51</sup>Zulhazmi And Priyanti, "Eksistensi Komunitas Hijrah Dan Dakwah Masa Kini: Studi Komunitas Jaga Sesama Solo."

<sup>52</sup>Nurul Hidayatul Ummah, "Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital," *Jurnal Manajemen Dakwah* 11, No. 1 (2023): 151–69, <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>.

<sup>53</sup>Mardhiyah Azzahrani, "Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Pesona Indonesia Melalui Youtube," *Jurnal Manajemen Komunikasi* 2, No. 2 (2019): 144, <https://doi.org/10.24198/jmk.v2i2.12925>; Mitchelle And Diana Trivena Yulianti, "Digital Marketing Untuk Meningkatkan Leads Pada Akubisamusik," *Jurnal Startegi* 4, No. 2 (2022): 335–46.

serta penggalan pesan dakwah yang diringkas menjadi video reels. Hal ini yang dapat menjadi pembeda, dan menarik anak muda untuk ingin hadir dan mendaftar di kegiatan pengajian bersama Ustadz Hanan Attaki. Dengan membagikan cuplikan inspiratif di media sosial, mereka berhasil memicu rasa ingin tahu dan ketertarikan bagi yang belum pernah mengikuti kajian. Ini adalah langkah strategis yang efektif, terutama di kalangan generasi Z yang sangat akrab dengan konten visual. Ayah Amanah memanfaatkan potongan video dari ceramah sebelumnya untuk menarik perhatian audiens baru. Tim event organizer menyatakan, “Kami fokus pada konten visual yang dapat diakses dengan mudah oleh generasi muda di media sosial.” Mereka juga mengungkapkan bahwa video reels yang diunggah sering kali mengandung momen-momen emosional atau humor yang membuatnya mudah dibagikan. “Salah satu video kami bahkan mencapai jutaan penonton di Instagram,” kata tim media sosial. Menurut analisis, strategi ini tidak hanya efektif dalam menarik perhatian tetapi juga membangun brand awareness yang kuat, mendorong peserta baru untuk mendaftar di acara berikutnya.

4. Topik relevan: menanggapi isu terkini, keberhasilan kajian juga tergantung pada relevansi tema yang diangkat. Di era digital yang serba cepat, media sosial telah menjadi platform utama dalam penyebaran informasi, termasuk dakwah. Generasi muda, terutama Gen Z dan Milenial, lebih tertarik pada konten yang ringkas, padat, dan mudah dicerna. Oleh karena itu, cuplikan video pendek menjadi strategi efektif untuk memancing ketertarikan audiens baru terhadap dakwah Islam.<sup>54</sup>Dalam wawancara, tim Ayah Amanah mengungkapkan, “Kami melakukan survei kecil untuk memahami topik yang paling dekat dengan audiens, seperti quarter-life crisis dan kesehatan mental.” Mereka menambahkan bahwa masukan dari peserta sebelumnya sering menjadi panduan untuk menentukan tema

---

<sup>54</sup>Chakti Gunawan, *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. (Vol. 1. Celebes Media Perkasa, 2019).

baru. Contohnya, tema seperti “Uncertainty (Mencari Solusi Ketika Hidup Lagi Capek-Capeknya)” muncul dari permintaan audiens yang merasa terhubung dengan tantangan tersebut. Analisis menunjukkan bahwa pemilihan tema yang hangat ini tidak hanya menarik minat peserta tetapi juga menciptakan ruang diskusi untuk membahas tantangan nyata yang dihadapi generasi Z, sekaligus memberikan solusi dari sudut pandang Islam.

5. Fasilitas nyaman: meningkatkan pengalaman peserta, Ayah Amanah sangat memperhatikan kenyamanan lokasi acara.<sup>55</sup> Pelaksanaan dakwahnya juga tidak digelar di masjid atau tempat ibadah lainnya, namun dilaksanakan di sebuah gedung pertemuan/ ballroom hotel di setiap kota yang dikunjungi. Rumor nya hal ini dilakukan agar para mad'u yang belum menganggap dirinya pantas memasuki masjid (rumah Allah) juga turut hadir di acara pengajian ini. Seperti waktu acara diadakan di Surabaya, pengajian di gelar di Dyandra Convention Center Surabaya, lalu malang, tepatnya di Ballroom HARRIS Hotel & Conventions Malang. Dengan memilih tempat yang ramah difabel dan menyediakan fasilitas yang baik, mereka menciptakan suasana yang mendukung. Suasana nyaman memungkinkan peserta untuk fokus pada materi yang disampaikan dan terlibat dalam diskusi tanpa hambatan, meninggalkan kesan positif yang bertahan lama tentu menggunakan strategi dakwah ala millennial, pemilihan tempatnya pun juga anak muda banget yaitu dilaksanakan di ballroom hotel atau gedung pertemuan di suatu kota ke kota lainnya, hal ini dilakukan karena banyak anak muda yang merasa belum pantas atau malu untuk memasuki masjid atau tempat agama karena kesehariannya belum bisa taat dalam beragama. Oleh karena itu, tempat yang di pilih dalam kajian ini ialah tempat berkumpul yang di desain millennial, materi yang santai dan menarik, serta cara penyampaian pesan dakwah melalui hati ke hati.

---

<sup>55</sup>Shofiyullahul Kahfi, “Digitalisasi Dakwah Islam : Model Edukasi Berbasis Teknologi Bagi Komunitas Muslim” 3, No. Tahun (2024): 57–64.

6. Penjualan tiket online: meningkatkan aksesibilitas, Melalui sistem penjualan tiket online yang efisien, Ayah Amanah mempermudah khalayak untuk mendapatkan tiket dengan mudah. Mereka dapat menelusuri topik yang akan dibahas dan memilih kajian yang sesuai dengan minat. Kotler & Keller (2016) dalam *Marketing Management* menjelaskan bahwa perilaku konsumen dalam era digital lebih mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan personalisasi dalam proses pembelian.<sup>56</sup> Ayah Amanah, dengan menyediakan tiket online, tidak hanya mempermudah akses tetapi juga memberikan kebebasan bagi audiens untuk menelusuri berbagai topik kajian, menyesuaikan dengan kebutuhan spiritual mereka. Proses ini tidak hanya membuat pengalaman lebih personal, tetapi juga meningkatkan kepuasan peserta. Website terintegrasi: pusat informasi yang mudah diakses, Salah satu inovasi penting Ayah Amanah adalah pengembangan website yang berfungsi sebagai pusat informasi komprehensif. Di sini, masyarakat dapat dengan mudah melihat jadwal kajian Ustadz Hanan Attaki, yang berlangsung di berbagai lokasi seperti Jakarta, Bandung, dan bahkan daerah luar pulau Jawa. Website ini dirancang yang memungkinkan pengguna untuk mencari tanggal, tempat, dan tema kajian tanpa kesulitan, sehingga mempermudah proses pembelian tiket<sup>57</sup>.

Dengan semua strategi ini, Ayah Amanah membuktikan bahwa kajian dapat menjadi ruang yang tidak hanya mendidik, tetapi juga menginspirasi dan membangun komunitas di kalangan generasi Z. Mereka tidak hanya menawarkan pengetahuan, tetapi juga membantu peserta menemukan jalan untuk pertumbuhan pribadi dan spiritual. Melalui pendekatan yang inovatif dan relevan, Ayah Amanah menjadikan

---

<sup>56</sup>K. L. Kotler, P., & Keller, "Marketing Management." (Pearson, 2016).

<sup>57</sup>Al Kahfi, "The Role Of Whatsapp Social Media In The Spreading Of Community- Based Bil Tadwin Preaching: A Case Study Of Ustadz Hanan Attaki's Preaching Channel," *Kalijaga Journal Of Communication* 7, No. 1 (2025): 89–106; Al Kahfi, "Revolusi Manajemen Dakwah: Integrasi Artificial Intelligence Dalam Strategi Dakwah Kontemporer," *Journal Of Islamic Management* 5, No. 2 (2025): 232–54, <https://doi.org/10.4324/9781003591856-23>.

kajian sebagai bagian integral dalam kehidupan generasi muda, menjawab kebutuhan dan tantangan yang dihadapi sehari-hari. Program dakwah “Ayah Amanah” memadukan nilai-nilai ajaran Islam dengan strategi yang relevan untuk menjangkau audiens di era digital. Strategi ini didasarkan pada prinsip QS. An-Nahl: 125, yang mencerminkan dakwah dengan hikmah, nasehat yang baik, dan dialog yang santun. Dalam implementasinya, program ini memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dakwah, menghasilkan konten visual seperti video pendek, kutipan motivasi, dan infografis yang menarik bagi generasi Z. Selain itu, tema-tema yang diangkat, seperti kesehatan mental dan tantangan generasi muda, disesuaikan dengan kebutuhan zaman sehingga pesan dakwah lebih relevan dan mudah diterima. Program ini juga melibatkan kolaborasi dengan tokoh-tokoh populer seperti Ustadz Hanan Attaki, yang dikenal memiliki pendekatan yang dekat dengan generasi muda, serta menyediakan fasilitas dan teknologi yang mendukung, seperti penjualan tiket online dan cuplikan video ulasan. Dengan pendekatan ini, “Ayah Amanah” menjadikan dakwah sebagai proses yang inklusif, efektif, dan solutif, sekaligus memberikan pengalaman spiritual yang mendalam bagi audiensnya. Strategi ini mencerminkan penerapan QS. An-Nahl: 125 dalam dakwah modern, yang mengutamakan kebijaksanaan, relevansi, dan dialog yang membangun.

## **Kesimpulan**

Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi dakwah interaktif dalam menarik minat Generasi Z, khususnya melalui program *Ayah Amanah* yang memadukan pendekatan modern dengan nilai-nilai keislaman. Berbeda dengan metode dakwah konvensional, pendekatan ini menggunakan event organizer dan menghadirkan figur-figur pendakwah yang dekat dengan anak muda untuk menciptakan suasana kajian yang lebih relevan dan engaging. Dengan memanfaatkan media digital dan strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z, program

ini berhasil meningkatkan keterlibatan serta partisipasi dalam kajian keagamaan. Selain itu, penelitian ini mengungkap bahwa faktor utama keberhasilan strategi dakwah ini terletak pada kombinasi antara pemanfaatan teknologi, interaksi yang lebih personal, serta penyampaian pesan yang dikemas secara fleksibel dan kreatif. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa dakwah di era digital harus beradaptasi dengan perkembangan zaman, baik dalam metode penyampaian maupun dalam pemilihan platform dan figur pendakwah. Pendekatan berbasis komunitas seperti yang dilakukan *Ayah Amanah* dapat menjadi model yang efektif untuk menginspirasi dan membangun kesadaran keagamaan di kalangan generasi muda.

Sebagai saran, program dakwah seperti *Ayah Amanah* sebaiknya terus mengembangkan inovasi dengan memperluas jaringan kolaborasi, baik dengan komunitas lokal, lembaga pendidikan, maupun platform digital yang sedang tren di kalangan Generasi Z. Selain itu, diperlukan konsistensi dalam menghadirkan konten dakwah yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mendalam secara substansi agar mampu memberikan pengaruh positif yang berkelanjutan. Penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji dampak jangka panjang dari model dakwah interaktif ini terhadap perubahan perilaku keagamaan anak muda, sehingga dapat memperkaya strategi manajemen dakwah di era digital.

### **Daftar Pustaka**

- Abdurrahman, Muhammad Sufyan. "Generasi Muda , Agama Islam , Dan Media Baru : Perilaku Keagamaan Gerakan Shift Pemuda Hijrah Bandung." *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 20, no. 1 (2020): 48–49. <https://doi.org/10.15575/anida.v20i1.8713>.
- Akbar Rizqi Kurniawan. "Tantangan Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada Era Digital Di Indonesia (Studi Kasus Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Pangalengan)." *Tornare: Journal of Sustainable and Research* 2, no. 2 (2020): 10.

- Amalina, Viona, and Hendra Riofita. "Pengaruh Strategi Pemasaran Live Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Inovasi Pendidikan* 6, no. 2 (2024): 386–400. <https://journalpedia.com/1/index.php/jip/index>.
- Ananda, Talia Tri. "Adopsi Inovasi Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah Terhadap Dakwah Online Pemuda Hijrah Shift Media." *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan* 25, no. 2 (2021): 134–57. <https://doi.org/10.15408/dakwah.v25i2.23234>.
- Anggraini, Prishilia, and Ageng Rara Cindoswari. "Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Diskominfo Kota Batam Sebagai Alat Untuk Menyampaikan Informasi Kepada Masyarakat." *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 64 (2024): 47–54.
- Azzahrani, Mardhiyah. "Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Pesona Indonesia Melalui Youtube." *Jurnal Manajemen Komunikasi* 2, no. 2 (2019): 144. <https://doi.org/10.24198/jmk.v2i2.12925>.
- Baidowi, Ach, and Moh Salehodin. "Strategi Dakwah Di Era New Normal." *Muttaqien* 2, no. 1 (2021): 58–74.
- Chakti Gunawan. *The Book of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. Vol. 1. Celebes Media Perkasa, 2019.
- Diyanah, Nor. "DAKWAH INTERAKTIF TERHADAP GOLONGAN BELIA MELALUI MEDIA SOSIAL Interactive Preaching Towards Youth Through Social Media Dakwah Sudah Menjadi Tradisi Bagi Masyarakat Islam Dalam Meneruskan Perjuangan Mereka Menegakkan Kebenaran Ajaran Islam . Menurut Burha" 28, no. 2 (2023).
- Elfa Mustika Wanda. "Pengaruh Literasi Digital Pada Generasi Z Terhadap Pergaulan Sosial Di Era Kemajuan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi." *Jurnal Sosial Teknologi* 3, no. 12 (2023): 1035–42.
- Fadillah, Muhammad, Aulia Nurbalqis, and Lia Agustina. "PENGARUH KONTEN DIGITAL TERHADAP GENERASI Z DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN DIGITAL NATIVE DI KOTA TANJUNGPINANG." *Al Yazidiy Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan* 4, no. 2 (2022): 1–11.

- Faizul, Muhammad, Akbar Surbakti, and Hasnun Jauhari Ritonga. "A L - D Y" 2 (n.d.): 298–306.
- Generasi, Karakteristik, and Z D A N Kesiapannya. "Accounting Student Research Journal" 2, no. 1 (2023): 59–72.
- Generasi, Menjangkau, Milenial Melalui, and Dakwah Di. "REACHING THE MILLENNIAL GENERATION THROUGH DA ' WAH ON SOCIAL MEDIA" 6, no. 2 (2023): 129–44.
- Habibi, Taufik. "Adaptasi Gerakan Dakwah Di Tengah Pandemi Covid-19: Studi Kasus Teras Dakwah." *Idarotuna* 3, no. 2 (2021): 142. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i2.12588>.
- Hanif, Muhammad Naufal Al, and Airlangga Bramayudha. "Manajemen Event Dakwah Pada Masyarakat Perkotaan ( Studi Peringatan 1 Muharram Di Kampung Klampis Semalang Surabaya )." *JIESP: Journal of Islamic Economics Studies and Practices* 1, no. 1 (2024): 54–64.
- Haq, Syamsul. "Piety and Commercialization Da'wah: The Influence of Hanan Attaki's Kajian on Young Urban Muslims in Indonesia." *Al-Misbah (Jurnal Islamic Studies)* 12, no. 1 (2024): 18–31. <https://doi.org/10.26555/almisbah.v12i1.9951>.
- Husna, Nihayatul. "LOGIN DI CLOSE THE DOOR : DAKWAH DIGITAL HABIB JA ' FAR PADA GENERASI Z." *Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah* 3, no. 1 (2023): 38–47.
- Ismiati, Ismiati, Sofiatin Sofiatin, and Luluk Fikri Zuhriyah. "Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Media Sosial Instagram @ayah\_amanah." *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 24, no. 1 (2024): 21–42. <https://doi.org/10.15575/anida.v24i1.34626>.
- Iwan Armawan. "Dawatuna: Journal of Communcation and Islamic Broadcasting Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat." *Dawatima Journal Of Communication and Islamic Broadcasting* 1, no. 2 (2021): 84–95. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.vii2.498>.
- Junaidi, Ahmad, and Ricko. "Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement Pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion)." *Prologia* 3, no. 1 (2019): 231–37.
- Kahfi, Al. "Revolusi Manajemen Dakwah: Integrasi Artificial Intelligence Dalam Strategi Dakwah Kontemporer." *Journal Of Islamic Management*

- 5, no. 2 (2025): 232–54. <https://doi.org/10.4324/9781003591856-23>.
- — —. “The Role of WhatsApp Social Media in the Spreading of Community- Based Bil Tadwin Preaching: A Case Study of Ustadz Hanan Attaki’s Preaching Channel.” *Kalijaga Journal of Communication* 7, no. 1 (2025): 89–106.
- Kahfi, Shofiyullahul. “Digitalisasi Dakwah Islam : Model Edukasi Berbasis Teknologi Bagi Komunitas Muslim” 3, no. Tahun (2024): 57–64.
- Kholis, Nur. “Dakwah Virtual, Generasi Z Dan Moderasi Beragama.” *Journal Of Da ’ Wah and Communication* 1, no. 2 (2021): 171–88.
- Kotler, P., & Keller, K. L. “Marketing Management.” Pearson, 2016.
- Kusumawati, Reni. “Analisis Fenomena Program Kajian Masa Kini Guna Meningkatkan Pemikiran Islami Gen Z.” *Jurnal Ilmiah Research Student* 1, no. 2 (2023).
- Loso Judijanto et al. *Manajemen Media Digital*. PT. Green Pustaka Indonesia, 2025.
- Mahani, Nazlinda. “No TitleGenerasi Z: Tenaga Kerja Baru Dan Cabaranny.” *Http://Repository.Lppm.Unila.Ac.Id/19568/1/11415-28710-1-PB.Pdf*, 2010, Hlm 2.
- Manusia, Umat. “PERAN DAI DALAM PEMBINAAN KEAGAMAAN PADA \* Komunikasi Penyiaran Islam | Unismuh Makassar \* 2 Komunikasi Penyiaran Islam | Unismuh Makassar PENDAHULUAN Suatu Hal Yang Berkaitan Dengan Dakwah Nabi Muhammad SAW Adalah Ketajamannya Settingsosial Dalam Masyarakat” 2, no. 2 (n.d.).
- Mitchelle, and Diana Trivena Yulianti. “Digital Marketing Untuk Meningkatkan Leads Pada AkuBisaMusik.” *Jurnal Startegi* 4, no. 2 (2022): 335–46.
- Muhammad Rizqy, Nur Salsa Auliya Zachani, Saniyatul Fajri, and Meity Suryandari. “Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0.” *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 22–42. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.146>.
- Mukhlis, Muhammad Zahid. “Ustadz Hanan Attaki ’ s Digital Dakwah Model Towards The Development Of The Akhlaq Of The Millennial

- Generation." *Islamic Communication and New Media* 1, no. 2 (2024): 75–84.
- Naufaldhi, Muchammad Rafli. "Strategi Kreatif Komunikasi Dakwah Di Media Sosial Untuk Generasi Z Studi Kasus Realmasjid 2.0." *Diss. Universitas Islam Indonesia*, 2024.
- Ovi Hamidah Sari, et al. *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Putri Kusumawati, Silviana, Atun Nihaya, Hanafi Nurhuda Avicena, and Dani Alamsyah. "Penyampaian Dakwah Islam Di Media Sosial Bagi Generasi Z." *AL-INSAN: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam* 3, no. 1 (2022): 1.
- Rakhmat, Rakhmat. "VIRALITAS DAI DI MEDIA SOSIAL." *SAF: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, no. 2 (2023): 1–10.
- Rini Atika, Rani Titik Prihatin, Herni hernayati, Jajang Misbah. "Pemanfaatan Google Classroom Sebagai Media." *Jurnal PETIK* 7, no. 1 (2021): 7–18.
- Rumata, Fathurrahman Arif, and Muh Iqbal. "Dakwah Digital Sebagai Sarana Peningkatan Pemahaman Moderasi Beragama Dikalangan Pemuda." *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 2 (2021): 172–83.
- Samsudin, Fatahillah Aziz. "VDINAMIKA DAKWAH DI INDONESIA ABAD 21: ERANYA KOLABORASI ATAU KOMPETISI?" *Jurnal Manajemen Dakwah* 5, no. 1 (2019).
- Suminar, Panji, Heri Sunaryanto, Jalan Raya, and Kandang Limun. "TRANSFORMASI KARAKTERISTIK KOMUNIKASI DI ERA KONVERGENSI MEDIA Transformation of Characteristics Communication Media in Convergence Era" 6, no. 1 (2020): 83–100.
- Syukur, Yanuardi, and Tri Putranto. *Muslim 4.0*. Elex Media Komputindo, 2020.
- Ummah, Nurul Hidayatul. "Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital." *Jurnal Manajemen Dakwah* 11, no. 1 (2023): 151–69. <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>.
- Wahid, K H Abdurrahman, Ahmad Shofi Muhyiddin, Iain Kudus, and

Jawa Tengah. "Dakwah Transformatif Kiai : Studi Terhadap Gerakan Transformasi Sosial" 39, no. 1 (2019): 1–14.

Wahyu Wulandari. "PRESENTASI DIRI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA KALANGAN GENERASI Z MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA," 2022.

Yenni Batubara. "Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Sebagai Strategi Dakwah: Analisis Peluang Dan Tantangan." *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 6, no. 1 (2021).

Zulhazmi, Abraham Zakky, and Erma Priyanti. "Eksistensi Komunitas Hijrah Dan Dakwah Masa Kini: Studi Komunitas Jaga Sesama Solo." *Jurnal Ilmu Dakwah* 40, no. 2 (2020): 168. <https://doi.org/10.21580/jid.v40.2.6249>.