



KOMPETENSI DAI PROFESIONAL UNTUK BERDAKWAH DI KALANGAN GENERASI Z

Fasha Umh Rizky

STID Al-Hadid, Surabaya

fashaumhrizky@stidalhadid.ac.id

Abstrak: *Generasi Z merupakan mad'u atau pasar dakwah yang mendominasi masyarakat hari ini. Banyaknya kuantitas tidak menjadi jaminan akan kualitas keimanan yang juga meningkat. Persoalan moralitas pada Gen Z masih ada. Untuk itu dibutuhkan dai profesional dan cocok berdakwah pada kalangan Generasi Z, agar nilai-nilai dakwahnya bisa diterima. Untuk menghasilkan dai profesional dan cocok untuk karakteristik mad'u generasi Z, bisa dimulai melalui rekrutmen sumber daya manusia (sdm) atau program pelatihan sdm yang tepat. Untuk itu dibutuhkan standar kompetensi sdm dai profesional untuk berdakwah di kalangan generasi Z. Namun penelitian mengenai standar kompetensi dai belum khusus menghasilkan standar kompetensi dai spesifik berdakwah di kalangan generasi Z. Penelitian dasar dengan pendekatan kualitatif konseptual literature review ini dilakukan untuk merumuskan standar kompetensi dai profesional untuk berdakwah di kalangan generasi Z. Hasil penelitian menemukan bahwa untuk berdakwah pada kalangan generasi Z dibutuhkan kompetensi substantif dan metodologis yaitu: memiliki pengetahuan terkait nilai Islam dengan dasar ilmiah, moralitas yang baik dan sesuai nilai Islam baik di kehidupan nyata maupun yang ditampilkan di media sosial, pengetahuan mengenai ilmu kesehatan mental dan solusinya, memiliki rasionalitas dan kemampuan berfikir ilmiah serta kemampuan membuat materi dakwah terkait dan kemampuan teknis membuat konten berisi dan menarik, serta kemampuan menggunakan media sosial sebagai media dakwah.*

Kata Kunci: *kompetensi dai, dai profesional, dakwah generasi Z*

Abstract: **PROFESSIONAL DAI COMPETENCIES TO DA'AWA AMONG GENERATION Z.**

Generation Z is the mad'u or da'wah market that dominates society today. The large quantity is not a guarantee that the quality of faith will also increase. However, the issue of morality in Gen Z still exists. For this reason, preachers are needed who are professional and suitable for preaching among Generation Z, so that the values of their preaching can be well received. To produce preachers who are professional and suitable for the characteristics of generation Z, this can be started through recruitment of human resources or an appropriate human resource training program. For this reason, professional dai competency standards are needed for preaching among generation Z. However, research on dai competency standards has not specifically produced specific preaching competency standards for preaching among generation Z. This basic research uses a conceptual qualitative approach and literature review was carried out to formulate professional preacher competency standards for preaching among generation Z. The results of the research found that to preach among generation Z, substantive and methodological competencies are needed, namely: having knowledge related to Islamic values with a scientific basis, good morality and in accordance with Islamic values both in real life and as displayed on social media, knowledge of the science of mental health and its solutions, having rationality and the ability to think scientifically as well as create related preaching materials and technical skills to create

content that is content and interesting, as well as the ability to use social media as a medium for preaching.

Keywords: *dai competence, professional dai, generation Z*

Pendahuluan

Dakwah merupakan salah satu perintah Allah SWT yang perlu dijalankan untuk menjaga keberlangsungan nilai-nilai Islam. Dalam da'wah terdapat unsur dai atau subjek yang melakukan dakwah dengan berbagai cara seperti menggunakan lisan (*bil lisan*), tulisan (*bil qalam*), atau perbuatan (*bil al hal*), dan baik dilakukan secara mandiri (individual) maupun dengan berorganisasi. Selain unsur dai juga terdapat unsur mad'u atau mitra dakwah. Mad'u adalah sasaran atau objek dakwah yang diberikan tanaman nilai-nilai Islam oleh dai. Seiring perkembangan zaman, preferensi dan kebutuhan mad'u bisa berubah dan menuntut organisasi dakwah perlu belajar untuk menghadapi dinamika tersebut¹. Mad'u yang dimaksud bisa bersifat personal maupun kelompok, baik usia tua maupun muda, semua kalangan bisa menjadi mad'u, termasuk kalangan generasi Z.

Generasi Z adalah mereka yang lahir diatas tahun 1995 atau saat ini sedang berusia muda yaitu antara 12 tahun sampai 27 tahun. Di Indonesia, Generasi Z menjadi generasi yang terbanyak populasinya, yaitu 27,9% dari total penduduk atau setara dengan 74,93 juta jiwa. Jumlah ini masih lebih banyak dibandingkan generasi milenial yang hanya 25,8%². Sebagai populasi terbanyak di Indonesia, tentu perilaku Generasi Z juga mempengaruhi kehidupan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu berdakwah di kalangan generasi Z bisa cukup berdampak untuk perkembangan Islam di Indonesia.

Namun sayangnya jumlah generasi Z yang paling banyak diantara penduduk Indonesia, dibarengi dengan adanya perilaku generasi Z yang tidak mencerminkan nilai-nilai Islam. Ada berbagai persoalan yang melibatkan generasi Z, bukan sebagai korban melainkan sebagai pelaku kejahatan. Contohnya kasus penganiayaan santri 14 tahun oleh santri senior yang berusia 16-18 tahun di sebuah pesantren di Jawa Timur hingga mengakibatkan santri tersebut meninggal dunia,³ lalu kasus pencurian motor yang dilakukan oleh remaja berusia 14 tahun di Bali⁴ dan kasus serupa

¹ Shofyan Affandy, "Formulasi Strategi Dakwah: Adaptasi Framework Manajemen Strategis Untuk Dakwah Berjangka Pendek," *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 4, no. 2 (2022).

² Devina Heriyanto et al., "Indonesia Gen Z Report 2024," *IDN Research Institute*, 2024, <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf>.

³ "Kasus santri tewas di pondok pesantren Kediri: 'Aku takut, Mama tolong cepat jemput' - Mengapa kekerasan terulang lagi di pesantren?," *BBC News Indonesia*, February 29, 2024, <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c0vjeq20d8po>.

⁴ "Bocah 14 Tahun Curi Sepeda Motor Rekan Kerjanya, Polsek Kuta Selatan Berhasil Amankan Pelaku," *Tribun-bali.com*, accessed July 22, 2024, <https://bali.tribunnews.com/2024/04/15/bocah-14-tahun-curi-sepeda-motor-rekan-kerjanya-polsek-kuta-selatan-berhasil-amankan-pelaku>.

dilakukan remaja berusia 16 tahun di Aceh⁵, serta kasus konten asusila yang dilakukan oleh remaja berusia 18 tahun asal Pasuruan⁶, dan masih banyak lagi. Adanya berbagai persoalan itu mengindikasikan adanya krisis moralitas dan kurangnya nilai-nilai agama pada anak muda generasi Z. Karena jika nilai-nilai agama yang tertanam dengan kuat pada diri mereka, maka mereka tidak akan menjalankan keburukan dalam kehidupannya.

Untuk menyikapi persoalan diatas, dibutuhkan dakwah yang terorganisir dengan baik. Dakwah yang bukan hanya secara lisan (*bil lisan*) melainkan juga bisa melalui tulisan (*bil qalam*) dan perbuatan (*bil ha*), agar bisa menanamkan nilai-nilai kebenaran pada kalangan Generasi Z, termasuk menciptakan program-program yang mampu membentengi Generasi Z dari keburukan dan menjalankan nilai-nilai Islam dalam kehidupannya. Sebagaimana menurut Maimunah bahwa dengan menyesuaikan pesan dakwah dengan karakteristik mad'u seperti persepsi, perasaan, kebutuhan mad'u, bisa membuat pesan dakwah lebih mengena dan menjawab tantangan dan masalah mad'u⁷. Oleh karena itu dibutuhkan organisasi dakwah yang memiliki sumber daya manusia yang profesional dan kompeten untuk berdakwah dengan cara yang tepat agar diterima oleh pasar generasi Z. Khususnya sdm yang menjadi subjek dakwah atau dai yang profesional untuk berdakwah di kalangan generasi Z.

Dakwah pada kalangan generasi Z membutuhkan dai yang profesional dikarenakan adanya karakteristik khusus yang dimiliki generasi ini, yang berbeda dengan generasi sebelumnya seperti generasi Y dan X. Kusumawati dkk menyatakan adanya kebutuhan akan kreatifitas yang tinggi untuk menarik minat generasi ini dalam dakwah, salah satunya dengan melakukan proses dakwah di media sosial⁸. Namun tidak hanya penggunaan media sosial saja, melainkan metode dakwah dan materi dakwah yang tepat juga dibutuhkan agar dakwah bisa relevan dengan karakteristik generasi Z yang khusus tersebut. Oleh karena itu mengingat jumlah generasi Z yang sangat banyak dan mendominasi penduduk di Indonesia, disertai karakter yang khusus, maka dibutuhkan dai yang profesional yang bisa berdakwah pada kalangan ini. Bukan berarti berdakwah pada kalangan generasi lainnya tidak diperlukan, melainkan pada tulisan ini, penulis ingin memfokuskan kajian pada generasi Z sebagai yang mendominasi masyarakat dan menjadi generasi penerus dari kemajuan peradaban masyarakat. Harapannya dengan memberikan dakwah yang relevan oleh dai

⁵ "Pelajar 16 Tahun Ini Nekat Mencuri Motor Milik Anggota Polisi: Okezone News," accessed July 22, 2024, <https://news.okezone.com/read/2024/05/04/340/3004338/pelajar-16-tahun-ini-nekat-mencuri-motor-milik-anggota-polisi>.

⁶ Abdul Jalil, "Jual Konten Pornografi di Media Sosial, Remaja Asal Pasuruan Dibekuk Polisi," Solopos.com, November 10, 2023, <https://jatim.solopos.com/jual-konten-pornografi-di-media-sosial-remaja-asal-pasuruan-dibekuk-polisi-1791866>.

⁷ Maimunah Maimunah, "Psikologi Komunikasi dalam Komunikasi Dakwah: Systematic Literature Review," *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (July 22, 2023): 177–92, <https://doi.org/10.55372/bilhikmahjkpi.v1i1.14>.

⁸ 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): 1–14.

yang profesional, bisa membentuk banyak generasi penerus yang membangun peradaban Islam di Indonesia.

Toto Tasmara dalam Ali Aziz, menyampaikan ada dua macam dai, yaitu: secara umum setiap muslim yang sudah dewasa dan secara khusus adalah muslim yang mengambil spesialisasi di bidang agama Islam, seperti ulama⁹. Pendapat tersebut didasari hadis yang diriwayatkan Abdullah bin Amr, bahwa Nabi Muhammad SAW bersabda, "sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat" serta di dalam surat Ali Imran ayat 104: "*Dan Hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang beruntung*".

Jadi ada dua pengertian dai yaitu semua orang bisa menjadi dai atau hanya orang-orang tertentu yang memperdalam ilmu agama Islam. Dalam tulisan ini, batasan pengertian dai yang digunakan adalah dai yang mengambil spesialisasi dan memperdalam ilmu agama Islam. Hal itu didasari oleh asumsi dai yang menjadi sdm profesional organisasi dakwah, dan kata profesional itu sendiri dalam KBBI termasuk kata sifat yang artinya bersangkutan dengan profesi, atau memerlukan kepandaian khusus untuk menjalankannya¹⁰. Maka sdm dai profesional yang dimaksud adalah dai yang dijadikan sebagai profesi, yang membutuhkan kepandaian atau keterampilan khusus untuk menjalankan tugas-tugas dai.

Untuk mendapatkan sdm dai profesional dan kompeten berdakwah di kalangan generasi Z, organisasi dakwah dapat melakukan rekrutmen dan seleksi sampai menghasilkan sdm-sdm baru dengan kompetensi dai yang diharapkan, atau melakukan pelatihan pada sdm-sdm yang sudah dimiliki, agar dapat meningkatkan kompetensinya sesuai yang dibutuhkan. Untuk menjalankan rekrutmen atau pelatihan, maka dibutuhkan standar kompetensi sdm dai profesional untuk kalangan generasi Z.

Studi terdahulu ada yang sudah membahas mengenai kompetensi yang perlu dimiliki seorang dai profesional. Pertama ada studi yang dilakukan oleh Kamaluddin, berjudul "Kompetensi Dai Profesional". Dalam studi itu dihasilkan temuan, bahwa kompetensi dai mencakup kompetensi substansi dan kompetensi metodologi. Kompetensi substansi terdiri dari aspek spritual seperti keteladanaan dalam iman dan ketaatan, kredibilitas, daya tarik dan *power*. Aspek intelektual, yakni penguasaan mendalam tentang ilmu-ilmu Islam. Sedangkan kompetensi metodologi mencakup keterampilan retorika, komunikasi, jurnalistik, wawasan tentang sosiologi, psikologi, antropologi, ekonomi dan politik. Khusus bagi dakwah kelembagaan, dai selaku pendamping sosial dan manejer

⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Kencana, 2019), <https://books.google.co.id/books?id=zccq2DwAAQBAJ>.

¹⁰ "Hasil Pencarian Kata 'Profesi,'" KBBI VI Daring, accessed July 10, 2024, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/profesi>.

organisasi membutuhkan ilmu manajemen pembangunan dalam pelaksanaan program-program pengembangan masyarakat atau organisasi¹¹.

Kemudian studi yang dilakukan oleh Nawawi, berjudul "Kompetensi Juru Dakwah", yang menghasilkan temuan, bahwa juru dakwah haruslah memiliki kompetensi yang memadai demi tercapainya tujuan dakwah. Kompetensi yang dimaksud adalah kompetensi substantif yang meliputi pengetahuan, pemahaman, penghayatan, serta pengamalan ajaran-ajaran agamanya sehingga secara konkrit bisa menjadi contoh bagi umatnya. Di samping itu, juru dakwah juga harus memiliki kompetensi metodologis, yakni yang berkaitan dengan kondisi dai dengan aspek metodologis, seperti mampu mengidentifikasi permasalahan dakwah yang dihadapi, mampu mencari dan mendapat informasi mengenai objek dakwah dan kondisi lingkungannya, serta mampu menyusun langkah perencanaan kegiatan dakwah sesuai dengan kondisi masalah yang sedang dihadapi¹².

Ada juga studi dari Hasan berjudul Standar Kompetensi Dai Profesional dalam Konteks Dinamika Perubahan Sosial, yang menemukan 5 kompetensi dasar yang harus dimiliki seorang dai, yaitu : (1) beriman kepada Allah dan RasulNya, (2) berilmu pengetahuan luas seperti ilmu tauhid, ilmu fiqh, tafsir, hadits dan ilmu-ilmu sosial pendukung seperti ilmu psikologi, sosiologi dan komunikasi. (3) berkepribadian/berakhlakul karimah, (4) memiliki keterampilan mengurus kebutuhan masyarakat maupun terampil menguasai media dakwah, dan (5) memiliki penampilan yang baik, sederhana dan berwibawa¹³.

Selain itu juga ada studi terdahulu dari Rizky dan Surya berjudul *become a professional dai in the era of digital revolution 4.0*, yang menghasilkan temuan berupa rumusan kompetensi untuk dai profesional yang diadaptasikan di era digital, yaitu kompetensi substansial, kompetensi metodologis, dan kompetensi fisik material. Kompetensi substansial seperti memiliki aspek spiritual, penguatan dasar ilmiah, dan belajar berbagai nilai dan perbandingan pemikiran untuk menghadapi kemungkinan pertarungan nilai di dunia siber, dan memiliki akhlakul kharimah. Kompetensi metodologis yang perlu menambahkan kemampuan terkait teknologi informasi beserta hukumnya, dan kemampuan teknis untuk menggunakan berbagai media dan teknologi yang mendukung dakwah di ranah siber¹⁴.

¹¹ Kamaluddin, "Kompetensi Dai Profesional," *HIKMAH: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam* 2, no. 1 (June 2015): 104–24.

¹² Nawawi Nawawi, "Kompetensi Juru Dakwah," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 3, no. 2 (January 1, 1970): 287–97, <https://doi.org/10.24090/komunika.v3i2.131>.

¹³ Juhari Hasan, "Standar Kompetensi Dai Profesional Dalam Konteks Dinamika Perubahan Sosial," *UIN Ar Raniry*, 2014, 1–66.

¹⁴ Fasha Umh Rizky and Alan Surya, "Become A Professional Dai In The Era Of Digital Revolution 4.0," *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah* 9, no. 1 (June 12, 2021): 8–18.

Keempat studi terdahulu di atas, menghasilkan temuan yang hampir sama, yaitu seorang dai perlu memiliki kompetensi substansi dan kompetensi metodologi dan teknis. Kompetensi substansi berkenaan dengan keimanan, wawasan mengenai ajaran Islam, dan akhlaq atau pengamalan nilai-nilai Islam. Sedangkan kompetensi metodologis dan teknis berkenaan dengan kemampuan mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan dalam situasi yang sedang dihadapi, oleh karena itu membutuhkan ilmu terkait seperti kemampuan manajemen, kepemimpinan, psikologi, ilmu pembangunan, ilmu sosial-budaya, penguasaan terhadap teknologi dan lainnya yang dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah mad'u.

Namun hasil keempat studi diatas belum secara spesifik menunjukkan rumusan kompetensi yang berkaitan dengan karakteristik objek dakwah seperti Generasi Z. Jadi masih butuh adanya penyesuaian kompetensi agar bisa berdakwah di konteks objek dakwah spesifik yaitu Generasi Z. Selain itu, juga tidak secara spesifik ditujukan untuk konteks dai yang melaksanakan dakwah secara terorganisir melalui organisasi dakwah, melainkan bisa untuk konteks dai profesional yang melaksanakan dakwah secara personal. Tulisan ini hendak memenuhi gap penelitian diatas, dengan menghasilkan rumusan kompetensi sdm dai profesional untuk berdakwah di kalangan Generasi Z. Harapannya bisa memberikan sumbangsih pemikiran dalam bidang dakwah atau manajemen sumber daya manusia di organisasi dakwah dan secara khusus bisa memberi referensi pijakan untuk organisasi dakwah dalam melakukan rekrutmen atau pelatihan sdm dai yang disiapkan untuk berdakwah di kalangan anak muda Generasi Z.

Metode

Studi ini bertujuan untuk menghasilkan rumusan konsep mengenai kompetensi sdm dai profesional untuk berdakwah di kalangan generasi z dengan menganalisis hubungan antara konsep kompetensi dai dengan karakteristik mad'u generasi z di Indonesia. Oleh karena itu studi ini menggunakan pendekatan *qualitative conceptual basic research*. Studi ini juga menggunakan teori *job analysis* dalam kajian bidang Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) untuk mengidentifikasi dan menganalisis pekerjaan dan spesifikasi pekerjaan termasuk sifat-sifat atau kemampuan apa yang harus dimiliki sdm dai. Dengan pendekatan *job analysis*, Tahapan yang akan dilalui dalam penelitian ini adalah: (1) mengumpulkan informasi mengenai ciri-ciri kegiatan, perilaku atau pekerjaan yang akan dilakukan dai, termasuk peralatan yang mungkin digunakan dalam berdakwah, karakteristik mad'u yang akan dihadapi yaitu Generasi Z dan hal-hal yang harus dipenuhi atau dimiliki dai untuk bisa melaksanakan tugas dan pekerjaannya dengan maksimal; (2) melakukan analisis dengan merumuskan kompetensi sdm dai profesional untuk berdakwah di

kalangan generasi Z, dengan mendeskripsikan pengetahuan, keterampilan atau kemampuan dan kepribadian yang dibutuhkan untuk pekerjaan tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Tugas Dai Sebagai Subjek Dakwah

Dai merupakan salah satu unsur dakwah, yaitu sebagai subjek dakwah yang aktif menyampaikan ajaran agama Islam, menyerukan kebaikan dan mencegah keburukan. Dalam tulisan ini, dai yang dimaksud merujuk pada umat muslim yang mengambil spesialisasi di bidang agama Islam, dan biasanya mendapat sebutan di masyarakat seperti Kyai, Syekh, Mubaligh, Ustad, dan sejenisnya¹⁵. Tugas dai tertulis pada beberapa ayat di dalam al-Qur'an yaitu : (1) surat Fusshillat ayat 33 *"Dan siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah dan mengerjakan kebajikan dan berkata, "Sungguh, aku termasuk orang-orang muslim (yang berserah diri)?"* (2) Al Fath ayat 8-9 *"Sesungguhnya Kami mengutus kamu sebagai saksi, pembawa berita gembira dan pemberi peringatan. supaya kamu sekalian beriman kepada Allah dan Rasul-Nya, menguatkan (agama)Nya, membesarkan-Nya. Dan bertasbih kepada-Nya di waktu pagi dan petang".* (3) Al Ahzab ayat 45-46 : *"Hai Nabi, sesungguhnya Kami mengutusmu untuk jadi saksi, dan pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan. dan untuk jadi penyeru kepada Agama Allah dengan izin-Nya dan untuk jadi cahaya yang menerangi."* (4) dan At Taubah 71 yaitu: *"Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat dan mereka taat pada Allah dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana"*

Berdasarkan ayat-ayat ini dapat disimpulkan bahwa kedudukan dai adalah sebagai penyeru, pengingat, penolong, pembawa nilai-nilai Islam. Dari kedudukan tersebut maka tugas dai adalah: (1) mengajak manusia lain untuk beriman kepada Allah dan Rasul-Nya, (2) mengajak manusia lain untuk senantiasa menjalankan perintah Allah, di antaranya: mendirikan shalat, menunaikan zakat, mengerjakan kebaikan atau *ma'ruf* dan mencegah kemunkaran, dan (3) Memecahkan masalah agar memberikan penerangan atau pencerahan pada manusia lain dengan berpijak pada nilai-nilai Islam. Ketiga tugas tersebut sejalan dengan penjelasan Aliyudin, bahwa tugas dai adalah memenuhi beberapa fungsi yaitu: (1) meluruskan aqidah manusia agar tidak memiliki Tuhan yang keliru dan menempuh jalan hidup yang keliru, (2) memotivasi umat agar beribadah dengan baik dan benar, (3)

¹⁵ Aliyudin Aliyudin, "Kualifikasi Dai: Sebuah Pendekatan Idealistik Dan Realistik," *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 14, no. 2 (December 22, 2015), <https://doi.org/10.15575/anida.v14i2.840>.

menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar* agar tercipta kedamaian bersama, dan (4) menolak budaya yang bisa merusak dan bertentangan dengan syariat Islam¹⁶.

Kompetensi Dasar Dai

Kompetensi di definisikan sebagai kemampuan seseorang dalam melaksanakan suatu aktivitas. Kemampuan itu merujuk pada karakteristik baik yang bersifat dasar, perilaku, keterampilan atau pengetahuan dengan tingkat kemampuan yang dapat berubah-ubah tergantung seberapa jauh keterampilan, perilaku dan pengetahuan itu diasah¹⁷. Menurut Spencer dalam Rozalena dan Dewi, kompetensi adalah sifat-sifat mendasar seseorang yang dihubungkan dengan kriteria-kriteria kinerja dalam suatu pekerjaan¹⁸. Lebih lanjut, Rozalena dan Dewi menyatakan kompetensi tidak hanya *hard skill* yang hasil karyanya bisa dilihat atau dirasakan, namun juga *soft skill* yang berhubungan dengan sikap dan perilaku dalam berinteraksi, berkomunikasi, dan berhubungan dengan lingkungannya¹⁹.

Kompetensi menurut Bukhari didefinisikan sebagai kecakapan dan kemampuan seseorang yang dapat terukur, meliputi keterampilan, pengetahuan dan sikap dalam menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan yang ditentukan²⁰. Lebih lanjut menurut Bukhari, kompetensi dai berarti sejumlah pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan yang harus dimiliki dai untuk melaksanakan tugasnya²¹. Definisi tersebut sejalan dengan yang dimaksud di penelitian ini, bahwa kompetensi dai yang hendak dirumuskan adalah berbagai pengetahuan dan keterampilan yang perlu dimiliki oleh sdm dai untuk menjalankan tugas dakwah terhadap kalangan Generasi Z.

Menurut Mulkhan dalam Nawawi, kompetensi dai dibedakan menjadi dua, yaitu kompetensi substantif dan metodologis. Kompetensi substantif atau kompetensi dasar dai ada tujuh, yaitu : (1) memiliki pemahaman agama Islam secara cukup, tepat dan benar; (2) memahami hakikat gerakan dakwah sebagai *amar ma'ruf nahi munkar*, (3) memiliki *akhlak al karimah* karena akan dijadikan panutan oleh mad'u; (4) mengetahui perkembangan ilmu pengetahuan umum yang luas; (5) mencintai audiens dengan tulus dan memiliki sifat-sifat pendidik seperti tulus, tekun, pemaaf dan sabar; (6) mengenal kondisi lingkungan dengan baik agar dakwah yang disampaikan sesuai kebutuhan umat; (7) memiliki rasa ikhlas *liwajhillah* yaitu berdakwah hanya karena Allah, tidak

¹⁶ Aliyudin.

¹⁷ Noor Fuad and Gofur Ahmad, *Intergrated HRD: Human Resources Develoupment* (Jakarta: Grasindo, 2009).

¹⁸ Agustin Rozalena and Sri Komala Dewi, *Panduan Praktis Menyusun Pengembangan Karier Dan Pelatihan Karyawan*, 1st ed. (Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup), 2016), 19.

¹⁹ Rozalena and Dewi, 19–20.

²⁰ Bukhari, "Membangun Kompetensi Dan Kredibilitas Dai," *AL MUNIR : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* volume v, no. 10 (2014), <https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v0i0.688>.

²¹ Bukhari.

meminta imbalan dan tidak mengharap pujian²². Sedangkan kompetensi metodologis yaitu : (1) kemampuan mengidentifikasi permasalahan dakwah yang dihadapi, (2) kemampuan mencari dan mendapatkan informasi, (3) kemampuan menyusun langkah perencanaan dakwah sesuai dengan pemecahan masalah yang ada, dan (4) kemampuan merealisasikan perencanaan dalam suatu kegiatan dakwah²³.

Menurut Pratiknya dalam Bukhari, kompetensi dai juga dibedakan menjadi kompetensi substantif dan metodologis. Kompetensi substantif dai yaitu : (1) memiliki pemahaman agama Islam secara cukup tepat dan benar, (2) memiliki al akhlak al karimah, (3) mengetahui perkembangan pengetahuan umum yang relatif luas, (4) memahami hakekat dakwah, (5) mencintai audiens, (6) mengenali kondisi lingkungan dakwah, (7) mempunyai rasa ikhlas. Sedangkan kompetensi metodologis menurut Pratiknya dalam Bukhari adalah kemampuan membuat perencanaan dakwah dan melaksanakan perencanaan dakwah²⁴.

Kamaluddin mengelompokkan kompetensi dai profesional menjadi 2 yaitu kompetensi substansial dan kompetensi metodologi. Namun di dalam kompetensi substansial terdiri dari kompetensi spiritual, moral dan intelektual dalam aspek penguasaan ilmu-ilmu Islam. Sedangkan kompetensi metodologi adalah kompetensi di bidang ilmu sosial, media dan metode penelitian. Kompetensi spiritual atau *ruhaniyyah* yaitu memiliki iman dan taqwa serta sifat-sifat sebagaimana Rasul Allah²⁵.

Kompetensi intelektual atau 'aqliyah' yaitu memiliki penguasaan pengetahuan dan keterampilan terkait : (1) ilmu-ilmu Islam yang mendalam untuk pesan-pesan dakwah seperti ilmu tafsir al-Qur'an, hadis, ilmu tauhid, ilmu fiqh, akhlak dan sejarah peradaban Islam; (2) ilmu sosial yang dapat membantu untuk mengenal mad'u seperti ilmu komunikasi, psikologi, dsj; (3) ilmu media yang bisa menjadi sarana penyampaian pesan dakwah yang argumentatif dan logis, seperti metode dakwah, bahasa, logika, balaghah dan metodologi, dsb²⁶.

Kompetensi moral atau khulqiyah yaitu memiliki sifat shiddiq, amanah, tabligh dan fathonah, ikhlas, bersyukur, ramah, penuh pengertian, tawadlu', jujur, sederhana, tidak egois, tanggung jawab, tegas, sabar dan tawakkal, lemah lembut dan terbuka. Kompetensi fisik material yaitu sehat jasmani, memiliki kecukupan materi, berasal dari etnik kaum sendiri sehingga memiliki kesamaan budaya dengan mad'u²⁷.

²² Nawawi, "Kompetensi Juru Dakwah."

²³ Nawawi.

²⁴ Bukhari, "Membangun Kompetensi Dan Kredibilitas Dai."

²⁵ Kamaluddin, "Kompetensi Dai Profesional."

²⁶ Kamaluddin.

²⁷ Kamaluddin.

Selain berbagai konsep dasar kompetensi dai profesional diatas, Rizky & Surya pernah mengadaptasi konsep kompetensi dai profesional dalam konteks digital 4.0 yang berbasis *internet of things (IoT)*, *big data* dan *artificial intelligence* sebagai berikut : kemampuan substansial pada aspek spiritual masih harus dimiliki dan perlu dikembangkan dengan memperkuat dasar ilmiah, belajar berbagai nilai dan perbandingan dengan Islam untuk menghadapi kemungkinan pertarungan nilai di dunia siber. Pada aspek moral juga perlu dipertahankan dengan penyesuaian konteks akhlakul karimah yang dibutuhkan dalam menghadapi interaksi dengan maduw di media sosial yang memungkinkan tersebar fitnah, hoax, hujatan yang ditujukan kepada dai ataupun ajaran Islam. Pada aspek penguasaan ilmu agama juga masih tetap diperlukan hanya perlu penyesuaian dan pengembangan konsep pemikiran terkait hal-hal dunia internet yang kemungkinan belum ada teks dalil al-Qur'an maupun hadits dan belum ada pada praktek Islam pada masa lalu²⁸.

Kemudian kompetensi metodologis pada aspek intelektual yaitu penguasaan dalam berbagai ilmu sosial masih diperlukan, namun perlu ditambah wawasan berkaitan teknologi informasi beserta aturan hukumnya agar dai bisa berdakwah dengan aman. Pada aspek kemampuan teknis terkait dengan bahasa, penggunaan media dan teknik komunikasi masih diperlukan, namun perlu ditambah dengan kemampuan penggunaan perangkat elektronik untuk mengoperasikan program yang digunakan, kemampuan menggunakan teknologi agar bisa mengembangkan atau membuat platform-platform yang sesuai tujuan dakwahnya atau kemampuan mencari dan menjalink kerjasama dengan orang yang memiliki kemampuan teknis tersebut. serta perlu kemampuan dan wawasan terkait interaksi masyarakat di ruang siber sebagai bahan merancang pesan dakwah, serta wawasan terkait kejahatan siber agar mencegah melakukan dakwah yang bisa berujung pada kejahatan. Selain itu juga perlu kemampuan menelusuri dan memvalidasi data yang didapat agar terhindar dari hoax. Kompetensi fisik dan material juga masih diperlukan, namun dengan tambahan yang lebih besar pada kecukupan materi untuk membeli perangkat yang dibutuhkan seperti ponsel pintar dan kuota untuk dakwah, juga kemampuan merancang dan melakukan komunikasi yang tepat, dalam konteks mad'u yang bisa beragam atau berbeda etnis dengan dai²⁹.

Berdasarkan berbagai penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kompetensi dai dibedakan menjadi 2 besaran, yaitu kompetensi substantif dan metodologis. Kompetensi substantif berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan kepribadian yang bersifat mendasar dan harus dimiliki seorang dai, contohnya seperti pengetahuan terkait nilai-nilai Islam dan kepribadian shiddiq, amanah, ikhlas, dan sebagainya. Sedangkan kompetensi metodologis berkaitan dengan

²⁸ Rizky and Surya, "Become A Professional Dai In The Era Of Digital Revolution 4.0."

²⁹ Rizky and Surya.

pengetahuan, keterampilan dan kepribadian yang bersifat teknis untuk berdakwah pada mad'u, seperti kemampuan pemecahan masalah, maupun teknis penggunaan media untuk berdakwah.

Karakteristik Generasi Z di Indonesia

Rachmawati mengumpulkan beberapa pendapat pakar mengenai generasi Z, seperti pendapat Bencsik, Csikos, Juhaz yang menyatakan generasi Z adalah mereka yang lahir pada tahun 1995 hingga 2010, sedangkan Consultancy.uk dalam Cilliers menyatakan generasi Z adalah mereka yang lahir diatas tahun 1995 dan Oblinger & Oblinger menyatakan generasi Z adalah post millennials yaitu lahir pada 1995 hingga sekarang³⁰. Berdasarkan pendapat itu, dapat diketahui kesamaannya bahwa yang disebut generasi Z adalah mereka yang lahir diatas tahun 1995. Di Indonesia jumlah penduduk yang termasuk dalam generasi Z ada sekitar 27,94% atau setara dengan 74,93 juta orang dan merupakan generasi dengan populasi terbesar di Indonesia³¹.

Generasi Z disebut *igeneration* karena tumbuh kembang kehidupannya berdampingan dengan internet, pandai menggunakan gadget dan bisa melakukan beberapa aktivitas dalam waktu yang sama. Mereka merupakan generasi yang tergantung terhadap internet khususnya media sosial, senang terhadap kepopolaritasan, mengumpulkan penyuka (*like*) unggahannya dan pengikut (*follower*)³². Csobanka dalam Patimah & Herlambang, menjelaskan karakteristik generasi Z yaitu: generasi yang bercengkrama dengan internet setiap hari untuk kebutuhan jejaring sosial, mereka terhubung secara global, pintar dan menjunjung tinggi toleransi, berkomunikasi menggunakan jejaring sosial, konsumen informasi dari berbagai sumber di dunia, terampil menggunakan perangkat keras dan lunak media, memiliki pengikut dengan jumlah banyak di media sosial, bisa melakukan berbagai aktivitas dalam waktu yang sama (*multitasking*), cepat mengambil keputusan, dan bisa berteman dengan berbagai orang yang berbeda latar belakang budaya agama dan sosial, tidak memiliki hubungan kekeluargaan yang kuat, cerdas tetapi dalam mencerna informasi sering hanya menerima yang dipahami dan sulit memproses emosi dengan baik, mampu multitasking tetapi cenderung sulit memahami sesuatu, berkepribadian narsistik untuk kebutuhan diakui atau diketahui orang lain khususnya di media sosial, kurang empati dengan orang lain karena terbelenggu dunia virtual, mengidolakan tokoh di media sosial hingga mempengaruhi kepribadian atau gaya hidup yang cenderung hedonis³³.

³⁰ Dewi Rachmawati, "Welcoming Gen Z in Job World (Selamat Datang Generasi Z di dunia kerja)," *Proceeding Indonesian Carrier Center Network (ICCN) Summit 2019* 1, no. 1 (October 19, 2019): 21–24.

³¹ Heriyanto et al., "Indonesia Gen Z Report 2024."

³² Leli Patimah and Yusuf Tri Herlambang, "Menanggulangi Dekadensi Moral Generasi Z Akibat Media Sosial Melalui Pendekatan Living Values Education (LVE)," *PEMBELAJAR: Jurnal Ilmu Pendidikan, Keguruan, Dan Pembelajaran* 5, no. 2 (November 8, 2021): 150–58, <https://doi.org/10.26858/pembelajar.v5i2.18359>.

³³ Patimah and Herlambang.

Dalam penelitian berjudul 'True Gen': Generation Z Generation Z and its implication for companies yang dilakukan oleh McKinsey mengelompokkan Gen Z ke dalam empat komponen yang berlandaskan pada satu fondasi yaitu Generasi Z adalah generasi yang mencari suatu kebenaran. Klasifikasi pertama menyebut Gen Z sebagai *the undefined ID* yaitu generasi yang menghargai ekspresi setiap individu tanpa memberi label tertentu, Gen Z cenderung memiliki keterbukaan untuk memahami keunikan individu. Kedua, gen Z sebagai *the communaholic*, yaitu sangat inklusif dan tertarik terlibat pada beragam komunitas dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi agar memperluas manfaat yang mereka akan berikan. Ketiga, *the dialoguery* yaitu generasi yang percaya pentingnya komunikasi untuk menyelesaikan konflik dan percaya bahwa perubahan bisa datang melalui dialog. Mereka juga terbuka dengan pemikiran tiap individu yang bisa berbeda serta suka berinteraksi dengan beragam orang atau kelompok. Keempat, *the realistic* yaitu yang cenderung lebih realistis dan analitis dalam mengambil keputusan, menikmati kemandirian belajar dan mencari informasi sehingga senang memegang kendali akan keputusan yang dipilihnya³⁴.

Bencisk & Machova dalam Putra menjelaskan karakteristik Gen Z dari beberapa aspek yaitu generasi Z termasuk generasi yang tidak mau berkomitmen, merasa bahagia dengan apa yang dimiliki dan hidup untuk hari ini, cenderung membangun hubungan secara virtual dan mampu menggunakan perangkat IT secara intuitif, memiliki tujuan hidup *"live for the present"* atau hidup untuk saat ini, ingin serba cepat dalam segala hal, inisiator, pemberani, cepat dalam mengakses informasi dan mencari konten, cenderung kurang berfikir, perhatian terbagi-bagi dan kurang memikirkan konsekuensi, kurang ada keinginan untuk memahami sesuatu, batas-batas pekerjaan dan hiburan saling tumpang tindih³⁵.

Rachmawati dalam penelitian berjudul "Welcoming Gen Z in Job World" mengumpulkan beberapa penelitian yang membahas karakteristik generasi Z sebagai berikut : generasi yang paling unik dan canggih secara teknologi, berkomunikasi melalui media sosial yang informal, individual dan lurus dalam kehidupannya, generasi yang Do-It-Yourself, cenderung lebih memilih berwirausaha, dapat dipercaya, toleran dan kurang termotivasi oleh uang dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi Z lebih tidak sabar, berpikir instan, kurang ambisius dibanding generasi sebelumnya, mengalami defisit perhatian dan punya ketergantungan tinggi pada teknologi, rentang perhatiannya rendah, individualis, lebih banyak menuntut, materialistik dan merasa menjadi generasi yang paling berhak. Teknologi menjadi identitas mereka dan cerdas di bidang teknologi,

³⁴ Tracy Francis and Fernanda Hoefel, "'True Gen': Generation Z and Its Implications for Companies," *McKinsey & Company*, November 2018.

³⁵ Yanuar Surya Putra, "Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi," *Among Makarti* 9, no. 18 (Desember 2016), <http://dx.doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>.

tetapi tidak punya keterampilan penyelesaian masalah dan melihat situasi, mengkontekstualisasikan, menganalisis dan membuat keputusan³⁶.

Menurut Sawitri, karakter generasi Z di Indonesia tidak berbeda jauh dengan karakter generasi Z secara umum, yaitu: mereka menggali informasi utamanya menggunakan TV, internet dan radio, serta tidak banyak membaca media cetak seperti surat kabar atau tabloid. Justru paling banyak adalah menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, youtube dan line. Namun meskipun menggunakan media sosial, adanya kendala bahasa membuat mereka tidak benar-benar berinteraksi dengan orang lain di seluruh dunia. Generasi Z di Indonesia juga memiliki karakter cenderung mengedepankan tatap muka (*face to face*) sebagai bentuk komunikasi yang penting di lakukan³⁷. Hal ini sejalan dengan hasil rilis studi Ipsos Marketing Summit 2024 mengungkapkan 43% atau 12,9 juta generasi Z di Indonesia *familiar* dengan AI. Meski demikian, generasi Z Indonesia lebih mempercayai manusia daripada mesin untuk mendapatkan pemecahan masalah. Hal itu disebabkan karena manusia lebih akurat dalam memberikan solusi daripada petunjuk otomatis yang membingungkan³⁸.

Dalam hasil penelitian berjudul "Indonesia Gen Z Report 2024" yang dilakukan oleh IDN Research Institute, dijelaskan karakteristik generasi Z sebagai berikut : *pertama*, dunia digital adalah dunia sesungguhnya bagi Generasi Z. Generasi Z sebagai *digital native* cenderung menggunakan internet pada hampir semua hal. Mulai dari bersosialisasi, hiburan, bekerja dan belajar. Konsumsi digital mereka membentuk identitas mereka dan terkadang bisa melelahkan bagi kesehatan mental mereka, serta maraknya aktivitas digital di kalangan Gen Z tidak diimbangi dengan kesadaran yang memadai mengenai perlindungan data pribadi dan etika internet, yang dapat membahayakan³⁹.

Kedua, Generasi Z membutuhkan bantuan dalam hal pengembangan diri dan kesejahteraan. Generasi Z yang sudah mulai memasuki masa dewasa membutuhkan bimbingan dan dukungan dari orang yang lebih dewasa dari mereka. Sedangkan Generasi Z yang masih remaja, masih sangat bergantung pada keluarga, guru, atau tokoh lain yang lebih tua untuk membimbing mereka menjalankan kehidupannya. *Ketiga*, hal yang dikhawatirkan generasi Z adalah kesenjangan, kesehatan mental, keadilan sosial dan semakin langkanya lapangan kerja sebagai dampak dari kemajuan teknologi. Generasi Z yang lebih sadar akan *mental-health* dan konsekuensinya, banyak

³⁶ Rachmawati, "Welcoming Gen Z in Job World (Selamat Datang Generasi Z di dunia kerja)."

³⁷ Dian Ratna Sawitri, "Perkembangan Karier Generasi Z: Tantangan dan Strategi dalam Mewujudkan SDM Indonesia yang Unggul," in *Penguatan Ketahanan Keluarga dan Pembangunan Sumber Daya Manusia Indonesia Unggul* (Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro Semarang, n.d.), 147–61, <https://doc-pak.undip.ac.id/id/eprint/14336/>.

³⁸ Ipsos, "Indonesia 2024 and Beyond" (Ipsos Marketing Summit 2024, Ipsos, 2024).

³⁹ Heriyanto et al., "Indonesia Gen Z Report 2024."

mengakses konten yang membahas itu di media sosial, bahkan diskusi mengenai kesehatan mental banyak terjadi dan menjadi perbincangan harian. Selain itu, generasi Z di Indonesia juga memprioritaskan isu terkait kesenjangan sosial dan ekonomi. Sebagian besar berpenghasilan kurang dari Rp 2,5 juta per bulan, dan menyisakan sedikit untuk asuransi, pendidikan dan pengembangan diri, serta hiburan. Sebagian besar lainnya, cenderung masih bergantung pada keluarga secara finansial dan tinggal bersama keluarga⁴⁰.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan karakteristik generasi Z di Indonesia berdasarkan beberapa aspek yang nantinya dibutuhkan untuk pertimbangan perumusan kompetensi dai. *Pertama*, secara umum generasi Z adalah *igeneration* yang tidak bisa lepas dari penggunaan media sosial dan internet dalam kehidupannya. *Kedua*, generasi Z cenderung punya pemikiran yang terbuka, toleran dan menerima perbedaan pendapat atau pandangan dengan orang lain. Namun mereka juga punya pandangan hidup untuk hari ini (*live for the present*) yang terpengaruh oleh paham hedonisme – materialistik. *Ketiga*, generasi Z pandai menggunakan gadget untuk memperoleh informasi atau berinteraksi di media sosial, namun disisi lain kurang memiliki kemampuan berpikir yang mendalam atau menganalisis, mereka cenderung berpikir instan dan kurang mempertimbangkan konsekuensi tindakannya. Hal ini juga menyebabkan kurangnya kesadaran akan etika di dunia digital. *Keempat*, generasi Z cenderung suka *multitasking* atau mengerjakan banyak hal sekaligus, namun di sisi lain jadi rendah rentang perhatiannya. Hal ini mungkin juga disebabkan karena perkembangan konten di media sosial yang cenderung menampilkan informasi dalam bentuk video singkat bahkan kurang dari 1 menit, dan mudah berpindah dari satu informasi ke informasi lainnya, sehingga menyebabkan orang mudah berpindah-pindah fokus. *Kelima*, generasi Z memiliki kepribadian yang narsistik, senang mendapat popularitas di media sosial melalui jumlah like dan follower akun media sosial. *Keenam*, generasi Z di Indonesia cenderung menyukai tatap muka langsung dan diberikan solusi oleh manusia, meskipun mereka familiar dengan penggunaan AI atau mesin otomatis. *Terakhir*, ada topik-topik yang menjadi perhatian utama generasi Z seperti topik kesehatan mental dan kesenjangan sosial-ekonomi.

Dakwah di Kalangan Generasi Z

Pada ulasan sebelumnya telah dibahas beberapa karakteristik generasi Z di Indonesia, yang bisa dipertimbangkan dalam merencanakan dakwah yang bisa diterima di kalangan mereka, khususnya berkaitan dengan media dan metode dakwah yang bisa digunakan serta materi dakwah

⁴⁰ Heriyanto et al.

yang bisa diberikan. *Pertama*, media sosial bisa menjadi media dakwah yang efektif untuk berdakwah di kalangan generasi Z di Indonesia, karena generasi Z di Indonesia cenderung menggunakan media sosial seperti instagram, tiktok, youtube, dan sejenisnya untuk mendapatkan informasi dan berinteraksi. Namun forum tatap muka juga bisa tetap diadakan, mengingat generasi Z lebih nyaman bertemu dengan manusia untuk mencari solusi.

Kedua, metode dakwah yang digunakan bisa mengedepankan adanya interaksi dua arah, mengingat karakteristik generasi Z yang suka berkomunikasi, berdialog dan cenderung terbuka dengan pemikiran orang lain. Selain itu, mereka juga bisa mendapatkan informasi dari banyak sumber khususnya konten di media sosial yang mereka ikuti. Dengan adanya dialog atau diskusi bisa menjadi metode yang cocok, agar bisa ada pertukaran informasi, pemikiran, dan bersifat tidak memaksa, sehingga mereka akan menerima nilai-nilai yang didakwahkan dengan kesadarannya. Bahkan metode debat juga bisa digunakan jika ada perbedaan pemikiran yang bertentangan dan tidak bisa sekedar disampaikan dengan metode ceramah atau diskusi biasa. Namun debat yang dilakukan tetap harus menggunakan etika dakwah yang baik, yang bertujuan untuk menemukan kebenaran, bukan untuk memenangkan ego personal.

Ketiga, topik-topik yang menjadi perhatian dari generasi Z di Indonesia, bisa menjadi bahan atau materi dakwah yang dibahas, baik dakwah melalui media sosial maupun menggunakan tatap muka. Seperti adanya pemahaman *live for the present* akibat terpengaruh hedonisme-materialistik, yang membuat generasi Z bisa menuhankan kesenangan duniawi. Dai bisa memberikan materi yang meningkatkan keimanan terhadap Allah SWT, dan materi terkait mendudukkan dunia dengan benar. Sehingga bisa membentengi generasi Z dari paradigma-paradigma yang keliru.

Selain itu, salah satu topik yang menjadi perhatian generasi Z adalah kesenjangan sosial-ekonomi. Topik ini juga bisa diangkat oleh dai sebagai materi dakwah untuk memasukkan nilai-nilai Islam seperti zakat. Topik terkait kesenjangan sosial-ekonomi ini biasa dibahas melalui konten seperti video yang menyorot penjual makanan di pinggir jalan yang sepi pembeli, atau orang yang sudah usia senja tapi masih harus berjualan koran untuk menyambung hidup, dan sejenisnya. Dai bisa memasukkan nilai-nilai terkait zakat, infaq dan shadaqah yang punya fungsi dalam mengurangi kesenjangan sosial-ekonomi dan mengajak mad'u generasi Z untuk membantu meningkatkan kesejahteraan orang yang membutuhkan sebagai materi dakwah. Selain itu, dai juga bisa memberikan materi dakwah yang dapat mencegah generasi Z membantu seseorang hanya untuk mengejar popularitas dan like di media sosial. Karena adanya kecenderungan generasi Z yang mengejar popularitas dan likes, berpotensi membuat generasi Z membantu orang lain sekedar untuk konten, padahal seharusnya tidak demikian. Sehingga perlu ada materi yang bisa mencegah hal itu terjadi.

Topik lain yang juga menjadi perhatian generasi Z adalah *mental health* atau kesehatan mental. Generasi Z peduli dengan isu kesehatan mental karena mereka hidup di era media sosial dimana banyak orang mengunggah yang terjadi dalam hidupnya, sehingga muncul ekspektasi dan tekanan jika mereka tidak memiliki kehidupan sebagaimana yang ditampilkan di media sosial, dan merasa masalah yang mereka hadapi begitu berat. Hal ini berakibat pada kecemasan, stres bahkan depresi. Padahal hal yang ditampilkan di media sosial, tidak selalu benar-benar nyata. Bisa saja ada kepentingan bisnis, hiburan, dsb. Selain itu, setiap manusia pasti di uji, sehingga masalah pasti akan ada, sebagai bagian dari ujian yang harus dilalui. Namun Allah SWT juga menjanjikan bahwa setelah kesulitan pasti ada kemudahan, asalkan manusia senantiasa berusaha memecahkannya. Adanya materi dakwah berkaitan dengan kesehatan mental dan solusi atau cara menyikapinya, tentu akan sangat dibutuhkan untuk generasi Z.

Kompetensi SDM Dai Untuk Berdakwah Di Kalangan Generasi Z

Tugas pertama dai adalah mengajak manusia atau mad'u untuk beriman kepada Allah dan RasulNya. Setelah memiliki aqidah yang benar, tugas berikutnya adalah mengajak mad'u untuk menjalankan perintah-perintah Allah dan menjauhi larangan Allah, yaitu menjalankan ibadah seperti sholat, zakat, berpuasa, berhaji, serta menempuh jalan hidup yang benar, senantiasa menjalankan kebaikan-kebaikan dan mencegah keburukan atau kemungkaran. Selain itu, dalam proses mad'u beriman, menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangan Allah, ada kemungkinan mendapatkan ujian berupa masalah yang bisa menghalangi mereka dan membuat mereka menempuh kemungkaran atau jalan yang salah. Maka tugas dai berikutnya adalah membantu memecahkan masalah mad'u dengan berpijak pada nilai-nilai Islam, sehingga mad'u bisa tetap beriman dan menjalankan perintah Allah dengan benar. Untuk menjalankan tugas-tugas itu, maka dibutuhkan kompetensi substantif dan kompetensi metodologis yang mencakup kompetensi intelektual, moral, fisik dan material juga, khususnya jika dihubungkan dengan karakteristik mad'u dari kalangan generasi Z.

Pertama, untuk mengajak mad'u beriman kepada Allah atau memiliki aqidah yang benar, maka dai hendaknya memiliki kompetensi substantif berupa pemahaman aqidah yang benar, yang diperkuat dengan dasar ilmiah serta perbandingan dengan nilai-nilai lainnya. Agar memiliki modal untuk berdakwah pada generasi Z yang memiliki karakter toleran terhadap semua bentuk pemikiran dan nilai-nilai, sehingga memungkinkan mereka memiliki banyak nilai yang dianggap benar yang bisa bertentangan dengan nilai-nilai Islam, dan perlu diluruskan. Dai perlu memiliki pemahaman nilai-nilai aqidah yang benar agar bisa menyampaikan pemahaman yang benar, yang bisa meningkatkan keimanan mad'u generasi Z.

Kedua, selain kompetensi substantif, dai juga perlu memiliki kompetensi metodologis, yaitu penguasaan terhadap ilmu pengetahuan terkait topik-topik yang menjadi bahasan di kalangan generasi Z. Agar dai bisa berdakwah dengan memberikan contoh-contoh atau menggunakan diksi yang relevan dengan karakteristik generasi Z. Tidak hanya pemberian contoh atau diksi dalam berdakwah, namun secara substansi dengan penguasaan ilmu pengetahuan terkait, dai bisa membantu memecahkan masalah yang dihadapi mad'u generasi Z. Seperti penguasaan keilmuan terkait masalah kesehatan mental dan solusinya, khususnya dengan pemecahan masalah yang berlandaskan nilai-nilai Islam, serta penguasaan keilmuan terkait masalah kesenjangan sosial ekonomi, beserta solusinya.

Ketiga dai juga perlu memiliki rasionalitas dan kemampuan berpikir ilmiah dalam memecahkan masalah sebagai kompetensi metodologis. Agar bisa berdakwah pada generasi Z yang mempunyai karakter cenderung berpikir instan dan kurang mempertimbangkan konsekuensi atas tindakannya. Karakter ini memiliki dampak negatif, karena tidak berpikir mendalam dan tidak mempertimbangkan konsekuensi dari perilaku menyebabkan mereka tidak tahu hal yang dilakukan baik atau buruk, membawa dampak positif atau negatif, membahayakan atau tidak. Terbukti dari fenomena perempuan yang meninggal akibat akan membuat konten pura-pura gantung diri. Kompas.com melaporkan wanita berinisial W berusia 20 tahun meninggal tergantung di seutas tali karena terpeleset dari kursi yang menjadi pijakan kakinya, saat video call dengan teman-temannya dan bercanda memperagakan konten bunuh diri⁴¹. Fenomena itu menunjukkan bagaimana generasi Z tidak berpikir secara mendalam, hanya karena ingin memiliki konten di media sosial, tetapi melakukan tindakan yang tidak tepat yang berpotensi mencelakakan dirinya, yang sebetulnya konsekuensi itu bisa dibayangkan secara rasional sebelum tindakan itu dilakukan. Oleh karena itu, sebaiknya dai memiliki kompetensi metodologis berupa kemampuan rasionalitas dan berpikir ilmiah, agar bisa memberikan saran-saran yang tepat terhadap mad'u generasi Z dan mengajarkan pada mad'u untuk tidak lagi berpikir instan dan lebih memikirkan konsekuensi perbuatannya secara mendalam, agar tidak menghasilkan dampak negatif bagi dirinya maupun orang lain.

Kecenderungan berpikir instan dan kurang mempertimbangkan konsekuensi atas tindakan atau perilaku yang dimiliki generasi Z juga berpengaruh terhadap interaksi mereka di media sosial yang bisa mengabaikan etika di dunia digital, serta tidak bisa membedakan mana informasi yang benar dan mana yang salah atau hoax. Dai sebaiknya memiliki kompetensi metodologis berupa kompetensi moral yaitu penguasaan etika Islam dalam berinteraksi di media sosial. Agar dai bisa

⁴¹ Kompas Cyber Media, "Kronologi Wanita Tewas Saat Bikin Konten Gantung Diri di Bogor, Video Call Teman dan Terpeleset," KOMPAS.com, March 4, 2023, <https://regional.kompas.com/read/2023/03/04/072437578/kronologi-wanita-tewas-saat-bikin-konten-gantung-diri-di-bogor-video-call>.

mengajarkan pada mad'u generasi Z terkait etika di dunia digital dari sudut pandang Islam, dengan harapan bisa membuat mad'u terhindar dari perilaku negatif di media sosial, baik dalam membuat konten maupun menanggapi konten orang lain, seperti tidak melakukan cyberbullying, tidak menyebarkan hoax, dan sejenisnya.

Karakteristik generasi Z yang lainnya yaitu memiliki kepribadian yang narsistik dan senang mendapat popularitas di media sosial melalui jumlah like dan follower akun media sosial, menyebabkan mereka punya kecenderungan ingin mendapatkan pengakuan di media sosial, sehingga ada yang cenderung melakukan segala hal untuk mendapatkan popularitas dan likes, bahkan melakukan penipuan. Joki Strava adalah salah satu fenomena yang menunjukkan betapa seseorang ingin mendapat pengakuan di media sosial namun tidak sesuai kenyataan, yaitu adanya orang yang sengaja membayar jasa orang lain untuk berolahraga menggunakan aplikasi Strava agar tercatat jumlah kalori yang sudah dikeluarkan dan berbagai indikasi kesehatan lainnya, kemudian diunggah ke media sosial untuk menunjukkan bahwa dia sudah melakukan olahraga tersebut⁴². Padahal pada kenyataannya orang yang membayar jasa itu, tidak benar-benar berolahraga, melainkan hanya ingin mempunyai konten yang menunjukkan dia sudah berolahraga, sehingga mendapatkan pengakuan dari pengguna media sosial lainnya.

Oleh karena itu, kompetensi moral berupa penguasaan etika Islam dalam berinteraksi di media sosial ini juga dibutuhkan dai agar bisa mengajarkan pada mad'u generasi Z untuk tidak terlena dengan pengakuan orang lain di media sosial, yang sampai menghalalkan segala cara demi mengejar pengakuan, popularitas atau likes semata. Dai yang memiliki akhlaq dalam bermedia sosial akan bisa menyadarkan mad'u generasi Z akan batasan hal yang seharusnya mereka lakukan di media sosialnya, dan membentengi mad'u dari hal yang semu atau sekedar mendapat pengakuan di media sosial.

Selain itu, generasi Z sebagai *igeneration* sangat lekat dengan penggunaan media sosial dalam kehidupannya. Mereka suka menonton konten singkat untuk mendapatkan informasi atau hiburan, dan mereka mudah penasaran dengan konten orang lain. Hal ini bisa menjadi peluang bagi dai untuk memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah. Dengan menggunakan media sosial, pesan dakwah dapat tersebar dengan cepat dan efektif ke banyak audiens secara luas⁴³. Khususnya bagi generasi Z, dakwah Islam yang disampaikan di media sosial bisa mengundang antusiasme mereka untuk menyimak dan memperhatikan nilai-nilai dakwah yang tersaji di media

⁴² Kompas Cyber Media, "Ramai soal Joki Strava di Media Sosial, Apa Itu? Halaman all," KOMPAS.com, July 7, 2024, <https://tekno.kompas.com/read/2024/07/04/16050027/ramai-soal-joki-strava-di-media-sosial-apa-itu>.

⁴³ Nurul Hidayatul Ummah, "Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital," *Jurnal Manajemen Dakwah X*, no. 1 (2023): 151–69, <https://doi.org/10.15408/jmd.v1i1.32914>.

sosial⁴⁴. Dai bisa berdakwah melalui media sosial dengan memiliki kompetensi teknis berupa kemampuan menggunakan media sosial khususnya pada platform yang banyak digunakan oleh mad'u generasi Z seperti instagram, threads, tiktok, X, dan youtube. Selain kemampuan teknis menggunakannya, kemampuan membuat konten yang tepat juga penting dikuasai. Dai bisa menyisipkan pesan-pesan dakwah ke dalam konten beserta hastag atau *caption* yang menarik, agar mad'u generasi Z mau memperhatikan dan bisa menyerap pesan dakwahnya.

Selain kompetensi yang sudah disebutkan sebelumnya, dai secara personal juga perlu memiliki moral yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam, baik di kehidupan nyata maupun yang ditampilkan di media sosial. Karena dai menjadi sosok yang perlu memberikan teladan dalam menjalankan nilai-nilai agama, maka agar pesan dakwah yang disampaikan bisa diserap dan diikuti oleh mad'u, idealnya dai juga memilikinya dalam kehidupan sehari-hari. Terlebih mad'u generasi Z yang cenderung membuat konten atas segala hal yang dianggapnya menarik atau sekedar menjadi bentuk pelampiasannya, memungkinkan generasi Z membuat konten untuk menyampaikan kesannya terhadap dai. Jika kesannya terhadap dai tidak baik, maka mad'u bisa membuat konten yang menjatuhkan dai tersebut. Hal ini bisa merugikan bukan hanya bagi dai secara personal, namun juga organisasi dakwah yang menaungi dai. Jadi dibutuhkan dai dengan moral yang baik yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, baik dalam kehidupan nyata maupun yang ditampilkan di media sosial.

Simpulan

Untuk berdakwah pada kalangan mad'u generasi Z dengan lebih mengena dan efektif, dibutuhkan dai yang memiliki kompetensi sesuai dengan karakteristik generasi Z, baik kompetensi substantif maupun kompetensi metodologis. Kompetensi substantif meliputi pengetahuan terkait nilai-nilai Islam yang benar yang diperkuat dengan dasar ilmiah, baik terkait aqidah, syariah seperti zakat, dan akhlaq. Dai juga perlu memiliki moralitas yang baik yang sesuai dengan nilai-nilai Islam baik di kehidupan nyata maupun yang ditampilkan di media sosial, agar bisa memberikan contoh yang baik terhadap mad'u generasi Z, dan meminimalisir kemungkinan mendapat kesan negatif dari mad'u yang bisa merugikan dai dan organisasi dakwah yang menaunginya.

Dai juga perlu memiliki kemampuan menyusun pesan-pesan dakwah dengan memasukkan nilai-nilai tersebut, seperti pesan dakwah mendudukan kehidupan dunia dengan benar, pesan dakwah mengenai pentingnya berzakat infaq dan shadaqah untuk mengurangi kesenjangan sosial

⁴⁴ "Penyampaian Dakwah Islam Di Media Sosial Bagi Generasi Z: Penyampaian Dakwah Islam Di Media Sosial Bagi Generasi Z," *Al-INSAN Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam* 3, no. 1 (November 30, 2022): 1–14.

bukan sekedar untuk konten, pesan dakwah mengenai etika atau akhlaq yang baik termasuk dalam bermedia sosial agar bisa mencegah generasi Z menghalalkan segala cara untuk mengejar pengakuan semu atau popularitas dan likes di media sosial.

Kompetensi metodologis meliputi pengetahuan yang benar mengenai ilmu kesehatan mental dan solusinya, agar bisa membantu memecahkan persoalan kesehatan mental yang banyak dialami oleh generasi Z. Dai juga perlu memiliki rasionalitas dan kemampuan berfikir ilmiah dalam memecahkan masalah mad'u sebagai kompetensi metodologis, serta kemampuan membuat materi dakwah terkait pentingnya rasional dan berfikir ilmiah untuk mengubah karakter generasi Z yang cenderung berfikir instan dan tidak memikirkan konsekuensi perilakunya sehingga bisa menimbulkan keburukan baginya. Selain itu, dai juga perlu memiliki kompetensi teknis yaitu kemampuan membuat konten yang berisi dan menarik, serta kemampuan menggunakan media sosial sebagai media dakwah kepada mad'u generasi Z yang menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-harinya.

Bibliografi

- Affandy, Shofyan. "Formulasi Strategi Dakwah: Adaptasi Framework Manajemen Strategis Untuk Dakwah Berjangka Pendek." *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 4, no. 2 (2022).
- Aliyudin, Aliyudin. "Kualifikasi Da'i: Sebuah Pendekatan Idealistik Dan Realistik." *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 14, no. 2 (December 22, 2015). <https://doi.org/10.15575/anida.v14i2.840>.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Kencana, 2019. <https://books.google.co.id/books?id=zcq2DwAAQBAJ>.
- BBC News Indonesia. "Kasus santri tewas di pondok pesantren Kediri: 'Aku takut, Mama tolong cepat jemput' - Mengapa kekerasan terulang lagi di pesantren?," February 29, 2024. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c0vjeq20d8po>.
- Bukhari. "Membangun Kompetensi Dan Kredibilitas Da'i." *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* volume v, no. 10 (2014). <https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v0i0.688>.
- Francis, Tracy, and Fernanda Hoefel. "True Gen': Generation Z and Its Implications for Companies." *McKinsey & Company*, November 2018.
- Fuad, Noor, and Gofur Ahmad. *Intergrated HRD: Human Resources Develoupment*. Jakarta: Grasindo, 2009.

- Hasan, Juhari. "Standar Kompetensi Da'i Profesional Dalam Konteks Dinamika Perubahan Sosial." *UIN Ar Raniry*, 2014, 1–66.
- Heriyanto, Devina, William Putro Utomo, Kania Aisha Pasaman, Metha Tri Rizka, Yolanda Gloria Hutaeruk, and Felicia Yulianti. "Indonesia Gen Z Report 2024." *IDN Research Institute*, 2024. <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf>.
- Ipsos. "Indonesia 2024 and Beyond." Ipsos, 2024.
- Jalil, Abdul. "Jual Konten Pornografi di Media Sosial, Remaja Asal Pasuruan Dibekuk Polisi." *Solopos.com*, November 10, 2023. <https://jatim.solopos.com/jual-konten-pornografi-di-media-sosial-remaja-asal-pasuruan-dibekuk-polisi-1791866>.
- Kamaluddin. "Kompetensi Da'i Profesional." *HIKMAH: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam* 2, no. 1 (June 2015): 104–24.
- KBBI VI Daring. "Hasil Pencarian Kata 'Profesi.'" Accessed July 10, 2024. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/profesi>.
- Kusumawati, Silviana Putri, Nafi'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): 1–14.
- Maimunah, Maimunah. "Psikologi Komunikasi dalam Komunikasi Dakwah: Systematic Literature Review." *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (July 22, 2023): 177–92. <https://doi.org/10.55372/bilhikmahjkpi.v1i1.14>.
- Media, Kompas Cyber. "Kronologi Wanita Tewas Saat Bikin Konten Gantung Diri di Bogor, Video Call Teman dan Terpeleset." *KOMPAS.com*, March 4, 2023. <https://regional.kompas.com/read/2023/03/04/072437578/kronologi-wanita-tewas-saat-bikin-konten-gantung-diri-di-bogor-video-call>.
- . "Ramai soal Joki Strava di Media Sosial, Apa Itu? Halaman all." *KOMPAS.com*, July 7, 2024. <https://tekno.kompas.com/read/2024/07/04/16050027/ramai-soal-joki-strava-di-media-sosial-apa-itu>.
- Nawawi, Nawawi. "Kompetensi Juru Dakwah." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 3, no. 2 (January 1, 1970): 287–97. <https://doi.org/10.24090/komunika.v3i2.131>.
- Patimah, Leli, and Yusuf Tri Herlambang. "Menanggulangi Dekadensi Moral Generasi Z Akibat Media Sosial Melalui Pendekatan Living Values Education (LVE)." *PEMBELAJAR: Jurnal Ilmu Pendidikan, Keguruan, Dan Pembelajaran* 5, no. 2 (November 8, 2021): 150–58. <https://doi.org/10.26858/pembelajar.v5i2.18359>.

- "Pelajar 16 Tahun Ini Nekat Mencuri Motor Milik Anggota Polisi : Okezone News." Accessed July 22, 2024. <https://news.okezone.com/read/2024/05/04/340/3004338/pelajar-16-tahun-ini-nekat-mencuri-motor-milik-anggota-polisi>.
- "Penyampaian Dakwah Islam Di Media Sosial Bagi Generasi Z: Penyampaian Dakwah Islam Di Media Sosial Bagi Generasi Z." *Al-INSAN Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam* 3, no. 1 (November 30, 2022): 1–14.
- Putra, Yanuar Surya. "Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi." *Among Makarti* 9, no. 18 (Desember 2016). <http://dx.doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>.
- Rachmawati, Dewi. "Welcoming Gen Z in Job World (Selamat Datang Generasi Z di dunia kerja)." *Proceeding Indonesian Carrier Center Network (ICCN) Summit 2019* 1, no. 1 (October 19, 2019): 21–24.
- Rizky, Fasha Umh, and Alan Surya. "Become A Professional Da'i In The Era Of Digital Revolution 4.0." *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah* 9, no. 1 (June 12, 2021): 8–18.
- Rozalena, Agustin, and Sri Komala Dewi. *Panduan Praktis Menyusun Pengembangan Karier Dan Pelatihan Karyawan*. 1st ed. Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup), 2016.
- Sawitri, Dian Ratna. "Perkembangan Karier Generasi Z: Tantangan dan Strategi dalam Mewujudkan SDM Indonesia yang Unggul." In *Penguatan Ketahanan Keluarga dan Pembangunan Sumber Daya Manusia Indonesia Unggul*, 147–61. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro Semarang, n.d. <https://doc-pak.undip.ac.id/id/eprint/14336/>.
- Tribun-bali.com. "Bocah 14 Tahun Curi Sepeda Motor Rekan Kerjanya, Polsek Kuta Selatan Berhasil Amankan Pelaku." Accessed July 22, 2024. <https://bali.tribunnews.com/2024/04/15/bocah-14-tahun-curi-sepeda-motor-rekan-kerjanya-polsek-kuta-selatan-berhasil-amankan-pelaku>.
- Ummah, Nurul Hidayatul. "Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital." *Jurnal Manajemen Dakwah X*, no. 1 (2023): 151–69. <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>.