

**KOMUNIKASI RAMAH UNTUK GENERASI Z
PADA KAJIAN ISLAM DI LEMBAGA TERAS DAKWAH
DI KOTA YOGYAKARTA**



Oleh:

Jum'ah

NIM: 22202012022

TESIS

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
SUNAN KALIJAGA
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
YOGYAKARTA
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Magister Sosial

YOGYAKARTA

2025

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jum'ah
NIM : 22202012022
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika dikemudian hari bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 08 Januari 2025

Saya yang menyatakan,



Jum'ah

NIM: 22202012022

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jum'ah
NIM : 22202012022
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 08 Januari 2025

Saya yang menyatakan,



Jum'ah

NIM: 22202012022

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-131/Un.02/DD/PP.00.9/01/2025

Tugas Akhir dengan judul : Komunikasi Ramah untuk Generasi Z pada Kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah di Kota Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : JUM'AH, S. Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 22202012022
Telah diujikan pada : Senin, 13 Januari 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I
Prof. Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 679018f96b6



Penguji II
Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
SIGNED

Valid ID: 6791058c5a5e8



Penguji III
Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum
SIGNED

Valid ID: 6784e17397d64



Yogyakarta, 13 Januari 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 6790a8f8383e4

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Komunikasi Pesan Ramah untuk Generasi Z
pada Kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah di Kota Yogyakarta

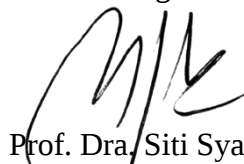
Oleh

Nama : Jum'ah
NIM : 22202012022
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 03 Januari 2025
Pembimbing



Prof. Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai komunikasi ramah yang diterapkan dalam kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah di Kota Yogyakarta. Program kajian yang menjadi fokus penelitian disini terdiri dari dua kajian, yaitu Ngaji Asyik dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda). Kajian Islam pada Ngaji Asyik dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda), di Lembaga Teras Dakwah tersebut, menjadi salah satu contoh dalam usaha menyampaikan pesan Islam yang relevan dan mudah diterima oleh generasi Z.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi ramah yang digunakan oleh Lembaga Teras Dakwah di Kota Yogyakarta dalam menyampaikan pesan kepada generasi Z. Kemudian, dalam penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis resepsi generasi Z terhadap kajian Ngaji Asyik dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda) yang diikuti. Metode penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*), dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah melalui data observasi (pengamatan), wawancara mendalam, dan dokumentasi. Penelitian ini juga menggunakan teknik analisis data untuk mendapatkan hasil penelitian, di antaranya: reduksi data, penyajian data dan verifikasi data atau penarikan kesimpulan. Selanjutnya, agar data penelitian yang dilakukan sesuai, maka data penelitian yang diperoleh juga menggunakan teknik keabsahan data yang terdiri dari triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa komunikasi ramah yang diterapkan oleh Lembaga Teras Dakwah mencakup beberapa hal, seperti menentukan komunikator kajian, memilih media yang digunakan, menetapkan target jamaah kajian, lingkungan sekitar kajian, menentukan tema kajian, penyajian pesan yang disampaikan saat kajian dan pesan nonverbal yang tersampaikan saat kajian. Melalui pendekatan yang diterapkan, komunikasi pesan ramah di Lembaga Teras Dakwah menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan minat generasi Z terhadap kajian Islam yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan generasi Z.

Kata Kunci: *Komunikasi Pesan Ramah, Generasi Z, Lembaga Teras Dakwah*

ABSTRACT

This study discusses the communication of friendly messages applied in Islamic studies at the Teras Dakwah Institute in Yogyakarta City. The study program that is the focus of this research consists of two studies, namely Ngaji Asyik and Amida (Akhwat and Young Ummi). Islamic studies in Ngaji Asyik and Amida (Akhwat and Young Ummi), at the Teras Dakwah Institute, are one example of an effort to convey Islamic messages that are relevant and easily accepted by generation Z.

This research aims to analyze the message communication used by the Teras Dakwah Institute in Yogyakarta City in conveying messages to generation Z. Then, this research also aims to analyze generation Z's reception of the Ngaji Asyik and Amida (Young Akhwat and Ummi Muda) studies that they follow. This research method uses field research, with a descriptive qualitative approach. The data collection techniques used in this research are through observation data, in-depth interviews and documentation. This research also uses data analysis techniques to obtain research results, including: data reduction, data presentation and data verification or drawing conclusions. Furthermore, so that the research data carried out is appropriate, the research data that is processed also uses data validity techniques which consist of source triangulation and technical triangulation.

The results of this study found that the communication of friendly messages implemented by the Teras Dakwah Institute includes several things, such as determining the study communicator, choosing the media used, determining the target study congregation, the environment around the study, determining the study theme, presenting messages delivered during the study and nonverbal messages delivered during the study. Through the approach applied, the communication of friendly messages at the Teras Dakwah Institute shows an increase in understanding and interest of generation Z towards Islamic studies that are relevant and in accordance with the needs of generation Z.

Keywords: *Communication of Friendly Messages, Generation Z, Teras Dakwah Institute*

MOTTO

Nasihat Imam Al Haddad:

“Apa yang ditakdirkan untukmu, akan sampai kepadamu, dan apa yang bukan ditakdirkan untukmu, tak akan sampai kepadamu. Maka sibukkanlah dirimu dengan beribadah kepada Allah, dengan segala macam ibadah yang diwajibkan kepadamu.”

KEBERKAHAN DOA MAMA dan ABAH

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan penuh rasa syukur dan limpahan rahmat-Nya dan dengan segala kerendahan hati, saya mempersembahkan tesis ini, kepada:

1. Kedua orang tua saya, Ayah Arul dan Ibu Rehani. Terimakasih banyak penulis ucapkan atas segala doa, cinta, pengorbanan dan kasih sayang yang telah diberikan kepada penulis. Perjuangan Mama dan Abah, yang tanpa lelah dalam memperjuangkan hidup dan pendidikan anak-anaknya, semoga Allah selalu melimpahkan kebahagiaan, keselamatan, ketenangan dunia akhirat kepada Mama dan Abah. Melalui tulisan ini, semoga amal kebaikan terus mengalir kepada kedua orang tua yang sangat penulis cintai.
2. Kepada Kakak Jaleha, Kakak Lukmana dan Adikku, Ahmad Zainal Muna yang selalu mendoakan, mendukung, membimbing, menyayangi, dan senantiasa memberikan ruang bagi penulis untuk bisa berkembang dengan pilihan penulis sendiri.
3. Kepada Kakek Abdul Hamid (Alm) dan Nenek Badariyah yang sudah mendoakan, mendukung dan menyayangi penulis. Tak lupa, kepada seluruh keluarga besar yang telah banyak mendoakan, mendukung, memberikan dorongan moril dan material kepada penulis. Semoga apapun yang diberikan menjadi amal kebaikan kepada yang memberikan.
4. Kepada Guru-guru, para Dosen penulis yang telah memberikan pengajaran ilmu-ilmu yang bermanfaat kepada penulis.

5. Kepada semua pihak yang telah mengiringi perjalanan penulis dengan segala kekurangan dan kelebihan yang ada didalam diri penulis. Juga terimakasih banyak kepada setiap orang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
6. Kepada diri penulis yang telah banyak berjuang, dengan segala kemampuan dan kekuatan hingga hari ini. Semoga selalu bersemangat, selalu tersenyum, selalu bersabar dan selalu bersyukur.

Yogyakarta, Januari 2025



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur tak terhingga penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Komunikasi Ramah untuk Generasi Z pada Kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah di Kota Yogyakarta”, dengan tepat waktu. Tesis ini disusun sebagai tugas akhir dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Magister Sosial (M. Sos). Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari jalan kegelapan menuju cahaya petunjuk-Nya. Semoga Allah SWT, selalu memberkahi beliau, keluarga, sahabat serta umatnya hingga akhir zaman. *Aamiin yaa rabbal'alamin*.

Penyusunan tesis ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, dan terima kasih penulis ingin mengucapkan kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tesis ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi, M. A., M. Phil., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Arif Maftuhin, M. Ag., M.A.I.S.

3. Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Dr. Abdul Rozak, M. Pd.
4. Dosen Pembimbing Tesis, Prof. Dra. Siti Syamsiyatun, M. A., Ph.D. Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya karena telah banyak membantu, membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi serta ilmu kepada penulis dalam menyelesaikan studi dan penelitian tesis ini. Sehingga tesis ini, dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
5. Dosen Pembimbing Akademik, Dr. Khadiq, S.Ag., M. Hum. Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya karena telah membantu, mengarahkan, membimbing, dan memberikan motivasi serta ilmu selama perkuliahan.
6. Sekretaris, Prodi, Dosen, Tenaga Pendidik dan seluruh Staf Program Studi Magister Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah banyak membantu dalam segala pengurusan administrasi akademik selama perkuliahan.
7. Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Dr. Tafrikhuddin, S. Ag., M. Pd dan seluruh staf perpustakaan, penulis mengucapkan terima kasih banyak karena yang telah membantu dan memberikan wadah bagi penulis untuk bisa mendapatkan buku-buku sebagai referensi selama perkuliahan hingga proses penyusunan tesis ini.
8. Keluarga Besar Lembaga Teras Dakwah Yogyakarta, penulis mengucapkan terima kasih banyak karena telah memberikan izin penelitian kepada penulis

dan atas segala dukungan, bimbingan dan bantuannya yang luar biasa dalam proses penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada Mas Akhid Subiyanto, selaku Ketua dan Pendiri Lembaga Teras Dakwah dan Mas Choiruddin Ilyas selaku Wakil Pengasuh Lembaga Teras Dakwah yang telah banyak membantu penulis dan meluangkan waktunya dalam memberikan berbagai informasi yang sangat berharga kepada penulis selama proses penelitian di Lembaga Teras Dakwah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini.

9. Ustadz dan Ustadzah pengisi kajian di Lembaga Teras Dakwah, khususnya penulis mengucapkan terima banyak kepada Ustadz Ali Haidar Ahmad, Ustadz Awan Abdullah, Ustadzah Budi Sulistyarini dan Ustadzah Nurun Nisaa Baihaqi atas segala dukungan, bimbingan, bantuannya serta telah meluangkan waktunya untuk bisa memberikan berbagai informasi yang sangat berharga kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Jamaah Akhwat dan Ikhwan kajian di Lembaga Teras Dakwah pada program kajian Ngaji Asyik dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda), penulis mengucapkan terima kasih banyak karena telah membantu dan meluangkan waktunya dalam memberikan berbagai informasi yang sangat berharga kepada penulis sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan.
11. Teman-teman seperjuangan penulis selama berkuliah di Yogyakarta, “Lokal 306” di Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis, saling berbagi cerita, memberikan motivasi dan berbagi

kisah perjuangan serta pengalaman hidup bagi penulis, sehingga penulis bisa dapat banyak belajar dan bisa bertemu dengan orang-orang hebat. Penulis mengucapkan terima kasih banyak, untuk kebersamaannya selama penulis tinggal di Yogyakarta dan semoga kita semua sukses selalu.

12. Teman-teman penulis, “grup manusia perantau”, yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis selama di Yogyakarta, penulis mengucapkan terima kasih banyak atas segala bentuk dukungan dan kebersamaannya, semoga sukses selalu.

Penulis mengucapkan terima banyak kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung, memotivasi penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan tesis ini. Semoga segala bentuk kebaikan orang-orang yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung di berikan pahala yang berlipat ganda oleh Allah SWT dan penulis juga memohon maaf bila selama perkuliahan hingga proses penyusunan tesis ini terdapat kesalahan. Melalui penyusunan tesis ini, penulis berharap agar dapat memberikan kontribusi untuk semua kalangan masyarakat dan semoga penulis dapat mengamalkan ilmu-ilmu yang telah didapatkan kepada banyak orang, sehingga ilmu-ilmu yang telah didapatkan akan terus-menerus mengalir dalam kebaikan.

Aamiin Ya Rabbal'Alamin.

Yogyakarta, Januari 2025

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO	viii
DAFTAR ISI.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
D. Kajian Pustaka.....	10
E. Kerangka Teori.....	13
1. Teori Komunikasi.....	13
2. Resepsi.....	16
F. Definisi dan Konsep Topik Penelitian.....	19
1. Dakwah Ramah	19
2. Generasi Z	21
G. Kerangka Penelitian	24
H. Metode Penelitian.....	26
I. Teknik Pengumpulan Data	31
J. Teknik Keabsahan Data.....	33
K. Teknik Analisis Data	35
BAB II.....	37
LEMBAGA TERAS DAKWAH	37
A. Lembaga Teras Dakwah.....	37
1. Profil Lembaga Teras Dakwah.....	38
2. Logo Teras Dakwah.....	43

3. Visi dan Misi Lembaga Teras Dakwah	44
4. Program dan Aktivitas Kajian	46
5. Properti Kajian Lembaga Teras Dakwah	50
3. Generasi Z	51
1. Profil Generasi Z	51
BAB III	53
KOMUNIKASI RAMAH UNTUK GENERASI Z	53
A. Komunikasi Ramah di Lembaga Teras Dakwah untuk Generasi Z	53
1. Gaya Bahasa untuk Generasi Z	54
2. Kecepatan Generasi Z dalam Menerima Pesan	56
3. Media yang digunakan Generasi Z	58
4. Pendekatan yang Interaktif dan Relevan untuk Generasi Z	61
5. Visual dan Audiens Interaktif Generasi Z	64
B. Strategi Penunjang Komunikasi Ramah pada Kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah untuk Generasi Z	66
1. Pengenalan Umat	68
2. Lingkungan Sekitar di Lembaga Teras Dakwah	70
3. Menentukan Komunikator Kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah	73
4. Media Kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah	78
5. Menentukan Target Jamaah Kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah	86
6. Perencanaan Komunikasi Dakwah	88
C. Resepsi Generasi Z pada Kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah	124
1. Posisi Dominan	125
2. Posisi Negosiasi	129
3. Posisi Oposisi	133
BAB IV	138
PENUTUP	138
A. Simpulan	138
B. Saran	139
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN	146
A. LAMPIRAN DOKUMENTASI	146

B. LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA.....	153
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	204



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Agama Islam merupakan agama dakwah yang melibatkan manusia dalam penyebarluasan ajaran Islam. Dakwah merupakan suatu usaha dalam menyampaikan ajaran Islam kepada setiap manusia untuk mengajak pada *amar ma'ruf nahi mungkar*. Dakwah yang dilakukan setiap muslim bertujuan untuk mengubah perilaku manusia yang sesuai dan berlandaskan pada etika keislaman. Secara etimologi dakwah merupakan bahasa yang berasal dari bahasa arab yang memiliki arti seruan, ajakan, atau panggilan.¹ Dakwah Islam merupakan usaha setiap orang muslim dalam mempengaruhi serta mengajak umatnya untuk mengikuti ajaran Islam didalam setiap aspek kehidupan.² Upaya yang dilakukan dalam proses dakwah Islam memerlukan berbagai komponen dakwah yang diharapkan agar menghasilkan dakwah yang efektif dan efisien. Dakwah merupakan kewajiban setiap manusia dengan kapasitas yang dimiliki oleh masing-masing manusia.³

Sebagaimana telah dijelaskan di atas, dalam membangun keberagaman masyarakat di Kota Yogyakarta, terdapat beberapa ragam organisasi keagamaan yang berperan dalam bidang dakwah di Kota Yogyakarta. Potensi lembaga keagamaan yang ada di Kota Yogyakarta cukup memadai dengan tersebarnya berbagai lembaga keagamaan di Kota Yogyakarta sebagai pendidikan informal.

¹ Nurwahidah Alimuddin, "Konsep Dakwah Dalam Islam," *Jurnal Hunafa* 4, no. 1 (2007): h.1-2.

² Awaludin Pimay and Fania Mutiara Savitri, "Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern," *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021): 43–55, <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.7847>.

³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, Cet ke-7 (Jakarta: Kencana, 2024).2.

Peran lembaga keagamaan dalam penyebaran agama Islam sangat penting. Lembaga keagamaan yang ada di Kota Yogyakarta, seperti Nahdlatul Ulama (NU), Muhammadiyah, Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Kota Yogyakarta, dan lembaga keagamaan lainnya. Selain itu, dari lembaga keagamaan di sisi lain ada komunitas kajian seperti Komunitas Kajian Islam (KKI), Forum Kajian Islam (FKI) di Kota Yogyakarta yang juga menjadi sebagai wadah penyebaran Islam. Lembaga keagamaan dan komunitas kajian yang banyak di Kota Yogyakarta, memiliki andil yang besar bagi masyarakat terutama generasi Z dalam memenuhi pengetahuan terkait ajaran Islam.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik, provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta atau D.I Yogyakarta tahun 2020 menyebutkan bahwa data generasi Z di Kota Yogyakarta berjumlah 45.724 laki-laki, sedangkan perempuan berjumlah 45.043 dengan total generasi Z laki-laki dan perempuan di Kota Yogyakarta berjumlah 90.767.⁴ Berdasarkan rilis dari data tersebut, perubahan jumlah masyarakat yang terjadi di Kota Yogyakarta setiap tahunnya juga disebabkan dengan tingginya angka migrasi yang masuk. Tingginya angka migrasi yang masuk ini disebabkan adanya masyarakat dari berbagai luar daerah yang meneruskan pendidikan di Kota Yogyakarta ini. Kondisi geografis, sosial dan budaya Kota Yogyakarta yang strategis dan menjadi pusat perhatian yang kaya akan berbagai fasilitas, seperti banyaknya universitas, lokasi wisata yang beragam, serta kesenian

⁴ “Badan Pusat Statistik,” n.d. Diakses 23 Mei 2024. Jam 21:07.

budaya yang ditawarkan menjadikan Kota Yogyakarta menjadi tujuan bagi orang-orang lokal dan mancanegara untuk datang ke Kota Yogyakarta.

Seiring meningkatnya jumlah masyarakat di Kota Yogyakarta, hal ini dikarenakan bertambahnya pendatang dari berbagai daerah yang tercatat sebagai mahasiswa dari luar daerah yang banyak melanjutkan pendidikannya di Kota Yogyakarta. Jumlah masyarakat yang berada di Kota Yogyakarta ini didominasi oleh generasi Z yang banyak memadati berbagai tempat anak muda di Kota Yogyakarta. Kepadatan penduduk di masyarakat, juga mempengaruhi jumlah penganut agama Islam yang tercatat bahwa mayoritas masyarakat di Kota Yogyakarta merupakan penganut agama Islam sebanyak 92,94 persen. Hal ini berdasarkan pada rilis data Kementerian Agama (Kemenag), yang menyebutkan bahwa besar jumlah mayoritas yang menganut agama Islam tahun 2024 adalah sebesar 3.417.174.00.⁵

Banyaknya penganut agama Islam di Kota Yogyakarta, tidak terlepas dari peran dan jasa dari komunikator (dalam istilah dakwah disebut da'i), serta lembaga dakwah yang tersebar di Kota Yogyakarta. Selain itu, meningkatnya jumlah pelajar serta mahasiswa yang datang dari luar daerah, menambah jumlah besarnya angka generasi Z di Kota Yogyakarta. Jumlah yang besar ini, menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh generasi Z di Kota Yogyakarta selain tantangan yang harus dihadapi oleh generasi Z diantaranya, tekanan akademis, ketidakstabilan ekonomi, dan juga perubahan sosial. Tantangan yang dihadapi oleh generasi Z dari luar

⁵ "Jumlah Pemeluk Agama," n.d. Diakses 23 Mei 2024. 20:02.

daerah tentunya adalah menyesuaikan diri dengan lingkungan yang baru, budaya dan gaya hidup yang berbeda dengan daerah tempat tinggal mereka.

Menjawab tantangan yang dihadapi oleh generasi Z di Kota Yogyakarta ini, mereka membutuhkan wadah yang nyaman dalam menjawab segala permasalahan yang tengah dihadapi. Wadah yang nyaman untuk dapat menyalurkan rasa keingintahuan dan kegelisahan yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Sebuah tempat yang membuat generasi Z merasa aman dengan berada ditempat tersebut. Selain itu, dengan wadah yang nyaman tersebut dapat membuat generasi Z menjadi merasa lebih didukung, dihargai serta merasa terhubung dengan tempat tersebut. Dakwah kemudian menjadi wadah bagi generasi Z di Kota Yogyakarta dalam menjawab permasalahan yang sedang mereka hadapi. Melalui kajian yang disampaikan dengan pesan ramah menjadi bagian yang sangat penting dalam membuat ketertarikan generasi Z untuk datang dan mendengarkan kajian tanpa ada rasa keterpaksaan.

Seiring dengan bertambahnya Generasi Z di Kota Yogyakarta ini, maka tantangan yang dihadapi semakin beragam. Generasi Z sebagai generasi yang penuh kebebasan dalam hal mengungkapkan kepribadian. Sebagai generasi yang penuh kebebasan tersebut, maka dalam menghadapi generasi tersebut harus dengan komunikasi yang dekat dengan mereka. Tantangan dalam membangun dan memahami generasi Z, maka penting untuk memberikan ruang bagi generasi Z dalam menemukan lingkungan yang positif dan pengembangan akhlak generasi Z menjadi lebih baik. Jika dilihat dari komunikasi Islam, dakwah selalu berkaitan

dengan adanya komunikasi.⁶ Salah satu tempat dakwah sekaligus erat kaitannya dengan komunikasi di Kota Yogyakarta sebagai tempat kajian generasi Z dalam meningkatkan pengetahuan agama di Kota Yogyakarta adalah Teras Dakwah. Lembaga dakwah ini diberi nama Teras Dakwah yang berlokasi di jalan Nitikan, Sorosutan, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta.

Lembaga Teras Dakwah merupakan salah satu pusat kajian keislaman yang berada di Kota Yogyakarta. Lembaga Teras dakwah banyak diisi oleh generasi anak muda.⁷ Lembaga Teras Dakwah memberikan wadah kajian yang diminati oleh anak muda. Selama ini, generasi millennial dan generasi Z menganggap bahwa kajian Islam hanya diperuntukkan untuk ibu-ibu.⁸ Menariknya, kajian di Lembaga Teras Dakwah tidak hanya terbuka untuk kajian ibu-ibu, bapak-bapak saja, tetapi juga Lembaga Teras Dakwah memberikan kajian Islam serta tema-tema kajian dengan gaya anak muda dengan target dakwah untuk generasi muda. Sebagian besar dari jamaah yang mengikuti kajian Teras dakwah merupakan generasi Z dan daya tarik khas dari Teras Dakwah mempunyai tagline dalam setiap sosial media yang digunakannya. Tagline yang menjadi khas Teras Dakwah adalah “Tempat Ngaji Asyik di Jogja dan Estetika Anak Muda”.⁹ Sebagai tempat kajian keagamaan, Lembaga Teras Dakwah menyajikan wadah dengan gaya anak muda yang senang

⁶ Didik Hariyanto, *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi Penulis : Didik Hariyanto* ISBN : 978-623-6081-32-7, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Sidoarjo: Jl . Mojopahit 666, 2021).

⁷ Fernan Rahadi, “Masjid Teras Dakwah Diresmikan Di Yogyakarta,” Diakses 21 Maret 2024, <https://rejogja.republika.co.id>.

⁸ Reni Kusumawati et al., “Analisis Fenomena Program Kajian Masa Kini Guna Meningkatkan Pemikiran Islami Gen Z,” *Jurnal Ilmiah Research Student* 1, no. 2 (2023): 319–25.

⁹ “Program Teras Dakwah,” diakses 21 Maret 2024, <https://sedekah.terasdakwah.com/>.

dengan nuansa santai serta *up to date* atau yang sesuai dengan kehidupan anak muda.

Kegiatan dakwah Islam yang dilakukan Teras Dakwah dalam setiap kajiannya diisi oleh komunikator atau da'i dalam menyampaikan pesan dakwah sesuai dengan target dakwah, yaitu generasi Z. Hakikatnya keseluruhan dari materi dakwah yang disampaikan dalam berdakwah tersebut bersumber pada dua sumber, yakni al-Qur'an dan al-Hadits. Berangkat dari sini, geliat semangat dari Lembaga Teras Dakwah dalam mendirikan suatu tempat kajian dalam membumikan dakwah dikalangan generasi Z. Selain itu, keilmuan yang kompeten atau keahlian yang dimiliki oleh pemateri yang mengisi program kajian di Lembaga Teras Dakwah juga menjadi hal yang penting dalam memberikan pemahaman yang mendalam terkait dengan agama Islam di kalangan generasi Z di Kota Yogyakarta.

Kajian-kajian yang tersebar di Kota Yogyakarta menjadi sebuah tantangan dalam menarik generasi Z agar dapat tertarik untuk mengikuti kajian. Dakwah yang menarik bagi generasi Z di Kota Yogyakarta adalah dengan mengangkat tema-tema atau isu yang sedang ramai diperbincangkan oleh masyarakat terlebih oleh generasi Z. Selain itu, berbagai tema yang diangkat juga berhubungan dengan kehidupan generasi Z terkait dengan berbagai aspek seperti tema tadabbur ayat al-Qur'an, kisah-kisah para Nabi, lingkungan, kesehatan mental, sosial, cinta serta terkait hubungan antarmanusia. Dapat diartikan bahwa bagaimana pesan disampaikan oleh lembaga Teras Dakwah dapat mempengaruhi generasi Z pada setiap kajian yang disampaikan tersebut. Keberhasilan pesan yang disampaikan tidak hanya ditentukan oleh komunikator atau da'i sebagai pengirim pesan, akan tetapi juga

kepada metode dan cara penyampaian pesan yang digunakan. Sehingga kajian tersebut dapat memberikan wadah yang nyaman bagi generasi Z dalam mengekspresikan diri mereka tanpa adanya rasa dihakimi.

Jika dilihat dari kegiatan keagamaan, komunikasi yang digunakan adalah komunikasi yang dapat memelihara hubungan baik, sehingga dalam kegiatan keagamaan tersebut selain komunikator (da'i), maka komunikan (mad'u) harus saling melengkapi.¹⁰ Untuk itu, dalam penyampaian komunikasi pesan yang dilakukan kepada generasi Z di Kota Yogyakarta dapat dikemas dengan baik. Pesan yang disampaikan dalam kajian tersebut bagi generasi Z adalah sebagai bagian dari dakwah yang memiliki arti mengajak, merangkul, membina dan mendidik serta dakwah yang lemah lembut, santun dan menjauhi kekerasan. Pesan ramah yang disampaikan pada kajian tersebut, juga dibalut dengan berbagai tema sesuai dengan realitas sosial yang ada pada generasi Z dengan menunjukkan bahwa penyampaian dakwah yang nyaman dan menjadi wadah bagi generasi Z dalam mencari pengetahuan tentang ajaran Islam yang disampaikan dengan kajian-kajian yang sesuai dengan karakter dan kondisi generasi Z di Kota Yogyakarta.

Terkait dengan fenomena di atas, penulis tertarik untuk mengambil Lembaga Teras Dakwah sebagai lokasi penelitian. Sehingga, penelitian ini berjudul, **“Komunikasi Ramah untuk Generasi Z pada Kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah di Kota Yogyakarta”**.

¹⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*.5.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, dalam penelitian ini mempunyai tiga rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi ramah di Lembaga Teras Dakwah untuk generasi Z pada kajian Islam?
2. Bagaimana strategi penunjang komunikasi ramah untuk generasi Z pada kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah di Kota Yogyakarta?
3. Bagaimana resepsi generasi Z atas komunikasi pesan ramah pada kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Bagian ini akan membahas terkait dengan tujuan dan kegunaan dari penelitian yang dilakukan. Penelitian ini, memiliki tujuan sebagai berikut berikut:

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada tiga rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tiga tujuan, sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis komunikasi ramah di Lembaga Teras Dakwah untuk generasi Z pada kajian Islam.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi penunjang komunikasi ramah untuk generasi Z pada kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah di Kota Yogyakarta.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana resepsi generasi Z atas komunikasi pesan ramah pada kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah.

2. Manfaat Penelitian

Bagian ini akan membahas mengenai manfaat penelitian yang dilakukan. Melalui penelitian ini, penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri, para pembaca dan masyarakat luas dengan mengambil manfaat teoritis serta manfaat praktis dari penelitian yang dilakukan ini. Manfaat teoritis dan manfaat praktis dalam penelitian ini akan dijelaskan, sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mempunyai manfaat teoritik bagi perkembangan ilmu dakwah serta ilmu komunikasi, sehingga penelitian ini dapat menjadi rujukan penelitian selanjutnya. Manfaat teoritis lainnya, penelitian ini dapat diharapkan menjadi bahan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya dengan ruang lingkup yang lebih luas lagi.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini memiliki harapan dalam membantu dalam perkembangan ilmu dakwah dan ilmu komunikasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan dalam memberikan wawasan yang luas bagi para pembaca serta masyarakat secara keseluruhan.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini, akan menjelaskan mengenai penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu menjadi acuan dalam melihat suatu fenomena yang telah diteliti yang kemudian dari penelitian-penelitian tersebut, menjadi acuan bagi penulis dalam mengidentifikasi celah penelitian yang belum diteliti atau terpecahkan. Penelitian terdahulu ini, membahas tentang generasi Z dan kajian Islam. Menjelaskan hal ini, ada beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji tentang dakwah, komunikasi dan generasi Z, diantaranya:

1. Artikel yang ditulis oleh Achmad Fairozi dan Sulistya Ayu A ini berjudul “Digitalisasi Dakwah: Upaya Meningkatkan Daya Saing Islam Ramah di Era Pandemi”, *Jurnal Bimas Islam* Vol.13 No. 2, 2020.¹¹ Penelitian terdahulu ini, merupakan penelitian yang membahas mengenai dakwah di masa pandemi covid-19. Penelitian tersebut, menjelaskan aktivitas yang dilakukan para dai dalam dakwah pada masa pandemi covid-19. Di masa pandemi covid-19, fenomena dakwah melihat realitas dakwah “Islam ramah” pada masa covid-19. Aktivitas yang dilakukan dalam dakwah “Islam ramah” mengatasi berbagai opini yang ada ditengah masyarakat. Karena itu,, dakwah “Islam ramah” dalam meningkatkan daya saing dengan menggunakan dakwah digital yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan efektivitas dakwah digital Islam di masyarakat.
2. Artikel yang ditulis oleh Siska Novra Elvna, Randi Saputra dan Wanda Fitri ini, berjudul “Strategi Dakwah Husein Ja’far al Hadar terhadap Generasi Z

¹¹ Ahmad Fairozi and Sulistya Ayu A, “Digitalisasi Dakwah; Upaya Meningkatkan Daya Saing Islam Ramah Di Era Pandemi,” *Jurnal Bimas Islam* 13, no. 2 (2020): 307–44.

di Indonesia”. *Al Imam: Jurnal Manajemen Dakwah*, Vol. 5 Nomor 2, Juli-Desember 2022.¹² Penelitian ini melihat strategi yang digunakan Habib Husein Ja’far dalam menyampaikan dakwah kepada generasi Z. agar dakwah yang disampaikan mengena, maka Habib Husien Ja’far al Haddar berupaya menempatkan diri bersama dengan generasi Z, salah satu cara yang digunakan Habib Husien Ja’far dalam menyampaikan dakwah kepada generasi Z adalah dengan metode candaan.

3. Artikel yang ditulis oleh Ahmad Syamsul Muarif dan Iin Handayani ini berjudul, “Membimbing Umat Melalui Program Ngaji Bisnis di Lembaga Sosial Teras Dakwah”. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam: Islamic Counseling*. Vol. 4, No.1 Mei 2020.¹³ Penelitian terdahulu ini berfokus kepada program Ngaji Bisnis di Lembaga Sosial Teras Dakwah. Program Ngaji Bisnis yang dijelaskan dalam artikel tersebut juga memberikan pemahaman bagi anak muda bagaimana cara berbisnis yang sukses ala Rasulullah yang menjadi contoh teladan dalam berbisnis. Sehingga artikel ini menjelaskan bagaimana seharusnya cara berbisnis yang sukses dan juga diridhoi oleh Allah Swt berdasarkan pada penyampaian pesan dari pemateri dan kunci sukses berbisnis dalam Islam. Persamaan yang ada di penelitian terdahulu ini dan penelitian penulis adalah lokasi penelitian yang sama yaitu, di Lembaga Teras Dakwah. Meskipun penelitian terdahulu ini,

¹² Siska Novra Elvina, Randi Saputra, and Wanda Fitri, “Strategi Dakwah Husein Ja’ Far Al Hadar Terhadap Generasi Z Di Indonesia” 5 (2022): 13–24.

¹³ Ahmad Syamsul Muarif and Iin Handayani, “Membimbing Umat Melalui Program Ngaji Bisnis Di Lembaga Sosial Teras Dakwah,” *Islamic Counseling: Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 4, no. 1 (2020): 107, <https://doi.org/10.29240/jbk.v4i1.1199>.

menunjukkan lokasi penelitian yang sama dan fokus pada kajian program Ngaji Bisnis, maka dalam penelitian ini ada celah bagi penulis untuk melakukan penelitian di Lembaga Teras Dakwah. Sehingga yang penulis lakukan, mencoba mengisi kesenjangan dengan fokus pada kajian Ngaji Asyik dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda).

4. Artikel ini ditulis oleh Silviana Putri Kusumawati, Nafi'atun Nihaya, Hanafi Nurhuda Avicena, dan Dani Alamsyah ini berjudul, "Penyampaian Dakwah Islam di Media Sosial Bagi Generasi Z". *Jurnal Al-Insan* Vol. 3 No. 1, November 2022.¹⁴ Penelitian ini menjelaskan bahwa dakwah dari masa ke masa mengalami perubahan. Perkembangan dakwah saat ini menjadi semakin meluas dengan melalui jaringan atau online. Berkembangnya media sosial saat ini dimanfaatkan sebagai media dakwah. dakwah Islam yang ada di media sosial sangat berpengaruh untuk generasi Z. Dimana generasi Z menghabiskan hampir separuh harinya dengan menggunakan media sosial.
5. Artikel ini ditulis oleh Hasyim Iskandar ini berjudul, "Dakwah Digital dari Gen Z Untuk Gen Z (Gerakan Dakwah Media Pesantren)", *Dariscomb: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Volume 3 Nomor 1 Tahun 2023.¹⁵ Dakwah yang dilakukan dengan media digital dapat dilakukan dengan rentang waktu yang diinginkan. Dakwah yang dilakukan generasi Z dengan sasaran dakwah generasi Z juga dapat dilakukan dengan menggunakan

¹⁴ 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.

¹⁵ Hasyim Iskandar, "Dakwah Digital Dari Gen Z Untuk Gen Z (Gerakan Dakwah Media Pesantren)," *Journal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3 No.1 (2023).

dakwah yang menyenangkan, dalam penyampaian dakwahnya dapat berupa video, suara, lagu, tulisan maupun poster.

E. Kerangka Teori

1. Teori Komunikasi

Teori Komunikasi Lasswell adalah model komunikasi linear yang dikembangkan oleh Harold D. Lasswell pada tahun 1948. Harold D. Lasswell adalah seorang ahli ilmu politik dan komunikasi yang ingin memahami bagaimana pesan-pesan politik dan sosial disampaikan melalui media massa. Harold D. Lasswell merumuskan teori komunikasi ini untuk menjelaskan bagaimana proses komunikasi dapat dianalisis dengan memperhatikan beberapa elemen utama yang terlibat dalam interaksi komunikasi. Teori ini memberikan pendekatan sederhana untuk memahami proses komunikasi melalui lima elemen utama. Lima elemen utama tersebut ialah model komunikasi yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell mengenai komponen komunikasi, yaitu “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*” yang berarti siapa mengatakan apa, melalui media apa, kepada siapa dan menghasilkan efek apa.¹⁶ Komponen lima elemen ini berfungsi sebagai kerangka kerja untuk menganalisis proses komunikasi. Teori ini menawarkan pendekatan yang sistematis dan

¹⁶ Werner J. Severin, Jr. James W. Tankard, and Terj. Sugeng Hariyanto, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Dan Terapan Di Dalam Media Massa*, Edisi Keli (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011).

terstruktur untuk menganalisis komunikasi, dengan mengidentifikasi elemen-elemen penting dalam proses komunikasi.

Elemen pertama, *Who* atau pengirim pesan, merujuk pada individu atau kelompok yang menyampaikan informasi. *Says what* adalah pesan atau informasi yang dikirimkan oleh pengirim, yang dapat berupa fakta, opini, atau instruksi. *In which channel* merujuk pada saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan, baik itu melalui media massa, media sosial, atau komunikasi langsung. *To whom* mengacu pada penerima pesan, yang dapat terdiri dari individu atau kelompok dengan karakteristik tertentu. Elemen terakhir, *With what effect*, berkaitan dengan dampak atau efek yang ditimbulkan oleh pesan terhadap audiens, apakah itu perubahan dalam sikap, pemahaman, atau perilaku penerima. Teori ini bertujuan untuk menyederhanakan dan memetakan proses komunikasi, dengan fokus pada pengiriman pesan dari pengirim ke penerima dan efek yang ditimbulkan.

a. Karakteristik Komunikasi

Karakteristik komunikasi memiliki beberapa perbedaan di antaranya: karakteristik komunikasi umum, karakteristik komunikasi generasi Z dan karakteristik komunikasi orang tua. Berikut akan dijelaskan lebih lanjut, beberapa karakteristik komunikasi secara umum:

1. Gaya Bahasa: Netral, profesional, tetapi tetap ramah. Menghindari jargon atau istilah teknis yang terlalu spesifik.
2. Kecepatan: Sesuai kebutuhan, tidak terlalu cepat atau lambat.

3. Media: Gabungan media tradisional (seperti TV, surat kabar) dan modern (seperti email atau media sosial).
4. Pendekatan: Fokus pada efisiensi dan universalitas; pesan disampaikan secara ringkas tanpa terlalu banyak detail personalisasi.
5. Visual: Desain yang menarik tetapi tidak terlalu mencolok, cocok untuk berbagai kalangan.

Berikut ini adalah karakteristik komunikasi untuk karakteristik generasi Z:

1. Gaya Bahasa: Kasual, singkat, dan sering menggunakan emoji, meme, atau singkatan dan tidak formal.
2. Kecepatan: Cepat dan responsif; mereka mengharapkan jawaban segera.
3. Media: Lebih suka komunikasi berbasis digital seperti media sosial, chat (WhatsApp, Instagram DM), atau video pendek (TikTok, Reels).
4. Pendekatan: Interaktif dan menarik, sering kali menggunakan elemen visual seperti video atau animasi. Informasi harus langsung ke poin inti.
5. Visual dan Audiens Interaktif: Sangat menyukai konten multimedia dengan desain modern dan pesan yang relevan dengan gaya hidup mereka.

Selanjutnya, di bawah ini akan menjelaskan beberapa karakteristik komunikasi untuk orang tua, sebagai berikut:

1. Gaya Bahasa: Formal, jelas, sederhana, dan tanpa jargon. Gunakan kata-kata yang mudah dipahami.

2. Kecepatan: Komunikasi cenderung lambat dan memberikan waktu bagi mereka untuk memahami informasi.
3. Media: Lebih menyukai komunikasi langsung (tatap muka atau telepon) atau media tradisional seperti surat dan brosur cetak.
4. Pendekatan: Mengutamakan kesabaran, hormat, dan empati. Gunakan nada suara yang ramah dan tidak terburu-buru.
5. Visual: Jika menggunakan media digital, gunakan teks yang besar, kontras tinggi, dan navigasi sederhana.: Jika menggunakan media digital, gunakan teks yang besar, kontras tinggi, dan navigasi sederhana.

2. Resepsi

Resepsi dalam ini penelitian adalah untuk memahami resepsi generasi Z terkait dengan komunikasi pesan ramah pada kajian Islam yang ada pada Lembaga Teras Dakwah. Resepsi generasi Z terkait pada program-program kajian yang telah penulis amati. Program yang menjadi fokus dalam resepsi komunikasi disini adalah kajian Ngaji Asyik dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda). Jadwal kajian Ngaji Asyik, tersebut diadakan di hari Rabu malam yang diperuntukkan umum laki-laki dan perempuan, sedangkan kajian Amida (Akhwat dan Ummi Muda) diadakan pada Jum'at sore yang hanya dikhususkan untuk perempuan (*akhwat*).

Resepsi generasi Z dalam penelitian ini untuk mengetahui penerima pesan yang diterima mereka dalam penyajian pesan yang

disampaikan, baik dari komunikasi verbal maupun juga komunikasi nonverbal di Lembaga Teras Dakwah. Seorang tokoh kajian budaya (*cultures studies*), Stuart Hall memperkenalkan analisis resepsi yang digunakan dalam menjelaskan proses penyandian (*enkoding*) dan penyandian balik (*dekoding*). Teori resepsi adalah sebuah pendekatan dalam kajian komunikasi dan studi media yang fokus pada bagaimana audiens atau penerima pesan memaknai, menafsirkan, dan merespons pesan yang mereka terima dari media atau pengirim pesan. Teori ini menekankan bahwa makna dari sebuah pesan tidak hanya ditentukan oleh pengirim (produsen pesan), tetapi juga oleh penerima pesan (audiens), yang dapat menafsirkan pesan tersebut berdasarkan latar belakang, pengalaman, dan perspektif mereka masing-masing.

Stuart Hall dalam analisis resepsi ini mengkonsepkan *enkoding* dan *dekoding* dalam memahami teks atau isi pesan.¹⁷ Hall kemudian membagi *dekoding* khalayak menjadi 3 kategori, yaitu, dominan, negosiasi, dan oposisi.¹⁸ Ketiga kategori tersebut dapat dijelaskan, sebagai berikut:¹⁹

¹⁷ Uswatun, "Studi Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Syariat Islam Pada Kompas.Com," *Jurnal Komunikasi Global* 6, no. 1 (2017): 74–89.

¹⁸ Krisna Octavianus Dwiputra, "Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Covid-19 Di Klikdokter.Com," *Jurnal Komunikasi Profesional* 5, no. 1 (2021): 26–37, <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3290>.

¹⁹ Morissan, Andy Corry Wardhani, and Farid Hamid U, *Teori Komunikasi Massa*, Cet. Kedua (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2013).171-172.

a. Posisi Dominan

Posisi dominan dijelaskan oleh Hall sebagai situasi dimana media menyampaikan pesannya dengan menggunakan kode budaya yang ada dimasyarakat.

b. Posisi Negosiasi

Posisi negosiasi dikemukakan oleh Hall, dijelaskan bahwa pada posisi negosiasi ini, khalayak menerima secara umum ideologi dominan, namun menolak pada kasus-kasus tertentu.

c. Posisi Oposisi

Bagian terakhir yang dilakukan khalayak dalam melakukan *decoding*, adalah dengan menggunakan posisi oposisi. Melalui cara oposisi, khalayak dapat mengganti atau mengubah kode atau pesan yang disampaikan media dengan pesan atau kode alternatif.

Melalui resepsi generasi Z ini, dapat melihat sejauh mana komunikasi ramah tersebut dapat diterima oleh generasi Z yang menghadiri kajian tersebut. Resepsi adalah penerimaan pesan termasuk dari konteks atau isi kajian, pemilihan kata atau diksi dari kajian-kajian yang diikuti. Penerimaan pesan diterjemahkan oleh masing-masing individu yang berbeda-beda, sehingga dalam proses *enkoding* dan *dekoding* akan menghasilkan resepsi komunikasi yang berbeda-beda, seperti negatif ataupun positif.

F. Definisi dan Konsep Topik Penelitian

1. Dakwah Ramah

Kholili dalam buku “Dakwah Ramah Untuk Semua” mendefinisikan sebuah model dakwah dalam aktivitas dakwah. Berdasarkan buku tersebut, dikemukakan bahwa ada tahapan dan komponen yang dilakukan untuk memulai aktivitas dakwah.²⁰ Tahapan dan komponen tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a). Pengenalan Umat

Sebelum memulai aktivitas dakwah, seorang da'i terlebih dahulu mengenali target dakwahnya. Langkah-langkah dalam mengenali target dakwahnya, dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Memahami budaya dan menyesuaikan dengan budaya masyarakatnya
- 2) Melakukan komunikasi secara baik

Berdasarkan dua kemampuan di atas seorang da'i berusaha menggali pengetahuan yang memadai mengenai kondisi masyarakatnya.

b). Perencanaan Komunikasi Dakwah

Setelah melihat dan mengenali target dakwahnya, langkah yang kemudian dilakukan adalah merencanakan dakwah. Adapun tahapan dari perencanaan dakwah dilakukan sebagai berikut:

²⁰ M. Kholili, *Sebuah Model Komunikasi DAKWAH RAMAH UNTUK SEMUA* (Yogyakarta: CV. Adi Karya Mandiri, 2022).

1) Penggunaan metode dakwah

Metode dakwah menurut konsep Qohthani menjelaskan ada dua acara yang dilakukan dalam menyampaikan pesan. Dua metode tersebut, yaitu:

- a) Metode “Mauidhah Hasanah” dengan komunikasi penerangan atau penyiaran.
- b) Metode “Mujadalah Ahsan” dengan komunikasi penyuluhan

2) Penyajian pesan komunikasi dakwah

Seorang da'i dalam menyampaikan pesan memiliki dua kemampuan menurut konsep Ray dalam Kholili. Dua kemampuan yang dimiliki da'i dalam menyampaikan pesan dapat dilihat sebagai berikut:

- a) Kemampuan dalam menjelaskan pesan
- b) Kemampuan menimbulkan motivasi.

3) Penetapan tema pesan komunikasi dakwah

Arboleda membagi dua acuan dalam menetapkan tema pesan. penetapan tema pesan sebagai upaya agar dapat memberikan kesesuaian materi dengan keperluan jamaah. Adapun dua acuan dalam menetapkan tema pesan dapat yakni, sebagai berikut:

- a) Pesan yang penting, dan
- b) Pesan yang menunjang

4) Pemanfaatan bentuk komunikasi dakwah

Bentuk komunikasi pada kegiatan dakwah menurut Effendy terbagi menjadi tiga jika dilihat berdasarkan pada bentuknya. Ketiga bentuk komunikasi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Komunikasi antar pribadi
- b) Komunikasi kelompok, dan
- c) Komunikasi massa

Ketiga bentuk komunikasi di atas dalam kegiatan dakwah, jika dilihat berdasarkan di lapangan maka, komunikasi massa lebih didahulukan, daripada komunikasi antar pribadi dan komunikasi kelompok.

2. Generasi Z

Karakteristik yang dimiliki oleh generasi Z adalah *figital*. Ciri *figital* (fisik dan digital) yang dimiliki generasi Z yaitu hidup secara berdampingan dengan teknologi.²¹ Kehidupan generasi Z cenderung berada antara dunia nyata dan dunia maya yang menurut mereka saling berhubungan satu dengan lainnya. Generasi Z mengungkapkan bahwa diri mereka adalah bagian dari dunia maya.²² Generasi Z lebih menyukai kebebasan dan mengekspresikan diri sesuai dengan keinginan

²¹ Lingga Sekar Arum, Amira Zahrani, and Nickyta Arcindy Duha, "Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030," *Accounting Student Research Journal* 2, no. 1 (2023): 59–72, <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>.

²² Widuri Dwi Astuti and Retor Aquinaldo Wirabuanaputera Kaligis, "Pengaruh Promosi Buku Penerbit Mediakita Di Instagram Terhadap Proses Keputusan Pembelian Generasi Z," *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 18, no. 1 (2004): 19–34, <https://doi.org/10.24002/jik.v18i1.2955>.

dan harapan mereka dengan hal-hal yang baru dan menantang. Generasi Z ini juga mempunyai keterbukaan dalam menerima berbagai pandangan serta pola pikir.

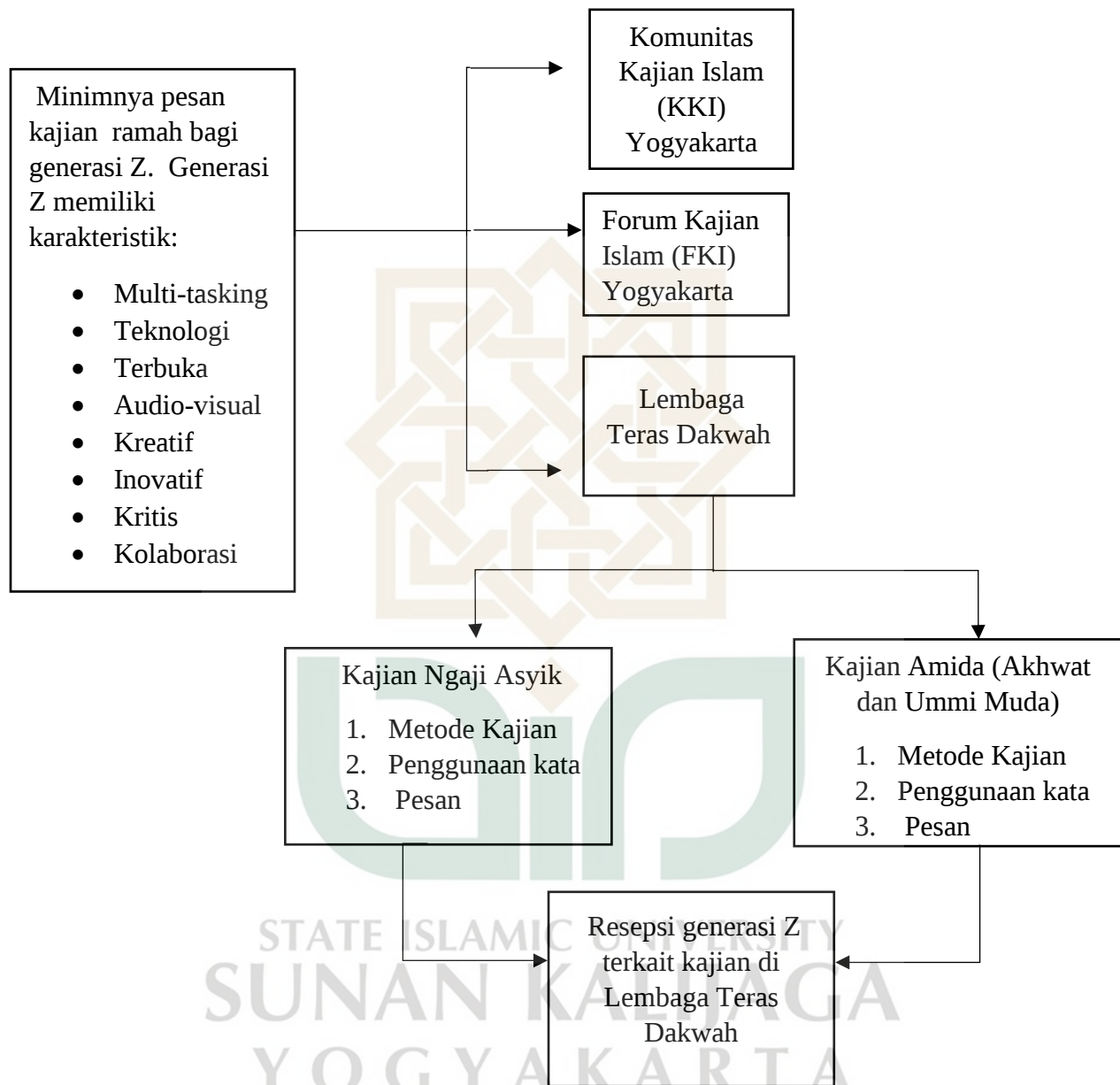
Gazali Hatim dalam bukunya mengemukakan delapan karakteristik yang dimiliki oleh generasi Z secara umum.²³ Kedelapan karakteristik generasi z tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Multi-tasking. Ketika melakukan pekerjaan, generasi Z dapat melakukan dua pekerjaan sekaligus, misalnya saat mengerjakan tugas dan mendengarkan lagu.
- b. Teknologi. Generasi Z rata-rata menghabiskan 3-5 jam untuk mengakses media sosial, hal ini karena ketergantungan generasi mereka terhadap internet.
- c. Terbuka. Generasi Z merupakan generasi yang terbuka dan mereka selalu tau hal-hal terbaru, yang kemudian membuat mereka penasaran terhadap hal tersebut.
- d. Audio-visual. Generasi Z lebih menikmati audio-visual daripada teks atau tulisan. Mereka lebih menyukai gambar, video atau sesuatu yang memiliki audio-visual.
- e. Kreatif. Generasi Z dikenal dengan generasi yang kreatif, sehingga mereka memanfaatkan peluang dari berkembangnya internet menjadi sebuah ide kreatif.

²³ Gazali Hatim, *Islam Untuk Gen-Z: Mengajarkan Islam & Mendidik Generasi Muslim; Panduan Bagi Guru PAI*. (Jakarta: Wahid Foundition, 2019), 5.

- f. Inovatif. Generasi Z dengan segala kreatifitas yang mereka miliki, tidak cepat merasa puas. Sehingga mereka akan terus-menerus mencoba hal-hal baru yang dapat membantu dalam kehidupan mereka.
- g. Kritis. Generasi Z selalu menangkap informasi dari berbagai media yang mereka gunakan, sehingga mereka seringkali dapat menafsirkan suatu informasi tersebut secara kritis.
- h. Kolaborasi. Generasi Z dapat saling bekerja sama hal ini, karena generasi mereka lebih suka berkolaborasi daripada berkompetisi.

G. Kerangka Penelitian



Gambar di atas, menunjukkan konsep judul dalam penelitian ini, yakni “Komunikasi Ramah Untuk Generasi Z pada Kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah di Kota Yogyakarta”. Melalui kerangka berpikir di atas, penelitian ini dimulai dengan suatu permasalahan atau fenomena di suatu masyarakat dalam hal ini adalah minimnya pesan dakwah ramah bagi

generasi Z dalam mengikuti kajian Islam dan disertai dengan karakteristik generasi Z. Kemudian, dengan berbagai macam organisasi dan komunitas yang muncul dalam menyediakan kajian Islam, salah satunya ialah Lembaga Teras Dakwah.

Lembaga Teras Dakwah hadir dengan keunikan dan berbeda dengan kajian-kajian yang lain, seperti misalnya mengusung konsep kajian asyik dengan mengundang tokoh-tokoh inspiratif, influencer yang berpengaruh dalam memberikan pesan-pesan positif serta Ustadz dan Ustadzah dari berbagai kompetensi atau kemampuan yang dimiliki untuk dapat membagi ilmu-ilmu pada program kajian Ngaji Asyik dan kajian Amida (Akhwat dan Ummi Muda).

Program kajian Ngaji Asyik dan kajian Amida (Akhwat dan Ummi Muda), merupakan dua program kajian di Lembaga Teras Dakwah yang kajiannya penulis jadikan sebagai penelitian. Kajian yang diamati dalam penelitian ini adalah metode yang digunakan, penggunaan kata dan pesan yang disampaikan dari Ustadz dan Ustadzah didalam kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah salah satunya menggunakan kajian Islam dengan membahas berbagai tema kajian terkait dengan ilmu agama, pengetahuan, pendidikan dan lain sebagainya yang menjadi *problem* dari generasi Z. Selain itu, pada kerangka berpikir di atas juga membahas mengenai resepsi generasi Z terhadap kajian Islam yang disampaikan oleh Ustadz dan Ustadzah di Lembaga Teras Dakwah.

H. Metode Penelitian

Guna memperoleh jawaban dari masalah penelitian ini, maka data penelitian dapat dikumpulkan dari berbagai sumber. Berdasarkan hal tersebut, metode penelitian adalah cara yang digunakan untuk memperoleh data yang diinginkan.

1. Jenis Penelitian atau Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan judul penelitian Komunikasi Pesan Ramah untuk Generasi Z pada Kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah di Kota Yogyakarta. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif analisis. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menggambarkan suatu keadaan atau kondisi suatu masyarakat yang terus- menerus berubah.²⁴ Sehingga untuk menjelaskan suatu fenomena di suatu masyarakat tersebut, hanya memuat berupa pernyataan-pernyataan tanpa menyertakan adanya angka-angka.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Bagian dalam penelitian ini, akan menjelaskan mengenai objek dan subjek penelitian yang penulis lakukan. Pembahasan mengenai objek dan subjek dalam penelitian ini, agar dapat memudahkan penulis dalam melakukan pengumpulan data. Sehingga dari menetapkan objek dan subjek

²⁴ Deddy Mulyana and Solatun, *Metode Penelitian Komunikasi*, ed. Deddy Mulyana and Solatun, Cet. 1 (Bandung: PT. REMAJA ROSDAKARYA, 2007). (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 5.

ini, penulis dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam. Objek dan subjek dalam penelitian ini akan dipaparkan, sebagai berikut:

a. Subjek Penelitian

Data penelitian ini dapat dikumpulkan melalui subjek penelitian. Subjek penelitian adalah orang yang menjadi informan atau narasumber dalam memberikan data atau keterangan mengenai penelitian ini. Lebih lanjut, subjek dalam penelitian kualitatif adalah orang yang memberikan data atau penjelasan mengenai suatu fenomena yang terjadi.²⁵ Subjek dari penelitian ini terdiri dari 11 orang di antaranya ialah: Choiruddin Ilyas (Wakil Pengasuh Lembaga Teras Dakwah), Ustadz Ali Haidar Ahmad, Ustadz Awan Abdullah, Ustadzah Nurun Nisaa Baihaqi dan Ustadzah Budi Sulistyarini yang menyampaikan pesan pada program kajian Ngaji Asyik dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda), serta Generasi Z yang mengikuti kajian pada program Ngaji Asyik dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda) di Lembaga Teras Dakwah. Selanjutnya, dalam menggali data dari subjek penelitian, dari generasi Z yang menjadi informan atau narasumber dalam penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1). Bersedia untuk diwawancarai (*purpose sampling*).
- 2). Lahir rentang waktu 1997 hingga 2012 atau masuk kategori generasi Z.

²⁵ Sandu Siyoto and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, ed. Ayup, Cetakan ke (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

- 3). Mengikuti kajian Ngaji Asyik di hari Rabu dan kajian Amida (Akhwat dan Ummi Muda) di hari Jum'at.

Melalui kriteria generasi Z di atas, diperoleh narasumber yang bersedia untuk diwawancarai, di antaranya ialah: L (jamaah perempuan, 21 tahun), F (jamaah laki-laki, 22 tahun), D (jamaah laki-laki, 27 tahun), M (jamaah perempuan, 25 tahun), V (jamaah perempuan, 23 tahun), dan Z (jamaah laki-laki, 21 tahun) yang selanjutnya akan dianalisis untuk memahami resepsi generasi Z terhadap berbagai aspek di Lembaga Teras Dakwah.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan menjadi fokus perhatian dalam penelitian ini adalah penggunaan metode, pemilihan kata, dan pesan pada kajian yang disampaikan oleh komunikator dalam hal ini adalah Ustadz dan Ustadzah yang mengisi kajian Islam pada program kajian Ngaji Asyik dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda) di Lembaga Teras Dakwah untuk generasi Z di Kota Yogyakarta. Guna memfokuskan objek pada penelitian ini, penulis telah menetapkan dua minggu kajian di bulan September yang akan penulis bahas di dalam penelitian. Kajian yang penulis jadikan sebagai objek penelitian di sini adalah pada program kajian Ngaji Asyik, hari Rabu tanggal 11 dan 18 September dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda), hari Jum'at tanggal 13 dan 20 September 2024. Keempat kajian tersebut menjadi fokus dalam

penelitian yang penulis lakukan, dan penelitian terhadap kajian Ngaji Asyik dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda) ini penulis lakukan secara langsung (offline), ke lokasi penelitian di Lembaga Teras Dakwah.

Penulis juga melakukan penelitian mengenai resepsi generasi Z terkait kondisi, suasana dan pesan kajian yang ada di Lembaga Teras Dakwah. Penulis kemudian menganalisis lebih dalam mengenai hasil resepsi tersebut, hal ini bertujuan untuk memahami pandangan generasi Z terhadap kajian di Lembaga Teras Dakwah.

3. Sumber Data

Jika dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder.²⁶ Penelitian ini memerlukan sumber data yang digunakan untuk melihat suatu fenomena atau permasalahan yang terjadi di masyarakat. Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu, data primer dan data sekunder. Sumber data primer dan data sekunder tersebut, akan dijelaskan, sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapatkan dari sumber data pertama.²⁷ Data primer adalah data yang didapatkan atau diperoleh langsung dari observasi, wawancara dan dokumentasi dengan subjek

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, Cet ke-19 (Bandung: PENERBIT ALFABETA BANDUNG, 2013). 224.

²⁷ Ratna Ekasari, *Metodologi Penelitian*, Cet. Pertama (Malang: AE Publishing, 2023).

atau narasumber dalam menjawab persoalan yang diteliti. Hasil wawancara ini, data yang diperoleh kemudian dicatat dan diamati sebagai sumber data dari penelitian yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini adalah Choiruddin Ilyas (Wakil Pengasuh Lembaga Teras Dakwah), Ustadz Ali Haidar Ahmad, Ustadz Awan Abdullah, Ustadzah Nurun Nisaa Baihaqi dan Ustadzah Budi Sulistyarini yang menyampaikan pesan pada program kajian Ngaji Asyik dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda) serta Generasi Z yang terdiri dari akhwat dan ikhwan yang mengikuti kajian Ngaji Asyik dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda) di Lembaga Teras Dakwah.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data kedua setelah data primer.²⁸ Data sekunder didapatkan dari data yang dikumpulkan atau diperoleh melalui berbagai sumber data seperti buku, jurnal, *website*, dokumen dan dari berbagai sumber data yang dapat melengkapi data primer yang telah penulis temukan. Sumber data sekunder dalam penelitian ini, berguna untuk memberikan data-data yang sukar ditemukan pada sumber data pertama atau primer terkait penelitian yang dilakukan. Lebih lanjut, data sekunder menjadi data pelengkap yang menguatkan argumen dari data primer sebagai data utama.

²⁸ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, ed. Aep Gunarsa, Cet. 1 (Bandung: PT. Refika Aditama, 2009). (Bandung: PT. Refika Aditama, Cet.1 2009), 291.

I. Teknik Pengumpulan Data

Setelah menjelaskan data primer dan data sekunder di atas, pengumpulan data dilakukan agar dapat menemukan berbagai data yang ada di lapangan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini, ada tiga cara yaitu, observasi (pengamatan), wawancara mendalam, dan dokumentasi. Lebih lanjut, penelitian ini dimulai pada 13 Agustus dan berlangsung hingga 10 Desember tahun 2024. Selama periode waktu tersebut, penulis menggunakan berbagai metode penelitian seperti observasi, wawancara dan dokumentasi dengan tujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai topik penelitian yang dilakukan oleh penulis. Ketiga teknik pengumpulan data tersebut dapat dijelaskan, sebagai berikut:

1). Observasi atau Pengamatan

Observasi atau pengamatan adalah serangkaian proses yang lebih kompleks dalam melihat berbagai fenomena yang terjadi di sebuah tempat yang menjadi lokasi penelitian tersebut. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan secara langsung yang penulis lakukan, untuk menemukan hasil dari penelitian “Komunikasi pesan ramah untuk generasi Z pada kajian Islam dilembaga Teras Dakwah di Kota Yogyakarta”. Pengamatan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu melalui pengamatan secara langsung maupun tidak langsung. Pengamatan secara langsung adalah penulis turun langsung ke lokasi penelitian untuk dapat melihat kondisi dan

situasi yang terjadi pada setiap kajian yang diadakan. Penelitian observasi awal dilakukan oleh penulis langsung ke lokasi penelitian, mengamati dan mencatat hal-hal yang menjadi data utama dalam penelitian yang penulis lakukan. Sedangkan, pengamatan tidak langsung adalah pengamatan yang penulis lakukan dengan cara memantau penyebaran jadwal kajian Teras Dakwah di media sosial resmi akun Instagram@terasdakwah Lembaga Teras Dakwah.

2). Wawancara Mendalam (*in-depth interview*)

Guna melengkapi hasil observasi dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data selanjutnya yang digunakan adalah wawancara. Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan suatu informasi dari narasumber atau informan terkait suatu peristiwa.²⁹ Penelitian ini akan menggunakan wawancara mendalam, yaitu wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur ialah penggalian data yang dilakukan pewawancara untuk menemukan topik yang lebih dalam dari jawaban partisipan atau narasumber.³⁰ Wawancara semi terstruktur ini, bertujuan untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam terkait dari penelitian yang dilakukan. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini, digunakan untuk menemukan jawaban atas permasalahan

²⁹ *Ibid.*, 312.

³⁰ Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, ed. Flora Maharani (Yogyakarta: PT. KANISIUS, 2021).23.

yang diteliti. Informasi yang didapatkan dari wawancara mendalam ini diperoleh dari Choruddin Ilyas (Wakil Pengasuh Lembaga Teras Dakwah), Ustadz Ali Haidar Ahmad, Ustadz Awan Abdullah, Ustadzah Nurun Nisaa Baihaqi dan Ustadzah Budi Sulistyarini yang menjadi pengisi kajian Ngaji Asyik dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda) pada hari Rabu, 11 dan 18 September 2024 dan hari Jumat, 13 dan 20 September 2024 di Lembaga Teras Dakwah serta generasi Z yang datang dan mengikuti kajian Ngaji Asyik dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda) secara langsung di Lembaga Teras Dakwah.

3). Dokumentasi

Teknik pengumpulan data selanjutnya adalah dokumentasi. Dokumentasi merupakan data yang tidak langsung yang berkaitan dengan subjek penelitian yang berarti bahwa dokumentasi adalah benda mati bukan benda hidup.³¹ Data dokumentasi bisa didapatkan dari dokumen berupa *literature*, arsip, buku harian, laporan, surat pribadi, dan catatan-catatan yang dapat mendukung data dalam penelitian ini. Data dokumentasi yang didapatkan dari hasil penelitian di lapangan, kemudian data tersebut dikumpulkan dan menjadi data penelitian.

J. Teknik Keabsahan Data

Bagian ini akan membahas mengenai teknik keabsahan data. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah triangulasi.

³¹ Sandu Siyoto and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*.77-78

Triangulasi merupakan suatu cara untuk mengecek keabsahan data dan informasi yang ditemukan dari berbagai pendapat sumber di lapangan.³² Sugiyono dalam buku, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*” menyebutkan bahwa triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada.³³ Kemudian, di dalam triangulasi ada dua triangulasi data yang digunakan yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Teknik keabsahan data triangulasi sumber dan teknik dapat dijelaskan, sebagai berikut:

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah data yang dihasilkan dari sumber yang berbeda namun dengan teknik yang sama. Triangulasi sumber ini didapatkan dari berbagai sumber atau narasumber, yang kemudian data yang didapatkan tersebut dikumpulkan, lalu kemudian data-data tersebut dideskripsikan dan dikategorikan. Data-data yang telah didapatkan dari berbagai sumber, melalui teknik triangulasi sumber, penulis berusaha untuk membandingkan data yang didapatkan dari hasil wawancara dari setiap narasumber. Melalui triangulasi sumber ini, penulis mencari dan menggali kebenaran data atau informasi yang telah penulis dapatkan di lapangan.

³² Andarusni Alfansyur and Mariyani, “Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial,” *Historis* 5, no. 2 (2020): 146–50.

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*.241.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik adalah data yang diperoleh dari sumber yang sama, namun dengan teknik yang berbeda-beda. Triangulasi teknik ini digunakan untuk mencari suatu informasi dan mencari kebenaran data dari sumber yang sama dengan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda sehingga dapat menghasilkan kekuatan data.

K. Teknik Analisis Data

Tahapan analisis data kualitatif dalam buku Samiaji Sarosa “*Analisis Data Penelitian Kualitatif*”, Miles dan Huberman mengemukakan analisis data menjadi tiga tahapan, di antaranya ialah: memadatkan data (reduksi data), penyajian data, dan penarikan kesimpulan (verifikasi data).³⁴ Tiga tahapan dalam analisis data tersebut, akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Pertama, reduksi data. Tahapan ini, data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, serta dokumentasi yang didapatkan dari narasumber lalu dikumpulkan untuk selanjutnya dirangkum sesuai dengan fokus penelitian. Reduksi data dapat diartikan sebagai catatan-catatan lapangan yang kemudian di proses melalui pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakkan, dan transformasi data kasar yang kemudian di olah secara terus menerus selama proses penelitian di lapangan.³⁵
2. Kedua, penyajian data (*data display*). Tahapan penyajian data dalam analisis data yang telah dikumpulkan ini, kemudian data-data tersebut

³⁴ Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. “*Analisis Data Penelitian Kualitatif*”, 3-4.

³⁵ Mulyana and Solatun, *Metode Penelitian Komunikasi*. 54

selanjutnya diuraikan dengan memfokuskan pada data-data yang telah diperoleh sehingga dapat memudahkan dalam menjelaskan hasil penelitian dipembahasan nantinya.

3. Ketiga, penarikan kesimpulan atau *verifikasi* data. Analisis data penarikan kesimpulan ini, data yang telah diperoleh dikumpulkan dan disusun untuk selanjutnya data tersebut dapat menjadi hasil penelitian yang terstruktur dan sesuai dengan pembahasan penelitian.

BAB IV

PENUTUP

A. Simpulan

Melalui penelitian ini, ada beberapa hal yang penulis temukan di lapangan. Berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis menemukan bahwa komunikasi pesan ramah yang digunakan Lembaga Teras Dakwah dalam kajian Islam ini, di antaranya ialah:

1. Berdasarkan pada hasil penelitian yang penulis peroleh di lapangan, komunikasi ramah di Lembaga Teras Dakwah menjembatani karakteristik generasi Z di Lembaga Teras Dakwah. seperti dengan adanya gaya bahasa, kecepatan generasi Z dalam menerima pesan, media yang digunakan generasi Z, pendekatan interaktif dan relevan yang dilakukan Lembaga Teras Dakwah untuk generasi Z dan penyampaian pesan dengan visual dan audiens interaktif.
2. Strategi komunikasi pesan ramah yang dilakukan oleh Lembaga Teras Dakwah dan Ustadz dan Ustadzah dalam menyampaikan pesan saat kajian ialah dengan terlebih dahulu mengenali umat, kemudian tahap selanjutnya melakukan perencanaan yang terdiri dari memilih metode dakwah, seperti metode berkisah, metode ceramah dan metode *storytelling* yang diterapkan dalam menyampaikan kajian. Selanjutnya, penyajian pesan atau kata yang dipilih dalam menyampaikan pesan. Berikutnya, isi pesan kajian seperti, melalui kutipan atau *quotes*, tema kajian, dan pesan nonverbal yang

meliputi ekspresi wajah, gerakan tangan, dan *gesture* tubuh Ustadz dan Ustadzah yang menyampaikan kajian Ngaji Asyik dan Amida (Akhwat dan Ummi Muda).

3. Resepsi komunikasi generasi Z terhadap kajian Islam di Lembaga Teras Dakwah memiliki 3 bagian posisi berdasarkan pada temuan yang penulis dapatkan dari hasil wawancara. Ketiga posisi tersebut, ialah: posisi dominan, posisi negoisasi, posisi oposisi. Bagian pada posisi dominan ini, memahami bahwa generasi Z menerima pesan yang disampaikan oleh Ustadz dan Ustadzah. Kemudian, dalam hasil wawancara yang penulis dapatkan, pada posisi negoisasi generasi Z relatif lebih banyak menyampaikan resepsi dalam bentuk penggabungan antara menerima dan menolak terhadap pesan yang diterima, dalam keadaan atau situasi yang terjadi saat kajian berlangsung. Selanjutnya, pada bagian posisi oposisi ini, generasi Z tidak semuanya menolak pesan yang disampaikan.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian di atas, pada penelitian selanjutnya, ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan, di antaranya ialah:

1. Saran untuk kajian di Lembaga Teras Dakwah adalah agar waktu pelaksanaan kajian disesuaikan dengan jadwal yang lebih fleksibel dan tidak mengganggu rutinitas jamaah, seperti di waktu yang lebih strategis di luar jam sibuk kerja atau aktivitas lainnya. Hal ini dapat meningkatkan jumlah jamaah yang hadir dan memungkinkan lebih

banyak orang untuk mengikuti kajian dengan nyaman. Selain itu, pengaturan tempat duduk juga perlu diperhatikan agar seluruh jamaah dapat duduk dengan nyaman dan fokus mengikuti kajian. Penyusunan tempat duduk yang lebih rapi, dengan jarak yang cukup antar jamaah, akan menciptakan suasana yang lebih kondusif untuk belajar dan berinteraksi. Terakhir, penting untuk memastikan bahwa layar TV atau proyektor yang digunakan untuk menampilkan materi kajian terlihat jelas dari seluruh sudut ruangan. Memastikan ukuran layar yang cukup besar dan kualitas gambar yang baik, serta pencahayaan yang mendukung, akan memudahkan jamaah dalam mengikuti materi kajian, khususnya bagi mereka yang duduk di bagian belakang ruang kajian.

2. Penulis menyarankan agar penelitian mendatang dapat menggali lebih dalam mengenai Lembaga Teras Dakwah. penelitian selanjutnya, dapat mengembangkan strategi penggunaan media sosial di Lembaga Teras Dakwah, serta dapat melakukan penelitian terkait dengan implementasi atau penerapan bidang sosial dan keagamaan yang dilakukan oleh Lembaga Teras Dakwah, seperti Baitul Mal, Baitul Qur'an, dan Baitul Muamalah kepada masyarakat di Kota Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel dan Buku:

- Agus Salim Lubis, and Ricka Handayani. *Generasi Z Dan Entrepreneurship Studi Teoretis Minat Generasi Z Dalam Berwirausaha*, n.d.
- Alfansyur, Andarusni, and Mariyani. "Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial." *Historis* 5, no. 2 (2020): 146–50.
- Alimuddin, Nurwahidah. "Konsep Dakwah Dalam Islam." *Jurnal Hunafa* 4, no. 1 (2007): h.1-2.
- Andi Fajar Asti. *Nalar Pemuda Optimisme KeIndonesiaan Untuk Nusantara Berkemajuan*. Edited by Moh. Nasrudin. Cet. 1. Pekalongan: PT. Penerbit Nasya Expanding Management, 2018.
- Ansar Suherman. *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Cet. I. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020.
- Astuti, Widuri Dwi, and Retor Aquinaldo Wirabuanaputera Kaligis. "Pengaruh Promosi Buku Penerbit Mediakita Di Instagram Terhadap Proses Keputusan Pembelian Generasi Z." *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 18, no. 1 (2004): 19–34. <https://doi.org/10.24002/jik.v18i1.2955>.
- "Badan Pusat Statistik," n.d.
- Badan Pusat Statistik. "Jumlah Penduduk Menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, Dan Jenis Kelamin, INDONESIA 2020," 2020. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>.
- Dewi Anggraeni. "Studi Islam Kontemporer: Suatu Kajian Pembacaan Interdisipliner," n.d.
- Dwiputra, Krisna Octavianus. "Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Covid-19 Di Klikdokter.Com." *Jurnal Komunikasi Profesional* 5, no. 1 (2021): 26–37. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3290>.
- Elvina, Siska Novra, Randi Saputra, and Wanda Fitri. "Strategi Dakwah Husein Ja ' Far Al Hadar Terhadap Generasi Z Di Indonesia" 5 (2022): 13–24.
- Fairozi, Ahmad, and Sulistya Ayu A. "Digitalisasi Dakwah; Upaya Meningkatkan Daya Saing Islam Ramah Di Era Pandemi." *Jurnal Bimas Islam* 13, no. 2 (2020): 307–44.
- Gazali, Hatim. *Islam Untuk Gen-Z: Mengajarkan Islam & Mendidik Generasi Muslim; Panduan Bagi Guru PAI*. Cet. ke-1. Wahid Foundition, 2019.
- Handayani, Iin. "Konsep Bimbingan Dan Konseling Pribadi-Sosial Dalam Pengembangan Positive Mental Attitude Generasi Z." *NALAR: Jurnal*

- Peradaban Dan Pemikiran Islam* 3, no. 1 (2019): 51–63.
<https://doi.org/10.23971/njppi.v3i1.1283>.
- Hariyanto, Didik. *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi Penulis : Didik Hariyanto ISBN: 978-623-6081-32-7. Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sidoarjo: Jl . Mojopahit 666, 2021.
- Iskandar, Hasyim. “Dakwah Digital Dari Gen Z Untuk Gen Z (Gerakan Dakwah Media Pesantren).” *Journal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3 No.1 (2023).
 “Jumlah Pemeluk Agama,” n.d.
- Kusumawati, Reni, Arliandi Pramadika, Siti Nur Aisah, Ahmad Pucuk Maksum, and Bisir Syauqi. “Analisis Fenomena Program Kajian Masa Kini Guna Meningkatkan Pemikiran Islami Gen Z.” *Jurnal Ilmiah Research Student* 1, no. 2 (2023): 319–25.
- M. Kholili. *Sebuah Model Komunikasi DAKWAH RAMAH UNTUK SEMUA*. Yogyakarta: CV. Adi Karya Mandiri, 2022.
- Maliki, Budi Ilham, Heni Susanti, Encep Syarifudin, and Anis Fauzi. “Kemampuan Berpikir Filsafat Dalam Perkembangan Ilmu Pendidikan Pada Generasi Z Di Sekolah Berbasis Islam Di Provinsi Banten.” *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 12, no. 001 (2024): 421–32.
<https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ei/article/view/5393%0Ahttps://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ei/article/view/5393/2086>.
- Manggopa, Stefani, Carolina Sumenda, Lilly Linne Kainde Anita, and Deske Mandagi. “Efektivitas Sosial Media Marketing Dalam Membangun Brand Institusi Pendidikan: Perspektif Generasi Z.” *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran* 4, no. 2 (2023): 2517–26.
<https://doi.org/10.62775/edukasia.v4i2.621>.
- Media Sabili. “Tempat Ngaji Asyik Di Jogja, Kisah Di Balik Teras Dakwah.” 27 Februari, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=7Rfe1ocXqsQ>.
- Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Cet ke-7. Jakarta: Kencana, 2024.
- Morissan, and Andy Corry Wardhani. *Teori Komunikasi: Tentang Komunikasi, Pesan, Percakapan, Dan Hubungan*. Ghalia Indonesia, 2009.
- Morissan, Andy Corry Wardhani, and Farid Hamid U. *Teori Komunikasi Massa*. Cet. Kedua. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2013.
- MQFM Jogja. “KISAH INSPIRASI Eps.1Teras Dakwah, Tempat Ngaji Asyik Di Jogja.” 21 April, 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=ZXDMe9yzd0A>.
- Muarif, Ahmad Syamsul, and Iin Handayani. “Membimbing Umat Melalui Program Ngaji Bisnis Di Lembaga Sosial Teras Dakwah.” *Islamic Counseling: Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 4, no. 1 (2020): 107.
<https://doi.org/10.29240/jbk.v4i1.1199>.

- Mulyana, Deddy, and Solatun. *Metode Penelitian Komunikasi*. Edited by Deddy Mulyana and Solatun. Cet. 1. Bandung: PT. REMAJA ROSDAKARYA, 2007.
- Nurani Soyomukti. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edited by Meita Sandra. Cetakan 1. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2010.
- Nurudin. *Ilmu Komunikasi Ilmiah Dan Populer*. Cet. 3. Depok: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA, 2019.
- Pimay, Awaludin, and Fania Mutiara Savitri. "Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern." *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021): 43–55. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.7847>.
- "Program Teras Dakwah." Accessed March 21, 2024. <https://sedekah.terasdakwah.com/>.
- 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): 1–14.
- Rahadi, Fernan. "Masjid Teras Dakwah Diresmikan Di Yogyakarta." Accessed March 21, 2024. <https://rejogja.republika.co.id>.
- Rakhman, Rizki Taufik, Yasraf Amir Piliang, Hafiz Aziz Ahmad, and Iwan Gunawan. "Pemetaan Jenis Dongeng Nusantara Dalam Infografis." *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia* 7, no. 01 (2021): 59–78. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.3938>.
- Ratna Ekasari. *Metodologi Penelitian*. Cet. Pertama. Malang: AE Publishing, 2023.
- Samiaji Sarosa. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Edited by Flora Maharani. Yogyakarta: PT. KANISIUS, 2021.
- Sandu Siyoto, and M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Edited by Ayup. Cetakan ke. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sari, Erma Wulan, Winda Dwi Trisnasari, and Andrias Nur Febriani. "Membangun Budaya Sadar Pajak Pada Generasi Z." *Madaniya* 4, no. 1 (2023): 304–10. <https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/391%0Ahttps://madaniya.pustaka.my.id/journals/index.php/contents/article/download/391/264>.
- Sekar Arum, Lingga, Amira Zahrani, and Nickyta Arcindy Duha. "Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030." *Accounting Student Research Journal* 2, no. 1 (2023): 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>.
- Shahreza, Mirza. "Komunikator Politik Berdasarkan Teori Generasi." *Nyimak (Journal of Communication)* 1, no. 1 (2017): 33–48. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i1.273>.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Cet ke-19. Bandung: PENERBIT ALFABETA BANDUNG, 2013.
- Suheri, Suheri. "Akomodasi Komunikasi." *Jurnal Network Media* 2, no. 1 (2019): 40–48.
<https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/junetmedia/article/view/447>.
- Teras Dakwah. "Sharing Of The Kahanan: Bongkar! Sekat Kemapanan Dari Teras Rumah-Sejarah Teras Dakwah," n.d.
<https://youtu.be/NU7ILgLM0?si=IDiHlaCznUZEffk>.
- Triantoro, Dony Arung. "Dakwah Dan Kesalehan: Studi Tentang Gerakan Teras Dakwah Di Kalangan Remaja Yogyakarta." *Jurnal Masyarakat Dan Budaya* 20, no. 2 (2018): 273. <https://doi.org/10.14203/jmb.v20i2.624>.
- Ulber Silalahi. *Metode Penelitian Sosial*. Edited by Aep Gunarsa. Cet. 1. Bandung: PT. Refika Aditama, 2009.
- Uswatun. "Studi Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Syariat Islam Pada Kompas.Com." *Jurnal Komunikasi Global* 6, no. 1 (2017): 74–89.
- Werner J. Severin, Jr. James W. Tankard, and Terj.Sugeng Hariyanto. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Dan Terapan Di Dalam Media Massa*. Edisi Keli. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Yasir. *Pengantar Ilmu Komunikasi, Sebuah Pendekatan Kritis Dan Komprehensif*. Cet. I. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020.

Wawancara:

1. Choiruddin Ilyas, Wakil Pengasuh Lembaga Teras Dakwah Yogyakarta, 13 Agustus 2024.
2. Ustadz Ali Haidar Ahmad (Pengisi Kajian Ngaji Asyik Lembaga Teras Dakwah), 17 September 2024.
3. Ustadzah Nurun Nisaa Baihaqi (Pengisi Kajian Amida Lembaga Teras Dakwah), 11 Oktober 2024.
4. Ustadzah Budi Sulistyarini (Pengisi Kajian Amida Lembaga Teras Dakwah), 30 Oktober 2024.

5. Ustadz Awan Abdullah (Pengisi Kajian Ngaji Asyik Lembaga Teras Dakwah), 26 Oktober 2024.
6. L (Jamaah perempuan, 21 tahun), tanggal 29 Oktober 2024.
7. F (Jamaah laki-laki, 22 tahun), tanggal 15 November 2024.
8. D (Jamaah laki-laki, 27 tahun), tanggal 24 Oktober 2024.
9. M (Jamaah perempuan, 25 tahun), tanggal 24 Oktober 2024.
10. V (Jamaah perempuan, 23 tahun), tanggal 08 November 2024.
11. Z (Jamaah laki-laki, 21 tahun), tanggal 11 November 2024.