

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Transformasi Komunikasi Dakwah Menuju Pemahaman Fikih Gen Z Berbasis Digital” ini ditulis oleh Munirotun Ni’matul Maula, NIM. 1880511240010, dengan pembimbing/promotor Prof. Dr. H. Muhammad Muntahibun Nafis, M.Ag. dan Dr. Mutrofin, M.Fil.I.

Kata Kunci: Transformasi Dakwah, Komunikasi Dakwah, Fikih Digital, Generasi Z, Instagram

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kesenjangan antara tingginya kebutuhan literasi fikih masyarakat urban Generasi Z dengan keterbatasan dakwah konvensional dalam menjangkau ruang digital. Jutaan orang Indonesia mencari tata cara wudhu dan mandi wajib di Google setiap bulannya, tapi hampir tidak ada akun pesantren yang mau menjawabnya secara digital karena dianggap terlalu dasar. Di sinilah Akun Instagram @ngajigaes.id mulai masuk dan menjadi objek penelitian karena berhasil mencapai 160.000 followers dalam dua tahun dengan menyajikan materi fikih yang autentik secara keilmuan sekaligus relevan bagi Generasi Z.

Penelitian ini bertujuan: (1) Mengidentifikasi bentuk dakwah fikih konvensional sebelum era digital; (2) Menganalisis pola pengemasan dan penyajian materi fikih pada akun Instagram @ngajigaes.id yang selaras dengan karakteristik Instagram dan gaya belajar Generasi Z; dan (3) Menganalisis implikasi komunikasi dakwah berbasis digital dalam membangun pemahaman dan kesadaran Generasi Z terhadap materi fikih.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analitis dan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi konten akun Instagram @ngajigaes.id, wawancara mendalam dengan empat informan utama (Founder, Chief Marketing Offisier, Admin, dan Ustadz Kajian atau pentashih), serta kuesioner yang disebarakan kepada 100 followers aktif yang bertujuan untuk memperkuat data penelitian. 100 followers aktif terdiri dari 60 perempuan dan 40 laki-laki dengan rentan usia 14-30 tahun. Analisis data melalui tiga tahapan dari kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan tiga temuan pokok: (1) Dakwah fikih konvensional yang berbentuk kajian tatap muka dengan searah dan bersifat monologis, hierarkis, serta terbatas secara geografis, sehingga tidak mampu menjangkau Generasi Z urban yang berorientasi digital dan tidak memiliki akses ke ekosistem pesantren. Akan tetapi memiliki kekuatan pada kedalaman keilmuan dan sistem sanad. @ngajigaes.id tidak menggantikan dakwah konvensional, melainkan mengisi celah yang memang tidak pernah diisi olehnya. (2) @ngajigaes.id mengkonstruksi pengemasan materi fikih melalui lima strategi sinergis: riset audiens dengan metode buyer personal, adaptasi bahasa berbasis kosakata Gen Z, diferensiasi fungsi format konten (reels-feed-instastory), humanisasi personal "kakmin", dan sistem pentashih berlapis yang menjamin prinsip 100% bersanad.

(3) Implikasi dakwah digital @ngajigaes.id terhadap pemahaman fikih Gen Z berjalan di tiga lapisan atau bersifat multidimensional: kognitif (83% responden melaporkan peningkatan pemahaman fikih), afektif (82% lebih sadar dan termotivasi belajar agama), behavioral (77% lebih percaya diri dalam ibadah), dan struktural berupa terbentuknya komunitas belajar fikih digital yang hidup. Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi yang dilakukan @ngajigaes.id merupakan restrukturisasi komunikasi dakwah yang menyeluruh dalam dimensi epistemologis, linguistik, struktural, dan relasional yang harus berjalan beriringan dengan tetap menjadikan integritas keilmuan bersanad sebagai fondasi utama.

ABSTRACT

This thesis, entitled "Transformation of Da'wah Communication Towards Generation Z's Understanding of Digital Based Fiqh," was written by Munirotun Ni'matul Maula, NIM. 1880511240010, supervised by Prof. Dr. H. Muhammad Muntahibun Nafis, M.Ag. dan Dr. Mutrofin, M.Fil.I.

Keywords: *Da'wah Transformation, Da'wah Communication, Digital Fiqh, Generation Z, Instagram*

This research was motivated by the gap between the high demand for fiqh literacy among urban Generation Z and the limitations of conventional da'wah in reaching the digital space. Millions of Indonesians search for ablution and ritual bathing procedures on Google every month, but almost no Islamic boarding school accounts are willing to answer these questions digitally, as they are considered too basic. This is where the Instagram account @ngajigaes.id entered the scene and became the object of research, having successfully reached 160,000 followers in two years by presenting scientifically authentic and relevant fiqh material for Generation Z.

This research aims to: (1) Identify the forms of conventional fiqh da'wah (Islamic propagation) before the digital era; (2) Analyze the packaging and presentation patterns of fiqh material on the @ngajigaes.id Instagram account, which align with the characteristics of Instagram and the learning styles of Generation Z; and (3) Analyze the implications of digital-based da'wah communication in building Generation Z's understanding and awareness of fiqh material.

This research uses a qualitative approach with a descriptive analytical research type and a case study design. Data were collected through observation of the content of the @ngajigaes.id Instagram account, in-depth interviews with four key informants (Founder, Chief Marketing Officer, Admin, and Ustadz Kajian or pentashih), and a questionnaire distributed to 100 active followers to strengthen the research data. The 100 active followers consisted of 60 women and 40 men, aged 14-30. Data analysis involved three stages: data condensation, data presentation, and conclusion drawing.

The results of the study revealed three main findings: (1) Conventional fiqh da'wah, which takes the form of face-to-face, one-way studies and is monologic, hierarchical, and geographically limited, is unable to reach the digitally oriented urban Generation Z who lack access to the Islamic boarding school ecosystem. However, it possesses strengths in its depth of knowledge and sanad system. @ngajigaes.id does not replace conventional da'wah, but rather fills a gap it has never filled. (2) @ngajigaes.id constructs the packaging of fiqh material through five synergistic strategies: audience research using the buyer persona method, language adaptation based on Gen Z vocabulary, functional differentiation of

content formats (reels-feed-instastory), humanization of the "kakmin" persona, and a multi-layered pentashih system that guarantees the principle of 100% sanad. (3) The implications of @ngajigaes.id's digital da'wah on Gen Z's understanding of fiqh run across three layers or are multidimensional: cognitive (83% of respondents reported an increase in understanding of fiqh), affective (82% were more aware and motivated to learn religion), behavioral (77% were more confident in worship), and structural in the form of the formation of a vibrant digital fiqh learning community. This study concludes that the transformation carried out by @ngajigaes.id is a comprehensive restructuring of da'wah communication in the epistemological, linguistic, structural, and relational dimensions that must go hand in hand while still making the integrity of scientific knowledge with a chain of succession as the main foundation.

ملخص

رسالة الماجستير، بعنوان " تحويل التواصل في الدعوة الإسلامية نحو فهم جيل الألفية للفقہ الرقمي"، من تأليف منيرة نعمة المولا، الحاصل على درجة الماجستير في العلوم الإسلامية الرقم الجامعي ١٠٠١٢٤٠٠١٠٠١٨٨٠٥١١٢٤٠٠١٠. بإشراف الأستاذ الدكتور محمد منتخب النفيس ماجستير في الدراسات الدينية ، والدكتور مترفن ماجستير .

الكلمات المفتاحية: تحوّل الدعوة، التواصل الدعوي، الفقہ الرقمي، جيل الألفية، إنستغرام

استند هذا البحث إلى الفجوة بين الطلب المتزايد على المعرفة الفقهية بين الجيل "ز" (Gen Z) في المدن، ومحدودية وصول الدعوة التقليدية إلى الفضاء الرقمي. فملايين الإندونيسيين يبحثون شهرياً عن طرق الوضوء والاغتسال على جوجل، لكن نادراً ما تجد حسابات مدارس داخلية إسلامية تجيب على هذه الأسئلة رقمياً، لاعتبارها بديهية للغاية. هنا برز حساب إنستغرام @عاجي غايز (@ngajigaes.id) ليصبح محور البحث، بعد أن حقق نجاحاً باهراً بوضوله إلى ١٦٠ ألف متابع خلال عامين، وذلك من خلال تقديمه مواد فقهية موثوقة علمياً وذات صلة الجيل "ز" (Gen Z).

يهدف هذا البحث إلى: (١) تحديد أشكال الدعوة الفقهية التقليدية قبل العصر الرقمي؛ (٢) تحليل أنماط عرض وتقديم المواد الفقهية على حساب @عاجي غايز (@ngajigaes.id) على إنستغرام، بما يتوافق مع خصائص منصة إنستغرام وأساليب تعلم الجيل "ز" (Gen Z)؛ (٣) تحليل آثار التواصل الدعوي الرقمي في بناء فهم الجيل "ز" (Gen Z) للمواد الفقهية ووعيهم بها.

يستخدم هذا البحث منهجاً نوعياً، مع نمط البحث التحليلي الوصفي، وتصميم دراسة حالة. جُمعت البيانات من خلال رصد محتوى حساب @عاجي غايز (@ngajigaes.id) على إنستغرام، وإجراء مقابلات معمقة مع أربعة من المخبرين الرئيسيين (المؤسس، مدير التسويق، مدير الحساب، وأستاذ الدراسات أو البنتشه)، بالإضافة إلى استبيان وُزِعَ على 100 متابع نشط لتعزيز بيانات البحث. تكوّن المتابعون النشطون من ٦. امرأة و ٤. رجلاً، تتراوح أعمارهم بين ١٤-٣٠ عامًا. شمل تحليل البيانات ثلاث مراحل: تلخيص البيانات، وعرضها، واستخلاص النتائج.

كشفت نتائج الدراسة عن ثلاث نتائج رئيسية: ((١) أن الدعوة الفقهية التقليدية، التي تتخذ شكل دراسات أحادية الاتجاه وجهاً لوجه، وتتسم بالطابع الأحادي والتسلسل الهرمي والمحدود جغرافياً، عاجزة عن الوصول إلى الجيل "ز" (Gen Z) "الحضري الملمّ بالتكنولوجيا الرقمية، والذي يفتقر إلى الوصول إلى بيئة المدارس الإسلامية الداخلية. ومع ذلك، تتميز هذه الدعوة بعمق معرفتها ونظام سندها. لا يحل حساب @عاجي غايز (@ngajigaes.id) محل الدعوة التقليدية، بل يسدّ ثغرة لم تسدها من قبل. (٢) تُصمّم منصة @عاجي غايز (@ngajigaes.id) محتوى الفقہ من خلال خمس استراتيجيات متكاملة: دراسة الجمهور باستخدام أسلوب

شخصية المشتري، وتكييف اللغة بناءً على مفردات الجيل "ز" (Gen Z)، والتنويع الوظيفي لصيغ المحتوى (ريلز، وفيد، وقصص إنستغرام)، وإضفاء الطابع الإنساني على شخصية "الكامين"، ونظام "البنشيه" متعدد المستويات الذي يضمن مبدأ السند الكامل. (٣) تتجلى آثار الدعوة الرقمية التي تقدمها @عاجي غايز (@ngajigaes.id) على فهم الجيل "ز" (Gen Z) للفقهاء في ثلاثة مستويات أو أبعاد متعددة: معرفي (أفاد ٨٣% من المشاركين بزيادة في فهمهم للفقهاء)، وعاطفي (أصبح ٨٢% أكثر وعياً وتحفيزاً لتعلم الدين)، وسلوكي (أصبح ٧٧% أكثر ثقة في العبادة)، وهيكلية يتمثل في تكوين مجتمع رقمي حيوي لتعلم الفقهاء. وتتلخص هذه الدراسة إلى أن التحول الذي قامت به @عاجي غايز (@ngajigaes.id) هو إعادة هيكلة شاملة للتواصل الدعوي في الأبعاد المعرفية واللغوية والهيكلية والعلاقاتية التي يجب أن تسير جنباً إلى جنب مع الحفاظ على سلامة المعرفة العلمية مع سلسلة التتابع كأساس رز.