

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Manusia sebagai makhluk sosial yang berarti tidak bisa hidup sendiri tanpa komunikasi, interaksi, dan bantuan dari manusia lain. Komunikasi telah menjadi salah satu faktor yang vital bagi perkembangan hidup manusia sebagai makhluk sosial. Bahkan Harold D. Laswell (1960) menyatakan bahwa menjawab pertanyaan adalah salah satu cara yang baik untuk melahirkan komunikasi.<sup>1</sup>

Dakwah diartikan sebagai bentuk nyata atau realisasi dari salah satu fungsi kodrati seorang muslim yang dimana bermakna fungsi risalah berupa proses pengondisian agar seseorang maupun masyarakat dapat mengetahui, memahami, mengamalkan, dan mengimani islam sebagai ajaran dan pandangan hidup.<sup>2</sup> Dakwah bertujuan untuk mengubah suatu kebiasaan yang ada pada masyarakat menjadi sesuai dengan syariat Islam.<sup>3</sup> Berdiskusi, bernegosiasi, dan berdakwah adalah bentuk komunikasi yang memerlukan strategi. Dakwah menjadi jantung agama karena kehidupan beragama juga bergantung pada aktivitas dakwah yang harus berjalan dinamis sebagai upaya untuk tetap mengimplementasikan ajaran islam ke dalam seluruh aspek kehidupan sehingga bisa menjadi benteng untuk diri

---

<sup>1</sup> Mubasyaroh, 'Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat', *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (30 December 2017): 311–24.

<sup>2</sup> Mubasyaroh, 'Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat'.

<sup>3</sup> Sri Ujjiana Putri, 'Upaya Mengembalikan Produktivitas Dakwah dan Semangat Belajar Muslimah Lombok Timur di Akhir Pandemi Covid-19', *WAHATUL MUJTAMA': Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (1 December 2023): 108–17.

sendiri maupun masyarakat dari hal-hal buruk yang dilarang oleh agama.<sup>4</sup> Berada di zaman sekarang dimana berkembang terjadi sangat pesat di bidang teknologi canggih seperti komputer, ponsel, internet, hingga sosial media, bisa menjadi ancaman namun di sisi lain bisa menjadi pendukung kegiatan dakwah.<sup>5</sup> Dakwah di era modern tidak bisa dilakukan hanya dengan satu model dakwah, akan tetapi dituntut meramu seluruh model dakwah ke dalam kemasan dakwah yang lebih kreatif dan responsif.<sup>6</sup>

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah sebuah wadah di internet yang memungkinkan pengguna menampilkan diri dan berinteraksi dengan pengguna lain untuk membentuk sebuah ikatan sosial secara virtual. Tidak dapat disangkal bahwa pada saat ini sosial media telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi. Kehadiran media sosial telah membawa dampak yang sangat signifikan dalam cara melakukan komunikasi.<sup>7</sup> Strategi yang sesuai perlu di terapkan untuk mencapai tujuan dari proses komunikasi dakwah secara maksimal. Strategi untuk pencapaian tujuan sebuah kelompok dapat dirancang dan dipersiapkan sebelumnya dengan melakukan suatu analisis di dalam sebuah komunitas atau sekelompok orang yang sudah ditargetkan

---

<sup>4</sup> Murniaty Sirajuddin, 'Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan)' AL-Irshad A;-Nafs Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam vol 1 no 1 (2014): 1-97.

<sup>5</sup> 'Wisri, Abdul Mugni Shaleh, 'PENGEMBANGAN DAKWAH DALAM MENJAWAB TUNTUTAN MASYARAKAT KONTEMPORER' Jurnal al-'Adalah, Volume 18 Nomor 1 Mei 2015.

<sup>6</sup> Zamroni Wafa and Asep Maskur, 'Kritik Wacana Tafsir Dalam Dakwah Kontemporer' Isu-isu strategi Dakwah Kontemporer' IQRO vol. 7 no. 2 Desember 2024.

<sup>7</sup> Cut Sri Wahyuni. 'Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah', *Jurnal Kewarganegaraan* Vol. 6 No. 3 Oktober 2022.

sebelumnya.<sup>8</sup> Strategi yang akan dilakukan juga perlu untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada karena dapat memberikan manfaat seperti kemudahan dalam interaksi dan proses komunikasi pada aspek kehidupan manusia.<sup>9</sup> Jika sasaran dari rencana penerapan strategi dakwah adalah Gen Z maka diperlukan analisis. Hal ini dilakukan untuk mengetahui hal-hal yang menarik perhatian Gen Z yang merupakan kelompok generasi yang lahir pada kisaran tahun 1997-2012 dan berkembang sejalan bersama pesatnya teknologi komunikasi di era society 5.0<sup>10</sup>

Gen Z sebagai generasi yang cenderung lebih banyak menggunakan sosial media bahkan dalam berbagai aspek kehidupan membuat gen z seringkali merasa FOMO. Dossey (2013) menyatakan bahwa FOMO dianggap sebagai bentuk kecemasan sosial-kekhawatiran kompulsif bahwa seseorang mungkin kehilangan kesempatan untuk interaksi sosial, pengalaman baru, atau beberapa peristiwa memuaskan lainnya, sering kali ditimbulkan oleh tulisan yang terlihat di situs media sosial. Secara sederhana fenomena Fear of Missing Out adalah perasaan tidak nyaman dan takut akan kehilangan momen karena individu tersebut tidak dapat hadir di dalamnya. Selain itu, FOMO biasanya ditandai dengan keinginan

---

<sup>8</sup> Sofyan Hadi, 'Model Manajemen Strategi Dakwah di Era Kontemporer' *Jurnal Al-Hikmah* vol 17 no. 2 (2019).

<sup>9</sup> Dhiya Afifah Maulida, 'Analisis Pengaruh Konten Dakwah di Sosial Media Terhadap Kejiwaan Gen-Z' *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* vol 1 no 4 (2023).

<sup>10</sup> Anas Azhimi Qalban, Gina Farhanah Jauza, and Iif Alfiatul Mukaromah, 'Literasi Digital dan Prototipe Konsep Literasi Moderat sebagai Media Smart Dakwah', *Hujjah: Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam* 6, no. 1 (17 June 2022): 22–29.

untuk ikut apa yang dilakukan oranglain di internet.<sup>11</sup> Gen Z kerap kali dihadapkan pada berbagai tantangan yang unik apalagi saat mulai memasuki fase krisis identitas. Kesulitan dalam mengarahkan dan mengatur kompleksitas dunia era modern yang serba instan sehingga kadang mengaburkan garis pembatas antara salah dan benar. Kondisi ini berdampak mudahnya seorang individu terpengaruh pada berbagai hal negatif. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Agata, dkk bahwa perkembangan digital di era post-modern membuat seseorang lupa diri.<sup>12</sup>

Pada fase krisis identitas yang merupakan fase pencarian jati diri, ada sebagian juga yang memutuskan mengikuti beberapa komunitas dengan tujuan mengasah skill dan menjadikan wadah belajar untuk menjadi pribadi yang lebih baik.<sup>13</sup> Komunitas “Ngaji Kita” di Kota Kediri adalah salah satu komunitas dakwah yang berhasil menjangkau Gen Z dengan pendekatan kreatif dan tematik. Komunitas ini menyelenggarakan pengajian tidak hanya di masjid, tapi juga di ruang-ruang nongkrong seperti kafe. Dengan slogan “Tempat Kumpul Anak Muda Kediri Buat Upgrade Diri”, komunitas ini menghadirkan kajian bertema *Ngaji Cinta*, *Ngopi Kita*, *Camp Kita*, dan *Annisa Ngaji Kita* yang dirancang sesuai dengan kebutuhan emosional dan spiritual Gen Z. Berdasarkan hasil

---

<sup>11</sup> Andi Cahyadi, ‘GAMBARAN FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA GENERASI Z DI KALANGAN MAHASISWA’, *Jurnal Widya Warta* no 2 2021.

<sup>12</sup> Yaaman Gulo et al., ‘Spiritualitas Gen Z dalam Menghadapi Era Post-Modern: Pembinaan bagi Youth GBI Jehova Jireh Ministry’, *Devotion: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2 (23 June 2024): 86–96.

<sup>13</sup> Istiqomah Bekthi Utami and Agus Ahmad Safei, ‘Peran Komunitas Islam dalam Menyemangati Keagamaan para Pemuda’, *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* Vol 5 no 2 (2020): 167-188.

observasi dan wawancara, sebagian besar jamaah menyatakan bahwa mereka bergabung karena mengalami kondisi emosional seperti patah hati, kegalauan, atau kehilangan arah. Kajian bertema hati seperti *Ngaji Cinta* memberikan ruang healing sekaligus belajar agama secara ringan dan menyenangkan. Temuan lain menunjukkan adanya dampak nyata terhadap peningkatan produktivitas ibadah para jamaah. Sebagai contoh, Naura Isabel Olivia (salah satu jamaah komunitas Ngaji Kita) menyampaikan bahwa setelah mengikuti kajian *Annisa Ngaji Kita* dengan tema “Girl Talk About Her Periods”, ia menjadi lebih sadar dalam mencatat masa haid dan memahami perbedaan haid dan istihadhah berdasarkan syariat. Hal ini membuatnya lebih disiplin dalam menentukan waktu shalat, puasa, dan ibadah lainnya. Sementara itu, Alma Syafira Salsabila, sebagai jamaah mengaku mengalami perubahan signifikan setelah mengikuti pengajian bertema “Quranic Mental Health: Menemukan Keseimbangan Jiwa dengan Al-Qur’an”. Alma mengaku merasa lebih tenang secara mental setelah mulai membiasakan diri membaca Al-Qur’an setiap hari sebagai bentuk refleksi diri dan kontrol emosi. Testimoni lain dari jamaah seperti Inas Yolanda menunjukkan peningkatan konsistensi dalam mengenakan hijab dan keikutsertaan dalam kegiatan keislaman. Semua temuan ini menunjukkan bahwa strategi dakwah komunitas Ngaji Kita tidak hanya berhasil menarik perhatian Gen Z, tetapi juga mampu meningkatkan kesadaran spiritual dan produktivitas ibadah mereka. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji strategi dakwah

yang digunakan komunitas Ngaji Kita secara mendalam, sehingga dapat menjadi contoh atau inspirasi bagi komunitas dakwah lainnya yang ingin menjangkau generasi muda secara efektif dan relevan.

## **B. Fokus Penelitian**

Dalam penelitian ini fokus penelitian bertujuan untuk tidak terjadi perluasan permasalahan. Berdasarkan paparan konteks penelitian diatas maka peneliti memfokuskan untuk meneliti berdasarkan konteks penelitian yang telah dikemukakan di atas, fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi dakwah komunitas ‘Ngaji Kita’ dalam meningkatkan produktivitas ibadah jamaah Gen-z?
2. Bagaimana relevansi dan respon jamaah terhadap penerapan strategi dakwah yang di lakukan untuk meningkatkan produktivitas ibadah jamaah Gen-z?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menyampaikan bagaimana strategi dakwah komunitas ‘Ngaji Kita’ dalam meningkatkan produktivitas ibadah jama’ah Gen-z.
2. Untuk mendeskripsikan bagaimana relevansi dan respon jamaah terhadap penerapan strategi dakwah yang di lakukan untuk meningkatkan produktivitas ibadah jamaah Gen-z.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis.

#### 1. Manfaat Teoritis

Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan mengurangi permasalahan yang telah diteliti. Selain itu juga dapat menambah pengetahuan dan teori dalam informasi yang berhubungan dengan studi ilmu komunikasi.

#### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan tentang Strategi Dakwah dalam meningkatkan produktivitas ibadah bagi peneliti sendiri dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemikiran yang bermanfaat khususnya jamaah Ngaji Kita.

### **E. Penelitian Terdahulu**

Judul dalam skripsi ini sebenarnya memiliki aneka kemiripan dengan judul lainnya, yaitu sama-sama meneliti tentang strategi yang bisa diterapkan dalam dakwah, telaah ini dapat menghindari penelitian yang sama dan penjiplakan terutama kesamaan dalam penelitian. Oleh karena itu, peneliti mencari referensi terkait penelitian yang diteliti, diantaranya:

1. Jurnal "Strategi Dakwah persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat" oleh Mubasyaroh STAIN Kudus tahun 2017. Jurnal ini membahas peranan strategi dengan komunikasi persuasif dapat membentuk dan mengubah perilaku

masyarakat.<sup>14</sup> Kemudian juga menjelaskan bahwa komunikasi dakwah bertujuan membentuk suatu struktur sosial yang dilengkapi juga dengan norma sosial dalam membentuk perilaku masyarakat. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan adalah kesamaan objek penelitian yakni strategi dakwah yang di gunakan. Perbedaannya adalah pada penelitian ini meneliti objek yang lebih luas yakni kepada masyarakat luas dengan tujuan mengubah perilaku. Sedangkan pada penelitian yang akan saya lakukan fokus pada satu komunitas saja yakni komunitas 'Ngaji Kita' dengan tujuan meneliti peningkatan produktivitas.

2. Jurnal "Strategi Dakwah dalam Merawat Pluralisme di Kalangan Remaja" oleh Muhammad Qomaruddin Abdullah, Dinul Fitrah Mubarak IAIN Parepare tahun 2019. Jurnal ini membahas mengenai strategi dakwah yang tepat di gunakan untuk merawat pluralisme pada kalangan remaja yakni strategi kultural, struktural, dan new media.<sup>15</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan adalah penggunaan strategi kultural, struktural, dan new media. Sedangkan perbedaannya berada pada segi objek yang akan diteliti, jika

---

<sup>14</sup> Mubasyaroh, 'Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat' *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (30 December 2017): 311–24..

<sup>15</sup> Muhammad Qadaruddin Abdullah and Dinul Fitrah Mubarak, 'Strategi Dakwah dalam Merawat Pluralitas di Kalangan Remaja', *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 19, no. 2 (3 February 2020): 177–98.

dalam penelitian sebelumnya objeknya adalah remaja, sedangkan penelitian yang akan dilakukan objeknya adalah Gen Z yang lahir pada tahun 1997-2012.

3. Jurnal "Komunikasi Dakwah antara Kyai dan Santri dalam Analisis Dakwah di Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Mukhlis Kalirejo Lampung Tengah" oleh Devid Saputra, Abdul Syukur, Lutfi muawanah UIN Raden Intan Lampung tahun 2020. Jurnal ini membahas tentang strategi dakwah dan strategi komunikasi merupakan integrasi dalam perencanaan dan manajemen penyampaian dakwah dapat mengubah opini, sikap, dan perilaku sosial.<sup>16</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dalam segi metode penelitian yang sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan juga kesamaan pada konteks penelitian strategi komunikasi dakwah. Perbedaannya berada pada fokus penelitian dan permasalahan yang ingin digali. Pada penelitian sebelumnya berfokus pada sebuah perubahan opini, sikap, dan perilaku sosial sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada peningkatan produktivitas yang secara spesifiknya berfokus pada produktivitas ibadah.
4. Jurnal "Strategi Dakwah di Era New Normal" oleh Ach.

---

<sup>16</sup> Devid Saputra, Abdul Syukur, and Lutfi Muawanah, 'Komunikasi Dakwah Antara Kyai Dan Santri Dalam Analisis Strategi Dakwah Di Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Mukhlis Kalirejo Lampung Tengah', *KOMUNIKA* 3, no. 2 (26 October 2020): 126.

Baidowi, Moh. Salehuddin tahun 2021. Jurnal ini membahas tentang strategi dakwah dengan memanfaatkan sosial media dapat menjadi sarana utama.<sup>17</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan berada pada strategi dakwah yang telah bertransformasi, tidak hanya menggunakan cara klasik namun juga menggunakan cara modern yang melibatkan teknologi seperti sosial media. Sedangkan perbedaannya adalah pada objek penelitian. Pada penelitian sebelumnya berfokus pada strategi dakwah era new normal sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada strategi dakwah era gen z.

5. Jurnal "Strategi Dakwah dan Pengaruh" oleh Najamuddin tahun 2024. Jurnal ini Mengangkat tentang strategi dakwah dan pengaruhnya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan terdapat pada peranan strategi dakwah sangat penting dalam menentukan langkah kebijakan suatu organisasi.<sup>18</sup> Sedangkan perbedaannya terletak pada penerapan strategi dakwah dan pengaruhnya terhadap organisasi atau komunitas. Sedangkan pada penelitian yang akan saya lakukan fokus pada strategi dakwahnya saja pada komunitas Ngaji Kita.

---

<sup>17</sup> Achmad Baidowi and Moh. Salehudin, 'Strategi Dakwah di Era New Normal', *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 2, no. 01 (23 January 2021): 58–74.

<sup>18</sup> Najamuddin Najamuddin, 'Strategi Dakwah dan Faktor Pengaruh', *TASAMUH: Jurnal Studi Islam* 12, no. 1 (6 April 2020): 25–46.

## F. Definisi Konsep

### 1. Strategi Dakwah

Kata strategi sebelumnya berasal dari bahasa Yunani yakni *stratego* yang mana juga hasil penggabungan dua kata yaitu kata *stratos* dan *ego* yang berarti tentara dan pemimpin.<sup>19</sup> Henry Mintberg mengungkapkan bahwa definisi dari strategi adalah sebuah usaha yang terencana untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>20</sup> Selain itu, strategi juga dapat didefinisikan sebagai segala upaya dan rencana yang digunakan untuk menghadapi target dalam situasi tertentu supaya mendapatkan hasil yang maksimal serta dapat dipahami dengan mudah<sup>21</sup>

Dakwah diartikan sebagai bentuk nyata atau realisasi dari salah satu fungsi kodrati seorang muslim yang dimana bermakna fungsi risalah berupa proses pengondisian agar seseorang maupun masyarakat dapat mengetahui, memahami, mengamalkan, dan mengimani Islam sebagai ajaran dan pandangan hidup.<sup>22</sup> Dakwah bertujuan untuk mengubah suatu kebiasaan yang ada pada masyarakat menjadi lebih baik sesuai

---

<sup>19</sup> Usfiyatul Marfu'ah, 'STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH BERBASIS MULTIKULTURAL', *Islamic Communication Journal* 2, no. 2 (25 January 2018): 147.

<sup>20</sup> Najamuddin Najamuddin, 'Strategi Dakwah dan Faktor Pengaruh', *TASAMUH: Jurnal Studi Islam* 12, no. 1 (6 April 2020): 25–46.

<sup>21</sup> Najamuddin.

<sup>22</sup> Mubasyaroh, 'Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat'.

dengan syariat Islam disebut sebagai kegiatan berdakwah.<sup>23</sup> Quraish Shihab mendefinisikan dakwah sebagai sebuah ajakan kepada pertaubatan dan usaha untuk mengubah jalan hidup yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat.<sup>24</sup>

## 2. Komunitas Ngaji Kita

Komunitas “Ngaji Kita” terbentuk sejak 2015 yang di bentuk oleh beberapa pemuda. Komunitas “Ngaji kita” berawal dari kegiatan ngaji bersama yang dilakukan oleh sekelompok orang dengan berpindah-pindah dari satu masjid ke masjid lainnya. Salah satu founder ngaji kita adalah ustadz Marenda Darwis.<sup>25</sup> Terbentuk sejak 2015 namun sempat tidak aktif untuk sementara waktu karena pandemi covid-19 yang terjadi dari tahun 2020 dan dinyatakan berakhir pada tahun 2023. Sejak pasca pandemi covid Komunitas “Ngaji kita” mulai mengaktifkan kembali kegiatan-kegiatan yang sebelumnya rutin dilakukan. Selain itu juga membuat variasi dan segmentasi ngaji sehingga memudahkan jamaah yang baru mulai bergabung. Bahkan ada beberapa tanggapan dari jamaah mengenai proses hijrahnya yang signifikan seperti peningkatan konsistensi dalam

---

<sup>23</sup> Sri Ujjana Putri, ‘Upaya Mengembalikan Produktivitas Dakwah dan Semangat Belajar Muslimah Lombok Timur di Akhir Pandemi Covid-19’, *WAHATUL MUJTAMA’: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (1 December 2023): 108–17.

<sup>24</sup> Iqrom Faldiansyah, ‘Dakwah Media Sosial: Alternatif Dakwah Kontemporer’ *Jurnak Tawshiyah* 15, no. 2 (2020).

<sup>25</sup> Keterangan dari Adam Muhammad

melaksanakan ibadah wajib seperti sholat 5 waktu maupun ibadah sunnah lainnya. Selain itu juga ada keterangan dari jamaah yang mengaku jadi lebih rajin membaca al-quran setelah mengikuti pengajian. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas Ngaji Kita berhasil memberikan dampak positif secara spesifik pada produktivitas ibadah jamaahnya.

### 3. Produktivitas Ibadah

Sunyoto (2012) mendeskripsikan, “produktivitas merupakan sikap mental yang selalu berusaha dan memiliki pemikiran hari esok harus jadi lebih baik daripada hari ini”. Sedangkan menurut Hasibuan (2012) untuk mengukur produktivitas diperlukan beberapa indikator seperti kemampuan, pengembangan diri, meningkatkan hasil yang dicapai, semangat kerja, mutu, dan efisiensi.<sup>26</sup>

Dewan Produktifitas Nasional berpendapat bahwa produktifitas adalah sikap mental yang berfikir bahwa kehidupan dari hari ke hari harus memiliki peningkatan ke arah yang lebih positif dengan melakukan evaluasi terhadap hari kemarin dan tetap mempersiapkan besok yang akan datang.<sup>27</sup> Seseorang yang produktif merupakan individu yang dapat

---

<sup>26</sup> Wahyuningsih, ‘Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja’ *Jurnal Warta* Edisi 57 Juli 2018.

<sup>27</sup> Is Damayanti and Nurul Dwi Lestari, ‘Upaya meningkatkan produktivitas anak-anak pada masa pandemi covid-19 melalui kegiatan positif di Bagor Kulon’, *Rengganis Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 2 (30 November 2021): 200–207.

memberikan kontribusi bermanfaat untuk lingkungan disekitarnya. Adapun faktor pendukung yang bisa mempengaruhi produktivitas ibadah seseorang adalah adanya motivasi yang kuat dalam diri untuk mendekati diri pada Allah, memiliki pengetahuan agama yang luas dan berada pada lingkungan positif yang terus mendukung setiap pertumbuhan dalam diri.

Kesimpulannya, produktivitas dimaksud dalam penelitian ini secara spesifik mengarah pada kemampuan dan keinginan seseorang dalam meningkatkan ibadah bukan sebagai kewajiban melainkan kebutuhan sebagai insan yang taat dan bentuk memanfaatkan waktu yang ia miliki dengan baik.

#### **4. Gen Z**

Gen Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997–2012. Dilansir dari dataindonesia.id sebanyak 91% gen Z memiliki dan aktif di laman media sosial Instagram. Bahkan rata-rata gen Z bisa mengakses internet selama 3 hingga 10 jam dalam satu hari.<sup>28</sup> Gen z adalah generasi yang lahir dan tumbuh bersama dengan teknologi, itulah alasan gen z sangat mudah memahami dan belajar tentang teknologi yang terus berkembang.

---

<sup>28</sup> Danar Kristiana Dewi and Yulia Budiwati, 'Instagram Sebagai Media Branding Institusi Untuk Mempersuasi Gen Z Dalam Memilih Pendidikan Tinggi', *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual* 9, no. 3 (31 August 2024): 581–89.