

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Paparan Data

Paparan data merupakan penjabaran informasi yang diperoleh oleh peneliti di lapangan. Data yang dikumpulkan berasal dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang relevan dengan fokus penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Paparan data ini mencakup gambaran umum tentang Komunitas Ngaji Kita meliputi lokasi geografis yang digunakan untuk pengajian, kondisi demografis jamaah dengan pembagian berdasarkan jenis kelamin, serta usia. Selanjutnya, akan dibahas mengenai (1) biografi ketua komunitas Ngaji Kita (2) sejarah terbentuknya komunitas Ngaji Kita, (3) strategi dakwah yang diterapkan oleh komunitas terhadap jamaahnya serta (4) bagaimana respon jamaah terhadap dakwah yang dilakukan komunitas Ngaji kita.

1. Gambaran Umum Komunitas Ngaji Kita

Komunitas Ngaji Kita merupakan komunitas belajar agama islam yang telah berusia hampir satu dasawarsa atau sepuluh tahun. Terbentuk sejak 2015 namun sempat tidak aktif untuk sementara waktu karena pandemi covid-19 yang terjadi dari tahun 2020. Sejak pasca pandemi covid Komunitas Ngaji Kita mulai mengaktifkan kembali kegiatan-kegiatan yang sebelumnya rutin dilakukan. Selain itu juga membuat variasi dan segmentasi program pengajian sehingga memudahkan jamaah yang baru mulai bergabung untuk memilih sendiri pengajian yang sesuai dengan

minat dan kebutuhannya. Komunitas ini hingga kini telah memiliki 11.000 lebih pengikut di sosial media instgram yang terdiri dari jamaah maupun calon jamaah dari berbagai daerah.

Komunitas Ngaji Kita konsisten mengadakan pengajian dengan berbagai macam topik yang di angkat sehingga dapat menarik minat masyarakat luas terkhusus anak muda yang sedari awal menjadi target sasaran komunitas untuk melakukan dakwah. Selain itu, Adam Muhammad juga mengatakan bahwa topik dan tema yang relevan inilah yang menjadi daya tarik pengajian ditambah dengan narasumber yang dihadirkan sangatlah beragam mulai dari ustad atau da'i lokal hingga nasional seperti ustadz Hanan Attaki dan Ustadz Muzammil. Komunitas Ngaji Kita memiliki berbagai program sesuai dengan topik yang akan dibahas dengan tujuan memudahkan jamaah memilih pengajian yang ingin dibutuhkan ataupun diinginkan.

Selain konsisten mengadakan pengajian secara offline komunitas Ngaji Kita juga aktif membangun brand awarness dan brand positioning di sosial media mengingat mayoritas orang aktif menggunakan sosial media dalam kehidupan sehari-hari serta sosial media memiliki pengaruh yang sangat besar di era serba digital. Ketua komunitas Ngaji Kita saat ini, Adam Muhammad memaparkan bahwa komunitas ini terbagi dalam beberapa segmentasi yakni segmentasi empat dengan target orang-orang yang belum hijrah atau belum mengetahui apa itu komunitas Ngaji Kita dan belum memiliki minat untuk belajar lebih lanjut. Segmentasi tiga

menargetkan orang-orang yang mulai hijrah karena pada segmentasi ini berisi jamaah-jamaah baru yang bisa diajak bergabung bersama komunitas. Selanjutnya pada segmen dua menargetkan orang yang mulai istiqomah mengikuti program kajian dan segmentasi satu menargetkan orang yang sudah paham pentingnya mengaji, memiliki minat tinggi dengan kemauan mengikuti semua kajian yang di laksanakan oleh komunitas.

Ketua Komunitas Ngaji Kita, Adam Muhammad juga menuturkan bahwa saat ini fokus dari komunitas Ngaji Kita adalah orang yang berada pada segmentasi empat, tiga, dan dua. Selain itu karena gen z menjadi target dari komunitas ini maka strategi dakwah dalam setiap program yang di laksanakan disesuaikan dengan karakter gen z dari segi penyampaian dakwah, istilah yang digunakan saat kajian, penentuan tema, dan narasumber atau da'i yang mengisi kajian, bahkan detail hingga perencanaan konten sosial media dari format konten hingga caption yang tertulis. Komunitas Ngaji Kita mengemas berbagai programnya dengan baik sekaligus unik. Seperti salah satu programnya Ngopi Kita adalah salah satu program yang membahas topik-topik keagamaan ringan dan bertempat di salah satu cafe di kediri yakni Kedai Expo. Adam Muhammad selaku ketua juga menuturkan tujuan dari pengajian yang dilakukan di cafe adalah untuk menunjukkan bahwa belajar atau mengaji sebuah ilmu tidak terbatas oleh tempat sekaligus dapat dilakukan dengan santai dan menyenangkan. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas Ngaji Kita

memang detail dalam merencanakan dan mengeksekusi setiap programnya.

2. Demografis Jamaah

Komunitas Ngaji Kita populer di kalangan anak muda yang memang menjadi objek sasarannya. Tidak hanya fokus menargetkan satu gender tapi terbuka untuk siapapun yang memang memiliki niat untuk belajar bersama. Berdasarkan data yang didapatkan melalui whatsapp grup komunitas Ngaji Kita terdapat 807 anggota dalam whatsapp grup pertama perempuan 310 anggota, juga sebanyak 282 anggota di grup kedua. Selain itu, terdapat 215 untuk anggota whatsapp grup laki-laki. Adapun pembagian kelompok jamaah dengan lebih terperinci berdasarkan jenis kelamin dan usia sebagai berikut:

a) Kelompok Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Data Jamaah Ngaji Kita Sesuai Jenis Kelamin

No.	Jenis kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	315
2	Perempuan	592
Jumlah keseluruhan		807

Sumber data: whatsapp grup komunitas

3. Sejarah Terbentuknya Komunitas Ngaji Kita

Komunitas Ngaji Kita yang sudah berusia hampir satu dasawarsa ini pada awalnya hanyalah sebuah kelompok kecil yang terdiri dari beberapa pemuda yang senang mendiskusikan kajian tematik dengan cara

berpindah-pindah dari satu masjid ke masjid yang lainnya. Adapun inspirasi yang akhirnya mendorong sekumpulan pemuda ini untuk membangun komunitas adalah karena melihat sudah ada beberapa komunitas dakwah yang semula kecil namun bisa terus berkembang hingga menjadi besar dan sangat di kenal oleh masyarakat luas. Menurut keterangan dari Adam Muhammad, *“Awal terbentuknya ngaji kita ini karena memang sekumpulan pemuda ini terinspirasi dari komunitas mengaji yang telah dikenal dan diterima di kota-kota lain seperti komunitas Yuk Ngaji yang didirikan oleh ustad Felix Siauw,”* jelasnya.

“Kami juga ingin ada komunitas seperti itu juga yang bisa mawadahi temen-temen yang ingin belajar, karena belajar pasti juga lebih menyenangkan dilakukan kalau punya teman dan lingkungan yang support atau bisa disebut satu frekuensi. Walaupun memang ada beberapa komunitas Ngaji juga di Kediri selain Ngaji Kita tapi kebanyakan sudah vacum ya nonaktif sementara nggak tahu juga sampai kapan,” imbuh Adam Muhammad dalam sesi wawancara dengan peneliti.

Jika sebelumnya kajian dilakukan secara berpindah-pindah, saat ini komunitas Ngaji Kita telah memiliki beberapa tempat tetap untuk menyelenggarakan kegiatannya secara offline. Salah satu panitia, Ahmad Syafiq Syauqi mengatakan,

“Punya tempat pengajian tetap itu salah satu struggle kami karena dari awal memang belum ada masjid yang jadi tempat kajian tetap bahkan ada sedikit insiden juga saat kita mau menyiapkan tempat untuk kajian, kami diusir dari masjid itu karena ada beberapa pihak yang sepertinya kurang cocok dengan komunitas ini, tapi untuk saat ini alhamdulillah sudah bisa melakukan pengajian tetap di masjid khusnul khotimah dan kedai expo untuk program Ngopi Kita.”

Mengenai penyebab insiden yang pernah terjadi Ahmad Syafiq Syauqi juga memberikan beberapa penjelasan mengenai penyebab dari insiden tersebut.

“Mungkin karena komunitas Ngaji Kita ini merupakan komunitas yang tidak hanya menganut satu aliran keagamaan saja, bukan cuma NU, Muhammadiyah, ataupun lainnya. Karena dari awal tujuan kami menyediakan wadah belajar untuk anak muda yang ingin belajar lebih banyak mengenai ajaran agama islam karena itu kami lebih terbuka. Salah satu penyebab insiden pengusiran itu karena komunitas Ngaji Kita dianggap bentrok dengan aliran keagamaan mayoritas masyarakat sekitar masjid maupun masjid itu sendiri.”

Komunitas Ngaji Kita dengan usianya yang hampir satu dasawarsa ini bertahan dari tahun 2015 hingga 2025 menjadi bukti telah bertahan sejauh ini walaupun dengan berbagai tantangan dalam sejarah perkembangannya.

4. Strategi dakwah yang digunakan Komunitas Ngaji Kita

Adam Muhammad dan beberapa panitia menuturkan bahwa strategi dakwah yang mereka terapkan sebenarnya sederhana dengan melihat peluang dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman yang ada. Komunitas Ngaji Kita tidak hanya aktif secara offline dalam setiap kegiatannya tapi juga aktif secara online untuk membangun *brand awarness* dan pemasaran agar orang lain yang merupakan calon jamaah yang sebelumnya belum tahu dan belum mengenal komunitas tersebut menjadi lebih tahu dan mau mengenal lebih jauh. Adam Muhammad sebagai ketua komunitas Ngaji Kita memberikan keterangan karena objek dakwahnya adalah anak muda atau gen z maka strategi yang digunakan

juga harus relevan dengan trend maupun kebiasaan yang mereka ikuti sehari-hari.

“Sebenarnya strategi yang kita lakukan itu nggak muluk-muluk yang penting fokus dan sesuaikan dengan objek atau sasaran dari dakwahnya, karena sasaran dakwahnya memang anak muda maka kita kemas bagaimana caranya supaya anak-anak muda ini tertarik ikut pengajiannya. Mulai dari pemilihan tema yang sedang hype atau rame sebagai trend, mengundang narasumber muda yang viral juga sampai pemilihan venue atau tempat pengajian di selenggarakan.”

Strategi ini merupakan strategi dakwah yang relevan di era modern saat ini karena dalam prakteknya menggunakan sosial media yang memungkinkan menjangkau lebih banyak orang dalam waktu yang singkat guna menyebarkan pesan-pesan agama, bersifat adaptif dengan menggunakan bahasa dan gaya komunikasi yang sesuai dengan target audiens yakni anak muda, dan dengan begitu dapat membangun pendekatan secara personal antara jamaah dengan komunitas. Komunitas Ngaji Kita Juga membuat beberapa segmentasi pengajian yang dapat dipilih sesuai dengan minat jamaah, seperti ungkapan yang dikatakan oleh Adam Muhammad

“Kita sama-sama tahu ya kalau gen z mudah bosan dengerin pengajian yang terlalu monoton tanpa guyonan ataupun ice beaking, makanya menurut saya penting juga untuk menyelipkan trend yang mereka ikutin, pantun ubur-ubur ikan lele contohnya. Karena itu saya dan tim berusaha untuk membuat suasana pengajian yang berbeda dengan berbagai segmentasi program yang tujuannya tentu memudahkan para jamaah juga, karena dengan adanya segmentasi ini para jamaah bebas memilih kajian mana yang memang ingin mereka ikuti jadi kami berharap strategi ini menjadikan jamaah Ngaji Kita yang mayoritas anak-anak gen z yang saya dengar mudah bosan jadi lebih termotivasi mengikuti pengajian karena diizinkan leluasa

memilih dengan kesadaran penuh.”

Adam Muhammad juga menuturkan terkait dengan cara mengukur keberhasilan dari sebuah pengajian, melihat seberapa besar membawa dampak berupa perubahan positif seperti peningkatan produktivitas ibadah para jamaah.

“Memang di zaman serba modern seperti ini dakwah bisa dilakukan dengan lebih mudah dengan bantuan teknologi yang ada. Jika membahas mengenai tolak ukur keberhasilan sebuah konten yang kami bagikan memang agak susah karena kami juga nggak bisa lihat ya bagaimana isi kepala dan isi hati manusia, tapi kami bisa mengukur keberhasilan sesederhana dengan melihat apakah pengaruhnya terasa pada jamaah atau tidak dapat di lihat dari komentar-komentar yang di tulis lebih banyak positif atau negatif. Kalau banyak komentar positif berarti bisa di nilai kalau konten yang kami sajikan sudah cukup baik namun jika banyak komentar buruk berarti memang harus ada evaluasi untuk meningkatkan dan membenahi hal-hal yang perlu dibenahi. Selain melihat respon jamaah yang ada dikolom komentar kami juga sering meminta testimoni atau penilaian langsung pada jamaah saat ada kegiatan pengajian.” Jelas Adam Muhammad.

5. Relevansi dan Respon Jamaah terhadap Dakwah Komunitas Ngaji Kita

Komunitas Ngaji Kita dikenal sebagai komunitas yang memiliki pendekatan dakwah yang tidak hanya fokus pada satu cara tapi juga menggabungkan beberapa cara untuk menjangkau audiens yang lebih luas salah satunya dengan pemanfaatan sosial media. Salah satu narasumber yang merupakan jamaah Ngaji Kita, Erica Nur Aisyah mengungkapkan,

“Pertama tahu Ngaji Kita dari instagram dan waktu pertama kali ikut acaranya karena guest starnya kak Regina

yang tokoh politik itu, dari acara pertama itu saya jadi mulai tertarik ikut kegiatan komunitas Ngaji Kita lagi karena program yang diadakan Ngaji Kita ini nggak cuma spesifik perihal agama tapi juga untuk pengembangan diri.”

Mayoritas jamaah memberikan keterangan bahwa awal mula mengetahui komunitas Ngaji Kita melalui sosial media instagram. Hal ini membuktikan bahwa dampak sosial media memang sangat besar. Tidak dapat dipungkiri bahwa dampak tersebut bisa berupa dampak negatif maupun positif dan yang menjadi penentu adalah penggunaannya sendiri yang diibaratkan sebagai seorang pengemudi dengan sosial media sebagai perantara atau kendaraannya. Selain melalui sosial media beberapa jamaah juga mengaku bahwa ajakan teman juga menjadi salah satu alasan bergabung dengan komunitas Ngaji Kita.

“Awalnya saya tau dan akhirnya mengikuti pengajian komunitas Ngaji Kita juga dari ajakan teman saya yaitu evinda, teman saya ini sudah beberapa kali mengikuti pengajian dan dia berfikir sepertinya komunitas ini akan cocok dengan saya akhirnya saya mencoba untuk ikut kajian berikutnya bersama evinda dan nggak nyangka juga ternyata saya beneran suka sama penyampaian ustadz dikajian itu,” tutur Wan Maina Sella, jamaah komunitas Ngaji Kita yang telah bergabung sejak 2024.

Evinda juga merasakan hal yang sama, Menurut Evinda pemilihan tema yang relate dengan keadaan anak muda atau gen z dan beragam yang dibawakan tiap pengajian Ngaji Kita sangat sesuai dengan minat dan kebutuhan anak muda. Selain itu Evinda Utita Utama mengatakan bahwa sebelumnya dia juga mengajak temannya yang lain selain Wan Maina Sella tapi ada juga beberapa temannya yang tidak lagi aktif mengikuti pengajian.

“Segmentasi program yang bervariasi di Ngaji Kita ini membantu banget untuk jamaah memilih program kajian dan topik apa yang ingin diikuti, jadi merasa lebih bebas memilih dan bebas eksplor juga. Tapi, kalo yang paling saya suka itu pemilihan tema dan pematerynya kayak relate gitu ga terlalu berat pembahasannya. Kajian pertama yang saya ikutin itu Ngaji Cinta yang pembahasannya seputar cinta, jodoh, dan kajian sebelum dan sesudah menikah soalnya waktu itu posisi habis galau juga jadi butuh pencerahan. Sebenarnya saya juga pernah mengajak teman saya yang lainnya selain Sela tapi ada beberapa yang tidak lagi aktif mengikuti pengajian, mungkin karena minat dan keinginan orang itu berbeda-beda apalagi kita juga tidak bisa mengontrol keinginan oranglain yang penting saya sudah berusaha untuk mengajak kalau urusan konsistensi hadir di pengajian atau tidak itu urusan masing-masing dan sudah diluar kendali saya.”

Salah satu panitia komunitas Ngaji Kita bernama Inas Yolanda Rohadatul A. juga sempat menceritakan awal mula bergabung dengan komunitas setelah mengikuti kajian pertamanya yakni Ngaji Cinta.

“Dulu, pertama kalinya saya bergabung dengan komunitas Ngaji Kita karena ikut Ngaji Cinta ini, memang ini segmentasi yang saya pilih untuk saya ikuti karena kondisi perasaan saya yang sedang galau ya waktu itu.” Ujar Inas Yolanda Rohadatul A., salah satu panitia komunitas Ngaji Kita.

Narasumber lain bernama Dea turut membagikan pengalaman tentang bagaimana dirinya pertama kali tahu tentang komunitas Ngaji Kita. Ia menuturkan bahwa semua berawal dari ajakan teman untuk menemani ikut kajian hingga akhirnya bisa bergabung. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan pertemanan sangat besar terhadap seorang individu.

"Awalnya saya diberitahu dan diajak oleh teman untuk ikut pengajian Ngaji Cinta karena cocok juga jadi saya lebih semangat untuk pengajian berikutnya, sebelumnya konten-konten komunitas Ngaji Kita ini beberapa kali lewat beranda instagram saya, tapi yang menjadi awal saya yakin untuk ikut pengajian ini karena diajak sama salah satu teman yang ternyata jadi panitia dikomunitas ini, vemellya awalnya juga jamaah biasa tapi saking rajinnya sekarang dia sudah jadi panitia bahkan beberapa kali jadi host saat kajian Annisa Ngaji Kita. Memang ya beruntung itu bukan cuma soal karir dan percintaan tapi punya teman yang bisa mengajak kita jadi lebih baik dan produktif itu juga termasuk keberuntungan," kata Dea, salah satu jamaah komunitas Ngaji Kita.

Menurut Dea, salah satu hal yang menarik dari pengajian Ngaji Kita adalah materi yang dibahas sangat relevan dengan kehidupan sehari-hari.

"Salah satu tema favorit saya adalah tentang kesehatan mental ya karena generasi saya memang bisa dikatakan lebih aware dan paham ya tentang pentingnya menjaga kesehatan mental ditambah lagi posisi kita memang hidup dizaman serba cepat yang apa-apa butuh sosial media jadi lebih mudah burn out karena lebih banyak terpapar sosial media dan berbagai problematika random dalam hidup yang peenuh gebrakan ini."

"Dulu pertama mengikuti Ngaji Kita jamaah dan followersnya di instagram masih sedikit, tapi sekarang sudah banyak," tambah Dea. Perkembangan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang dilakukan oleh Ngaji Kita melalui dakwah yang menyatu dengan jamaah gen z atau anak muda memang sangat efektif. Dalam hal menarik jamaah baru, komunitas Ngaji Kita menggunakan berbagai cara, termasuk melalui mengundang narasumber yang digemari anak muda, mengadakan kegiatan Camp Kita, dan menyebarkan informasi melalui

sosial media.

"Jamaahnya mayoritas berdomisili di Kediri tetapi saat acara-acara besar seperti Ngaji Akbar yang biasanya mengundang dai nasional ada lebih banyak jamaah yang datang bahkan dari luar kota dan mereka tertarik karena memang tema dan narasumber yang diundang selalu berbeda lebih ke unpredictable," ujar Erica. Ini menunjukkan bahwa komunitas Ngaji Kita Kiai mampu membaca peluang dan menciptakan suasana yang terbuka.

Secara keseluruhan, dakwah yang dilakukan oleh komunitas Ngaji Kita terbukti sangat efektif dalam menarik perhatian anak muda dan memberikan dampak positif dalam kehidupan mereka. Dengan pendekatan dakwah yang relevan dengan kehidupan sehari-hari komunitas Ngaji Kita berhasil membangun hubungan yang kuat dengan jamaahnya, baik yang sudah lama maupun yang baru bergabung.

"Segmentasi program yang membebaskan jamaah untuk memilih sendiri dengan kesadaran penuh kajian apa yang ingin diikuti, serta pembawaan yang tidak monoton selama kajian berlangsung itulah yang membuat banyak orang merasa nyaman dan tertarik untuk mengikuti pengajian," ujar Erica.

Peneliti juga mewawancarai Naura Isabel Olivia. Isabel mengatakan bahwa komunitas ini memang memberikan banyak dampak positif bagi dirinya. Kemudian Isabel menceritakan pengalamannya dan memberikan testimoni atas pengajian yang telah ia ikuti.

"Pertama kali ikut komunitas ini karena Ning Sheila Hasina yang memang terkenal dengan dakwahnya seputar macam-macam darah wanita tentang haid maupun istihadhoh. Saat itu memang aku menyadari kalo pengetahuanku ini minim banget jadi aku harus cari informasi lebih lanjut. Kebetulan juga waktu itu flyer Ngaji Kita ini lewat di beranda sosmed yang bikin aku memutuskan ikut. Dari pengajian itu aku jadi belajar lebih

banyak soal darah wanita.”

Peneliti menanyakan apakah ada perubahan positif yang signifikan setelah mengikuti kajian dan bergabung bersama komunitas Ngaji Kita. Peningkatan produktifitas setiap individu memang berbeda-beda dan bersifat subjektif. Isabel menuturkan bahwa setiap hal positif yang ia lakukan sekarang dan belum ia lakukan sebelumnya dianggap sebagai produktivitas.

"produktif itu menurut aku bukan cuma bertambah secara kuantitas tapi juga kualitas. Iya, alhamdulillah masyaallah kalo memang ibadahnya makin banyak, tambah rajin tapi jangan cuma fokus ke kuantitas tapi juga harus fokus ke kualitas. Apakah ibadahnya tambah khusyuk? Doa sama wiridnya setelah sholat makin lama? Kalo aku pribadi merasa terbantu banget dengan adanya komunitas Ngaji Kita ini karena selain nambah ilmu pengetahuan aku kayak tadi seputar darah wanita, juga bikin aku lebih semangat habis denger kajian yang mengingatkan terus untuk berbuat baik dan memanfaatkan waktu sebaik-baiknya. Aku yang awalnya ga pernah ke acara kayak gini jadi rajin ke pengajian itu juga termasuk produktif lo menurut aku, kak!"

Selain Isabel, Alma Syafira Salsabila juga mengatakan bahwa lingkungan memang memberikan pengaruh yang besar terhadap seseorang. Ia menuturkan bahwa awal mula ikut pengajian komunitas Ngaji Kita karena banyak temannya yang ikut serta, hingga pada akhirnya ia mengikuti Ngaji Akbar yang saat itu Ustadz Muzammil Hasballah yang menjadi pengisinya.

"Aku pertama kali ikut itu waktu Ngaji Akbar, sebenarnya karena FOMO sih soalnya banyak temen-temen aku yang ikut. Rame dong acaranya, apalagi Ustadz Muzammil ini emang terkenal ya kak. Topiknya saat itu tentang memahami al-quran, dijelaskan juga bahwa al-qur'an itu

bisa jadi penenang jiwa kalo kita mau tau isinya tuh apa sih daripada cuma sekedar baca aja tanpa mencari tahu lebih dalam soal terjemahnya dan lain-lain. Dari situ kak, aku ngerasa kok bisa ya aku ga pernah menyadari ini sebelumnya, dan mungkin bisa disebut hidayah kali ya karena dari sana aku jadi suka baca terjemahan al-quran, beneran jadi lebih semangat dan lebih rajin gitu loh! Seneng deh!”

B. TEMUAN PENELITIAN

1. Strategi Dakwah Komunitas Ngaji Kita

Strategi dakwah yang diterapkan oleh komunitas Ngaji Kita lebih menekankan pada pendekatan secara emosional. Adam Muhammad sebagai ketua komunitas Ngaji Kita mengatakan bahwa setiap narasumber atau dai yang akan mengisi pengajian akan diberikan pengarahan terlebih dulu melalui TOR (Terms of Reference) atau dalam indonesia disebut dengan kerangka acuan kerja yang diberikan beberapa hari sebelum jadwal kajian dan pengarahan sebelum acara dimulai. Adam Muhammad mengatakan pengarahan yang diberikan seperti pembahasan fokus pada tema yang telah ditentukan diminta untuk tidak terlalu meluas. Pendekatan emosional ini diwujudkan oleh Komunitas Ngaji Kita melalui penyelenggaraan program-program yang secara khusus membahas isu kesehatan mental, seperti acara 'Mental Health Terapi Damai: Apapun yang Kamu Hadapi, Allah Bersamamu' yang mengundang psikolog sebagai narasumber, serta mengangkat topik-topik relevan seperti 'healing with Al-Qur'an' dan 'self healing with Al-Qur'an' yang relate dengan pengalaman Gen Z (a). Komunitas Ngaji Kita menggunakan bahasa yang mudah dipahami sekaligus menyelipkan

beberapa istilah yang menjadi trend dalam *jokes* gen z sehingga hal ini menjadi salah satu upaya agar pesan dakwah lebih menarik dan mudah dicerna oleh gen z. Sebagai contoh, dalam salah satu konten reel instagram mereka, Ngaji Kita memanfaatkan tren humor yang populer di kalangan Gen Z. Video tersebut menampilkan narasi teks: 'Maaf aku sukanya cowo pendengar yang baik' yang kemudian dikaitkan dengan konteks mendengarkan pengajian. Penggunaan kalimat populer dengan sentuhan humor secara cerdas menarik perhatian Gen Z.

Adapun contoh lain dalam konten reel instagram mereka yang lain, Ngaji Kita secara cerdas memanfaatkan tren humor yang populer di kalangan Gen Z. Video tersebut menampilkan narasi teks: 'Maju sini yang ngajinya cuma buat story' yang kemudian berlanjut dengan 'Ternyata aku sendiri :)'. Penggunaan kalimat yang menyentil realitas perilaku Gen Z di media sosial, terutama terkait motif ibadah atau partisipasi dalam kegiatan keagamaan, menunjukkan pemahaman mendalam Ngaji Kita terhadap dinamika audiens mereka. Humor semacam ini tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mendorong refleksi diri di kalangan jamaah. Ini memperlihatkan upaya komunitas untuk 'mengadopsi budaya' Gen Z dan mengintegrasikannya dengan pesan dakwah secara relatable. Konten ini mendorong self-awareness pada Gen Z, kejujuran atau autentisitas: dengan menyentil isu 'ngaji cuma buat story', mereka menunjukkan kejujuran dan mungkin membangun trust karena tidak hanya menampilkan sisi 'sempurna'.

Pendekatannya bersifat non-judgmental yang artinya meski menyentil, nadanya tidak menghakimi, melainkan lebih ke humor reflektif. (b). Memadukan materi dakwah dengan fenomena yang tengah terjadi. Salah satu bukti nyata dari strategi ini adalah penyelenggaraan event seperti 'Manusia Kuat: Mental Health Talk' yang diselenggarakan pada tanggal 20 Juli 2024. Event ini secara spesifik mengangkat isu kesehatan mental yang menjadi perhatian utama Gen Z, dengan menghadirkan narasumber kredibel seperti Tafatik Irma Fatimah, M.Psi, Psikolog dan Regina Nadya Suwono (Founder Komunitas Kediri Sehat Mental) ditambah Mas Dav (Content Creator dan Penulis Buku Patah Paling Ikhlas) melalui tema 'Manusia Kuat', Ngaji Kita tidak hanya menyampaikan pesan spiritual, tetapi juga memberikan pemahaman dan solusi praktis terkait pengelolaan emosi, stres, hingga melejitkan potensi diri dari perspektif Islam dan psikologi. Ini menunjukkan bahwa dakwah mereka juga menyentuh aspek-aspek kehidupan Gen Z yang paling krusial, membuat pesan keagamaan terasa lebih aplikatif (c).

Dalam hal pengembangan dakwahnya, Ngaji Kita tidak hanya fokus pada pengajian sebagai penyebaran ajaran agama islam tetapi juga mengadakan segmentasi program sesuai dengan topik pembahasan kajian (d). Salah satunya, Camp Kita yang merupakan program outdoor kolaborasi dengan kegiatan camping yang saat ini juga ramai disukai anak muda sebagai bentuk self healing. Di media sosial, trend *healing* yang banyak diunggah menunjukkan aktivitas berlibur dengan jalan-

jalan ke tempat wisata, menikmati kopi di café atau makan makanan yang enak hingga bisa mengembalikan kepuasan dan kebahagiaan setelahnya.³⁶ Kata *healing* berasal dari Bahasa Inggris yang berarti penyembuhan. Namun, belakangan ini istilah *healing* begitu populer dan sedang trend di media-media sosial, termasuk Instagram.³⁷ Kelelahan dan stres teknologi merupakan efek dari perilaku kecanduan sosial media dan dapat berdampak menurunkan prestasi akademik.³⁸ Hal ini terjadi karena adanya kemungkinan suasana perkotaan dan wisata buatan yang kurang menarik sehingga membuat gunung menjadi alternatif masyarakat.³⁹ Karenanya, komunitas Ngaji Kita memanfaatkan hal ini sebagai strategi dakwah yang efektif untuk menarik calon jamaah gen z mengikuti pengajian.

2. Relevansi Jamaah Terhadap Dakwah Komunitas Ngaji Kita

Strategi yang diterapkan komunitas Ngaji Kita dalam berdakwah mendapat tanggapan positif dari jamaah gen z, terutama karena pendekatan yang relevan (a). Selain pendekatan secara emosional dalam penyampaian dakwah, pendekatan melalui sosial media juga tetap harus dilakukan (b), karena dengan pengemasan konten yang menarik juga

³⁶ Nur Halijah, 'Tren Healing di Instagram: Penyembuhan Kekinian di Kalangan Mahasiswa', *Emik* 6, no. 2 (19 December 2023): 234–52.

³⁷ Halijah.

³⁸ Khusnul Khatimah and Donny Taufik Ryan Irawan, 'FAKTOR MEMPENGARUHI PERILAKU KECANDUAN SOSIAL MEDIA', *INCARE: Internasional Journal of Education Resources* vol 03 no 05 2023.

³⁹ Bagas Adi Permadi et al., 'Tingkat Aktivitas Fisik Pendaki Gunung Panderman Buthak Kota Batu', *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa* Vol. 4 No. 1 Maret 2025.

dapat membuat jamaah gen z lebih mudah menerima ajaran yang disampaikan.

3. Respon Jamaah terhadap Strategi Dakwah Komunitas Ngaji Kita

Respon jamaah terhadap strategi dakwah komunitas Ngaji Kita mayoritas adalah respon yang positif pembawaan kegiatan pengajian yang bersifat semi formal bahkan cenderung santai atau *casual* serta penggunaan istilah-istilah gaul yang sering digunakan oleh gen z sebagai humor dalam pengajian menambah suasana akrab dan hangat. Jamaah merasa bahwa dakwah yang disampaikan tidak terkesan menggurui atau menekan. Selain itu pemanfaatan sosial media dalam proses dakwah komunitas Ngaji Kita juga sangat relevan. Jamaah merasa dapat mengikuti kajian tanpa terbatas ruang dan waktu. Bagi mereka konten-konten dakwah yang menarik dan kreatif dapat memberikan kesegaran ditengah pembahasan agama sehingga jamaah merasa lebih nyaman dan tertarik mengikuti kajian. Mereka menyebut bahwa ini membuat mereka bersemangat untuk hadir disetiap kesempatan, bahkan sering kali mengajak teman atau keluarga untuk bergabung. Jamaah merasakan bahwa pengajian tidak hanya sebagai tempat untuk mendapatkan pencerahan atau solusi terkait permasalahan hidup yang mereka hadapi. Kedekatan emosional yang terbangun dapat membuat jamaah menjadi lebih nyaman dan terbuka.