

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial merupakan bentuk media massa berbasis internet yang memungkinkan penyebaran pesan secara cepat, luas, dan tanpa batasan ruang geografis (Laily et al., 2022). Karakteristik interaktif, aksesibilitas tinggi, serta jangkauan global menjadikan media sosial sebagai sarana strategis dalam penyampaian dakwah. Transformasi media dakwah dari ruang konvensional menuju ruang digital tidak terlepas dari inovasi dan kreativitas para ulama serta pegiat dakwah dalam memanfaatkan teknologi komunikasi modern sebagai media edukasi keagamaan (Nurmaya & Rizki, 2024). Perubahan pola komunikasi masyarakat digital mendorong dakwah tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga adaptif terhadap karakteristik audiens yang dinamis, sehingga fleksibilitas penyajian dakwah pada konten digital menjadi peluang bagi dakwah untuk dikemas secara ringkas, visual, dan komunikatif agar lebih mudah diterima oleh generasi yang terbiasa dengan arus informasi cepat (Muliana et al., 2025).

Berbagai platform media sosial yang populer saat ini antara lain Facebook, Instagram, dan Twitter. Namun, Tiktok menjadi salah satu platform dengan tingkat pertumbuhan pengguna paling signifikan. Data dari *the good statistics* menunjukkan bahwa jumlah pengguna aktif Tiktok mencapai sekitar 1,59 miliar pada tahun 2025, sehingga platform ini memiliki potensi besar sebagai media distribusi informasi dan konten edukatif. Popularitas Tiktok yang sangat tinggi, khususnya di kalangan remaja dan generasi muda, menjadikannya ruang sosial digital yang berpengaruh dalam pembentukan pola pikir, perilaku, dan preferensi nilai (Sri Mega Hayatunupus, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa platform ini tidak hanya berfungsi sebagai ruang hiburan digital, tetapi juga sebagai arena pembentukan perspektif hidup, pemaknaan pengalaman sosial, dan sebagai media ekspresi diri bagi generasi muda (Saputri et al., 2024).

Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012. Dikenal sebagai *digital native*, generasi Z tumbuh dalam lingkungan teknologi informasi yang serba cepat, visual, dan interaktif (Anisti et al., 2024). Intensitas paparan terhadap informasi global, budaya perbandingan sosial, serta ekspektasi pencapaian yang tinggi seringkali menimbulkan tekanan psikologis. Interaksi sosial yang banyak berlangsung di ruang digital juga memperkuat kecenderungan membandingkan diri dengan standar keberhasilan orang lain, sehingga memengaruhi persepsi diri, orientasi masa depan, serta stabilitas emosional individu pada fase transisi menuju dewasa (Irfan & Masyhuri, 2025). Kondisi tersebut membuat pembentukan identitas berlangsung dalam ruang sosial yang dinamis. Ketidakpastian pada masa transisi ini dapat memicu kebingungan dalam menentukan tujuan hidup dan makna keberhasilan (Nadia Afifah & Septi Kuntari, 2025).

Masa dewasa awal, yang berlangsung sekitar usia 20 hingga awal 30-an, sering dipandang sebagai fase paling produktif dalam kehidupan seseorang (Santri et al., 2025). Pada tahap ini, individu umumnya berada dalam kondisi fisik optimal, memikul tanggung jawab yang relatif ringan, serta memiliki peluang luas untuk mengeksplorasi berbagai kesempatan. Menurut Bradley University, periode ini merupakan saat ketika seseorang berada pada kondisi terbaik untuk menjelajahi kehidupan, mencoba pengalaman baru, dan membangun fondasi yang kokoh bagi masa depan (Santri et al., 2025). Meski demikian, masa dewasa awal juga diwarnai oleh tantangan, ketidakpastian arah hidup, perencanaan masa depan, serta dinamika hubungan interpersonal yang kerap memicu kecemasan. Fenomena ini kemudian dikenal dengan istilah *Quarter life crisis*, yaitu suatu fase transisi dewasa awal yang dialami individu pada rentan usia 18 hingga 29 tahun (Santri et al., 2025).

Gejala yang muncul pada individu yang mengalami *quarter life crisis* antara lain perasaan stagnasi, kecemasan berlebih terhadap masa depan, keraguan terhadap pilihan hidup, serta kehilangan arah tujuan (Permana & Sulastri, 2025). Kondisi ini, apabila tidak dikelola secara adaptif, berpotensi berdampak pada kesehatan mental, seperti stres, *burnout*, atau depresi ringan

(Sepsita, 2023). Dalam situasi demikian, individu cenderung mencari mekanisme koping (*Coping mechanism*), yaitu upaya kognitif dan perilaku dinamis, yang digunakan individu untuk menghadapi serta mengendalikan tuntutan dari dalam dan luar yang dinilai menekan atau melebihi kemampuan (Sesarelia et al., 2024). Upaya tersebut mampu menghadirkan ketenangan batin sekaligus makna hidup, salah satunya adalah melalui pendekatan spiritual dan keagamaan yang berfungsi sebagai sumber penguatan psikologis serta landasan nilai dalam menghadapi tekanan kehidupan modern (Iin Wahyuni Hamka et al., 2022).

Salah satu respons terhadap kebutuhan spiritual generasi muda tersebut tampak pada kemunculan konten dakwah digital di Tiktok, salah satunya akun @Ayahamanah. Akun ini didirikan oleh Drajat Jiwandoko dan didedikasikan untuk menyebarluaskan dakwah Ustadz Hanan Attaki. Konten yang disajikan berfokus pada dokumentasi dan publikasi kegiatan dakwah di berbagai daerah di Indonesia, dengan tujuan menjangkau serta memberikan penguatan spiritual bagi kalangan muda. Melalui berbagai kegiatan tersebut, Ustadz Hanan Attaki berupaya merespons tantangan dan permasalahan yang dihadapi generasi muda kontemporer. Karakteristik yang menonjol dari akun ini meliputi narasi reliabilitas tinggi, penggunaan bahasa gaul dan modern, serta pendekatan dakwah yang diposisikan sebagai bentuk *self-healing*. Dengan demikian, konten @Ayahamanah tidak hanya memuat pesan keagamaan, tetapi juga memiliki relevansi emosional bagi Generasi Z yang sedang menghadapi *quarter life crisis*.

Meskipun konten dakwah di Tiktok semakin berkembang dan jumlahnya terus meningkat, tidak semua konten memiliki kedalaman makna atau daya pengaruh yang signifikan dalam merespons krisis eksistensial Generasi Z. Sebagian besar konten masih berfokus pada hiburan religius, motivasi singkat, atau penyampaian nasihat normatif tanpa pendalaman pada aspek pemulihan psikologis. Konten dakwah yang secara eksplisit menekankan pendekatan *self-healing* dan relevan dengan dinamika *quarter life crisis* justru relatif terbatas. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih komprehensif mengenai

bagaimana pesan dakwah dikonstruksi dalam konten @Ayahamanah serta bagaimana pesan tersebut diterima oleh audiens. Analisis terhadap makna pesan dan strategi penyampaiannya menjadi penting untuk memahami efektivitas dakwah digital dalam konteks kesehatan mental dan spiritual generasi muda.

Untuk menganalisis fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan hermeneutika Hans-Georg Gadamer sebagai kerangka utama dalam memahami pemaknaan pesan dakwah, yang diperkuat oleh teori resepsi *encoding/decoding* Stuart Hall, teori *religious coping* Kenneth I. Pargament, serta teori *uses and gratifications* Katz, Blumler, dan Gurevitch. Keempat kerangka tersebut digunakan untuk memahami bagaimana Generasi Z menerima, menafsirkan, dan memanfaatkan konten dakwah @ayahamanah sebagai sumber penguatan spiritual dalam menghadapi *quarter life crisis*.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kesenjangan antara tingginya tekanan psikologis yang dialami Generasi Z dan kebutuhan akan panduan spiritual yang kontekstual di media sosial. Peneliti menetapkan akun Tiktok @Ayahamanah pada platform Tiktok sebagai objek penelitian dengan mempertimbangkan tingginya kebutuhan generasi muda terhadap ruang refleksi untuk mengekspresikan serta memahami tantangan kehidupan yang mereka hadapi. Akun ini secara konsisten menyajikan konten dakwah sebagai *self healing*. Selain itu, karakteristik penyampaian pesan yang komunikatif dan kontekstual menjadikan akun ini mampu menarik perhatian audiens muda sebagai pengguna dominan Tiktok. Dengan demikian, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam dengan judul **“ANALISIS DAKWAH KONTEN TIKTOK @AYAHAMANAH DALAM MENGATASI *QUARTER LIFE CRISIS* GENERASI Z.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Fenomena *quarter life crisis* yang dialami Generasi Z memunculkan kebutuhan akan pemaknaan hidup dan penguatan spiritual.
2. Meningkatnya produksi konten dakwah digital di platform Tiktok belum seluruhnya menghadirkan kedalaman makna yang relevan dengan persoalan eksistensial generasi muda.
3. Akun Tiktok @ayahamanah menampilkan pesan dakwah yang dikemas secara komunikatif dan kontekstual, sehingga berpotensi membentuk pemahaman tertentu di kalangan audiens muda.
4. Belum adanya kajian yang secara mendalam menelaah makna pesan dakwah, strategi penyampaian, serta bagaimana Generasi Z memaknai konten tersebut dalam menghadapi fase *quarter life crisis*.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah, maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Analisis terhadap konten dakwah yang diunggah dalam akun Tiktok @ayahamanah.
2. Kajian difokuskan pada makna pesan dakwah dan strategi penyampaian dalam konten tersebut.
3. Subjek penelitian adalah Generasi Z yang berada pada fase dewasa awal dan mengalami dinamika *quarter life crisis*.
4. Penelitian tidak membahas aspek klinis psikologi secara mendalam, melainkan pada dimensi pemaknaan pesan dakwah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah utama dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana pemaknaan pesan dakwah dalam konten akun Tiktok @ayahamanah pada platform Tiktok dalam konteks fenomena *quarter life crisis* Generasi Z?

Untuk memperjelas fokus penelitian, rumusan masalah tersebut dijabarkan ke dalam sub-rumusan sebagai berikut:

1. Bagaimana makna pesan dakwah yang ditampilkan dalam konten akun Tiktok @ayahamanah?
2. Bagaimana strategi penyampaian pesan dakwah dalam konten tersebut membentuk pemaknaan tertentu?
3. Bagaimana Generasi Z menafsirkan dan memaknai pesan dakwah akun Tiktok @ayahamanah dalam menghadapi fase *quarter life crisis*?

E. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis makna pesan dakwah dalam konten akun Tiktok @ayahamanah.
2. Mengidentifikasi strategi penyampaian pesan dakwah sebagai bagian dari proses pembentukan makna.
3. Menelaah pemaknaan Generasi Z terhadap pesan dakwah tersebut dalam konteks pengalaman *quarter life crisis*.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian dakwah digital, khususnya dalam memahami proses pembentukan dan pemaknaan pesan keagamaan di media sosial. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai relasi antara komunikasi dakwah dan dinamika psikososial Generasi Z.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pendakwah dan kreator konten digital, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam merancang strategi penyampaian pesan dakwah yang lebih kontekstual dan bermakna.
- b. Bagi akademisi, penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk pengembangan penelitian lanjutan terkait dakwah di media sosial.

- c. Generasi Z, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi dalam memahami pesan dakwah sebagai salah satu sumber pemaknaan dalam menghadapi fase *quarter life crisis*.

