

**MODEL DAKWAH DIGITAL INOVATIF: PERAN KOMUNITAS
@MUSLIMSUPPORTMUSLIM DALAM MEMBANGUN
MOTIVASI IBADAH GENERASI Z**

Gadis Abidah Robbilizzah
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Email: adisadisa258@gmail.com

Abstrak: Muslim Generasi Z yang hidup di era digital dengan berbagai distraksi teknologi, dikenal sebagai generasi digital sangat familiar dengan media sosial sebagai salah satu alat utama eksplorasi dan pencarian identitas diri serta pemahaman agama. Namun, tantangan signifikan muncul karena arus informasi instan dan konten hiburan yang mudah diakses justru mengurangi motivasi ibadah yang membutuhkan ketenangan dan ketekunan. Dalam konteks tersebut, komunitas muslimsupportmuslim yang berbasis di platform X (sebelumnya Twitter) hadir sebagai ruang virtual interaktif yang edukatif dan suportif, memfasilitasi komunikasi, berbagi pengalaman, dan penyebaran konten dakwah secara relevan dan mudah diterima. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif-analisis, penelitian mengeksplorasi mekanisme peran komunitas ini dalam aspek kognitif (perubahan pola pikir), afektif (dukungan emosional dan sosial), dan behavioral (pembentukan kebiasaan ibadah konsisten) bagi anggota komunitas, khususnya yang dari Gen Z. Hasilnya menunjukkan bahwa komunitas ini efektif dalam membangun motivasi intrinsik, memperkuat sense of belonging, dan mengatasi kerentanan spiritual Gen Z melalui bahasa yang mudah dicerna, konten yang kreatif, serta interaksi yang hangat dan tidak menggurui. Selain itu, komunitas ini berkontribusi sebagai model dakwah digital modern yang baru, sekaligus coping mechanism untuk menghadapi tekanan psikologis di era teknologi. Pentingnya penelitian ini terletak pada pengungkapan bagaimana komunitas digital berbasis agama dapat menjadi agen dakwah yang relevan dan aplikatif dalam meningkatkan praktik ibadah serta pembentukan identitas religius yang sehat di kalangan Muslim Generasi Z, sekaligus membuka peluang pengembangan dakwah yang lebih inovatif dan inklusif di masa depan.

Kata kunci: Komunitas Digital, Generasi Z, Motivasi Ibadah, Dakwah Digital

Abstract: Muslim Generation Z living in the digital era with various technological distractions, known as the digital generation, are highly familiar with social media as one of the primary tools for self-exploration, identity search, and understanding religion. However, significant challenges emerge because the flow of instant information and easily accessible entertainment content actually diminishes motivation for worship, which requires tranquility and perseverance. In this context, the muslimsupportmuslim community, based on the X platform (formerly Twitter), serves as an interactive virtual space that is educational and supportive, facilitating communication, sharing experiences, and the dissemination of da'wah content in a relevant and easily accepted manner. Through a descriptive-qualitative analytical approach, the research explores the mechanisms of this

community's role in cognitive aspects (changes in mindset), affective aspects (emotional and social support), and behavioral aspects (formation of consistent worship habits) for its members, particularly those from Gen Z. The results indicate that this community is effective in building intrinsic motivation, strengthening a sense of belonging, and addressing the spiritual vulnerabilities of Gen Z through easily digestible language, creative content, and warm, non-patronizing interactions. Additionally, it contributes as a new model of modern digital da'wah, as well as a coping mechanism for dealing with psychological pressures in the technological era. The importance of this research lies in revealing how religion-based digital communities can serve as relevant and applicable da'wah agents in enhancing worship practices and forming a healthy religious identity among Muslim Generation Z, while also opening opportunities for more innovative and inclusive da'wah development in the future.

Keywords: Digital Community, Generation Z, Motivation for Worship, Digital Da'wah

PENDAHULUAN

Ibadah menjadi salah satu tujuan utama mengapa Allah menciptakan manusia di muka bumi. Manusia terlahir dalam keadaan suci, maka untuk memeliharanya agar tetap suci hingga waktunya kembali kepada Allah adalah dengan ibadah. Tujuan utama manusia melakukan ibadah sebagai pondasi spiritual dan pembentukan akhlak. Menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya juga termasuk ibadah yang melibatkan lisan, hati, anggota badan. Ibadah mempunyai pengaruh besar kepada kehidupan umat muslim yang menjalankannya yakni kebahagiaan yang hakiki dunia dan akhirat, kemudahan atas semua urusan dan kesulitan yang dihadapi, serta penjagaan dan taufik dari Allah SWT.

Generasi Z atau kerap dikenal dengan sebutan Gen Z, sudah sangat familiar dengan sebutan pemuda digital yang melek akan perkembangan teknologi yakni internet dan media sosial. Dalam masa pencarian jati diri atau eksplorasi diri diumumnya, media sosial menjadi alat utama sebagai pemahaman diri yang solid untuk mencari jalan hidup yang sesuai.¹ Namun, dengan kemudahan dan cepatnya arus teknologi yang digemari Gen Z membuat terbiasa dengan informasi serba instan, sehingga ibadah yang butuh ketenangan dan kesabaran, seperti shalat atau membaca Al-Qur'an, bisa terasa membosankan bagi yang belum terbiasa. Tantangan muslim Gen z dalam era digital menimbulkan tantangan serius terhadap motivasi ibadah, yaitu dorongan internal untuk beribadah secara khusyuk dan konsisten. Motivasi ini, yang didasari iman dan takwa seperti dalam QS. Al-Ankabut: 45, sering terganggu oleh distraksi digital yang menyebabkan kelelahan rohani atau spiritual. Psikologi agama menunjukkan bahwa motivasi intrinsik rentan tergeser oleh pengaruh eksternal, di mana ibadah kalah bersaing dengan konten hiburan instan dari smartphone dan media sosial.²

Survei dari medcom.id menunjukkan bahwa aspek religiusitas muslim Gen Z paling rendah daripada Millenial. Survei menunjukkan 13.62 persen adalah tingkat keseringan atau tidaknya dalam menjalankan ibadah.³ Hal ini membuktikan bahwa muslim Gen Z cukup pasif dalam melakukan perintah

¹ Kurnia Rahmawati, "Kebudayaan Populer di Era Milenial: Pengaruh Media Sosial Terhadap Identitas Generasi Z", *Maliki Interdisciplinary Journal* vol. 3, no. 6, (June, 2025) <https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/17107> (accessed october 2025)

² Idhar, "Krisis Aqidah di Era Digital: Tantangan Keimanan Generasi Z", *Al-Ittihad* Vol. 11, no. 1 (June, 2025) <https://doi.org/10.61817/ittihad.v11i1.266> (accessed october 2025)

³ Medcom: Survei Religiusitas Generasi Milenial dan Gen Z Terendah, Tapi Paling Konservatif, <https://www.medcom.id/pendidikan/news-pendidikan/ybD4LWAb-survei-religiusitas-generasi-milenial-dan-gen-z-terendah-tapi-paling-konservatif> (accessed Desember 2021)

agama yakni ibadah. Dampak pasif ibadah muslim Gen Z ini ditandai dengan lingkungan yang kurang memotivasi untuk mendorong rasa keinginan untuk melakukan ibadah yang merupakan sebuah kewajiban bagi semua umat muslim. Kemajuan teknologi bisa menjadi exposure berlebihan bagi muslim Gen Z dikarenakan media sosial mengakibatkan berbagai masalah, seperti krisis identitas, penurunan empati, serta peningkatan kasus kecemasan dan depresi. Selain itu, tekanan untuk memenuhi standar sosial yang tidak realistis seringkali mengganggu perkembangan karakter yang sehat. ⁴

Lingkungan fisik seperti masjid dengan beberapa kajian dan ceramah kini tergantikan dengan lingkungan virtual sebagai sumber informasi yang mudah diakses dan didapat menjadi acuan Generasi Z. Gen Z tumbuh dengan dunia digitalisasi yang super cepat mengakses informasi, sehingga lebih memungkinkan mengakses lingkup keagamaan melalui sosial media, dan platform digital lain dibandingkan melalui interaksi fisik.

Urgensi wadah digital yang digemari Gen Z seperti platform kajian, hingga komunitas online, menjawab kebutuhan aksesibilitas dalam beribadah. Hal ini menjadi motivasi bagi Gen Z untuk beribadah dengan cara yang sesuai dengan gaya mereka sekaligus memberi ruang untuk belajar agama secara interaktif. Komunitas kekinian pada platform digital juga memberi dukungan sosial dan rasa kebersamaan yang memperkuat semangat beribadah ditengah keterbatasan interaksi fisik. Tanpa adanya wadah yang sesuai, Gen Z kehilangan suatu motivasi dan merasa ibadah kurang relevan dengan kehidupan.

Dilihat dari fenomena platform media sosial yang menonjol, platform X yang dulunya mempunyai nama Twitter menjadi suatu media sosial yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia. X memiliki 25, 2 juta pengguna di Indonesia. X (twitter) memiliki jangkauan iklan yang mencakup 8,8% populasi secara keseluruhan dan 11,8% dari pengguna internet dan terus menjadi elemen kunci dalam menyediakan berita real-time, wadah diskusi dan membentuk opini masyarakat luas. ⁵ Hal ini didukung pada penelitian oleh Tsulis Amiruddin (2024), 65% pengguna Muslim Indonesia bergantung pada X untuk dukungan emosional, mencerminkan evolusi gotong royong digital yang relevan untuk penelitian ini dalam menggambarkan dinamika solidaritas virtual di era pasca-pandemi.

Komunitas online @muslismsupportmuslim pada platform X (twitter) merupakan sebuah komunitas online yang dibuat pada tahun 2024 hingga saat ini mempunyai 180rb anggota. Tujuan dibuatnya komunitas ini adalah untuk mendukung sesama muslim untuk menjadi muslim yang baik, dengan menjawab cuitan pertanyaan muslim lain atau membuat tweet motivasi mengenai ibadah diselingi quotes berupa hadist dan ayat Al-Qur'an. Muslim Gen Z dengan mudah membuat tweet atau cuitan dengan pertanyaan santai seperti "Temen temen yang udah sholat istikhoroh dapet jawabannya melalui

⁴ Mohammad Iqbal Ahnaf and others, "Transformasi Digital, Perubahan Sosial Dan Tantangan Reproduksi Budaya Damai Masyarakat Agama Di Yogyakarta", Jurnal Masyarakat Dan Budaya, 25.1 (2023), <https://doi.org/10.55981/jmb.2023.1942> (accessed June 2024)

⁵ Andi Dwi Riyanto: Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/> (accessed Februari 2025)

apa? Aku lagi bingung....” Lalu muslim Gen Z lain akan menjawab pertanyaan tersebut sesuai pengetahuan yang mereka punya.

Terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan permasalahan ini yakni tesis oleh Dewi Nurjanah mengenai upaya Gen Z mencari informasi keagamaan melalui pencarian di media sosial seperti Tiktok, Instagram, Youtube, dan pencarian google.⁶ Penelitian oleh Syarip Hidayat, Reyhan Qatrunnada, dan Muhammad Farhan Hanif, mengenai hasil penelitian terdapat 57% responden mengaku menyukai belajar agama melalui media sosial lebih banyak dibandingkan 34% menyukai kajian offline.⁷ Penelitian oleh Derry Ahmad, Rif'atul Maula, dan Nilna Idamatussilmi, mengenai ragam platform media sosial yang menjadi sarana dakwah seperti @kadamsidik00 atau Husein Basyaiban di Tiktok, @halimahalaydrus pada platform Instagram, Habib Ja'far pada platform youtube dengan 1,54 juta subscriber.⁸ Hal ini banyak studi yang hanya menyoroti pemanfaatan media sosial secara umum untuk penyebaran konten agama dan dakwah tanpa menggali secara rinci bagaimana komunitas online pada suatu platform itu memengaruhi aspek motivasi ibadah secara personal. Sehingga diperlukan kajian lebih mendalam guna mengeksplorasi peran komunitas online yang terorganisir dan berlandaskan agama sebagai pendorong motivasi ibadah. Kajian ini mampu mengungkap pola interaksi, jenis konten, serta strategi berbasis digital yang ampuh memperkuat semangat beribadah, terutama bagi Generasi Z.

Dengan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan sebuah rumusan masalah mengenai bagaimana interaksi antar anggota dapat membangun motivasi ibadah sesama anggota komunitas X @muslimsupportmuslim. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan secara mendalam peran Komunitas X (@muslimsupportmuslim) sebagai salah satu contoh komunitas digital berbasis agama yang potensial dalam meningkatkan motivasi ibadah bagi Muslim Generasi Z. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat diungkap pola interaksi dan strategi dakwah yang efektif untuk mengatasi kerentanan generasi muda terhadap konten keagamaan yang tidak substansial. Secara teoretis, penelitian ini akan berkontribusi pada pengayaan literatur mengenai dinamika komunitas digital dan pendekatan dakwah yang disesuaikan dengan karakteristik Gen Z, sementara secara praktis, hasilnya dapat menjadi model dakwah digital yang relevan dan aplikatif bagi pelaku dakwah kontemporer guna memperkuat praktik ibadah yang berkelanjutan di kalangan generasi ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analisis, bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis peran komunitas X @muslimsupportmuslim secara

⁶ Dewi Nurjanah, Literasi Informasi Keagamaan pada Media Digital Generasi Z UIN Walisongo Semarang, (Tesis, UIN Walisongo Semarang, 2022)

⁷ Syarip Hidayah, Reyhan Qatrunnada, Muhammad Farhan, Lanina Astrid, Ai Solihat, “Efektivitas Dakwah Di Internet Untuk Gen Z”, Al-Bayan vol. 28 no. 1, 2022

⁸ Derry Ahmad Rizal, Rif'atul Maula, Nilna Idamatussilmi, “Transformasi Media Sosial dalam Digitalisasi Agama; Media Dakwah dan Wisata Religi”, Mukaddimah vol. 9 no. 2, (2024)

mendalam, bukan hanya sekadar mengukur frekuensi atau statistik. Namun juga mengeksplorasi subjektif seperti persepsi dan dinamika interaksi antar anggota komunitas.

Adapun jenis penelitian deskriptif analisis menurut Sugiyono adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk mengumpulkan data dan informasi menggunakan material yang terdapat pada berbagai literatur terkait. Dengan jenis penelitian kualitatif ini, penulis mengungkap peran komunitas @muslimsupportmuslim sebagai wadah motivasi ibadah bagi muslim Generasi Z.

Adapun pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari sebuah utas dan cuitan tweet dari anggota komunitas X @muslimsupportmuslim yang secara khusus berfokus pada konten yang mengandung motivasi ibadah sesama anggota komunitas. Untuk memastikan analisis yang komprehensif, teknik pengambilan data dengan memilih 3 – 5 utas atau cuitan dengan insight like dan reply paling mencolok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Generasi Z yang merupakan sekelompok individu berkisar lahir antara tahun 1996-2010, dikenal dengan generasi yang terhubung dengan teknologi dan media sosial juga memiliki kemudahan akses platform digital sehingga kebanyakan Gen Z terpapar berbagai informasi. Paparan informasi dan berbagai konten yang berlalu lalang di platform media sosial memengaruhi pola perilaku keagamaan Generasi Z dengan membuat ajaran Islam mudah dipahami dengan mengangkat nilai tauhid, ibadah, dan moralitas pribadi, serta mendorong wacana dan diskusi teologis tentang berbagai agama dan praktiknya.⁹

Pada platform Instagram, materi keagamaan biasanya disajikan melalui klip video singkat, infografis, kutipan ayat dari Al-Qur'an, sabda Nabi, serta ceramah ringkas yang dirancang agar mudah dicerna oleh generasi Z, yang cenderung memiliki perhatian terbatas. Elemen interaktif seperti siaran langsung Instagram Live dan fitur Stories memfasilitasi komunikasi langsung antara pemirsa dan para penceramah, sehingga memperkuat rasa terlibat serta pemahaman yang lebih dalam. Sementara itu, TikTok dimanfaatkan untuk dakwah dengan menyebarkan pengetahuan dan semangat keislaman lewat video-video singkat yang berpeluang menyebar luas secara viral, meskipun maraknya konten hiburan sering menghambat upaya membangun dakwah yang benar-benar berdampak. Di sisi lain, Telegram kerap dipilih oleh kelompok keagamaan sebagai alat untuk saling berbagi sumber dakwah, mengadakan diskusi dalam kelompok, serta mendistribusikan berita yang lebih terfokus dengan tingkat privasi yang aman. Konten keagamaan pada platform X (twitter) biasanya disajikan dalam bentuk tweet pendek yang

⁹ Laili Qatrunnada: Media Sosial, Agama, Generasi Z, <https://kumparan.com/laili-qatrunnada/media-sosial-agama-generasi-z-23hjNTxHOpi/full> (accessed October 2024)

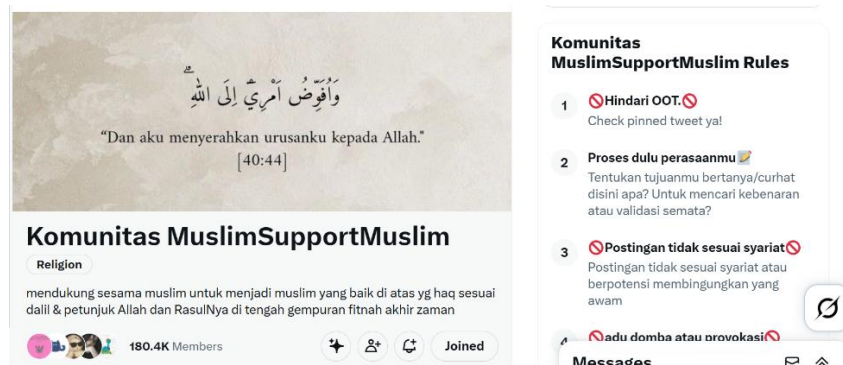
berisi kutipan ayat Al-Qur'an, hadis, nasihat singkat, atau infografis sederhana, yang mudah dibaca dalam hitungan detik mengingat rentang perhatian pendek audiens muda. Fitur thread (rangkaian tweet) memungkinkan penyampaian kajian mendalam secara bertahap, seperti penjelasan tafsir ayat atau diskusi fiqih, sementara elemen interaktif seperti reply, retweet, dan polling mendukung diskusi langsung antar-pengguna, sehingga memperkuat rasa komunitas dan pemahaman kolektif. Selain itu, fitur Spaces (audio live) memfasilitasi sesi kajian real-time mirip podcast, di mana pendakwah dapat berinteraksi dengan ribuan pendengar secara simultan, meningkatkan keterlibatan dan penyebaran ilmu secara luas. Meskipun demikian, batasan karakter tweet (280 karakter) dan potensi penyebaran informasi salah (misinformasi) menjadi tantangan utama dalam menjaga dakwah yang akurat dan berkualitas, meski algoritma platform ini sering membuat konten motivasi keislaman menjadi viral melalui hashtag seperti #DakwahTwitter atau #KajianIslam.

Generasi Z memiliki kebutuhan spiritual yang meliputi upaya mencari arti mendalam dalam pelaksanaan ibadah, hasrat terhadap keaslian ajaran yang diterima, serta keinginan akan kelompok inklusif yang mendorong pengekspresian dan pengakuan identitas keagamaan mereka dengan bebas. Mereka cenderung menginginkan gambaran agama yang melampaui sekadar rutinitas formal, melainkan juga selaras dengan dinamika kehidupan sehari-hari dan menekankan prinsip keikhlasan batin. Kelompok yang merangkul perbedaan ini menyediakan wadah bagi percakapan terbuka dan penerimaan keragaman, yang esensial untuk membentuk identitas keagamaan mereka di tengah lingkungan digital yang penuh variasi. Pada intinya, platform media sosial dan digital berfungsi sebagai sarana yang handal, tidak hanya menyediakan akses luas terhadap pengetahuan agama, tetapi juga menjawab dimensi kebutuhan emosional dan relasional Gen Z dalam menjalani kehidupan beragama, termasuk pencarian makna, keaslian, serta dukungan dari komunitas yang memperkuat rutinitas ibadah mereka.

Profil dan Bentuk Konten Komunitas X @muslimsupportmuslim

Merupakan komunitas online pada platform X dulunya bernama Twitter, dibuat oleh akun @ardhibironx pada tahun 2024. Komunitas ini dibentuk dengan tujuan untuk saling memberi support antar sesama muslim satu dengan yang lain melalui interaksi online dari cuitan tweet yang disampaikan oleh anggota komunitas. Dengan adanya interaksi melalui komunitas tersebut maka dihasilkan sebuah tujuan utama oleh creator komunitas untuk menjadi mendukung sesama muslim dan menjadi muslim yang baik diatas yang haq sesuai dalil dan petunjuk Allah dan RasulNya di tengah gempuran fitnah akhir zaman. Dari komunitas online inilah muncul sebuah lingkungan sosial yang suportif juga memfasilitasi interaksi positif serta menyediakan konten yang mendorong kesadaran dan praktik ibadah dengan cara yang resonan bagi Generasi Z. Tak hanya sebuah interaksi yang ada dalam komunitas @muslimsupportmuslim ini, namun juga adanya konten infografis berupa dalil dan ayat Al-Qur'an, disajikan secara kreatif dan modern agar relevan dikalangan Muslim Generasi Z. Dalam menyampaikan

pesan balasan mengenai pertanyaan dalam komunitas ini disajikan sesuai bahasa dan minat Gen Z agar tidak ada kesan menggurui.



Gambar 1. [Komunitas @muslimsupportmuslim]

Dalam konteks motivasi ibadah pada muslim Generasi Z, maka juga terdapat cuitan komunitas mengenai ibadah seperti pentingnya shalat dan tips konsisten ibadah seperti berikut.



Gambar 2. [Bentuk konten pentingnya ibadah pada komunitas @muslimsupportmuslim]

Utas (thread) diatas diunggah oleh salah satu member komunitas dengan nama pengguna @laraztya menjelaskan pentingnya tawakkal (penyerahan diri penuh kepada Allah) sebagai pelengkap ibadah. Utas tersebut menyoroti pentingnya menjalani ibadah dengan sikap tawakkal, yaitu menyerahkan diri sepenuhnya kepada Allah setelah berusaha maksimal. Gaya bahasa yang digunakan cenderung reflektif, tenang, dan empatik, memperkuat pesan ketenangan batin yang dirasakan seseorang setelah mampu berserah diri secara total. Setiap kalimat dirangkai secara naratif dan mendalam, menghadirkan pengalaman emosional seperti sedih, marah, atau kecewa—lalu diarahkan menuju spiritualitas dan

penerimaan dengan tawakkal. Konten ini berfungsi sebagai dukungan emosional dengan nilai yang bertujuan untuk menjaga konsistensi dan kualitas ibadah. Tujuan di balik thread ini adalah mempertahankan konsistensi ibadah (Ibadah Persistence) Gen Z dengan cara menjadikannya *Coping Mechanisms* (mengatasi masalah) yang relevan. Thread ini mempunyai fungsi sebagai afirmasi, penguatan emosional, serta motivasi spiritual bagi anggota komunitas muslim, khususnya generasi muda yang rentan dengan tekanan hidup dan dinamika sosial digital. Dengan membagikan pengalaman refleksi pribadi, thread ini membantu sebagai sistem pendukung untuk orang-orang yang sedang berupaya melaksanakan ibadah secara ikhlas dan tawakkal. Konten ini pula berperan sebagai pengingat tentang pentingnya mengatur emosi dengan cara sehat, menghindari membandingkan diri dengan orang lain, dan mengorientasikan hati pada akhirat sebagai sasaran utama. Sehingga, motivasi untuk menjalankan ibadah dibangun bukan sekadar pada aktivitas fisik yang berulang, tapi juga pada aspek hati yang melibatkan penerimaan atas ketentuan Allah, pembebasan dari beban perbandingan sosial, dan perolehan ketenangan hidup yang hakiki melalui kepercayaan yang mendalam pada-Nya.



Gambar 2. [Bentuk konten konsisten ibadah sunnah pada komunitas @muslimsupportmuslim]

Sebuah cuitan akun @meustrat membuka pertanyaan tentang kesulitan Istiqomah atau konsisten dalam shalat Tahajjud, dan dijawab oleh anggota komunitas dengan akun @mrsamralime dengan menawarkan solusi bersifat pengalaman nyata atau mengaitkan Tahajjud dengan tujuan duniawi/karier yang menjadikannya terasa *relateable*. Penyampaian masalah oleh @meustrat bersifat terbuka dan jujur dengan menanyakan perjuangan shalat tahajjud. Ini menciptakan resonansi dan validasi bagi anggota Gen Z lain yang mungkin mengalami hal serupa. @meustrat juga memberi solusi dengan

menambahkan quote dari akun lain sebagai validasi sosial, ini menunjukkan bahwa ibadah Tahajud dikaitkan dengan narasi kesuksesan yang populer di kalangan Gen Z. Cuitan ini mempunyai sifat dukungan sosial dan pembentukan kebiasaan. Tujuannya untuk menghilangkan rasa bersalah, dengan pertanyaan anggota berbagi kelemahannya secara terbuka, member komunitas memberikan jaminan bahwa kesulitan dalam istiqomah adalah hal yang wajar. Ini mendorong Gen Z untuk tetap mencoba daripada menyerah karena merasa kegagalan adalah stigma. Jawaban yang diberikan oleh Qila @mrsamralime menunjukkan adanya motivasi instrumental (ibadah dilakukan untuk mencapai tujuan lain). Qila menjadikan Tahajud dengan motivasi untuk mewujudkan wishlist dan planning duniawi.

Berdasarkan tweet komunitas tersebut membuka ruang diskusi terbuka mengenai masalah dan solusi istiqomah dalam ibadah. Ini berfungsi sebagai penguat semangat dalam menjalankan ibadah sunnah yang menantang bagi sebagian orang. Selain itu, adanya balasan yang menyampaikan bagaimana motivasi hidup (*dream*, *wishlist*, dan *planning*) dijadikan alasan agar lebih mudah konsisten ibadah juga menegaskan fungsi dan saling memotivasi di komunitas online.



Gambar 3. [Bentuk pentingnya ibadah pada komunitas @muslimsupportmuslim]

Cuitan anggota komunitas dengan akun @hanaa0877 menyampaikan ekspresi kegelisahan spiritualnya dengan pertanyaan “kenapa kita harus sholat?” diikuti pengakuan perasaannya “sholat ga shalat hidup rasanya sama aja, sumpah, stress, gagal” yang menggambarkan perasaan jenuh dan keraguan secara nyata. Lalu dibalas melalui respon anggota lain dengan akun @nialesn dengan penuh empati menggunakan bahasa yang lembut dan mengandung nasihat relasional, seperti “mindset sholat gak sholat tetap sama aja dihilangin dulu ka” dan “jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu”. Pertanyaan yang disampaikan @hanaa0877 dalam sebuah cuitan komunitas ini, sebagai media edukasi dan koreksi mindset agar anggota komunitas menyadari pentingnya sholat sebagai sarana penolong

dalam menghadapi masalah hidup. Selain itu, dengan mengutip dari perkataan ustadz Nouman yang memberikan perspektif tentang cara berdoa yang benar, bahwa berdoa bukan hanya sekedar meminta keperluan duniawi secara instan, melainkan harus diiringi dengan kesadaran akan keterkaitan permintaan dunia dengan kebaikan akhirat. Seperti halnya firman Allah dalam surah Al-Baqarah:201 “Rabbana atina fiddunya hasanah wa fil akhirati hasanah waqina adzabannar” yakni meminta kebaikan dunia yang berkonsekuensi positif bagi akhirat, bukan hanya kebaikan dunia semata, namun juga kebaikan yang tidak membahayakan nasib di akhirat kelak.¹⁰

Dalam konteks motivasi ibadah, sholat didorong sebagai tempat kembali dan sumber ketenangan yang justru dibutuhkan saat sedang stress atau gagal. Dengan respon @nialesn dalam cuitan pertanyaan tersebut, memperkuat keyakinan tauhid dengan mengingat bahwa janji Allah itu pasti dan tidak akan diingkari sehingga kegagalan melihat hasil nyata di dunia tidak boleh menggoyahkan keyakinan pada ibadah. Oleh karena itu, tweet balasan @nialesn bertujuan meningkatkan kualitas semangat beribadah bagi Generasi Z untuk menjadikan ibadah sebagai penolong jiwa (spiritual).

Mekanisme Peran Komunitas X @muslimsupportmuslim dalam Motivasi Ibadah Gen Z

Dengan adanya sebuah interaksi antar cuitan atau tweet anggota komunitas mengenai pertanyaan ibadah dengan kaitannya motivasi ibadah Gen Z, maka terdapat beberapa mekanisme bagaimana peran tersebut dapat memotivasi ibadah yakni dapat dikategorikan menjadi 3 peran utama: Kognitif (pikiran), Afektif (perasaan), dan Behavioral (tindakan) yang saling melengkapi untuk mendorong motivasi ibadah yang berkelanjutan pada Gen Z.

A. Peran Edukatif dan Kognitif (Perubahan Pola Pikir)

Dalam dakwah digital, edukatif mempunyai makna menyampaikan ilmu pemahaman agama dengan interaktif dan variative guna meningkatkan minat dan partisipasi audiens dalam belajar agama. Sedangkan kognitif memproses informasi dakwah dengan membangun kesadaran keberagamaan melalui interaksi dan koneksi yang mendalam.¹¹ Peran ini mempunyai fokus pada sebuah informasi yang dapat mengubah pandangan Generasi Z untuk memahami sebuah proses dalam beribadah. Dengan tujuannya yang membangun motivasi intrinsik, di mana Generasi Z beribadah bukan secara paksaan, melainkan pemahan yang mereka dapat.

Komunitas berfungsi sebagai filter digital. Dimana sebuah anggota komunitas tersebut bisa memberi sebuah informasi yang meluruskan miskonsepsi umum atau menawarkan panduan fikih ibadah yang sangat praktis dan mudah diaplikasikan. Hal ini dapat menghilangkan hambatan praktis ketika Gen

¹⁰ Nur'azizah Inayati: Memahami Doa Sapu Jagat – Nouman Ali Khan, <https://nakindonesia.wordpress.com/2021/01/31/ss-ss-memahami-doa-sapu-jagat-nouman-ali-khan/> (accessed Januari 2021)

¹¹ Anas, Yusra, dan Sagir M. Amin, “Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan Agama Islam bagi Generasi Millenial”, KIIIES 5.0. (2024)

Z merasa ibadah itu rumit atau syaratnya sulit, panduan praktis ini membuat ibadah terasa mudah diakses dan relevan. Ini memvalidasi bahwa ibadah dapat dilakukan ditengah kesibukan gaya hidup modern pada Generasi Z

Nilai konten pada komunitas tidak hanya membahas cara ibadah, tetapi mengapa ibadah itu tersebut penting, dengan mengaitkannya langsung dengan isu-isu psikologis yang dihadapi Gen Z. Sehingga muncul sebuah relevansi fungsional, dimana ibadah yang merupakan sebuah perintah dan kewajiban dari Allah SWT, menjadi solusi atau *coping mechanism* yang dibutuhkan untuk memotivasi ibadah kalangan Gen Z karena melihat nilai tambah ibadah sebagai alat untuk mencapai kesejahteraan mental dan emosional. Hal ini dijelaskan dalam jurnal “Korelasi antar Ibadah dengan Kesehatan Mental” oleh Muhammad Chesta Adabi dengan hasil survey mayoritas responden setuju bahwa Kesehatan mental dan ibadah saling berhubungan, jika kondisi Kesehatan mental kurang stabil maka dapat diobati dengan cara beribadah.¹²

B. Peran Afektif dan Dukungan Sosial (Perubahan Emosi dan Lingkungan)

Peran ini dikaitkan dengan hubungan emosional dan ikatan batin dengan memanfaatkan kekuatan sosial media untuk menciptakan lingkungan yang mendukung secara emosional, sehingga mengubah ibadah dari beban menjadi sebuah proses spiritual yang menyenangkan. Komunitas @muslimsupportmuslim ini menyediakan ruang interaktif dimana anggota bisa berbagi pengalaman ibadahnya, memberikan dukungan, dan menumbuhkan rasa kebersamaan dalam menjalankan praktik ibadah mereka. Dengan demikian peran afektif ini memperkuat kontinuitas dakwah dan memperdalam pemahaman agama anggota komunitas.

Dari komunitas @muslimsupportmuslim ini membangun narasi bahwa sesama anggota komunitas mereka adalah keluarga digital atau ruang aman (*safe space*) tempat anggota dapat berbagi kesulitannya dalam beribadah, kegagalan, dan keraguan tanpa takut dihakimi. Moderator komunitas dan anggota yang aktif berperan sebagai validator emosi, memberi jawaban atas pertanyaan anggota lain tanpa terkesan menggurui. Motivasi dan saran praktis dalam komunitas ini juga datang dari sesama anggota Generasi Z, sehingga motivasi ibadah menjadi lebih kuat karena berasal dari sumber yang dianggap memahami konteks kehidupan mereka. Kesamaan perjuangan inilah memicu semangat kompetisi positif dan dorongan moral.

C. Peran Behavioral dan Regulatif (Perubahan Tindakan Nyata)

Penerapan konten yang disampaikan dalam interaksi komunitas @muslimsupportmuslim berfokus untuk menjadikan tindakan nyata dan konsisten, sehingga mendorong pembentukan kebiasaan

¹² Muhammad Chesta Adabi, Siti Noor Azizah, dan Tegar Widod, “Korelasi antar Ibadah dengan Kesehatan Mental”, Jurnal Ilmiah Psikologi dan Kesehatan Masyarakat Vol. 1 No. 3 (2024)

ibadah yang istiqomah dan terstruktur. Untuk menerapkan sebuah habit (perilaku) yang berkelanjutan dan terstruktur, anggota komunitas mengajak untuk challenge ibadah puasa senin-kamis bersama, ataupun mengaji. Membuat anggota komunitas mendapatkan rasa konsistensi dalam ibadah melalui langkah-langkah kecil yang dilakukan secara bersama.

Suatu apresiasi atau dorongan anggota komunitas melalui kolom reply tweet menunjukkan adanya motivasi ekstrinsik yang efektif, memperkuat perilaku positif. Sehingga Generasi Z termotivasi untuk melakukan ibadah secara istiqomah dan berulang-ulang.

Efektivitas Komunitas Digital sebagai Agen Motivasi Ibadah

X (twitter) menjadi sebuah media sosial dengan fitur komunitas didalamnya yang berhasil memanfaatkan lanskap digital sebagai medium dakwah yang efektif karena mampu mengkapitalisasi karakteristik intrinsic Generasi Z, sekaligus mengatasi keterbatasan institusi keagamaan konvensional. Komunitas @muslimsupportmuslim berfungsi sebagai agen motivasi ibadah dengan menyediakan ruang virtual untuk berbagi pengalaman, dukungan, dan edukasi terkait praktik ibadah Islam. Efektivitasnya terletak pada kemampuannya mencapai audiens luas, terutama Gen Z yang aktif secara online, dengan cara yang relevan dan menarik. Menurut studi dari organisasi seperti Pew Research Center, komunitas digital dapat meningkatkan keterlibatan religious hingga 40% melalui interaksi harian. Dalam konteks @muslimsupportmuslim, efektivitas ini terlihat dari bagaimana komunitas ini membantu pengguna mempertahankan rutinitas ibadah seperti sholat, puasa, ataupun dzikir di tengah tantangan modern. Sebuah komunitas yang ditawarkan oleh platform digital memungkinkan Gen Z untuk secara jujur mendiskusikan kelemahan ibadah mereka (seperti menunda sholat) tanpa takut akan penilaian sosial. Penggunaan bahasa kasual, empatik, dan non-judgemental pada komunitas @muslimsupportmuslim membuatnya menjadi sumber diskusi yang ramah dan *relatable*, berbeda dengan nada formal yang sering ditemukan pada sebuah ceramah tradisional.

Aksesibilitas dan jangkauan menjadi salah satu faktor pendukung efektivitas komunikasi digital. Komunikasi digital menghilangkan Batasan geografis dan waktu, sehingga memungkinkan pengguna X dari mana saja dapat bergabung pada komunitas @muslimsupportmuslim kapan saja. Dampaknya bagi Generasi Z yang menghabiskan rata-rata 4-6 jam/hari di media sosial, lebih termotivasi ketika melihat konten di media sosial dengan format singkat dan mobile friendly, seperti interaksi komunitas @muslimsupportmuslim berupa cuitan atau tweet yang mudah di *scrolling* dalam keadaan apapun. Interaktivitas yang terjadi pada komunitas digital mendorong interaksi dua arah, seperti komentar, retweet, yang menciptakan rasa komunitas (*sense of belonging*). Pada @muslimsupportmuslim, anggota komunitas dengan mudah berbagi cerita pengalaman pribadi tentang tantangan dalam beribadah yang dihadapi dan menerima dukungan instan melalui komentar oleh beberapa anggota.

Secara teoritis, komunitas X menunjukkan perubahan besar dalam cara dakwah, dari model satu

arah (seperti ulama yang hanya berbicara kepada umat) menjadi model dua arah yang lebih diskusi dan kerjasama (antara teman sebaya). Komunitas digital seperti @muslimsupportmuslim terbukti sangat efektif sebagai agen motivasi ibadah, terutama dengan kemampuannya mencapai dan melibatkan Gen Z melalui aksesibilitas, interaktivitas, dan konten inovatif. Efektivitas ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan harian tetapi juga membangun komunitas yang mendukung secara holistik. Namun, untuk mempertahankannya, diperlukan pendekatan yang seimbang antara teknologi dan nilai-nilai agama. Secara keseluruhan, ini menunjukkan potensi besar media sosial sebagai alat dakwah modern.

KESIMPULAN

Komunitas digital seperti komunitas X @muslimsupportmuslim berperan sangat penting dalam memotivasi ibadah di kalangan Muslim Generasi Z yang hidup di era digital dengan berbagai distraksi teknologi dan media sosial. komunitas ini menyediakan ruang virtual yang interaktif, edukatif, dan suportif yang membantu mengatasi tantangan motivasi ibadah melalui pendekatan kognitif (perubahan pola pikir), afektif (dukungan emosional dan lingkungan), serta behavioral (pembentukan kebiasaan ibadah yang konsisten). Melalui konten yang relevan, bahasa yang mudah diterima, dan interaksi yang hangat, komunitas ini membangun motivasi intrinsik yang kuat, mendorong keterlibatan aktif, dan menjadikan ibadah sebagai coping mechanism bagi masalah psikologis Gen Z.

Komunitas ini memanfaatkan platform X (Twitter) dengan fitur yang mendukung diskusi, edukasi, serta solidaritas digital yang efektif dan mudah diakses tanpa batasan geografis. Efektivitas komunitas ini juga terlihat dari kemampuannya membentuk rasa kebersamaan dan mendukung keterlibatan anggota sejak tahap awal pencarian jati diri hingga perjalanan spiritual berkelanjutan. Penelitian ini menegaskan peran strategis komunitas digital sebagai agen dakwah modern yang dapat memperkuat praktik ibadah dan membentuk identitas religius yang sehat serta autentik pada Muslim Generasi Z, yang pada akhirnya dapat menjadi model dakwah digital yang aplikatif dan relevan di era kekinian.

SARAN

Berdasarkan penelitian ini, diharapkan pengelola komunitas X @muslimsupportmuslim diharapkan dapat terus mengembangkan konten dakwah yang inovatif dan interaktif dengan mempertimbangkan karakteristik Generasi Z yang cenderung visual dan cepat bosan. Penguatan moderasi dan validasi sumber keagamaan juga penting agar informasi yang disebarkan tetap akurat dan tidak menimbulkan kesalahpahaman dalam praktik ibadah. Juga Generasi Z diharapkan dapat memanfaatkan keberadaan komunitas digital seperti @muslimsupportmuslim bukan hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana pembinaan spiritual dan penguatan iman. Partisipasi aktif, seperti berbagi pengalaman positif beribadah dan memberikan dukungan emosional terhadap sesama anggota, dapat meningkatkan semangat ibadah secara kolektif.

REFERENSI

- Ahnaf, Mohammad Iqbal. (2023) *Transformasi Digital, Perubahan Sosial Dan Tantangan Reproduksi Budaya Damai Masyarakat Agama Di Yogyakarta*, Jurnal Masyarakat Dan Budaya, 25.1. <https://doi.org/10.55981/jmb.2023.1942>
- Anas, Yusra, dan Sagir M. Amin. (2024) *Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan Agama Islam bagi Generasi Millenial*, Jurnal KIIIES 5.0.
- Chudori, Yuhdi. Ramadani, Tiara. Nur'afida, Zahra. Hafiz, Abdul. (2024) *Strategi Dakwah dalam Era Digital; Peluang dan Tantangan*, Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research, Vol. 1, no. 3c, <https://doi.org/10.32672/mister.v1i3c.2051>
- Derry Ahmad Rizal, Rif'atul Maula, Nilna Idamatussilmi. (2024) *Transformasi Media Sosial dalam Digitalisasi Agama; Media Dakwah dan Wisata Religi*, Mukaddimah vol. 9 no. 2.
- Dwi, Andi. (2025) *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025*, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>
- Eka, Fabian. Nuraini, Roswanda. Sefti, Naza. Amali, H. (2024) *The Role of Social Media in Developing an Online Learning Community for Islamic Religious Education*, Modern: Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research Vol. 3, no. 3, <https://doi.org/10.55927/modern.v3i3.9100>
- Fitria, Mia. (2024) *Literasi Media Sosial Islam Rahmatan Lil'alamin Pada Generasi Z*, Journal of Islamic Education Studies Vol. 3, no.1, <https://doi.org/10.58569/jies.v3i1.999>
- Idhar. (2025) *Krisis Aqidah di Era Digital: Tantangan Keimanan Generasi Z*, Al-Ithidat Vol. 11, no. 1 (June, 2025) <https://doi.org/10.61817/ittihad.v11i1.266>
- Inayati, Nurazizah. (2021) *Memahami Doa Sapu Jagat – Nouman Ali Khan*, <https://nakindonesia.wordpress.com/2021/01/31/sss-memahami-doa-sapu-jagat-nouman-ali-khan/> (accessed Januari 2021)
- Kasir, Ibnu. Awali, Syahrol. (2024) *Peran Dakwah Digital dalam Menyampaikan Pesan Islam Era Modern*, An-Nasyr: Jurnal Dakwah dalam Mata Tinta Vol.11, no. 1. <https://doi.org/10.54621/jn.v11i1.842>
- Muhammad Chesta Adabi, Siti Noor Azizah, dan Tegar Widod. (2024) *Korelasi antar Ibadah dengan Kesehatan Mental*, Jurnal Ilmiah Psikologi dan Kesehatan Masyarakat Vol. 1 No. 3.
- Nurjannah, Dewi. (2022) *Literasi Informasi Keagamaan pada Media Digital Generasi Z UIN Walisongo Semarang*, (Tesis, UIN Walisongo Semarang)
- Qatrunnada, Laili.(2024) *Media Sosial, Agama, Generasi Z*, <https://kumparan.com/laili-gotrunnada/media-sosial-agama-generasi-z-23hjNTxHOpi/full>
- Rahmawati, Kumia. (2025) *Kebudayaan Populer di Era Milenial: Pengaruh Media Sosial Terhadap Identitas Generasi Z*, Maliki Interdisciplinary Journal vol. 3, no. 6. <https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/17107>
- Syarip Hidayah, Reyhan Qatrunnada, Muhammad Farhan, Lanina Astrid, Ai Solihat. (2022) *Efektivitas Dakwah Di Internet Untuk Gen Z*, Al-Bayan vol. 28 no. 1.