

## GENERASI ALPHA DAN TANTANGAN DAKWAH ISLAM SERTA SOLUSI DI ERA DIGITAL

Sukring

Univ Haluoleo kendari

[sukring69kd@gmail.com](mailto:sukring69kd@gmail.com)

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan-tantangan dakwah Islam dalam menjangkau Generasi Alpha yang tumbuh dan berkembang dalam ekosistem digital. Urgensi masalah ini terletak pada perubahan pola komunikasi, nilai, dan perilaku generasi baru yang sangat dipengaruhi oleh teknologi informasi, media sosial, dan algoritma digital. Generasi Alpha dikenal sebagai digital natives yang tidak hanya cakap dalam penggunaan teknologi, tetapi juga memiliki preferensi komunikasi yang serba cepat, visual, dan interaktif. Kondisi ini menuntut transformasi strategi dakwah dari metode konvensional menuju pendekatan yang lebih kontekstual, kreatif, dan relevan dengan dunia digital. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik studi pustaka, mengkaji literatur dan jurnal ilmiah yang relevan, serta observasi terhadap konten dakwah digital yang beredar di media sosial. Data dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif-analitis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan dakwah kepada Generasi Alpha meliputi rendahnya atensi terhadap konten religius formal, minimnya literasi keagamaan digital yang kredibel, serta dominasi konten hiburan yang berpotensi membentuk nilai secara pasif. Namun, peluang besar juga terbuka melalui platform seperti YouTube, TikTok, dan podcast, yang apabila digunakan secara strategis dapat menjadi media efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam secara moderat, menyenangkan, dan bermakna. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan kapasitas dai digital dan literasi dakwah berbasis media sebagai bagian dari strategi besar menghadapi era dakwah 5.0.

**Kata Kunci:** Generasi Alpha, Tantangan Dakwah Islam, Era digital.

### Pendahuluan

Kehadiran teknologi berbasis digital ternyata menimbulkan persoalan etis yang sangat serius di bidang dakwah. Di tengah derasnya arus perubahan teknologi dan budaya global, lahirlah satu generasi baru yang kini menjadi sorotan para pendidik, pemikir sosial, dan pemuka agama—yaitu Generasi Alpha. Generasi ini adalah anak-anak yang lahir sejak tahun 2010 hingga sekitar 2025, tumbuh dalam lingkungan yang benar-benar digital: gadget adalah mainan pertamanya, YouTube menjadi tempat belajarnya, dan artificial intelligence bukan lagi hal asing bagi mereka. Fenomena ini menjadikan Generasi Alpha sebagai generasi yang paling terkoneksi secara teknologi, tetapi sekaligus paling rentan kehilangan akar identitas, termasuk dalam aspek keagamaan.

Dalam konteks dakwah Islam, tantangan yang dihadirkan oleh Generasi Alpha menjadi kompleks. Mereka tidak hanya hidup dalam dunia serba cepat, visual, dan instan, tetapi juga menyerap nilai-nilai global yang sering kali tidak selaras dengan ajaran Islam. Jika dakwah selama ini berjalan dalam pola konvensional—seperti ceramah langsung, kajian rutin di masjid, atau buku-buku keagamaan—maka metode tersebut mulai kehilangan daya gaungnya di hadapan anak-anak Alpha yang lebih terbiasa dengan TikTok, Instagram Reels, dan chatbot edukatif.

Menurut McCrindle (2020), seorang futuris dan peneliti demografi asal Australia yang mempopulerkan istilah Generasi Alpha, generasi ini akan menjadi "generasi paling berpendidikan, paling beragam, dan paling terhubung sepanjang sejarah manusia." Namun, di balik potensi besar itu, terdapat pula kekhawatiran tentang kehilangan nilai, krisis eksistensial, dan individualisme ekstrem akibat paparan teknologi sejak usia dini. Dalam konteks ini, dakwah kepada Generasi Alpha tidak lagi cukup hanya berbasis text-based atau paternalistic, tetapi harus dikemas dengan pendekatan kreatif, partisipatif, dan berbasis teknologi digital.

Azyumardi Azra (2022) menegaskan bahwa Islam masa depan harus mampu beradaptasi dengan realitas digital tanpa kehilangan substansinya. Menurutnya, dunia dakwah tidak boleh

terjebak nostalgia romantik masa lalu, melainkan harus mampu menjangkau dunia anak muda dengan bahasa, media, dan narasi yang mereka pahami. Ia mencontohkan perlunya strategi dakwah berbasis multimedia digital, storytelling interaktif, hingga gim edukatif Islami sebagai jembatan komunikasi antara pesan agama dan cara pikir generasi baru.

Lebih lanjut, Dr. Nur Syam, Guru Besar Sosiologi Agama UIN Sunan Ampel, menyatakan bahwa generasi digital cenderung skeptis terhadap otoritas tradisional. Oleh karena itu, strategi dakwah harus mengutamakan pendekatan dialogis dan reflektif, bukan sekadar normatif-dogmatis. Ia menekankan pentingnya menghadirkan role model dakwah dari kalangan muda yang mampu menjembatani nilai-nilai Islam dengan gaya hidup kekinian.

Dari gambaran di atas, menjadi jelas bahwa dakwah di era Generasi Alpha memerlukan transformasi. Bukan hanya dari sisi konten, tetapi juga dari pendekatan, gaya komunikasi, dan platform penyampaian. Generasi ini bukan hanya penikmat konten, tetapi juga creator. Maka, dakwah ke depan harus membuka ruang kolaborasi dengan mereka, bukan sekadar mengajarkan—tetapi mengajak, menginspirasi, dan berjalan bersama dalam ekosistem digital yang mereka huni sejak lahir.

Di tengah kemajuan teknologi dan disrupsi budaya global, hadir satu generasi baru yang tumbuh dalam dunia serba digital: Generasi Alpha. Lahir antara tahun 2010 hingga pertengahan 2020-an, anak-anak dari generasi ini hidup berdampingan dengan teknologi sejak dini. Smartphone bukan lagi alat mewah, tetapi teman harian. YouTube dan TikTok menjadi guru pertamanya, dan media sosial membentuk sebagian besar cara mereka memandang dunia.

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan serius dalam dunia dakwah Islam: bagaimana membimbing generasi yang lahir di dunia yang jauh berbeda dari para pendakwahnya? Bagaimana menyampaikan pesan ilahiah dalam dunia yang serba cepat, visual, dan sarat distraksi digital.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka (library research). Pendekatan ini dipilih karena topik yang dikaji bersifat konseptual dan interpretatif, yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial keagamaan secara mendalam dalam konteks generasi digital

## Hasil Dan Pembahasan

Menurut Mark McCrindle (2020), Generasi Alpha merupakan generasi paling terkoneksi dan paling terpapar teknologi sepanjang sejarah umat manusia. Namun, konektivitas ini tidak selalu sejalan dengan keterhubungan spiritual. Justru, seringkali Generasi Alpha mengalami crisis of meaning di tengah limpahan informasi. Oleh karena itu, pendekatan dakwah yang berbasis konten konvensional kini perlu berevolusi menjadi lebih visual, dialogis, dan berbasis media sosial agar bisa menjangkau hati dan pikiran mereka.

### 1. Karakteristik Generasi Alpha dalam Perspektif Sosiologis dan Teknologis

Generasi Alpha adalah generasi pertama yang seluruh fase tumbuh kembangnya berlangsung dalam ekosistem digital. Mereka lahir ketika dunia telah mengenal smartphone, cloud computing, media sosial, dan artificial intelligence. Hal ini menciptakan karakter yang sangat berbeda dari generasi sebelumnya, termasuk Generasi Z maupun Milenial.

Menurut Mark McCrindle (2020), Generasi Alpha dibentuk oleh algoritma, belajar dari YouTube, bermain di metaverse, dan menjalin pertemanan lintas negara melalui game daring. Mereka memiliki kecenderungan untuk belajar secara visual, cepat merasa bosan dengan metode yang berulang, dan sangat terbuka terhadap pengaruh global. Dalam konteks ini, mereka menjadi lebih kritis, mandiri dalam belajar, dan sulit dikendalikan dengan pendekatan otoritatif.

Karakteristik ini menjadi tantangan besar dalam dakwah Islam. Metode tradisional yang bertumpu pada ceramah satu arah, hafalan, atau pengajaran moral secara verbal mulai kehilangan relevansinya. Para da'i dituntut memahami psikologi dan pola belajar generasi ini, termasuk bagaimana mereka menyerap nilai, merespons otoritas, dan membentuk identitas keagamaannya.

## 2. Tantangan Dakwah Islam di Tengah Disrupsi Digital

Tantangan pertama terletak pada distraksi digital yang sangat tinggi. Generasi Alpha hidup dalam dunia yang dipenuhi notifikasi, konten viral, dan hiburan instan. Dalam kondisi seperti ini, konten dakwah harus bersaing dengan berbagai bentuk hiburan digital yang jauh lebih menarik secara visual dan emosional. Tanpa inovasi media dakwah, pesan-pesan keislaman akan terpinggirkan di tengah hiruk-pikuk dunia maya.

Tantangan kedua adalah krisis otoritas. Generasi Alpha cenderung memercayai figur-figur digital yang relatable, bukan otoritas keagamaan formal yang tidak dekat dengan kehidupan mereka. Hal ini dapat mengarah pada disinformasi atau bahkan penyelewengan ajaran agama bila mereka mendapatkan pemahaman dari sumber yang tidak kredibel. Maka, perlu ada strategi dakwah yang membangun kehadiran influencer dakwah yang otentik, muda, dan kompeten secara keilmuan.

Tantangan ketiga adalah pergeseran nilai dan norma global. Generasi Alpha lebih terbuka pada isu-isu seperti gender, toleransi, lingkungan, dan keadilan sosial, namun terkadang dengan perspektif liberal yang kurang dikontekstualisasikan dengan nilai-nilai Islam. Di sini peran dakwah sangat penting untuk menjembatani antara nilai universal dan prinsip syariah secara harmonis.

## 3. Strategi Dakwah Islam untuk Generasi Alpha

Menghadapi tantangan tersebut, dakwah Islam perlu melakukan transformasi metodologis dan strategis.

- A. **Digitalisasi Konten Dakwah:** Dakwah perlu diubah menjadi konten visual yang singkat, interaktif, dan informatif. Video pendek, komik digital, podcast, dan infografis islami bisa menjadi media yang efektif untuk menyampaikan nilai-nilai Islam.
- B. **Gamifikasi Dakwah:** Permainan edukatif dengan muatan nilai-nilai Islam dapat menjadi cara cerdas menanamkan akhlak dan aqidah, karena generasi Alpha sangat responsif terhadap edutainment.
- C. **Dakwah Kolaboratif dan Inklusif:** Mengajak anak-anak muda untuk ikut membuat konten dakwah akan memperkuat rasa memiliki dan memperdalam pemahaman mereka terhadap Islam. Ini juga bisa mengurangi jurang antara “da'i” dan “mad'u”.
- D. **Kurikulum Islam Kontekstual:** Lembaga pendidikan Islam perlu mengadaptasi kurikulumnya agar lebih kontekstual dengan isu-isu masa kini seperti lingkungan, digital ethics, dan kewirausahaan Islami.
- E. **Kehadiran di Platform Populer:** Dakwah harus masuk ke platform-platform yang digunakan oleh Gen Alpha—TikTok, Roblox, YouTube Shorts, dan bahkan metaverse—dengan format dan gaya yang sesuai namun tetap substansial.

Menghadapi tantangan tersebut, dakwah kepada Generasi Alpha harus:

- A. Menggunakan media sosial dan platform digital seperti YouTube, TikTok, dan podcast.
- B. Memproduksi konten visual dan naratif yang pendek, menarik, namun berbobot.
- C. Memperkuat literasi keagamaan digital, agar generasi muda dapat memilah konten Islami yang sah.
- D. Melibatkan dai muda dan konten kreator Muslim yang mampu menyampaikan pesan Islam dengan gaya yang segar dan relevan.
- E. Mengusung narasi Islam moderat (wasathiyah) yang kontekstual dengan isu sosial kontemporer.

#### 4. Solusi generasi alpha dan tantangan dakwah dalam menghadapi era digital

Generasi Alpha adalah generasi yang tumbuh di tengah kemajuan pesat teknologi informasi dan komunikasi. Mereka lahir sejak tahun 2010 dan merupakan kelompok pertama yang sepenuhnya hidup dalam dunia digital—dikelilingi oleh smartphone, tablet, internet cepat, kecerdasan buatan, serta media sosial yang terus berkembang. Kondisi ini menciptakan generasi yang sangat akrab dengan dunia maya, namun juga memiliki kecenderungan gaya hidup instan, individualistik, dan visual. Hal ini tentu menghadirkan tantangan tersendiri dalam dunia dakwah Islam, baik dalam metode, media, maupun substansi dakwah yang ditawarkan.

Dakwah konvensional dengan pendekatan satu arah, bersifat ceramah formal, dan berbasis teks panjang kini kurang efektif bagi Generasi Alpha. Mereka cenderung lebih tertarik pada konten yang ringkas, menarik, interaktif, dan menghibur. Oleh karena itu, salah satu solusi utama dalam menghadapi tantangan dakwah kepada Generasi Alpha adalah transformasi metode dakwah dari yang bersifat tradisional menjadi dakwah digital yang kreatif dan partisipatif. Dakwah tidak lagi hanya dilakukan di mimbar atau masjid, melainkan juga harus hadir di media sosial, platform video, dan ruang-ruang virtual yang sering dikunjungi generasi ini seperti YouTube, TikTok, Instagram, hingga podcast.

Selain itu, penting pula untuk mengembangkan konten dakwah berbasis multimedia. Misalnya, melalui video pendek berdurasi 1–3 menit yang membahas topik keislaman secara ringan namun substansial, animasi Islami yang mengajarkan akhlak dan ibadah, atau infografis yang menyajikan pesan agama secara visual dan mudah dipahami. Konten-konten ini harus disesuaikan dengan psikologi belajar anak dan remaja digital yang menyukai visual, suara menarik, dan tempo cepat.

Di sisi lain, pembinaan dai digital menjadi sangat penting. Dai atau pendakwah perlu dibekali keterampilan komunikasi digital, pemahaman terhadap algoritma media sosial, serta kemampuan menciptakan narasi Islami yang moderat dan relevan dengan kehidupan generasi muda. Pelatihan intensif tentang literasi digital, manajemen konten, hingga psikologi komunikasi generasi digital perlu dilakukan agar para dai dapat menjadi pendamping spiritual yang akrab dengan gaya hidup anak muda.

Tak kalah penting adalah penguatan literasi keagamaan digital bagi Generasi Alpha itu sendiri. Anak-anak perlu dibekali kemampuan untuk memilah informasi keagamaan yang kredibel dan menghindari jebakan konten radikal, hoaks, atau pemikiran ekstrem yang mudah tersebar di media sosial. Orang tua dan lembaga pendidikan Islam harus berperan aktif mendampingi penggunaan teknologi dan menjadi contoh dalam pemanfaatan media secara sehat dan islami. Dalam konteks kelembagaan, pesantren, madrasah, dan lembaga dakwah perlu memperluas jangkauan mereka dengan membentuk unit dakwah digital yang fokus pada produksi konten dan penyebaran dakwah di dunia maya. Kolaborasi dengan konten kreator Muslim, komunitas digital Islami, dan tokoh muda menjadi strategi penting agar pesan dakwah lebih diterima oleh Generasi Alpha yang cenderung lebih percaya kepada influencer ketimbang otoritas tradisional.

Dengan pendekatan yang tepat, dakwah Islam tidak hanya mampu menjangkau Generasi Alpha, tetapi juga membentuk mereka menjadi generasi beriman, berilmu, dan berakhlak mulia dalam peradaban digital.

#### Kesimpulan

Dakwah kepada Generasi Alpha bukanlah tentang memberi tahu, tetapi tentang mengajak. Mereka membutuhkan sahabat dakwah, bukan sekadar guru. Mereka butuh didengar sebelum diajarkan. Maka, sudah saatnya para da'i, pendidik, dan orang tua menyelami dunia mereka, menguasai media mereka, dan menjadi bagian dari ekosistem nilai yang mereka bangun.

Dengan pendekatan yang relevan, dakwah Islam akan tetap menjadi cahaya yang membimbing generasi masa depan—bukan hanya secara ritual, tapi juga secara intelektual, emosional, dan sosial. Sebab, Islam adalah rahmat bagi seluruh zaman, termasuk era digital yang penuh tantangan ini.

**References**

- McCordle, M. (2020). *Understanding Generation Alpha*. McCordle Research.
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. McGraw-Hill.
- Lai, C. (2021). "Revisiting Digital Natives and Digital Immigrants: A Critical Review". *Education and Information Technologies*, 26(1), 451-466.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Nasution, M. (2020). "Tantangan Dakwah di Era Digital". *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(2), 101–120.
- Azra, A. (2017). *Islam Nusantara: Islam Moderat dalam Konteks Keindonesiaan*. Jakarta: Prenadamedia.
- Farooq, M. (2018). "Islamic Preaching in the Age of Social Media". *Journal of Islamic Studies and Culture*, 6(1), 23–32.
- Siroj, S. A. (2020). *Islam Nusantara dan Tantangan Radikalisme*. Jakarta: Mizan.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell.
- Selwyn, N. (2016). "Education and Technology: Key Issues and Debates". *Educational Technology Research and Development*, 64(1), 1–17.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age*. Norton & Company.
- Livingstone, S. (2019). *Journal of Cyberpsychology*, 13(2), 112–125.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Polity Press.