

Pesan Dakwah *Quarter Life Crisis* di Youtube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri di Kalangan Gen Z

Defi Nurfajaria¹, Anang Anas Azhar²

¹Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, e-mail: defi0101222156@uinsu.ac.id

²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, e-mail: ananganas@uinsu.ac.id

Histori Naskah

Diserahkan:
25-07-2026

Direvisi:
15-08-2026

Diterima:
18-08-2026

ABSTRACT

The development of digital technology has encouraged the transformation of Islamic preaching (da'wah), particularly through YouTube as a platform widely accessed by Generation Z, a generation that is also vulnerable to experiencing the Quarter Life Crisis. This study aims to analyze the da'wah messages contained in YouTube content by Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri on the Quarter Life Crisis and to analyze Generation Z's gratification toward the content based on the Uses and Gratifications Theory. This study employed a qualitative approach using the content analysis method. The research data were obtained through documentation of Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri's YouTube content on the Quarter Life Crisis and in-depth interviews with five Generation Z informants who had accessed the content. Data were analyzed through the stages of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that: (1) the da'wah messages are dominated by the themes of identity crisis, anxiety about the future, and spiritual dependence, (2) the Quarter Life Crisis is represented through confusion in determining life direction, social pressure, and uncertainty about the future, (3) the da'wah messages are relevant to the characteristics of Generation Z in helping them understand themselves and manage anxiety, and (4) based on the Uses and Gratifications Theory, the da'wah content fulfills the psychological and spiritual needs of the audience. This study concludes that Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri's digital da'wah content not only conveys contextual religious discourse, but also functions as a spiritual coping instrument that provides tangible benefits and gratification for Generation Z in navigating the Quarter Life Crisis.

Keywords : Da'wah Message; Youtube; Quarter Life Crisis; Generation Z; Uses and Gratifications

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dakwah, salah satunya melalui platform YouTube yang banyak diakses oleh Generasi Z, yang juga rentan mengalami *Quarter Life Crisis*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan dakwah dalam konten YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri tentang *Quarter Life Crisis* serta menganalisis kepuasan Generasi Z terhadap konten tersebut berdasarkan teori *Uses and Gratifications*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi terhadap video ceramah, data penelitian diperoleh melalui dokumentasi terhadap konten YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri tentang *Quarter Life Crisis* dan wawancara mendalam dengan lima informan dari Generasi Z yang pernah mengakses konten tersebut. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) pesan dakwah didominasi tema krisis identitas, kecemasan masa depan, dan ketergantungan spiritual, (2) *Quarter Life Crisis* direpresentasikan melalui kebingungan arah hidup, tekanan sosial, dan ketidakpastian masa depan, (3) pesan dakwah relevan dengan karakteristik Generasi Z dalam memahami diri dan mengelola kecemasan, (4) serta berdasarkan teori *Uses and Gratifications*, konten dakwah berfungsi memenuhi kebutuhan psikologis dan spiritual *audiens*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa konten dakwah digital Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri tidak hanya memuat wacana keagamaan yang kontekstual, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen koping spiritual yang memberikan manfaat serta kepuasan nyata bagi Generasi Z dalam menavigasi *quarter life crisis*.

Kata Kunci : Pesan Dakwah; Youtube; Quarter Life Crisis; Generasi Z; Uses and Gratifications

Corresponding Author : Defi Nurfajaria, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, e-mail: defi0101222156@uinsu.ac.id

PENDAHULUAN

Transformasi komunikasi keagamaan digital menuntut pergeseran paradigma dari model dakwah konvensional menuju pendekatan audio-visual yang interaktif dan responsif terhadap karakteristik Generasi Z. Perkembangan teknologi digital idealnya menjadi momentum bagi transformasi komunikasi keagamaan yang inklusif, fleksibel, dan adaptif terhadap kebutuhan psikologis-spiritual masyarakat modern (Nurziah & Mustopa, 2025; Setyowati, 2024). Melalui *platform* audio-visual seperti YouTube, dakwah tidak lagi diposisikan secara kaku dan satu arah sebagaimana di majelis konvensional, melainkan berkembang menjadi ruang dialogis yang interaktif, komunikatif, dan responsif dalam menjawab berbagai persoalan kehidupan generasi muda (Pujiono, 2025; Rizal et al., 2024). Dalam konstelasi ini, Generasi Z yang tumbuh sebagai *digital native* hadir sebagai audiens aktif (Fadilla Awalia, 2025). Mereka secara kritis dan selektif memanfaatkan konten keagamaan digital tidak hanya sebagai pemenuhan kebutuhan informasi dasar, tetapi juga sebagai sarana pemaknaan nilai-nilai keagamaan, penguatan identitas, dan instrumen pengamalan agama (Rahmadani & Azhar, 2021). Dengan demikian, keberhasilan dakwah digital sangat ditentukan oleh sejauh mana media audio-visual mampu memosisikan Generasi Z sebagai subjek aktif yang membutuhkan integrasi antara pesan keagamaan dan penguatan psikologis-spiritual.

Namun, terdapat ketimpangan mendasar antara potensi ideal dakwah digital dengan realitas krisis psikologis-eksistensial yang dihadapi oleh Generasi Z di tengah derasnya arus informasi. Di satu sisi, tingginya keterpaparan teknologi pada Generasi Z berbanding lurus dengan kompleksnya tekanan sosial yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari (Nurul et al., 2025). Penggunaan media sosial yang intensif kerap memicu fenomena perbandingan sosial (*social comparison*) terhadap standar kesuksesan yang tidak realistis, yang pada akhirnya memicu distorsi mental, ketidakpastian, hingga kecemasan emosional (Maghfiroh & Riswandari, 2025). Kondisi ini bermuara pada maraknya fenomena *quarter life crisis*, yaitu fase krisis eksistensial pada awal kedewasaan yang ditandai oleh kebingungan menentukan arah hidup, ketakutan akan kegagalan masa depan, dan kecemasan terhadap kondisi sosial-ekonomi (Setiagils, 2024). Meskipun Generasi Z pada fase ini sangat membutuhkan artikulasi dukungan sosial dan spiritual yang kuat (Santri et al., 2025), wacana dakwah digital sering kali masih berfokus pada doktrin tekstual-normatif yang terpisah dari dinamika psikologis audiensnya (Budi Santoso, 2025; Mikraj et al., 2023). Akibatnya, timbul jurang pemisah antara kepanikan eksistensial yang dialami Generasi Z dengan ketersediaan konten dakwah digital yang mampu mentransformasi krisis psikologis tersebut.

Seiring dengan berkembangnya fenomena dakwah digital, muncul pula para dai yang secara aktif menggunakan media sosial untuk menyebarluaskan pesan religi (Abdusshomad, 2024). Salah satu pendakwah yang aktif memanfaatkan YouTube sebagai media dakwah di antaranya adalah ustadz Muhammad Nuzul Dzikri. Beliau dikenal sebagai dai yang menyampaikan kajian Islam berdasarkan Al-Quran dan hadis, dengan penyampaian yang mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Melalui kanal Youtube, Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri secara konsisten menghadirkan kajian yang membahas berbagai persoalan keislaman baik yang berkaitan dengan akidah, ibadah, akhlak maupun problematika kehidupan. Konsistensi Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri dalam menghadirkan ceramah yang berlandaskan Al-Qur'an dan hadis dengan bahasa yang relevan menempatkan kanal YouTube-nya sebagai salah satu rujukan dalam merespons problematika kehidupan sehari-hari.

Dalam kerangka komunikasi digital, pemenuhan kebutuhan audiens atas wacana dakwah yang solutif dapat dibedah melalui pisau analisis teori *uses and gratifications* yang dikembangkan oleh Elihu Katz. Teori ini memosisikan Generasi Z sebagai audiens aktif yang secara sadar dan selektif memilih, mengonsumsi, serta memaknai konten media untuk memenuhi spektrum kebutuhan spesifik mereka—baik kebutuhan kognitif (informasi), afektif (regulasi

emosi), identitas personal, maupun integrasi sosial-spiritual (Katz et al., 1973; Saputra, 2024). Problem akademis yang mengemuka saat ini adalah bahwa sebagian besar studi dakwah digital masih menyederhanakan kajian pada aspek popularitas figur pendakwah, strategi teknis produksi konten, atau keterlibatan permukaan (*surface engagement*) audiens semata (Indriyani, 2023). Padahal, terdapat kekosongan literatur terkait bagaimana muatan pesan dakwah digital diartikulasi ulang untuk merespons krisis psikologis modern seperti *quarter life crisis*, serta bagaimana konten tersebut secara aktual memberikan tingkat kepuasan psikologis-spiritual bagi Generasi Z. Oleh karena itu, pengintegrasian analisis isi pesan dakwah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri dengan perspektif *Uses and Gratifications* menjadi sangat krusial untuk mengungkap sejauh mana dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai media syiar, melainkan juga sebagai instrumen koping spiritual dan regulasi emosional yang memuaskan kebutuhan eksistensial Generasi Z.

Kajian mengenai dakwah digital dan pemanfaatan YouTube sebagai media keagamaan telah berkembang pesat dalam literatur komunikasi Islam modern. Studi terdahulu yang dilakukan oleh Siregar et al. (2024) serta Juliansyach et al. (2026) menegaskan bahwa YouTube memiliki peran strategis sebagai medium syiar yang mampu menembus batas geografis dan menjangkau audiens muda secara meluas (Juliansyach et al., 2026; Siregar et al., 2024). Namun, penelitian-penelitian tersebut cenderung menitikberatkan fokusnya pada dimensi fungsional media dan popularitas figur pendakwah, tanpa mengupas secara mendalam substansi tematik pesan dakwah yang disampaikan. Di sisi lain, riset terkait gaya komunikasi dakwah digital umumnya menekankan pada retorika, bahasa tutur, dan daya tarik persona ceramahnya, namun belum melakukan pembedahan teoretis berbasis analisis isi kualitatif terhadap isu-isu psikologis kontemporer (Suhendrik, 2021). Sementara itu, dalam konteks krisis perkembangan, fenomena *quarter life crisis* pada Generasi Z lebih dominan dikaji dalam ranah psikologi perkembangan sekuler—seperti pengaruh dukungan teman sebaya (Jannah & Ariyanto, 2025; Setiagils et al., 2024) atau dinamika kecemasan masa depan (Santri et al., 2025), tanpa mengaitkannya secara komprehensif dengan ekosistem komunikasi dakwah digital. Selain itu, riset penggunaan teori *uses and gratifications* pada pemirsa digital (seperti Herliana et al., 2023) masih terbatas pada pencarian informasi akademik atau hiburan secara umum, dan belum memosisikan dakwah YouTube sebagai instrumen regulasi emosional dan pemenuhan kebutuhan spiritual-psikologis dalam menghadapi krisis eksistensial. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk menganalisis pesan dakwah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri mengenai *Quarter Life Crisis* serta melihat bagaimana respons Generasi Z terhadap pesan dakwah tersebut berdasarkan teori *Uses and Gratifications*.

Berdasarkan permasalahan akademis dan kerangka teoretis tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam muatan pesan dakwah mengenai *quarter life crisis* dalam konten YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri, serta mengevaluasi pemenuhan kebutuhan dan tingkat kepuasan Generasi Z terhadap konten tersebut. Secara spesifik, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab empat pertanyaan utama: (1) bagaimana struktur dan bentuk pesan dakwah tentang *quarter life crisis* ditransformasikan dalam konten YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri; (2) bagaimana *quarter life crisis* direpresentasikan melalui tema krisis identitas, kecemasan masa depan, dan ketergantungan spiritual dalam wacana dakwah tersebut; (3) sejauh mana pesan dakwah tersebut memiliki relevansi dengan karakteristik dan kebutuhan psikologis Generasi Z di era digital; serta (4) bagaimana respons dan tingkat kepuasan Generasi Z (khususnya mahasiswa UIN Sumatera Utara) terhadap konten dakwah tersebut ditinjau dari perspektif teori *uses and gratifications*? Secara teoritis, kajian ini memperkaya kajian komunikasi Islam dan psikologi agama terkait efektivitas dakwah audio-visual dalam merespons krisis eksistensial modern. Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan panduan strategis

bagi para dai dan praktisi media keagamaan dalam memformulasi konten dakwah digital yang adaptif, empatis, dan berorientasi pada kebutuhan emosional-spiritual generasi muda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi kualitatif (*Qualitative content analysis*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami makna yang terkandung dalam pesan dakwah secara mendalam, bukan untuk mengukur atau menguji hubungan antar variabel secara kuantitatif. Metode analisis isi digunakan untuk mengkaji secara sistematis isi pesan yang terdapat dalam konten video, sehingga peneliti dapat memahami makna, tema, serta pesan yang disampaikan secara langsung maupun tidak langsung.

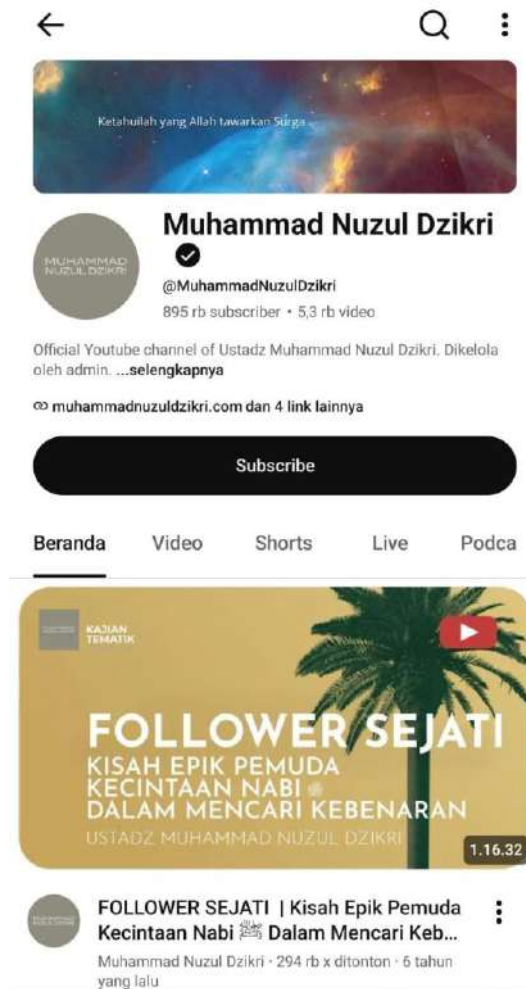
Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan transkripsi isi ceramah dan wawancara mendalam dengan 5 informan. Penentuan jumlah informan dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu mahasiswa Gen Z Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara yang pernah menonton konten YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri yang berkaitan dengan fenomena *Quarter Life Crisis*. Pengumpulan data dilakukan pada tanggal 07-04-2026 s/d 10-05-2026. Konten yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah satu video ceramah pada kanal YouTube resmi Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri yang membahas fenomena *Quarter Life Crisis*. Video tersebut dipilih karena memuat pesan dakwah yang berkaitan dengan fenomena *Quarter Life Crisis* yang relevan dengan permasalahan Generasi Z. Dokumentasi dan transkripsi digunakan untuk memperoleh data mengenai isi pesan dakwah, sedangkan wawancara dilakukan untuk mengetahui respons Generasi Z terhadap konten berdasarkan teori *Uses and Gratification*.

Selanjutnya data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara sistematis. Analisis tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi pesan dakwah, representasi *Quarter Life Crisis*, relevansinya terhadap karakteristik Generasi Z, serta respons Generasi Z terhadap konten yang diteliti. Dalam penelitian ini, teori *Uses and Gratifications* digunakan untuk menganalisis bagaimana Generasi Z memaknai dan merasakan manfaat dari konten YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri tentang *Quarter Life Crisis* melalui hasil wawancara dengan informan yang pernah mengakses konten tersebut (Alya & Novita, 2025). Selain menerapkan teori *uses and gratifications* sebagai teori utama, penelitian ini juga berlandaskan pada konsep dakwah dalam Islam sebagai prinsip normatif dengan merujuk QS. An-Nahl ayat 125.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kanal YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri

Pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah memungkinkan penyampaian pesan yang lebih luas, terutama kepada Generasi Z yang sangat aktif dalam penggunaan media digital (Suhendrik, 2021). Metode penyampaian yang interaktif, disertai dengan pengutipan Al-Qur'an dan hadis serta contoh-contoh yang sesuai dengan kondisi kehidupan sehari-hari, membuat konten dakwah tersebut menarik untuk dibahas, khususnya dalam konteks fenomena *quarter life crisis*. Berdasarkan karakteristik tersebut, penelitian ini memilih konten YouTube dari Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri sebagai subjek penelitian karena dianggap mempunyai pesan dakwah yang relevan dengan keadaan psikologis Generasi Z.



Gambar 1. Beranda *chanel* YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri

Kanal YouTube resmi @MuhammadNuzulDzikri mulai dibuat pada 2 November 2017 dan dikelola oleh admin sebagai media penyebaran dakwah. Kanal tersebut memperlihatkan tingkat popularitas yang cukup tinggi, memiliki 895 ribu *subscribes*, lebih dari 5,3 ribu video yang telah di unggah, serta memperoleh lebih dari 127 juta kali penayangan (*views*). Dapat dilihat dari bentuk interaksi seperti *like*, komentar, dan *share* yang menunjukkan adanya proses pemaknaan terhadap pesan yang disampaikan (Rido Avis, 2026). Banyak komentar yang berisi mencerminkan pengalaman pribadi, introspeksi, serta rasa keterhubungan dengan pesan yang disampaikan, yang menunjukkan bahwa konten dakwah ini tidak hanya dilihat secara langsung, tetapi juga dipahami secara mendalam oleh penonton (Hakim, 2025). Tingginya tingkat keterlibatan ini menjadi petunjuk bahwa pesan dakwah yang disampaikan berhasil menyentuh aspek emosional dan spiritual dari Generasi Z (Sikumbang et al., 2024).

B. Analisis Pesan Dakwah dalam Konten Youtube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri

Video yang berjudul “*Quarter Life Crisis*” <https://youtu.be/swZ-2eHqB7M?si=gl-ZSfq20A7OITFm>, berdurasi 1 jam 41 menit tayang pada 28 september 2025 yang mana sudah di tonton 59.994 *views* dan *likes* sudah mencapai 2,3 ribu, konten tersebut dipilih sebagai objek penelitian karena memuat pesan-pesan dakwah yang relevan dengan karakteristik Generasi Z yang hidup di era digital. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri melalui platform YouTube dapat dikelompokkan ke dalam tiga tema utama, yaitu krisis identitas, kecemasan terhadap masa

depan, dan ketergantungan pada spiritual. Ketiga tema tersebut muncul secara berulang kali dalam isi ceramah dan mencerminkan permasalahan yang sering dihadapi oleh Generasi Z dalam tahap awal kedewasaan. Penyampaian pesan dilakukan dengan cara yang sederhana, tetapi berhasil menyentuh emosi, sehingga mudah dipahami dan relevan dengan pengalaman *audiens*.

1. Krisis Identitas Diri

Pesan dakwah mengenai krisis identitas diri dalam konten YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri terlihat dari penekanan pada kondisi individu yang mengalami kebingungan dalam menentukan arah hidup, tujuan masa depan, serta makna keberadaan dirinya. Fenomena ini sangat relevan dengan kondisi Generasi Z yang berada pada fase awal kedewasaan dan dihadapkan pada berbagai pilihan hidup yang kompleks. Hal tersebut tampak pada menit 1:11:47–1:12:10, ketika narasumber menyampaikan:

“Saya merasa bingung ingin menjadi seperti apa saya nanti atau panggilan jiwa apa yang saya miliki di dunia ini... saya merasa bahwa saya hanya kaum medioker...”

Kutipan tersebut menunjukkan adanya kegelisahan dan kebingungan identitas yang dialami oleh individu, khususnya dalam menentukan arah hidup. Kondisi ini menjadi salah satu ciri utama dari fenomena *Quarter Life Crisis* yang banyak dialami oleh anak muda. Selanjutnya, pada menit 1:12:10–1:12:41, dijelaskan bahwa kebingungan tersebut merupakan hal yang wajar dan bukan suatu kegagalan, sebagaimana pernyataan berikut:

“Kalau kita clueless pada hari ini, itu bukan kartu mati... banyak orang sukses juga pernah berada di posisi itu...”

Pesan dakwah ini memberikan pemahaman bahwa fase kebingungan merupakan bagian dari proses pertumbuhan dan pencarian jati diri. Dengan demikian, individu didorong untuk tidak memandang kondisi tersebut sebagai kelemahan, melainkan sebagai tahapan yang harus dilalui. Selain itu, pada menit 1:16:01–1:17:34, narasumber menjelaskan bahwa salah satu penyebab krisis identitas adalah pola pikir yang terlalu berfokus pada jangka pendek, sebagaimana disampaikan:

“Yang membuat kita berantakan itu kalau kita punya pola pikir short term... kita harus berpikir long term...”

Hal ini menunjukkan bahwa kebingungan dalam menentukan arah hidup sering kali dipengaruhi oleh cara pandang individu yang belum memiliki visi jangka panjang. Dalam konteks Generasi Z, kondisi ini semakin diperkuat oleh derasnya arus informasi dan tekanan sosial yang mendorong mereka untuk segera menentukan pilihan hidup. Sebagai solusi, pesan dakwah juga menekankan pentingnya pendekatan spiritual dalam menghadapi krisis identitas. Hal ini terlihat pada menit 1:19:33–1:22:26, di mana narasumber menyampaikan:

“Kalau kalian ngandelin diri sendiri itu sebuah kesalahan... dekat sama Allah... istikharah... minta petunjuk...”

Pesan tersebut mengandung makna bahwa dalam menentukan arah hidup, individu tidak hanya mengandalkan kemampuan diri, tetapi juga harus melibatkan nilai-nilai spiritual dengan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Selain itu, individu juga dianjurkan untuk aktif mencari bimbingan melalui pengalaman orang lain, sebagaimana disampaikan:

“Harus jemput bola... kejar orang-orang hebat... minta masukan...”

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan tidak hanya menggambarkan fenomena krisis identitas diri, tetapi juga memberikan solusi yang bersifat komprehensif, yaitu melalui perubahan pola pikir, usaha aktif, serta penguatan aspek spiritual. Pesan ini menjadi relevan bagi Generasi Z karena mampu membantu mereka memahami bahwa kebingungan dalam menentukan arah hidup merupakan bagian dari proses menuju kedewasaan yang harus dihadapi dengan sikap sabar, reflektif, dan penuh keimanan.

2. Kecemasan Terhadap Masa Depan

kecemasan akan masa depan muncul sebagai salah satu pesan utama yang mengaitkan dengan kondisi mental individu dalam menghadapi ketidakpastian hidup. Hasil analisis menunjukkan bahwa kecemasan terhadap masa depan merupakan salah satu pesan dakwah utama yang disampaikan dalam konten YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri. Kecemasan ini berkaitan dengan ketakutan individu terhadap ketidakpastian hidup, terutama dalam hal kegagalan, kondisi ekonomi, serta tekanan sosial. bersikap realistis dan tidak terlalu terobsesi pada standar kesuksesan yang ditetapkan oleh lingkungan sosial. Hal tersebut terlihat pada menit 1:06:59–1:07:25, ketika narasumber menyampaikan:

“Allah akan buat dia paranoid terhadap kemiskinan dan kefakiran... ketakutan...”

Pernyataan ini mengindikasikan adanya kecenderungan munculnya kecemasan anticipatory (*anticipatory anxiety*), yaitu rasa takut berlebihan terhadap kemungkinan buruk di masa depan. Kecemasan ini berkaitan dengan kondisi yang belum tentu terjadi, khususnya terkait aspek ekonomi seperti kemiskinan dan kefakiran. Secara psikologis, kondisi ini ditandai dengan munculnya pikiran negatif yang berulang dan sulit dikendalikan. Individu cenderung membayangkan skenario terburuk (*catastrophic thinking*) meskipun belum ada bukti nyata. Hal ini dapat memengaruhi cara berpikir dan pengambilan keputusan menjadi lebih defensif dan penuh keraguan. Selain itu, rasa takut yang berlebihan juga dapat menurunkan kepercayaan diri dan meningkatkan tingkat stres. Jika berlangsung terus-menerus, kondisi ini berpotensi menghambat perkembangan diri individu. Oleh karena itu, diperlukan kemampuan pengelolaan emosi agar individu dapat berpikir lebih rasional dan proporsional. Selain itu, kecemasan juga dipicu oleh kebiasaan membandingkan diri dengan orang lain. Hal ini dijelaskan pada menit 1:27:41–1:28:31:

“Yang membuat kita fragile... kita mengukur diri kita dengan penggaris orang lain...”

Pernyataan ini menegaskan bahwa kecenderungan individu untuk membandingkan dirinya dengan standar orang lain dapat melemahkan kondisi psikologisnya. Temuan ini menunjukkan bahwa perbandingan sosial menjadi faktor penting yang memengaruhi kondisi mental individu, karena proses tersebut sering kali membuat seseorang merasa tidak cukup baik atau tertinggal. Ketika individu menggunakan pencapaian orang lain sebagai tolok ukur utama, muncul tekanan internal yang dapat memicu rasa rendah diri dan kecemasan. Selain itu, perbandingan sosial yang tidak sehat juga dapat mengaburkan potensi dan keunikan diri, sehingga individu sulit menghargai kemampuan yang dimilikinya. Jika berlangsung secara terus-menerus, kondisi ini berpotensi menurunkan kepercayaan diri dan meningkatkan kerentanan emosional. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran untuk membangun standar diri yang lebih realistis dan berfokus pada perkembangan pribadi.

Selanjutnya, pada menit 1:28:31–1:29:26, dijelaskan bahwa setiap individu memiliki kondisi hidup yang berbeda:

“Ada yang lahir sudah punya rumah... ada yang sampai meninggal tidak punya rumah...”

Pernyataan ini menunjukkan adanya perbedaan kondisi hidup yang dipengaruhi oleh faktor takdir dan latar belakang masing-masing individu. Hal ini mengindikasikan bahwa perbandingan sosial tidak sepenuhnya relevan untuk dijadikan standar penilaian diri, karena setiap orang memiliki titik awal, peluang, dan perjalanan hidup yang berbeda. Oleh karena itu, membandingkan diri dengan orang lain secara langsung dapat menghasilkan penilaian yang tidak adil dan kurang proporsional. Kemudian, pada menit 1:29:26–1:29:44, disampaikan bahwa kebahagiaan tidak bergantung pada pencapaian materi:

“Kebahagiaan itu bukan tentang meraih materi... tapi tentang suasana hati...”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa kebahagiaan lebih bersifat internal dan dipengaruhi oleh cara individu memaknai hidupnya, bukan semata-mata oleh kepemilikan materi. Dengan demikian, kondisi emosional dan pola pikir menjadi faktor utama dalam menentukan tingkat kebahagiaan seseorang. Selain itu, pada menit 1:30:11–1:30:59, narasumber menegaskan bahwa kebiasaan membandingkan diri hanya akan menimbulkan tekanan mental:

“Begitu kita masuk ke dalam dunia perbandingan, capek kita...”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa perbandingan sosial dapat menguras energi emosional karena individu terus merasa harus mengejar standar orang lain. Akibatnya, muncul kelelahan mental, stres, dan rasa tidak pernah cukup terhadap diri sendiri. Terakhir, pada menit 1:30:59–1:31:20, disampaikan bahwa individu seharusnya fokus pada kapasitas diri masing-masing:

“Allah menuntut sesuai kemampuan kita... bukan kemampuan orang lain...”

Pernyataan ini menegaskan bahwa setiap individu memiliki batas kemampuan dan potensi yang berbeda, sehingga standar pencapaian tidak dapat disamakan. Oleh karena itu, fokus pada pengembangan diri sesuai kapasitas pribadi menjadi lebih relevan dibandingkan membandingkan diri dengan orang lain.

3. Ketergantungan Mental

ketergantungan spiritual menjadi inti dari solusi yang diajukan dalam dakwah tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketergantungan spiritual menjadi salah satu pesan dakwah utama yang ditawarkan sebagai solusi dalam menghadapi berbagai permasalahan hidup, termasuk krisis identitas dan kecemasan terhadap masa depan. Dalam ceramah tersebut, individu diarahkan untuk menjadikan Allah SWT sebagai sumber utama ketenangan dan petunjuk dalam menjalani kehidupan. Hal ini terlihat pada menit 1:19:33–1:19:57, ketika narasumber menyampaikan:

“Kalau kalian ngandelin diri sendiri itu sebuah kesalahan... andalkan Al-‘Alim...”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa manusia memiliki keterbatasan dalam menentukan arah hidup, sehingga membutuhkan ketergantungan kepada Allah SWT sebagai Dzat Yang Maha Mengetahui. Selanjutnya, pada menit 1:19:57–1:20:21, dijelaskan pentingnya mendekatkan diri kepada Allah melalui ibadah:

“Makanya itu pentingnya dekat sama Allah... sujud sama Allah... istikharah...”

Hal ini mengindikasikan bahwa praktik spiritual seperti doa dan istikharah menjadi sarana dalam memperoleh ketenangan batin dan kejelasan arah hidup. Selain itu, pada menit 1:54:27–1:54:58, narasumber menekankan pentingnya menjaga hubungan dengan Allah melalui ibadah sehari-hari:

“Banyak doa... jangan lupakan Al-Qur’an... salat tahajud... jaga witir... salat wajib dijaga...”

Pesan ini menunjukkan bahwa ketenangan hidup tidak hanya diperoleh dari usaha duniawi, tetapi juga dari konsistensi dalam menjalankan ibadah. Lebih lanjut, pada menit 1:02:27–1:03:13, ditegaskan bahwa seluruh aspek kehidupan harus berorientasi kepada Allah SWT:

“Sesungguhnya hidupku... matiku... untuk Allah...”

Hal ini menunjukkan bahwa ketergantungan spiritual tidak hanya terbatas pada saat menghadapi masalah, tetapi juga menjadi landasan utama dalam menjalani seluruh aktivitas kehidupan. Konsep tersebut sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-An’am ayat 162 :

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Artinya: *Katakanlah, "Sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam."*

Ayat tersebut menegaskan bahwa seluruh dimensi kehidupan seorang muslim, baik dalam aspek ibadah ritual maupun aktivitas kehidupan sehari-hari, harus didasarkan pada orientasi tauhid dan penghambaan kepada Allah SWT. Dengan demikian, pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri pada bagian ini memperkuat makna bahwa ketenangan hidup, arah tujuan, serta kekuatan mental tidak hanya diperoleh dari usaha duniawi, tetapi juga dari kesadaran bahwa seluruh hidup dan mati manusia sepenuhnya berada dalam bingkai pengabdian kepada Allah SWT. Hal ini menjadi landasan spiritual yang penting bagi Generasi Z dalam menghadapi berbagai tekanan hidup, karena memberikan makna bahwa setiap proses kehidupan memiliki tujuan ilahiah. Terakhir, pada menit 1:07:25–1:07:52, dijelaskan bahwa dengan memperkuat tauhid dan orientasi akhirat, individu akan lebih kuat dalam menghadapi berbagai persoalan hidup:

"Kalau kalian mau kuat... kalian harus menjadi anak muda yang bertauhid... orientasi akhirat"

Pernyataan ini menunjukkan bahwa kekuatan mental tidak hanya berasal dari faktor eksternal, tetapi juga dari keyakinan spiritual yang kuat. Dengan memiliki tauhid yang kokoh dan orientasi pada kehidupan akhirat, individu cenderung lebih tenang, tidak mudah goyah, serta mampu memaknai setiap ujian sebagai bagian dari proses kehidupan.

Berdasarkan hasil analisis terhadap konten YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri mengenai *Quarter Life Crisis*, ketiga tema tersebut lebih dominan termasuk dalam kategori akhlak. Hal ini terlihat dari ajakannya kepada *audiens* untuk bersikap sabar dalam menghadapi tantangan hidup, bertawakal kepada Allah SWT, memiliki prasangka baik (*husnuzan*), tidak membandingkan diri dengan orang lain, dan senantiasa meningkatkan kualitas diri. Prinsip-prinsip ini mencerminkan pembinaan akhlak seorang muslim dalam menghadapi berbagai persoalan kehidupan. Selain itu, konten ini juga mengandung pesan akidah (*tauhid*), seperti dorongan untuk memperkuat kepercayaan kepada Allah SWT, menerima ketentuan-Nya, dan menjadikan Allah sebagai sandaran saat menghadapi *Quarter Life Crisis*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah dalam konten ini lebih dominan pada kategori akhlak, sementara nilai-nilai akidah berperan sebagai dasar yang memperkuat pembentukan akhlak tersebut.

C. Representasi *Quarter Life Crisis* dalam Pesan Dakwah

Merujuk pada hasil penelitian yang diperoleh, pesan dakwah yang disampaikan secara tidak langsung menggambarkan fenomena *Quarter Life Crisis*, yang merupakan periode krisis yang sering dialami oleh orang-orang di awal usia dewasa. Gambaran ini terlihat dalam narasi ceramah yang membahas masalah kebingungan identitas, kekhawatiran mengenai masa depan, serta tekanan sosial yang dihadapi oleh individu. Fenomena ini menunjukkan bahwa kegiatan dakwah tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan ajaran agama tetapi juga sebagai sarana yang mampu merefleksikan realitas kehidupan yang sedang dialami oleh masyarakat, terutama di kalangan generasi muda.

Krisis identitas yang muncul dalam ceramah mencerminkan situasi orang yang sedang menjalani pencarian identitas diri. Pada tahap ini, orang biasanya merasakan ketidakpastian dalam menentukan visi hidup, arah profesi, serta peran sosial yang ingin diambil. Situasi ini merupakan salah satu tanda penting dalam *Quarter Life Crisis*, di mana orang mulai mempertanyakan makna hidup dan keberadaan mereka. Dalam hal ini, pesan dakwah berfungsi sebagai alat untuk merenung yang membantu individu menyadari bahwa kebingungan ini adalah bagian dari proses perkembangan, bukan sebuah kegagalan.

Selain itu, kegelisahan mengenai masa depan akibat perbandingan sosial menunjukkan adanya tekanan dari luar yang memperburuk keadaan psikologis seseorang. Fenomena ini semakin penting dalam kehidupan masa kini yang dipengaruhi oleh platform media sosial, di mana ukuran kejayaan sering kali dipresentasikan secara tidak realistis. Oleh sebab itu, pesan dakwah yang menekankan pentingnya memberi tumpuan kepada diri sendiri dan menghindari perbandingan dengan orang lain menjadi sangat mendesak. Dengan cara ini, dakwah dalam konteks ini bukan sekadar memberikan panduan spiritual, tetapi juga berfungsi sebagai sarana yang membantu individu memahami krisis sebagai bagian dari proses untuk mencapai kedewasaan.

D. Relevansi Pesan Dakwah Terhadap Karakteristik Generasi Z

Relevansi dari pesan dakwah dalam penelitian ini di analisis berdasarkan kesesuaian isi ceramah dengan karakteristik Generasi Z di era digital. Pesan dakwah mengenai krisis identitas diri yang telah dibahas sebelumnya menunjukkan keterkaitan yang kuat dengan kondisi Generasi Z yang sedang berada pada fase pencarian jati diri. Pada tahap ini, banyak dari mereka mengalami kebingungan dalam menentukan arah hidup, tujuan masa depan, bahkan memahami potensi diri sendiri. Hal ini tidak lepas dari banyaknya pilihan hidup serta tekanan sosial yang mereka hadapi, baik dari lingkungan sekitar maupun dari media digital. Dalam konteks tersebut, pesan dakwah yang menekankan bahwa rasa bingung adalah hal yang wajar menjadi sangat penting, karena mampu memberikan rasa tenang dan mengurangi tekanan psikologis. Selain itu, ajakan untuk mulai membangun pola pikir jangka panjang serta tidak hanya mengandalkan diri sendiri, tetapi juga melibatkan nilai-nilai spiritual, memberikan panduan yang lebih jelas bagi Generasi Z dalam menghadapi proses pencarian jati diri tersebut.

Ada pun pesan dakwah mengenai kecemasan terhadap masa depan juga sangat sesuai dengan karakter Generasi Z yang cenderung lebih mudah merasa cemas dan tertekan. Hal ini sering dipicu oleh kebiasaan membandingkan diri dengan orang lain, terutama melalui media sosial yang menampilkan standar kesuksesan secara tidak realistis. Akibatnya, banyak dari mereka merasa tertinggal, kurang berhasil, atau bahkan tidak percaya diri dengan kemampuan yang dimiliki. Dalam hal ini, pesan dakwah yang menegaskan pentingnya fokus pada kemampuan diri sendiri serta tidak menjadikan orang lain sebagai tolok ukur utama menjadi sangat relevan. Penjelasan bahwa setiap orang memiliki jalan hidup yang berbeda juga membantu Generasi Z untuk lebih menerima kondisi dirinya. Selain itu, pesan bahwa kebahagiaan tidak hanya bergantung pada materi memberikan sudut pandang baru yang lebih sehat, sehingga mereka tidak terus-menerus merasa tertekan oleh tuntutan sosial yang ada.

Di sisi lain pesan dakwah mengenai ketergantungan spiritual sebagai solusi utama menjadi bagian yang paling kuat dalam menjawab kebutuhan Generasi Z. Di tengah kehidupan yang serba cepat, penuh tuntutan, dan seringkali membingungkan, mereka membutuhkan pegangan yang mampu memberikan ketenangan dan arah hidup. Meskipun dikenal sebagai generasi yang dekat dengan teknologi, pada kenyataannya Generasi Z juga memiliki kebutuhan besar terhadap makna hidup dan kestabilan emosional. Oleh karena itu, ajakan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT melalui doa, ibadah, dan penguatan keimanan menjadi sangat relevan. Pesan ini tidak hanya memberikan solusi secara spiritual, tetapi juga membantu mereka dalam mengelola emosi, menghadapi tekanan hidup, serta membangun ketahanan mental. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa pesan dakwah yang disampaikan tidak hanya sesuai dengan permasalahan yang dihadapi Generasi Z, tetapi juga mampu menjawab kebutuhan mereka secara lebih menyeluruh, baik dari sisi psikologis maupun spiritual.

E. Analisis Respons Generasi Z terhadap Pesan Dakwah *Quarter Life Crisis* Berdasarkan Teori *Uses and Gratifications*

Selain menganalisis isi pesan dakwah, penelitian ini juga melihat tingkat kepuasan Generasi Z terhadap video YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri melalui wawancara dengan mahasiswa Generasi Z dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara yang pernah menonton konten tersebut. Wawancara dilakukan untuk mengetahui sejauh mana konten itu memenuhi kebutuhan informasi, pemahaman, serta motivasi para informan dalam menghadapi *Quarter Life Crisis*, seperti yang dijelaskan dalam *uses and gratifications*.

Untuk mengetahui respons Generasi Z terhadap konten YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri, Peneliti melakukan wawancara dengan 5 informan yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan pernah menonton konten tersebut. Berdasarkan wawancara, diperoleh informasi mengenai alasan informan memilih konten tersebut, kebutuhan yang ingin dipenuhi, serta kepuasan yang mereka rasakan setelah menonton. Temuan tersebut kemudian dianalisis menggunakan teori *Uses and Gratification* untuk mengetahui bagaimana konten dakwah tersebut mampu memenuhi kebutuhan informasi, psikologis, dan spiritual *audiens*. Oleh karena itu, analisis ini pada bagian ini difokuskan pada keterkaitan antara pengalaman informan dalam mengonsumsi konten dengan konsep kepuasan *audiens* sebagaimana dijelaskan dalam teori *Uses and Gratifications*. Adapun hasil wawancara dengan para informan disajikan sebagai berikut.

1. Kebutuhan Informasi

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan menyatakan bahwa pesan dakwah mengenai kebingungan arah hidup membantu mereka memahami kondisi yang sedang dialami.

“Konten tersebut sangat membantu, karena isi ceramahnya sesuai dengan kondisi yang sering saya alami. Pesan-pesan yang disampaikan Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri membuat saya lebih percaya diri dan tidak terlalu membandingkan diri dengan orang lain”. (informan 1)

“Setelah mendengarkan isi ceramahnya, saya memahami bahwa kondisi itu merupakan hal yang wajar dan membuat lebih tenang”. (informan 2)

Dari hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa seluruh informan merasa pesan dakwah memberikan pemahaman baru terhadap kondisi yang mereka alami. Informan tidak lagi memandang kebingungan dalam menentukan arah hidup sebagai bentuk kegagalan, tetapi sebagai bagian dari proses menuju kedewasaan. Hal ini menunjukkan bahwa konten tersebut mampu memenuhi kebutuhan informasi dan identitas diri, sehingga memberikan kepuasan kepada *audiens*. Dalam perspektif teori *Uses and Gratifications*, *audiens* secara aktif memilih media yang dianggap mampu memenuhinya, kepuasan yang dirasakan informan setelah memperoleh pemahaman mengenai krisis identitas menunjukkan bahwa konten tersebut berhasil memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan informan.

2. Kebutuhan Identitas Diri

Peneliti mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan manfaat pesan dakwah dalam membantu informan memahami kondisi dirinya serta memberikan keyakinan dalam menghadapi *Quarter Life Crisis*.

“Setelah menonton, saya menjadi lebih yakin bahwa setiap kesulitan pasti ada jalan keluarnya jika tetap berusaha dan mendekatkan diri kepada Allah”. (informan 1)

“Pesan-pesan dakwah tersebut membantu saya memahami untuk tidak boleh putus asa dan semangat untuk terus berikhtiar dan menyerahkan hasilnya kepada Allah”. (informan 2)

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan menyatakan bahwa dakwah mengenai kecemasan terhadap masa depan dapat memberikan dampak positif terhadap

kondisi psikologis mereka. Informan merasa memperoleh ketenangan, motivasi, serta cara pandang yang lebih positif dalam menghadapi ketidakpastian masa depan. Temuan ini menunjukkan bahwa konten YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri mampu memenuhi kebutuhan *audiens*. Dalam perspektif teori *Uses and Gratifications*, kepuasan tersebut menunjukkan bahwa *audiens* secara aktif memilih media yang dapat memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan psikologis dan spiritual yang mereka rasakan.

3. Kebutuhan Psikologis dan Spiritual

Peneliti mengajukan pertanyaan mengenai manfaat pesan yang mengajak untuk lebih mendekatkan diri kepada Allah melalui doa, ibadah, dan tawakal dalam menghadapi *Quarter Life Crisis*. Berikut beberapa pernyataan informan,

“Menurut saya pesan tersebut memberikan motivasi yang besar. Saya belajar bahwa ketika merasa bingung atau cemas, saya tidak hanya mengandalkan kemampuan diri sendiri, tetapi juga harus memperkuat hubungan dengan Allah melalui doa dan tawakkal”. (informan 1)

“Menurut saya sangat membantu, saya sangat termotivasi untuk mendekatkan diri kepada Allah ketika sedang mengalami banyak tekanan”. (informan 2)

Pada hasil wawancara mengatakan bahwa mendengarkan pesan-pesan tentang doa, ibadah, dan tawakal memberikan dampak positif terhadap kondisi spiritual dan psikologis mereka. Informan merasa lebih tenang, optimis, serta memiliki motivasi untuk mendekatkan diri kepada Allah ketika menghadapi berbagai permasalahan, khususnya yang berkaitan dengan *Quarter Life Crisis*. Berdasarkan teori *Uses and Gratifications*, kepuasan tersebut menunjukkan bahwa *audiens* secara aktif memilih media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka, baik dalam memperoleh ketenangan batin, motivasi, maupun penguatan nilai-nilai spiritual.

Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan suatu konten dakwah tidak hanya dilihat dari jumlah penonton atau tingkat popularitasnya, tetapi juga dari seberapa besar manfaat yang diberikan pesan tersebut kepada para *audiens*. Dari sudut pandang teori *uses and gratifications*, konten YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri dipilih oleh Generasi Z karena mampu memenuhi kebutuhan yang mereka rasakan ketika menghadapi *quarter life crisis*. Kesesuaian antara isi pesan dengan pengalaman hidup *audiens* membuat mereka merasa puas setelah menonton atau memperhatikan konten tersebut. Analisis perspektif teori *uses and gratifications* dalam penelitian ini tidak hanya menjelaskan mengapa Generasi Z memilih konten dakwah sebagai media yang mereka konsumsi, tetapi juga menunjukkan bahwa kepuasan yang mereka rasakan berasal dari kemampuan pesan dakwah dalam memberikan pemahaman, arah, serta penguatan nilai-nilai spiritual yang relevan dengan kondisi kehidupan mereka.

Secara normatif, efektivitas pesan dakwah dalam merespons fenomena *quarter life crisis* bertumpu pada prinsip *bil-hikmah*, *mau'izhah hasanah*, dan *jidal bi al-lati hiya ahsan* sebagaimana diamanatkan dalam QS. An-Nahl ayat 125. Dalam konteks konten YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri, pendekatan hikmah teraktualisasi melalui penyampaian materi yang kontekstual dan adaptif terhadap kondisi psikologis Generasi Z yang sedang mengalami krisis identitas serta kecemasan masa depan. Penerapan *mau'izhah hasanah* tecermin dari narasi nasehat yang menyejukkan, tidak menghakimi, serta mampu mentransformasi kepanikan eksistensial menjadi kesadaran tauhid dan tawakal. Sementara itu, prinsip *jidal* yang santun hadir dalam penyikapan atas keraguan dan *catastrophic thinking* *audiens*, di mana problematika hidup tidak diselesaikan dengan doktrin kaku, melainkan melalui argumentasi logis-spiritual yang menyentuh aspek afektif dan kognitif pendengar. Integrasi antara prinsip normatif QS. An-Nahl ayat 125 dengan kerangka teoretis *uses and gratifications* menunjukkan adanya hubungan komplementer antara kewajiban metodologis dakwah dan pemenuhan kebutuhan *audiens*. Ketika pesan dakwah disampaikan secara bijaksana dan empatik, media

digital tidak hanya berfungsi sebagai saluran transmisi informasi keagamaan, tetapi berkembang menjadi instrumen pendampingan spiritual yang memuaskan kebutuhan afektif dan emosional Generasi Z. Dengan demikian, pemenuhan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh audiens Gen Z setelah mengonsumsi konten tersebut merupakan implikasi langsung dari keberhasilan eksekusi metode dakwah yang sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an. Hal ini membuktikan bahwa dakwah digital yang berlandaskan nilai normatif Islam mampu berperan secara nyata sebagai sarana koping spiritual dalam menavigasi krisis fase awal kedewasaan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri melalui platform YouTube memiliki relevansi yang kuat dengan fenomena *Quarter Life Crisis* yang dialami oleh Generasi Z. Pesan-pesan dakwah tersebut secara konsisten mengangkat tiga tema utama, yaitu krisis identitas diri, kecemasan terhadap masa depan, dan ketergantungan spiritual. Ketiga tema ini mencerminkan kondisi psikologis yang umum dialami oleh individu pada fase awal kedewasaan. Pesan mengenai krisis identitas menekankan bahwa kebingungan dalam menentukan arah hidup merupakan proses yang wajar dalam pencarian jati diri, serta dapat diatasi melalui perubahan pola pikir, usaha aktif, dan pendekatan spiritual. Sementara itu, kecemasan terhadap masa depan banyak dipengaruhi oleh ketidakpastian hidup dan kebiasaan membandingkan diri dengan orang lain, sehingga dakwah mendorong individu untuk lebih fokus pada kapasitas diri dan membangun standar keberhasilan yang realistis. Adapun ketergantungan spiritual menjadi solusi utama yang ditawarkan, dengan menekankan pentingnya mendekatkan diri kepada Allah SWT sebagai sumber ketenangan, petunjuk, dan kekuatan mental.

Penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah digital melalui YouTube efektif dalam menjangkau Generasi Z, karena sesuai dengan karakteristik mereka yang akrab dengan teknologi dan memiliki kebutuhan psikologis akan makna, ketenangan, serta identitas diri. Hal ini sejalan dengan teori *Uses and Gratifications* yang menjelaskan bahwa *audiens* secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan kognitif, emosional, dan spiritual mereka. Selain itu, pada hasil wawancara dengan 5 informan menunjukkan bahwa konten YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri tentang *Quarter Life Crisis* diterima secara positif oleh Generasi Z. Pesan dakwah yang disampaikan dinilai mampu memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai berbagai persoalan yang dihadapi pada masa dewasa awal, sekaligus mendorong informan untuk menyikapi permasalahan tersebut dengan lebih bijaksana berdasarkan nilai-nilai Islam. Hal ini menunjukkan bahwa konten dakwah tersebut memiliki manfaat yang nyata bagi Generasi Z sebagai media pembelajaran, refleksi diri, dan penguatan dalam menghadapi *Quarter Life Crisis*. Dengan demikian, dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian ajaran agama, tetapi juga sebagai sarana refleksi dan pendampingan psikologis yang mampu membantu Generasi Z dalam menghadapi krisis kehidupan menuju kedewasaan. Penelitian ini menegaskan pentingnya penyampaian dakwah yang adaptif, kontekstual, dan relevan dengan realitas kehidupan *audiens* di era digital.

Meskipun penelitian ini memberikan pemahaman mendalam mengenai pesan dakwah dan pemenuhan kebutuhan psikologis Generasi Z melalui studi kualitatif, terdapat beberapa keterbatasan yang membuka peluang bagi pengembangan riset mendatang. Penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk memperluas cakupan sampel informan dari latar belakang demografis dan akademis yang lebih beragam, guna menguji generalisasi tingkat kepuasan audiens di luar lingkungan perguruan tinggi keagamaan Islam. Selain itu, peneliti berikutnya dapat menerapkan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (*mixed methods*) menggunakan kerangka teori *uses and gratifications* yang terukur secara statistik, atau melakukan analisis komparatif atas strategi naratif *quarter life crisis* di berbagai platform media sosial berbasis

durasi pendek seperti TikTok dan Instagram Reels. Kajian longitudinal juga sangat dianjurkan untuk melihat sejauh mana coping spiritual yang diperoleh dari konten dakwah digital dapat memberikan dampak berkelanjutan terhadap resiliensi kesehatan mental Generasi Z dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdusshomad, A. (2024). *Efektivitas dakwah ustaz influencer di media sosial dalam meningkatkan religiusitas generasi z di indonesia*. 63–75.
- Alya, M., & Novita, R. (2025). *KOMUNIKATOR TERHADAP KEPUASAN MENONTON YOUTUBE “NIHONGO MANTAPPU”* Pendahuluan. 18(1).
- Febriani, F., & Astuti, D. (2025). *Dampak Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Pada Generasi Z*. 1(4), 132–135.
- G. (2024). *Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z*. 06(02), 11029–11037.
- Hakim, L. (2025). *Dakwah Interaktif di Media Sosial: Analisis Pola Komunikasi dan Respon Audiens di Platform TikTok dan Instagram Reels*.
- Herliana, D., Pattiselanno, P., Pinandito, A., & Mursityo, Y. T. (2023). *Analisis Uses and Gratifications Mahasiswa dalam Mencari Sumber Pembelajaran di Media Sosial*. 7(1), 186–191.
- Indriyani, P. I. (2023). *Transformation of Islamic Religious Practices in the Digital Era Opportunities and Challenges for Contemporary Da'wah*. 24(2), 175–192.
- Jannah, N. A. I., & Ariyanto, M. S. (2025). Pengaruh Dukungan Sosial Teman Sebaya Terhadap Quarter Life Crisis Pada Generasi-Z. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 449–460. <https://doi.org/10.56799/peshum.v5i1.12757>
- Juliansyach, M. I., Fadhili, A. Z., & Aly, D. J. (2026). *Pemanfaatan Platform YouTube sebagai Penyebaran Dakwah Islam*. 3261–3267.
- Juliansyach, M. I., Fadhili, A. Z., Firdaus, D. J. A., Resyananda, M. R., & Zakibar, M. R. (2026). *Pemanfaatan Platform YouTube sebagai Penyebaran Dakwah Islam*. *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(1), 3261–3267. <https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.3660>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses And Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kemhan, D. P. (2025). *EFEKTIVITAS MEDIA DAKWAH ISLAM DALAM*. 5(1), 17–30.
- Maghfiroh, M. H. H., & Riswandari, N. (2025). *Makna Etika Komunikasi Non Verbal Generasi-Z Di Tiktok : Analisis Interaksi Simbolik Dalam Perilaku Digital*. 2(3), 357–370.
- Mikraj, A. L., Islam, P., & Rani, S. (2023). *Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital : Peluang dan*. 4(1), 207–216.
- Nurziah, E., & Mustopa, I. (2025). *Transformasi Komunikasi Dakwah Era Digital: Peluang serta Tantangan bagi Pendidikan Islam Kontemporer*. *Mu'ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 3(2), 231–246. <https://doi.org/10.35878/muashir.v3i2.1629>
- Pujiono, S. (2025). *Dakwah Islam di Era Mondial : Digitalisasi , Media Baru , dan Strategi Komunikasi Global*. 15(1).
- Rahmadani, R., & Azhar, A. A. (2021). *Efektivitas Dakwah MediasSosial Dalam Pengamalan Agama Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Batu Bara*
- Rizal, D. A., Maula, R., & Idamatussilmi, N. (2024). *Transformasi Media Sosial dalam Digitalisasi Agama ; Media Dakwah dan Wisata Religi*. 9(2), 206–230.
- Santri, D. D., Nurrochmah, C., & Pradana, H. H. (2025). *Dinamika Quarter Life Crisis pada Masa Dewasa Awal*. *Psycho Aksara : Jurnal Psikologi*, 3(1), 118–131. <https://doi.org/10.28926/psychoaksara.v3i1.1706>

- Saputra, A. (2024). Pengaruh Karakteristik Perguruan Tinggi Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengakses Youtube: Perspektif Teori Uses And Gratifications. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 28(No. 2), 105–118. <https://doi.org/10.17933/jskm.2024.5609>
- Setiagils, A., Rozak, A., & Nuraeni, N. S. (2024). Peran Lingkungan Sosial dalam Mengatasi Fenomena Quarter Life Crisis pada Mahasiswa Generasi Z di Perguruan Tinggi. *Muqoddima: Jurnal Pemikiran dan Riset Sosiologi*, 5(2), 43–60. <https://doi.org/10.47776/MJPRS.005.02.01>
- Setyowati, E. (2024). *Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital Melalui Instagram , Tiktok , Youtube*. 7(1), 103–116.
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Aini, N., & Permana, B. Siregar, N. M., Rizki, J. W. S., & Alwi, A. (2024). Penggunaan Media Sosial YouTube sebagai Sarana Dakwah di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Angkatan 2020-2021. *INTERAKSI PERADABAN: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(2). <https://doi.org/10.15408/interaksi.v4i2.37882>
- Suhendrik, S. (2021). PERAN YOUTUBE DALAM PENGEMBANGAN DA'WAH ISLAM DAN PENYEBARAN PAHAM KEAGAMAAN (STUDI CHANNEL KH SYAKUR YASIN MA/ WAMIMMA TV). *Risalah Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 7(1), 14–27. https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v7i1.169
- Teknologi, J., & Awalia, F. (2025). *Open Access Memahami Pola Perilaku Generasi Z di Era Digital*. 15–25.