

Research Article

**The Transformation of the Gen Z Da'wah Space: An Analysis of
the Himmah Community as a Platform for an Inclusive
Religious Community**

Ulya Qistina

Universitas Muhammadiyah Jakarta

E-mail: ulyaqistinaa@gmail.com

Nizar Bahalwan

Universitas Islam Jakarta

E-mail: nizarb1108@gmail.com

Khofifah Ayu Kartika

Universitas Islam As-Syafiiyah Jakarta

E-mail: khofifahayukartika23@gmail.com

Ahmad Irfan

Universitas Muhammadiyah Jakarta

E-mail: ahmadirfan.fai@umj.ac.id

Siti Nuri Nurhaidah

Universitas Islam As-Syafiiyah Jakarta

E-mail: sitinurinurhaidah.fai@uia.ac.id

Copyright © 2026 by Authors, Published by Aimmah: Social Sciences Journal

Received : June 28, 2026

Revised : July 29, 2026

Accepted : August 21, 2026

Available online : August 31, 2026

How to Cite: Ulya Qistina, Nizar Bahalwan, Khofifah Ayu Kartika, Ahmad Irfan, & Siti Nuri Nurhaidah. (2026). The Transformation of the Gen Z Da'wah Space: An Analysis of the Himmah Community as a Platform for an Inclusive Religious Community. Aimmah: Social Sciences Journal, 2(4), 168–178. <https://doi.org/10.63738/aimmah.v2i4.45>

Abstract

Urban Generation Z faces social space fragmentation and an existential crisis, creating a need for spiritual spaces that are inclusive and non-doctrinal. However, the rigidity of conventional da'wah institutions creates a psychological distance that widens the gap between their spiritual needs and available religious facilities. This study aims to examine the transformation of contemporary da'wah spaces through spatial, methodological, and cultural reconstruction, using the Himmah Community as a case study. Employing a descriptive qualitative case study design, primary data were collected through in-depth

interviews with the founder and study participants, as well as participatory observation. Secondary data were obtained from a visual document analysis of Himmah's official Instagram account. Data were analyzed using thematic analysis techniques. The findings reveal three key results. First, digital branding and earth-tone visual aesthetics function as gatekeeping mechanisms that dissolve Generation Z's initial resistance to religious forums. Second, the transformation of physical space from formal institutions to residential homes—specifically, a family room without a pulpit—democratizes religious authority and fosters egalitarian, dialogical da'wah relations. Third, the integration of multisensory sessions in the form of open table after study sessions serves as an incubation vehicle for a space of belonging while simultaneously building social capital. These findings expand the discourse of the sociology of religion by affirming that the sustainability of da'wah for urban Generation Z is determined not by institutional scale, but by cultural adaptation, intimate spatial engineering, and the management of social inclusivity.

Keywords: Dakwah Transformation, Inclusivity, Generation Z, Dakwah Space, Community.

Transformasi Ruang Dakwah Gen Z: Analisis Komunitas Himmah Sebagai Wadah Komunitas Keagamaan Inklusif

Abstrak

Generasi Z urban menghadapi fragmentasi ruang sosial dan krisis eksistensial yang memunculkan kebutuhan akan ruang spiritual inklusif dan non-doktriner. Namun, kekakuan institusi dakwah konvensional menciptakan jarak psikologis yang melebarkan kesenjangan antara kebutuhan spiritual mereka dan fasilitas keagamaan yang tersedia. Studi ini bertujuan menelaah transformasi ruang dakwah kontemporer melalui rekonstruksi spasial, metodologis, dan kultural dengan Komunitas Himmah sebagai studi kasus. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data primer dihimpun melalui wawancara mendalam bersama pendiri dan peserta kajian serta observasi partisipatif, sedangkan data sekunder diperoleh dari analisis dokumen visual di akun Instagram resmi Himmah. Analisis data dilakukan dengan teknik tematik. Hasil penelitian mengungkap tiga temuan pokok. Pertama, digital branding dan estetika visual bernuansa earth tone berfungsi sebagai gatekeeping yang meluruhkan resistensi awal Gen Z terhadap forum keagamaan. Kedua, transformasi ruang fisik dari institusi formal ke rumah tinggal—ruang keluarga tanpa mimbar—mendemokratisasi otoritas keagamaan dan membentuk relasi dakwah yang egaliter serta dialogis. Ketiga, integrasi sesi multisensorik berupa open table pascakajian berperan sebagai wahana inkubasi space of belonging sekaligus pembentukan modal sosial. Temuan ini memperluas diskursus sosiologi agama dengan menegaskan bahwa keberlanjutan dakwah Gen Z urban tidak ditentukan oleh besaran institusi, melainkan oleh adaptasi kultural, rekayasa spasial yang intim, dan pengelolaan inklusivitas sosial.

Kata Kunci: Transformasi Dakwah, Inklusivitas, Generasi Z, Ruang Dakwah, Komunitas.

PENDAHULUAN

Generasi Z di Indonesia tumbuh dalam lanskap keberagaman yang berbeda secara fundamental dari generasi sebelumnya, di mana ruang spiritual, digital, dan kreatif melebur menjadi satu kesatuan. Secara historis, istilah Generasi Z dipopulerkan oleh peneliti sosial Neil Howe dan William Strauss dalam teori generasi (*generational theory*) untuk

mengelompokkan individu berdasarkan rentang kelahiran dan pengalaman hidup yang membentuk nilai serta perilaku mereka. Mereka mengklasifikasikan cohort generasi menjadi beberapa tahap, yaitu *Baby Boomers* (lahir sekitar 1946–1964), Generasi X (1965–1980), Generasi Y atau Milenial (1981–1996), dan Generasi Z (1997–2012).

Setiap generasi dibentuk oleh konteks sosial, ekonomi, dan teknologi yang berbeda, sehingga menghasilkan karakteristik nilai dan perilaku yang khas. Merujuk pada mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, generasi ini menjadi kelompok pertama yang tumbuh sepenuhnya dalam ekosistem digital (Michael Dimock, 2019). Berbeda dengan generasi millennial yang mengalami transisi dari era analog ke digital, Gen Z tidak mengenal dunia tanpa internet. Bagi mereka, teknologi bukan sekadar alat, melainkan elemen integral dalam cara berpikir, bersosialisasi, dan mengekspresikan identitas, termasuk identitas keagamaan. Karakteristik utama generasi ini meliputi orientasi visual yang kuat, preferensi terhadap konten yang autentik dan ringkas, serta kebutuhan akan ruang inklusif tanpa penghakiman yang mendukung komunitas berbasis nilai (*value-based community*) ketimbang sekadar institusi formal (Richard Balon, 2024).

Di era kontemporer, arus kesadaran beragama—atau yang populer dengan istilah fenomena “hijrah”—telah memicu tingginya antusiasme generasi muda untuk terlibat dalam berbagai aktivitas keagamaan, baik secara virtual maupun aktual (Muhammad Alfito Deanoza H. dkk., 2025). Sebagai *digital natives*, Gen Z memiliki preferensi dalam mengonsumsi pesan dakwah. Mereka tidak lagi mencari pemenuhan kebutuhan spiritual yang ebsrifat doktrinal semata, melainkan mencari ruang keagamaan yang akomodatif terhadap kompleksitas psikologis mereka. Generasi ini secara psikis tengah dikepung oleh problematika kehidupan modern, seperti kecemasan eksistensial (*quarter-life crisis*), alienasi sosial, dan tekanan kesehatan mental. Kondisi tersebut membuat mereka membutuhkan asupan spiritualitas yang solutif, inklusif, dan empatik (Hijrayanti Sari dkk., 2026).

Namun demikian, tingginya antusiasme spiritualitas tersebut seringkali terbentur dengan kaku dan formalnya lembaga keagamaan saat ini. Model dakwah konvensional-tradisional yang cenderung berpusat di masjid besar, bersifat *top-down*, kaku, serta menitikberatkan pada kajian kitab secara tekstual, mulai kehilangan relevansinya di mata remaja urban. Ruang ibadah formal kerap menimbulkan hambatan psikologis bagi individu yang baru memulai proses perjalanan agamanya, sehingga ketakutan akan penilaian moral, stigmatisasi, dan pengadilan atas latar belakang atau penampilan fisik menjadi penghalang tersendiri.

Kesenjangan antara kekakuan lembaga agama tradisional, dengan kebutuhan spiritual Gen Z telah menciptakan transformasi pada ruang dakwah di perkotaan, yang merujuk pada perubahan fundamental mengenai apa yang ditawarkan, lokasi aktivitas, serta cara bagaimana pesan keagamaan disampaikan. Kini, dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah satu arah, namun menjadi ruang partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif bagi anak muda untuk mencari identitas, validasi, dan penerimaan bagi anak muda. Fenomena ini tercermin secara konkret pada komunitas Himmah, sebuah kolektif kreatif berbasis nilai-nilai keislaman di tengah masyarakat urban yang memosisikan diri sebagai ruang alternatif di luar arus utama organisasi keagamaan konvensional. Pendekatan yang diusungnya memadukan substansi keagamaan mendalam dengan kemasan kontekstual yang sesuai bagi sensibilitas Gen Z.

Untuk memetakan posisi akademik artikel ini, penelaahan terhadap sejumlah studi terdahulu mengenai religiositas dan ruang dakwah Gen Z perlu dilakukan secara sistematis. Selama ini, diskursus mengenai ekspresi keagamaan generasi muda didominasi oleh

pergeseran media komunikasi. Riset dari Virga dkk, mengonfirmasi bahwa digitalisasi aktivitas keagamaan Gen Z di platform media sosial seperti Instagram telah mengubah pola konsumsi agama menjadi lebih visual dan interaktif (Rika Lusri Virga dkk., 2025). Senada dengan hal itu, Rahmawati (2024) menegaskan bahwa pemanfaatan media baru seperti podcast berhasil meningkatkan aksesibilitas informasi keagamaan yang ramah terhadap batasan waktu anak muda urban. Lebih lanjut, Choirin dkk (2024) melihat media digital sebagai instrumen strategis untuk menyemai pemahaman Islam moderat bagi generasi muda agar terhindar dari polarisasi siber.

Di sisi lain, beberapa peneliti mulai beralih memotret gerakan dakwah berbasis komunitas fisik di luar ekosistem digital. Epafras dkk dalam studinya mengenai transitional religiosity menemukan bahwa Gen Z memiliki potensi besar sekaligus risiko kerentanan sosial dalam komunitas keagamaan apabila ruang tersebut tidak dikelola dalam bingkai budaya yang inklusif (Leonard Epafras dkk., 2021). Hubungan adaptasi budaya ini diperkuat oleh riset Hasanah dan Islami yang membedah gerakan dakwah komunitas hijrah pada kaum muda. Temuan mereka menunjukkan bahwa gerakan dakwah berbasis komunitas, diskusi kelompok terfokus, serta *talkshow* tematik berdaya pikat tinggi karena mampu mentransformasi otoritas keagamaan menjadi lebih cair dan terbuka (Umdatul Hasanah dan Fahma Islami, 2023).

Beragam penelitian sebelumnya telah menggambarkan sejauh mana efektivitas platform digital serta mengidentifikasi pola perubahan gaya hidup di kalangan komunitas hijrah. Namun demikian, dalam literatur dakwah masa kini, masih teridentifikasi adanya celah kajian yang cukup mendasar. Sebagian besar studi yang ada masih fokus pada hal-hal besar, seperti bagaimana agama dikomodifikasi di dunia maya atau seberapa baik algoritma media sosial menyebarkan konten keagamaan. Masih sedikit peneliti yang melihat sisi kecil dan nyata di lapangan, yaitu bagaimana komunitas mengelola, menafsirkan ulang, dan mengubah fungsi ruang fisik yang kongkret—misalnya rumah sebagai area domestik—menjadi lingkungan sosial dan spiritual yang terbuka untuk semua. Pada kenyataannya, faktor yang mempengaruhi proses keberhasilan dakwah—alasan yang mendorong generasi muda untuk tetap bertahan dan kembali menggali ilmu—sangat bergantung pada pengalaman langsung (*direct experience*) yang mereka peroleh ketika berinteraksi fisik dengan ruang tempat berlangsungnya kajian, yang dikemas secara atraktif dan estetik melalui tampilan media sosial sebagai pintu pengantar yang bersifat stimulatif. Sehingga, kajian mengenai analisis yang menghubungkan antara perubahan ruang fisik domestik dengan pengelolaan inklusivitas sosial, baik dari sisi penyelenggaraan maupun peserta, menjadi pijakan awal yang menjelaskan *novelty* dari penelitian ini.

Berangkat dari kekosongan akademis dan keresahan lapangan tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam fenomena transformasi ruang dakwah kontemporer dengan mengambil studi kasus pada komunitas Himmah. Secara spesifik, penelitian ini berupaya menguliti bagaimana komunitas Himmah merekonstruksi model dakwah konvensional melalui pendekatan spasial, metodologis, dan kultural, sehingga mampu menjelma sebagai wadah keagamaan yang inklusif sekaligus menjadi *safe space* bagi proses spiritualitas Gen Z di wilayah urban.

Pemilihan Himmah sebagai unit analisis didasarkan pada karakteristiknya yang khas: komunitas ini dikelola oleh tim minimalis tanpa figur da'i tunggal, mengintegrasikan keimanan dengan kreativitas secara eksplisit, dan telah membuktikan daya ekspansinya melampaui batas kota. Dengan demikian, Himmah merepresentasikan fenomena dakwah Gen Z yang relevan secara kultural sekaligus mengandung nilai analitis yang tinggi sebagai kasus ilustratif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif (*descriptive case study*), yang bertujuan memberikan gambaran mendalam dan kontekstual mengenai fenomena transformasi ruang dakwah pada komunitas Himmah sebagai unit analisis tunggal. Studi kasus dipahami sebagai *an intensive, holistic description and analysis of a bounded phenomenon* seperti program, institusi, atau unit sosial tertentu (Arini Saputri dkk., 2026). Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria spesifik yang relevan dengan tujuan penelitian agar data yang dihimpun memiliki kekayaan informasi (John W. Creswell dan J. David Creswell, 2023). Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pendiri dan peserta kajian serta observasi partisipatif pada kegiatan komunitas.

Data sekunder dikumpulkan melalui analisis konten akun Instagram Himmah dan studi literatur terkait dakwah kontemporer dan sosiologi agama. Data sekunder ini juga diperkuat melalui penelaahan literatur ilmiah (*library research*) terkait teori *third place*, *religious coping*, dan sosiologi dakwan urban. Pendekatan analisis dokumen dipilih karena memungkinkan peneliti mengkaji teks yang telah ada sebelumnya secara sistematis tanpa perlu melakukan pengumpulan data baru dari subjek penelitian secara langsung (John W. Creswell dan J. David Creswell, 2023).

Analisis data dalam penelitian ini menerapkan teknik analisis tematik (*thematic analysis*) berdasarkan model lima tahapan sistematis guna mengidentifikasi dan menginterpretasikan pola di dalam kumpulan data (Virginia Braun dan Victoria Clarke, 2013). Prosedur teknisnya diawali dengan familiarisasi data melalui transkripsi kata demi kata (*verbatim*) terhadap hasil rekaman audio wawancara. Langkah berikutnya adalah proses pengkodean awal (*initial coding*) secara manual oleh peneliti untuk memberikan label konseptual pada frasa-frasa kunci, yang kemudian dikonsolidasikan ke dalam kategori tema makro. Untuk menjaga kendalan antar-penilai (*inter-rater reliability*) dan meminimalisir bias subjektivitas tunggal, draf tema yang telah tersusun diverifikasi kembali, sebelum akhirnya dikonversikan ke dalam struktur bab pembahasan.

Keabsahan dan validitas data dalam penelitian ini dijamin melalui penerapan dua strategi triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan menyilangkan dan membandingkan secara konstan data hasil materi diskusi internal tim pengurus dengan testimoni jujur dari peserta kajian, kemudian mencocokkannya dengan narasi *digital branding* yang ditampilkan pada akun Instagram Himmah. Sementara itu, triangulasi metode diimplementasikan dengan memverifikasi keselarasan antara data lisan dari sesi wawancara dengan hasil catatan observasi partisipatif langsung di lapangan, guna memastikan apakah pola interaksi dan duduk melingkar yang diceritakan informan benar-benar terwujud secara konsisten dalam dinamika fisik kajian aktual di dalam rumah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Ruang Dakwah Gen Z pada Komunitas Himmah

Transformasi ruang dakwah yang inklusif, kreatif, dan berbasis komunitas seperti yang diwujudkan Himmah sejatinya memiliki landasan normatif yang kuat dalam Al-Qur'an. Pertama, Allah Swt. berfirman dalam QS. An-Nahl [16]: 125:

أَدْخِ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”

Ayat ini menegaskan bahwa dakwah yang efektif tidak harus bersifat instruktif dan kaku, melainkan dapat diwujudkan melalui pendekatan yang bijaksana, empatik, dan kontekstual sesuai kondisi audiens yang disasar, sebagaimana dipraktikkan Himmah melalui kajian berskala intim dengan suasana hangat dan dialogis. Kedua, QS. Al-Hujurat [49]: 10:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah antara kedua saudaramu (yang berselisih) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu mendapat rahmat.”

Ayat ini menjadi landasan teologis bagi orientasi komunitas Himmah dalam membangun *space of belonging* yang didasarkan pada ukhuwah islamiyah yang tulus, melampaui sekadar pertemuan formal dan mewujudkan dalam relasi persaudaraan yang hangat dan saling mendukung antaranggota komunitas.

Transformasi ruang dakwah yang ditunjukkan oleh Himmah berakar dari proses pembentukan yang bersifat organik dan informal, jauh berbeda dengan pola pembentukan lembaga dakwah konvensional yang umumnya digagas oleh figur otoritatif tunggal. Komunitas ini lahir dari obrolan santai sekelompok teman dalam satu *circle* pertemanan, di mana nama “Himmah” terinspirasi dari istilah yang kerap disampaikan oleh seorang ustaz dalam pengajiannya. Pemilihan nama ini bukan sekadar simbolisasi semata, melainkan merefleksikan semangat kesungguhan (*himmah*) yang dianggap relevan untuk merepresentasikan berbagai aspek kehidupan beragama generasi muda. Himmah tidak dibangun sebagai lembaga formal yang bertumpu pada satu figur otoritatif. Himmah tumbuh dari kedekatan sosial antaranggota.

Hal ini semakin tergambar jelas melalui rumusan visi dan misi Himmah yang secara eksplisit menolak dikotomi antara ruang keimanan dan ruang kreativitas. Visi komunitas ini diarahkan untuk menjadi ruang utama (*top-of-mind*) bagi generasi muda Muslim yang mendambakan pengalaman beragama yang mendalam, kreatif, dan relevan secara budaya tanpa mengorbankan kedalaman spiritual. Empat misi utama yang dirumuskan, yaitu mengintegrasikan keimanan dan kreativitas, menciptakan ruang kepemilikan bersama, mendorong transformasi yang lembut dan konsisten, serta bertumbuh sebagai kolektif kreatif, menunjukkan adanya pergeseran paradigma dari dakwah yang bersifat instruktif menuju dakwah yang bersifat kolaboratif dan partisipatif. Pola transformasi semacam ini sejalan dengan temuan mengenai pemanfaatan platform digital dalam dakwah berbasis komunitas Gen Z, yang menegaskan bahwa pendekatan kreatif dan diskusi tematik mampu memperkuat identitas keislaman generasi muda sekaligus membentuk ekosistem dakwah yang inklusif (Wahidin dan Muhammad Hidayatullah, 2026).

Pada aspek kelembagaan, Himmah memperlihatkan struktur tim yang minimalis

namun terorganisasi dengan pembagian peran yang jelas. Tim inti yang berjumlah lima orang ini terdiri atas Inaya dan Aca yang menangani desain dan konsep, Shafa sebagai koordinator keuangan dan *ticketing*, Zahra yang bertanggung jawab atas koordinasi lapangan dan konsumsi, serta Fa sebagai manajer proyek secara keseluruhan. Struktur yang ramping ini berimplikasi langsung pada cara komunitas memproduksi acara. Tim dapat mengkurasi ruang, alur, dan identitas visual secara konsisten, sekaligus memperkecil jarak simbolik antara pengelola dan peserta sehingga interaksi bergerak ke pola yang lebih setara. Himmah menunjukkan ciri kolektif kreatif yang menyatukan desainer, penulis, dan praktisi budaya dalam satu poros spiritual yang sama, sehingga ruang kajian, desain, kuliner, dan refleksi tidak lagi dipisahkan dari praktik keislaman.

Mekanisme partisipasi dalam kajian yang diadakan Himmah juga berubah seiring berjalannya waktu. Pada tahap awal, peserta datang melalui rekomendasi pertemanan. Setelah minat meningkat, Himmah mulai membuka pendaftaran daring melalui tautan *website*. Perubahan ini menunjukkan pengelolaan akses yang lebih sistematis dan terukur. Gerbang partisipasi pun tidak berhenti pada tautan pendaftaran, Himmah memakai Instagram sebagai perangkat utama untuk menjangkau calon peserta. Pendiri menyatakan pemasaran berjalan secara personal dan melalui media sosial, tim bekerja sama mengembangkan konten yang menarik dan estetik untuk menarik perhatian audiens baru. Identitas visual komunitas tampil konsisten melalui pilihan palet warna *earth tone*, tipografi yang tertata, dan narasi unggahan yang personal. Pola transformasi mekanisme partisipasi semacam ini menegaskan pentingnya memahami religiositas dan budaya digital Gen Z, mengingat kualitas informasi di media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan keterlibatan mereka dalam aktivitas komunitas keagamaan.

Identitas visual Himmah pada media sosial Instagram mereka menunjukkan konsistensi estetika melalui penggunaan warna *earth tone*, tipografi sederhana, dan gaya bahasa personal. Tampilan ini menjadi representasi visual paling komprehensif dari ragam program Himmah, sekaligus menunjukkan konsistensi estetika *earth tone* yang menjadi identitas khas komunitas yang tidak hanya berfungsi sebagai elemen visual, tetapi sebagai strategi branding yang membangun kepercayaan dan menyaring audiens yang memiliki kesesuaian nilai. Dengan demikian, dakwah dimulai dari ruang digital sebagai pintu masuk sebelum berlanjut ke ruang fisik. Secara analitis, estetika visual tidak berfungsi sebagai pelengkap. Estetika membentuk identitas komunitas dan mengarahkan ekspektasi audiens tentang gaya kajian, tema, dan atmosfer ruang. Audiens yang cocok dengan identitas tersebut akan cenderung hadir. Dalam logika ini, *digital branding* bekerja sebagai filter partisipasi yang halus. Pola ini relevan dengan karakter generasi Z yang menilai kredibilitas komunitas melalui kualitas informasi dan presentasi digital. Dengan demikian, Himmah memulai dakwah dari pembentukan identitas dan kepercayaan di ruang digital sebelum berlanjut ke ruang fisik dengan kurasi identitas visual yang konsisten di kanal digital, dan juga pengelolaan partisipasi melalui sistem pendaftaran daring.

Strategi Inklusivitas dalam Program dan Ruang Partisipasi Himmah

Strategi inklusivitas Himmah pertama-tama tercermin dari desain ruang kajian yang sengaja dirancang dalam skala intim dan terbatas. Konsep ini bukan keterbatasan struktural semata, melainkan pilihan strategis agar materi yang disampaikan dapat lebih terdengar dan diskusi terasa lebih dekat serta hangat antara narasumber dan peserta. Pembatasan jumlah peserta per sesi secara sengaja mempertahankan kualitas interaksi, berbeda dengan model dakwah konvensional yang cenderung mengejar kuantitas jemaah.

Pada ranah spasial, Himmah mentransformasikan ruang domestik (rumah) menjadi

ruang dakwah yang setara dan terbuka. Tata ruang tanpa panggung, dengan posisi duduk lesehan dan jarak dekat antara narasumber dan peserta, menghilangkan hierarki simbolik yang umum ditemukan dalam dakwah konvensional. Hal ini menciptakan suasana dialogis yang mendorong partisipasi aktif. Ruang keluarga yang dipakai juga terhubung dengan area belakang dan dapur. Keterhubungan ini menjelaskan mengapa transisi dari sesi kajian ke sesi makan berlangsung tanpa memutus suasana. Secara analitis, pemilihan ruang rumah memperlihatkan transformasi fungsi ruang fisik: Himmah mengubah rumah menjadi ruang pembelajaran dan ruang interaksi yang lebih horizontal.

Desain ini memendekkan jarak psikologis, memperkuat partisipasi, dan memfasilitasi pertanyaan serta diskusi. Dengan demikian, jawaban atas pertanyaan penelitian kedua, temuan menunjukkan bahwa Himmah tidak sekadar memindahkan kajian ke rumah. Himmah memakai ruang rumah sebagai perangkat untuk mengubah cara dakwah berlangsung. Ruang yang dekat, tanpa panggung, dan dengan moderasi yang terkelola mendorong relasi yang lebih setara dan terbuka. Selain kajian formal, Himmah juga mengembangkan format interaksi pascakajian melalui sesi kelas terbuka (*open session*) dan *open table* kuliner yang dirancang langsung oleh anggota tim, menjadikan pengalaman beragama sebagai pengalaman multisensorik. Pola ini menunjukkan bahwa komunitas merancang pengalaman acara, bukan sekadar menyusun materi. Data peserta memperlihatkan bahwa fase pascakajian menjadi elemen kunci pembentukan relasi Peserta menjelaskan bahwa sesi makan dan obrolan santai setelah kajian membantu mencairkan suasana.

Sesi ini memudahkan pertanyaan yang tidak tersampaikan dalam forum formal, juga memperluas jejaring pertemanan. Dalam konteks ini, juga berfungsi sebagai ruang transisi dari hadir sebagai peserta menuju perasaan menjadi bagian dari komunitas. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana Himmah secara kreatif mencairkan batas antara kajian intelektual, refleksi spiritual, dan pengalaman kuliner dalam satu rangkaian acara, sebuah pendekatan dakwah yang kontekstual dan partisipatif sebagaimana ditegaskan dalam kajian mengenai optimalisasi manajemen dakwah berbasis komunitas melalui pendekatan psikologi dakwah yang empatik dan dialogis. Pada titik ini, *space of belonging* tidak dibuktikan melalui klaim umum tentang inklusivitas, melainkan melalui tiga mekanisme yang dapat diamati berdasarkan Alur acara yang konsisten, mulai dari kajian, lalu dilanjutkan dengan *sharing session* berupa *open table*. Alur ini menyediakan ruang formal untuk materi dan ruang informal untuk menjalin relasi. Kemudian, aktivitas makan sebagai perangkat sosial dimana para peserta berkumpul untuk makan bersama sehingga menurunkan jarak sosial dan mempercepat percakapan antarpeserta. Selain itu, skala ruang dan kedekatan fisik yang disusun duduk berdekatan membuat peserta lebih mudah berinteraksi dan membangun lingkaran sosial baru. Satu kutipan peserta mengunci argumen ini:

"Momen makan dan ngobrol santai setelah kajian itu kita sambil sharing session. Di situ, kita bisa dapat teman baru dan circle yang positif. Karena konsepnya intimate, jadi kita sangat berdekatan ngobrol satu sama lain."

Di sisi lain, peserta menilai gaya penyampaian narasumber di Himmah tidak berbentuk ceramah kaku. Peserta menggambarkan keseimbangan antara penjelasan materi yang terstruktur dan sesi berbagi yang dialogis: narasumber menjelaskan materi terlebih dahulu, lalu membuka ruang *sharing*. Format ruang rumah dan skala kecil akan kehilangan fungsinya jika gaya komunikasi tetap satu arah. Konsep yang dibentuk oleh Himmah, dengan menggunakan gaya penyampaian narasumber yang selaras dengan desain ruang dan alur acara, sehingga hal ini menjaga kedalaman materi sekaligus membuka ruang respons personal (Innayati, 2026).

Hasil temuan menunjukkan bahwa transformasi ruang dakwah Generasi Z pada Himmah dapat dipahami melalui beberapa jalur yang saling menopang. *Pertama*, Himmah membangun gerbang partisipasi melalui *digital branding* dan kurasi estetika visual. *Kedua*, komunitas mengubah dakwah satu arah menjadi dialog-partisipatif, sehingga peserta tidak hanya mendengar, tetapi juga terlibat aktif dalam satu diskusi. *Ketiga*, relasi dakwah melalui pemanfaatan ruang rumah yang intim, pengaturan lesehan tanpa panggung, dan penempatan narasumber yang dekat dengan peserta, sebagai ruang yang lebih cair dan humanis. *Keempat*, otoritas tunggal yang biasa digunakan oleh dakwah konvensional, bertransformasi menjadi narasumber yang diundang secara kolektif, program acara kajian tidak bergantung pada satu da'i saja, melainkan pengelolaan bersama yang kreatif, sehingga peserta (Gen Z) tidak merasa bosan. *Kelima*, komunitas membangun *space of belonging* melalui *open table* dan *tea time* yang menyediakan ruang percakapan pascakajian sekaligus memperluas jejaring sosial peserta. Kombinasi beberapa jalur tersebut menjelaskan bagaimana Himmah merekonstruksi model dakwah konvensional menjadi praktik yang lebih partisipatif, setara, dan relevan bagi generasi Z urban.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi ruang dakwah pada Komunitas Himmah tidak hanya terjadi pada media dan ruang, tetapi juga pada paradigma penyampaian. Dakwah mengalami pergeseran dari model konvensional yang formal, hierarkis, dan satu arah menuju model yang partisipatif, inklusif dan berbasis pengalaman. Transformasi tersebut terwujud dalam tiga strategi adaptasi utama yang saling mendukung. *Pertama*, kurasi estetika visual dan *digital branding* di media sosial difungsikan sebagai gerbang partisipasi yang berfungsi sebagai pintu masuk anak Gen Z terhadap dakwah keagamaan yang selama ini terkesan kaku dan formal. *Kedua*, pemilihan ruang rumah dengan duduk di lantai tanpa mimbar mengubah posisi penceramah dari yang sebelumnya bersifat satu arah dan berjarak, menjadi lebih terbuka dan setara. *Ketiga*, integrasi sosial melalui sesi *open table* dan diskusi santai pascakajian terbukti bekerja sebagai mekanisme inkubasi sosial yang mentransformasi peserta yang awalnya asing menjadi sebuah lingkup pertemanan dan relasi yang memiliki *space of belonging* yang aman dan inklusif.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur sosiologi agama dan komunikasi dakwah kontemporer dengan menegaskan bahwa estetika digital dan modifikasi ruang berskala mikro merupakan komponen struktural, bukan sekadar elemen pelengkap, dalam ekosistem keberagamaan pemuda urban. Penelitian ini mengisi celah studi terdahulu—yang umumnya hanya berfokus pada analisis konten dakwah di ruang digital—dengan membuktikan bagaimana keberhasilan dakwah Gen Z sangat ditentukan oleh integrasi keluwesan identitas digital ke dalam rekayasa interaksi fisik dan tata ruang di dunia nyata.

Secara praktis, temuan ini membawa implikasi strategis bagi para penggerak komunitas dakwah urban maupun lembaga keagamaan arus utama. Untuk menjangkau generasi muda perkotaan yang rentan terhadap alienasi sosial, penyelenggara dakwah perlu mereduksi formalitas institusional, dan menggunakan pendekatan pola komunikasi yang relevan dengan budaya mereka, serta memberikan porsi yang lebih besar pada penyediaan ruang interaksi informal tanpa kesan menggurui.

Namun, penelitian ini tetap memiliki keterbatasan karena hanya berpusat pada satu studi kasus komunitas tunggal di satu wilayah metropolitan, sehingga hasilnya memiliki keterbatasan transferabilitas jika diterapkan pada lanskap dakwah di wilayah sub-urban atau perdesaan. Selain itu, rentang observasi yang terbatas berpotensi belum mampu memuat

seberapa kuat nilai komunitas dalam menghadapi perubahan tren kultural jangka panjang. Oleh karena itu, riset lanjutan disarankan untuk melakukan studi komparatif dengan melibatkan beragam model komunitas keagamaan kreatif lintas kota. Pendekatan longitudinal juga direkomendasikan untuk mengukur sejauh mana dampak transformasi ruang dakwah ini bertahan dalam memperkuat identitas spiritual dan modal sosial Generasi Z secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyatul, Nur Arifah, Sofiatun Naqmal, Bintang Mahesa Jenar, dan Ali Hasan Sswanto. "Transformasi Hakikat Dakwah: Dari Komunitas Tradisional Ke Masyarakat Multikultural." *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara* 1, no. 6 (2025): 725–33. <https://doi.org/10.59435/menulis.v1i6.421>.
- Balon, Richard. "An Explanation of Generations and Generational Changes." *Academic Psychiatry* 48, no. 3 (2024): 280–82. <https://doi.org/10.1007/s40596-023-01921-3>.
- Braun, Virginia, dan Victoria Clarke. *Successful Qualitative Research: A Practical Guide for Beginners*. First published. SAGE, 2013.
- Choirin, Muhammad, Arik Dwijayanto, Laila Yumna, dan Yusuf Ahmed Muaz. "Nurturing Moderate Islam: Strategic Da'wah Communication in The Digital Era for Generation Z." *International Journal Ihya' 'Ulum al-Din* 26, no. 1 (2024): 108–18. <https://doi.org/10.21580/ihya.26.1.20008>.
- Creswell, John W., dan J. David Creswell. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Edisi ke-6. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2023.
- Dimock, Michael. *Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins*. t.t.
- Epafras, Leonard, Hendrikus Kaunang, Maksimilianus Jemali, dan Vania Setyono. "Transitional Religiosity: The Religion of Generation Z." Conf. paper presented pada Proceedings of the 3rd International Symposium on Religious Life, ISRL 2020, 2-5 November 2020, Bogor, Indonesia. *Proceedings of the 3rd International Symposium on Religious Life, ISRL 2020, 2-5 November 2020, Bogor, Indonesia*, 2021. <https://doi.org/10.4108/eai.2-11-2020.2305063>.
- Innayati, Early Maghfiroh. "Optimalisasi Manajemen Dakwah Berbasis Komunitas: Pendekatan Psikologi Dakwah Dalam Meningkatkan Partisipasi Generasi Z." *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research* 4, no. 2 (2026): 436–52. <https://doi.org/10.69693/ijim.v4i2.498>.
- Izza, Devina dan Syafi'in Mansyur. "Peran Media Sosial Terhadap Perubahan Identitas Keagamaan dan Praktik Keberagaman pada Generasi Z di Indonesia." Articles. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 5, no. 3 (2026): 341–53. <https://doi.org/10.56799/jim.v5i3.13890>.
- Muhammad Alfito Deanoza H., Nindya Alya Ramiza U, Nasywa Annisi Lillah, dan Abdul Fadhil. *Peran Dakwah Digital dalam Menanamkan Kesadaran Beragama bagi Remaja Generasi Z*. 2, no. 1 (2025). <https://doi.org/https://doi.org/10.59841/miftahulilmi.v2i1.31>.
- Rahmawati, Siti Sofiah, Muhammad Miftahur Rahmat Isnaini, dan Canra Krisna Jaya. "Peran Podcast Dalam Meningkatkan Aksesibilitas Informasi Keagamaan Di Kalangan Gen Z." *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah* 2, no. 6 (2024): 31–43. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i6.1748>.
- Robbilizzah, Gadis Abidah. "MODEL DAKWAH DIGITAL INOVATIF: PERAN KOMUNITAS @MUSLIMSUPPORTMUSLIM DALAM MEMBANGUN

- MOTIVASI IBADAH GENERASI Z.” *Bayan lin-Naas : Jurnal Dakwah Islam* 9, no. 2 (2025): 15–28. <https://doi.org/10.28944/bayanlin-naas.v9i2.2317>.
- Saputri, Arini, Rahmad Solling Hamid, dan Putri Dewintari. “Political involvement of Muslim Gen Z: the role of social media, digital culture and religiosity.” *Journal of Islamic Marketing* 17, no. 7 (2025): 2445–68. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2025-0032>.
- Sari, Hijrayanti, Mahmuddin Mahmuddin, dan Firdaus Muhammad. “Transformasi Dakwah Di Era Digital: Tantangan Dan Pendekatan Efektif Bagi Generasi Z Indonesia.” *CENDEKIA : Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah* 3, no. 1 (2026): 28–34. <https://doi.org/10.62335/cendekia.v3i1.2194>.
- Umdatul Hasanah dan Fahma Islami. “Gerakan Dakwah Komunitas Hijrah pada Kaum Muda di Banten: Kaderisasi, Agensi, dan Otorisasi.” *Articles. Jurnal Komunikasi Islam* 13, no. 01 (2023): 206–31. <https://doi.org/10.15642/jki.2023.13.01.206-231>.
- Virga, Rika Lusri, Noor Afy Shovmayanti, Rahmawati Mohd Yusoff, dan Naili Rosa. “YUK NGAJI: DIGITALIZATION OF GENERATION Z’S RELIGIOUS ACTIVITIES ON INSTAGRAM ACCOUNT.” *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 10, no. 1 (2025): 149–84. <https://doi.org/10.22515/albalagh.v10i1.11024>.
- Wahidin, Wahidin, dan Muhammad Hidayatullah. “Transformasi Dakwah Di Era Digital: Analisis Strategi Komunitas Shift Pemuda Hijrah Dalam Membangun Ekosistem Dakwah Online Yang Berkelanjutan.” *Indonesian Journal of Dakwah and Communication* 1, no. 1 (2026): 1–15. <https://doi.org/10.70742/nahdah.v1i1.1050>.