

DAKWAH DIGITAL UNTUK GENERASI MILENIAL

Puput Puji Lestari

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

E-mail: puputlestari@gmail.com

Abstract

Technology influences people's lives today, particularly to the rise of global culture and instantaneous lifestyles. Technological developments also influence the da'wah model by which morality among millennial generation grows along with their process of selves identity seeking. Through the development of technology, it is undeniable that contents of radicalism, extremism can spread and is able to enter all aspects of live. This study aims to answer the query of how religion is understood and practiced by the millennial generation and how da'wah can be carried out in the millennial era. This research uses a descriptive qualitative approach, through in-depth interviews with several informants who have been determined based on purposive sampling. The study found that religion can be interpreted as a way of life so able to prevent its adherent from mistake.

Keywords: *Religion, Da'wah Method, Millennial Generation, Millennial Da'wah.*

Perkembangan teknologi melahirkan fenomena menarik dalam kehidupan masyarakat saat ini yaitu maraknya budaya global dan gaya hidup serba instan. Perkembangan teknologi mengakibatkan model dakwah semakin berkembang pesat dan dinamis dan dapat berpengaruh pada akhlak, moral generasi milenial yang dimana mereka pada fase proses mencari jati diri. Dengan perkembangan teknologi tidak dapat dipungkiri bahwa konten-konten berbau radikalisme, ekstrimisme dapat dengan cepat menyebar dan mampu memasuki semua lini. Studi ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara agama dipahami dan dipraktikkan oleh generasi milenial dan bagaimana caranya dakwah dapat dilakukan di era milenial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, melalui wawancara mendalam (in depth interview) dari beberapa informan yang telah ditentukan berdasarkan purposive

sampling hasil studi menunjukkan bahwa agama dapat dimaknai sebagai pedoman hidup agar tidak melakukan kekacauan.

Kata Kunci : *Agama, Metode Dakwah, Generasi Milenial, Dakwah Milenial.*

A. Pendahuluan

Islam adalah agama yang “*rahmatan lil alamin*”. *Rahmatan lil alamin* sebagai bentuk rahmat dan rasa kasih sayang Allah SWT, karunia dan nikmat yang diberikan kepada makhluknya di seluruh alam semesta. Di dalamnya menjunjung tinggi hak-hak asasi manusia, menjaga hak binatang dan tumbuh-tumbuhan . Islam *rahmatan lil ‘alamin* sebagai konsep dasar dalam agama Islam, akan memunculkan kembali keindahan Islam yang sudah lama meredup. Rahmat ini adalah milik Allah dan diturunkan melalui Islam untuk dinikmati secara bersama – sama. Sehingga Islam harus disebarluaskan kepada umat manusia agar dapat dirasakan hikmahnya bersama-sama. Sebagai umat islam jika kita memiliki sebuah ilmu, jangan sampai hanya diamalkan untuk kehidupan sendiri, tetapi harus disampaikan kepada orang lain. Seperti yang ketahui tentang hadits “*Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat*” (HR. Bukhari) sebagai muslim yang beriman, kita diwajibkan untuk menyampaikan dakwah walaupun hanya satu ayat.

Dakwah adalah segala aktivitas yang bertujuan untuk mengajak orang (masyarakat) kepada kebaikan dan melarang kepada kejahatan, baik secara lisan, tulisan, lukisan, maupun perbuatan dengan metode dan media yang sesuai dengan prinsip Islam dengan tujuan mencapai kebahagiaan manusia di dunia dan di akhirat. Secara historis dapat diketahui bahwa proses Islamisasi di nusantara terjadi karena aktivitas dakwah. Tanpa usaha yang dilakukan oleh para dai, maka rasanya tidak mungkin akan terjadi ke pengantar terbesar umat Islam di Indonesia sebagaimana yang kita ketahui sekarang.

Dakwah Islam memiliki dua tantangan sekaligus. Pertama adalah tantangan keilmuan dakwah yang hingga sekarang belum tampak perkembangannya yang menggembirakan. Ilmu dakwah tampak stagnan dalam tataran pengembangan keilmuannya. Jika mengacu pada dimensi pengembangan keilmuan tersebut pada tulisan-tulisan ilmu

dakwah yang sangat menonjol, maka rasanya tidak kita jumpai karya akademis outstanding tentang dakwah tersebut. Kedua, problem atau tantangan praksis dakwah. Harus kita akui bahwa dakwah bil lisan memang mendominasi terhadap percaturan dakwah di Indonesia. Ada banyak tokoh yang mengembangkan dakwah *bil lisan* ini. Baik dakwah bil lisan yang dilakukan melalui aktivitas bertajuk dakwah atau yang berupa sisipan dakwah dalam acara-acara yang khusus, misalnya peristiwa pernikahan, khitanan, jumatan, atau lainnya

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi memasuki dunia Islam, terutama sesudah pembukaan abad kesembilan belas, yang dalam sejarah Islam dipandang sebagai permulaan periode modern. Kontak dengan dunia Barat selanjutnya membawa ide-ide baru ke dunia Islam seperti rasionalisme, nasionalisme, demokrasi, dan sebagainya. Semua ini menimbulkan persoalan-persoalan baru, dan pemimpin-pemimpin Islam pun mulai memikirkan cara mengatasi persoalan-persoalan baru itu. Di dalam Islam juga timbul pikiran dan gerakan untuk menyesuaikan faham-faham keagamaan Islam dengan perkembangan baru yang ditimbulkan ilmu pengetahuan dan teknologi modern itu. Dengan jalan demikian, pemimpin-pemimpin Islam modern mengharap akan dapat melepaskan umat Islam dari suasana kemunduran untuk selanjutnya dibawa kepada kemajuan.

Pada saat ini kita telah merasakan kemajuan teknologi yang dimaksud, yang serba dimudahkan dalam segala hal, banyak strategi, metode, dan media yang dapat kita gunakan untuk menyebarkan dakwah dengan mudah. Hadirnya media-media baru seperti surat kabar, majalah, sosial media, jurnal, film, televisi, radio, lukisan, iklan, lagu, dan sebagainya mempercepat penyebaran aktivitas dan materi dakwah. Berbeda ketika pada zaman Rasulullah dan sahabat media dakwah sangat terbatas, hanya berkisar pada dakwah qauliyah bi al-lisan dan dakwah fi'liyah bi al-uswah ditambah dengan media penggunaan surat (*rasail*).¹

Namun adapula yang masih menggunakan metode ceramah, misalnya dilingkungan pesantren para santri-santri di bekal *public speaking* dalam kegiatan *muhadhoroh* dengan materi-materi yang

¹ Julis Suriani, "Komunikasi Dakwah Di Era Cyber," *Jurnal An-nida': Jurnal Pemikiran Islam* 41, no. 2 (2017): 252–265.

diperoleh dari kiai atau ustadz. Hal tersebut, dimaksudkan untuk melatih ketrampilan berbicara di masyarakat dan menyampaikan gagasan-gagasan tentang agama.² Semua hal yang menyakut dakwah akan memiliki nilai positif. Dengan berdakwah berarti kita ikut membantu menyebarkan nilai-nilai toleran dan moderat yang dibawa oleh Nabi untuk disebarluaskan kepada umatnya.

Tetapi, apabila dakwah dilakukan dengan metode yang tidak sesuai dan isi dakwah yang disampaikan ambigu, maka akan membuat kesalahan pemahaman atau salah persepsi yang dapat merujuk pada kekerasan, pemaksaan, atau melanggar nilai-nilai kemanusiaan maka kemuliaannya menjadi tidak berarti. Kelamaan akan berimbas pada generasi muda atau generasi millenial penerus bangsa yang lahir dalam rentang 25 tahun terakhir, karena tumbuh dan besar dalam dominasi budaya digital yang erat bersinggungan dengan penyebaran pola konsumsi dan gaya hidup serba instan.³ Apalagi sampai dihadapkan dengan munculnya radikalisme, terorisme, atau ekstremisme.

Beberapa konflik yang berasal dari metode dakwah yang salah yaitu tersebarnya video mahasiswa IPB yang mendeklarasikan khilafah, bahwa sistem pemerintahan yang relevan dengan Indonesia ialah sistem khilafah yang berlandaskan asas Islam. Pemikiran itu, menimbulkan pendapat tentang haramnya memilih pemimpin yang beragama non-Islam. Seperti kasus pemilihan Gubernur DKI Jakarta.⁴

Peristiwa tersebut merupakan sebagian kecil dari kesalahan dalam berdakwah, yang pada mulanya ditujukan agar masyarakat yang beragama Islam dapat menjalankan aktivitas keagamaan sesuai dengan syariat, namun pada realitanya justru menimbulkan kontroversi. Kemungkinan penyebabnya yaitu kurangnya pemahaman dan pengalaman ajaran Islam, cara komunikasi yang salah, banyaknya pihak yang memanfaatkan keadaan dengan menyebarkan berita palsu (hoax), modal ekonomi dan sosial yang rendah dan sebagainya.

² Ayu Kristina, *Membumikan Nalar Kritis Akademis*, ed. Gandhang Khandiridho and David Zinudin, 1st ed. (Yogyakarta: UD Ruang Desain, 2017).

³ Usfiyatul Marfu'ah, "Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural," *Islamic Communication Journal* 2, no. 2 (2017): 147-161.

⁴ Sitti Muthmainah, "Peran Dakwah Dalam Mengatasi Konflik-Konflik Sosial Masa Kini," *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, no. 2 (2014): 245-257.

Apabila hal itu dibiarkan terus menerus, akan berakibat pada munculnya gerakan-gerakan baru yang berdakwah seakan-akan mengatasnamakan Islam, dan berpotensi merusak moral generasi muda melalui penanaman ideologi-ideologi yang mengarah pada bentuk-bentuk ekstrimisme, radikalisme, dan terorisme serta menimbulkan bangsa Indonesia terpecah belah. Selain itu, banyaknya informasi, apabila informan tidak memilah dan menanggapi secara obyektif, akan menambah konflik dalam berdakwah dan juga banyaknya pihak-pihak yang sering memanfaatkan keadaan yang biasanya menyebarkan berita palsu dan *hoax* juga menghasut dengan cara memotong dakwah yang kita sampaikan sehingga menimbulkan banyak persepsi yang dapat memicu terpecahnya umat muslim.

Salah satu solusinya yaitu metode dakwah bi al-lisan seperti metode dakwah ceramah, yaitu mengadakan pembinaan secara melingkar (*halaqah*) yang membahas tentang kitab Ta'lim muta'alim dan Syarah Rasmul Bayan Tarbiyah sesuai dengan adab dan akidah. Selain itu, metode dakwah diskusi, menggunakan model *informal debate* dengan metode *brainstorming* untuk berpikir dan menemukan jawabannya sendiri. Kemudian, metode dakwah konseling, *da'iyah khoiriyah* menggunakan teknik non-direktif, berdakwah dengan mengerti dan memahami kondisi para remaja binaannya, tujuannya yaitu mampu menyelesaikan masalah yang dihadapi.⁵

Dengan demikian, berarti dakwah di era modern adalah dakwah yang pelaksanaannya disesuaikan dengan kondisi dan keadaan masyarakat modern, baik dari segi materi, metode, dan media yang akan digunakan. Untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif di era milenial maka Juru dakwah sebaiknya adalah orang yang memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, menyampaikan materi atau isi pesan dakwah yang aktual, dengan menggunakan metode yang tepat dan relevan dengan kondisi masyarakat modern, serta menggunakan media komunikasi yang sesuai dengan kondisi dan kemajuan masyarakat modern yang dihadapinya.

Munculnya komunitas dakwah Islam generasi millennial juga menjadi solusi dalam dakwah, apalagi jika bersamaan dengan ustad atau

⁵ Akhmad Sukardi, "Metode Dakwah Dalam Mengatasi Problematika Remaja," *Al-Munzir* 9, no. 1 (2016): 12-28.

ustadzah yang di gandrungi generasi milenial, serta materi-materi yang disampaikan sesuai dengan fenomena yang sedang terjadi saat ini, maka dapat membuat generasi millennial tertarik. Seperti adanya komunitas kajian Islam, yang menjadi salah satu jawaban dari tantangan generasi milenial memahami isi, mengimplementasikan dan menyampaikan dakwah sesuai dengan kondisi masyarakat dan fenomena yang sedang terjadi. Maka, akan menjadi penting apabila kita dapat mengetahui bagaimana agama dipahami dan dipraktikkan oleh generasi milenial? Dan bagaimana dakwah dilakukan di era milenial?.

Judul jurnal ini memiliki kemiripan dengan jurnal-jurnal lain yang telah ditulis oleh beberapa penulis sebelumnya yang membahas tentang Dakwah Digital Untuk Era Milenial, jurnal tersebut antara lain : pertama, "Dakwah Islam di Era Modern" ditulis oleh Zulkarnain. Isi dari jurnal ini ialah : Penjelasan tentang Modernisme, Dakwah, dan Ciri masyarakat modern . Dijelaskan bahwa dakwah yang pelaksanaannya harus disesuaikan dengan kondisi dan keadaan masyarakat modern, baik dari segi materi, metode, dan media yang akan digunakan.

Kedua, "Dakwah Islam Di Era Milenial" ditulis oleh Abdul Ghofur. Isi dari jurnal ini ialah : Memposisikan dakwah sebagai ilmu yang perlu dikembangkan dan dievaluasi, mengembangkan kemampuan da'i, pemanfaatan maksimal teknologi sebagai media dakwah, pentingnya da'i menggunakan prinsip "khair al-nas anfa'uhum li al-nas".

Ketiga, "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial" ditulis oleh Muhammad Habibi. Isi dari jurnal ini ialah : Pengoptimalan dakwah melalui media sosial , da'i dituntut paham teknologi demi menjangkau mad'u secara luas.

B. Pembahasan

1. Dakwah

Dakwah secara etimologi berasal dari kata daa'a dari Bahasa arab berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong, dan memohon.⁶ Secara terminologi dakwah adalah ajakan, baik berbentuk

⁶ Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000), 1.

lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar timbul dalam dirinya satu pengertian, kesadaran sikap penghayatan serta pengalaman terhadap pengajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya tanpa adanya unsur paksaan.⁷

Kegiatan dakwah ini antara lain berdasarkan pada Al-Quran surah An-Nahl ayat 125 “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.

Ada beberapa unsur atau komponen dalam dakwah. Pertama, da'i atau subjek dakwah dai adalah pelaksanaan kegiatan dakwah, baik secara perorangan individual maupun secara bersama-sama secara terorganisasi. Setiap pribadi muslim sesungguhnya adalah dai yang berkewajiban menyampaikan ajaran islam, walaupun yang disampaikan hanya satu ayat, sebagaimana pesan Nabi dalam haditsnya. Sedangkan untuk menjadi profesional yang dapat memberi solusi sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman harus memenuhi kriteria tertentu, yaitu: Mendalami Al-Quran dan hadits, memahami kondisi mad'u, berani mengungkap kebenaran, ikhlas melaksanakan tugas dakwah tanpa tergiur nikmat materi yang hanya bersifat sementara, satu kata dengan perbuatan, serta jauh dari hal-hal yang dapat menjatuhkan harga diri.

Unsur kedua dari dakwah adalah mad'u, objek atau sasaran dakwah. Mad'u adalah penerima dakwah baik secara individu maupun kelompok, muslim maupun non muslim.⁸ Ketiga, metode dakwah, metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang digunakan da'i dalam menyampaikan pesan dakwah. Pesan sakwah akan diterima dengan baik apabila menggunakan metode yang tepat dan disesuaikan dengan karakteristik mad'u.

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk berdakwah, yaitu menyampaikan secara lisan (langsung), tulisan (bi al-qalam), perbuatan (haal), home visit (silaturrahim), infiltrasi (sisipaan), drama

⁷ Arifin, Psikologi Dakwah Islam, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), 6.

⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 87.

dan sebagainya. Keempat, materi dakwah (maddah), materi dakwah berisi pesan-pesan ajaran islam agar diketahui, dipahami, dan diamalkan sebagai pedoman hidup.⁹ Secara unum, materi dakwah dapat diklasifikasi menjadi tiga topik pokok, yaitu tentang akidah, syari'ah, dan akhlak yang semuanya bersumber pada Al-Quran dan hadits. Kelima, media (wasilah), untuk sampainya pesan kepada mad'u dibutuhkan media yang sesuai dengan situasi dan kondisi. Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah. Ada beberapa bentuk media yang biasa digunakan, antara lain: Media lisan (langsung), tulisan (cetak), elektronik (audio, visual), dan yang terbaru adalah new media (internet).

2. Media Sosial

Media sosial adalah aplikasi berbasis internet (media online) yang penggunaanya bisa membuat web page pribadi, kemudian dapat saling terhubung berbagi informasi dan berkomunikasi. Blog dan jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis wes yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Media sosial memiliki ciri-ciri antara lain: pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui gate keeper, pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat disbanding media lainnya dan penerima pesa yang menentukan waktu interaksi.

Perkembangan media sosial kini semakin pesat. Hampir setiap orang memiliki akun media sosial. Hal ini karena media sosial dapat diakses kapanpun dan dimanapun tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Cukup menggunakan mobile phone yang dikoneksikan pada jaringan internet. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lai halnya dengan media sosial dengan jaringan intyernet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biasa besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa bantuan yang lain. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengdit, menambhkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya.

⁹ M. Aminudin Sanwar, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*, (Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, 1985), 74.

Media sosial adalah sarana yang dibuat untuk memudahkan interaksi sosial dan komunikasi dua arah. Dengan semua kemudahan yang diberikan oleh media sosial ini, penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain menjadi sangat mudah.¹⁰ Dengan demikian, media sosial adalah media online yang penggunaanya dapat saling berpartisipasi melalui blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual. Blog dan jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial digunakan untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu

Media sosial terbagi dalam beberapa jenis, yaitu: social networks (jejaring sosial), media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi seperti facebook:discuss media, media sosial yang memfasilitasi obrolan, share : media sosial yang memfasilitasi untuk saling berbagi file, video, music, publish seperti blog, social game, virtual world, livecast, livestream. Media sosial memungkinkan seseorang berkomunikasi satu sama lain dimanapun dan kapanpun tidak peduli seberapa jauh jarak antara mereka dan tidak peduli siang atau malam. Saat ini media sosial memiliki dampak besar terhadap kehidupan di zaman modern. Seseorang yang asalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sekejap dapat berubah “kecil” di melalui media sosial.

Gagasan McLuhan yang mengatakan bahwa “The medium is the message” merupakan terbukanya pintu dalam perkembangan teknologi termasuk di dalamnya adalah media sosial. Media sosial menjadi bagian dari perkembangan itu. Media dipandang sebagai perhiasan dari alat indra manusia, telepon merupakan perpanjangan telinga dan televise adalah perpanjangan mata, maka, dengan menggunakan media sosial manusia seperti saling berkomunikasi secara langsung.

Perkembangan media sosial saat ini tidak luput dari kecanggihan mobile phone. Bahkan mobile phone berupa smartphone menjadi kebutuhan pokok dalam berinteraksi satu sama lainnya, baik untuk

¹⁰ Cindy Rizal Putri Paramitha, “Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner”, *Tesis*, (Semarang: Fak. Ekonomi UNDIP, 2011), 17.

urusan pekerjaan, berdiskusi, dan sebagainya. Untuk mengakses media sosial pun murah dibandingkan dengan media elektronik, cetak, dan sejenisnya. Pengguna media sosial dapat mengaksesnya meski dengan jaringan internet yang koneksinya lambat.

3. Milenial

Milenial adalah sebutan satu generasi berdasarkan demografis dan disebut juga generasi Y. mereka terlahir pada saat revolusi teknologi informasi dan komunikasi serta jumlah populasinya yang cukup besar, yaitu 34 persen dari penduduk Indonesia. Umumnya, generasi milenial lahir dalam rentang tahun 1981 sampai 1994. Dengan demikian generasi ini adalah mereka yang berumur 15 sampai 35 tahun. Generasi ini sudah mengenal teknologi seperti computer, video, games, smartphone, dan ketergantungan dengan internet.

Generasi ini dikenal sangat ketergantungan dengan internet, senang menghabiskan hidupnya di jejaring media daring, dan selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi dan berkomunikasi dalam rangka pemanfaatan teknologi mutakhir untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Generasi ini melihat dunia, tidak secara langsung melainkan mereka berselancar di dunia maya. Mulai dari berkomunikasi, berbelanja online dan mendapatkan informasi dan kegiatan lainnya. Banyak dari kalangan milenial melakukan semua komunikasi melalui text messaging atau chatting dunia maya dengan membuat akun media sosial seperti twitter, facebook, line dan sebagainya.

4. Peran Media dalam Dakwah

Media berperan dalam sampainya pesan setidaknya dalam empat al, yaitu efektifitas, efisiensi, konkret, motivatif. Media mempermudah penyampaian informasi sebagai sarana untuk mempercepat sampainya informasi. Adapun penggunaan media dalam islam bertujuan untuk mempermudah penyampaian pesan-pesan agama supaya sampai kepada masyarakat luas lebih cepat secara bersamaan, melalui media komunikasi modern hal tersebut bisa dicapai lebih banyak dari pada komunikasi yang tidak bermedia (teknologi). Sementara itu, media bisa berperan dalam pembinaan umat, penyerapan ajaran islam bisa dengan mudah diperoleh, kemudian bisa merubah tingkah laku pemeluknya.

Pembentukan pandangan hidup dan karakter islam bisa dihubungkan dengan peran media komunikasi.¹¹

Dengan memaksimalkan media komunikasi dalam berdakwah, maka pesannya akan lebih cepat diterima oleh banyak orang. Selain itu pesan dakwah yang hendak disampaikan akan lebih cepat diterima. Tidak hanya itu, dakwah bermedia akan terlihat lebih menarik karena kecenderungan banyak orang yang menyukai perangkat teknologinya seperti ponsel cerdas. Maka dengan beberapa alasan tersebut, media sangat berperan dalam kegiatan penyampaian pesan dalam komunikasi. Dengan mengoptimalkan penggunaannya akan memaksimalkan kegiatan dakwah, apalagi jika ditinjau dengan teori media influence, bahwa media dapat memberikan pengaruh kepada individu secara langsung ataupun tidak langsung.

5. Metode Dakwah

Zaman dakwah Rasulullah, beliau membawa misi agamanya menggunakan berbagai macam metode, yaitu dakwah bahwa tanah, politik pemerintahan, surat menyurat, dan peperangan. Jika dikelompokkan, metode berpijak pada dua aktivitas yaitu tulisan dan badan atau lisan. Aktivitas lisan dalam menyampaikan pesan dapat berupa:

1. Pertama, metode ceramah. Metode yang dilakukan untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian, penjelasan, tentang sesuatu masalah dihadapan orang banyak.
2. Kedua, metode diskusi. Metode dalam arti mempelajari atau menyampaikan bahan dengan jalan mendiskusikan sehingga menimbulkan pengertian serta perubahan kepada masing-masing pihak sebagai penerima dakwah.
3. Ketiga, metode Tanya jawab. Metode yang dilakukan dengan mengadakan Tanya jawab untuk mengetahui sampai sejauh mana ingatan atau pikiran seseorang dalam memahami atau menguasai sesuai materi dakwah.

¹¹ Taufiq, Sistem Informasi Manajemen Konsep Dasar, Analisis, dan Metode Pengembangan, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) 170.

4. Keempat, metode konseling yang bertujuan untuk memecahkan masalah yang terdiri dari konselor sebagai pendakwah dan klien sebagai mitra dakwah.
5. Kelima, metode propaganda yang bertujuan untuk menyiarkan islam dengan cara mempengaruhi dan membujuk, tetapi bukan bersifat otoritatif (paksaan). Selain itu juga bisa dalam bentuk petuah, nasehat, wasiat, ta'lim, peringatan, dan lain-lain.

Aktivitas tulisan berupa penyampaian pesan dakwah melalui berbagai media massa cetak (buku, majalah, koran, pamphlet, dan lain-lain). Aktivitas badan dapat berupa berbagai aksi amal sholeh, contohnya tolong menolong melalui materi, lingkungan, penataan, organisasi atau lembaga-lembaga keislaman.¹²

6. Metode Dakwah Era Milenial

Dakwah adalah sebuah proses penyampaian informasi tentang ajaran islam dengan tujuan merubah sikap dan tingkah laku seseorang agar lebih positif. Dimensi perubahan kearah kemajuan atau positif adalah karakteristik dasar yang semestinya menjadi acuan dalam kajian dakwah.¹³ Dahulu dakwah islam dilakukan secara sederhana dengan mendatangi rumah ke rumah untuk memberikan materi pendidikan islam, saat ini aktivitas dakwah dilakukan dengan beragam metode, strategi, dan media. Dengan kemajuan dan kecanggihan alat-alat serta media komunikasi yang ada, sekarang konten dakwah generasi milenial harus banyak unsur virtualnya.

Generasi milenial yang bergantung pada teknologi dan massif menggunakan laptop, iPad, smartphone, TV, dsb tiap harinya menjadikan media sosial sebagai bagian sangat penting dalam koneksi sosial. Mereka lebih banyak menghabiskan waktunya dalam sehari bersama perangkat teknologi digital dan beragam aplikasi daripada dengan teman atau anggota keluarga. Inilah yang dimanfaatkan oleh beberapa komunitas atau grup keagamaan untuk menyebarkan dakwah

¹² Miftakhul Lina Hidayati, "Metode Dakwah K.H. Abdurrahman Navis Dalam Program Fajar Syiar Di Radio El-Victor Surabaya" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).

¹³ Imron Rosyidi, "Komunikasi Dan Dakwah: Ihtiar Integrasi Keilmuan Dan Urgensi Kekinian," *Jurnal Madania* 5, no. 1 (2015): 75-91.

melalui media sosial seperti facebook, twitter, WhatsApp, Instagram atau telegram.

Dakwah akan lebih menarik apabila melalui media sosial tetapi juga berpedoman pada konsep islam Rahmatan Lil Alamin. Selain media sosial, maraknya hiburan yang mengandung unsur keagamaan seperti sinetron islami, film islami, music islami, dan novel islami mengakibatkan penyampaian pesan dakwah berkembang dengan pesat dan dinamis. Misalnya kemunculan grup music Bimbo pada tahun 1980 an dan sekarang grup musik Sabyan, booming film Ayat-Ayat Cinta, Perempuan Berkalung Sorban, Mencari Hilal, 99 Cahaya di Langit Eropa, hingga Surga Yang Tak Dirindukan. selain itu beberapa kyai atau dai yang sangat melek teknologi seperti K.H. Ahmad Mustofa Bisri (Gus Mus0 menjadi salah satu yang digandrungi saat ini. Karena konten yang dibagikan selalu dikemas dengan ringan.

Kemajuan teknologi diharapkan tidak mengakibatkan masyarakat terpecah belah dan tidak setara karena telah banyak penindasan baik dalam bidang politik, ekonomi, dan sosial keagamaan. Teknologi informasi juga mendorong kelompok garis keras untuk memperluas jaringan untuk memobilisasi individu-individu melakukan kejahatan baik online maupun offline. Selain itu metode penyampaian materi dengan memasuki psikologi seseorang juga diperlukan. Misalnya mereduksi kata-kata dari sebuah film yang sedang viral. Karena dakwah berkembang dengan cepat, yang selama ini dilakukan dengan metode pendekatan ceramah atau tablig atau komunitas satu arah atau pengajian taklim menjadi komunikasi dua arah.

Tidak hanya ceramah, konten dakwah generasi milenial harus banyak unsur virtualnya. Missal quote, meme, komik, skrip, infografis, dan video seiring dengan trend vlog. Kini media sosial digunakan oleh sebagian besar pengguna muda untuk menonton video dibandingkan untuk bersosialisasi. Dengan begitu, peluang bagi portal media islam harus menyajikan dakwah dalam bentuk yang menarik.

7. Tantangan Dakwah Era Milenial

Berdakwah di era milenial berhadapan dengan pesatnya perkembangan teknologi. Dakwah harus menyesuaikan diri dengan perkembangan perangkat yang pesat. Juga dituntut dapat diakses dengan cepat dengan konten menarik dalam bentuk digital. Terlebih

pada era milenial yang kecenderungannya bergantung pada internet, aktivitas sehari-hari cenderung menggunakan media modern. Maka kajian tentang era milenial secara khusus penting dikaji untuk mengetahui pendekatan dakwah seperti apa yang bisa digunakan untuk mencapai kesuksesan dalam berdakwah.

Beberapa studi tentang generasi milenial menggambarkan mereka yang terkatagori milenial dalam berkomunikasi banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, instant messaging dan media sosial seperti facebook, line, path, Instagram, wahtsApp, dan twitter, mereka juga gemar bermain game online. Generasi ini dikenal sangat senang menghabiskan hidupnya di jejaring media daring. Generasi ini melihat dunia tidak secara langsung melainkan hidup di dunia maya. Mulai dari berkomunikasi, berbelanja online, mendapatlan informasi, dan kegiatan lainnya.

Inilah tantangan sekaligus peluang dakwah yang harus dieksekusi. Untuk itu ada dua hal yang dapat dilakukan. Pertama, terkait dengan penggunaan media dakwah. Pada era digital saat ini, gadget dan media sosial tidak lepas dari generasi milenial. Maka, gadget dan media sosial harus dijadikan wasilah dakwah. Pesan dakwah harus dikemas melalui konten-konten yang akrab dengan generasi kekinian. Penggunaan portal dakwah dengan konten tidak selalu berupa tulisan, namun juga dapat dikemas dalam bentuk vlog, soundcloud, infografis, dan juga meme, dimuat di YouTube agar dakwah makin meluas. Dakwah juga dapat dilakukan secara online dengan memanfaatkan YouTube, Instagram, dan sebagainya sebelum akhirnya bisa fenomenal secara offline. Kedua, pengemasan pesan-pesan dakwah harus menarik. Sebab, sebaik apapun materi dakwah tanpa didukung dengan kemasan yang menarik terkadang mudah ditinggalkan orang. Dengan dua pendekatan tersebut tantangan dakwah pada generasi milenial dapat dilalui dan diselesaikan dengan baik.

8. Mengemas Pesan Dakwah

Pesan adalah seperangkat lambing bermakna yang disampaikan oleh komunikator.¹⁴ Pesan adalah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima yang merupakan seperangkat symbol verbal atau non

¹⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003) 5.

verbal dan mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi.¹⁵ Pesan dalam komunikasi bermedia menjadi faktor penting untuk mencapai tujuan komunikasi. Pesan dakwah harus dikemas semenarik mungkin agar memiliki daya Tarik sehingga dapat diterima dengan baik oleh mad'u.

Pesan mempunyai tiga komponen, yaitu makna, symbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Symbol terpenting adalah kata-kata (Bahasa), yang dapat mempresentasikan obyek (benda), gagasan, dan perasaan, baik ucapan (percakapan, wawancara, diskusi, ceramah, dan sebagainya). Pesan juga dapat dirumuskan secara non verbal seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh (acungan jempol, anggukan kepala, senyuman tatap muka, dan sebagainya), juga melalui music, lukisan, tarian, film dan sebagainya. Menyampaikan pesan dapat pula melalui lisan, tatap muka, langsung, atau menggunakan media/saluran.¹⁶

Selain komponen, pesan juga memiliki sifat khusus, yaitu bersifat informative, persuasive, dan koersif. Pesan bersifat informative karena hanya memberikan informasi. Dalam situasi tertentu, pesan informative lebih berhasil dari pada pesan persuasif. Pesan persuasif lebih berhasil dari pada pesan koersif. Pesan koersif berisi bujukan yang membangkitkan pengertian dan kesadaran seseorang. Sedangkan pesan koersif bersifat memaksa. Bentuk yang terkenal dari penyampaian pesan koersif adalah agitasi, yaitu dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan penekanan batin dan ketakutan di antara sesama kalangan public.

Beberapa konsep pesan diatas dapat menjadi acuan dalam mengemas pesan dakwah. Jika dikombinasikan, maka mengemasnya dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain sebagaimana yang dikemukakan Wilson yaitu memerhatikan dimensi-dimensi abstraksi pesan, kesesuaian pendengar, jenis-jenis perancangan strategi pesan untuk mencapai ujuan tertentu atau untuk mengoordinasikan berbagai macam tujuan, jenis-jenis tema isi pesan, pemilihan kata-kata yang

¹⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 20.

¹⁶ Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 14.

khusus, dan lain-lain.¹⁷ Maka pesan komunikasi yang terdiri dari isi pesan dan lambing harus diproduksi dengan sangat hati-hati.

Kesimpulan

Dari uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan, pertama, dakwah era milenial adalah dakwah yang pelaksanaannya menyesuaikan materi, metode, dan media dakwah dengan kondisi masyarakat milenial (sebagai objek dakwah) yang mungkin saja situasi dan kondisi yang terjadi di era milenial itu tidak terjadi pada era sebelumnya, terutama di era klasik.

Kedua, pendekatan dakwah kini tidak lagi cukup dengan cara konvensional. Dakwah harus lebih optimal disampaikan lewat media sosial karena generasi milenial lebih cenderung menggunakan aplikasi yang sifatnya interaktif, seperti WhatsApp, Instagram, Twitter karena itu da'i disarankan untuk memanfaatkan media sosial semaksimal mungkin dalam rangka menjangkau mad'u yang lebih luas sehingga pesan dakwah terserap lebih banyak.

Ketiga, dakwah juga perlu disampaikan dengan cara yang menarik seperti meme, quote, video, vlog yang mengandung konten ringan. Dan menggunakan materi dakwah yang sedang *in* atau viral agar para milenial tertarik dan tidak bosan dengan dakwah yang disampaikan. Metode penyampaiannya harus memasuki psikologi generasi milenial seperti kalimat atau Bahasa anak era milenial.

Terakhir, mengingat metode penyampaian dakwah mulai berkembang pesat, maka penanaman tentang pemahaman agama sebagai sebuah pegangan, pedoman hidup, dan peraturan yang mengatur manusia untuk tidak melakukan kekacauan menjadi penting. Media sosial harus menghadirkan konten-konten yang santun dan toleran sesuai konsep islam Rahmatan Lil Alamin yang dikemas sederhana.

¹⁷ Bangun Wilson, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 56.

Daftar Putaka

- Suriani, Julis. (2017). *"Komunikasi Dakwah Di Era Cyber"*. Jurnal An-nida': Jurnal Pemikiran Islam 41, no. 2.
- Kristina, Ayu. (2017). *Membumikan Nalar Kritis Akademis*. Yogyakarta: UD Ruang Desain.
- Marfu'ah, Usfiyatul. (2017) .*"Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural"*. Islamic Comunication Journal 2, no.2.
- Muthmainah, Sitti. (2014). *"Peran Dakwah Dalam Mengatasi Konflik-Konflik Sosial Masa Kini"* Jurnal Dakwah Tabligh 15, no. 2.
- Sukardi, Akhmad. (2016). *"Metode Dakwah Dalam Mengatasi Problematika Remaja"* Al-Munzir 9, no. 1.
- Muriah, Siti. (2000). *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Arifin. (1997) . *Psikologi Dakwah Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ali Aziz, Moh. (2004). *Ilmu Dakwah, Kencana*. Jakarta.
- Sanwar, Aminudin. (1985). *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo.
- Rizal Putri Paramitha, Cindy. (2011). *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*. Tesis. Semarang: Fak. Ekonomi UNDIP.
- Taufiq. (2013). *Sistem Informasi Manajemen Konsep Dasar Analisis dan Metode Pengembangan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lina Hidayati, Miftakhul. (2018). *Metode Dakwah K.H. Abdurrahman Navis Dalam Program Fajar Syiar Di Radio El-Victor Surabaya"* . Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Rosyidi, Imron. (2015). *"Komunikasi Dan Dakwah: Ihtiar Integrasi Keilmuan Dan Urgensi Kekinian"*. Jurnal Madania 5, no. 1.
- Uchjana Effendy, Onong. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Widjaja. (2000). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Wilson, Bangun. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.