



Inovasi Manajemen Dakwah sebagai Pendekatan Dakwah Islam pada Generasi Milenial di Desa Trahan Kabupaten Rembang

Rida'ul Maghfiroh 1*

*¹Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Tarjih dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia*

*Jl. Jl. Laksda Adisucipto, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah
Istimewa Yogyakarta, Indonesia 55281*

* Untuk korespondensi: Tel/Fax (0274) 586117, e-mail: 20104010002@student.uin-suka.ac.id

ABSTRACT

This article discusses the role of Islamic da'wah in the millennial era, particularly in Rembang Village, Rembang Regency, Central Java. The millennial generation, which includes individuals born between 1981-2000 and currently aged 20 to 39, is the demographic group following Generation X. They are heavily influenced by the development of smartphones, the widespread spread of the internet, and the emergence of social media networks. They are heavily influenced by the development of smartphones, the widespread spread of the internet, and the emergence of social media networks. Da'wah is adapted to the development of technology and social media to reach the millennial generation. The research uses a qualitative approach by involving youth as informants. The purpose of this article is to explain how da'wah management is innovated to be more creative in the millennial generation in Rembang Village, Sluke District, Rembang Regency. The results of this study are The use of the internet and social media is an effective strategy in delivering da'wah messages. The millennial generation in Rembang Village actively uses social media as an innovative da'wah agent. Digital literacy in rural communities is the key to spreading Islamic da'wah through technology. Thus, renewal in da'wah management with a creative approach is considered important to remain relevant and effective in spreading Islamic teachings in the millennial era.

Key word: *Innovation; Da'wah; Generation; Millennial*

ABSTRAK

Artikel ini membahas peran dakwah Islam dalam era milenial, terutama di Desa Rembang, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Generasi milenial, yang meliputi individu mereka yang dilahirkan antara tahun 1981-2000 dan saat ini berusia 20 hingga 39 tahun, termasuk dalam kelompok demografis yang mengikuti Generasi X. Pengaruh besar pada kelompok ini datang dari perkembangan smartphone, penyebaran internet yang merata, dan munculnya media sosial.. Dakwah diadaptasi dengan perkembangan teknologi dan media sosial untuk mencapai generasi milenial. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan melibatkan pemuda sebagai

informan. Tujuan artikel ini adalah menjelaskan bagaimana manajemen dakwah diinovasikan menjadi lebih kreatif pada generasi milenial di Desa Rembang, Kecamatan Sluke, Kabupaten Rembang. Hasil dari penelitian ini yaitu Pemanfaatan internet dan media sosial menjadi strategi efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Generasi milenial di Desa Rembang aktif menggunakan media sosial sebagai agen dakwah yang inovatif. Literasi digital di masyarakat desa menjadi kunci untuk menyebarkan dakwah Islam melalui teknologi. Maka dengan demikian, pembaharuan dalam manajemen dakwah dengan pendekatan kreatif dianggap penting untuk tetap relevan dan efektif dalam menyebarkan ajaran Islam di era milenial.

Kata Kunci: Inovasi; Manajemen; dakwah; Generasi Milenial

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan ajakan dan seruan kepada umat Islam untuk menyebarkan ilmu pengetahuan dan nilai-nilai yang terkandung dalam kaidah Islam [1]. Bagi umat Islam, berdakwah juga merupakan kewajiban untuk menyebarkan kebenaran kepada semua orang. Karena itu, Islam menghormati nilai-nilai toleransi terhadap agama lain, seperti Kristen, Buddha, dan Katolik. Terlebih lagi, dalam era Milenial saat ini, dengan begitu banyak perubahan terjadi, termasuk perkembangan teknologi yang sangat pesat dan praktis. Situasi ini dapat dimanfaatkan sebagai kesempatan untuk menyebarkan ajaran Islam dan berdakwah melalui metode dan media modern.[2]

Dakwah akan terus dijalankan selama manusia hidup di bumi. Upaya ini dilakukan secara luas dari masa ke masa, melibatkan berbagai aspek kehidupan manusia dengan metode penyampaian yang beragam. Proses dakwah mewakili usaha berkelanjutan untuk memperbaiki kondisi menuju keadaan yang lebih baik, melibatkan transformasi dan perubahan.[2]

Dengan kemajuan teknologi, banyak media yang memanfaatkan dan menyebarkan informasi terkini yang

berkembang dari hari ke hari.[3] Oleh karena itu, media informasi juga dapat dijadikan sebagai media dakwah saat ini. Sebab, para dakwah bisa memperluas jaringan dakwahnya melalui media yang tidak lagi hanya menasar masyarakat di satu lingkungan saja, namun bisa menyebar ke seluruh dunia. Peran perkembangan teknologi sebagai sarana dakwah kini mempunyai pengaruh yang besar. Media yang berperan sebagai media dakwah adalah internet.[4]

Ragam kegiatan dakwah semakin beraneka dalam zaman modern ini menuntut para penceramah Islam untuk memenuhi kebutuhan informasi publik yang lebih tinggi melalui kemunculan situs-situs Islam dan dakwah digital. Paling tidak, ada beberapa motivasi di antara orang-orang yang menggunakan internet dalam kehidupan mereka, yaitu kebutuhan akan informasi, nilai estetika, harga diri, afiliasi, dan cara untuk menghindar atau melarikan diri.[4]

Pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk menyampaikan dakwah pada zaman ini telah menjadi opsi yang semakin diperhitungkan oleh para da'i, pendeta, dan pemimpin agama. Terdapat berbagai platform media baru yang turut aktif digunakan untuk mendukung dan

memperluas jangkauan kegiatan dakwah, mencerminkan bahwa Internet memiliki peran sentral dalam proses dakwah. Sejalan dengan pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini, fenomena ini menciptakan peluang besar bagi dakwah. Dakwah melalui internet dianggap sebagai alat yang memiliki peran strategis dalam meningkatkan pemahaman, menyelaraskan nilai-nilai, dan memberikan arah yang lebih baik dalam kehidupan.[5]

Terdapat beberapa penelitian terdahulu dengan tema yang sama terkait inovasi manajemen dakwah, namun dengan tujuan analisis yang berbeda. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurrahmi dan Farabuana, Penelitian ini memiliki kemiripan dengan penelitian sebelumnya yang secara mendalam mengeksplorasi fenomena dakwah melalui jejaring sosial. Walaupun demikian, terdapat perbedaan signifikan dalam pendekatan analisis yang diadopsi untuk meneliti aspek-aspek tersebut. Dalam konteks penelitian ini, penulis mengacu pada hasil penelitian dari fenomena yang termanifestasikan di platform media sosial khususnya Instagram.

Hasil temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa media sosial, dengan fokus khusus pada Instagram, kerap menjadi wadah utama bagi para misionaris di Indonesia untuk menyampaikan pesan dakwah. Fenomena ini termanifestasi melalui peningkatan signifikan dalam penggunaan jejaring sosial tersebut dalam berbagai kegiatan berdakwah. Keberadaan Instagram sebagai platform dakwah juga memunculkan dinamika baru dalam

penyebaran nilai-nilai agama, membuktikan bahwa media sosial memainkan peran yang semakin penting dalam memahami dan mengamati fenomena dakwah di tengah masyarakat Indonesia.[6]

Senada dengan penelitian tersebut, penelitian lain juga dilakukan oleh Burhanudin dkk. yang berjudul Dakwah Melalui Media Sosial. Penelitian mempertimbangkan bagaimana mengedepankan etika dan dakwah di media sosial. Dalam hasil penelitian ini ditemukan bahwa tiap Muslim memiliki tugas untuk menyebarkan dakwah. Pelaksanaan dakwah seharusnya tidak bersifat diskriminatif, konfrontatif, atau provokatif, melainkan hendaknya dilakukan secara bijak dan arif oleh para pemberi dakwah. Media sosial diidentifikasi sebagai alat dakwah yang sangat efektif. Namun, dalam melibatkan diri dalam berdakwah melalui media sosial, penting untuk memperhatikan norma dan etika penggunaan platform tersebut.[7]

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Rohman dengan judul Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial, Penelitian ini meneliti aktivitas masyarakat terkait penggunaan media sosial sebagai alat dakwah. Temuan dari riset tersebut mengindikasikan bahwa pelaksanaan dakwah melalui media sosial memiliki pola yang menarik serta membawa daya tarik atau unsur spiritual tertentu. Penting untuk memahami dan mengkaji dengan seksama pola-pola ini agar terwujud daya tarik dalam menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial, sekaligus mewujudkan kegiatan dakwah yang efektif.

Terdapat bukti konkret melalui praktik dakwah beberapa pendakwah terkemuka seperti Ustadz Adi Hidayat, Evi Effendi, dan Abdul Somad, yang telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dalam melaksanakan dakwah mereka.

Kegiatan dakwah yang dijalankan oleh mereka memanfaatkan pola interaksi sosial, semangat, dan teknik persuasi, yang semuanya memainkan peran krusial dalam upaya dakwah tersebut. Hal ini menegaskan bahwa kegiatan dakwah melalui media sosial bukan hanya sekadar fenomena berbasis teknologi, tetapi juga memerlukan pemahaman mendalam terhadap aspek-aspek sosial, semangat, dan persuasif untuk mencapai dampak yang positif dalam menyampaikan nilai-nilai dakwah kepada khalayak luas, karena mereka menggunakan pola interaksi sosial, semangat, dan pola persuasi untuk menarik perhatian massa ketika melaksanakan dakwah, menarik dan efektif.[8]

Maka dengan demikian dapat diketahui bahwa, dakwah tidak hanya merupakan kewajiban umat Islam, tetapi juga suatu proses berkelanjutan yang dapat dilakukan dengan berbagai metode dan media, khususnya dalam era modern ini. Perkembangan teknologi, internet, dan media sosial memberikan peluang besar untuk menyebarkan ajaran Islam secara efektif, menjangkau khalayak global, dan menciptakan kegiatan dakwah yang beragam serta menarik. Oleh karena itu, peran teknologi dalam dakwah menjadi sangat signifikan dan memberikan dampak positif dalam peningkatan pemahaman

agama serta transformasi kehidupan menuju keadaan yang lebih baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan di Desa Trahan, Kecamatan Sluke, Kabupaten Rembang menerapkan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif, seperti yang dijelaskan oleh Lexy J. Moleong, adalah suatu prosedur penelitian yang mengumpulkan data secara deskriptif, baik dalam bentuk tertulis maupun lisan, yang diperoleh dari informan atau narasumber yang terlibat dalam penelitian tersebut.[9] Peserta atau pihak yang memberikan informasi dalam penelitian ini melibatkan para pemuda dan masyarakat yang termasuk dalam Generasi Milenial, yaitu individu yang lahir antara tahun 1980-an dan 2000-an.

Cara mengumpulkan data dalam penelitian ini melibatkan pengamatan, wawancara, dan analisis dokumen sebagai langkah untuk mendapatkan informasi yang lebih menyeluruh.[10] Miles dan Huberman mengungkapkan bahwa proses analisis data terbagi menjadi tiga kegiatan, yaitu mereduksi data (*data reduction*), menyajikan data (*data display*), dan menarik kesimpulan (*conclusion drawing/verification*).[11]

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Trahan berlokasi di Kecamatan Sluke, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Desa ini berbatasan dengan Desa Leran disebelah barat, Desa Pangkalan berada di sebelah timur, dan Desa Jurang jero berada di sebelah selatan. Salah satu misi dari

Desa Trahan, adalah mengembangkan seni, tradisi, budaya, dan kearifan lokal dengan tujuan memperkuat kohesi kehidupan masyarakat desa. Selain itu, desa juga berkomitmen untuk memperkuat organisasi keagamaan guna membangun spiritualitas dan berkontribusi dalam menyebarkan dakwah Islam di era generasi milenial seperti saat ini.

Desa Trahan yang bertepatan di Kecamatan Sluke Kabupaten Rembang ini tetap mempertahankan keberlanjutan dakwah Islam dalam lingkungan masyarakatnya. Adapun saat ini dengan adanya perkembangan zaman digital maka program dakwah di Desa Trahan juga turut mengalami perkembangan dengan memberikan inovasi baru agar dapat mengikuti perkembangan zaman untuk generasi milenial saat ini. Salah satu sarana yang dimanfaatkan untuk berdakwah dengan meningkatkan inovasi baru melalui internet ataupun yang lainnya agar dapat menjangkau para generasi milenial.

Internet, sebagai suatu medium baru, memiliki sifat yang demokratis dan terbuka. Artinya, internet, sebagai media komunikasi, dapat dijangkau oleh siapa saja dan dimanfaatkan untuk beragam keperluan. Internet, sebagai ruang virtual terbuka, memberikan manfaat tersendiri untuk interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari. Akses ke internet memiliki variasi yang mencakup aspek ekonomi, edukasi, politik, informasi, rekreasi, hingga agama dan budaya.[5]

Kehadiran internet memberikan alternatif dalam menyebarkan ajaran Islam.

Salah satu fungsinya adalah sebagai platform bagi individu untuk menemukan jawaban terkait pertanyaan-pertanyaan keagamaan. Berbagai fasilitas, termasuk aplikasi, perangkat lunak komputer (*software*), dan akun media sosial, membantu para da'i dalam menyampaikan pesan dakwah. Contoh nyata dari kemudahan ini adalah penggunaan Alquran digital, maktabah syamilah, dan akun media sosial dakwah, yang memberikan gambaran tentang ketersediaan dan aksesibilitas informasi keislaman. Sementara itu, keberadaan situs-situs dengan nuansa religius (Islami) tidak dapat diabaikan sebagai fenomena baru dalam ranah dakwah. Dari perspektif gerakan dakwah, hal ini dapat diartikan sebagai dinamika positif karena internet, sebagai bentuk teknologi canggih, dapat dijadikan solusi inovatif dalam melaksanakan kegiatan berdakwah.[5]

Pemanfaatan internet oleh umat Islam menjadi representasi citra Islam di dunia maya. Secara positif, internet berperan sebagai medium penyebaran dakwah menyampaikan agama Islam sebagai sumber energi spiritual, contohnya dalam referensi pengetahuan agama. Situs-situs dengan nilai-nilai Islam, baik berupa situs web, muncul sebagai dampak pemanfaatan internet dalam penyebaran dakwah.

Generasi milenial perlu menguasai keterampilan komunikasi dakwah, yaitu kemampuan berkomunikasi dalam menyajikan pesan-pesan dakwah atau informasi terkait ajaran Islam dan implementasinya dalam berbagai aspek

kehidupan. Proses komunikasi dakwah ini mengikuti pola yang serupa dengan proses komunikasi umumnya, melibatkan komunikator hingga umpan balik atau respons dari penerima pesan.[12] Dakwah diawali dengan kehadiran seorang komunikator, yang dapat berperan sebagai pengirim pesan atau dai. Komunikator dakwah melakukan pemilihan dan penyusunan ide menjadi materi dakwah (encoding), setelah itu merancanginya menjadi pesan dakwah. Pesan tersebut kemudian diungkapkan melalui berbagai sarana atau media guna memastikan bahwa pesan tersebut dapat diterima oleh penerima pesan atau komunikan.

Hasil wawancara bersama dengan pemuda di Desa Trahan mengatakan bahwa, "Perlu adanya inovasi baru agar anak muda juga ikut menyebarkan dakwah tentang islam, namun tidak hanya dari mulut ke mulut tapi ada hal baru yang bisa dibaca dan diamalkan dimana saja, maka tidak cukup jika hanya melalui cara tradisional saja, namun menurut saya juga inovasi baru ini tidak sepenuhnya meninggalkan tradisi yang dulu jadi ya tetap berjalan beriringan".¹

Melihat dari pernyataan berikut maka jelas bahwasannya harus ada inovasi yang lebih kreatif untuk manajemen dakwah di Desa Ngambalrejo agar dakwah Islam akan terus berkembang dan meluas dan dapat diakses dimana saja serta dipelajari kapan saja. Selain itu, generasi muda memiliki tanggung jawab untuk menguasai komunikasi dakwah, agar dapat

menyampaikan dakwah secara efektif, mudah, dan bijaksana melalui media yang sudah berkembang saat ini. Sehubungan dengan itu, informasi atau konten dakwah di Desa Ngambalrejo, apakah berupa teks, suara (audio), atau video, disarankan untuk diinspeksi dengan cermat sebelum dipublikasikan. Hal ini bertujuan untuk mengurangi risiko terjadinya kesalahan atau kekeliruan yang mungkin memiliki dampak serius ketika disampaikan kepada masyarakat.[13]

Ja'far dalam tulisannya memperkuat pernyataan tersebut dengan menunjukkan bahwa literasi digital di kalangan masyarakat desa merupakan bagian yang tak terpisahkan dari proses modernisasi. Dalam perspektif ini, penduduk desa menjadi semakin mahir dalam mengakses informasi secara luas dan sekaligus menyebarkannya. Pemanfaatan media digital untuk menyampaikan dakwah melalui media massa dilakukan dengan tujuan menarik perhatian masyarakat, sehingga pesan-pesan dakwah yang disampaikan dapat lebih mudah diterima. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa metode dakwah konvensional yang hanya mengandalkan ceramah di atas mimbar kurang menarik bagi sebagian masyarakat, khususnya generasi milenial.[14]

Lebih jauh lagi, literasi digital di lingkungan masyarakat desa dapat dianggap sebagai sarana yang memperluas wawasan dan keterampilan mereka dalam mengakses serta menggunakan teknologi

¹ Hasil wawancara bersama dengan pemuda Desa Trahan pada tanggal 8 Desember 2023.

informasi. Dengan demikian, literasi digital bukan hanya menjadi bagian dari modernisasi, tetapi juga menjadi faktor penting dalam memperkuat konektivitas antaranggota masyarakat desa dengan dunia luar, menciptakan potensi yang lebih besar untuk partisipasi aktif dalam berbagai aspek kehidupan sosial dan ekonomi.

Dijelaskan oleh Romadlany melalui hasil penelitiannya bahwa pernyataan tersebut dapat disorot, di mana pemanfaatan media sosial dalam kegiatan dakwah mampu memikat minat dan kecenderungan masyarakat. Terbukti bahwa media sosial memiliki potensi untuk digunakan secara konstruktif dan positif. Selain sebagai wadah dakwah, media sosial juga diakui sebagai platform untuk mencari hiburan dan meredakan stres, seiring dengan beragam peran positif yang dapat dimainkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Kadang-kadang, dinyatakan bahwa keterlibatan aktif generasi muda dalam bermedia sosial membantu para masyarakat yang lebih tua untuk dapat turut berkembang dan melek terhadap media digital dan internet.

Inovasi dalam Manajemen Dakwah sebagai Pendekatan Dakwah Islam pada Generasi Milenial

Kelompok demografis yang dikenal sebagai generasi milenial, yang mencakup individu yang lahir antara tahun 1981-2000 dan saat ini berusia 20 hingga 39 tahun, merupakan kelompok yang muncul setelah Generasi X. Mereka sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi seperti smartphone, penyebaran internet yang

merata, dan munculnya jejaring sosial media. Generasi milenial terkenal sebagai kelompok yang sangat akrab dengan teknologi. Berdasarkan hasil penelitian yang diterbitkan oleh *Pew Research Center*, keunikan generasi milenial terletak pada keterhubungan mereka yang tak terhindarkan dengan teknologi, terutama internet. Selain itu, hiburan telah menjadi salah satu kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari mereka.[15]

Maka dapat dikatakan bahwa mereka generasi millennial secara signifikan terpengaruh oleh kemajuan teknologi, seperti perkembangan smartphone, penetrasi internet yang meluas, dan kehadiran berbagai jejaring sosial media. Ciri khas generasi milenial adalah keterlibatan yang tak terelakkan dengan teknologi, terutama internet.

Generasi ini dikenal sebagai kelompok yang sangat bergantung pada internet, gemar menggunakan media sosial, dan selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi untuk memanfaatkannya secara efisien dalam kehidupan sehari-hari. Mereka mengakses dunia secara tidak langsung melalui internet, melakukan berbagai aktivitas seperti berkomunikasi, berbelanja online, dan mendapatkan informasi melalui platform daring. Banyak di antara mereka yang menjalankan berbagai bentuk interaksi sosial melalui pesan teks atau obrolan dalam dunia maya dengan menggunakan akun media sosial seperti Twitter, Facebook, LINE, dan sejenisnya.[16] Kesadaran akan

keberagaman dan potensi positif teknologi informasi ini menggambarkan peran sentral generasi ini dalam menciptakan hubungan yang dinamis, serta pemanfaatan inovatif teknologi sebagai sarana untuk memajukan berbagai aspek kehidupan mereka.

Untuk menjalankan misi dakwah Islamiyah, kita perlu memiliki kemampuan untuk berdialog dengan kebudayaan modern dan proaktif dalam memberikan substansi serta nuansa-nuansa Islami. Hal ini dapat terlaksana dengan baik apabila kita memahami dengan benar arus globalisasi.[17]

Menurut futurolog John Naisbitt, "Daya dorong baru berasal bukan dari kekayaan yang dimiliki sekelompok orang, tetapi dari pengetahuan yang dimiliki banyak orang." Pernyataan ini mencerminkan sebagian kecil dari pandangan era informasi yang merata secara global dan menjadi tantangan.[18] Dalam era di mana pengetahuan menjadi aset utama, keterlibatan banyak orang dalam menyebarkan dan memperoleh informasi menjadi kunci bagi kemajuan dan transformasi masyarakat secara keseluruhan.

Untuk itu, diperlukan upaya pengembangan sistem dakwah yang memanfaatkan teknologi informasi dengan efisiensi dan sesuai dengan fitrah manusia. Saat ini, para penceramah menghadapi tantangan yang kompleks dalam mencari solusi untuk berbagai masalah yang ada. Mereka diharapkan memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan Islam dengan prinsip manajemen dakwah yang bersifat

modern, efektif, dan efisien kepada seluruh lapisan masyarakat.

Melalui pendekatan ini, diharapkan bahwa Islam dapat memperluas jangkauannya, lebih mudah dimengerti, dan tidak disalahpahami oleh mereka yang bukan pemeluk agama Islam. Sistem dakwah yang terintegrasi dengan teknologi informasi dapat menjadi solusi strategis dalam mengatasi berbagai tantangan dan memastikan pesan Islam tersampaikan dengan optimal.

Dakwah Islam yang harmonis dengan budaya dan kebijaksanaan lokal ternyata menjadi kunci keberhasilan. Seperti Sunan Kalijaga yang mengajarkan Islam di Nusantara melalui kesenian wayang kulit lima ratus tahun lalu, di era milenial, metode dakwah harus tetap mengedepankan semangat cerdas dalam memahami budaya dan perkembangan, dengan tujuan menciptakan generasi yang cakap dalam membaca dan memahami lingkungan sekitarnya. yang mencintai agama dan negara. Dengan kemajuan teknologi di era sekarang, generasi milenial diharapkan mampu memanfaatkannya secara positif, bukan sebaliknya menggunakan teknologi untuk menimbulkan keributan atau keresahan.[17]

Pada era milenial ini, penggunaan media sosial meluas di berbagai kalangan masyarakat Indonesia, termasuk di daerah pedesaan yang terpencil. Hampir seluruh kelompok usia, dari kalangan remaja hingga dewasa, memiliki pengalaman dalam menggunakan berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, dan WhatsApp. Penggunaan

media sosial ini dapat memberikan manfaat yang sangat positif, terutama bila dimanfaatkan untuk kegiatan berdakwah.

Dalam konteks ini, manfaat yang dapat diperoleh dari pemanfaatan media sosial menjadi sangat signifikan, terutama ketika digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah yang memiliki dampak positif dalam masyarakat.

Dakwah adalah usaha untuk mengajak atau menyeru kepada Sang Pencipta, dan seiring berjalannya waktu, kepentingan dakwah Islam semakin meningkat. Keberadaan berbagai pandangan dan gerakan yang bertentangan dengan Islam menjadi sebuah tantangan bagi generasi muda Muslim, hal ini menyebabkan beberapa di antara mereka kehilangan identitas dan terjebak dalam pemahaman radikal.[17]

Oleh karena itu, para da'i perlu terus berinovasi dalam menyampaikan pesan-pesan Islam, agar dapat mencapai generasi milenial dengan cara yang efektif dan sesuai dengan konteks zaman. Dengan demikian, dakwah dapat tetap memiliki eksistensi yang kuat, membawa manfaat positif, serta memberikan pemahaman Islam yang seimbang dan toleran kepada masyarakat. Kehadiran dan eksistensi kegiatan berdakwah di era milenial mempunyai beberapa kegunaan antara lain:

1. Dakwah di era milenial memiliki tujuan untuk mencegah terjadinya pemurtadan, yang belakangan ini semakin sering terjadi di kalangan umat Islam. Pemurtadan tersebut memiliki berbagai penyebab, namun faktor

ekonomi menjadi salah satu penyebab utama. Individu dengan kondisi ekonomi yang lemah lebih rentan untuk beralih keyakinan karena diiming-imingi dengan keuntungan materi untuk meningkatkan taraf hidup. Namun, intinya, pemurtadan tersebut dapat dikaitkan dengan lemahnya iman dan kurangnya pengaruh dakwah dalam kehidupan mereka.

2. Pengaruh budaya Barat yang tidak sejalan dengan Islam meresap ke kalangan generasi Islam melalui media, memicu kekhawatiran akan merusak moralitas generasi milenial. Banyak dari mereka terpapar film, komik, dan program televisi yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, menyebabkan perilaku negatif seperti seks bebas dan konsumsi minuman keras.
3. Dalam menghadapi era kejayaan Islam, dakwah memiliki peran kunci untuk memastikan pemahaman ajaran Islam tetap terjaga dan berkembang di kalangan generasi mendatang. Dakwah Islam dapat diterapkan dengan beragam cara, mencakup penyampaian melalui tulisan buku, media massa, platform internet, YouTube, WhatsApp, Facebook, dan berbagai platform media sosial lainnya. Berbagai metode tersebut menjadi wujud dari upaya menyebarkan ajaran Islam dengan jangkauan yang lebih luas dan melibatkan berbagai aspek dalam perkembangan teknologi dan informasi.[17]

Dakwah saat ini dihadapkan pada tantangan teknologi yang berkembang

pesat, sehingga perlu berinovasi dan beradaptasi dengan perangkat yang terus berkembang. Kajian khusus mengenai era milenial menjadi esensial untuk menentukan pendekatan dakwah yang efektif dalam mencapai kesuksesan berdakwah.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pusat Kajian Agama dan Budaya (CSRC) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, diketahui bahwa generasi Muslim milenial cenderung menganggap dakwah di masjid tidak lagi sesuai atau relevan dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Dakwah di masjid dianggap kurang menarik karena terasa kuno, topik-topik yang dibahas dianggap membosankan, dan tidak sesuai dengan kebutuhan serta minat dari kalangan generasi milenial tersebut.[19]

Alasan di balik pandangan ini antara lain disebabkan oleh persepsi bahwa dakwah di masjid bersifat konvensional, topik-topik yang dibahas dianggap kurang menarik, dan tidak sesuai dengan kebutuhan serta keinginan yang lebih spesifik dari generasi milenial. Dengan demikian, perlu adanya penyesuaian strategi dan pendekatan dalam menyampaikan pesan dakwah agar lebih sesuai dengan dinamika dan preferensi kaum Muslim milenial.

Saat ini, banyak Muslim milenial lebih memilih untuk mengikuti kajian agama secara daring karena ceramahnya lebih ringan, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan kaum muda. Mereka juga dapat menemukan jawaban yang lebih relevan terhadap masalah hidup mereka melalui media daring (*online*). Selain itu, metode ini

dianggap lebih praktis, efisien, dan dapat diakses kapan saja dan di mana saja.[20] Munculnya fenomena ini disebabkan oleh ikatan yang kuat antara kaum muda Muslim milenial dengan internet. Dengan demikian, media sosial menjadi teman sekaligus platform untuk bertanya dan berdiskusi dalam proses pembelajaran agama bagi generasi milenial.

Kaum milenial, yang telah terbiasa dengan kemajuan teknologi digital, memanfaatkan berbagai platform media sosial serta sumber informasi online, termasuk *YouTube*, sebagai alat yang efektif untuk memperdalam wawasan dan pengetahuan mereka mengenai Islam. Melalui media ini, mereka dapat mengakses beragam konten yang mendukung pemahaman mendalam terhadap nilai-nilai, prinsip, dan ajaran dalam Islam, memungkinkan mereka untuk memperkuat koneksi spiritual dan intelektual dengan agama mereka.

Popularitas tokoh agama bagi mereka ditentukan oleh kemunculan di berbagai media, seperti televisi dan internet. Keberadaan pemuka agama yang bersahabat dengan teknologi digital lebih diterima karena dapat diakses dengan mudah dan fleksibel. Dampak media sosial turut mengurangi peran pendidikan agama, baik di lingkungan keluarga, lembaga pendidikan, maupun organisasi.[20]

Dengan penguasaan teknologi informasi, generasi milenial di kalangan masyarakat millennial memiliki kesempatan strategis untuk menyebarkan pesan dakwah Islamiyah yang ramah, toleran, dan damai.

Mereka dapat terlibat secara aktif dalam berbagai gerakan keagamaan yang berbasis media sosial, dan kegiatan dakwah perlu diadaptasi dengan konteks kekinian dari generasi milenial, yang ditandai oleh karakter positif, produktif, kreatif, percaya diri, bersemangat, siap untuk perubahan, dan intens menggunakan perangkat gawai serta terhubung dengan internet. Potensi besar dimiliki oleh generasi ini sebagai agen dakwah yang inovatif, yang mampu menciptakan berbagai metode baru dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada khalayak luas.

Implementasi Inovasi Manajemen Dakwah pada Generasi Milenial di Desa Trahan Kabupaten Rembang

Terdapat berbagai cara dakwah, seperti melalui lisan, tulisan, perbuatan, silaturahmi, drama, dan sebagainya. Salah satu unsur krusial dalam kegiatan dakwah adalah materi dakwah, yang merujuk pada substansi pesan yang disampaikan oleh seorang da'i. Penting bagi materi dakwah untuk selalu terkini dan sesuai dengan konteks saat itu agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif oleh masyarakat.

Materi dakwah menjadi elemen yang sangat vital dalam upaya penyampaian pesan oleh seorang da'i. Kesubstansian pesan tersebut perlu tetap relevan dan sesuai dengan kondisi yang sedang berlangsung agar masyarakat mampu menerima dan memahami pesan tersebut secara lebih efektif.

Oleh karena itu, upaya untuk menjaga agar materi dakwah selalu aktual

dan sesuai dengan konteks saat ini menjadi sangat penting dalam rangka mendukung efektivitas dakwah. Media dakwah, sebagai sarana penyampaian pesan, dapat mencakup berbagai bentuk, melibatkan media lisan, media massa (cetak), media elektronik (*audio visual*), dan *new media* (internet).

Berbagai jenis media dapat digunakan sebagai alat dakwah untuk menyampaikan pesan. Hal ini mencakup media dakwah dalam bentuk lisan, media massa yang mencakup media cetak, media elektronik dengan format audio visual, dan juga media baru melalui internet. Media dakwah memiliki keberagaman bentuk dan jenis yang memungkinkan penyampaian pesan dakwah dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik audiens yang berbeda. Pemanfaatan berbagai media ini berkontribusi signifikan terhadap kelancaran proses berdakwah, sehingga seorang da'i harus dapat menciptakan suasana yang memotivasi para mad'u.[21]

Seiring dengan berjalannya waktu, sudah banyak terjadi perubahan dari generasi ke generasi. Saat ini yang lebih eksis dalam era ini adalah generasi milenial. Berdasarkan demografi, generasi millennial merupakan kelompok individu yang membesar pada masa perkembangan internet yang pesat.[21] Menurut profil generasi milenial tahun 2018 yang disampaikan oleh BPS, Generasi milenial memberikan kontribusi sebesar 33,75% terhadap total jumlah penduduk di Indonesia. Proporsi ini dihitung berdasarkan

67,02% dari penduduk yang berusia produktif, dengan sekitar 50,36% dari jumlah tersebut termasuk ke dalam kelompok generasi milenial.[22]

Partisipasi dan dampak yang dihasilkan oleh generasi milenial menjadi faktor penting yang membentuk dan memengaruhi berbagai aspek perkembangan sosial, ekonomi, dan budaya di Indonesia. Generasi ini tidak hanya menjadi pengamat tetapi juga pelaku aktif dalam merespons dinamika dan tantangan zaman. Keberadaan mereka memberikan warna tersendiri dalam transformasi masyarakat, menggambarkan bagaimana nilai-nilai, tren, dan inovasi yang mereka usung berkontribusi terhadap perubahan dan kemajuan di berbagai sektor kehidupan di Tanah Air.

Desa Trahan, yang berlokasi di Kecamatan Sluke, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah, memiliki tanggung jawab signifikan dalam memperkuat persatuan kehidupan masyarakat desa melalui pengembangan seni, tradisi, budaya, dan kearifan lokal. Di era milenial, Desa Trahan berinovasi dengan mengadaptasi program dakwah Islam ke dalam perkembangan teknologi digital, khususnya internet dan media sosial.

Dalam konteks ini, internet, sebagai medium demokratis dan terbuka, memberikan peluang besar bagi dakwah Islam. Al-quran digital, maktabah syamilah, dan platform media sosial dakwah menjadi sarana efektif untuk menyampaikan pesan

keagamaan. Penggunaan internet juga membantu menjaga eksistensi ajaran Islam di tengah dinamika masyarakat modern.² Sementara itu, Generasi milenial di Desa Rembang, yang cenderung menggunakan media sosial secara aktif, menjadi agen dakwah yang inovatif. Pemanfaatan internet tidak hanya sebagai wadah dakwah, tetapi juga untuk membangun citra positif Islam di dunia maya. Media sosial menjadi sarana komunikasi dan penyebaran dakwah yang efektif, terutama di kalangan generasi muda.[24]

Selain itu, pentingnya literasi digital di masyarakat desa, termasuk di Desa Trahan, menunjukkan bahwa modernisasi melalui teknologi menjadi kunci dalam menyebarkan dakwah Islam. Dukungan terhadap inovasi baru, seperti dakwah agama melalui media online, akan membantu generasi muda untuk tetap terkoneksi dengan nilai-nilai Islam.[25]

Meskipun terdapat kekhawatiran terhadap dampak budaya Barat yang meresap melalui media, terutama di kalangan generasi milenial, upaya berdakwah dengan pendekatan kreatif dan adaptasi terhadap perkembangan zaman di Desa Rembang menjadi langkah strategis. Hal ini juga mencerminkan pentingnya peran dakwah dalam mencegah pemurtadan dan menghadapi tantangan zaman.

Pentingnya peran tokoh agama yang ramah terhadap teknologi digital diakui sebagai faktor penentu dalam menarik minat dan keikutsertaan generasi milenial dalam

² Ahmad Zaini, "Dakwah melalui internet," *AT-TABSYIR STAIN Rembang* 1, no. 1 (2013): 1–16.

kegiatan dakwah. Oleh karena itu, pembaharuan dalam manajemen dakwah dengan pendekatan kreatif menjadi suatu keharusan untuk meningkatkan kualitas dalam menyebarkan ajaran Islam di era milenial.

KESIMPULAN

Dakwah Islam memegang peran krusial dalam menyebarkan nilai-nilai Islam di tengah era modern, khususnya di Desa Rembang, Rembang. Generasi milenial, yang merupakan mayoritas penduduk, menunjukkan ketertarikan terhadap dakwah melalui media sosial dan internet. Inovasi dalam manajemen dakwah dengan pendekatan kreatif penting untuk memastikan keberlanjutan dan relevansi dakwah di era milenial.

Peran internet dan media sosial sebagai sarana dakwah sangat signifikan, membantu menjaga eksistensi ajaran Islam di tengah dinamika masyarakat modern. Meskipun terdapat kekhawatiran terhadap dampak budaya Barat, upaya dakwah dengan pendekatan kreatif dan adaptasi terhadap perkembangan zaman menjadi langkah strategis. Literasi digital di masyarakat desa, khususnya di Desa Rembang, menunjukkan bahwa modernisasi melalui teknologi menjadi kunci dalam menyebarkan dakwah Islam.

Perluasan metode dakwah dari lisan, tulisan, hingga media sosial menunjukkan fleksibilitas dalam menyampaikan pesan keagamaan. Tokoh agama yang ramah terhadap teknologi digital berperan penting dalam menarik minat generasi milenial

dalam kegiatan dakwah. Pembaharuan dalam manajemen dakwah dengan pendekatan kreatif menjadi suatu keharusan agar dapat tetap berdaya guna dan efektif dalam mengkomunikasikan ajaran Islam di zaman milenial, strategi dan metode yang digunakan perlu terus berkembang dan beradaptasi. Diperlukan penyesuaian dengan karakteristik dan kebutuhan generasi milenial, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan baik dan sesuai dengan perkembangan konteks sosial, teknologi, dan budaya yang terus berubah.

ACKNOWLEDGMENT

Peneliti menyampaikan terima kasih banyak untuk kepada semua pihak yang telah membantu penelitian ini, dari pihak masyarakat, dan juga responden yang telah bersedia dalam menyampaikan informasi untuk menyelesaikan penulisan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Munir, *Manajemen dakwah*. Prenada Media, 2021.
- [2] S. R. Fabriar, A. N. Fitri, dan A. Fathoni, "Podcast: Alternatif Media Dakwah Era Digital," *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, vol. 14, no. 1, hlm. 1–6, 2022.
- [3] A. Pimay dan F. M. Savitri, "Dinamika dakwah Islam di era modern," *Jurnal Ilmu Dakwah*, vol. 41, no. 1, hlm. 43–55, 2021.
- [4] L. Hidayah, "Dakwah Islam Di Era Generasi Milenial (Analisis Metode Dakwah Gus Miftah)," *An-Nashiha: Journal of Broadcasting and Islamic*

- Communication Studies*, vol. 1, no. 1, hlm. 21–32, 2021.
- [5] R. Rustandi, “Cyberdakwah: Internet sebagai media baru dalam sistem komunikasi dakwah islam,” *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, vol. 3, no. 2, hlm. 84–95, 2019.
- [6] F. Nurrahmi dan P. Farabuana, “Efektivitas Dakwah Melalui Instagram,” *Nyimak: Journal of Communication*, vol. 4, no. 1, hlm. 1–16, 2020.
- [7] A. M. Burhanudin, Y. Nurhidayah, dan U. Chaerunisa, “DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender),” *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, vol. 10, no. 2, 2019.
- [8] D. A. Rohman, “Komunikasi dakwah melalui media sosial,” *Tatar Pasundan*, vol. 13, no. 2, hlm. 299535, 2019.
- [9] M. Lexy J, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- [10] I. Gunawan, *Metode penelitian kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- [11] S. Sugiyono, “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D,” *Alfabeta, Bandung*, 2018.
- [12] A. Sudiansyah, “Efektivitas Komunikasi Dakwah di Pesantren MQ dalam Merubah Akhlak Santri. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*,” *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 1, no. 2, 2017.
- [13] M. Munawara, A. Rahmanto, dan I. A. Satyawana, “Pemanfaatan Media Digital untuk Dakwah Pesantren Tebuireng: Studi pada Akun Media Sosial tebuireng.online,” *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, vol. 14, no. 1, hlm. 29–45, 2020.
- [14] S. H. Arnus, “Pengaplikasian Pola Computer Mediated Communication (Cmc) Dalam Dakwah,” *Jurnal Jurnalisa*, vol. 4, no. 1, 2019.
- [15] A. H. Ummah, “Dakwah digital dan generasi milenial (menelisik strategi dakwah komunitas arus informasi santri nusantara),” *Tasâmuh*, vol. 18, no. 1, hlm. 54–78, 2020.
- [16] P. P. Lestari, “Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial,” *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi Dan Dakwah*, vol. 21, no. 1, hlm. 41–58, 2020.
- [17] M. Ritonga, “Komunikasi Dakwah Zaman Milenial,” *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, vol. 3, no. 1, hlm. 60–77, 2019.
- [18] S. M. Amin dan B. Nu'man, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*. Amzah, 2008.
- [19] J. Jahroni, *Masjid di Era Milenial*. Center for the Study of Religion and Culture (CSRC), 2019.
- [20] M. A. L. Nuriz dan A. Lubbi, *Generasi Muda Milenial dan Masjid di Era digital*. Jakarta: Center for The Study of Religion and Cultur - CSRS, 2019.
- [21] R. Mardiana, “Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial,” *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah*, vol. 10, no. 02, hlm. 148–158, 2020.
- [22] I. Al Walidah, “Tabayyun di era generasi millennial,” *Jurnal Living Hadis*, vol. 2, no. 2, hlm. 317–344, 2017.

- [23] A. Zaini, "Dakwah melalui internet," *AT-TABSYIR STAIN Kudus*, vol. 1, no. 1, hlm. 1–16, 2013.
- [24] A. Zaini dan D. Rahmawati, "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru," *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol. 8, hlm. 162, 2021.
- [25] M. Fakhruroji, "Dakwah Islam dan Inovasi Media: Peluang dan Ancaman Media Global Atas Dakwah Islam," *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, vol. 4, no. 1, hlm. 121–129, 2010.