AL-DYAS
Jurnal Inovasi dan Pengabdian kepada Masyarakat
p-ISSN : 2964-4992
e-ISSN : 2964-4984
Terindeks : Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.
https://doi.org/10.58578/aldyas.v2i2.1153

MEMBANGUN KONEKSI DENGAN GENERASI MILENIAL: STRATEGI DAKWAH YANG EFEKTIF DALAM ERA DIGITAL

Muhammad Faizul Akbar Surbakti[1], Mutiawati[2], Hasnun Jauhari Ritonga[3]
UIN Sumatera Utara Medan
mfzlakbars13@gmail.com ; mutiawati@uinsu.ac.id

Abstract

This study aims to analyze effective da'wah strategies in building connections with the millennial generation in the digital era. The millennial generation has different characteristics and communication preferences compared to the previous generation, therefore, it is necessary to have the right approach in conveying da'wah messages to them. In this research, we explore various da'wah strategies that are effective in building connections with the millennial generation and identify the factors that influence the success of these da'wah strategies. This study uses a qualitative approach involving in-depth interviews and analysis of social media content as a data collection method. It is hoped that the results of this research will be able to provide valuable insights for da'wah activists, especially in facing challenges and opportunities in interacting with the millennial generation in the digital era.

Keywords: Da'wah Strategy, Millennial Generation, Digital Era, Connection, Social Media

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dakwah yang efektif dalam membangun koneksi dengan generasi milenial dalam era digital. Generasi milenial memiliki karakteristik dan preferensi komunikasi yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya, oleh karena itu, perlu adanya pendekatan yang tepat dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mereka. Dalam penelitian ini, kami menggali berbagai strategi dakwah yang efektif dalam membangun koneksi dengan generasi milenial dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi dakwah tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melibatkan wawancara mendalam dan analisis konten media sosial sebagai metode pengumpulan data. Diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan wawasan yang berharga bagi para penggiat dakwah, khususnya dalam menghadapi tantangan dan peluang dalam berinteraksi dengan generasi milenial di era digital.

Kata Kunci : Strategi Dakwah, Generasi Milenial, Era Digital, Koneksi, Media Sosial

Jurnal Al-DYAS is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak besar terhadap cara manusia berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Di tengah era digital ini, generasi milenial, yang merupakan kelompok individu yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, tumbuh dan berkembang dengan akses mudah terhadap berbagai platform digital seperti media sosial, aplikasi mobile, dan internet. Kemajuan teknologi ini secara signifikan mempengaruhi pola pikir, perilaku, dan preferensi generasi milenial dalam berbagai aspek kehidupan mereka (Hayat, A., & Muslimin, A, 2020).

Dalam konteks dakwah, generasi milenial memiliki peran yang sangat penting sebagai audiens yang potensial. Namun, terdapat tantangan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada generasi milenial yang cenderung mengonsumsi konten secara digital dan memiliki tingkat perhatian yang terbagi-bagi. Hal ini menuntut adanya strategi dakwah yang efektif dalam era digital guna membangun koneksi yang kuat dengan generasi milenial (Wibowo, E., & Rahardjo, M, 2021).

Pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu sarana yang efektif dalam strategi dakwah untuk mencapai generasi milenial. Media sosial, blog, video, dan platform digital lainnya dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan agama dan nilai-nilai Islam yang relevan dengan kehidupan generasi milenial. Melalui fitur-fitur interaktif dan kreatif dalam media sosial, strategi dakwah dapat menarik perhatian dan menjadi relevan bagi generasi milenial (Mubarok, M. Z., & Sari, R. D, 2020).

Dalam strategi dakwah yang efektif, penting untuk memahami karakteristik dan preferensi generasi milenial dalam menggunakan media sosial dan platform digital. Memahami preferensi mereka terkait format, gaya bahasa, konten visual, dan interaksi sosial dapat membantu meningkatkan daya tarik pesan dakwah yang disampaikan. Penggunaan teknologi digital dengan bijak dan kreatif dapat membantu menciptakan pengalaman dakwah yang berkesan bagi generasi milenial (Nur, N. F, 2019).

Dalam era digital yang terus berkembang, penting bagi para pendakwah dan pihak terkait untuk terus mengkaji dan mengembangkan strategi dakwah yang sesuai dengan konteks generasi milenial. Melalui pendekatan yang tepat dan pemilihan platform yang relevan, strategi dakwah dapat efektif dalam menjangkau generasi milenial dan membangun koneksi yang kuat dengan mereka. Hal ini akan memberikan potensi besar dalam menyebarkan pesan dakwah serta mendorong perubahan positif dalam kehidupan generasi milenial (Yusuf, M. A., & Sulaiman, M, 2021).

METODE

Metode penelitian dalam jurnal ini ialah menggunakan metode kualitatif, yaitu metode yang membuahkan data deskriptif yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi resmi lainnya. Metode penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang bertitik fokus pada pengamatan yang dilakukan secara mendalam terhadap objek yang sedang diteliti. Penelitian kualitatif dapat menghasilkan kajian suatu fenomena atau peristiwa yang lebih komperhensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Generasi Milenial

Generasi Milenial, atau juga dikenal sebagai Generasi Y, merujuk kepada kelompok individu yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996. Mereka tumbuh dan berkembang di tengah perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi yang signifikan. Generasi Milenial memiliki karakteristik dan pengalaman yang berbeda dari generasi sebelumnya, dan pemahaman yang jelas tentang pengertian generasi ini menjadi penting dalam berbagai konteks (Pew Research Center, 2020).

Menurut Elwood Carlson berpendapat bahwa, generasi milenial adalah kelompok manusia kelahiran antara tahun 1983 hingga tahun 2001(Elwood Carlson, 2008). Sementara itu menurut Lancaster dan Stillman, generasi milenial adalah generasi yang lahir pada tahun 1981 sampai tahun 1999 (Lynnne Lancaster dan David Stillman, 2002). Dan Yakob berpendapat bahwa generasi milenial dengan istilah generasi digital, yaitu anak-anak yang lahir antara tahun 1976 hingga 2000 (Yakob Ramzi, 2015).

Batasan-batasan waktu tersebut dapat sedikit bervariasi tergantung pada sumber yang dikonsultasikan, akan tetapi secara umum, generasi milenial diidentifikasi dengan kelahiran pada periode tahun 1981 hingga 1996 (Pew Research Center, 2020).

B. Karakteristik Generasi Milenial

Salah satu karakteristik generasi milenial adalah keterhubungan mereka dengan teknologi. Mereka terbiasa dengan akses informasi yang cepat, interaksi sosial melalui platform digital, dan memiliki keinginan untuk terus berada di dalam

lingkungan yang serba terkoneksi (Rahman, F., & Budiman, M, 2018). Generasi Milenial memiliki kecenderungan untuk mencari konten yang relevan dengan kehidupan mereka sendiri. Mereka lebih responsif terhadap pesan-pesan yang dapat memberikan solusi bagi permasalahan hidup sehari-hari mereka (Asy-Sya'rawi, M. M, 2020).

Pada tahun 2010, Pew Research Center merilis laporan hasil penelitian mereka yang berjudul Milenials A Portrait Of Generation Next. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, Pew Research Center mengemukakan karakteristik dari generasi milenial yaitu:

1. Generasi milenial cenderung lebih mempercayai konten yang dihasilkan oleh pengguna (User Generated Content) dibandingkan dengan informasi yang hanya mengalir dari satu arah. Mereka cenderung tidak mudah mempercayai distribusi informasi yang bersifat sepihak dan lebih condong untuk mempercayai konten dan informasi yang dibuat oleh individu-individu.
2. Generasi milenial lebih memilih ponsel pintar dibandingkan menggunakan televisi. Sehingga sebagian besar generasi milenial memiliki media sosial.
3. Generasi milenial cenderung kurang minat membaca secara konvensional seperti membaca buku, koran, majalah, dan media cetak lainnya.
4. Generasi milenial lebih cenderung menggunakan metode pembayaran cashless atau melakukan transaksi secara nirtunai.
5. Generasi milenial mengandalkan teknologi sebagai informasi yang terpercaya.

Dalam konteks dakwah, sangat penting untuk memahami bagaimana generasi ini berinteraksi dengan dunia digital dan memanfaatkannya secara efektif dalam menyampaikan pesan-pesan agama. Selain itu, penting juga untuk membangun keterhubungan personal dengan generasi Milenial. Mereka cenderung merespon lebih baik jika ada hubungan yang erat dan interaksi yang lebih personal dalam dakwah.

C. Dakwah Era Digital

Dalam era digital yang semakin maju, dakwah telah mengalami perubahan signifikan dalam pendekatan dan komunikasinya. Teknologi digital, internet, dan media sosial telah membuka peluang baru dalam menyebarkan pesan agama dan membangun koneksi dengan audiens yang lebih luas. Dalam konteks ini, dakwah mengalami perubahan signifikan dalam pendekatan maupun metode komunikasinya. Berikut ini teori mengenai dakwah era digital, yaitu sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Teknologi

   Era digital memungkinkan pendakwah untuk memanfaatkan berbagai teknologi dan platform online sebagai sarana untuk menyebarkan pesan agama. Internet, media sosial, aplikasi mobile, dan website menjadi alat yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cepat dan mudah (Karim, N., & Rahman, A, 2020).

2. Aksesibilitas Informasi

   Era digital telah mengubah cara manusia mengakses informasi. Dengan adanya internet, informasi tentang agama dan dakwah menjadi lebih mudah dijangkau oleh banyak orang. Dakwah dalam era digital dapat memanfaatkan platform online, situs web, dan aplikasi mobile untuk menyediakan konten yang informatif, bermakna, dan mudah diakses.

3. Interaksi dan Keterlibatan Audiens

   Media sosial dan platform digital lainnya telah memungkinkan interaksi yang lebih langsung antara dakwah dan audiens. Fitur-fitur seperti komentar, pesan langsung, atau grup diskusi memungkinkan audiens untuk berpartisipasi, bertanya, dan berdiskusi tentang pesan dakwah. Dakwah dalam era digital dapat memanfaatkan interaksi ini untuk membangun koneksi yang lebih kuat dengan audiens (Muzaini, H. A, 2018).

4. Kreativitas Konten

   Dakwah era digital membutuhkan konten yang menarik dan relevan untuk menarik perhatian audiens. Konten-konten seperti video inspiratif, podcast, tulisan informatif, atau gambar-gambar yang menarik dapat digunakan untuk menyampaikan pesan agama dengan cara yang

menarik dan bermakna bagi generasi milenial (Omar, A. A., & Omar, N. A, 2019).

5. Personalisasi dan Segmentasi

   Dalam era digital, dakwah dapat memanfaatkan teknologi untuk melakukan personalisasi pesan dan segmentasi audiens. Dengan memahami kebutuhan dan minat audiens secara lebih spesifik, dakwah dapat menyampaikan pesan agama dengan cara yang lebih relevan dan memaksimalkan dampaknya (Zulkarnain, N., & Haron, N. A, 2021).

D. Strategi Dakwah Yang Efektif Dalam Membangun Koneksi Dengan Generasi Milenial

Strategi dakwah ialah teknik atau taktik tertentu yang digunakan untuk mencapai sasaran dakwah secara efektif dalam situasi dan kondisi yang spesifik. Hal ini meliputi cara, daya, dan upaya yang ditentukan untuk menghadapi target dakwah, dengan tujuan mencapai hasil yang optimal (Awaludin Pimay, 2005).

Dalam konteks dakwah, membangun koneksi yang efektif dengan generasi milenial terdapat beberapa strategi yang dapat diterapkan, yaitu:

1. Memahami kebutuhan dan minat generasi milenial: Generasi milenial memiliki minat dan kebutuhan yang berbeda dalam mencari pemahaman agama. Mereka cenderung mencari konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, praktis, dan menginspirasi. Oleh karena itu, dakwah perlu menyajikan konten yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka, seperti melalui video inspiratif, infografis menarik, atau podcast yang informatif.
2. Memanfaatkan media sosial dan platform digital: Generasi milenial sangat terhubung dengan media sosial dan platform digital. Oleh karena itu, dakwah perlu hadir di platform-platform tersebut dengan konten yang menarik dan berbagi pesan agama secara konsisten. Melalui media sosial, dakwah dapat memperluas jangkauan pesan agama, berinteraksi dengan audiens, dan membangun komunitas yang kuat.
3. Menggunakan bahasa yang relevan dan mudah dipahami: Dalam menyampaikan pesan agama kepada generasi milenial, penting untuk menggunakan bahasa yang relevan dengan kehidupan mereka dan

mudah dipahami. Hindari penggunaan bahasa yang terlalu formal atau kaku, dan lebih fokus pada bahasa yang akrab dan mudah diterima oleh generasi milenial.

4. Menciptakan pengalaman yang interaktif: Generasi milenial cenderung ingin terlibat aktif dalam proses pembelajaran dan pemahaman agama. Oleh karena itu, dakwah dapat menciptakan pengalaman yang interaktif melalui fitur-fitur interaktif di media sosial atau platform digital, seperti sesi tanya jawab langsung, polling, atau diskusi kelompok. Dengan melibatkan generasi milenial secara aktif, dakwah dapat membangun koneksi yang lebih kuat dan mendalam.
5. Mendorong partisipasi dan keterlibatan: Generasi milenial cenderung ingin berpartisipasi aktif dan berkontribusi dalam kegiatan yang mereka ikuti. Dalam konteks dakwah, penting untuk mendorong partisipasi dan keterlibatan mereka, baik melalui tugas, proyek, atau kampanye yang melibatkan generasi milenial. Dengan demikian, dakwah tidak hanya menjadi sebuah pesan yang disampaikan, tetapi juga sebuah gerakan yang melibatkan generasi milenial secara aktif (Ng, Y. L, 2020).

KESIMPULAN

Membangun koneksi dengan generasi milenial merupakan tantangan yang perlu dihadapi dalam dakwah di era digital. Generasi milenial memiliki karakteristik dan kebutuhan yang berbeda, serta terhubung secara intensif dengan teknologi digital. Oleh karena itu, strategi dakwah yang efektif perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut. Dalam era digital, strategi dakwah yang efektif dalam membangun koneksi dengan generasi milenial melibatkan beberapa elemen penting. Pertama, pemahaman yang mendalam tentang karakteristik dan minat generasi milenial. Kedua, memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana dakwah yang efektif. Generasi milenial terhubung secara aktif dengan media sosial, oleh karena itu, dakwah dapat hadir di platform-platform tersebut dengan konten yang menarik dan berbagi pesan agama secara konsisten. Dalam hal ini, kreativitas konten, personalisasi, dan segmentasi audiens menjadi penting untuk mencapai hasil yang optimal. Ketiga, penggunaan bahasa yang relevan dan mudah dipahami oleh generasi milenial. Bahasa yang akrab, tidak terlalu formal atau kaku, akan lebih

diterima oleh generasi ini dalam menyampaikan pesan agama. Bahasa yang sederhana namun memiliki daya tarik dan daya menginspirasi akan lebih efektif dalam menjangkau generasi milenial. Keempat, menciptakan pengalaman yang interaktif dan mendorong partisipasi serta keterlibatan aktif dari generasi milenial dalam dakwah. Generasi milenial cenderung ingin terlibat aktif dalam proses pembelajaran dan pemahaman agama. Melalui fitur-fitur interaktif di media sosial atau platform digital, dakwah dapat menciptakan pengalaman yang menarik dan membangun koneksi yang kuat dengan generasi milenial.

Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, dakwah dapat berhasil membangun koneksi yang efektif dengan generasi milenial dalam era digital. Dakwah yang relevan, inspiratif, dan terlibat dengan generasi milenial akan memiliki dampak yang lebih besar dalam menyebarkan pesan agama dan membentuk komunitas yang kuat di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

Awaludin Pimay. (2005). Paradigma Dakwah Humanis: Strategi dan Metode Dakwah Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. Semarang: Rasail

Elwood Carlson. (2008). The Lucky Few: Between In Greatest Generation and The Baby Boom. Florida: Springer Science + Busniess Media B.V.

Hayat, A., & Muslimin, A. (2020). Strategi Dakwah pada Generasi Milenial. Jurnal Komunikasi Islam, 10(1), 98-116.

Karim, N., & Rahman, A. (2020). Digital Da'wah: Harnessing the Power of Digital Technology for Islamic Preaching. Journal of Media and Communication Studies, 12(2), 61-77.

Lynnne Lancaster dan David Stillman. (2002). When Generation Collide: Who They Are Why They Clash. How To Solve The Generation Puzzle at Work. New York: Collins Business

Mubarok, M. Z., & Sari, R. D. (2020). Media Dakwah di Era Digital dalam Perspektif Generasi Milenial. Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam, 9(2), 269-288.

Muzaini, H. A. (2018). The Use of Social Media in Dakwah: A Study on the Communication Strategies of Religious Organizations in Malaysia. Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 34(4), 149-166. (https://ejournal.ukm.my/mjc/article/view/28049)

Ng, Y. L. (2020). Islamic Mobile Apps: Technology, Religion, and the Middle Class in Southeast Asia. International Journal of Communication, 14, 1912-1932. (https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/12534)

Nur, N. F. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah di Era Milenial. Jurnal Dakwah Tabligh, 4(1), 95-114.

Omar, A. A., & Omar, N. A. (2019). The Role of Social Media in Islamic Da'wah Among Muslim Youth in Malaysia. Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 35(3), 16-31.

Pew Research Center. (2010). Pew Research Center: Milenials A Portrait Of Generation Next. Diakses dari https://www.pewresearch.org/2010/03/11/portrait-of-the-millennials/

Pew Research Center. (2020). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Diakses dari https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/

Rahman, F., & Budiman, M. (2018). Strategi Dakwah di Era Digital: Tantangan dan Peluang. Jurnal Dakwah, 19(1), 84-105.

Wibowo, E., & Rahardjo, M. (2021). Membangun Koneksi dengan Generasi Milenial Melalui Media Sosial: Perspektif Dakwah Kontekstual. Jurnal Penelitian Dakwah, 22(1), 39-54.

Yakob Ramzi. (2015). Grow Up Digital: How The Next Generation is Changing Your World. Jurnal Periklanan Internasional, Vol. 28 No. 1 Januri.

Yusuf, M. A., & Sulaiman, M. (2021). Strategi Dakwah di Era Digital untuk Generasi Milenial: Studi Kasus Terhadap Aktivitas Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media Sosial. Jurnal Dakwah, 22(1), 103-118.

Zulkarnain, N., & Haron, N. A. (2021). Digital Da'wah Strategies on Social Media among Malaysian Islamic Organisations. Malaysian Journal of Media Studies, 23(1), 87-103.