

**STRATEGI DAKWAH UNTUK GENERASI MILENIAL DI ERA
DIGITALISASI PADA KOMUNITAS YUK HIJRAH LAMPUNG
MELALUI MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

**HIDAYATU RIZKI
NPM: 1841030205**



Program Studi Manajemen Dakwah

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1444 H / 2022 M**

**STRATEGI DAKWAH UNTUK GENERASI MILENIAL DI ERA DIGITALISASI PADA
KOMUNITAS YUK HIJRAH LAMPUNG
MELALUI MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1
Dalam Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Pembimbing I : Dr. H. Rosidi, M. A

Pembimbing II : Badarudin, S.Ag. M.Ag



Program Studi Manajemen Dakwah

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**

LAMPUNG

1444 H / 2022 M

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang Strategi Dakwah yang dilakukan Komunitas Yuk Hijrah Lampung Melalui Media Sosial. Penelitian ini sendiri dilakukan dengan pendekatan studi kasus, dimana penulis memperhatikan strategi dakwah yang dilakukan oleh komunitas Yuk Hijrah Lampung dalam menarik minat para kaum milenial melalui media sosial yang sering digunakan. Munculnya komunitas dakwah Islam generasi millennial juga menjadi solusi dalam dakwah, Salah satunya adalah Komunitas Yuk Hijrah Lampung. Komunitas Yuk Hijrah Lampung merupakan suatu kelompok yang berada di Kota Bandar Lampung.

Adapun jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Sumber data berasal dari data primer yang diperoleh dari pengurus Komunitas Yuk Hijrah Lampung. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi langsung di kantor sekretariat Komunitas Yuk Hijrah Lampung untuk mengamati aktivitas organisasi khususnya dalam memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah, metode wawancara dilakukan dengan melakukan wawancara menggunakan pedoman wawancara yang sudah dipersiapkan kepada narasumber yang terdiri dari pengurus Komunitas Yuk Hijrah Lampung yaitu ketua komunitas dan juga ketua divisi media, 2 orang anggota aktif yang telah mengikuti kegiatan Komunitas Yuk Hijrah Lampung dan 1 orang followers atau pengikut akun @yukhijrahlampung. selanjutnya dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data yang terkait dengan sejarah, visi dan misi, struktur organisasi serta dokumentasi akun instagram @yukhijrahlampung. Sumber data sekunder berasal dari literatur yang terkait dengan penelitian serta hasil penelitian terdahulu yang relevan.

Berdasarkan analisis data, temuan penelitian ini adalah strategi dakwah untuk generasi milenial di era digitalisasi pada Komunitas Yuk Hijrah Lampung melalui media sosial, sudah sejalan dengan kondisi dan juga perkembangan zaman. pemilihan media sosial instagram sebagai media dakwah oleh Komunitas Yuk Hijrah Lampung sudah sangat tepat. Hasil positif juga ditunjukkan dengan adanya peningkatan jumlah anggota dan follower. strategi dakwah komunitas Yuk Hijrah Lampung melalui media sosial instagram mulai dari tahap perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan sudah dilakukan sesuai dengan fungsinya. Faktor pendukung dalam menerapkan strategi dakwah untuk generasi milenial di era digitalisasi pada Komunitas Yuk Hijrah Lampung melalui media sosial dengan adanya motivasi dari komunitas dalam menyampaikan dakwah didukung dengan kekuatan dari media sosial instagram yang dapat dimanfaatkan seluas-luasnya untuk menyebarkan materi dakwah yang sesuai dengan kebutuhan generasi milenial. Disisi lain terdapat faktor penghambat saat ini rangkaian kegiatan hanya terpusat di Kota Bandar Lampung sehingga belum mampu mengakomodir jamaah yang ada di luar kota Bandar Lampung. Kurangnya donator yang mendukung untuk melakukan kegiatan yang membutuhkan pendanaan cukup besar. Sumberdaya Manusia atau relawan juga bisa dikatakan masih sangat kurang, sehingga hal inilah yang menyebabkan akun instagram @yukhijrahlampung pada tahun 2022 tidak terkelola dengan baik, ditambah dengan adanya persoalan intern organisasi yang saat ini sedang diselesaikan.

Kata Kunci: *Strategi dakwah, Komunitas Yuk Hijrah Lampung, Media Sosial*

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Hidayatu Rizki**
Nomor Induk Mahasiswa : 1841030205
Jurusan/prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**STRATEGI DAKWAH UNTUK GENERASI MILENIAL DI ERA DIGITALISASI PADA KOMUNITAS YUK HIJRAH LAMPUNG MELALUI MEDIA SOSIAL**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, September 2023

Yang membuat pernyataan



HIDAYATU RIZKI
NPM. 1841030205



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol.H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : STRATEGI DAKWAH UNTUK GENERASI MILENIAL DI ERA DIGITALISASI PADA KOMUNITAS YUK HIJRAH LAMPUNG MELALUI MEDIA SOSIAL

Nama : Hidayatu Rizki
NPM : 1841030205
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Telah diperiksa oleh Pembimbing I dan Pembimbing II, maka untuk itu Pembimbing I dan Pembimbing II menyetujui untuk dimunaqasahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. H. Rosidi, M.A
NIP. 196503051994031005


Badaruddin S.Ag., M.Ag
NIP. 197508132000031001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah


Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I
NIP. 197010251999032001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “STRATEGI DAKWAH UNTUK GENERASI MILENIAL DI ERA DIGITALISASI PADA KOMUNITAS YUK HIJRAH LAMPUNG MELALUI MEDIA SOSIAL” disusun oleh, Hidayatu Rizki, NPM: 1841030205, Program studi: Manajemen Dakwah. Telah di ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Kamis, 13 April 2023 Pukul 08.00-09.30

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti M.Sos.I

Sekretaris : Rouf Tamim, M.Pd.I

Penguji I : Dr. Hasan Mukmin, M.A

Penguji II : Dr. H. Rosidi, M.A

Penguji Pendamping : Badaruddin S.Ag, M.Ag

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Dr. Abdul Syukur, M.Ag

NIP. 196511011995031001

MOTTO

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.

(Q.S An-Nahl [16] :125)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Pertama untuk diri saya sendiri, terimakasih karena telah mau berjuang dan bertahan sampai saat ini dan mampu bertahan di titik ini.
2. Kedua orang tua tercinta, bapak Kambarudin dan ibu Kasnita yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi kepada penulis. Terimakasih untuk segala do'a dari ayah dan ibu sehingga penulis bisa berada dititik ini. Terimakasih untuk segala perjuangan ayah dan ibu untuk kehidupan saya. Semoga Allah SWT selalu memberi Kesehatan kepada ayah dan ibu dan hiduplah lebih lama lagi agar ayah dan ibu selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.
3. Adikku tersayang Aditya Rifqi Hamizan, salah satu alasan dan motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik
4. Kepada pemilik NPM 1841030179, yang senantiasa mendengarkan keluh kesah peneliti, memberi dukungan, motivasi, pengingat, dan menemani peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terimakasih karena sudah bersedia menemani dan mendukung saya hingga saat ini.
5. Kepada seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan serta do'a.
6. Sahabat SD, SMP, SMA, Kuliah dan orang terdekat terbaik ku yang tiada henti-hentinya mendukung dan memberi semangat serta do'a, nya.
7. Kepada dosen pembimbing yang telah membantu membimbing dan mengarahkan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Almamaterku tercinta Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah menjadi saranan menimba ilmu

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Hidayatu Rizki dilahirkan di Kotabumi Lampung Utara pada tanggal 06 Mei 2000. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan bapak Kamarudin dan ibu Kasnita.

Pendidikan penulis di mulai dari Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Gapura pada tahun 2006-2012. Penulis melanjutkan Pendidikan ke jenjang selanjutnya yaitu di sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 10 Kotabumi dari tahun 2012-2015, selanjutnya melanjutkan Pendidikan kejenjang Sekolah Menengah Kejurusan (SMK) Negeri 3 Kotabumi pada tahun 2015 dan lulus pada tahun 2018, kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2018 dan mengambil jurusan Manajemen Dakwah pada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi.

Bandar Lampung April 2023

Hidayatu Rizki
1841030205

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya, sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **“STRATEGI DAKWAH UNTUK GENERASI MILENIAL DI ERA DIGITALISASI PADA KOMUNITAS YUK HIJRAH LAMPUNG MELALUI MEDIA SOSIAL”** dapat penulis selesaikan. Sholawat dan salam penulis sanjungkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang taat pada ajaran agama-Nya.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi serta melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial Dan Ilmu Dakwah Pada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kekeliruan, hal ini semata-mata karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi alat penunjang ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya dan umumnya bagi yang membaca.

Penyelesaian skripsi ini juga berkat adanya dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini perkenankan penulis menghaturkan rasa terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Dr. Abdul Syukur, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung
2. Dr. Yunindar Cut Mutia Yanti, M.Sos., I, selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
3. Badaruddin, S.Ag., M.Ag, selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Ilmu dan Komunikasi
4. Dr. H. Rosidi, M.A, selaku pembimbing I dan bapak Badaruddin, S.Ag., M.Ag.. selaku pembimbing II yang telah memberikan banyak waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis.
5. Bapak ibu dosen di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu

Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu dan pemahaman kepada penulis selama kuliah.

6. Bapak Ahmad Baihaqi, Muhammad Maskur Yunus serta pengurus komunitas Yuk Hijrah Lampung yang telah memberikan bantuan dan kemudahan kepada penulis dalam menentukan data yang penulis butuhkan dalam Menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada rekan-rekan seperjuangan jurusan Manajemen Dakwah UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2018 khususnya kelas C
8. Semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Alhamdulillah bini'matihi tatimushalihat (Segala puji bagi Allah SWT. yang dengan nikmatnya amal sholeh menjadi sempurna). Semoga segala bantuan yang diberikan dengan penuh keikhlasan tersebut mendapat anugerah dari Allah Swt. Amin ya Robal A'lamin.

Bandar Lampung, April 2023

Hidayatu Rizki

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
PERSETUJUAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Fokus dan Subfokus Penelitian.....	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	8
H. Metode Penelitian.....	12
I. Sistematika Pembahasan.....	18
BAB II STRATEGI DAKWAH PADA GENERASI MILENIAL	
A. Strategi Dakwah	
1. Pengertian Dakwah	19
2. Pengertian strategi Dakwah	20
3. Subjek, Objek dan Tujuan Dakwah.....	23
B. Media Sosial	
1. Pengertian Media Sosial.....	26
2. Media Sosial untuk Media Dakwah	27
C. Generasi Milenial	
1. Pengertian Generasi Milenial	31
2. Karakteristik Generasi Milenial	32
3. Dakwah Pada Kaum Generasi Milenial	33

4. Strategi Dakwah Generasi Milenial	35
D. Metode Dakwah Era Milenial	
1. Pengertian Metode Dakwah	37
2. Metode Dakwah Era Milenial	38
E. Digitalisasi Dakwah	
1. Pengertian Digitalisasi Dakwah	40
2. Tujuan Digitalisasi Dakwah	46
3. Manfaat Digitalisasi Dakwah	47
F. Komunitas Yuk Hijrah Lampung	
1. Pengertian Komunitas Yuk Hijrah Lampung	48
2. Sejarah Komunitas Yuk Hijrah Lampung	49

BAB III PROFIL LEMBAGA DAN STRATEGI DAKWAH KOMUNITAS YUK HIJRAH LAMPUNG PADA GENERASI MILENIAL

A. Profil Lembaga Komunitas Yuk Hijrah Lampung	
1. Sejarah Berdirinya Komunitas Yuk Hijrah Lampung	51
2. Visi dan Misi	52
3. Struktur Organisasi Komunitas Yuk Hijrah Lampung	53
4. Program Kerja Komunitas Yuk Hijrah Lampung	55
5. Jumlah Anggota dan Pembimbing Komunitas Yuk Hijrah Lampung	57
6. Strategi Dakwah Komunitas Yuk Hijrah Lampung Pada Generasi Milenial Melalui Media Sosial	60
7. Faktor Pendukung dan Penghambat	73

BAB IV ANALISIS STRATEGI DAKWAH UNTUK GENERASI MILENIAL DI ERA DIGITALISASI PADA KOMUNITAS YUK HIJRAH LAMPUNG MELALUI MEDIA SOSIAL

A. Strategi Dakwah Untuk Generasi Milenial Di Era Digitalisasi Pada Komunitas Yuk Hijrah Lampung Melalui Media Sosial	85
---	----

B. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Menerapkan Strategi Dakwah Untuk Generasi Milenial Di Era Digitalisasi Pada Komunitas Yuk Hijrah Lampung Melalui Media Sosial	98
--	----

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	105
B. Rekomendasi.....	106

DAFTAR PUSTAKA	107
-----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	111
----------------------	------------



DAFTAR TABEL

1. Daftar Kegiatan Dakwah Komunitas Yuk Hijrah Lampung yang dipublikasikan melalui instagram 59



DAFTAR GAMBAR

1. Profil Media Sosial Instagram Komunitas Yuk Hijrah Lampung..... 5
2. Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman..... 17
3. Struktur Kepengurusan Komunitas Yuk Hijrah Lampung 53
4. Logo Komunitas Yuk Hijrah Lampung..... 62
5. Salah satu materi yang di posting pada akun instagram @yukhijrahlampung 67
6. Tanggapan komentar pada akun instagram @yukhijrahlampung 68
7. Contoh postingan pada akun instagram @yukhijrahlampung 69
8. Contoh captions pada akun instagram @yukhijrahlampung 70
9. Jumlah Postingan Akun @yukhijrahlampung tahun 2018-2022 ... 100



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk mengurangi kesalahan pemahaman dalam memahami maksud judul peneliti, maka dibutuhkan penegasan judul, sebelum menjelaskan lebih lanjut penulis akan memaparkan terlebih dahulu istilah dalam judul penelitian ini agar memperoleh gambaran yang jelas mengenai makna yang dimaksud. Adapun judul penelitian ini: **“Strategi Dakwah Untuk Generasi Milenial Di Era Digitalisasi Pada Komunitas Yuk Hijrah Lampung Melalui Media Sosial”**

Strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu.¹

Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.²

Generasi Milenial adalah seseorang yang lahir pada rentang tahun 1980-2000. Tidak ada susunan secara khusus untuk menggolongkan generasi millenials. Tapi, para pakar sosial telah melihat dari karakter secara umum para millenials yang lahir di tahun 1980-2000.³

Era dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki definisi diantaranya adalah kurun waktu dalam sejarah; sejumlah tahun dalam jangka waktu antara beberapa peristiwa penting dalam sejarah; masa.⁴

¹Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka: 2002), 690.

²M. Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), 6

³Mix Marcom, *Millennials*, (Jakarta: Fantasiou x Loveable, 2018), 10

⁴Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa* 347.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) digitalisasi adalah proses pemberian atau pemakaian sistem digital.⁵

Komunitas Yuk Hijrah Lampung merupakan suatu kelompok yang berada di kota Bandar Lampung dengan secretariat yang beralamatkan di Komplek Ruko Jln. Ikan Gurame Pesawahan Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung. Hingga saat ini jumlah anggota yang terdaftar sebagai anggota resmi komunitas Yuk Hijrah Lampung adalah sebanyak 50 anggota yang mayoritas adalah pemuda pemudi yang berdomisili di Kota Bandar Lampung termasuk juga didalamnya adalah pelajar dan mahasiswa yang sedang melanjutkan studi di Kota Bandar Lampung.⁶

Berdasarkan pengertian di atas yang dimaksud dengan judul skripsi ini adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui strategi dakwah yang difokuskan kepada kaum generasi millennial yang ada di Kota Bandar Lampung melalui platform digital pada Komunitas Yuk Hijrah Lampung.

B. Latar Belakang

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 diketahui 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

⁵Ibid, 498.

⁶ Ahmad Baihaqi, Pengurus Komunitas Yuk Hijrah Lampung, Wawancara Pada Tanggal 20 Oktober 2022

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.

Menurut Abdul Basit, dakwah islam harus berkembang sesuai kebutuhan masyarakat. Jika kegiatan dakwah tidak mengikuti perkembangan zaman maka dakwah akan tertinggal. Dai yang lahir di era milenial harus melakukan revitalisasi cara berdakwah supaya dakwah dapat diminati manusia sekarang ini. Apabila cara dakwah yang dilakukan dai tidak sesuai dengan kebutuhan manusia dan tidak melakukan penyesuaian diri dengan perkembangan teknologi modern maka islam akan mengalami kemunduan yang signifikan.⁷

Perkembangan teknologi dan media menandakan terjadinya perubahan kehidupan manusia yang tidak dapat dihindari. Teknologi dan media modern menjadi konsekuensi kebutuhan primer yang tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan manusia. Manusia seolah-olah tidak bisa hidup dengan teknologi dan media modern di era sekarang ini. Pemakai teknologi dan media modern saat ini satu diantaranya adalah manusia generasi milenial.

Generasi milenial adalah manusia yang lahir di antara tahun 1980 sampai 2000. Generasi milenial sangat identik dengan manusia yang memanfaatkan sepenuhnya akan teknologi dan media modern.⁸ Bahkan teknologi dan media modern bagi generasi milenial menjadi suatu kebutuhan dalam menjalani kehidupan.. Seiring masuknya teknologi dan media modern, harusnya mampu dimanfaatkan oleh para da'I untuk merangkul kaum generasi milenial, melalui pengembangan metode, materi dan media dakwah yang lebih modern.

Pemanfaatan teknologi di era digital dalam berdakwah harus benar-benar dilakukan secara tepat. Pada kenyataannya, beberapa

⁷ Abdul Basit "*Dakwah Antar Individu Teori Dan Aplikasi*", (Purwokerto: Stain Purwokerto Press, 2008), Hlm.10

⁸ Sapta Sari, 2019 "*Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital*", Jurnal Professional FIS UNIVED Vol.6 No.2, Hlm 30

konten-konten dakwah yang ada justru tidak mengandung nilai dan ajaran Islam. Seperti konten-konten yang justru menjurus kepada ajaran radikalisme, salah satu contohnya adalah 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.

Peristiwa di atas 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 tersebar berita palsu (hoax), modal ekonomi dan sosial yang rendah dan sebagainya

Munculnya komunitas dakwah Islam generasi millennial juga menjadi solusi dalam dakwah, Salah satunya adalah Komunitas Yuk Hijrah Lampung. Komunitas Yuk Hijrah Lampung merupakan suatu kelompok yang berada di kota Bandar Lampung dengan secretariat yang beralamatkan di Komplek Ruko Jln. Ikan Gurame Pesawahan Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung. Hingga saat ini jumlah anggota yang terdaftar sebagai anggota resmi komunitas Yuk Hijrah Lampung adalah sebanyak 50 anggota yang mayoritas adalah pemuda pemudi yang berdomisili di Kota Bandar Lampung termasuk juga didalamnya adalah pelajar dan mahasiswa yang sedang melanjutkan studi di Kota Bandar Lampung.

Komunitas ini dibentuk pada tahun 2018, didasari atas keresahan dari para pendirinya yakni Ahmad Baihaqi dan Muhammad Febri terhadap taklim atau kajian di masjid yang sepi dari anak muda, sehingga berinisiasi untuk membentuk perkumpulan kajian dakwah di masjid yang bertujuan untuk mengajak anak muda agar mau belajar dan sharing masalah agama dengan pendekatan yang kreatif dan teknik yang mampu menarik anak muda untuk memperbaiki dirinya atau berhijrah. Karna melihat anak muda zaman sekarang sudah perlahan mulai pudar akhlak dan moral keagamaan nya.

Misi dari Komunitas Yuk Hijrah Lampung ada 3, yakni:

1. Menyediakan konsultasi dan problem solving bagi para pemuda pemudi dalam proses hijrah yang sedang ditempuh.
2. Merealisasikan kegiatan-kegiatan yang dapat memberikan dukungan secara moril bagi pemuda pemudi dalam proses hijrah
3. Mengadakan pembinaan di berbagai bidang dalam menunjang serta menjaga semangat pemuda pemudi dalam proses hijrah.

Komunitas Yuh Hijrah Lampung memiliki anggota yang terdiri dari anak-anak muda yang aktif di media sosial. bahkan media sosial menjadi salah satu metode yang digunakan untuk berdakwah. Hal tersebut dapat terlihat dari profil instagram, yang dimiliki oleh komunitas Yuk Hijrah Lampung, terdapat kurang lebih 260 postingan dan selalu ada postingan baru disetiap minggunya. Jumlah pengikut juga mencapai angka lebih dari 5000 *followers*. Selain instagram komunitas Yuk Hijrah Lampung juga memiliki media sosial lain yakni facebook dan juga terdapat website blog.



Gambar 1.

Profil Media Sosial Instagram Komunitas Yuk Hijrah Lampung

Berbagai kegiatan yang akan dan telah dilakukan oleh Komunitas Yuk Hijrah Lampung di posting dalam media sosial ini. Terlihat juga bahwa kegiatan yang dilakukan tidak hanya sebatas kajian dan pengajian saja, namun juga kegiatan rutin seperti penyaluran bantuan sosial kepada masyarakat yang membutuhkan juga dilakukan oleh para anggotanya. Adapun kegiatan yang diadakan dalam Komunitas Yuk Hijrah Lampung beragam seperti kajian rutin

pekanan, tabligh akbar, kelas belajar tahsin dan tahfidz, kelas belajar bahasa Arab, serta kelas latihan memanah dan berkuda (ekskul).

Pada setiap kegiatan yang dilakukan, komunitas ini memisahkan pertemuan antara pria dan wanita. Hanya untuk pertemuan besar seperti tabligh akbar seluruh anggota bergabung. Jadwal kegiatan dibuat berbeda karena pengurusnya juga beda, untuk akhwat diurus sesama akhwat dan begitu juga sebaliknya yang ikhwan diurus ikhwan. Pertemuan dan kegiatan bagi anggota ikhwan lebih sering kegiatannya di malam hari. Hal ini tentu sangat penting dilakukan agar tidak mencederai niat utama dari adanya komunitas ini sekaligus juga menjunjung tinggi nilai dan ajaran Islam terutama membatasi interaksi antara laki-laki dan wanita.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti dalam akun media sosial instagram milik Komunitas Yuk Hijrah Lampung, jumlah pengikut yang menfollow akun ini adalah sebanyak 5.235, jika dibandingkan dengan jumlah anggota yang terdaftar secara tetap, tentunya jumlah ini jauh lebih besar. Berdasarkan hal ini maka potensi Komunitas Yuk Hijrah Lampung untuk menambah anggotanya menjadi semakin besar. Belum lagi follower yang mengikuti akun media sosial lain seperti facebook.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan bagaimanakan strategi dakwah yang dilakukan oleh Komunitas Yuh Hijrah Lampung di era digitalisasi kepada anggota-anggotanya yang termasuk dalam generasi milenial melalui media sosial.

C. Fokus dan Subfokus Penelitian

1. Fokus Penelitian

Demi terlaksananya penelitian yang tepat sasaran maka peneliti berfokus pada strategi dakwah untuk generasi milenial di era digitalisasi yang dilakukan oleh Komunitas Yuh Hijrah Lampung melalui media sosial.

2. Subfokus Penelitian

Sub fokus pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a Kegiatan Komunitas Yuh Hijrah Lampung.
- b Strategi dakwah yang dilakukan oleh Komunitas Yuh Hijrah Lampung.

c Pendekatan yang dilakukan oleh Komunitas Yuh Hijrah Lampung pada generasi milenial yang ada di Kota Bandar Lampung.

d Faktor penghambat dan pendukung Pola dakwah yang dilakukan oleh Komunitas Yuh Hijrah Lampung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- 1 Bagaimana strategi dakwah untuk generasi milenial di era digitalisasi pada Komunitas Yuk Hijrah Lampung melalui media sosial?
- 2 Apa faktor pendukung dan penghambat dalam menerapkan strategi dakwah untuk generasi milenial di era digitalisasi pada Komunitas Yuk Hijrah Lampung melalui media sosial?

E. Tujuan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini tentu memiliki tujuan positif dan bagi penulis maupun yang membaca, dan diantara tujuan dari pelaksanaan penelitian ini sebagai berikut:

- 1 Untuk mengetahui strategi dakwah untuk generasi milenial di era digitalisasi pada Komunitas Yuk Hijrah Lampung melalui media sosial.
- 2 Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam menerapkan strategi dakwah untuk generasi milenial di era digitalisasi pada Komunitas Yuk Hijrah Lampung melalui media sosial.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis, adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Praktis

Bagi penulis, manfaat praktis yang diharapkan adalah bahwa seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan sekaligus memperoleh pengetahuan empirik mengenai penerapan fungsi Ilmu yang diperoleh selama mengikuti kegiatan perkuliahan pada Perguruan Tinggi Negeri. Bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian, penulis berharap manfaat hasil penelitian dapat diterima

sebagai kontribusi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis ini berlatar dari tujuan penelitian varifikatif, untuk mengecek teori yang sudah ada. Apakah akan memperkuat atau menggugurkan teori tersebut. Manfaat teoritis ini muncul berlatarkan ketidak puasaan atau keraguan terhadap teori yang sudah ada sehingga dilakukan penyelidikan kembali secara empiris. Bisa dipahami manfaat tersebut dapat menambah Hazanah tentang pola dakwah Pola dakwah yang dilakukan oleh Komunitas Yuh Hijrah Lampung pada generasi milenial bagi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi khususnya Jurusan pengembangan masyarakat Islam.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

- 1 Penelitian Athik Hidayatul Ummah pada Tahun 2020 berjudul “Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)”. Dakwah digital yang dilakukan oleh komunitas virtual AIS Nusantara menciptakan pandangan baru dalam memanfaatkan media sosial untuk berdakwah. Artikel ini menjelaskan bagaimana strategi dakwah komunitas virtual AIS Nusantara dalam membangun narasi Islam ala santri dan pesantren di kalangan generasi milenial melalui ruangruang digital. Berbagai strategi penyajian informasi dibuat lebih variatif dengan menggunakan ragam format yang lebih *eyecatching* dan modern. Dakwah digital yang dikelola oleh para santri ini menjadi model dakwah yang tepat di tengah banyaknya pendakwah dan materi dakwah yang tidak memiliki sanad keilmuan yang jelas. Kebangkitan santri dan pesantren di dunia maya merupakan salah satu bukti bahwa santri sekarang sudah mulai sadar betapa pentingnya berdakwah di dunia maya.⁹

Persamaan antara penelitian yang dilakukan Athik Hidayatul Ummah dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terletak pada kesamaan tema yang membahas mengenai dakwah digital. Sedangkan yang membedakan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan penulis, terletak pada objek

⁹Athik Hidayatul Ummah “Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)”, *Jurnal Universitas Islam Negeri Mataram*, 18. 1, (2020), 54-64.

penelitian, dimana pada penelitian ini penulis akan berfokus pada Komunitas Yuk Hijrah Lampung.

- 2 Penelitian Siti Mujahadah pada Tahun 2020 berjudul “Metode Dakwah Untuk Generasi Milenial”. Metode dakwah yang sesuai dengan keadaan generasi milenial saat ini yaitu: Metode bi al-Hikmah, Metode al-mau’izah al-hasanah dan Metode Wa Jadilhum bi al-lati Hiya Ahsan. Ketiga metode tersebut dapat memudahkan da’i dalam menyampaikan pesan dakwah terhadap generasi milenial, dan dakwah nantinya juga mudah diterima dan dipahami oleh generasi milenial. Dalam berdakwah juga harus mengikuti perkembangan teknologi. Di era milenial ini teknologi komunikasi dan teknologi informasi yang berkembang pesat. Maka dari itu dalam penyampaian dakwah alangkah baiknya jika memanfaatkan sosial media sebagai media dalam berdakwah. Melalui media ini dapat memudahkan umat islam yang ada di dunia ini untuk belajar mengenai ajaran Islam.

Persamaan antara penelitian yang dilakukan Siti Mujahadah dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terletak pada kesamaan tema yang membahas mengenai tema dakwah untuk kamu milenial. Sedangkan yang membedakan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan penulis, terletak pada objek penelitian, dimana pada penelitian ini penulis akan berfokus pada pola dakwah yang dipergunakan untuk menarik generasi milenial yang menjadi anggota Komunitas Yuk Hijrah Lampung.

- 3 Penelitian Puput Puji Lestari pada Tahun 2020 berjudul “Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial”. 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. 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. 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.¹⁰

Persamaan antara penelitian yang dilakukan Puput Puji Lestari dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terletak pada kesamaan tema yang membahas mengenai dakwah digital. Sedangkan yang membedakan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan penulis, terletak pada fokus dan objek penelitian, dimana pada penelitian ini penulis akan berfokus pada pola dakwah yang dipergunakan untuk menarik generasi milenial yang menjadi anggota Komunitas Yuk Hijrah Lampung.

- 4 Penelitian Asna Istya Marwantika pada Tahun 2021 berjudul “Tren Kajian Dakwah Digital Di Indonesia : *Systematic Literature Review*”. Artikel ini bertujuan untuk memetakan tren kajian dakwah digital di Indonesia, dengan menggunakan metode tinjauan pustaka sistematis (*systematic literature review*). Tinjauan Pustaka sistematis di artikel ini melibatkan 200 artikel kajian tentang dakwah digital yang didapatkan dari database *Google Scholar* dan *Crossref* dengan rentang tahun 2005-2021. Instrumen kajian untuk tinjauan pustaka sistematis di artikel ini menggunakan aplikasi *Publish or Perish* untuk mengumpulkan metadata dari *Google Scholar* dan *Crossref* dan visualisasi data menggunakan aplikasi *VOSviewer*. Hasil kajian berupa: 1) Pemetaan kluster tema-tema kajian yang berkaitan dengan dakwah digital, 2) Melihat jaringan para penulis tema dakwah digital dan yang sering menjadi rujukan kajian dalam bidang dakwah digital, dan 3) Melihat kekurangan dan kebaruan (*novelty*) dalam kajian dakwah digital.¹¹

¹⁰Puput Puji Lestari “Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial”, *Jurnal Dakwah*, 21, 1. (2020)

¹¹Asna Istya Marwantika “Tren Kajian Dakwah Digital Di Indonesia : *Systematic Literature Review*” , *Proceeding of The 1st Conference on Strengthening Islamic Studies in the Digital Era (FICOSIS) Vol 1* (2021)

Persamaan antara penelitian yang dilakukan Asna Istya Marwantika dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terletak pada kesamaan tema yang membahas mengenai dakwah digital. Sedangkan yang membedakan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan penulis, terletak pada fokus dan objek penelitian, dimana pada penelitian ini penulis akan berfokus pada pola dakwah yang dipergunakan untuk menarik generasi milenial yang menjadi anggota Komunitas Yuk Hijrah Lampung.

- 5 Penelitian Luthfi Hidayah pada Tahun 2021 berjudul “Dakwah Islam Di Era Generasi Milenial (Analisis Metode Dakwah Gus Miftah)”. Cara dakwah yang dilakukan Gus Miftah tersebut tidaklah wajar, karena lokasi dakwahnya adalah sebuah klub malam yang dianggap kotor atau tidak pantas untuk menerima dakwah. Kemudian muncul pertanyaan, bagaimana strategi Gus Miftah dalam mengajak para ahli maksiat untuk menuju ke jalan yang benar? menggunakan metode dakwah apa yang cocok bagi kaum marjinal. Metode dakwah yang beliau gunakan dalam menyampaikan dakwah sangat unik dan berbeda dengan yang lainnya. Menurut Gus Miftah “orang baik dan orang jelek itu bedanya satu orang baik pernah berbuat jelek dan orang jelek pernah berbuat baik. Jangan pernah menghakimi mereka, tetapi do’akan mereka dan rangkul mereka”. Metode dakwah yang beliau gunakan adalah Home Visit yakni mendatangi tempat lokalisasi dan klub malam. Karena apabila pemandu karaoke maupun pekerja malam dipaksa untuk hadir di masjid, mereka akan merasa kalau dirinya hina dan tidak pantas untuk masuk ke masjid. Kemudian beliau berfikir untuk mendatangi tempat-tempat tersebut. Dalam hal ini digunakanlah pendekatan sosiologi agama dan antropologi agama.¹²

Persamaan antara penelitian yang dilakukan Luthfi Hidayah dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terletak pada kesamaan tema yang membahas mengenai dakwah dan generasi milenial. Sedangkan yang membedakan antara penelitian terdahulu

¹²Luthfi Hidayah “Dakwah Islam Di Era Generasi Milenial (Analisis Metode Dakwah Gus Miftah)” , *AN-NASHIHA : Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies* 1. 1, 2021.

dengan penelitian yang akan dilakukan penulis, terletak objek penelitian, dimana pada penelitian ini penulis akan berfokus pada pola dakwah yang dipergunakan untuk menarik generasi milenial yang menjadi anggota Komunitas Yuk Hijrah Lampung.

H. Metode Penelitian

1 Jenis dan Sifat Penelitian

Dilihat dari jenisnya, maka penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu jenis penelitian yang berusaha mengumpulkan data dan informasi mengenai permasalahan di lapangan.¹³ Jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian lapangan yang dilakukan dalam kancah kehidupan yang sebenarnya. Menurut Hadari Nawawi penelitian lapangan atau *field research* adalah kegiatan penelitian yang dilakukan di lingkungan masyarakat tertentu, baik di lembaga-lembaga dan organisasi-organisasi kemasyarakatan maupun lembaga-lembaga pemerintahan.

Dilihat dari jenisnya, maka sifat penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif sebagaimana telah dikemukakan oleh Strauss menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan yang tidak diperoleh dari statistik atau alat-alat kuantitatif lainnya.¹⁴ Sedangkan deskriptif menurut Nazir merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan aktual mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

2 Jenis Data dan Sumber Data

Pengumpulan data berdasarkan pada literatur yang berkenaan dengan masalah yang di teliti di kelompokan berdasarkan:

¹³ M. Ahmad Anwar, *Prinsip-Prinsip Metodologi Research* (Yogyakarta: Sumbangsih, 1975), .22

¹⁴ V. Wiratna Sujaweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), 19.

a. Data Primer

Data primer adalah data utama, data ini diperoleh langsung dari informan melalui hasil penelitian lapangan dengan cara melakukan *interview* atau wawancara kepada beberapa orang yang dipandang mengetahui permasalahan yang diteliti.¹⁵ Data primer dalam studi lapangan didapatkan dari hasil wawancara kepada pihak pengurus Komunitas Yuh Hijrah Lampung, beserta anggota aktif dan *followers* Komunitas Yuh Hijrah Lampung yang ada di instagram.

b. Data Sekunder

Data sekunder menurut adalah data yang sudah jadi biasanya telah tersusun dalam bentuk dokumen, misalnya mengenai data demografis suatu daerah dan sebagainya.¹⁶ Data sekunder yang dipergunakan pada penelitian ini adalah berupa data profil dan kegiatan Komunitas Yuh Hijrah Lampung disertai hasil-hasil penelitian yang relevan.

3 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi. Informan penelitian adalah sesuatu baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat keadaanya diteliti. Metode pemilihan informan yang peneliti gunakan ialah metode “bola salju” atau juga disebut dengan teknik *snowball sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Peneliti memilih informan berdasarkan informan pertama yang penulis jumpai terdahulu informan yang dimaksud dalam penelitian ini terdiri dari tiga yakni informan kunci, informan utama dan informan tambahan. Informan kunci merupakan informan yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan.

Informan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Informan kunci (*key informan*), yaitu mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian, dalam hal ini adalah pihak pengurus Komunitas Yuh Hijrah Lampung.

¹⁵*Ibid*, 158.

¹⁶*Ibid*.

- b. Informan utama, yaitu mereka yang terlibat secara langsung dalam data yang diteliti. Informan utama dalam penelitian ini adalah peserta yang rutin mengikuti kegiatan yang digelar oleh Komunitas Yuh Hijrah Lampung berjumlah 5 orang.
- c. informan tambahan, yaitu mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak langsung terlibat dalam data yang diteliti, informan tambahan yakni *follower* Komunitas Yuh Hijrah Lampung di Instagram berjumlah 5 orang.

4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dilakukan untuk mengumpulkan, mencari dan memperoleh data dari responden serta informasi yang telah ditentukan. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Alat pengumpulan data sesuai dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah panduan observasi dan panduan wawancara mendalam pada narasumber.¹⁷ Bisa dipahami penulis bisa melakukan pengumpulan data dan mendapatkan informasi melalui wawancara, observasi dan dokumentasi teknik pengumpulan data yang digunakan paduan observasi dan panduan wawancara mendalam pada narasumber.

a. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis. Pengamatan dapat dilakukan secara terlibat (*partisipatif*) ataupun *nonpartisipatif*. Maksudnya, pengamatan dalam kegiatan orang yang menjadi sasaran penelitian, tanpa mengakibatkan perubahan pada kegiatan atau aktivitas yang bersangkutan dan tentu saja dalam hal ini peneliti tidak menutupi dirinya selaku peneliti. Untuk menyempurnakan aktivitas pengamatan *partisipatif* ini, peneliti harus mengikuti kegiatan keseharian yang dilakukan informan dalam waktu tertentu, memerhatikan apa yang terjadi, mendengarkan apa yang dikatakannya, mempertanyakan informasi yang menarik, dan mempelajari dokumen yang

¹⁷Metode Pengumpulan Data <http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/metode-pengumpulan-data-dalam-penelitian> Di akses pada tanggal 15 agustus 2021 pada pukul 18.00 WIB

dimiliki.¹⁸ Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi sekretariat Komunitas Yuk Hijrah Lampung serta mengamati bagaimana pengelolaan instagram sebagai media sosial yang dipergunkana untuk media dakwah dikalangan generasi milenial sekaligus mengamatai bagaimana pelaksanaan dakwah yang dilakukan oleh Komunitas Yuk Hijrah Lampung.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya-jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.¹⁹ Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya oleh penulis. Narasumber dalam wawancara adalah pihak pengurus Komunitas Yuk Hijrah Lampung yakni Bapak Muhammad Yusuf Maskur ketua komunitas dan Aditya Milsandri ketua divisi media, 2 orang anggota aktif Komunitas Yuk Hijrah Lampung yakni Fajri dan Rahma dan 1 orang followers instagram @yukhijrahlampung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data kualitatif sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data berbentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cenderamata, jurnal kegiatan dan sebagainya.²⁰ Dokuemntasi dilakukan untuk menggali data yang berkaitan dengan sejarah lahirnya Komunitas Yuk Hijrah Lampung, struktur organisasi, visi dan misi organisasi serta program kerja organisasi dan juga akun media sosial instagram @yukhijrahlampung yang dipergunakan sebgai media dalam berdakwah di kalangangenerasi milenial.

¹⁸ Muhammad Idrus, *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial* (Yogyakarta: Gelora Aksara Pratama, 2009), Cet. Ke-II, h. 101

¹⁹ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), Cet Ke- XIII, h.70

²⁰ *Ibid*, h.83

5. Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.²¹ Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis data interaktif.²²

a. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dicatat dalam catatan lapangan. Catatan lapangan tersebut dikumpulkan dan kemudian diambil bagian-bagian yang dianggap relevan dengan pokok permasalahan.

b. Data Reduksi (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dalam lapangan ditulis dalam bentuk Laporan atau uraian yang rinci, kemudian disederhanakan dan difokuskan pada hal yang penting dan dilakukan kategorisasi yang sesuai dengan fokus penelitian. Di lapangan data yang didapat sangat banyak sehingga perlu diteliti dan dirincikan sesuai dengan fokus penelitian yaitu tentang kegiatan Komunitas Yuh Hijrah Lampung. Dalam mereduksi data, peneliti melakukan seleksi, membuat ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan data untuk mempertegas, memperpendek, membuat fokus dan kemudian membuang data yang tidak diperlukan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama penelitian kualitatif berlangsung dan merupakan bagian dari analisis.²³

c. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun yang memberikan kemungkinan-kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Informasi ini termasuk didalamnya matrik, skema, tabel dan jaringan kerja yang berkaitan dengan kegiatan. Dengan penyajian data peneliti

²¹*Ibid.* 248.

²²Matthew B. Miles And A. Michael Huberman, Analisis Data Kualitatif (Jakarta: Ui-Press, 2009), 15.

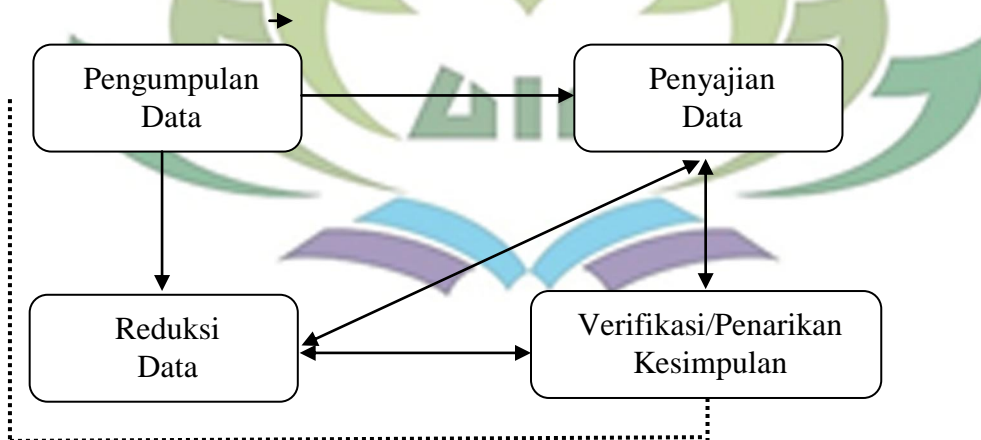
²³*Ibid.*, 16.

akan mengerti apa yang akan terjadi dan dapat mengerjakan sesuatu pada analisis data ataupun langkah-langkah lain berdasarkan penelitian tersebut.²⁴

d. Penarikan Kesimpulan (*Conclusions Drawing/Verification*)

Penarikan kesimpulan merupakan proses pengambilan intisari dan makna dari sajian data yang telah terorganisir dalam bentuk pernyataan yang singkat dan padat tetapi mengandung pengertian yang bermakna. Peneliti berupaya mencari makna dari data dan kemudian membuat kesimpulan. Sebelum menarik kesimpulan, peneliti harus mencari pola, hubungan persamaan dan sebagainya antar detail untuk dipelajari kemudian disimpulkan. Pada proses penyimpulan data merupakan suatu proses yang membutuhkan suatu pertimbangan yang benar-benar di pertanggungjawabkan.²⁵

Skematis proses analisis interaktif digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.

Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman

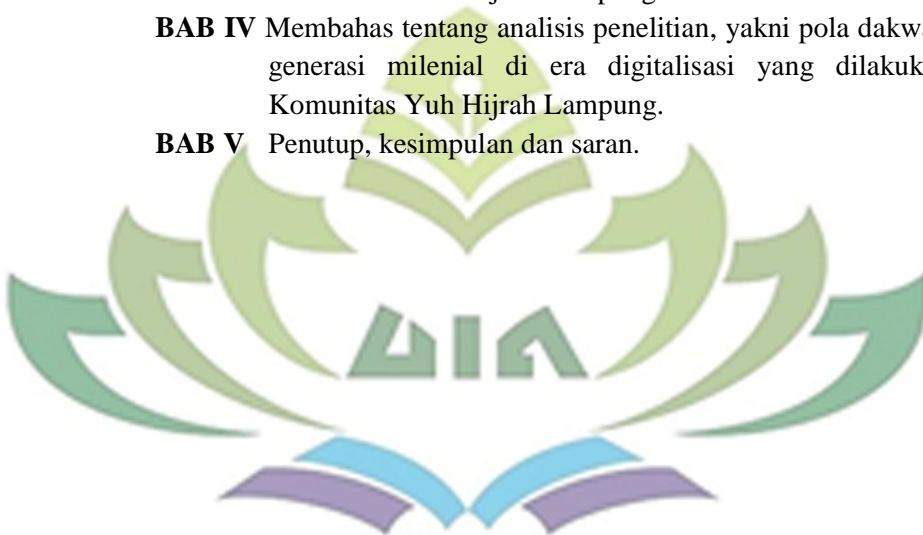
²⁴*Ibid*, 17

²⁵*Ibid*, 18.

I Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan terdiri dari lima (5) Bab diantaranya terdiri dari beberapa sub bab sebagai berikut :

- BAB I** Pendahuluan yang berisikan tentang penegasan judul, latar belakang masalah, fokus dan sub fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian terdahulu yang relevan, metode penelitian, sistematika pembahasan.
- BAB II** Landasan teori menguraikan tentang pengertian atau mendefinisikan pengertian dakwah, metode dakwah, pengetahuan generasi milenial dan dakwah di era milenial.
- BAB III** Menjelaskan tentang profil atau gambaran umum mengenai Komunitas Yuk Hijrah Lampung
- BAB IV** Membahas tentang analisis penelitian, yakni pola dakwah untuk generasi milenial di era digitalisasi yang dilakukan oleh Komunitas Yuh Hijrah Lampung.
- BAB V** Penutup, kesimpulan dan saran.



BAB II STRATEGI DAKWAH PADA GENERASI MILENIAL

A. Strategi Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Kata dakwah berasal dari bahasa Arab dengan asal kata (يدعو-دعا) yang dalam bentuk mashdarnya دعوة mempunyai arti ajakan, seruan, panggilan, atau undangan.²⁶ Sedangkan menurut Istilah, dakwah ialah segala usaha dan kegiatan yang sengaja berencana dalam bentuk sikap, ucapan dan perbuatan yang mengandung ajakan dan seruan baik langsung atau tidak langsung, ditujukan kepada perorangan, masyarakat atau kelompok masyarakat agar tergugah jiwanya, terketuk hatinya ketika mendengarkan perintah dan peringatan ajaran Islam yang kemudian menghayati, menelaah dan mempelajari untuk diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut H.M. Arifin Dakwah adalah sesuatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun secara kelompok, agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksa.²⁷

Imam Al-Gazali dalam bukunya memberikan definisi bahwa dakwah adalah program pelengkap yang meliputi semua pengetahuan yang dibutuhkan manusia untuk memberi penjelasan tentang tujuan hidup serta mampu membedakan mana yang *haq* dan mana yang *bathil*.²⁸ Isyarat-isyarat yang dimaksudkan dalam definisi dakwah mengarah pada keseriusan menjalankan tugas suci, dimana kegiatan yang dilakukan harus sistematis, karena segala

²⁶Zulkifli Mustan, *Ilmu Dakwah*, (Makassar: Pustaka Al-Zikra, 2005). h. 2

²⁷M. Arifin, *Psikologi Dakwah, Suatu Pengantar Studi*, Cet. 6, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), h. 6.

²⁸Asep Muhiddin, *Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an*, (Cet. I; Bandung: Pustaka Setia, 2002), h.7.

pekerjaan dalam aktivitas dakwah selalu dilihat dari siapa pelakunya, sehingga aktivitas dakwah itu benar-benar muncul dari sebuah pemahaman.²⁹

Oleh karenanya, dakwah merupakan kegiatan mengajak manusia kejalan yang telah di gariskan oleh Allah baik secara perorangan maupun secara kolektif, dengan penuh kesadaran yang di rencanakan secara sistematis demi mencapai tujuan hidup manusia yang lebih baik, dunia dan akhirat.

2. Pengertian Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah metode siasat, taktik yang dipergunakan dalam aktivitas dakwah.³⁰ Asmuni menambahkan srategi dakwah yang dikutip oleh Ahmad Anas dalam bukunya yang berjudul *Paradigma Dakwah Kontemporer, Aplikasi dan Praktisi Dakwah sebagai Solusi Problematikan Kekinian, usaha dakwah* harus memperhatikan beberapa hal, antara lain:

- a Asas filosofi, yaitu asas yang membicarakan tentang hal-hal yang erat hubungannya dengan tujuan yang hendak dicapai dalam proses dakwah;
- b Asas psikologi, yaitu asas yang membahas tentang masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang da'i adalah manusia, begitu juga sasaran dakwah yang memiliki karakter kejiwaan yang unik, sehingga ketika terdapat hal-hal yang masih asing pada diri mad'u tidak diasumsikan sebagai pemberontakan atau distorsi terhadap ajakan;
- c Asas sosiologi, yaitu asas yang membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah, misalnya politik masyarakat setempat, mayoritas agama di daerah setempat, filosofi sasaran dakwah dan sosio-kultur, yang sepenuhnya diarahkan pada persaudaraan yang kokoh, sehingga tidak ada sekat diantara elemen dakwah, baik kepada objek (*mad'u*) maupun kepada sesama subjek (pelaku dakwah). Dalam mencoba memahami keberagaman masyarakat, antara konsepsi psikologi, sosiologi dan religiusitas hendaknya tidak

²⁹Ibid, h. 27

³⁰Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h. 51.

dipisahkan secara ketat, sebab jika terjadi akan menghasilkan kesimpulan yang fatal.

d Asas kemampuan dan keahlian (*achievement and profesional*), yaitu azas yang lebih menekankan pada kemampuan dan profesionalisme subjek dakwah dalam menjalankan misinya. Latar belakang subjek dakwah akan dijadikan ukuran kepercayaan *mad'u*;

e Asas *efektifitas* dan *efisiensi*, yaitu asas yang menekankan usaha melaksanakan kegiatan dengan semaksimal mungkin sesuai dengan *planning* yang telah ditetapkan sebelumnya.³¹

Seluruh asas yang dijelaskan di atas termuat dalam metode dakwah yang harus dipahami oleh pelaku dakwah. Dimana Istilah metode atau *methodos* (Yunani) diartikan sebagai rangkaian, *sistematisasi* dan rujukan tata cara yang sudah dibina berdasarkan rencana yang matang, pasti dan logis.³²

Hal ini dapat dilihat bagaimana Rasulullah memberikan contoh strategi dakwah dengan manajemen yang baik, memepertimbangkan segala aspek. Oleh karena itu, maka unsur-unsur dasar manajerial yang merupakan satu kesatuan yang utuh, dan saling keterikatan satu sama lainnya ini sangat mempengaruhi suatu kelancaran, keefektifan suatu proses program kegiatan berjalan sesuai dengan yang diharapkan, hal ini terdiri dari:

a. *Takhtith* (perencanaan strategi)

Perencanaan adalah suatu proses mempersiapkan serangkaian pengambilan keputusan untuk dilakukannya tindakan dalam mencapai tujuan organisasi. Aspek-aspek perencanaan ini meliputi : (a) apa yang dilakukan, (b) siapa yang harus melakukan, (c) kapan dilakukan, (d) dimana akan dilakukan, (e) bagaimana melakukannya, dan (f) apa saja yang diperlukan untuk tercapainya tujuan.³³

³¹Ahmad Anas, *Paradigma Dakwah Kontemporer, Aplikasi dan Praktisi Dakwah sebagai Solusi Problematikan Kekinian*, (Cet. I; Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006), h. 184

³²Onong Uchjana Efendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), h. 56.

³³Suharsimi, *Arikunto Organisasi dan Administrasi pendidikan teknologi dan kejuruan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 1998), h. 38.

b. *Thanzhim* (pengorganisasian)

Dakwah yang dilakukan bersama-sama dalam suatu penataan struktur dinamakan *tanzim*. Adanya usaha sekelompok manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dengan menggunakan segala sumber yang ada inilah yang disebut manajemen, sedangkan usaha untuk mewujudkan kerjasama sekelompok manusia yang terlibat dalam kegiatan ini disebut pengorganisasian.³⁴

Pengorganisasian dakwah dirumuskan sebagai rangkaian aktifitas menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah bagi segenap kegiatan usaha dakwah dengan jalan membagi atau mengelompokkan pekerjaan yang arur dilaksanakan serta menetapkan dan menyusun jalinan hubungan kerja diantara satuan-satuan organisasi.³⁵

c. *Tawjih* (penggerakan/pelaksanaan dakwah)

Pergerakan dakwah adalah yang merupakan inti dari manajemen dakwah itu sendiri. Semua perencanaan strategi yang telah dibuat akan di aplikasikan di tahap ini. Disinilah fungsi manajemen akan bersentuhan secara langsung dengan para pelaku (Da'i), penerima (mad'u), wasilah (media) dakwah, dan lain sebagainya, maka disinilah akan terlihat efek dari dakwah yang dilakukan dari segi perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian dan penilaian akan berfungsi secara efektif.³⁶

d. *Riqabah* (pengawasan atau evaluasi)

Hasil dakwah perlu dievaluasi secara berkala. Sudah berapa persen target tercapai. Apa saja kendala yang merintangai keberhasilan. Tentukan indikator-indikator keberhasilan. Tentukan langkah, program kerja berikutnya. Program kerja berikut merupakan koreksi program sebelumnya.³⁷

³⁴Ibid...., h. 39.

³⁵Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta : Bulan Bintang, 2017), h. 77.

³⁶Ibid...., h. 112.

³⁷yafaruddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta : Ciputat Press, 2005), h. 79.

3. Subjek, Objek dan Tujuan Dakwah a Subjek Dakwah

Subjek dakwah adalah pelaksana dakwah yang beragama Islam, baik laki-laki maupun perempuan bagi mereka yang memiliki kemampuan untuk mengajak dan memberikan materi dakwah kepada orang lain. Kewajiban ini seperti yang telah di gariskan oleh Allah swt., dalam QS. Ali-Imran [3]: 110:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ
وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ
لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.” (QS. Ali-Imran [3]: 110)

Subjek dakwah seperti yang diisyaratkan dalam surat Ali Imran di atas paling tidak memiliki; sikap simpatik dan berperilaku keteladanan serta memiliki kepribadian yang mengesankan. Hamzah Yakub dalam bukunya *Publistik Islam, Teknik Dakwah dan Lidership*; menjelaskan bahwa seorang subjek dakwah paling tidak memiliki:

- 1) Pemahaman Al-Qur'an dan Sunnah Rasul sebagai pedoman dakwah;
- 2) Memiliki pengetahuan tentang pendidikan ajaran Islam, (Tafsir, Hadits dan Sejarah Kebudayaan Islam);
- 3) Memiliki pengetahuan yang menjadi alat kelengkapan dakwah (metode, psikologi, antropologi, sosiologi);
- 4) Memahami bahasa objek dakwah (disamping retorika dan kemampuan menjelaskan materi),
- 5) Penyantun dan lapangdada;
- 6) Berani kepada siapapun dalam menyatakan dan mempertahankan kebenaran;
- 7) Memberi contoh dalam setiap kebajikan sehingga dapat sinkron antara perkataan dan perbuatan;

- 8) Berakhlak mulia (tidak sombong, jujur, tawadû, rendah hati, murah senyum);
- 9) Memiliki ketahanan mental yang kuat disamping optimis keberhasilan yang akan tercapai;
- 10) Berdakwah karena Allah tanpa mengharapkan imbalan dan upah sedikitpun,
- 11) Mencintai tugas kewajiban dan tidak gampang meninggalkan tugas sebagai penyeruh dakwah³⁸

Oleh karena itu, seorang pelaku dakwah (*da'i*) yang menjadi simbol moral harus memiliki *kompetensi* seperti di atas agar memudahkan efektifitas komunikasi dakwah.

b Objek Dakwah

Objek dakwah adalah setiap orang yang dapat dijadikan sasaran pesan dakwah. Dakwah tidak hanya dilakukan pada masyarakat awam, namun kegiatan dakwah disampaikan kepada seluruh manusia dan umat Islam pada khususnya yang diawali dari diri sendiri (*'ibda' ū bi nafsiy*) sebagai langkah awal selanjutnya keluarga dan siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi dapat dikatakan sebagai objek dakwah dengan kapasitas dan tipologi yang berbeda-beda.

Imam Al-Gazali membagi umat manusia yang menjadi objek dakwah ke dalam 3 golongan:

- 1) Kaum awam, dengan daya akalnya yang sederhana memiliki cara berfikir yang sederhana sekali, sehingga mereka memiliki cara berfikir yang sederhana pula. Mereka memiliki sifat yang lekas percaya dan penurut, sehingga golongan ini harus dihadapi dengan sikap memberi nasehat dan petunjuk (*al-maw' izah*);
- 2) Kaum pilihan (*Ial-khawwas*), yakni kaum yang memiliki daya akal yang kuat dan mendalam. Kemampuan nalar dan keilmuan mereka cukup memadai bahkan sudah mengerti ajaran Islam, sehingga mereka harus didekati dengan sikap menjelaskan hikmah-hikmah, dan

³⁸Hamzah Yakub, *Publisistik Islam, Teknik Dakwah dan Lidership*, (Cet. II; Bandung: CV. Diponegoro, 1981), h. 37-39.

- 3) Kaum yang suka melawan dan bahkan menjadi musuh dan penengkar (*ahl aljadal*), sehingga pendekatan yang digunakan pada golongan ini adalah dengan cara *Al-Mujādala*.³⁹

Sedangkan M. Arifin membagi masyarakat yang menjadi objek (sasaran) dakwah, yaitu dilihat dari berbagai segi:

c Tujuan Dakwah

Kegiatan manusia yang berhasil adalah kegiatan yang mempunyai *planning* (perencanaan) yang matang dan kegiatan yang mempunyai tujuan, dengan cara dan metode tersendiri dalam pencapaiannya. Dakwah adalah merupakan salah satu bentuk kegiatan manusia, harus direncanakan sebelumnya serta menentukan sasaran dan tujuan yang ingin dicapai, sehingga kegiatan yang dilakukan dapat terorganisir dengan baik dan mencapai sasaran. Seluruh rangkaian dan acuan yang telah diorganisir secara baik dalam pelaksanaan dakwah tersebut haruslah dipenuhi demi mendapatkan hasil yang maksimum dan memuaskan. Di antara unsur yang terpenting dalam dakwah adalah menentukan tujuan sasaran dakwah. Tujuan dakwah terbagi dalam dua bagian yaitu:

- 1) Tujuan dakwah secara umum (*major objective*) yaitu sesuatu yang hendak dicapai dalam suatu aktivitas dakwah. Tujuan umum dakwah sebagaimana yang telah disinggung pada definisi dakwah di atas yaitu: “Mangajak umat manusia (meliputi orang mukmin maupun orang kafir atau musyrik) kepada jalan yang benar dan di ridhoi Allah SWT., sehingga dapat mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan kehidupan di akhirat”⁴⁰
- 2) Tujuan dakwah secara khusus (*minor objective*) yaitu perumusan tujuan, sebagai perincian dari pada tujuan umum dakwah yakni sebagai berikut:

³⁹Harun Nasution, *Filsafat dan Mistisme dalam Islam*, (Cet. IX; Jakarta: Bulan Bintang, 1995), h.45-46.

⁴⁰Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h. 51

- a) Mengajak umat manusia yang sudah memeluk Islam untuk selalu meningkatkan ketaqwaannya kepada Allah SWT.,
- b) Membina mental agama Islam bagi kaum yang masih muallaf dan
- c) Mendidik dan mengajarkan kepada anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya.

Dari penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa tujuan dakwah adalah mengajak umat manusia baik yang muslim maupun yang non muslim (manusia secara *kaffah*) kejalan benar yang di ridhoi Allah swt., dalam mengarungi kehidupannya, dalam arti menyelamatkan manusia dari kesesatan, kebodohan, kemiskinan dan keterbelakangan sehingga tujuan dakwah diarahkan pada usaha mempertemukan *fitrah* manusia dengan Islam atau mengingatkan manusia untuk berbuat baik. Oleh karena itu untuk mencapai tujuan dakwah tersebut, pelaku dakwah harus memiliki strategi dan penguasaan dalam menggunakan media.

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial sendiri didefinisikan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content".⁴¹

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: Blog,

⁴¹Michael Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. (Business Horizons, 2010), h.59–68

Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan Wikipedia. Definisi lain dari sosial media juga di jelaskan oleh Van Dijk media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.⁴²

Menurut Shirky media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional meupun organisasi. Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri⁴³

Beberapa pengertian diatas tentang penggunaan media sosial maka dapat disimpulkan penggunaan media sosial adalah proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi online yang dapat digunakan melalui smartphone.

2. Media Sosial untuk Media Dakwah

Di antara media baru yang berkembang sekarang adalah media sosial yang dipahami sebagai sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi (berhubungan, baik secara personal, kelompok dan lain sebagainya) antar penggunanya. Beberapa istilah yang ada dalam media sosial antara lain adalah *Social Network*, *SNS* dan *Communication Network*. Secara garis besar media sosial dan jaringan sosial menggunakan sistem yang sama yaitu media *daring* yang terhubung dengan internet. Pada media sosial dan jaringan sosial, ada banyak orang yang saling terhubung satu sama lain

⁴²Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2017), h. 11

⁴³Ibid, 11

tanpa dibatasi dengan batas geografis, ruang, bahkan waktu dengan tujuan untuk saling berkomunikasi, berbagi sesuatu, berpendapat, menjalin pertemanan, bahkan pada beberapa kasus untuk mencari belahan hatinya. Dari sekian definisi yang ada, Rulli Nasrullah menyimpulkan, bahwa media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Di antara contoh media sosial yang banyak digunakan sekarang ini adalah *Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, dan WhatsApp (WA)*.⁴⁴

Perkembangan media sosial yang tidak dapat dibendung ini memunculkan kekhawatiran sekaligus harapan untuk lahirnya tatanan kehidupan baru yang lebih dinamis dan terbuka. Kekhawatiran muncul karena sikap pesimistis lantaran melihat dampak negatif media yang begitu nyata. Di antara dampaknya adalah dapat menggeser dan menggantikan sendi-sendi kehidupan manusia yang sudah berlangsung lama dan dipegang teguh secara turun temurun. Karena media banyak memproduksi dan menyebarkan secara massif gaya hidup baru dan budaya-budaya yang boleh jadi bertentangan dan akan merusak sistem nilai dan tradisi yang ada di masyarakat. Bahkan bisa saja media membawa ideologi baru yang dapat melemahkan dan mengalahkan sistem keyakinan dan kepercayaan yang diajarkan oleh agama. Apalagi bangsa Indonesia dikenal sebagai bangsa yang agamis, karena selalu menjadikan agama sebagai sumber inspirasi, motivasi, dan etika sosial dalam kehidupannya. Maka dengan terjangannya media yang terbuka dikhawatirkan dapat menjauhkan masyarakat dari nilai-nilai spiritual agama. Artinya, media dapat menjadi “agama baru” yang menggeser otoritas agama yang sudah hidup lama di masyarakat. Mereka lebih banyak mengonsumsi informasi yang tersaji dalam internet daripada merujuk sumber-sumber teks keagamaan yang berasal dari kitab suci. Moch. Fakhruroji menyebutkan, bahwa karakteristik masyarakat jejaring

⁴⁴Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*, Cet.kedua, (Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2016), h. 20.

(media) yang tidak berpusat pada satu subjek atau agen tertentu pada dasarnya berpotensi mengancam status agen-agen yang memiliki otoritas agama, seperti kitab suci yang bersumber dari wahyu, para nabi dan ulama, serta yurisprudensi hukum agama yang berlaku di masyarakat.⁴⁵

Kemudian menurut Asep Saeful Muhtadi, dengan merebaknya informasi melalui berbagai media dapat berdampak terhadap krisis identitas keagamaan, apalagi bangsa Indonesia merupakan bangsa agamis, jelas ini akan menjadi ancaman dan tantangan tersendiri. Menurutnya, ada 3 hal yang perlu diwaspadai, yaitu: (1) rentannya identitas budaya sendiri yang dapat digeser dan digantikan oleh budaya luar yang belum tentu cocok; (2) keringnya daya spiritualitas masyarakat beragama (*religious community*) yang mengabaikan ajaran nilai-nilai dari sumber pokok ajaran agama; dan (3) rendahnya daya control sosial terhadap penyebaran pesan-pesan melalui media yang cepat dan massif sehingga dapat menggeser otoritas figur-figur agama di masyarakat.⁴⁶

Akan tetapi bagi kalangan yang optimis, kehadiran media baru ini memberikan harapan dan menjanjikan akan lahirnya tatanan kehidupan baru yang lebih baik. Karena sejatinya media itu bersifat netral tergantung siapa subjek dan untuk apa tujuan media itu digunakan. Sepanjang media itu digunakan untuk hal-hal yang positif dan konstruktif, justru akan memberikan kemanfaatan dan kemaslahatan bagi kehidupan manusia. Berkat kecanggihan media semua pekerjaan dan kebutuhan dapat diselesaikan dengan cepat, mudah, dan murah. Sehingga kehidupan manusia akan lebih dinamis dan produktif, karena banyak hal yang dapat dilakukan dengan menggunakan media. Termasuk di dalamnya dalam menginternalisasi dan mengekspresikan nilai-nilai agama dalam kehidupan. Bukankah ajaran agama Islam itu bersifat *rahmatan lil-alamin*, menjadi rahmat bagi semesta alam? Maka dengan kehadiran media yang bersifat global menjadi peluang untuk

⁴⁵Fakhruroji, Moch, *Dakwah Di Era Media Baru: Teori dan. Aktivisme Dakwah Di Internet*, (Bandung: Simbiosis, 2017), h. 29.

⁴⁶Asep Saeful Muhtadi. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, Dan. Aplikasi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), h. 11.

menyebarkan nilai-nilai agama yang sejuk dan damai kepada seluruh penduduk dunia. Bahkan boleh jadi akan terjadi sebaliknya, yakni agama menjadi kebutuhan dan sumber rujukan di tengah-tengah masyarakat modern yang mengalami kekeringan spiritual. Sebagaimana digambarkan oleh Sugiharto dalam Moch. Fakhruroji tentang kebangkitan agama di era *postsekuler* berikut ini:⁴⁷

Abad ini dapat disebut era postsekuler dengan berbagai karakteristiknya. Pada abad ini, agama dan spiritualitas umumnya tampil kembali sebagai kebutuhan yang dianggap mendasar. Bukan karena mereka begitu menarik, melainkan lebih disebabkan oleh berbagai hal luaran, seperti ambruknya ideologi-ideologi raksasa, materialisme kultural yang akhirnya dirasakan dangkal, perkembangan mutakhir spekulasi ilmiah tentang intelegensia kosmik, dan kekosongan batin manusia sekuler yang semakin akut.

Dalam konteks ini, kehadiran media baru seperti media sosial, dapat dijadikan tantangan dan peluang bagi pengembangan dakwah. Karena sejatinya aktifitas dakwah dapat menyebarluaskan nilai-nilai ajaran Islam ke seantero dunia dan dapat mentransformasi kehidupan umat manusia agar lebih baik sesuai dengan tuntunan ajaran agama. Di sinilah pentingnya kehadiran media sebagai instrumen penting untuk kepentingan dakwah. Dengan bantuan media, aktifitas dakwah akan lebih akseleratif dan efektif guna menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada penduduk dunia. Bahkan di era informasi ini, kata Marwah Daud Ibrahim dakwah diharapkan dapat menjadi suluh atau penerang dengan fungsi-fungsi sebagai faktor pengimbang, penyaring, dan pemberi arah dalam hidup. Sebagai pengimbang, dakwah diharapkan dapat berfungsi sebagai penyeimbang kehidupan yang dimegahkan oleh kenikmatan duniawai akibat kecanggihan teknologi dengan kehidupan spiritual yang bersifat *ukhrawi* (keakhiratan). Sebagai penyaring, dakwah dapat membantu untuk menetapkan pilihan-pilihan nilai yang lebih manusiawi dan islami di tengah keragaman gaya hidup yang boleh jadi menyesatkan. Sedangkan sebagai pengarah, dakwah diharapkan dapat

⁴⁷Fakhruroji, Moch, *Dakwah Di Era Ibid...*, h. 29.

membimbing manusia untuk lebih memahami makna hidup yang sesungguhnya di tengah disorientasi kehidupan umat manusia.

Memang terdapat problem kultural dalam pengembangan dakwah melalui media di era digital seperti sekarang ini. Seperti disebutkan Asep Saeful Muhtadi, bahwa di era *cyberspace* ini sekurangnya ada 3 agenda permasalahan untuk mengoptimalkan peran dakwah di masyarakat, yaitu: (1) pola-pola pengembangan dakwah yang selama ini dilakukan oleh juru dakwah baik secara individual atau kelembagaan yang masih dominan konvensional; (2) pesan-pesan yang disampaikan pada kesempatan dakwah masih dianggap banyak yang kurang relevan dan aktual; dan (3) pentingnya dirumuskan ulang suatu pendekatan alternatif dalam memperkenalkan Islam secara komprehensif persuasif di tengah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.⁴⁸

C. Generasi Milenial

1. Pengertian Generasi Milenial

Generasi Langgas (Millennials) atau biasanya disebut juga generasi Y, Netters, dan Nexters merupakan generasi yang berkembang dimana banyak inovasi-inovasi ilmu teknologi informasi. Menurut Harovitz, generasi Y atau yang disebut sebagai ggenerasi millenial adalah sekelompok anak-anak muda yang lahir pada awal tahun 1980 hingga awal tahun 2000an. Generasi ini juga nyaman dengan keberagaman, teknologi, dan komunikasi online untuk tetap terkoneksi dengan teman-temannya.⁴⁹ Menurut Choi et al generasi ini lebih fleksibel terhadap hal-hal yang baru dan segala kemungkinan yang mungkin terjadi, sehingga sering digambarkan sebagai generasi yang sangat nyaman dengan perubahan.⁵⁰

Generasi millenial ini sangat menaruh harapan yang tinggi serta mencari makna kerja terhadap pekerjaan yang mereka lakukan. Generasi ini rata-rata akan berganti pekerjaan sampai dua puluh kali semasa hidup mereka, dibandingkan dengan para tradisionalis yang bekerja pada pemberi kerja yang sama sampai mereka pensiun. Millenial tidak setia kepada perusahaan,

⁴⁸Asep Saeful Muhtadi. *Komunikasi Dakwah: Ibid...*, h. 15.

⁴⁹Horovits, Bruce. (2012). After Gen X, Millennials, what should next generation be?. USA Today. Retrieved 18 April 2015

⁵⁰Ibid.

sebaliknya mereka setia kepada teman-teman mereka. Generasi millennial akan tetap tinggal diperusahaan saat mereka merasakan bos atau rekan kerjanya seperti teman mereka sendiri.

Menurut Kapoor & Solomon generasi millennial selalu ingin menghubungi atasan mereka termasuk lewat email dan pesan. Generasi ini juga cenderung bersikap spontan, interaktif dan juga ingin didengar, oleh karena itu gaya kepemimpinan yang efektif adalah kolaboratif, tidak hirarkis, dan transparan. Transparansi sangat penting untuk membangun dan membina hubungan antara pihak manajemen dengan karyawan saat ini.⁵¹

Definisi di atas menunjukkan bahwa generasi millennial adalah sekelompok individu yang lahir pada kisaran tahun 1980 hingga awal tahun 2000 an, dimana generasi millennial tumbuh pada era teknologi dan komunikasi online. Generasi ini lebih fleksibel terhadap hal-hal yang baru dan segala kemungkinan yang akan terjadi, dalam hal pekerjaan generasi millennial menaruh harapan yang tinggi dan mencari arti pekerjaan mereka.

2. Karakteristik Generasi Milenial

Menurut Kapoor & Solomon beberapa karakteristik generasi Y diantaranya:⁵²

- a Mempunyai keinginan untuk memimpin, dan sangat memperhatikan profesionalisme
- b Dapat melakukan beberapa hal, selalu mencari tantangan kreatif dan memandang kolega sebagai sumber yang dapat meningkatkan pengetahuan mereka. Mereka membutuhkan tantangan untuk mencegah kebosanan.
- c Mereka membutuhkan keseimbangan dan fleksibilitas dalam berkerja, serta *work-life balance*
- d *Millennial* tidak segan untuk meninggalkan pekerjaan mereka bila hal itu tidak membuatnya bahagia

⁵¹Kapoor, C & Solomon, N. (2011), Understanding and managing generational differences in the workplace, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol.3 Issue:4, pp. 308 – 318, <https://doi.org/10.1108/17554211111162435>

⁵²Kapoor, C & Solomon, N. (2011), Understanding and managing generational differences in the workplace, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol.3 Issue:4, pp. 308 – 318, <https://doi.org/10.1108/17554211111162435>

Menurut Lancaster & Still, membagi karakteristik generasi *millennial* menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

1) Sikap (*Attitude*)

Generasi *millennial* cenderung bersikap realistis dalam memandang suatu kejadian yang terjadi di dalam kehidupan

2) Pandangan secara menyeluruh (*Overview*)

Generasi *millennial* sangat menghargai perbedaan, lebih memilih bekerja sama dari pada menerima perintah, serta memecahkan permasalahan secara pragmatis.

3) Kebiasaan Kerja (*Work Habits*)

Generasi *millennial* memiliki rasa optimis yang tinggi, fokus terhadap prestasi, memiliki kepercayaan diri yang tinggi, percaya pada nilai-nilai moral dan sosial, serta menghargai adanya keragaman.

3. Dakwah pada Kaum Generasi Milenial

Generasi *millennial* atau Gen Y merupakan generasi yang akrab sekali dengan teknologi. Sehingga jika dakwah akan disampaikan melalui media teknologi, generasi *millennial* lah yang akan menjalankan. Generasi milenial atau Gen Y menurut Martin & Tuglan adalah generasi yang lahir pada kisaran tahun 1978. Sementara menurut Howe & Strauss, generasi milenial adalah generasi yang lahir pada tahun 1982. Hal tersebut terjadi karena adanya perbedaan skema yang digunakan untuk mengelompokkan urutan generasi karena peneliti-peneliti tersebut berasal dari Negara yang berbeda.⁵³

Sekarang ini, jumlah populasi penduduk Indonesia yang berusaha antara 15-34 tahun atau 34,45%.³³ Dan generasi *millennial* adalah generasi yang menduduki posisi tertinggi dalam demografi di Indonesia. Generasi *millennial* mempunyai keunggulan dalam penggunaan teknologi dan juga budaya pop terlebih pada musik. Generasi *millennial* ini juga mempunyai paparan penggunaan teknologi yang lebih banyak dari pada generasi sebelumnya. Sehingga generasi ini adalah generasi yang sangat dekat dan bersahabat dengan teknologi komunikasi.

⁵³Werner J Severin dan James W Tankard Jr, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*, Edisi Kelima, terj, Sugeng Hariyanto (Jakarta, Kencana Prenadamedia, 2014), h. 447.

Diantara teknologi komunikasi adalah email, SMS, instant messaging, dan sejumlah media sosial seperti Twitter, Instagram, Facebook, dll.⁵⁴

Alvara Research Center telah melakukan survei perihal kecenderungan yang dilakukan oleh generasi. Dari survei tersebut mendapatkan hasil bahwa generasi yang berusia 25-34 tahun mempunyai kecenderungan menyukai topik yang lebih variatif yaitu bahasan mengenai ekonomi, sosial politik dan keagamaan. Sedangkan hasil survei pada generasi usia muda usia 15-24 tahun memiliki kecenderungan menyukai topik perbincangan terkait dengan film, olahraga, musik. Dan teknologi. Dengan demikian teknologi internet yang mempunyai banyak hiburan dipercaya akan menjadi kebutuhan pokok bagi generasi millennial. Hal ini didasari berdasarkan survei yang ada bahwa generasi usia 15-24 dinyatakan bahwa menjadi kelompok penduduk dengan konsumsi internet lebih tinggi dari pada generasi yang lebih tua.³⁵ Adapun riset lebih lanjut menyatakan bahwa generasi millennial dalam tren tahun 2020 akan mencapai 34,0%, atau setara dengan 84 juta jiwa penduduk. Kondisi tersebut memunculkan konsekuensi tersendiri atas perilaku dan karakter mereka yang tentu berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya.⁵⁵

Kecenderungan generasi milenial yang tidak lepas dengan teknologi, menyebabkan generasi milenial tidak dapat dipisahkan oleh alat dan media berbasis teknologi. Sehingga hal ini menyebabkan generasi millennial akan menjadi lebih kreatif dalam mencari sebuah konten-konten untuk terus di update pada media sosialnya. Menyikapi hal tersebut, perlu sekali kebijaksanaan para pengguna media sosial dalam menggunakan internet dan teknologi sesuai dengan kebutuhan yang ada. Dengan demikian, dakwah dapat dilaksanakan dengan memanfaatkan teknologi sebagai media untuk menyampaikannya. Konteks dakwah yang dilaksanakan harus bersifat ramah dan bijaksana, sehingga Islam dapat dikenal

⁵⁴Athik Hidayatul Ummah Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisk Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara), *Jurnal Universitas Islam Negeri Mataram* Volume 18, No. 1, Juni 2020, h 54-69.

⁵⁵Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi, *Indonesia 2020: The Urban Middle-Class Millennials* (Jakarta: Alvara Strategi Indonesia, 2016), h. 9-11.

dengan agama yang ramah tidak radikal. Salah satunya adalah ketika hal ini berimplikasi pada sebagian besar masyarakat muslim kontemporer di Indonesia yang memanfaatkan internet sebagai pembelajaran Islam.⁵⁶

Pada akhirnya, peran generasi millennial pada penyebaran dakwah menggunakan metode digital sangat diperlukan. Mengingat banyaknya generasi millennial saat ini, menjadikan peluang untuk terus menebarkan nilai-nilai kehidupan kepada sesame. Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan penetrasinya yang semakin cepat menjadikan mudahnya tersebarnya sebuah informasi pada sosial media memberikan nilai-nilai islami dalam kehidupan sehari-hari. Namun jika kita merujuk pada perkembangan IPTEK, maka generasi millennial lah yang harusnya mengambil peran penting dalam penyebaran dakwah. Namun hal tersebut pastinya terdapat tantangan dan peluang bagi generasi millennial dalam berdakwah, hal ini dikarenakan dakwah yang akan disampaikan harus memenuhi dan menyeimbangkan nilai kehidupan berdasarkan konteks yang sesuai. Terlebih pada tantangan yang akan dihadapi oleh pendakwah dari generasi millennial adalah dengan melihat beberapa prespektif diantaranya prespektif perilaku, prespektif transaksional dan prespektif transmisi. Sedangkan peluang yang didapatkan pada era yang serba digital ini adalah perkembangan IPTEK dapat mendukung penyebaran nilai-nilai keislaman dalam berdakwah. Penggunaan akun media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube dll) dalam berdakwah merupakan langkah yang solutif dalam era globalisasi ini.⁵⁷

4. Strategi Dakwah Generasi Milenial

Strategi atau metode dakwah sendiri di masa modern ini haruslah dilihat dari banyak sisi. Mad'u atau mitra dakwah di masa modern ini adalah generasi milenial. Generasi milenial (sebutan generasi berdasarkan demografi dan disebut juga generasi Y) menjadi perbincangan hangat karena terlahir pada saat revolusi teknologi informasi dan komunikasi serta jumlah populasinya yang

⁵⁶Ibid.

⁵⁷Athik Hidayatul Ummah Dakwah Digital Dan Generasi Milenial...., Ibid.

cukup besar, yaitu sekira 34 persen dari penduduk Indonesia. Umumnya, generasi milenial lahir dalam rentang tahun 1981 sampai 1994. Dengan demikian generasi ini adalah mereka yang berumur 15 hingga 35 tahun. Generasi ini sudah mengenal teknologi seperti komputer, video games, dan smartphone. Beberapa studi tentang generasi milenial menggambarkan mereka yang terkategori milenial dalam berkomunikasi banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, instant messaging dan media sosial seperti Facebook, Line, Path, Instagram, Whatsapp dan Twitter. Mereka juga suka 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, mendapatkan informasi, dan kegiatan lainnya. Maka dari itu, generasi milenial sangat akrab dengan media daring dengan media sosialnya.⁵⁸

Pemanfaatan media sosial sebagai wasilah dakwah adalah strategi jitu dalam berdakwah di kalangan milenial ini di era modernisasi seperti sekarang. Media sosial memiliki ciri-ciri antara lain: pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja, namun bisa untuk banyak orang; pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui gate keeper; pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya; dan penerima pesan yang menentukan waktu interaksi. Perkembangan media sosial kini semakin pesat. Hampir setiap orang memiliki akun media sosial. Hal ini karena dapat diakses kapanpun dan dimanapun tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Cukup menggunakan *mobilephone/handphone* 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 lain halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa

⁵⁸<https://islami.co/tag/dakwah-milenial/> diakses pada 14 Desember 2022 pukul 15.09 wib.

bantuan yang lain. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model *content* lainnya.

Media sosial yang mempergunakan jaringan internet jelas memiliki keunggulan. Kelebihan internet dibanding media lainnya untuk memudahkan proses dakwah, yaitu: pertama, tidak terhalang oleh ruang dan waktu. Dakwah melalui internet dapat diakses di mana saja, oleh siapa saja, dan kapan saja. Kedua, dakwah menjadi lebih variatif. Dakwah tidak lagi disampaikan dengan cara konvensional, Kehadiran cyber memberikan banyak cara untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Selain tulisan, materi dakwah bisa dalam bentuk gambar, audio, e-book (buku elektronik) ataupun video, sehingga objek dakwah dapat memilih bentuk media yang disukai. Ketiga, jumlah pengguna internet semakin meningkat. Pertumbuhan pengguna internet yang selalu meningkat merupakan kabar baik bagi para da'i yang akan berdakwah di dunia maya, karena objek dakwah pun semakin meningkat. Keempat, hemat biaya dan energi. Dengan menyajikan materi dakwah di internet, objek dakwah tidak perlu datang ke narasumber dan membeli buku untuk menjawab masalah yang dihadapi. Sehingga bisa membantu saudara kita agar tidak mengeluarkan biaya dan tenaga ekstra guna memperoleh informasi yang mereka cari.⁵⁹

D. Metode Dakwah Era Milenial

1. Pengertian 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:

a Pertama, metode ceramah. Metode yang dilakukan untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian, penjelasan, tentang sesuatu masalah dihadapan orang banyak.

⁵⁹Retna Dwi Estuningtyas, "Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi", *Muttaqien*, Vol. 2. No. 1 Januari 2021, 75-86.

- b 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.
- c 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.
- d Keempat, metode konseling yang bertujuan untuk memecahkan masalah yang terdiri dari konselor sebagai pendakwah dan klien sebagai mitra dakwah.
- e 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.⁶⁰

2. 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.⁶¹ 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.

⁶⁰Miftakhul Lina Hidayati, "Metode Dakwah K.H. Abdurrahman Navis Dalam Program Fajar Syiar Di Radio El-Victor Surabaya" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).

⁶¹Imron Rosyidi, "Komunikasi Dan Dakwah: Ihtiar Integrasi Keilmuan Dan Urgensi Kekinian," Jurnal Madania 5, no. 1 (2015): 75-91

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 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.

E. Digitalisasi Dakwah

1. Pengertian Digitalisasi Dakwah

Digitalisasi dakwah adalah sebuah konsep baru yang memberikan nuansa islami diseluruh media digital. Namuh dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, media digital dapat diakses oleh siapa saja dan dalam kurun waktu kapan saja. Sehingga konten-konten dakwah di media digital dapat diunggah oleh kelompok masyarakat siapa asaja dan dimana saja. Dengan demikian, perlu adanya filtrasi dari masyarakat untuk memilih akun media digital yang mampu memberikan konten ajaran islam ramah atau moderat. Konsep dakwah dalam media digital tidak pernah terlepas dari konsep dakwah secara langsung di mimbar.⁶² Berikut adalah konsep dakwah yang perlu dipahami di era digitalisasi saat ini.

a Dakwah Sufistik

Sufistik adalah istilah yang diambil dari kata sufi ataupun tasawuf. Dakwah ini merupakan dakwah yang dilakukan oleh para sufi. Jika ditinjau secara etimologi, *Ahlu al-Suffah* merupakan konotasi dari istilah tasawuf. *Ahlu al-Suffah* sendiri memiliki arti sekelompok orang pada masa Rasulullah SAW, mereka yang mengabdikan dirinya, mengabdikan hidupnya semata untuk beribadah kepada Allah swt sehingga mereka hidup pada serambi-serambi masjid Nabawi. *Shafa* adalah adalah dari kata tasawuf, yang menjadi sebutan untuk mereka yang “bersih” maupun “suci”, yang selalu menyucikan diri di hadapan Allah SWT. Orang-orang *Bani Shufah* merupakan orang-orang yang dinisbahkan sebagai orang-orang yang mengabdikan dirinya untuk keperluan ka’bah dan mereka juga sudah melakukan hal tersebut sebelum rasulullah SAW diutus oleh Allah menjadi rasul. Orang-orang yang ketika sholat

⁶²Ramdhani, J. (2020). *Ulama Upayakan Pakai Media Sosial sebagai Medium Dakwah*. Diakses Pada Tanggal 8 Desember 2022. <https://m/detik.com/news/berita/d-3354863/ulama-upayakan-pakai-media-sosial-sebagai-media-dakwah>

berada pada *shaf* depan juga dinobatkan sebagai orang tasawuf. Sedangkan jika dilihat dari istilah Yunan yaitu *Sovia*, tasawuf diartikan sebagai kebijaksanaan atau filsafat Barmawie Umarie menyatakan bahwa *wazan tafa'ul*, yaitu *tafa'ala-yatafa' 'ala-tafa'ulan* dengan *mauzun: tashawwafa-yatashawwafu-tashawwufan* merupakan asal dari kata tasawuf.⁶³

Dakwah sufistik dilakukan dengan konsep dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Diantaranya:

- 1) Menyampaikan hal-hal kebenaran terhadap orang-orang terdekatnya terlebih dahulu contohnya kepada keluarganya (*bi al-Lisan*);
- 2) Mengajarkan ketauhidan pada umatnya melalui kehidupan sehari-hari (*bi al-Kalam*);
- 3) Umat diberikan contoh perbuatan atau adab (akhlak) mulia yang baik (*bi al-Hal*);
- 4) Sahabat dan para musuh dikirimkan surat (*bi al-Qalam*).

Dakwah para sufi ini sangat menekankan perihal kebenaran yang ada dalam mata hati untuk upaya dalam mendalami suatu hal yang sudah tersirat maupun tersurat pada syari'at, sebagai amanah untuk melaksanakan perintah Allah SWT. Sehingga itu yang menyebabkan orang-orang sufi telah membagi agama dalam dua hal golongan, yaitu *bid'ah sayyi'ah* (*bid'ah* yang buruk) dan *bid'ah hasanah* (*bid'ah* yang baik).

b Dakwah Sosial

Perkembangan zaman yang semakin pesat, menjadikan akses melakukan apa saja menjadi sangat mudah. Tidak terbatasnya informasi di media digital membuat masyarakat semakin membutuhkan konten islami untuk memenuhi kehidupan rohaninya. Di masa pandemi saat ini, dakwah menjadi kebutuhan penting untuk masyarakat agar tetap waras di tengah gejolak keadaan yang tidak menentu. Digitalisasi dakwah dalam perspektif sosial merupakan sebuah dakwah yang menggunakan dialog nilai-nilai kehidupan kelompok

⁶³Omar, T. Y. *Islam dan Dakwah*. (Jakarta: Zakia Islam Press, 2004), h. 29.

maupun individu, prinsip, ideologi dan interaksi dengan pendekatan psikologis melalui media digital.⁶⁴

Ketika berdakwah pada masyarakat urban, seorang *da'i* dituntut untuk mempunyai kemampuan untuk observasi juga riset agar nantinya materi yang disampaikan oleh seorang *da'i* dapat dipahami oleh masyarakat dan sesuai dengan kondisi kebutuhan masyarakat saat pandemi. Disamping itu, cara-cara yang digunakan juga harus menyesuaikan kondisi masyarakat sehingga *da'i* juga dituntut untuk dapat menguasai teknologi dan selalu mengerti perkembangannya, hal ini diperlukan agar pesan yang disampaikan dapat beradaptasi sesuai system dan sosial di masyarakat yang sudah progresif dan massif.

Dakwah jika melihat substansial dan konteks sosialnya, bukan hanya memiliki tujuan untuk menguatkan ketauhidan seseorang saja dalam artian adalah hubungan vertikal dengan Allah SWT, melainkan terdapat juga pesan yang cakupannya mengenai hubungan baik terhadap sesama manusia atau dalam artian adalah hubungan horizontal dengan masyarakat sekitar yang harus dijalankan sesuai dengan syariat atau kehendak Allah swt. Kehendak tersebut memberikan pandangan untuk kita dapat membentuk umat atau masyarakat yang senantiasa mengejar nilai-nilai utama dan turut berjuang untuk menegakkan keadilan sosial. Sehingga pandangan (visi) tersebut dapat menginspirasi kita agar dapat mengubah dunia yang ada di sekelilingnya sesuai dengan kehendak Allah.⁶⁵

Dakwah Islam juga harus mengajarkan prinsip keadilan distributive (*distributive justice*). Jika meminjam istilah Abdul Munir Mul Khan “sekelompok masyarakat tidak diperkenankan terlalu kaya, sementara kelompok lainnya menderita kemiskinan yang bertentangan dengan harkat kemanusiaan” Prespektif ilmu dakwah untuk menyikapi perubahan sosial, bukan hanya sekedar studi fenomenologis yang terbebas dari nilai-nilai melainkan lebih dari itu. Perubahan sosial sangat penting dalam ilmu dakwah karena perubahan disini dapat

⁶⁴Aziz, Mohammad Ali, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), h. 27.

⁶⁵Ibid.

diartikan dengan bergesernya nilai-nilai kebaikan menuju kemungkarannya, begitupun sebaliknya dari kemungkarannya menuju kebaikan. Dalam al-Qur'an surat al-Baqarah [2]: 257 yang artinya:

اللَّهُ وَلِيُّ الَّذِينَ آمَنُوا يُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ وَالَّذِينَ كَفَرُوا أَوْلِيَاؤُهُمُ الطَّاغُوتُ يُخْرِجُونَهُم مِّنَ النُّورِ إِلَى الظُّلُمَاتِ أُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ □

“Allah pelindung orang-orang yang beriman; Dia mengeluarkan mereka dari kegelapan (kekafiran) kepada cahaya (iman). dan orang-orang yang kafir, pelindung-pelindungnya ialah syaitan, yang mengeluarkan mereka daripada cahaya kepada kegelapan (kekafiran). mereka itu adalah penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.” (QS al-Baqarah [2]: 257)

c Dakwah Kultural

Pandemi Covid-19 telah membatasi interaksi masyarakat untuk berkumpul dan bercengkrama. Pandemi telah mengubah sebuah kultur masyarakat yang biasanya dilakukan perkumpulan majelis-majelis di sudut masjid mengharuskan tetap tinggal di rumah guna keselamatan diri dan orang lain. Dakwah merupakan proses komunikasi efektif dan terusmenerus dengan menggunakan cara-cara ilmiah dan sarana efisien yang bersifat umum dan rasional. Komunikasi adalah salah satu metode dakwah yang diterapkan oleh Rasulullah kepada para sahabatnya. Dengan adanya komunikasi, maka dapat mampu mencapai targettarget yang diinginkan. Dakwah dengan menggunakan komunikasi yang baik maka nilai-nilai illahi dalam kehidupan akan selalu menyertai.⁶⁶

Komunikasi yang baik sangat dibutuhkan dalam berdakwah. Selain itu, media-media berdakwah juga tidak kalah pentingnya untuk pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh masyarakat. Sebagai contoh media komunikasi dakwah

⁶⁶Hidayati, D. L., & Fahlevi, R. (2020). Dakwah di Tengah Pandemi (Studi terhadap Respons Dai di Media Sosial). *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 4(2), h. 170–186

yang digunakan oleh Rasulullah SAW yaitu dengan menerapkan pesan berantai “... maka hendaklah yang hadir menyampaikan kepada yang tidak hadir” (al-hadits). Dengan demikian terjadilah pesan secara berantai dari mulut ke mulut, karena Rasulullah SAW selalu memberikan arahan-arahan yang komunikatif dan efektif sebagai bentuk pesan strategi dakwahnya.⁶⁷

Memaknai dari hadist di atas, dakwah sebagai fenomena kultural yang mempunyai relevansi pada pendekatan dan metodologi dakwah. Metode dakwahnyapun disesuaikan dengan hal-hal ataupun kebudayaan yang sudah ada di masyarakat sekitar dan nilai-nilai yang sudah melekat di daerah tersebut. Sehingga metode dakwah yang diterapkan di perkotaan pastinya berbeda dengan metode dakwah yang diterapkan di pedesaan. Dakwah yang dilakukan di masyarakat pedesaan lebih kepada dakwah metode tradisional yaitu dengan pendekatan dan metodologi yang khusus menyesuaikan budaya yang melekat di masyarakat seperti halnya sebuah kesenian daerah. Dakwah yang dilakukan di pedesaan lebih kepada mengangkat isu ataupun tema yang mengarah kepada pembahasan vertikal (tema-tema langit, surga, neraka, ancaman dan hiburan). Sedangkan dakwah yang disampaikan kepada masyarakat perkotaan lebih kepada tema-tema horizontal (tasawuf: hubungan baik terhadap sesama, sikap toleransi, tidak mendiskriminasi satu sama lain, dll).

Dakwah kultural merupakan dakwah yang menekankan pada pendekatan Islam kultural. Menurut Sakareeya Bungo: “Islam kultural adalah salah satu pendekatan yang berusaha meninjau kembali kaitan doktrinal yang formal antara Islam dan politik atau Islam dan negara...” Dalah hal ini berarti lebih kepada aplikatif menyesuaikan dengan kondisi daerah dan kondisi masyarakat sekitar. Seperti halnya dakwahnya para wali yang kaya akan nuansa dinamika kehidupan, sehingga prosesnyapun berjalan dengan dinamis menyelaraskan kondisi lingkungan masyarakat yang menjadi sasaran berdakwah.

⁶⁷Ibid.

Dengan kondisi yang dinamis seperti inilah mempunyai sebuah fungsi untuk mengajak perubahan masyarakat ke arah yang lebih baik serta memberikan efek kepada pendakwahnya sendiri untuk dapat merubah dirinya sendiri agar dapat memberikan contoh kepada masyarakat.⁶⁸

Media yang berperan penting untuk melakukan pelaksanaan kegiatan religi adalah kesenian. Dengan adanya seni maka akan memberikan daya tarik yang mengesankan di hati dan pikiran pada setiap pendengar dan penontonnya. Sehingga kesenian adalah metode yang efektif untuk digunakan dalam berdakwah. Melalui kesenian, seorang pendakwah dapat memberikan pesan-pesan yang menjadi tujuan dakwah, sehingga kesenian bukan hanya sebatas diartikan sebagai hiburan semata. Untuk orang-orang yang gemar menikmati sebuah kesenian pastinya akan menghayati dan tergerak serta tergugah dengan pesan-pesan apa yang disampaikan dalam seni tersebut.⁶⁹

Media dakwah melalui seni mempunyai banyak keunggulan. Karena seni tidak lepas dari perkara keindahan, kesenangan dan segala sesuatu yang menyenangkan dan mempesona bagi penikmatnya. Adapun menikmati sebuah keindahan dan sebuah kesenangan merupakan kegemaran dari fitrah manusia yang dianugerahkan Allah SWT kepada manusia. Dalam sejarah peradaban manusia belum ada dijumpai seseorang yang sengaja menjauhkan diri dari berbagai kesenian, lebih khususnya seni tari dan musik. Bahkan pendakwah terdahulu (para wali) dalam menyiarkan agama Islam di Nusantara menggunakan metode dakwah dengan pendekatan kesenian. Dan hasil yang diperoleh tentunya sangat efektif menggunakan dakwah dengan metode kesenian. Hal ini yang menyebabkan Islam masuk ke Nusantara dengan aman, indah

⁶⁸Ibid.

⁶⁹Harahap, S. R. (2020). Proses Interaksi Sosial Di Tengah Pandemi Virus Covid 19. *AL-HIKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Budaya*, 11(1), h. 45–53

dan damai menggunakan seni dan budaya tanpa menggunakan peperangan ataupun pertumpah darahan.⁷⁰

Dakwah kultural sudah sepatutnya dapat beradaptasi dan menjawab tantangan zaman yang selalu berkembang. Maka dari itu, perlu untuk saling bekerja secara harmonis bagi masyarakat, pegiat kesenian dan juga da'I untuk dapat membuat sebuah inovasi gagasan untuk merumuskan media dakwah yang mengandung nilai-nilai keindahan dalam kesenian budaya. Dakwah Islam yang menggunakan metode seni musik cenderung diterima baik oleh kalangan masyarakat baik di perkotaan maupun pedesaan. Sehingga ini menjadi sebuah kesempatan yang besar untuk menggerakkan individu atau kelompok masyarakat untuk berdakwah menggunakan kesenian musik.⁷¹

Melalui media digital, dakwah tetap mempunyai ruhnya untuk terus bereksistensi membangun peradaban yang lebih baik lagi. Dakwah kultural sangat diperlukan di masa pandemi untuk menghibur masyarakat dengan disisipkan nilai-nilai keislaman. Melalui sebuah kesenian tari dan musik, masyarakat akan lebih menikmati kegiatan dakwah yang dilakukan. Adanya pandemi kebutuhan hiburan dan kerohanian masyarakat menjadi sebuah kebutuhan utama yang harus dipenuhi. Dengan bantuan media digital, kegiatan dakwah kultural dapat dinikmati oleh banyak orang tanpa harus berkerumun untuk menghadiri sebuah majelis.

2. Tujuan Digitalisasi Dakwah

Islam harus mampu menunjukkan wajah yang ramah nan sejuk sehingga dalam menyerukan ajakan kebaikan yang kembali dalam nilai-nilai keislaman tidak menjadikan umat menjadi kaku dan stagnan. Selama ini wajah Islam yang sering ditampilkan dalam media acapkali memposisikan islam sebagai gerakan terorisme, sehingga muncul kredo Islam *is a teoririst*. Hal ini menjadikan pentingnya da'i belajar mengenai retorika dalam

⁷⁰Munir, M., & Ilaihi, W. *Manajemen Dakwah*. (Kencana Prenada Media Group, 2012), h.10.

⁷¹Ritonga, M. (2019). Komunikasi Dakwah Zaman Milenial. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan*, 3(1), h. 60–77

melaksanakan dakwah dalam perkembangan teknologi digital saat ini. Dengan demikian, perkembangan teknologi menjadi peluang emas untuk terus mempropaganda nilai-nilai Islam yang rahmatan lil alamin agar dapat bersaing dengan hegemoni Barat yang sudah merasuk dalam pemikiran dan ideology umat manusia lebih khususnya umat Islam.

Islam tidak menghambat umatnya untuk dapat maju dan berkembang jika kita melihat secara teologisnya. Bahkan Islam sangat mendorong untuk menjadi umat yang terbaik di muka bumi. Melihat dasar teologisnya, sehingga menjadikan umat Islam memerlukan bekal yang mumpuni perihal pengetahuan dan praktik penguasaan teknologi bagi para dai. Perlunya mengubah paradigme tentang anggapan bahwa da'ii hanya pandai berbicara soal agama saja namun telah gagap dalam perkembangan teknologi. Spatutnya, da'ii mampu mengasah keterampilan dalam berselancar di media sosial guna berdakwah. Peran pemerintah menanggapi hal ini pun sangat dibutuhkan untuk dapat memfasilitasi para da'ii agar dapat terselenggarakannya technological education, agar dakwah Islam yang disyiarkan lebih berwarna dan modern.

3. Manfaat Digitalisasi Dakwah

Fenomena dakwah digital mulai berkembang di Indonesia sejak tahun 1994. Hal itu bersamaan dengan dibukanya indonet sebagai internet service provider di Jakarta. Setelah itu penggunaan internet sebagai medium dakwah semakin berkembang, seperti: facebook, twitter, youtube, instagram, blogger. Media tersebut dapat menyiarkan secara langsung aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dan memudahkan masyarakat berinteraksi dan memberikan feedback terhadap pesan yang diterima.⁷² Jadi, hadirnya internet membuat dakwah semakin lebih mudah diperoleh dan diserap oleh masyarakat dibandingkan media konvensional.

Kelebihan internet sebagai media komunikasi dakwah, di antaranya: pertama, mampu menembus batas ruang waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau. Kedua,

⁷²Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Internet", dalam Jurnal At-Tabsyir, Vol. 1 No. 1 (Kudus: STAIN Kudus, Juni 2013), 93-108.

pengguna internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap visi dakwah. Ketiga, para pakar dan ulama yang berada di balik media dakwah melalui internet bisa konsistensi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'ī. Keempat, dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat karena bebas memilih materi dakwah yang disukai. Kelima, cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah Islamiyah melalui internet bisa menjangkau segmen yang luas.⁷³

Kelebihan dakwah dengan menggunakan internet yaitu dakwah menjadi lebih variatif. Artinya, kehadiran teknologi memberikan banyak cara untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Selain tulisan, materi dakwah bisa dalam bentuk gambar, audio, e-book (buku elektronik) ataupun video, sehingga objek dakwah dapat memilih bentuk media yang disukai. Dengan menyajikan materi dakwah di internet, objek dakwah tidak perlu datang ke narasumber dan membeli buku untuk menjawab masalah yang dihadapi. Sehingga lebih hemat biaya dan tenaga untuk memperoleh informasi.⁷⁴

F. Komunitas Yuk Hijrah Lampung

1. Pengertian Komunitas Yuk Hijrah Lampung

Komunitas Yuk Hijrah Lampung merupakan suatu kelompok yang berada di kota Bandar Lampung dengan sekretariat yang beralamatkan di Komplek Ruko Jln. Ikan Gurame Pesawahan Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung. Jumlah anggota yang terdaftar sebagai anggota resmi komunitas Yuk Hijrah Lampung pada saat awal terbentuk adalah sebanyak 50 anggota yang mayoritas adalah pemuda pemudi yang berdomisili di Kota Bandar Lampung termasuk juga didalamnya adalah pelajar dan mahasiswa yang sedang melanjutkan studi di Kota Bandar Lampung.

Komunitas ini dibentuk pada tahun 2018, didasari atas keresahan dari para pendirinya yakni Ahmad Baihaqi dan

⁷³Maarif Bambang Saiful, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), 172

⁷⁴Pardianto, "Meneguhkan Dakwah Melalui New Media", dalam *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 03 No. 01 (Surabaya: UIN Sunan Ampel, Juni 2013), 7

Muhammad Febri terhadap taklim atau kajian di masjid yang sepi dari anak muda, sehingga berinisiasi untuk membentuk perkumpulan kajian dakwah di masjid yang bertujuan untuk mengajak anak muda agar mau belajar dan sharing masalah agama dengan pendekatan yang kreatif dan teknik yang mampu menarik anak muda untuk memperbaiki diri nya atau berhijrah. Karna melihat anak muda zaman sekarang sudah perlahan mulai pudar akhlak dan moral keagamaannya.

2. Sejarah Komunitas Yuk Hijrah Lampung

Komunitas Yuk Hijrah Lampung merupakan gerakan dakwah yang berada di Kota Bandar Lampung. Terbentuk pada 26 Desember tahun 2018, dengan pendirinya yaitu Ahmad Baihaqi dan Muhammad Febri. Beliau bersama beberapa rekannya yang ikut serta untuk membentuk komunitas Yuk Hijrah Lampung dengan harapan dapat menjadi wadah (tempat) bagi orang-orang yang ingin belajar dan berhijrah mendekatkan dirinya kepada Allah SWT. Dimana zaman sekarang ini sudah banyak masyarakat yang sudah mulai jarang membaca Al-Qur'an.⁷⁵

Dalam melaksanakan kegiatannya komunitas ini belum mempunyai sekretariat, sehingga saat melaksanakan kegiatannya komunitas ini masih berpindah-pindah tempatnya. Komunitas Yuk Hijrah Lampung ini terbentuk karna adanya kesamaan dalam bidang agama Islam, kesamaan tujuan dalam mengajak masyarakat untuk gemar membaca Al-Qur'an dan persamaan wilayah geografis yang tepatnya di Bandar Lampung.

Setelah adanya komunitas yang bergerak di bidang dakwah sudah cukup banyak di Bandar Lampung, tetapi komunitas yang bergerak di bidang dakwah kalangan anak muda masih sedikit, maka dari situ komunitas Yuk Hijrah Lampung ini munculah, penulis melakukan wawancara kepada ketua Yuk Hijrah Lampung Muhammad Maskur Yunus :

“Sejarah dibentuknya komunitas Yuk Hijrah Lampung ini karna melihat kondisi kalangan anak muda sekarang yang

⁷⁵Dokumentasi Yuk Hijrah Lampung, <https://komunitas-yuk-hijrah-lampung-tempatnya-pemuda-pemudi-lampung-berdakwah-dan-berbagi-ilmu>, di catat tanggal 13 Desember 2022

mulai jarang membaca Al-Qur'an, kemudian komunitas lain memang sudah banyak yang bergerak dibidang dakwah, tetapi didalamnya sedikit anak muda, dan komunitas Yuk Hijrah Lampung ini harus bisa merangkul kalangan anak muda untuk terus belajar Al-Qur'an karna mereka lah yang akan meneruskan perjuangan, awalnya saya dan teman-teman membicarakan untuk membentuk komunitas Yuk Hijrah Lampung ini, kemudian teman-teman saya pun setuju, dan kami membentuk struktur kepengurusan komunitas ini, dan saya yang mendapatkan amanah untuk menjadi ketua komunitas Yuk Hijrah Lampung, jadi yang membentuk komunitas ini ada 9 orang, kegiatan yang rutin kita lakukan tahsin dan kajian.”⁷⁶

Dalam upaya mengajak anak muda untuk datang dalam kajian, komunitas Yuk Hijrah Lampung menggunakan media sosial sebagai sarana menyampaikan informasi kajian, karna media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan anak muda pada masa kini, selain itu hampir semua anak muda saat ini memiliki media sosial, seperti *Instagram, Facebook, Line dan Whatsapp*.

⁷⁶Muhammad Maskur Yunus, Wawancara Ketua Yuk Hijrah Lampung, Sekretariat Komunitas Yuk Hijrah Lampung, 12 Desember 2022.

DAFTAR RUJUKAN

BUKU

- Abdullah, Dzikron. (1988) *Metodologi Dakwah*, Diktat Kuliah. Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo,
- Ali, H. & Lilik Purwandi, (2017) *Millennial Nusantara Pahami Karakternya, Rebut Simpatinya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Amin, Samsul Munir, (2009) *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah
- Aziz, Moh. Ali. (2009) *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Aziz, Mohammad Ali. (2004) *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Fahrurrozi, (2017) *Model-Model Dakwah di Era Kontemporer*. Mataram: LP2M UIN Mataram.
- Kristina, Ayu. (2017). *Membumikan Nalar Kritis Akademis*. Yogyakarta: UD Ruang Desain.
- Lina Hidayati, Miftakhul. (2018). *Metode Dakwah K.H. Abdurrahman Navis Dalam Program Fajar Syiar Di Radio El-Victor Surabaya*” Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Munir dan Wahyu Ilaihi, (2015) *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia.
- Munir, M. & Wahyu Ilahi, (2006) *Menejemen Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Munir. M, (2009) *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Munsiy, A Kadir. (1978) *Metode Diskusi dalam Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Muriah, Siti. (2000). *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.

Nuriz, M. Afthon Lubbi, *Generasi Muda Milenial dan Masjid Era Digital* dalam buku *Masjid di Era Milenial: Arah Baru Literasi Keagamaan* (Jakarta: Center for The Study of Religion and Cultur - CSRS, 2019)

Rahardjo, Turnomo (2006) *Paradigma Penelitian dalam Modul Pelatihan Sosial” Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Saiful, Maarif Bambang, (2010). *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Suprayogo, Imam. (2001) *Metodologi Penelitian Sosial Agama*. Bandung: Rosdakarya.

Tasmara, Toto, (1997) *Komunikasi Dakwah, Gaya Media Pratama*, Jakarta.

Wahid, Fathul, (2004) *E-Dakwah, Dakwah Melalui Internet* Yogyakarta: Gaya Media

JURNAL

Habibi, Muhammad, “Optimalisasi Dakwah Melalui media Sosial di Era Milenial”, dalam *Jurnal Alhikmah*, Vol. 12 No. 1 (Pontianak: IAIN Pontianak 2018)

Iswanto, Agus, “Membaca Kecenderungan Pemikiran Islam Generasi Milenial Indonesia”,

dalam *Jurnal Multikultural & Multireligius*, Vol. 17 (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2018)

Marfu’ah, Usfiyatul. (2017) “Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural”. *Islamic Communication Journal* 2, no.2.

Muthmainah, Sitti. (2014). *Peran Dakwah Dalam Mengatasi Konflik Sosial Masa Kini* *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, no. 2.

Rosyidi, Imron. (2015). “Komunikasi Dan Dakwah: Ihtiar Integrasi Keilmuan Dan Urgensi Kekinian”. *Jurnal Madania* 5, no. 1.

Sukardi, Akhmad. (2016). “Metode Dakwah Dalam Mengatasi Problematika Remaja” *Al-Munzir* 9, no. 1.

Suriani, Julis. (2017). “Komunikasi Dakwah Di Era Cyber”. *Jurnal Annida’ : Jurnal Pemikiran Islam* 41, no. 2.

Zaini, Ahmad, “Dakwah Melalui Internet”, dalam *Jurnal At-Tabsyir*, Vol. 1 No. 1 (Kudus: STAIN Kudus, Juni 2013)

WEBSITE

<https://islami.co/tag/dakwah-milenial/>

<http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/metode-pengumpulan-data-dalam-penelitian>

<https://m/detik.com/news/berita/d-3354863/ulama-upayakan-pakai-media-sosial-sebagai-media-dakwah>

<https://komunitas-yuk-hijrah-lampung-tempatnya-pemuda-pemudi-lampung-berdakwah-dan-berbagi-ilmu>

