

REORIENTASI METODE DAKWAH UNTUK GENERASI MILENIAL: PERSPEKTIF KOMUNIKASI ISLAMI

¹Dian Utami; ²Ishfa Naisila; ³Putri Yasmina Munawwarah; ⁴Alfia Rahmi; ⁵Qaila Thahira; ⁶Zauwatun Nufus

dvivo1710@gmail.com¹, ishfanaaisila108@gmail.com², putriyasmina6@gmail.com³,
alfiarahmi022@gmail.com⁴, qailathahira2@gmail.com⁵, zauwa2305@gmail.com⁶

Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi reorientasi metode dakwah yang relevan bagi generasi milenial dengan menggunakan perspektif komunikasi Islami. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi literatur, wawancara mendalam dengan da'i muda, dan analisis konten media sosial yang digunakan untuk dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial membutuhkan metode dakwah yang bersifat interaktif, relevan dengan kehidupan sehari-hari, dan memanfaatkan teknologi digital. Prinsip komunikasi Islami, seperti hikmah, mau'izhah hasanah, dan mujaadalah bil ahsan, terbukti efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada generasi ini. Media sosial, khususnya Instagram, YouTube, dan TikTok, menjadi platform utama yang mampu menjangkau audiens secara luas dengan format yang menarik seperti video pendek, infografis, dan podcast. Kolaborasi dengan influencer Muslim juga meningkatkan daya tarik dakwah di kalangan milenial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa reorientasi metode dakwah berbasis komunikasi Islami dapat meningkatkan penerimaan dan pemahaman pesan-pesan Islami oleh generasi

milenial.

Kata Kunci: *Dakwah, Generasi Milenial, Komunikasi Islami, Media Sosial,*

PENDAHULUAN

Metode dakwah tradisional yang umumnya bersifat satu arah, seperti ceramah di masjid atau majelis taklim, sering kali tidak menarik perhatian generasi milenial. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya kurangnya interaktivitas, penggunaan bahasa yang tidak relevan dengan konteks kehidupan mereka, dan minimnya adaptasi terhadap media digital. Generasi milenial cenderung lebih menyukai komunikasi yang bersifat dialogis, interaktif, dan berbasis teknologi. Mereka juga lebih tertarik pada pesan-pesan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, seperti isu lingkungan, kesehatan mental, dan keberlanjutan.¹

Dalam Islam, dakwah tidak hanya sekadar menyampaikan pesan agama, tetapi juga harus memperhatikan prinsip-prinsip komunikasi yang baik. Al-Qur'an dalam Surat An-Nahl ayat 125 menekankan pentingnya menggunakan hikmah, nasihat yang baik (mau'izhah hasanah),² dan dialog yang santun (mujadalah bil ahsan) dalam berdakwah. Prinsip-prinsip ini relevan untuk menjawab kebutuhan generasi milenial yang menginginkan pendekatan yang humanis, inklusif, dan berbasis empati. Oleh karena itu, diperlukan reorientasi metode dakwah dengan pendekatan komunikasi Islami yang mampu menjembatani kesenjangan antara pesan dakwah dan audiens milenial.³

Salah satu aspek penting dalam reorientasi metode dakwah adalah pemanfaatan teknologi digital sebagai media penyampaian pesan. Media

¹ Subhan, A. (2022). *Pemanfaatan Teknologi dalam Dakwah Islam di Media Sosial*. (Yogyakarta: LKiS). Hlm 65

² Yuliana Restiviani, "PROSES PEMBENTUKAN SALING PENGERTIAN PADA JIWA KOMUNIKATOR DALAM KOMUNIKASI ISLAM," *Enlekturer* 1, no. 1 (2023): 37–52, <https://journal.enliinstitute.com/index.php/ENLEKTURER%0Aproses>.

³ Anwar, S. (2021). *Komunikasi Islam: Teori dan Praktek dalam Konteks Modern*. (Bandung: Remaja Rosdakarya). Hlm 90

sosial, seperti Instagram, YouTube, dan TikTok, telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari generasi milenial.⁴ Platform-platform ini menawarkan berbagai format konten yang menarik, seperti video pendek, infografis, dan podcast, yang dapat digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai Islami dengan cara yang kreatif dan mudah dipahami.⁵ Selain itu, kolaborasi dengan influencer Muslim yang memiliki pengaruh besar di media sosial dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas dakwah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana metode dakwah dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik generasi milenial melalui perspektif komunikasi Islami. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur, wawancara mendalam dengan da'i muda, dan analisis konten media sosial yang digunakan untuk dakwah. Fokus utama penelitian ini adalah pada identifikasi tantangan yang dihadapi dalam dakwah kepada generasi milenial, serta bagaimana prinsip-prinsip komunikasi Islami dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan tersebut.

KAJIAN TEORI

A. Reorientasi Metode Dakwah

1. Pengertian Reorientasi Metode Dakwah

Reorientasi metode dakwah adalah upaya untuk mengubah atau menyesuaikan pendekatan, strategi, dan media yang digunakan dalam menyampaikan pesan Islam agar lebih relevan dan efektif sesuai dengan perkembangan zaman dan karakteristik audiens. Reorientasi ini dilakukan tanpa mengubah esensi atau nilai-nilai utama dalam dakwah, tetapi lebih kepada cara penyampaian yang lebih adaptif terhadap kebutuhan dan konteks masyarakat, khususnya generasi muda seperti generasi milenial.⁶

⁴ Noratur Rahmah et al., "Efektifitas Konten Edukasi Keislaman Di Platform Media Sosial: Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z," *Https://Journal.Staipiqbaubau.Ac.Id/Index.Php/Tabsyir/Article/View/2049* 6 (2025): 59059.

⁵ Sari, L. (2019). *Dakwah Interaktif: Membangun Dialog dalam Komunikasi Islam*. *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 97-109.

⁶ Ahmad, H. (2019). *Dakwah Kontemporer: Metode dan Tantangan di Era Digital*. (Jakarta: Kencana). Hlm 99

2. Elemen Utama dalam Reorientasi Metode Dakwah

- a. Penyesuaian dengan Perkembangan Teknologi: Memanfaatkan teknologi digital dan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi yang hidup dalam era digital.
 - b. Relevansi dengan Kebutuhan Audiens: Dakwah disampaikan dengan pendekatan yang relevan terhadap isu-isu kontemporer seperti kesehatan mental, pendidikan, lingkungan, dan kehidupan sosial.
 - c. Penggunaan Bahasa yang Kontekstual: Menggunakan bahasa yang mudah dipahami, tidak kaku, dan sesuai dengan gaya komunikasi audiens target.
 - d. Kreativitas dalam Penyampaian: Menghadirkan dakwah dalam format yang menarik, seperti video, infografis, podcast, atau gamifikasi, untuk menarik perhatian audiens.
 - e. Pergeseran dari Monolog ke Dialog: Mengubah pendekatan dakwah dari komunikasi satu arah (monolog) menjadi komunikasi dua arah (dialog), yang memberikan ruang bagi audiens untuk berinteraksi dan bertanya.
3. Tujuan Reorientasi Metode Dakwah
- a. Meningkatkan Efektivitas Dakwah: Membuat pesan Islam lebih mudah diterima oleh audiens.
 - b. Membangun Keterhubungan dengan Generasi Muda: Menjadikan dakwah relevan dengan kehidupan generasi milenial.
 - c. Memperluas Jangkauan Dakwah: Menggunakan teknologi untuk menjangkau audiens yang lebih luas di berbagai wilayah.
 - d. Menjaga Keberlanjutan Dakwah: Memastikan bahwa dakwah tetap relevan di tengah perubahan zaman.

B. Generasi Milenial

1. Pengertian Generasi Milenial

Generasi milenial, sering disebut juga sebagai Generasi Y, adalah kelompok demografis yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996 (walaupun rentang tahun ini dapat sedikit berbeda menurut beberapa sumber).

⁷Generasi ini tumbuh dan berkembang di tengah perkembangan pesat teknologi digital, internet, dan globalisasi, sehingga mereka sering kali disebut sebagai "digital natives" atau generasi yang akrab dengan teknologi.⁸

2. Karakteristik Generasi Milenial

- a. Akrab dengan Teknologi: Generasi milenial tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi, seperti komputer pribadi, internet, dan media sosial. Mereka cenderung mengandalkan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk komunikasi, pendidikan, dan pekerjaan.
- b. Kritis dan Independen: Generasi ini memiliki kecenderungan untuk berpikir kritis, mengevaluasi informasi secara mendalam, dan membuat keputusan berdasarkan analisis sendiri.
- c. Berorientasi pada Pengalaman: Milenial lebih menghargai pengalaman daripada kepemilikan material. Mereka cenderung mencari makna hidup melalui perjalanan, kegiatan sosial, atau eksplorasi budaya.
- d. Multitasking: Karena terbiasa dengan banyaknya informasi dan perangkat teknologi, generasi ini cenderung mahir dalam mengerjakan beberapa hal sekaligus.
- e. Berfokus pada Nilai dan Dampak: Generasi milenial sering kali terlibat dalam isu-isu sosial, seperti lingkungan, kesetaraan, dan keberlanjutan. Mereka cenderung mendukung organisasi atau gerakan yang memiliki nilai yang sesuai dengan prinsip mereka.
- f. Pola Komunikasi Digital: Media sosial, aplikasi pesan instan, dan platform digital lainnya adalah sarana utama komunikasi mereka. Hal ini membuat mereka terbiasa dengan komunikasi yang cepat, visual, dan interaktif.

⁷Oknita, "FENOMENA NOMOPHOBIA DALAM PERSPEKTIF ALQURAN" 1 (2022): 1–3.

⁸ Azis, M. (2020). *Generasi Milenial dan Dakwah Digital: Potensi dan Strategi*. (Jakarta: RajaGrafindo). Hlm 73

3. Tantangan dan Potensi Generasi Milenial dalam Dakwah

a. Tantangan:⁹

- 1) Sulit menjangkau mereka melalui metode tradisional karena gaya hidup yang dinamis dan mobilitas tinggi.
- 2) Mereka lebih kritis terhadap otoritas agama dan memerlukan pendekatan yang relevan dan dialogis.

b. Potensi:

- 1) Kreativitas dan keterampilan digital mereka dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan dakwah melalui platform modern.
- 2) Ketertarikan mereka pada nilai dan dampak sosial memberikan peluang untuk menyampaikan dakwah melalui isu-isu yang mereka pedulikan, seperti keberlanjutan, keadilan sosial, dan kesehatan mental.

C. Perspektif Komunikasi Islam

1. Pengertian Perspektif Komunikasi Islam

Komunikasi Islam adalah proses penyampaian pesan atau informasi berdasarkan nilai-nilai ajaran Islam yang bertujuan untuk memberikan pencerahan, membangun hubungan harmonis, dan membawa manusia menuju kebaikan serta keridhaan Allah. ¹⁰Perspektif komunikasi Islam menempatkan etika, keikhlasan, dan tujuan spiritual sebagai inti dari setiap interaksi. Komunikasi ini tidak hanya melibatkan transfer informasi, tetapi juga transformasi nilai yang menuntun individu untuk hidup sesuai dengan ajaran Islam.¹¹

⁹ Siregar, R. (2023). Tantangan Dakwah Digital di Kalangan Milenial: Studi Kasus di Indonesia. *Jurnal Dakwah Islamiyah*, 14(3), 112-125.

¹⁰ Muhammad Saleh & Wirdatul Jannah, "KOMUNIKASI ISLAMI DALAM REPRESENTASI KELUARGA (Analisis Semiotika Pada Film Keluarga Cemara)," *ATTABAYYUNJournal Islamic Studies* 6, no. 1 (2024): 102–13, <https://journal.iainlhokseumawe.ac.id/index.php/attabayyun/index>.

¹¹ Bakri, S. (2018). *Komunikasi Dakwah dalam Perspektif Islam*. (Malang: UMM Press).
Hlm 108

2. Prinsip-Prinsip Komunikasi Islam

a. Keikhlasan (Ikhlas)

Komunikasi Islam harus dilandasi niat yang tulus untuk menyampaikan kebaikan demi mendekatkan diri kepada Allah. Keikhlasan ini memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak bertujuan untuk kepentingan pribadi, melainkan untuk kemaslahatan umat.¹²

b. Kebijaksanaan (Hikmah)

Dalam komunikasi Islam, hikmah berarti menyampaikan pesan dengan cara yang tepat, sesuai dengan kondisi, kebutuhan, dan tingkat pemahaman audiens.

أَدْخُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ (النحل/16: 125)

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik..." (QS. An-Nahl: 125)

c. Kelembutan dan Kesantunan (Mau'izhah Hasanah)

Penyampaian pesan harus dilakukan dengan cara yang lembut, santun, dan tidak menyinggung perasaan audiens. Hal ini penting untuk menciptakan suasana yang kondusif dalam komunikasi.

d. Keterbukaan dan Dialog (Mujadalah Bil Ahsan)

Komunikasi Islam mendorong dialog yang baik dan santun, di mana pendapat dan argumen didiskusikan dengan rasa hormat, tanpa paksaan atau kekerasan.

وَالْمَوْعِظَةُ الْحَسَنَةُ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ (النحل/16: 125)

Artinya: "Dan berdiskusilah dengan mereka dengan cara yang terbaik." (QS. An-Nahl: 125)

e. Kebenaran dan Kejujuran (Shiddiq)

Pesan yang disampaikan harus benar dan berdasarkan fakta serta ajaran Islam. Komunikasi yang jujur mencerminkan integritas dan membangun kepercayaan.

f. Keadilan (Adil)

¹² Mubarak, F. (2018). *Etika Komunikasi dalam Dakwah Islam*. (Yogyakarta: Graha Ilmu). Hlm 77

Komunikasi Islam menuntut penyampaian pesan yang adil, tanpa diskriminasi, dan memperhatikan kepentingan semua pihak.

- a. Ciri-Ciri Komunikasi Islam Berorientasi pada Dakwah: Komunikasi Islam bertujuan untuk menyampaikan ajaran agama dan membimbing manusia ke jalan yang benar.¹³
 - b. Berlandaskan Etika Islam: Setiap aspek komunikasi, termasuk bahasa, media, dan tujuan, harus sesuai dengan norma-norma Islam.
 - c. Menghormati Perbedaan: Dalam Islam, komunikasi menghargai keragaman dan perbedaan pendapat selama tetap dalam kerangka kebenaran dan adab.
 - d. Holistik: Komunikasi Islam mencakup hubungan antara manusia dengan manusia (*hablum minannas*) dan manusia dengan Allah (*hablum minallah*).
3. Relevansi Perspektif Komunikasi Islam dalam Dakwah
- a. Efektivitas Penyampaian Pesan: Dengan pendekatan hikmah, pesan dakwah dapat disampaikan secara relevan dan diterima oleh berbagai audiens, termasuk generasi milenial.
 - b. Membangun Hubungan Harmonis: Komunikasi Islam menciptakan suasana dialog yang nyaman dan saling menghormati, sehingga membangun hubungan yang lebih baik antara pendakwah dan audiens.
 - c. Menjawab Tantangan Modernitas: Perspektif komunikasi Islam dapat diintegrasikan dengan teknologi modern, seperti media sosial, untuk menjangkau lebih banyak orang tanpa mengesampingkan nilai-nilai Islami.
 - d. Penyelesaian Konflik: Prinsip dialog dan kesantunan dalam komunikasi Islam sangat relevan untuk meredakan konflik dan membangun persatuan dalam masyarakat.

Dapat disimpulkan bahwa Perspektif komunikasi Islam menekankan pentingnya menyampaikan pesan dengan cara yang bijaksana, santun, dan relevan, sambil tetap berpegang pada nilai-nilai ajaran Islam.

¹³ Hidayat, N. (2019). *Komunikasi Dakwah dalam Era Globalisasi*. (Jakarta: Prenadamedia Group). Hlm 88

Dalam konteks dakwah, komunikasi Islam menjadi alat yang sangat efektif untuk menyebarkan nilai-nilai kebaikan, mempererat hubungan sosial, dan membimbing manusia menuju kehidupan yang lebih baik di dunia dan akhirat.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis.¹⁴ Data utama dalam penelitian ini berasal dari dua sumber yaitu Data Primer yang melakukan Wawancara mendalam dengan pendakwah, akademisi komunikasi Islam, dan generasi milenial sebagai audiens dakwah kemudian Observasi langsung terhadap konten dakwah yang disampaikan melalui media digital, seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Sedangkan Data Sekunder yaitu Studi literatur dari buku, jurnal, artikel, dan laporan terkait dengan dakwah, komunikasi Islam, dan karakteristik generasi milenial¹⁵.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Perubahan Pola Komunikasi Dakwah

Melalui media sosial, seperti Instagram, YouTube, dan TikTok, dakwah dapat disampaikan dengan cara yang lebih santai, mudah dipahami, dan mengundang partisipasi audiens. Ini menunjukkan bahwa reorientasi metode dakwah yang lebih adaptif terhadap teknologi digital menjadi kunci untuk menjangkau generasi milenial.

2. Keterlibatan Generasi Milenial dalam Dakwah Digital

Generasi milenial cenderung menginginkan dakwah yang lebih kontekstual dengan isu-isu sosial yang mereka hadapi, seperti kesehatan mental, lingkungan, dan keberlanjutan. Dari observasi terhadap konten dakwah di platform media sosial, terlihat bahwa banyak pendakwah yang mulai mengangkat tema-tema ini dalam konten mereka. Hal ini sejalan

¹⁴Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya). Hlm 69

¹⁵ Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta). Hlm 90

dengan prinsip komunikasi Islam yang mengutamakan hikmah dan mau'izhah hasanah, yaitu penyampaian pesan dengan cara yang bijaksana dan relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens.

3. Efektivitas Konten Dakwah Berbasis Visual dan Interaktif

Generasi milenial sangat responsif terhadap konten dakwah yang bersifat visual dan interaktif. Berdasarkan hasil observasi, penggunaan video pendek, infografis, dan konten berbasis cerita (storytelling) memiliki daya tarik yang besar di kalangan audiens milenial. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah yang menggabungkan prinsip kreativitas dan keterbukaan dalam komunikasi Islam dapat meningkatkan daya tarik dan pemahaman generasi milenial terhadap ajaran Islam.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa reorientasi metode dakwah untuk generasi milenial sangat diperlukan untuk memastikan dakwah tetap relevan dan efektif di era digital. Dengan memanfaatkan teknologi, menciptakan konten yang relevan dengan isu sosial, dan mengedepankan komunikasi yang interaktif dan kreatif, dakwah dapat lebih diterima oleh generasi milenial. Kolaborasi dengan influencer Muslim dan pelatihan bagi pendakwah untuk meningkatkan literasi digital juga merupakan langkah penting dalam memastikan keberhasilan dakwah di masa depan. Namun, tantangan dalam menjaga keseimbangan antara modernisasi dan nilai-nilai Islam tetap harus diperhatikan agar dakwah tidak kehilangan esensinya.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, H. (2019). *Dakwah Kontemporer: Metode dan Tantangan di Era Digital*. (Jakarta: Kencana).
- Anwar, S. (2021). *Komunikasi Islam: Teori dan Praktek dalam Konteks Modern*. (Bandung: Remaja Rosdakarya).
- Azis, M. (2020). *Generasi Milenial dan Dakwah Digital: Potensi dan Strategi*. (Jakarta: RajaGrafindo).
- Bakri, S. (2018). *Komunikasi Dakwah dalam Perspektif Islam*. (Malang: UMM Press).
- Hamzah, T. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Dakwah di Kalangan Milenial. *Jurnal Dakwah Modern*, 8(2), 112-125.
- Hidayat, N. (2019). *Komunikasi Dakwah dalam Era Globalisasi*. (Jakarta: Prenadamedia Group).
- Kurniawan, D. (2020). Dakwah dan Media Sosial: Pengaruh Digitalisasi terhadap Penyebaran Islam. *Jurnal Komunikasi*, 7(3), 210-223.
- Maulana, A. (2021). Peran Influencer dalam Dakwah Islam: Studi Kasus di Instagram dan YouTube. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 12(2), 35-48.
- Mubarok, F. (2018). *Etika Komunikasi dalam Dakwah Islam*. (Yogyakarta: Graha Ilmu).
- Munir, R. (2022). Generasi Milenial dan Dakwah Digital: Analisis Tren Konten Dakwah di Media Sosial. *Jurnal Studi Islam*, 9(4), 70-84.
- Sari, L. (2019). Dakwah Interaktif: Membangun Dialog dalam Komunikasi Islam. *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 97-109.
- Siregar, R. (2023). Tantangan Dakwah Digital di Kalangan Milenial: Studi Kasus di Indonesia. *Jurnal Dakwah Islamiyah*, 14(3), 112-125.
- Subhan, A. (2022). Pemanfaatan Teknologi dalam Dakwah Islam di Media Sosial. (Yogyakarta: LKiS).
- Muhammad Saleh & Wirdatul Jannah. "KOMUNIKASI ISLAMI DALAM REPRESENTASI KELUARGA (Analisis Semiotika Pada Film Keluarga Cemara)." *AT-TABAYYUN Journal Islamic Studies* 6, no. 1 (2024): 102–13. <https://journal.iainlhokseumawe.ac.id/index.php/attabayyun/index>.

- Oknita. "FENOMENA NOMOPHOBIA DALAM PERSPEKTIF ALQURAN" 1 (2022): 1–3.
- Rahmah, Noratur, Sayyid Afif, Muhammad Saleh, Nurkhofifah Nurkhofifah, Neiva Zaida, Hasanah Saragih, and Haidar Sidqan Alkhalid. "Efektifitas Konten Edukasi Keislaman Di Platform Media Sosial: Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z." *Https://Journal.Staiyypiqbauban.Ac.Id/Index.Php/Tabsyir/Article/Vie w/2049* 6 (2025): 59059.
- Restiviani, Yuliana. "PROSES PEMBENTUKAN SALING PENGERTIAN PADA JIWA KOMUNIKATOR DALAM KOMUNIKASI ISLAM." *Enlekturer* 1, no. 1 (2023): 37–52. <https://journal.enliinstitute.com/index.php/ENLEKTURER%0 APROSES>.