

**PREFERENSI MEDIA DIGITAL DAKWAH DI ORGANISASI MILENIAL  
SINTESA KABUPATEN BANGKALAN**

**TESIS**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Magister dalam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**Oleh:**

**Syaifuddin**

**NIM:02040720024**

**PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL**

**SURABAYA**

**2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya :

Nama : Syaifuddin

Nim : 02040720024

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam Pascasarjana UINSA Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 14 Juli 2022

Yang Menyatakan,



Syaifuddin

NIM: 02040720024

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Tesis yang berjudul “Preferensi Media Digital Dakwah di Organisasi Milenial Sintesa Kabupaten Bangkalan” yang ditulis oleh Syaifuddin ini telah disetujui pada tanggal 18 Juli 2022

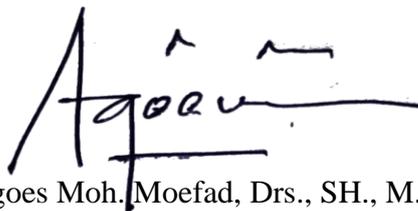
Oleh:

### **PEMBIMBING I**



Prof. Dr. H. Moh. Ali Aziz, M. Ag  
NIP. 195706091983031003

### **PEMBIMBING II**



Dr. Agoes Moh. Moefad, Drs., SH., M.Si.  
NIP. 197008252005011004

## PENGESAHAN PENGUJI

Tesis Syaifuddin yang berjudul

“Preferensi Media Digital Dakwah di Organisasi Milenial Sintesa  
Kabupaten Bangkalan”

Telah diuji pada tanggal 04 Agustus 2022

Tim Penguji :

1. Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M. Ag (Ketua/Penguji I)

: .....

2. Dr. Agoes Moh. Moefad, SH., M.Si (Sekretaris/Penguji II)

: .....

3. Dr. Moch. Choirul Arif, M. Fil. I (Penguji III)

: .....

4. Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.IP., M.Si (Penguji IV)

: .....

Surabaya, ... Agustus 2022

Direktur Pascasarjana,



Prof. Masdar Hidayat, S.Ag., M.A., Ph.D.

971030219601002



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300

E-Mail: [perpus@uinsby.ac.id](mailto:perpus@uinsby.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Syaifuddin  
NIM : 02040720024  
Fakultas/Jurusan : Pascasarjana/Komunikasi dan Penyiaran Islam  
E-mail address : [radensai96@gmail.com](mailto:radensai96@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain  
(.....)

yang berjudul :

Preferensi Media Digital Dakwah Di Organisasi Milenial Sintesa Kabupaten Bangkalan

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Agustus 2022

Penulis:

(Syaifuddin)

## ABSTRACT

Syaifuddin. 2022. The Preference of Digital Da'wah Media in The Milenial Sintesa Organization in Bangkalan District.

The integration of technology has resulted in the implementation model of da'wah growing rapidly and dynamically, Digital is a form of modernization and renewal of the use of technology which is often connected to an internet connection. The digital era is often associated with the youth revolution. Digital reform has spawned applications that make it easier for millennials to absorb information. so that the preachers participate in exploring technological developments to color digital media with religious messages.

This thesis wants to try to answer two big problems, namely what are the motives of millennial Muslims to understand religious values through media digital da'wah and how millennial Muslims filter da'wah messages through media digital da'wah and to find out how digital can control millennial Muslim activities. By using qualitative field analysis that is not based on rules, procedures are stagnant, more open, and continuously evolving according to field conditions. The setting in this research is the digitization of da'wah as a counterweight to the flow of technological and communication developments. Millennial Muslims who are gathered in millennial synthesis organizations as research subjects, so that the data obtained is more specific in accordance with the desired data.

This research resulted in the millennial Muslim generation having their own way of choosing the da'wah message they consume in digital media, namely by assessing the credibility and quality of the preacher who conveys the da'wah message, it is not enough to just assess the preacher, also bring the message of da'wah or science that they do not understand to the public. a discussion table with friends and people who understand more about the knowledge they don't understand. Also, millennial Muslims have a sense of dependence on digital da'wah so they are more inclined to choose digital media in understanding religion.

Keywords: Preference, Media Digital Da'wah, Millennial Muslims.

## مستخلص البحث

سيف الدين. 2022. تفضيل وسائل الإعلام الدعوية في منظمة سينتيسا الاجتماعية بمدينة بنكلان

إن التكامل التكنولوجي يؤدي إلى أنماط تنفيذ الدعوة تتطور تطوراً سريعاً ديناميكياً، الرقمي هو شكل التحديث والتجديد من استخدام التكنولوجيا التي تتصل كثيراً بالإنترنت. ويعلق وجود العصر الرقمي غالباً بثورة الشباب. وأظهر الإصلاح الرقمي تطبيقات سهّلت جيل الألفية في استيعاب المعلومات. إلى أن يشارك الدعاة في استكشاف التطورات التكنولوجية لتلويين الوسائل الرقمية بالرسائل الدينية.

ومن محاولة هذه الأطروحة هي إجابة مشكلتين عظيمتين، أولاً ما هي دوافع المسلمين من جيل الألفية في فهم القيم الدينية عبر رقمنة الدعوة وكيف يقوم المسلمون من جيل الألفية بتصنيف رسائل الدعوة خلال رقمنة الدعوة وكيف يستولي الرقمي على أنشطة المسلمين الألفية. استخدم الباحث التحليل الميداني النوعي الذي لا يعتمد على القواعد، والمناهج الراكدة المفتوحة ويتطور وفقاً للظروف الميدانية. إن الخلفية في هذا البحث هي رقمنة الدعوة موازناً لتدفق التكنولوجيا وتطورات الاتصالات. المسلمون الألفية الذين انضموا في المنظمة التوليفية الألفية يكونون من مواضيع البحث، لتصبح البيانات المحسولة أكثر تحديداً وفقاً للبيانات المطلوبة.

ومن نتائج هذا البحث امتلاك المسلمين الألفية بطريقة خاصة في اختيار رسائل الدعوة التي يستهلكونها في وسائل الإعلام الرقمية، من خلال تقييم مصداقية وجودة الداعية الذي يلقي تلك رسائل الدعوة، فلا يكفي تقييم الداعي فحسب، وإحضار رسائل الدعوة أو العلوم التي لم تفهموها إلى مجلس المناقشة بالأصدقاء كان أو الأشخاص الذين يفهمون علومها لم يفهموها يجلب أيضاً رسالة الدعوة أو العلم التي لا يفهمونها للجمهور. مائدة مناقشة مع الأصدقاء أو الشخص الذي يفهم أكثر عن العلم الذي لا يفهمونه. وللمسلمين من جيل الألفية شؤون الاعتماد على الدعوة الرقمية، حتى يميل إلى اختيار الوسائل الرقمية في فهم العلوم الدينية.

الكلمات المفتاحية: تفضيل، وسائل الإعلام الدعوية، مسلم ألفية

## ABSTRAK

Syaifuddin. 2022. Preferensi Media Digital Dakwah di Organisasi Milenial Sintesa Kabupaten Bangkalan

Integrasi teknologi mengakibatkan model pelaksanaan dakwah semakin berkembang pesat dan dinamis, Digital adalah bentuk modernisasi pembaharuan dari penggunaan teknologi yang mana sering dihubungkan dengan koneksi internet. Era digital sering dikaitkan kehadirannya dengan revolusi remaja. Reformasi digital melahirkan aplikasi yang memudahkan generasi milenial menyerap informasi. sehingga para pendakwah ikut menyelami perkembangan teknologi untuk mewarnai media digital dengan pesan-pesan agama.

Tesis ini ingin berusaha menjawab tiga masalah, yaitu apa yang menjadi dasar preferensi organisasi milenial sintesa, dan bagaimana personal organisasi milenial sintesa menentukan preferensi serta bagaimana intensitas personal organisasi milenial sintesa menggunakan media digital dakwah. Dengan menggunakan analisis kualitatif lapangan yang tidak terpaku pada aturan, prosedur yang stagnan, lebih terbuka, dan terus berkembang sesuai dengan kondisi lapangan. *Setting* dalam penelitian ini adalah digitalisasi dakwah sebagai penyeimbang arus perkembangan teknologi dan komunikasi. Muslim milenial yang terhimpun pada organisasi milenial sintesa sebagai subjek penelitiannya, agar data yang didapat lebih spesifik sesuai dengan data yang diinginkan.

Penelitian ini menghasilkan generasi muslim milenial memiliki cara tersendiri dalam memilih pesan dakwah yang mereka konsumsi di media digital, yaitu dengan menilai kredibilitas dan kualitas pendakwah yang menyampaikan pesan dakwah tersebut, tidak cukup hanya menilai pendakwah tersebut, juga membawa pesan dakwah atau keilmuan yang belum mereka fahami pada meja diskusi dengan teman maupun orang yang lebih faham terhadap Ilmu yang belum mereka fahami. Juga muslim milenial memiliki rasa ketergantungan pada digital dakwah sehingga lebih condong memilih media digital dalam memahami agama.

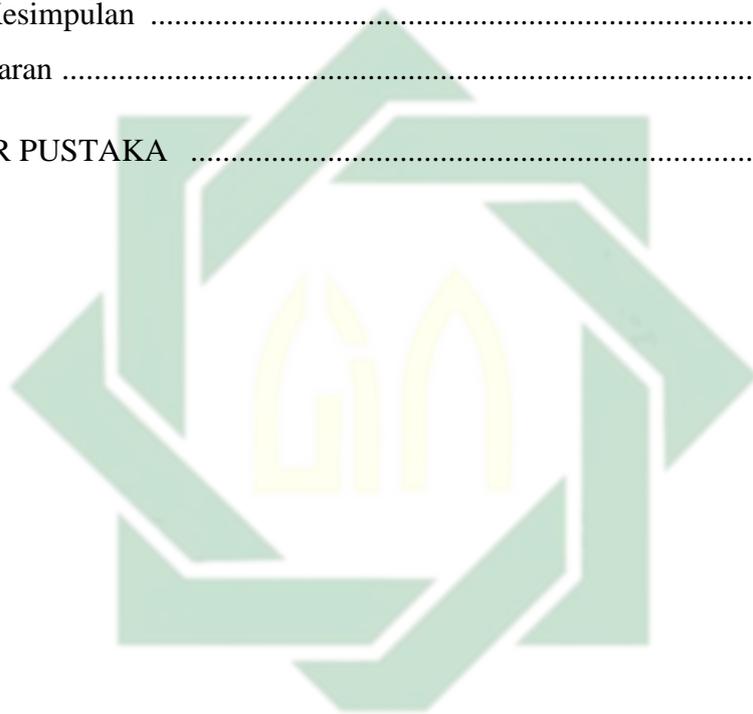
Kata Kunci : Preferensi, Media Digital Dakwah, Muslim Milenial.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN PENGUJI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KESEDIAAN PERBAIKAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI</b> .....	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>مستخلص البحث</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Kegunaan Penelitian .....	6
F. Definisi Konsep .....	7
G. Penelitian Terdahulu .....	11

H. Kajian Teori .....	13
I. Metode Penelitian .....	18
J. Sistematika Pembahasan .....	22
<b>BAB II KERANGKA TEORITIK .....</b>	<b>24</b>
A. Media Digital Dakwah Potret Perkembangan Teknologi .....	24
B. Media Digital Dakwah Menjadi Ruang Preferensi Agama .....	31
C. Muslim Milenial dan Kesiapannya Dalam Memanfaatkan Teknologi ....	34
D. Media Digital Dakwah Perspektif Teori Use and Gratification .....	39
<b>BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Profil Organisasi Milenial Sintesa .....	41
1. Terbentuknya Organisasi Milenial Sintesa .....	41
2. Visi dan Misi Organisasi Milenial Sintesa .....	43
3. Struktur Kepengurusan Organisasi Milenial Sintesa .....	43
4. Letak Geografis Kabupaten Bangkalan .....	45
B. Profil Informan Organisasi Milenial Sintesa .....	46
<b>BAB IV PREFERENSI MEDIA DIGITAL DAKWAH DI ORGANISASI MILENIAL SINTESA KABUPATEN BANGKALAN .....</b>	<b>53</b>
A. Penyajian Data .....	53
1. Preferensi Organisasi Milenial Sintesa Tentang Penggunaan Media Digital Dakwah .....	54
2. Organisasi Milenial Sintesa Menentukan Preferensi Media Digital Dakwah .....	68
3. Intensitas Personal Organisasi Milenial Sintesa Dalam Penggunaan Media Digital Dakwah .....	75
B. Temuan Penelitian .....	78
1. Preferensi Organisasi Milenial Sintesa Tentang Penggunaan Media Digital Dakwah .....	78

2. Organisasi Milenial Sintesa Menentukan Preferensi Media Digital Dakwah .....	84
3. Intensitas Personal Organisasi Milenial Sintesa Dalam Penggunaan Media Digital Dakwah .....	86
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran .....	89
DAFTAR PUSTAKA .....	90



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Digital adalah suatu bentuk modernisasi ataupun pembaharuan dari penggunaan teknologi yang mana sering dihubungkan dengan hadirnya internet dan teknologi komputer, seluruhnya menggunakan aplikasi canggih yang memudahkan urusan manusia, era digital sering dikaitkan kehadirannya dengan revolusi remaja yang lahir di tahun 80 an. Kehadiran digitalisasi ini menjadi penyebab awal mulanya era informasi perkembangan teknologi yang jauh lebih moderen sehingga era remaja atau kaum milenial lebih digandrungi dengan kemudahan dunia digital.

Internet sudah menjadi bagian dari kehidupan aktifitas masyarakat era digital. Dengan internet, sekat-sekat jarak dan waktu yang dulu menjadi penghambat atau kendala sekarang sudah mulai pudar seiring dengan meluasnya pengguna internet yang semakin bertambah. Seiring dengan kemajuan zaman. Masyarakat milenial bahkan menjadikan digitalisasi sebagai sebuah media untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>1</sup> Masyarakat Indonesia paling banyak menggunakan media sosial. Beragam fitur dan kemudahan akses yang ditawarkan media digital memberikan manfaat dan keuntungan tersendiri bagi manusia, diantaranya kemudahan untuk melakukan komunikasi dengan keluarga dan teman tanpa memandang jarak dan waktu. Istilah yang dikatakan “manusia berada dalam satu piring besar” merupakan hasil dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang biasa kita menyebutnya sebuah internet, memungkinkan siapapun, kapanpun dan dimanapun dapat saling bersaing dengan sangat mudah.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> An-nabity and Bahri F, *Meneliti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i*, pertama (Jakarta: Sinar Grafika., 2008), Hal. 36.

<sup>2</sup> Ibrahim and Akhmad, *Komunikasi Dan Komodifikasi: Mengkaji Media Dan Budaya Dalam Dinamika Globalisasi* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), Hal. 29.

Perkembangan digital menciptakan internet yang melahirkan inovasi baru, beragam aplikasi untuk memenuhi kebutuhan sosialisasi manusia, lihat saja sebagaimana *youtube, facebook, twitter, instagram, telegram* dan beberapa aplikasi lainnya membuat manusia saling terhubung satu sama lain. Dengan aplikasi tersebut, setiap individu dapat mengetahui kondisi temannya yang berada di kejauhan. Media sosial memberikan tantangan baru bagi semua pelaku dakwah, menyampaikan dan memperaktekan nilai-nilai ajaran Islam merupakan tujuan utama bagi para pendakwah, para pendakwah diharuskan untuk bisa dan mampu menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah, karena media sosial memberikan keuntungan yang mudah dijangkau luas untuk mentranmisikan pesan-pesan dakwah.<sup>3</sup>

Herbert Marshall McLuhan menyatakan bahwa “pada masa depan masyarakat dapat disatukan dengan perkembangan teknologi”, pernyataan dari McLuhan tersebut menjadi realita disaat teknologi dan informasi berkembang pesat dan menghadirkan internet dihadapan kita interaksi dan jejaring baru yang tidak terbatas.<sup>4</sup> Patut disadari bahwa internet telah memberikan kontribusi atas kemajuan masyarakat, industri maupun pemerintah. Hal ini peran internet yang telah menghadirkan sarana komunikasi yang efektif dan efisien. Jika kita mencoba mengamati karakter utama generasi milenial adalah lekatnya mereka pada teknologi dan komunikasi yang tidak bisa terpisahkan. Pada abad 21 adalah awal perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat memberikan kemudahan pada masing-masing individu dalam mengakses informasi secepat mungkin tanpa dibatasi oleh dimensi ruang dan waktu.

Data survey yang dirilis oleh Hootsuite (*We are Social*) menunjukkan, 88,4% generasi milenial selalu menggunakan internet setiap harinya.<sup>5</sup> Hasil survei ini juga menunjukkan bahwa rata-rata penggunaan internet di Indonesia memakan waktu 8 jam dan 36 menit untuk berselancar di media sosial. Kemudian platform media sosial yang paling banyak digemari oleh pengguna

---

<sup>3</sup> An-nabity and F, *Meneliti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i*, Hal. 35.

<sup>4</sup> Anisa, *Jihad Perempuan Milenial: Makna Jihad Bagi Perempuan*, (Tangerang: Yayasan Cinta Indonesia, 2018), Hal. 59.

<sup>5</sup> Hootsuite, “, ‘Indonesian Digital Report 2019,’” 2019.

internet adalah *Youtube* (88%), *Whatsapp* (83%), *Facebook* (81%) dan *Instagram* (80%).<sup>6</sup>

Fenomena yang muncul baru-baru ini dimana religiusitas kembali menonjol pamornya bahwa gairah beragama tidak hanya dikuasai oleh golongan tua. Bahkan justru berbanding lurus dengan generasi muslim milenial tampak sangat bersemangat memperdalam ajaran agama. Mereka bersatu padu mengikuti berbagai kajian keagamaan sekaligus mengikuti akun media sosial para pendakwah kondang, artis dan influencer yang menyiarkan pesan kajian keislaman.<sup>7</sup>

Fenomena hijrah semakin marak di Indonesia ustad-ustad kondang yang booming di Instagram dan Youtube seperti ustad Adi Hidayat, ustad Hannan Attaqi, ustad Felix Siau, dan ustad Abdul Somad menjadi magnet ketertarikan bagi generasi milenial, maka tidak mengherankan jika muslim milenial selalu memadati acara-acara yang bernafaskan Islam tersebut. Fenomena ini juga didukung oleh dunia digital internet yang memudahkan mereka menemukan pesan dakwah, sesuai dengan kajian keilmuan keinginan mereka.<sup>8</sup>

Muslim milenial lebih suka atau memilih membuka *search engine* di *Google*, *Instagram*, *Facebook* dan *Youtube*. Para ustadz, kyai, habaib dan ulama perannya telah tergantikan oleh “Kyai Google” mereka lebih memilih yang praktis dengan membuka aplikasi internet jika mendapatkan sebuah permasalahan tentang agama maupun hendak mencari informasi mengenai suatu ajaran agama. Sepersekian detik kemudian mereka akan mendapatkan informasi yang berlimpah mengenai hal yang mereka cari.<sup>9</sup>

Selanjutnya, tantangan maupun peluang manfaat dalam dunia maya mau tidak mau mengharuskan pegiat dakwah harus membuat strategi baru dalam dakwahnya. Pengguna dunia maya, khususnya pengguna media sosial,

<sup>6</sup> Abdullah Rahman, “Teknologi Informasi Sebagai Peluang & Tantangan Dakwah,” *Al- Mizan* 06, no. 02 (2013).

<sup>7</sup> Hariyanti and Wirapraja, “Mendefinisi Influencer Sebagai Sosok Dalam Media Sosial,” 2020.

<sup>8</sup> Eddy Najmuddin, *Hijrah Sehari-Hari Milenial* (Tangerang: Yayasan Islam Cinta, 2018).

<sup>9</sup> Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia,” *Jurnal Publiciana* 09, no. 01 (2016).

yaitu yang berasal dari generasi digital native, harus menginterkoneksi antara ajaran agama Islam dengan teknologi komunikasi dan informasi karena dalam hal ini teknologi dipandang sebagai wasilah atau sarana dalam berdakwah untuk lebih mudah sampai dan diterima oleh generasi milenial.<sup>10</sup>

Digitalisasi dakwah merupakan sebuah fenomena yang menarik untuk dikaji, hal ini untuk membuktikan bahwa peran media digital pada muslim milenial memiliki andil yang sangat besar dalam meningkatkan keilmuannya seputar problematika-problematika keagamaan atau sosial, terlebih pada kalangan muslim milenial yang ada di daerah Bangkalan.

Dalam hal ini peneliti memfokuskan pada salah satu organisasi yang dibentuk pada tanggal 24 Juni 2020. Yaitu organisasi kepemudaan “Milenial Sintesa”. Organisasi ini terpusat di Desa Telang Kamal Bangkalan. Terbentuknya organisasi ini berawal dari organisasi kepemudaan yang bergerak dibidang pengembangan sosial kemasyarakatan, pendidikan, dan kecanggihan teknologi yang tidak luput dari isu-isu kekinian. Jumlah peserta pada organisasi ini berjumlah 20 orang yang berasal dari 18 kecamatan di kabupaten Ujung Barat pulau Madura. Program-program organisasi ini sudah banyak dilakukan, diantaranya mengadakan seminar kepemudaan, edukasi pemanfaatan media, bakti sosial, dan mengadakan bedah film “Sang Kyai” untuk mengingat perjuangan para ulama terdahulu saat merebut kemerdekaan dari tangan penjajah, serta bentuk edukasi kepada masyarakat setempat.

Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan bagaimana para muslim milenial menyerap informasi beberapa kajian tentang keagamaan yang menjadikan media digital sebagai bahan untuk menemukan dan menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan problematika keagamaan, dan menunjukkan eksistensinya khususnya di kalangan muslim milenial. Selain itu, masih belum banyak kajian yang membahas tentang digitalisasi dakwah terhadap muslim milenial, tidak hanya itu penulis juga ingin mengungkapkan preferensi muslim milenial menjadikan dunia digital sebagai media mengaji

---

<sup>10</sup> Nur Ratih and Meria Octavianti, “Komunikasi Dakwah Pemuda Hijrah,” *Jurnal Manajemen Komunikasi* 03, no. 02 (2019).

terkait tentang pemahaman agama. Hal inilah yang menjadi latar belakang penulis tertarik untuk menjadikannya sebagai objek penelitian. Sehingga penelitian ini berjudul “Preferensi Media Digital Dakwah di Organisasi Milenial Sintesa”.

## **B. Identifikasi dan Batasan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Penelitian ini berlanjut dengan adanya beberapa masalah yang teridentifikasi oleh peneliti. Masalah tersebut berkembang dari berbagai sudut pandang yang dimiliki oleh penelitian ini. Adapun penelitian ini akan ditampilkan sebagai berikut:

- a. Berkembangnya dunia digital membuat para pelaku dakwah sadar terhadap media, mereka banyak menjadikan media sebagai sarana dakwah untuk menyebarkan ajaran agama Islam.
- b. Muslim milenial digandrungi dengan perkembangan dunia digital, sehingga memudahkan mereka mengakses, mencari informasi lewat media digital, termasuk dalam memecahkan persoalan sosial maupun problematika keagamaan.
- c. Seiring dengan perkembangan zaman muslim milenial perlu menyaring sumber informasi digital yang mereka dapatkan, khususnya seputar agama, agar tidak menyimpang dari syariat ajaran agama.

### **2. Batasan Masalah**

Batasan masalah ini dibuat agar lebih fokus terhadap pembahasan penelitian dan tetap berada pada garis besar penelitian yang diinginkan, batasan penelitian ini dipaparkan antara lain sebagai berikut :

- a. Media digital dakwah menjadi jalan alternatif utama bagi para muslim milenial untuk menambah wawasan dan menambah kualitas keilmuan.
- b. Bagaimana muslim milenial mengaji agama melalui media digital dakwah?
- c. Bagaimana aktifitas muslim milenial dalam mempelajari agama lewat media digital dakwah?
- d. Mengapa muslim milenial membutuhkan media digital dakwah?

- e. Bagaimana kesiapan muslim milenial menghadapi media digital dakwah?
- f. Bagaimana muslim milenial menyaring pesan-pesan agama lewat media digital dakwah?

### **C. Rumusan Masalah**

Penelitian terjadi karena adanya suatu masalah. Dapat dikatakan masalah jika ada kesenjangan atau ketidak sesuaian antara harapan dan kenyataan. Berdasarkan uraian tersebut, yang menjadi fokus penelitian adalah:

1. Apa yang menjadi dasar preferensi organisasi milenial sintesa?
2. Bagaimana organisasi milenial sintesa menentukan preferensi?
3. Bagaimana intensitas personal organisasi milenial sintesa pada penggunaan media digital dakwah?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apa Apa yang menjadi dasar preferensi organisasi milenial sintesa.
2. Untuk mengetahui bagaimana organisasi milenial sintesa menentukan preferensi.
3. Untuk mengetahui intensitas personal organisasi milenial sintesa pada penggunaan media digital dakwah.

### **E. Kegunaan Penelitian**

#### **1. Secara Akademis**

Hasil penelitian diharapkan mampu menambah pengetahuan dalam bidang ilmu dakwah dan komunikasi terkait analisis tentang dunia digitalisasi dakwah dan muslim milenial. Selain itu juga dapat menambah pengetahuan serta mengimplementasikan dalam praktik sosial mengenai pesan moral yang akan diteliti. Serta sebagai sumbangan sebuah karya tulis ilmiah bagi khazanah intelektual khususnya dalam meningkatkan spiritualitas ilmu keagamaan.

## 2. Secara Praktis

Dapat dipergunakan sebagai salah satu ide pemikiran untuk penulis agar terus berkarya dan membuat karya yang mampu memberi makna tersirat dan memiliki nilai moral, spiritualitas, religiusitas yang tinggi untuk pembacanya. Agar menjadi acuan untuk mengimbangi perkembangan zaman yang sudah semakin instant dan mudah oleh perkembangan dunia digital.

## F. Definisi Konsep

Pada definisi konseptual, peneliti ingin menjelaskan dan memaparkan tentang makna konsep yang ada pada judul penelitian ini, yang nantinya akan dijadikan sebuah landasan pada pembahasan selanjutnya, dengan harapan penelitian ini berjalan secara sistematis, lancar, dan mudah difahami.

### 1. Media Digital Dakwah

Digital adalah proses pemanfaatan yang asal mulanya hanya bisa dibuka oleh orang yang memiliki akses digital. Namun, seiring dengan perkembangan zaman dan majunya teknologi, digital menciptakan aplikasi media yang bisa diakses secara online oleh siapapun, dan kapanpun.<sup>11</sup> Sedangkan digitalisasi dakwah adalah sebuah konsep baru untuk mempersembahkan unsur nuansa Islami pada seluruh media digital.

Penjelasan di atas telah dipaparkan bahwa konsep media digital dakwah adalah pemanfaatan media digital untuk menyebarkan pesan dakwah secara luas sehingga bisa sampai pada objek dakwah. Digital dijadikan alat media informasi dengan beragam platform aplikasi yang saat ini sudah digunakan oleh khalayak. Seperti halnya Facebook, Instagram, Tik-tok, Website, dan beberapa aplikasi lainnya yang diakses melalui jaringan internet.

---

<sup>11</sup> Asep S. Muhtadi et al., "Digitalisasi Dakwah Di Era Disrupsi Analisis Urgensi Dakwah Islam Melalui New Media Di Tatar Sunda," *UIN Sunan Gunung Djati* 01, no. 01 (2020): Hal. 04.

Pendakwah sudah banyak yang menggunakan media digital platform yang dijabarkan diatas.<sup>12</sup> Sehingga khalayak dapat dengan mudah mengakses pesan dakwah sesuai dengan aplikasi yang mereka gunakan dalam berkomunikasi. Banjirnya informasi yang tidak terbandung menjadikan khalayak memiliki banyak persepsi sesuai dengan informasi yang mereka dapatkan. Entah informasi tersebut sesuai dengan fakta, ataupun tidak sesuai dengan realita. Tidak hanya sekedar informasi, pesan dakwahpun juga harus sesuai dengan ajaran agama Islam. Hal ini tentunya menjadi tugas besar bagi para pendakwah untuk menyebarkan pesan dakwah dengan ringkas, lugas, dan sesuai dengan al-quran dan hadis.

## 2. Preferensi

Setiap manusia pasti memiliki pilihan yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuannya. Preferensi yang berarti kesenangan.<sup>13</sup> Senang terhadap objek, baik yang berupa bentuk benda, baik yang berbentuk pekerjaan maupun kepada tokoh-tokoh tertentu. Kesenangan akan memberikan pengaruh terhadap suatu pilihan maupun perhatian kepada seseorang yang menjadikan dasar utama untuk menemukan kesesuaian pengaruh pada dirinya dan menjadi perhatian utama dibandingkan yang lain. Kajian tentang kesenangan ini telah lama dilakukan penelitian, dengan istilah *liking (to like)*.

Dillard dan Pfau mengemukakan bahwa kesenangan kepada sesuatu akan menambah perhatian kepada sesuatu atau pihak yang disenangi itu, kesenangan juga dipengaruhi oleh kemudahan untuk ditemui. Tidak hanya itu figur yang disenangi akan membawa kepada sikap dan perilaku yang khas pada objeknya.<sup>14</sup> Sedangkan menurut KBBI adalah pilihan, kecenderungan, minat atau kesukaan seseorang terhadap yang disukai.<sup>15</sup>

<sup>12</sup> Syaifuddin, Agoes Moh Moefad, and Iklima Solichati, "Digitizing Religion: Milenial Generation Da'wah Patterns on Social Media," *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 15, no. 02 (2021): Hal. 394.

<sup>13</sup> Echols and Hassan, *Kamus Inggris Dan Indonesia* (Jakarta: Gramedia, 2007), Hal. 443.

<sup>14</sup> JM Dillard and MC. Pfau, *Handbook of Persuasive Communication* (London: Sage Publication, 2002), Hal. 532.

<sup>15</sup> "KBBI Offline," n.d. Diakses pada tanggal 06 Oktober 2022 Pukul 16:14 WIB.

Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap sesuatu objek yang berbentuk media digital ataupun publik figur.<sup>16</sup>

Preferensi terhadap minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memberikan kepuasan pada kebutuhan. Dalam kehendak berdasarkan fungsi yaitu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran memiliki kelebihan bergerak berdasarkan rasional analisis, sedangkan perasaan bersifat halus lebih mengutamakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat pikiran dan perasaan dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur sebaik mungkin.<sup>17</sup> Oleh karena itu mad'u juga memiliki preferensi untuk menerima pesan dari pendakwah.

Dakwah adalah menyeru pada kebaikan dan melarang pada kemungkar.<sup>18</sup> Dakwah juga harus disampaikan dengan metode yang sesuai dengan kondisi masyarakat. salah satu kesuksesan pendakwah untuk diterima pesannya dengan melihat dan memahami kondisi masyarakat dan perkembangan zaman. Sehingga dengan adanya kesesuaian dakwah yang disampaikan, akan menambah daya tarik bagi masyarakat untuk menikmati dan mendengarkan pesan yang disampaikan oleh para pendakwah. Begitu juga konsistensi untuk menyampaikan pesan dakwah sangat diperlukan oleh para pendengar agar tidak berpaling pada kajian dakwah keagamaan.

Masyarakat yang memiliki hasrat maupun preferensi untuk menikmati pesan dakwah yang disampaikan oleh pendakwah perlu untuk dikemas dengan semenarik mungkin, agar menjadi pilihan dan daya tarik bagi masyarakat untuk tidak berpaling pada pilihan yang keluar dari ranah dakwah yang kurang jelas sumber dan sanad keilmuan yang disampaikan.

### 3. Muslim Milenial

---

<sup>16</sup> Ihdal Minan, "Preferensi Masyarakat Terhadap Program Tambenah Ate" (IDIA Prenduan, 2014), Hal. 34.

<sup>17</sup> Sukanto, *Fisiologi* (Jakarta: Integritas Press, 1997), Hal. 120.

<sup>18</sup> Moh Ali Azizi, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), Hal. 417.

Milenial adalah generasi yang lahir tahun 1980-an yang dibarengi dengan arus perkembangan teknologi. Generasi yang sadar akan media termasuk media baru (*New Media*), seperti internet, komputer, smartphone, gadget, dan sejenisnya. Marc Prensky menyebutnya generasi “Digital Natives” (*Digital Natives, Digital Immigrants*). Marc berpendapat bahwa generasi digital natives adalah generasi yang terlahir disaat media baru berkembang pesat, sehingga mereka sangat pandai mengoperasikan media tersebut.<sup>19</sup>

Muslim milenial memperoleh dan mempelajari pengetahuan keagamaan dari goggle, media sosial, buku, media massa, youtube kajian dikampus dan pelajaran sekolah umum. Jarang sekali muslim milenial yang langsung mempelajari Islam dari sumber-sumber tradisional, seperti pesantren, ustadz, kyai dan guru-guru di langgar kampung. *Kedua*, Menggunakan teknologi informasi. *Smartpone* merupakan alat yang tak terpisahkan dari kehidupan muslim milenial. Mereka menggunakan internet secara intensif sebagai media untuk mengekspresikan diri, keberagaman dan pekerjaan. *Ketiga*, mengutamakan keberagaman atau keislaman dalam gaya hidup keseharian. Muslim milenial Indonesia lebih suka mengkaji dan berdiskusi mengenai hal tentang nilai-nilai keislaman dalam gaya hidup sehari-hari dari pada belajar secara tradisional dalam agama. Kegemaran mereka condong pada kajian-kajian dengan tema yang praktis sesuai dengan aktifitas sehari-hari, seperti cara berpakaian, berperilaku terhadap tetangga, berbakti kepada orang tua, batasan antara wanita dan pria, menjaga lingkungan dan sebagainya.<sup>20</sup>

Generasi milenial setidaknya adalah generasi terkini yang bersanding dengan kecanggihan teknologi. Generasi milenial memiliki sifat ketergantungan yang tinggi terhadap eksistensi perkembangan teknologi yang membuat mereka dapat dikatakan sebagai generasi pembeda dari segi

<sup>19</sup> Marc Prensky, “Digital Natives, Digital Immigrants,” 2019.

<sup>20</sup> Feby Indirani, “Relaksasi Beragama, Sebuah Pendekatan Dari Dan Untuk Muslim Milenial,” *Dalam Muslim Milenial: Catatan & Kisah Wow Muslim Zaman Now*, Ed. Subhan Setowara (Bandung: Mizan, 2018), Hal. 158.

karakteristik maupun keunikan yang tersendiri dalam menerima maupun mengirim segala bentuk informasi dan keilmuan yang didapatkan jika dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya.

## G. Penelitian Terdahulu

Sebelum terjun dan melakukan penelitian, peneliti mencantumkan beberapa penelitian terdahulu agar menjadi acuan bahwa penelitian ini tidak terjadi keselarasan pada penelitian sebelumnya. Di sisi lain agar penelitian ini bisa dipastikan belum ada yang serupa yang ditulis sebelumnya. Juga, menghindari dari plagiasi penulisan dan tindakan lain yang keluar dari etika keilmuan.

Beberapa penelitian yang sedikit relevan dengan penelitian ini salah satunya karya yang ditulis oleh Andin Desna Fitri<sup>21</sup> yang berjudul “Mencari Tuhan Melalui Digital Narrative di *Era Post-Truth* dan Implikasinya dalam studi Islam”, dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa pertama media dakwah dapat menemukan jati diri seseorang dalam keyakinan beragama yang diyakini benar dan dianut untuk mendapatkan pencerahan dan keselamatan. Kedua, kaum milenial nyaman saat diperkenalkan Islam dan internet menjadi media yang praktis, ramah dan selalu siap membantu untuk manusia yang ingin menemukan tuhan.

Karya ilmiah selanjutnya dikemukakan oleh Lina Muflihah,<sup>22</sup> yang berjudul “Dakwah Muslim Milenial (Studi dalam Akun Instagram @surabayahijrah)”, hasilnya bahwa terdapat beberapa strategi utama yang digunakan oleh para *conten creator* @surabayahijrah, dari strategi tersebut dijelaskan bagaimana proses pemilihan foto dan penggunaan simbol, perencanaan yang tepat sesuai dengan objek yang dituju khususnya kaum milenial setelahnya aksi atau tindakan yang harus benar-benar maksimal

---

<sup>21</sup> Andin Desna Fitri, “Mencari Tuhan Melalui Digital Narrative Di Era Post-Truth Dan Implikasinya Dalam Studi Islam” (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020).

<sup>22</sup> Lina Muflihah, “Dakwah Muslim Milenial (Studi Kasus Dalam Akun Instagram @surabayahijrah)” (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020).

dilaksanakan, baru dilakukan evaluasi agar penyampaian pesan dalam bentuk platform Instagram benar-benar menarik dan sampai pada pendengar.

Terakhir, karya ilmiah yang ditulis Ahmad Sanusi,<sup>23</sup> yang berjudul “Fenomena Dakwah di Era Media Baru (Studi Fenomenologi tentang Literasi Media Materi Keislaman dikalangan Generasi Milenial di Kabupaten Karawang)”, hasilnya banyak pergeseran sosial maupun dalam dunia pendidikan keagamaan, biasanya kajian ilmu keagamaan bisa diakses melalui langgar, masjid, mushollah, madrasah ataupun lembaga Islam, namun pada zaman sekarang yang biasa kita sebut zaman era digital lebih cenderung menggunakan akses media untuk meningkatkan intelektualitas keagamaan khususnya kaum muslim milenial yang karakternya digandrungi dengan keinstanan, maka ini menjadi tantangan untuk pada pendakwah untuk menyebarkan dakwah yang sesuai dengan ajaran al-Quran dan hadis sebagai landasan menjaga keabsahan ilmu para mad’u, juga kecakapan para kaum milenial untuk andil dalam meningkatkan keterampilan dan keahlian khususnya dalam mengopraksikan maupun mengelola bentuk informasi dimedia sosial mengenai materi-materi yang berkaitan dengan keislaman.

Dakwah harus dilakkukan secara dialogi dan manusiawi untuk memenuhi kebutuhan dan menyesuaikan dengan kemampuan masyarakat. moderenitas dakwah adalah sebuah keharusan di era digital, untuk berusaha mengupayakan dalam menyongsong peradaban baru. Hal ini perlu dilakukan pendekatan yang harus dilakukan, diantaranya : Pertama. Digitalisasi dakwah melalui media website. Kedua. Mengemas pesan dakwah di era digital secara dialogis. Ketiga. Memaksimalkan pemahaman dakwah dalam bentuk video di era digital. Keempat. Moderasi dakwah yang berbentuk artikel, dan kelima. Moderasi dakwah dalam lingkungan keluarga.

Meskipun penelitian-penelitian tersebut juga membahas mengenai dakwah digital, namun semua penelitian diatas berbeda dengan penelitian yang

---

<sup>23</sup> Ahmad Sanusi, “Fenomena Dakwah Di Era Media Baru (Studi Fenomenologi Tentang Literasi Media Materi Ke Islaman Dikalangan Generasi Milenial Dikabupaten Karawang)” (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019).

akan dilakukan. Penelitian ini menggunakan pisau analisis teori penggunaan dan kepuasan konsumen pada komunikasi dakwah, kemudian menganalisis secara langsung kelengkapan, dimana peneliti juga ikut terlibat mengamati atau mengobservasi muslim milenial dalam menggunakan media digital dakwah. Oleh karena itu penelitian ini murni dari hasil yang mandiri.

## H. Kajian Teori

### Teori Use and Gratification

Holbert Blumler dan Eliha Katz adalah tokoh pertama yang mengangkat teori use and gratification. Teori ini dikenalkan ke khallayak pada tahun 1974 dalam bukunya *the use mass Communication: Current perspektives on gratification reserch*". Teori ini berpendapat bahwa sepenuhnya para pengguna media leluasa aktif memilih dan menggunakan media. Pendapat mereka bahwa tidak cukup hanya satu jalan yang dalam mengakses media. Keduanya mempercayai bahwa tidak hanya timbul dari satu alasan, akan tetapi ada banyak alasan khalayak dalam menggunakan media.<sup>24</sup> Menurut pendapat teori ini pengakses atau pengguna media mempunyai kebebasan untuk menentukan media yang akan digunakan. Karena penggunaan media yang mereka pilih akan berdampak pada dirinya sendiri.<sup>25</sup> Teori *use and gratification* ini lebih menitik beratkan bahwa komunikasi tidak mempunyai kekuatan untuk dapat mempengaruhi khlayak. Maksud dari arti tersebut manusia pada hakikatnya memiliki otonom dan kewewenangan untuk memperlakukan penggunaan media.<sup>26</sup>

Teori *use and gratification* menyimpulkan bahwa khalayak pada dasarnya menggunakan media massa sebagai kebutuhan berdasarkan motif-motif tertentu. Jika motif sudah terpenuhi maka kebutuhannyapun juga terpenuhi. Dari sini dapat dikatakan khalalayak akan menggunakan (*use*) media

<sup>24</sup> Hardyanti Winda, "Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Onlien Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs Era Muslim.Com Dikalangan Dosen Mahasiswa Dimalang," *Jurnal Sospol* 03, no. 01 (2017).

<sup>25</sup> Humaizi, *Use and Grativications Theory* (Medan: USU Press, 2018), hal. 04.

<sup>26</sup> Humaizi, hal. 06.

tertentu sesuai dengan kebutuhannya masing-masing untuk memenuhi apa yang dibutuhkan oleh mereka (*gratification*). Teori ini bukanlah proses komunikasi linear yang bisa dikatakan sederhana. Menurut Katz dan Blumler terdapat beberapa asumsi terkait tentang teori *use and gratification*, diantaranya :

1. khalayak dianggap aktif, maksud dari aktif ini sebagian inti dari penggunaan media massa diasumsikan memiliki tujuan tertentu.
2. Dalam proses pertukaran komunikasi massa, terdapat inisiatif yang berkaitan dengan pemuasan yang dibutuhkan dan pemilihan media terpusat pada pengguna.
3. Khalayak yang menggunakan media massa diharuskan bersaing dengan sumber-sumber lain untuk mendapatkan kepuasan pada yang dibutuhkan dan berdampak pada sikap dan tingkah laku khalayak yang bersangkutan.
4. Orang dianggap cukup faham untuk memberikan laporan yang urgent, pada motif dan situasi-situasi tertentu.
5. Mengukur dan menilai tentang arti kultural budaya dari setiap media yang harus ditangguhkan sebelum diteliti terlebih dahulu orientasi khalayak.

Teori *use and gratification* mendefinisikan bahwa seseorang secara aktif mencari dan menemukan media tertentu sesuai dengan isi untuk mendapatkan hasil kepuasan tertentu.<sup>27</sup> Penggunaan dan kepuasan fokus pada perhatian audiensi sebagai pengguna media massa, tidak hanya fokus pada pesan yang disampaikan. Teori *use and gratification* menilai bahwa audiensi ketika menggunakan media massa orientasinya kepada tujuan, memiliki sifat yang aktif, diskriminatif. Menilai bahwa audiensi memahami kebutuhannya dan bertanggung jawab pada pilihan media untuk memenuhi kebutuhan mereka.

---

<sup>27</sup> McQuail and Danies, *McQuail Mass Communication Theory*, Four (London: Sage Publication, 2002), Hal. 223.

Menurut Katz dalam mendiskripsikan logika pada pondasi pendekatan teori *use and gratification* adalah kondisi sosial psikologis manusia yang menyebabkan adanya kebutuhan, kemudian menimbulkan harapan terhadap media massa sehingga dengan adanya harapan tersebut dapat memenuhi kebutuhan tanpa tahu konsekuensi yang tidak diharapkan sebelumnya.<sup>28</sup>

Kemajmukan perbedaan individu menyebabkan audiensi menggunakan, mencari dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda persepsi seperti diatas.

Teori *use and gratification* menyesuaikan dengan kebutuhan khlayak. Sehingga beralih fungsi pada fokus penelitian dari manfaat komunikasi dan perspektif media, kepada kegunaan komunikasi yang bersumber dari perspektif khalayak.<sup>29</sup> Lingkungan masyarakat sebagai makhluk sosial meliputi afiliasi kelompok dan ciri-ciri kepribadian. Ada beberapa kategori mengenai kebutuhan individual, yaitu:<sup>30</sup>

1. *Cognitive needs* (kebutuhan kognitif), yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan penguatan informasi, pengetahuan keilmuan, pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan tersebut berdasarkan pada kehasratan untuk menguasai memahami lingkungan, juga memenuhi rasa keinginan serta didorong oleh informasi yang berhubungan dengan data (penyusutan).
2. *Affective needs* (kebutuhan afektif), yaitu kebutuhan yang ada kaitannya dengan penguatan pengalaman-pengalaman yang menyangkut keindahan, menyenangkan, menenangkan dan emosional.
3. *Personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integratif), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan penguatan kredibilitas, integritas,

---

<sup>28</sup> Effendy and Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), Hal. 209.

<sup>29</sup> Tommy Suprpto, *Berkarier Di Bidang Broadcasting* (Yogyakarta: Media Presindo, 2006), Hal. 41.

<sup>30</sup> Effendy and Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Hal. 294.

kepercayaan, stabilitas, dan kedudukan individual. Sifat tersebut diperoleh dari kehasratan akan nilai harga diri.

4. *Sosial integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif), yaitu kebutuhan yang menyangkut dengan hubungan keluarga, teman, sahabat dan alam. Sifat tersebut didasari pada kehasratan untuk berafiliasi.
5. *Escapist needs* (kebutuhan pelepasan), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan kehasratan ingin kabur dan menghindar dari kenyataan, melepaskan emosi negatif.

Pertentangan dan hasrat kebutuhan akan hiburan. Aktifnya khalayak pada kehidupan sehari-hari, akan tampak pada diri mereka yang membutuhkan hal baru untuk memenuhi dan melengkapi kebutuhannya, yakni lewat media yang mereka gunakan, seperti membaca informasi dari surat kabar, menonton televisi yang disukai, atau menikmati alunan musik yang mereka putar dan sebagainya.

Majunya perkembangan zaman, teori *use and gratification* yang dikemukakan oleh Katz dan para ilmuannya juga mengalami penyaringan oleh beberapa ilmuwan komunikasi lainnya. Penyaringan atau pengayaan tersebut melahirkan empat model yang dikenal secara umum, yaitu:

1. Model Katz, Blumler, dan Gurevitch tahun 1974.

Katz dkk menekankan pada pentingnya faktor-faktor sosial dan faktor-faktor psikologi menyebabkan tumbuhnya kebutuhan penggunaan media oleh seseorang. Dapat dijelaskan faktor sosial ini sebagai berikut :

- a. Kondisi psikologi dan sosial menyebabkan ketegangan dan pertentangan, sehingga individu memilih menggunakan media.
- b. Situasi dan kondisi psikologis dan sosial menciptakan kesadaran akan adanya indikasi masalah yang memerlukan perhatian dan informasi.
- c. Psikologis dan sosial secara situasi dan kondisi menawarkan peluang dalam meningkatkan tingkatan hidup untuk memuaskan

kebutuhan-kebutuhan tertentu yang semuanya dapat diperoleh di media massa.

- d. Psikologis dan sosial secara situasi dan kondisi menyuguhkan bantuan dan penguatan pada nilai-nilai tertentu melalui konsumsi media yang sejalan.
- e. Psikologi dan sosial secara situasi dan kondisi menyajikan sejumlah harapan yang sudah diketahui melalui materi media tertentu.

2. Model Levy dan Windahl tahun 1984.

Pendekatan ini menitik beratkan pada massa yang aktif melakukan aktivitas untuk memenuhi hasrat kebutuhan mereka dengan menggunakan media massa. Aktifitas ini, dibagi menjadi tiga tahap:

- a. Sebelum dilakukannya terpaan, serangan khalayak dapat dengan aktif menentukan pilihan pada apa yang mereka butuhkan untuk digunakan dalam mencapai kepuasan tertentu.
- b. Pada saat terpaan, khalayak secara aktif mengamati, memantau dan menginterpretasikan kandungan dari isi komunikasi dengan mengidentifikasi unsur-unsur pesannya.
- c. Setelah terpaan, khalayak secara aktif mengungkap kembali informasi yang mereka terima

3. Model Rosengreen dan para temannya tahun 1985.

Model ini melihat bahwa kebutuhan-kebutuhan dasar yang dimiliki manusia pada tingkatan rendah maupun yang tinggi, akan berinteraksi dengan berbagai karakteristik internal maupun eksternal individu serta struktur masyarakat sekitarnya, termasuk struktur media. Interaksi akan menciptakan berbagai indikasi masalah individu dan cara penyelesaian yang dianggap sesuai untuk mendapatkan solusi dari indikasi masalah tersebut. Kombinasi antara masalah dan penyelesaian ini akan menghasilkan berbagai motif sebagai menemukan kepuasan dan menghasilkan pola konsumsi media dan beberapa perilaku lainnya. Maka dari hasil ini akan menemukan kepuasan dan dapat mempengaruhi

karakteristik secara internal maupun eksternal dalam media massa, sosial, politik, kebudayaan dalam masyarakat.

#### 4. Model Palmgreen tahun 1985.

Pendapat Palmgreen bahwa model-model terdahulu mengalami false atau kegagalan dalam menilai perbedaan antara yang dicari khalayak dengan yang diperoleh dari media. Kemudian mereka membentuk suatu model untuk mengukur kesenjangan (*discrepancy*) antara kepuasan yang dicari (*gratification sought*) dengan kepuasan yang diperoleh (*gratification obtained*).

### I. Metode Penelitian

Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif lapangan (*Field Research*), berikut penulis akan menjelaskan mengenai metode yang digunakan:

#### 1. Pendekatan dan jenis Penelitian

Berangkat dari permasalahan yang diangkat pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*Field research*) dengan objek dan subjeknya, menurut pemikiran Jhon W. Creswel penelitian kualitatif merupakan penelitian yang tidak terpacu pada aturan, prosedur yang stagnan, lebih terbuka, dan terus berkembang sesuai dengan keadaan maupun kondisi lapangan.<sup>31</sup>

#### 2. Setting dan Subjek Penelitian

*Setting* dalam penelitian ini adalah media digital dakwah yang memudahkan penggunaanya dalam mengakses informasi seputar pesan-pesan agama. Sedangkan subjek penelitian ini adalah muslim milenial yang tergabung pada organisasi “Milenial Sintesa” agar data yang didapat lebih spesifik sesuai yang peneliti inginkan.

#### 3. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data menurut Suharsimi Arikunto dalam Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, adalah “Subyek dari

<sup>31</sup> Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2007), Hal. 04.

mana data dapat diperoleh,<sup>32</sup> Adapun sumber data penelitian yang menjadi rujukan peneliti akan diambil dari sumber tertulis atau buku, jurnal penelitian dan penelitian-penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini, data atau informasi yang digunakan dapat digolongkan menjadi dua kategori.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau berasal dari sumber pertama secara langsung.<sup>33</sup> Dalam hal ini peneliti merujuk kepada muslim milenial yang memiliki keterkaitan erat dengan penelitian yang sedang peneliti teliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berupa olahan dari data primer yang dapat diperoleh dari pihak lain.<sup>34</sup> Dalam hal ini peneliti kebanyakan merujuk kepada buku ilmiah, catatan, jurnal, artikel yang berhubungan dengan judul yang telah dipilih oleh peneliti serta merujuk pula pada jurnal-jurnal Ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan topik yang sedang diteliti

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Data-data ini dikumpulkan dengan menggunakan teknik-teknik yang nyata digunakan dalam penelitian kualitatif lapangan yaitu:

a. Dokumentasi

Menurut Sugiono dokumen merupakan sebuah catatan peristiwa yang sudah berlangsung dan berbentuk literatur tulisan, gambar, atau karya-karya ilmiah dari seseorang.<sup>35</sup> Tahapan awal dalam pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah dokumentasi. Karena pada dasarnya dokumen dijadikan sebagai sumber dari data yang dimanfaatkan untuk mengartikan, menafsirkan menguji sampai tingkat

<sup>32</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: RINEKA CIPTA, 2006), Hal. 107.

<sup>33</sup> Muhtadi Abdul Munim, *Metodologi Penelitian Untuk Pemula* (Sumenep: Pusedilam, 2014), Hal. 20.

<sup>34</sup> Munim, Hal. 25.

<sup>35</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Cetakan ke (Bandung: Alfabeta, 2013), Hal. 240.

meramalkan. Fungsi dari metode ini untuk mendukung data yang akan diperoleh dari lapangan.<sup>36</sup>

b. Observasi

Observasi dilakukan untuk melihat dan mengamati perilaku kegiatan muslim milenial di daerah yang dituju dalam mengonsumsi digital dakwah. Data yang terkumpul akan dicatat dan dipilah menyesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Patokan atau pedoman dalam mengobservasi merupakan sebuah proses pencatatan secara teliti, cermat dan sistematis pada objek yang diamati langsung. Dalam metode ini pihak pengamat melakukan pengamatan dan pengukuran dengan teliti terhadap objek yang akan diamati.<sup>37</sup> Observasi yang akan dilakukan yaitu dengan cara mencatat keseluruhan aktifitas atau indikasi yang berhubungan dengan penelitian terkait tentang digitalisasi dakwah terhadap muslim milenial.

c. Wawancara mendalam (*Depth Interview*).

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari wawancara.<sup>38</sup> Proses wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang sesuai dengan penelitian yang diinginkan agar memberikan atau menemukan jawaban yang selaras dengan target objek yang akan diteliti. Ciri utama wawancara melakukan kontak langsung secara tatap muka dengan menyiapkan berbagai macam pertanyaan tetapi muncul berbagai macam pertanyaan lain saat meneliti.<sup>39</sup> Sedangkan wawancara mendalam merupakan metode pengumpulan data secara terperinci agar mendapatkan informasi yang lebih mendalam dari informan.

Dalam penelitian ini, menggunakan wawancara yang tidak terstruktur kepada responden khususnya kaum muslim milenial dengan

<sup>36</sup> Lexy J Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosda Karya, 2017), Hal. 217.

<sup>37</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Hal. 308.

<sup>38</sup> Suharsimi Arikunto, *Metode Penelitian Kualitatif Lapangan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), Hal. 32.

<sup>39</sup> Lexy j. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosda Karya, 2007), Hal. 187.

menyiapkan sejumlah pertanyaan agar mendapatkan data yang sesuai dengan tema yang meliputi digital dakwah dalam proses penggunaan, memahami, serta motif muslim milenial mengaji agama lewat digitalisasi dakwah

## 5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses mengubah data, dari yang kurang bernilai menjadi sesuatu yang lebih bernilai, serta suatu proses merubah dari fakta menjadi makna yang dapat menjawab masalah dan pertanyaan sebuah penelitian.<sup>40</sup> Penelitian kualitatif secara prinsip dan prosedural berbeda dalam menganalisis data dengan penelitian kuantitatif. Proses pengumpulan data yang dilakukan oleh penelitian kualitatif pada umumnya yang berhubungan dengan proses wawancara dan diobservasi kemudian dideskripsikan secara jelas dari hasil transkrip wawancara maupun catatan lapangan yang didapatkan dan tidak terstruktur.<sup>41</sup>

Teknik analisis yang digunakan dalam penggunaan penelitian adalah menyajikan data secara deskriptif sesuai dengan data yang diperoleh. Sedangkan deskriptif adalah bentuk menguraikan dan mengelola data yang masih mentah menjadi data yang dapat ditafsirkan kemudian difahami secara lebih jelas dan spesifik. Selanjutnya dilakukan analisis pada data yang didapat dengan teori yang sudah dicanangkan dengan teori yang digunakan pada kajian pustaka.

### 1. Reduksi Data

Tahapan selanjutnya yaitu dengan mereduksi data, yang berarti melakukan rangkuman pada hasil yang pokok dan fokus pada hal-hal yang dianggap penting. Mencari data sesuai dengan pola dan membuang data yang tidak masuk pada pola yang tidak penting. Kemudian menuangkan data dengan bentuk rangkuman inti yang biasa disebut abstraksi sesuai dengan proses-proses dan pernyataan yang perlu dituangkan dan dijaga sehingga tetap berada pada ranah data

---

<sup>40</sup> Lexy j. Moleong, Hal. 201.

<sup>41</sup> Lexy j. Moleong, Hal. 76.

penelitian. Reduksi data dilakukan secara terus menerus pada saat melakukan penelitian untuk mendapatkan hasil inti dari data yang digali.

## 2. Penyajian data

Penyajian data adalah proses untuk melihat gambaran secara keseluruhan pada bagian-bagian tertentu dari hasil data. Sehingga pada tahapan ini peneliti berusaha mengklarifikasikan sekaligus menyajikan data sesuai dengan pokok-pokok masalah yang dimulai dengan tanda pada setiap sub pokok yang menjadi permasalahan.

## 3. Kesimpulan atau verifikasi

Tahap akhir dari penelitian ini adalah kesimpulan dalam proses menganalisis data. Pada bagian ini peneliti menyajikan kesimpulan atau verifikasi dengan mencari relasi, kesamaan, atau perbedaan. Penarikan benang merah dari penelitian ini bisa dilakukan dengan cara menyesuaikan dengan pernyataan perbandingan dari subyek penelitian yang terkandung pada konsep-konsep dasar dari penelitian tersebut.

## J. Sistematika Pembahasan

Sebagaimana semestinya sebuah penelitian, maka peneliti disini akan menyusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I, menyajikan pendahuluan yang menerangkan latar belakang masalah penelitian, meliputi inisiatif peneliti memfokuskan kajian pada media digital dakwah dan muslim milenial. Alasan yang memuat muslim milenial sebagai subjeknya serta data-data lain sebagai pendukung penelitian ini. Selain itu juga menerangkan identifikasi masalah, penelitian yang muncul dan fokus penelitian agar wilayah penelitian lebih terencana dan jelas. Sistematika pembahasan, bertujuan untuk menjelaskan arah setiap bab pada laporan tesis.

BAB II, berisi tentang kajian pustaka yang didalamnya terdapat beberapa sub bab, meliputi teori *use and gratification*. Media dan teori analisis fenomenologi yang akan menyingkap pengaruh dari media digital dakwah dan

pandangan teori *use and gratification* terhadap digitalisasi dakwah. Juga mengukur sejauh mana dakwah digital memberikan kontribusi terhadap spiritualitas agama muslim milenial.

BAB III, membahas tentang temuan data, fokus pembahasan ini pada persoalan fenomena dan urgensi lapangan penelitian yang dipilih dengan disertai paparan data-data lapangan terkait dengan proses pemilihan responden dan informan dalam menentukan sumber-sumber data lapangan.

BAB IV, akan membahas temuan data dan proses induksi data-data kedalam kesimpulan dan pandangan teoritis relevansinya dengan isu atau topik permasalahan penelitian tesis ini. Pada bab ini nantinya peneliti akan menguraikan alasan rasional koresional yang berbasis data dan kekuatan paradigma media digital dakwah sebagai keilmuan induk dalam penelitian yang akan peneliti teliti.

BAB V, membahas kesimpulan yang merupakan hasil atau turunan dari bab-bab sebelumnya, pada tahapan uraian kesimpulan ini peneliti menyertai saran-saran rasional sesuai dengan proporsi penelitian lapangan yang dilakukan dalam penelitian ini.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB II

### KERANGKA TEORETIK

#### A. Media Digital Dakwah Potret Perkembangan Teknologi

Media digital merupakan suatu bentuk modernisasi ataupun pembaharuan dari penggunaan teknologi yang mana sering dihubungkan dengan hadirnya internet dan teknologi komputer, seluruhnya menggunakan aplikasi canggih yang memudahkan urusan manusia, era digital sering dikaitkan kehadirannya dengan revolusi remaja yang lahir di tahun 80 an.<sup>42</sup>

Media digital dakwah merupakan sebuah konsep yang memberikan warna maupun nuansa islami diseluruh media digital. Pesatnya kemajuan dan perkembangan dunia teknologi saat ini, media digital dapat dengan mudah diakses dan diunggah oleh siapa saja dan dimana saja. Sehingga secara terminologi digitalisasi dakwah adalah proses alih media yang mulanya berbentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Definisi media digital dakwah yang dikemukakan oleh Muhammad Rajab Asy-Syatiwi, bahwa dakwah adalah sebagai ilmu yang digunakan untuk dapat memahami keberagaman usaha yang ditunjukkan dalam menyebarkan agama Islam serta termasuk yang mengandung dan yang berkaitan dengan isi mengenai syariaat, akidah maupun akhlaq.<sup>43</sup>

Kehadiran digital ini menjadi awal mula era informasi perkembangan teknologi yang saat ini jauh lebih moderen sehingga era remaja atau kaum milenial lebih digandrungi dengan kemudahan dunia digital. Reformasi digital melahirkan banyak aplikasi-aplikasi yang menarik seperti *youtube*, *Instagram*, *Facebook* bahkan *Tik Tok* dan beberapa aplikasi lainnya yang dibuat oleh mediator untuk memanjakan khalayak, sehingga sudah sepantasnya para

---

<sup>42</sup> L. Rudy Rustandi, "Disrupsi Nilai Keagamaan Dan Komodifikasi Agama Di Era Digital," *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan* 03, no. 01 (2020).

<sup>43</sup> Faridhatun Ummah, "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial," *Muàsarrah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 02, no. 01 (2020).

pendakwah ikut menyelami perkembangan teknologi untuk mewarnai media digital dengan pesan-pesan agama. Konsep media digital tidak pernah lepas dari dakwah secara langsung dipanggung atau di mimbar. Berikut konsep dakwah yang perlu difahami di era digital saat ini.

### 1. Komunikasi Dakwah

Komunikasi pada awalnya merupakan upaya, cara manusia menyampaikan pesan, gagasan, ide, tujuan, hasrat kemauan yang ingin disampaikan, sehingga manusia saling terhubung dan melakukan interaksi. Komunikasi mendapatkan perhatian khusus pada abad ke 5 sebelum masehi, di Yunani ditemukan dan berkembang suatu ilmu yang mengkaji tentang proses komunikasi yang dinamakan ilmu retorika yang berarti seni berargumentasi dan berpidato menggunakan seni bahasa yang indah, lancar untuk mempengaruhi atau mengajak. Retorika mendapatkan perhatian khusus oleh para ilmuwan untuk menetapkan sebagai ilmu yang penting dalam berinteraksi pada masyarakat maupun pada pemerintahan.

Pada perkembangan awal, batasan komunikasi yang diterapkan berbentuk percakapan yang disampaikan secara lisan dan bertatap muka baik berupa diskusi maupun pidato dengan tujuan memberikan edukasi, kepercayaan, dan menggerakkan perasaan orang lain. Komunikasi tidak hanya digunakan untuk menyampaikan gagasan melalui lisan. Zaman kekaisaran Romawi, Julius Caesar membuat papan informasi yang diberi nama Acta Diurna. Sehingga gagasan yang penting dapat disampaikan melalui papan informasi. Komunikasi terus berkembang setelah ditemukannya kertas, penemuan mesin cetak, dan terbitnya surat kabar pertama. Setelahnya surat kabar peradaban manusia juga berkembang, dari perkembangan tersebut ditemukannya radio, televisi, dan sejumlah media lainnya.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi* (Bandung: Amico, 1984), Hal. 25.

Perkembangan komunikasi berbanding lurus dengan perkembangan zaman, khususnya perkembangan teknologi komunikasi pada era 1960 hingga saat ini yang disebut dengan istilah *take of periode* atau periode tinggal landas. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi pada masa ini ditandai dengan kemunculan internet, sehingga dunia menjadi sebuah dunia tanpa batasan ruang dan waktu, transparan, serta peran kecepatan transformasi data dan berita yang mudah diakses. Dengan berkembangnya teknologi komunikasi, Manusia dapat melakukan komunikasi jarak jauh tanpa terhalang oleh jarak dan waktu. Dimanapun, kapanpun dapat bertukar informasi.

Ahmad Mubarak dalam buku psikologi dakwah memberikan pendapat bahwa dakwah adalah kegiatan komunikasi, dimana para pendakwah mengkomunikasikan pesan dakwah kepada para mad'u baik secara universal ataupun secara individual.<sup>45</sup> Artinya bahwa semua yang berlaku dalam ilmu komunikasi berlaku juga pada ilmu dakwah. Komunikasi memiliki sifat netral dan umum sedangkan dakwah terkandung nilai kebenaran dan keteladanan Islam.

Islam adalah agama yang sangat kompleks, syarat akan nilai moral, karakter kepribadian didalam aspek kehidupan manusia. Dimana dalam lingkup kehidupan tersebut meliputi sosial kemasyarakatan, keluarga, negara, maupun hubungan dengan Allah SWT. kekompleksan inilah yang benar-benar harus dijaga dengan pesan perdamaian, saling menjaga dan saling menghormati satu dengan yang lainnya.

Pesan damai tentunya harus diserukan dengan dakwah. Dakwah dapat diartikan mengajak, menyeru kepada kebaikan, mengubah dari jalan yang salah kepada jalan yang lurus. Dalam berdakwah tentunya harus berpikir dengan serius tentang bagaimana dan apa yang sedang kita hadapi

---

<sup>45</sup> Ahmad Mubarak, *Psikologi Dakwah Membangun Cara Berpikir Dan Merasa* (Malang: Madani Media, n.d.), Hal. 56.

dalam realitas masyarakat yang ada, misalnya manusia berada pada situasi yang lemah, kehilangan patah semangat, maka sangat jelas akan mencari-cari informasi yang bisa membuat tenang atau bisa mengembalikan semangat hidupnya kembali.<sup>46</sup>

Dakwah bisa diartikan sebagai bentuk implementasi dari istilah *amar ma'ruf nahi munkar*. Sudah jelas bahwa dakwah tidak hanya menyeru kepada kebaikan, akan tetapi juga menyeru untuk mencegah kepada keburukan. Jika dengan demikian dakwah dapat memberikan kecerahan kepada orang yang lemah iman, kebuntuan fikir, kesuraman hati, dan kurangnya semangat hidup.<sup>47</sup>

Dakwah bisa dilakukan dengan bentuk lisan, tulisan, sikap, perilaku yang dilakukan dengan rencana yang matang untuk mempengaruhi orang secara individu, kelompok, yang menghasilkan pemahaman, penghayatan, serta keasadaran terhadap kebaikan maupun ajaran agama Islam tanpa adanya unsur memaksa.<sup>48</sup>

Dari pengertian diatas, kita bisa mengartikan bahwa dakwah adalah bentuk ajakan yang tidak terbatas dalam bentuk menebarkan kebaikan, dilakukan secara sadar dengan menggunakan strategi yang baik sesuai dengan keadaan manusia. Manusia sebagai makhluk sosial sudah jelas diberikan tanggung jawab untuk selalu menciptakan kedamaian dalam kehidupan sehari-hari, berdamai dengan diri sendiri, diri sendiri dengan orang lain, maupun berdamai dengan Allah SWT.

## 2. Landasan Hukum Dakwah

---

<sup>46</sup> Azizi, *Ilmu Dakwah*, hal. 20.

<sup>47</sup> Asep Muhyiddin, *Metode Pengembangan Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hal. 34.

<sup>48</sup> Eko Sumardi, "Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi," *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 04, no. 01 (2016).

Allah mewajibkan bagi seluruh ummat muslim menyampaikan suatu kebenaran dengan berdakwah.<sup>49</sup> Sebagaimana yang telah difirmankan Allah SWT.

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

Artinya: “*kamu (ummat Islam) adalah ummat terbaik yang dilahirkan untuk manusia (Karena kamu) menyuruh yang ma’ruf, mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Diantara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik. (QS. Ali Imron: 110).*<sup>50</sup>

Nabi Muhammad SAW, sebagai seorang rasul yang membawa agama Islam sebagai penolong bagi ummat diseluruh alam juga menyampaikan dalam haditsnya bahwa melihat maupun menemukan suatu kemungkaran harus dicegah dan mengarahkan sesuai dengan kemampuannya.

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ  
يَقُولُ: مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيَعِزِّزْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ  
وَذَلِكَ أَوْعَفُ الْإِيمَانِ [رواه مسلم]

Artinya: “*Dari Abu Sa’id Al Khudri radiallahuanhu berkata: Saya mendengar Rasulullah shallallohu ‘alaihi wa sallam bersabda: Siapa yang melihat kemungkaran maka rubahlah dengan tangannya, jika tidak mampu maka rubahlah dengan lisannya,*

<sup>49</sup> Azizi, *Ilmu Dakwah*, hal. 22.

<sup>50</sup> “Al-Quran Digital Android,” accessed November 18, 2021, <https://quranforandroid.com>.

*jika tidak mampu maka (tolaklah) dengan hatinya dan hal tersebut adalah selemah-lemahnya iman.” (Riwayat Muslim).<sup>51</sup>*

Menentang seseorang yang melakukan kebatilan dan menolak pada kemungkaran adalah kewajiban yang dituntut dalam ajaran agama Islam pada setiap muslim sesuai dengan kemampuannya. Menghindarkan pada perbuatan kemaksiatan termasuk salah satu dosa besar. Sedangkan mencegah perbuatan mungkar merupakan salah satu buah dari keimanan.

Seruan atau perintah dakwah bagi ummat muslim sudah ditegaskan dengan sangat jelas dalam Al-Quran, sesuai dengan rincian prinsip-prinsip metode dakwah yang sudah disabdakan dalam ayat berikut:

أَلْحَسَنَةَ ۖ وَجُدُّهُمْ بِأَتَىٰ هِيَ أَحْسَنُ ۗ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَدْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ  
أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّٰ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : *“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih menge-tahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (QS. An-Nahl: 125)<sup>52</sup>*

Ayat diatas menjelaskan bahwa ummat muslim diwajibkan untuk menyeru dalam arti berdakwah kepada sesama ummat muslim dengan cara yang telah ditentukan, yaitu dengan kebijaksanaan, tidak dengan cara memaksa dan mencegah pada yang buruk dan menyeru pada yang baik atau jalan yang lurus menuju ridho-Nya.

Menyampaikan ajaran agama Islam dapat dilaksanakan dalam berbagai sektor dan memanfaatkan media yang ada, baik secara lisan, visual, audio visual, maupun gambar. Karena Islam adalah agama yang

<sup>51</sup> Abu al-Husain Muslim ibn al-Hajjaj ibn Muslim al-Qsyairi Al-Naisaburi, *Shahih Muslim, Juz 2* (Dar al-Kutub Ilmiyyah, 1992), Hal. 19.

<sup>52</sup> “Al-Quran Digital Android.”

menaungi seluruh bidang keberlangsungan hidup manusia, sosial, ekonomi, politik, pendidikan, ilmu dan yang lainnya.<sup>53</sup>

### 3. Media Dakwah

Media dakwah adalah sarana yang dipergunakan oleh para pendakwah untuk menyampaikan materi kepada para pendengar atau mad'u. Yang dimaksud sarana yaitu segala sesuatu media yang dapat membantu terlaksananya dakwah baik berupa alat atau berupa materi. Pelaksanaan dakwah dapat dilakukan dengan bermacam-macam media, seperti lisan, tulisan, gambar, audio, visual, dan budi pekerti, atau akhlak.<sup>54</sup>

Dakwah harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan kondisi yang semakin berubah kearah yang lebih maju. Untuk itu, keberhasilan dakwah ditentukan oleh pendakwah sendiri juga pendukung dari sarana dan prasarannya. Perkembangan zaman sudah banyak instrument pendukung yang dapat digunakan sebagai sarana dakwah, diantaranya meliputi:<sup>55</sup>

- a. Media *visual* yaitu alat yang dapat digunakan dan dioperasikan untuk membantu menyampaikan dakwah, yang dapat ditangkap oleh indera penglihatan, seperti film, gambar, atau melalui foto kegiatan Islam.
- b. Media *auditif*, yaitu alat yang dapat dipergunakan sebagai sarana pendengar, contohnya: radio, recorder, telegram dan lain sebagainya. Media audio visual adalah alat dakwah yang dapat ditangkap oleh indera penglihatan dan indera pendengar, seperti : televisi, video, maupun yang berbentuk aplikasi seperti Instagram, TikTok dan lain sebagainya.

<sup>53</sup> A. Mukti Ali, *Beberapa Persoalan Agama Dewasa Ini* (Jakarta: Rajawali Press, 1998), Hal. 72.

<sup>54</sup> Rully Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), Hal. 71.

<sup>55</sup> Abdul Basit, "Dakwah Cerdas Di Era Modern," *Jurnal Komunikasi Islam* 03, no. 01 (2013): hal. 19.

- c. Media cetak, yaitu semua yang berbentuk cetakan ditulis kemudian dihimpun dalam sebuah cetakan, contohnya seperti buku, buletin, surat kabar, koran, dan sebagainya.

## **B. Media Digital Dakwah Menjadi Ruang Preferensi Belajar Agama.**

Era digital merupakan situasi dimana setiap individu mendapatkan informasi dengan mengakses diberbagai media teknologi. Berbagai bentuk informasi tersedia secara bebas dan dapat diakses oleh siapa saja tanpa batas ruang dan waktu. Setelah ditemukannya sistem digital sekat-sekat yang membatasi interaksi seseorang menjadi tidak ada. Setiap individu terutama yang lahir di era *digital native* memiliki kecenderungan untuk mencari melalui internet, mereka lebih suka menggali informasi melalui fitur-fitur dengan memanfaatkan perangkat teknologi untuk berselancar didalamnya baik mencari hiburan maupun kebutuhan primer.<sup>56</sup>

Dunia digital membantu manusia dalam menemukan solusi pada setiap persoalan hidup dan memenuhi kebutuhan. Dengan sistem yang berbasis digital, setiap individu dapat mengurangi ketergantungannya terhadap orang lain. Media digital dalam berbagai elemen kehidupan membantu setiap individu untuk mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan dengan cepat tanpa harus menempuh jarak dan meluangkan waktu, dengan melalui perangkat berbagai bentuk sudah dapat memenuhi keinginan dalam waktu yang singkat.<sup>57</sup>

Digital tidak hanya menjadi sumber informasi media sosial, tetapi juga menjadi sumber keagamaan yang memberikan warna dalam berbagai bentuk konten yang memuat kajian. Implikasi dari fenomena yang terjadi, adanya pergeseran dalam mengkaji dan memahami agama yang dulunya belajar membaca dari kitab kuning, mengikuti kajian, seminar, diskusi dan beberapa

<sup>56</sup> Safrawali, "Belajar Agama Islam Di Era Digital: Fenomena Akses Informasi Keagamaan Melalui Media Sosial," *Jurnal Sosio Humaniora* 05, no. 01 (2021): Hal. 682.

<sup>57</sup> YAsraf Amir Piliang, "Masyarakat Informasi Dan Digital : Teknologi Informasi Dan Perubahan Sosial," *Jurnal Sosio Teknologi* 143, no. 56 (2012): Hal. 145.

lainnya, namun di era digital, memberi kemudahan bagi mereka yang ingin belajar dan memahami agama secara instan. Sehingga era moderen, inti keagamaan tidak terbatas dan terpaku pada ulama. Dimanapun, dan kapanpun orang bisa belajar agama.<sup>58</sup>

Perkembangan dunia teknologi digital akhir-akhir ini yang semakin pesat menjadikan masyarakat berubah haluan dari era tradisional dan industrialisasi ke era informasi yang berujung pada era masyarakat informasi. Informasi menjadi elemen penting bagi masyarakat dalam konteks aktifitas hidupnya. Dalam konteks keagamaanpun media tak hanya menghadirkan nilai budaya, ekonomi dan politik, tetapi juga menghasilkan ideologi agama. Maka tak heran, preferensi beragama atau penelidikan sumber agama dikalangan masyarakat media online bisa menjadi alternatif bagi dirinya. Akibatnya, secara tidak langsung bisa mengubah pola pandang hidupnya.<sup>59</sup>

Dunia digital menjadi arus utama penyebabnya perubahan pola pikir keagamaan masyarakat. digital seakan menggantikan peran pendakwah dalam dunia nyata untuk menjawab dan memberikan pengajaran pengetahuan keagamaan. Fenomena tersebut dapat diistilahkan media digital menjadi agama. Apabila ajaran agama itu sebuah sumber kebenaran dalam perilaku, maka orang yang percaya terhadap sumber agama dari media sosial secara tidak langsung ia menjadikan media sosial sebagai agama.<sup>60</sup>

Pada dua dekade terakhir, tepatnya pada awal 2000 an, perkembangan media digital menjadikan remaja muslim mengambil manfaat dari internet untuk mengaji ilmu keagamaan di media social. yang berarti, pendakwah sudah

---

<sup>58</sup> Maburur and Angga Marzuki, "Literasi Digital Sumber Paham Agama Pada Mahasiswa Penghafal Al-Quran Di PTIQ Jakarta," *Jurnal PENAMAS* 33, no. 01 (2020): Hal. 78.

<sup>59</sup> Mulyono and Santoso W. Ed, *Ilmu Sosial Dan Tantangan Di Indonesia* (Jakarta: Yaysan Pustaka Obor Indonesia, 2016), Hal. 78.

<sup>60</sup> Nuruddin, *Media Sosial: Agama Baru Masyarakat Milenial* (Malang: Intrans Publishing, 2018), Hal. 233.

banyak sadar akan kegunaan dan ikut serta memanfaatkan meningkatnya perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini.<sup>61</sup>

Penyebaran dan perluasan agama sudah menjangkau dunia maya. Secara online masyarakat dengan mudah dan leluasa mengakses semua materi-materi yang bernafaskan tentang agama Islam. Mulai dari tafsir al-Quran, Sejarah lahir dan berdirinya Islam dan perjuangan nabi Muhammad SAW dalam membawa agama Islam, cara membaca al-Quran dengan benar, hukum fiqih, hingga adanya dialektika pemikiran akibat ketersediaannya forum tanya-jawab terkait isu-isu tentang Islam yang terkini di sejumlah website.<sup>62</sup>

Teknologi digital khususnya internet sangat mudah dimanfaatkan oleh manusia termasuk hal yang bisa digunakan untuk kepentingan agama. Namun ada beberapa pihak yang memanfaatkan teknologi media untuk kepentingan mengaji pengetahuan agama, baik oleh pihak pengelola website atau produsen dan situs selaku pihak penyedia konten yang berisi materi keagamaan. Pengelola akan leluasa menyampaikan kepentingannya kepada khalayak diruang publik. Entah itu Islam yang berlabel Sunni, Wahabi, Syiah, Maupun Hizbut Tahrir dengan agenda politik radikalisme yang dikehendaki oleh pengelola.<sup>63</sup>

Dalam penelitian Lorne D. Dawson bahwa banyak keuntungan yang bisa didapatkan dari memanfaatkan internet.<sup>64</sup>

<sup>61</sup> Agoes Moh Moefad, Syaifuddin, and Iklima Sholichati, "Digitizing Religion: Millennial Generation Da'wah Pattens on Social Media," *Ilmu Dakwah: Akademica Journal for Homiletic Studies* 15, no. 02 (2021): Hal. 391.

<sup>62</sup> Kuatnya situs internet dalam perkembangannya semakin menunjukkan eksistensinya yang sangat luas biasa. Contohnya saja mengetik keyword Agama Islam di *search engine goggle*, maka paling tidak akan muncul 388 juta situs web ataupun milis yang membahas soal Islam. Jika diketik dakwah maka akan keluar 5.290 ribu uraian yang luas terkait dakwah Amar Ahmad, "Dinamika Komunikasi Islam Di Media Online," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 01 (2013): Hal. 16.

<sup>63</sup> Abdul Djalal and M Syamsul Huda, "Islam Moderat Dan Islam Radikal Dalam Perspektif Generasi Milenial Kota Surabaya," *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 04, no. 02 (2020).

<sup>64</sup> Bruce R. Hopkins, *The Nonprofits Guide to Internet Communication Law* (United States America: Jhon Wiley dan Son Inc, 2003), Hal. 7-8.

1. Fasilitas homepage yang telah disediakan oleh internet, maka dengan mudah siapapun dapat menyebarkan informasi keseluruh dunia.
2. Membangun komunitas baru walau terhalang oleh jarak dan waktu.
3. Menembus sekat dan batasan yang normatif sehingga membuka wacana keagamaan selebar-lebarnya melalui informasi kepercayaan. Sehingga siapapun bisa terlibat tanpa jarak, ruang, dan waktu.

Menurut Grossman (1990) yang dikutip oleh Hopkins.<sup>65</sup> Memberikan rumusan bahwa struktur bangunan internet sebagai berikut :

1. *Decentralized* (tidak memiliki central outhority); terdiri dari beberapa jaringan yang ada tidak didesain tanpa gatekeeper.
2. Bersifat umum atau global dengan memfasilitasi akses secara langsung tentang informasi dari seluruh belahan dunia.
3. Bersifat *Abudent*, yakni mampu mengakomodasi komunikator virtual dengan jumlah yang tidak terbatas.
4. *Expensive*, dapat mengirim pesan secara luas dan ribuan penerima lewat e-mail atau halaman web tanpa dipungut biaya.
5. Internet juga dapat dikontrol menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pengguna (*user controlled*).

Kelebihan maupun kekurangan yang dimiliki oleh teknologi digital yang berbasis internet sudah dipenuhi sebagai media dakwah yang bertujuan menyebarkan ajaran agama Islam.<sup>66</sup>

### C. Muslim Milenial dan Kesiapannya Dalam Memanfaatkan Teknologi.

Generasi milenial merupakan generasi z yang dilahirkan diantara tahun 1980-2000 an yang saat ini berusia sekitar 39-22 tahunan. Generasi ini menjadikan teknologi dan informasi sebagai salah satu gaya hidupnya (*lifestyle*) yang menjadi fenomena baru disebabkan berkembangnya teknologi

<sup>65</sup> Bruce R. Hopkins, Hal. 10-11.

<sup>66</sup> M. Hatta, "Media Sosial, Sumber Keberagaman Alternatif Remaja (Fenomena Cybereligion Siswa SMA Negeri 6 Depok Jawa Barat)" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), Hal. 32.

informasi.<sup>67</sup> Generasi yang melekat dengan keunikan teknologi sejak mereka dilahirkan. Timbul kecenderungan bahwa dalam mengedukasi generasi milenial diharuskan menggunakan pola tertentu yang sesuai dengan karakteristiknya, contoh kongkritnya dijauhkan dari didikan kekerasan, sistem yang longgar, dan dengan metode partisipatoris.<sup>68</sup>

Generasi milenial setidaknya adalah generasi terkini yang bersanding dengan kecanggihan teknologi. Generasi milenial memiliki sifat ketergantungan yang tinggi terhadap eksistensi perkembangan teknologi yang membuat mereka dapat dikatakan sebagai generasi pembeda dari segi karakteristik maupun keunikan yang tersendiri dalam menerima maupun mengirim segala bentuk informasi dan keilmuan yang didapatkan jika dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya.

Meningkatnya pemakaian internet di dunia secara keseluruhan tidak terpisahkan dengan kehadiran generasi milenial. Penguasaan aplikasi media teknologi digital mampu dikuasai, tidak hanya memiliki satu perangkat mobile, tapi juga terdapat beberapa perangkat lain yang bisa dioperasikan yang berhubungan dengan koneksi internet. Internet sangat erat hubungannya dengan generasi milenial karena ketergantungannya mereka terhadap dunia digital. Anggapan bahwa kaum milenial suka dengan kebebasan adalah benar adanya, mereka lebih condong suka terhadap hal-hal yang baru dan instant, kesukaan mereka terhadap internet didasari atas keinginan yang didominasi tentang peristiwa kejadian yang terjadi,

Ketertarikan mereka pada internet disebabkan internet menyediakan informasi yang dapat dengan mudah mereka kumpulkan. Ini menjadi bahan informasi yang dapat mereka diskusikan dengan teman sebaya. Generasi

---

<sup>67</sup> Yuhdi Fahrimal, "Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial," *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan* 22, no. 01 (2018).

<sup>68</sup> Bektu Taufiq Ari Nugroho and Wildan Nur Hidayat, "Generasi Muslim Milenial Sebagai Model Islam Wasatiyah Zaman Now," *Jurnal Studi Islam Dan Muamalah* 07, no. 01 (2019).

milenial dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelompok berdasarkan status maupun profesi yang sedang mereka jalani.<sup>69</sup>

1. *The network Milenials*

Milenial dalam kategori kelompok ini merupakan mereka yang terlahir para tahun 1994-2000 pada tahun 2022 yang berada dikisaran umur 20-28 tahun. Smartphone sudah menemani kehidupan mereka. Kini mereka tidak pernah lepas dengan koneksi jaringan internet dan memanfaatkan media dalam kehidupan dan sosialisasasi mereka sehari-hari.

2. *The Working Milenials*

Milenial pada generasi kelompok ini adalah mereka yang dilahirkan pada tahun 1987-1993. Saat ini kisan berusia 27-35 tahun. Kategori milenial ini disibukkan dengan menata karir diberbagai bidang pekerjaan. Sebagai milenial yang lebih tua, mereka mengalami gejolak gairah media sosial saat memasuki pendidikan SMA (sekolah menengah atas).

3. *The Family Milenials*

Pada kelompok ini adalah milenial yang sudah mulai menata dan memulai berkeluarga. Usia mereka kisan 29-37 tahun. Pada tahun 1998 mereka menyelesaikan pendidikan SMA nya yang sudah mengalami era reformasi dan proses transisi dari perangkat analog ke perangkat digital.

Dari tiga klasifikasi milenial ini memberikan gambaran bahwa di Indonesia memiliki kehidupan maupun pengalaman hidup yang sangat beragam. Adanya keberagaman ini, bisa disebutkan bahwa generasi milenial juga memiliki pemikiran dan karakter yang berbeda dalam menyikapi suatu persoalan sosial maupun agama. Ada beberapa karakteristik khas yang dimiliki oleh generasi milenial.<sup>70</sup>

<sup>69</sup> Yori Sebastian, *Generasi Langgas* (Jakarta: Gagas Media, 2018), Hal. 12-15.

<sup>70</sup> Sebastian, Hal. 35-37.

1. *Colective*

Generasi milenial mempunyai sikap solidaritas yang sangat tinggi terhadap keorganisasian kelompok. Dengan adanya teknologi informasi dan komunikasi komunikasi yang semakin berkembang pesat, memudahkan generasi milenial menemukan komunitas-komunitas *online* maupun *offline* yang memiliki hoby atau minat yang sama antara mereka. Sehingga tidak sulit dan lebih mudah berkelompok dan loyal terhadap kelompoknya.

2. *Cuztomization.*

Perbedaan bagi milenial merupakan sebuah tren. Sadarnya milenial akan keragaman budaya Indonesia dan kearifan lokal yang dimiliki tiap daerah bisa membuat mereka berbeda dan *trending*. Milenial belajar membuat sesuatu hal atau yang berbentuk barang dengan usahanya sendiri sesuai dengan karakter masing-masing.

3. *Close to family*

Meskipun sering kali disibukkan oleh atifitasnya, generasi milenial meyakini bahwa menghormati dan tetap beranggapan bahwa hubungan keluarga adalah yang paling penting untuk diutamakan, bentuk bakti kepada orang tua merupakan komponen penting dalam kebahagiaan. Ditambah lagi kedekatan top figur dan influencer yang mempublikasikan kedekatannya dengan orang tua dimedia sosial, dapat memotivasi mereka dalam menghormati orang tua.

4. *Change over generation*

Transisi politik dimassa reformasi telah menempa kepribadian milenial. Menjadi lebih kritis dan berani menyuarakan pendapatnya. Milenial cenderung lebih berani menyampaikan aspirasi dan ide mereka kepada dunia maya. Keberanian mereka dapat ditemukan dalam unggahan-unggahan media sosial.

5. *Changing inspiration*

Era digital mrmudahkan generasi milenial mendapatkan informasi dan inspirasi dimana saja. Kemudahan tersebut menjadikan tiap-tiap

generasi milenial mempunyai peran yang tidak sama atau beragam, mulai dari profesi pertanian, pengusaha, tenaga kesehatan, politikus, olahragawan, blogger, youtuber, hingga pada tahap tokoh agama.

#### 6. *Connected*

Internet sudah menjadi teman kehidupan generasi milenial, akses informasi yang terus menerus membuat milenial selalu terkoneksi dengan jaringan internet. Hal ini disebabkan karena perkembangan zaman yang mengharuskan pekerjaan mereka untuk selalu terkoneksi dengan internet. Seperti *youtuber*, *ecomers*, *vlogger* dan lain sebagainya.

#### 7. *Confident*

Generasi milenial mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi, salah satunya melanggar hal yang bertentangan dengan aturan. Bagi mereka, peraturan maupun prosedur tata tertib justru menyekat mereka untuk berkarya. Kerap kali milenial tidak mengindahkan norma-norma yang sudah baku untuk diterapkan. Namun mereka tetap pada pendirian proses sesuai dengan gaya khas sendiri. Sehingga menciptakan inovasi baru pada lapangan pekerjaan. Seperti, toko pedia, shopee, gojek, halo dokter dan beberapa aplikasi beragam lainnya.

Secara khusus generasi milenial di Indonesia memiliki tiga ciri khas yang dominan; *pertama*, keberagaman yang disifati nuansa perkotaan. Mayoritas muslim milenial mencari dan mempelajari pengetahuan keagamaan dari goggle, media sosial, buku, media massa, youtube kajian dikampus dan pelajaran umum disekolah. Jarang sekali muslim milenial datang langsung untuk mempelajari Islam dari sumber-sumber tradisional, seperti pesantren, ustadz kampung, kyai dan guru-guru dilanggar. *Kedua*, Memanfaatkan teknologi informasi. *Smartpone* merupakan alat yang tak pernah lepas dari aktifitas kehidupan muslim milenial. Mereka menggunakan internet secara intensif sebagai alat mengekspresikan diri, aktifitas maupun pekerjaan. *Ketiga*, mengutamakan bentuk ragam keislaman dalam gaya hidup sehari-hari. Muslim milenial Indonesia lebih suka mengkaji dan berdiskusi mengenai nilai-nilai

keislaman dalam gaya hidup sehari-hari dari pada belajar secara tradisional dalam agama. Kegemaran mereka condong pada kajian dan tema yang praktis sesuai dengan karakteristiknya, seperti cara berpenampilan, mengatur sikap terhadap tetangga, berbakti kepada orang tua, sekat antara wanita dan peria, menjaga lingkungan sekitar, menyayangi yang lebih muda dan sebagainya.<sup>71</sup>

Muslim milenial memiliki keyakinan bahwa intensitas ajaran agama Islam sebagai *wasilah* untuk melakukan peningkatan ke ranah yang positif. Pemikiran yang terbuka, kritis, berani, lihai dan ahli mengoperasikan perangkat digital menjadi kekuatan utama muslim milenial untuk menumbuhkan peluang dan tantangan inovasi dalam menggemakan Islam yang diterima oleh seluruh kalangan.

#### **D. Media Digital Dakwah Perpektif Teori Uses and Gratification**

Setiap teknologi digital berkembang, tentunya memiliki pola karakteristik tersendiri. Dengan adanya karakter teknologi yang kemudian membentuk kebudayaan masyarakat, sama halnya dengan perubahan pengguna media dakwah yang menyelaraskan dengan kondisi masyarakat. Perubahan media teknologi dakwah menciptakan konsep baru mengenai penggunaan dan kepuasan masyarakat dalam menggunakan teknologi.

Hingga akhirnya terciptalah pemanfaatan digital untuk menyebarkan pesan agama. Penyebaran pesan agama ini disebut dengan kegiatan dakwah yang menjadikan teknologi sebagai media untuk menyebarkan pesan dakwah, sehingga dapat dengan mudah diakses melalui media massa yang mereka gunakan sehari-hari.<sup>72</sup>

Adanya digitalisasi dakwah, menjadikan muslim milenial dapat dengan mudah memecahkan kebuntuan dalam memahami agama. Sehingga teknologi

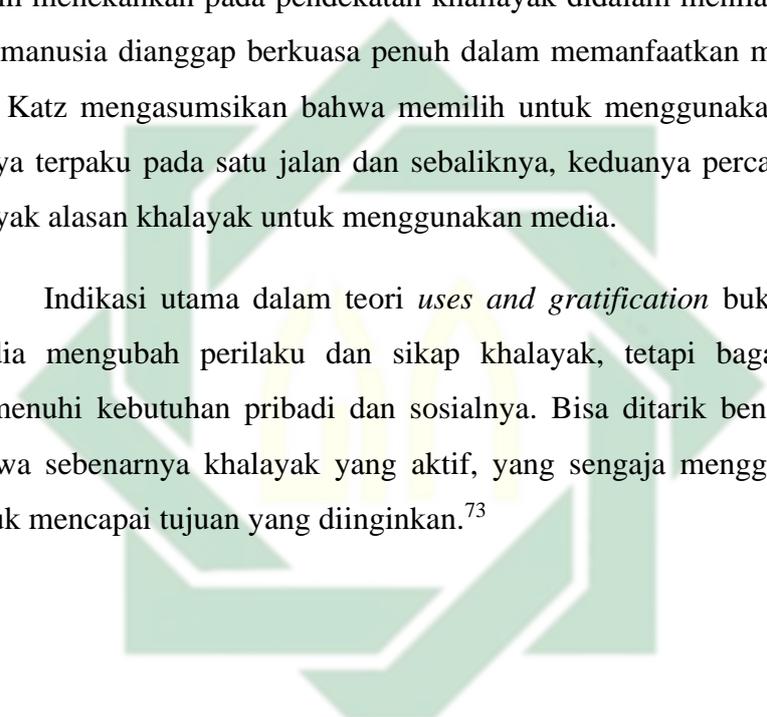
<sup>71</sup> Indirani, "Relaksasi Beragama, Sebuah Pendekatan Dari Dan Untuk Muslim Milenial," Dalam *Muslim Milenial: Catatan & Kisah Wow Muslim Zaman Now*, Ed. Subhan Setowara, Hal. 158.

<sup>72</sup> Mahfudlah Fajrie, "Analisis Uses and Gratification Dalam Menentukan Strategi Dakwah," *Jurnal Islamic Review* 04, no. 01 (2018): Hal. 24.

digital memberikan kepuasan bagi muslim milenial. Teori *uses and gratification* melihat bahwa terdapat sebuah relasi keterkaitan antara penggunaan digital dengan kepuasan yang didapatkan oleh muslim milenial.

Teori *uses and gratification* menekankan bahwa *audience* itu aktif dalam memilih media mana yang akan dipilih untuk memenuhi kebutuhannya. Lebih menekankan pada pendekatan khallayak didalam menilai media. Teori ini, manusia dianggap berkuasa penuh dalam memanfaatkan media. Blumler dan Katz mengasumsikan bahwa memilih untuk menggunakan media tidak hanya terpaku pada satu jalan dan sebaliknya, keduanya percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media.

Indikasi utama dalam teori *uses and gratification* bukan bagaimana media mengubah perilaku dan sikap khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosialnya. Bisa ditarik benang merahnya bahwa sebenarnya khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>73</sup>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

---

<sup>73</sup> Effendy and Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Hal. 289-290.

## BAB III

### PROFIL ORGANISASI MILENIAL SINTESA DAN ANGGOTA

#### A. Profil Organisasi Milenial Sintesa.

##### 1. Terbentuknya Organisasi Milenial Sintesa

Milenial sintesa adalah salah satu organisasi kepemudaan yang ada di daerah Bangkalan, dibentuk dan diresmikan pada hari Kamis 24 Juni 2020 diketuai oleh Kholilurrohman. dibentuknya organisasi ini bertujuan untuk memberikan wadah bagi para generasi milenial dalam mengembangkan diri, membuka wawasan, dan membantu untuk mengekspresikan aspirasi masyarakat. Anggota dari organisasi ini berjumlah 30 Orang yang berasal dari 18 kecamatan yang ada di daerah Bangkalan.

Nama dari milenial sintesa diambil dari istilah Generasi Milenial yang memang kerap didengar. Istilah itu berasal dari kata “*millennials*” yang diciptakan oleh dua pakar sejarah dan penulis Amerika, William Strauss dan Neil Howe dalam beberapa bukunya.

Generasi milenial atau generasi Y juga akrab disebut *Generation Me* atau *echo boomers*. Para pakar menggolongkan generasi Y berdasarkan tahun awal dan akhir, misalnya, mereka yang lahir pada tahun 1980 - 1990, atau pada awal 2000. Namun secara harfiah memang tidak ada demografi khusus dalam menentukan kelompok generasi yang satu ini.

Generasi milenial berkaitan sangat erat dengan Revolusi Industri 4.0 atau Revolusi Industri Generasi ke empat. Dimana revolusi ini menitikberatkan pada pola digitalisasi dan otomasi di semua aspek kehidupan, meliputi Media sosial, *online shop* dan juga game. Banyak pihak yang belum menyadari akan adanya perubahan tersebut kurang peka, terutama dikalangan pemuda dan pemudi, padahal semua itu adalah tantangan generasi milenial saat ini. Sehingga terjadi kelalaian terhadap sekitarnya (kurang peka). Contoh; Kurang peka terhadap isu-isu sosial yang menyangkut kesejahteraan masyarakat, perkembangan ekonomi

masyarakat, arus informasi yang tidak terbandung, kemajuan informasi digital, Serta perkembangan-perkembangan informasi lainnya.

Sejenak meluangkan waktu menganalisa kondisi generasi milenial saat ini, di pedesaan maupun di perkotaan, maka akan memberi gambaran tentang ;

1. pemuda dan pemudi yang minim informasi, kegiatan, tukar ide atau bahkan sama sekali tidak tau informasi tentang status dirinya dan tantangannya ke depan. mereka belum tau apa itu generasi milenial.
2. Pemuda dan pemudi yang melek informasi, peduli perubahan dan kadang menyuguhkan konsep tentang perubahan dan pemberdayaan dalam satu forum atau satu meja sesama milenial atau bahkan sosok yang lebih tua. Akan tetapi, minimnya tindakan (*Action*) dalam dunia nyata. Artinya ide-ide itu selesai hanya dalam tataran diskusi semata. Tesa dan antitesa di atas tak sulit kita jumpai dalam skala desa maupun dalam skala kota.

Di Indonesia sendiri saat ini sudah banyak terbentuk organisasi kepemudaan (OKP) untuk bisa mempererat secara emosional dikalangan milenial. Dari banyaknya organisasi kepemudaan yang terbentuk masih jarang untuk bisa berkontribusi aktif secara ril kepada masyarakat. Atau secara langsung dalam memperdayakan aset lokal yang hasilnya benar-benar terasa. Namun, bukan berarti tidak ada. Tentu di luar sana banyak yang keberadaannya dirasa mampu dan bermanfaat oleh masyarakat.

Maka, berdasarkan tesa dan antitesa di atas perlu adanya organisasi kepemudaan yang terfokus pada isu-isu sosial, pemberdayaan pemuda, mengajak pemuda milenial untuk saling membantu satu sama lain untuk ikut serta dan tanggap informasi sehingga mampu melihat peluang-peluang yang ada di sekitarnya. Dalam upaya menjembatani kedua hal di atas yakni tesa dan antitesa, organisasi kepemudaan yang bernama “Milenial Sintesa” ini hadir ditengah-tengah masyarakat Bangkalan untuk menyongsong dan mengimbangi perkembangan zaman.

Seperti namanya, organisasi ini dihuni oleh para milenial yang gerakannya embrio dari leburan tesa dan anti tesa di atas. Yakni pemuda milenial yang peduli atau peka terhadap isu-isu sosial, pemberdayaan pemuda, mengajak pemuda milenial untuk saling membantu satu sama lain serta tanggap informasi sehingga mampu melihat peluang-peluang yang ada di sekitarnya dan ini adalah sebuah tugas yang seharusnya diemban oleh generasi milenial.

## **2. Visi dan Misi Organisasi Milenial Sintesa**

### **a. Visi**

Terwujudnya sebuah organisasi kepemudaan yang agamis dan bermasyarakat yang kokoh dan mampu mengimbangi perkembangan zaman. Bersikap sesuai dengan jati diri sebagai pemuda yang bersikap sopan penuh kreatifitas dalam merespon perkembangan media digital, persoalan agama, masyarakat dan bangsa.

### **b. Misi**

1. Melakukan konsolidasi dan pengembangan manajemen organisasi serta membangun jaringan kerja (networking) yang kokoh dan profesional.
2. Meningkatkan kreativitas dan penuh inovatif dalam menyikapi perkembangan media. Meningkatkan peran sosial keagamaan berupa gagasan, dan respon terhadap persoalan perkembangan zaman di era informasi.
3. Melakukan pemberdayaan masyarakat dalam bidang dakwah dan sosial.

## **3. Struktur Kepengurusan Organisasi Milenial Sintesa.**

### **a. Penasehat.**

- Mahfud, S. Ag.
- Nur Hakim, S.Pd.I., M.A.
- Moh Ruji, S.Hum.
- Moh. Junaidi, S.Pd

**b. Struktur Pengurus**

- Ketua : Kholilurrahman, S.H.
- Wakil Ketua : Saiful Bahri
- Sekretaris : Mohammad Rizal
- Bendahara : Mohammad Zaini
- Bidang Keuangan : Faisal Bakri, S.H.
- Bidang Kesehatan : Alvy Nor Maulidina As, S.Tr.Keb., BD.

**c. Anggota Pengurus**

1. Suhli, S.H
2. Aga Reza Fikiri, S.H
3. Mohammad Ali, S.Sos
4. Fathul Barry, S.H
5. Ach. Kholis, S.IP
6. Ifa Zakia
7. Azhar Hamim
8. Umarul Faruq
9. Nur Faizah, A.md.Keb.
10. Alvin Khoiron, S.Kom.
11. Ambiyak
12. Habiburrahman
13. Zulfa Maraconita
14. Nor Azizah
15. Efrian Majid, S.H
16. Fadli Alfarizi
17. Al-Ghozali
18. Mohammad Fathulla
19. Imam Baisuni

#### 4. Letak Geografis Kabupaten Bangkalan.

Secara geografis, wilayah Kabupaten Bangkalan memiliki letak strategis karena paling dekat dengan Pulau Jawa. Wilayahnya berada pada ujung barat Pulau Madura, yang menjadi pintu gerbang lalu - lintas barang dan jasa yang menghubungkan Jawa dan Madura. Karena kedekatan geografis dengan pulau Jawa tersebut, khususnya Surabaya, menjadikan Bangkalan masuk dalam rencana pengembangan Area Metropolitan Surabaya (Surabaya Metropolitan Area/SMA), dimana diharapkan menjadi kutub pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Bangkalan dengan luas wilayah 1.260,14 Km<sup>2</sup> yang berada dibagian paling barat dari pulau Madura terletak diantara koordinat 112040'06" - 113008'04" Bujur Timur serta 6051'39" - 7011'39" Lintang Selatan.<sup>74</sup> Adapun batas-batas wilayahnya adalah sebagai berikut :

- a. Di Selatan dan Barat berbatasan langsung dengan Selat Madura
- b. Di Timur berbatasan langsung dengan wilayah Kabupaten Sampang
- c. Di Utara berbatasan langsung dengan Laut Jawa.



**Gambar 1.1 : Peta Kabupaten Bangkalan**

<sup>74</sup> BPS Kabupaten Bangkalan, *Kabupaten Bangkalan Dalam Rangka Regency in Figures 2020* (Bangkalan: BPS Kabupaten Bangkalan, 2020), Hal. 8.

Topografi Bangkalan berada pada ketinggian 2 sampai dengan 100 meter di atas permukaan laut. wilayah seperti Kecamatan Sepulu, Bangkalan, Socah, Kamal, Modung, Kwanyar, Arosbaya, Klampis, Tanjung Bumi, Labang dan Kecamatan Burneh yang pada dasarnya berada di wilayah pesisir pantai, ketinggiannya antara 2 sampai dengan 10 meter di atas permukaan laut. Bagian tengah wilayah Bangkalan memiliki ketinggian kisaran 19 sampai dengan 100 meter di atas permukaan laut. Untuk wilayah tertinggi berada di kecamatan Geger yaitu 100 meter di atas permukaan laut. Kemampuan tanah di Kabupaten Bangkalan jika dilihat dari kemiringannya maka sebagian besar memiliki kemiringan 2-150 yaitu sekitar 50,45 % atau 63.002 Hektar. Dan kemiringan 0-20 sekitar 45,43 % atau 56.738 hektar. Apabila dilihat dari tekstur tanahnya maka sebagian besar bertekstur sedang yaitu seluas 116.267 Hektar. Atau sekitar 93,10 % sedangkan dari kedalamannya > 90 cm yaitu sekitar 64.131 Hektar. Atau 51,35 %. Jumlah penduduknya di tahun 2020 tercatat sebanyak 521.034 laki-laki dan 533.839 perempuan dengan total keseluruhan 1.054.873 jiwa dengan kepadatan rata – rata 735/ km<sup>2</sup> , tersebar di 18 Kecamatan.<sup>75</sup>

#### **B. Profil Informan Organisasi Milenial Sintesa.**

Milenial sintesa sering mengadakan sosialisasi pemberdayaan masyarakat. beberapa yang mereka lakukan yaitu dengan memberikan edukasi seminar kepada siswa yang ingin melanjutkan pendidikan kejenjang perguruan tinggi, jalur beasiswa maupun mandiri. Tujuan diselenggarakannya edukasi ini, agar para siswa tidak kebingungan dalam mengakses atau mencari halaman yang sesuai dengan perguruan maupun jurusan yang mereka tuju.

Tidak hanya itu, organisasi ini juga aktif dalam menanamkan nasionalisme dan merefleksikan nilai-nilai kebangsaan kepada para generasi milenial di daerah bangkalan. Salah satu contohnya, mengajak para pelajar untuk menyaksikan film-film dokumenter seperti “Sang Kyai”. Dimana dalam

---

<sup>75</sup> Bangkalan, hal. 10.

film ini mengandung nilai kebnagsaan terhadap kontribusi perjuangan ulama dan para santri kepada kemerdekaan Indonesia. Dan beberapa kegiatan lainnya.

Arus perkembangan teknologi digital juga menjadi pusat perhatian bagi organisasi ini. Sesuai dengan namanya, generasi milenial harus mengimbangi perkembangan teknologi. Memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan diri dalam berkarya dan berinovasi, juga menjadikan teknologi sebagai wadah untuk memaksimalkan peranan dunia digital.

1. Kholilurrahman, S.H.

Kholilurrahman, lahir di Bangkalan, 16 Agustus 1998. Familiar dipanggil Alung, menamatkan sekolah TK nya di TK Al-Muhajirin Tanjung Bumi pada tahun 2002, kemudian melanjutkan jenjang pendidikannya di SDN Paseseh Tanjung 1 Bangkalan dan tamat pada tahun 2008, beliau langsung melanjutkan pendidikannya di Pondok Pesantren Al-Amien Preduan lulus pada tahun 2014. Hingga kemudian melanjutkan jenjang pendidikan S1-nya di Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya, tamat pada tahun 2019. Semasa kuliah aktif pada organisasi PMII, saat ini menata karir dan disibukkan dengan usaha batik tulis khas Tanjung Bumi Bangkalan, sekaligus aktif menjadi ketua Organisasi Milenial Sintesa. Salah satu trobosan yang ia lakukan untuk desanya yang memang dijuluki desa batik Tanjun Bumi, memanfaatkan media massa untuk memasarkan aneka tenunan batik lewat penjualan onlineshop. Sambil lalu menunggu pemesan, ia memanfaatkan waktunya dengan mengakses kajian keagamaan di media digital untuk menambah wawasannya tentang agama.

2. M. Suhli, S.H.

M. Suhli, lahir di Bandung, 28 Maret 1996. Mengawali pendidikannya di TK Tunas Bangsa Bandung pada tahun 2002, kemudian melanjutkan jenjang sekolah dasar di SDN Seke Lowa 1 Bandung dan tamat pada tahun 2008, beliau melanjutkan jenjang pendidikan menengah atas di SMA 2 Dago Bandung lulus pada tahun

2014. Kemudian melanjutkan jenjang pendidikan S1-nya di Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya, tamat pada tahun 2019. Semasa kuliah aktif pada organisasi PMII, saat ini sedang menempuh jenjang pendidikan S2-nya di Perguruan tinggi yang sama UIN Sunan Ampel Surabaya. Aktif dipartai Perindo yang dinahkodai Hary Tanoesodibjo. Dia aktif sebagai sekretaris DPD Perindo Bangkalan. Dia pengusaha muda, memiliki toko pakaian pria yang berada di Kota Bangkalan. sekaligus aktif di Organisasi Milenial Sintesa. Dibalik aktifitas kesibukan beliau yang begitu padat, memanfaatkan digitalisasi dakwah untuk merefleksikan ilmu agamanya agar tetap terasah.

3. Aga Reza Fikri, S.H.

Aga Reza Fikri, lahir di Bangkalan, 14 April 1998. Memiliki nama familiar Reza ini menamatkan sekolah TK nya di TK Siti Khodijah Bangkalan pada tahun 2004, kemudian melanjutkan jenjang pendidikannya di SDN Kemayoran 1 Bangkalan dan tamat pada tahun 2010, beliau langsung dimondokkan di Pondok Pesantren Al-Amien Prenduan lulus pada tahun 2016. Mengakhiri tahun 2016 sampai tahun 2017 dengan mengabdikan diri dipondok tersebut. Hingga kemudian melanjutkan jenjang pendidikan S1-nya di Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya, tamat pada tahun 2021. Semasa kuliah aktif pada organisasi PMII, saat ini menata karir sebagai pegawai negeri sipil Mahkamah Agung RI Pengadilan Negeri Bangkalan sebagai Analis Perkara Pengadilan, sekaligus aktif di Organisasi Milenial Sintesa. Tidak hanya itu ia menganggap bahwa kecanggihan teknologi digital memudahkannya mengakses pesan dakwah lewat aplikasi media yang ada, sehingga secara bersamaan dapat mendengarkan pesan dakwah meski sedang dikantor.

4. Mohammad Zaini

Moh Zaini, lahir di desa Lembung Kec. Kokop, 18 Oktober 1999. Menamatkan sekolah dasarnya di SDN Lembung Gunong 1,

kemudian melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertaman (SMP) di SMP 2 Geger, setelah tamat melanjutkan sekolah menengah akhirnya di MAN MODEL Bangkalan. Saat ini dia masih tahap menyelesaikan pendidikan S1-nya di Universitas Trunojoyo Madura semester 8 jurusan Hukum Syariah Islam. Selain aktif di organisasi Milenial Sintesa, juga aktif diberbagai organisasi lainnya. Seperti HIMABA (Himpunan Mahasiswa Bangkalan), PMII, dan KNPI. Ia menjadikan teknologi digital sebagai meda untuk mencari refrensi buku, agama, dan amaliah sehari-hari dalam beribadah. Menurutnya digital dakwah lebih praktis dalam memecahkan kebuntuan yang didaptkannya.

5. Umarul Faruq

Umarul Faruq, lahir di desa Modung Kec. Modung, 25 November 1998. Menamatkan sekolah dasarnya di SDN Manggaan 1, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertaman (SMP) di MTs Miftahul Huda Modung, setelah tamat melanjutkan sekolah menengah akhirnya di SMK Al-Asyari Bangkalan. Saat ini dia masih tahap menyelesaikan pendidikan S1-nya di Universitas Trunojoyo Madura semester 8 jurusan Hukum Syariah Islam. Selain aktif di organisasi Milenial Sintesa, juga aktif diberbagai organisasi lainnya. Seperti HIMABA (Himpunan Mahasiswa Bangkalan), PMII, dan Karang Taruna. Selain itu ia juga suka mendaki gunung, menikmati keindahan alam dengan mengikuti kelompok pecinta alam. Digital memudahkannya melihat gunung-gunung yang ingin ia kunjungi, juga memudahkannya memutar video ceramah agama yang ia sukai dengan mengakses di youtube tanpa hadir langsung ke hadapan kyai yang berceramah.

6. Saiful Bahri

Saiful Bahri, lahir di desa Lembung Kec. Kokop, 18 Oktober 1999. Menamatkan sekolah dasarnya di SDN Lembung Gunong 1, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertaman

(SMP) di SMP 2 Geger, setelah tamat melanjutkan sekolah menengah akhirnya di MAN MODEL Bangkalan. Saat ini dia masih tahap menyelesaikan pendidikan S1-nya di Universitas Trunojoyo Madura semester 8 jurusan Hukum Syariah Islam. Selain aktif di organisasi Milenial Sintesa, juga aktif diberbagai organisasi lainnya. Seperti HIMABA (Himpunan Mahasiswa Bangkalan), PMII, dan KNPI. Media sebagai ladang mencari ilmu, dalam meningkatkan agama tanpa guru bukan suatu penghalang baginya, nilai barokah tidak menjadi yang utama, namun penambahan wawasan yang paling utama. Jika wawasan sudah bertambah, otomatis kebarokahan akan didapatkan jika sudah memiliki wawasan, meski lewat dunia digital, pungkasnya.

7. Azhar Hamim

Azhar Hamim, lahir di desa Maseghit Kec. Arosbaya, 27 April 2002. Menamatkan sekolah dasarnya di SDN Berbelluk 1 Arosbaya, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertaman (SMP) di SMP 1 Arosbaya, setelah tamat melanjutkan sekolah menengah akhirnya di SMK Negeri 3 Bangkalan. Saat ini dia masih tahap menempuh pendidikan S1-nya di Universitas Trunojoyo Madura semester 4 jurusan Psikologi. Selain aktif di organisasi Milenial Sintesa, juga aktif diberbagai organisasi lainnya. Seperti HIMABA (Himpunan Mahasiswa Bangkalan), PMII, dan Milenial Sintesa. Jenjang pendidikan agama tidak sampai tamat, hanya sampai di jenjang Ibtidaiyah kelas 5. Ia menjadikan digital dakwah sebagai media untuk memahami agama, terutama ketika disekolahnya terdapat pelajaran agama. Maka jalan solusinya media digital dakwah menjadi rujukan utama.

8. Alvy Noer Maulidina AS, S.Tr. Keb. BD.

Alvy Noer Maulidina, lahir di desa Kamal Kec. Kamal, 17 November 1997. Menamatkan sekolah dasarnya di SDN Kamal 1, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertama (SMP)

di SMP 1 Kamal, setelah tamat melanjutkan sekolah menengah akhirnya di MAN MODEL Bangkalan. Perguruan tinggi Ngudia Husada Madura D3 dan D4. Aktifitas kesehariannya bekerja di Puskesmas Socah. Bidan karir ini juga aktif di onlineshop, menjual produk kecantikan untuk menambah saldo rekeningnya. Sehingga dengan demikian ia banyak menemukan pesan dakwah yang dimuat dimedia sosial, secara tidak sadar menambah wawasan agamanya meski tidak mengakses secara langsung.

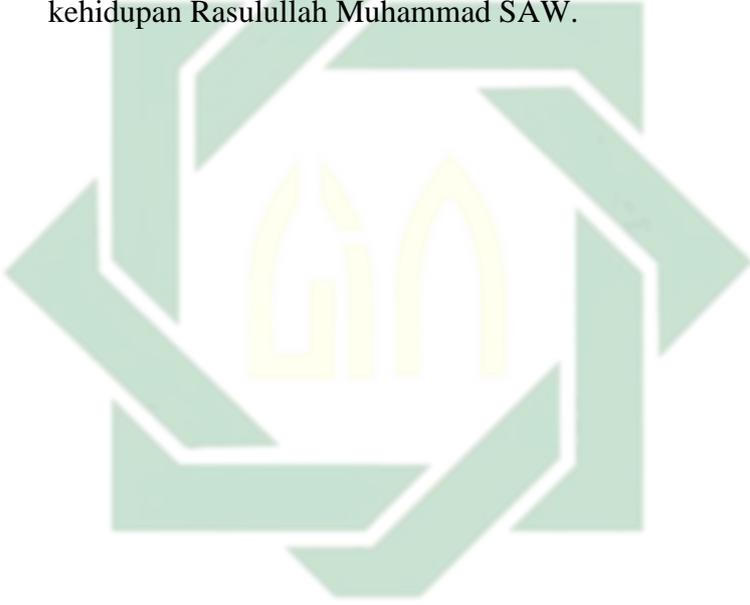
9. Nur Faizah, S, Kep.

Nur Faizah, lahir di desa Burneh 18 Oktober 2001. Menamatkan sekolah dasarnya di SDN Burneh 1, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertaman (SMP) di SMP 2 Burneh, setelah tamat melanjutkan sekolah menengah akhirnya di MAN MODEL Bangkalan. Saat ini dia melanjutkan pendidikan S1-nya di Ngudia Husada Bangkalan jurusan Keperawatan. Selain aktif di organisasi Milenial Sintesa, juga aktif diberbagai organisasi lainnya. Seperti HIMABA (Himpunan Mahasiswa Bangkalan), PMII, dan Milenial Sintesa. Teknologi digital membantu pelajaran yang ia tidak fahami dikelas, tidak hanya itu ketika ada permasalahan amaliah sehari-hari yang tidak difahami, seperti orang haid yang tidak boleh masuk masjid, maka untuk memastikan kebenarannya. Ia serching di youtube untuk menemukan kejelasannya.

10. Ifa Zakia.

Ifa Zakia, lahir di Kemayoran Kota Bangkalan, 09 Januari 2003. Menamatkan sekolah dasarnya di SDN Kemayoran 1, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertaman (SMP) di SMP 2 Kemayoran Bangkalan, setelah tamat melanjutkan sekolah menengah akhirnya di MAN MODEL Bangkalan. Kemudian melanjutkan pendidikan D3 di Perguruan tinggi Ngudia Husada Madura jurusan Akademi Kebidanan. Selain aktif di organisasi Milenial Sintesa, juga aktif diberbagai organisasi lainnya. Seperti

HIMABA (Himpunan Mahasiswa Bangkalan), PMII, dan Milenial Sintesa. Diwaktu yang senggang, ia memanfaatkannya dengan menulis yang memang sudah hobynya sejak dari SMA. Dipercaya sebagai penanggung jawab buletin bulanan dikampusnya. Untuk mencari refrensi ketika mandet untuk menuangkan isi fikirannya kedalam tulisan, ia memilih membuka teknologi digital untuk dijadikan sebagai bahan rujukan, entah itu tentang ekonomi, sosial, khususnya kesehatan. Dengan mencantumkan sunnah-sunnah kehidupan Rasulullah Muhammad SAW.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB IV

### PREFERENSI MEDIA DIGITAL DAKWAH

#### DI ORGANISASI MILENIAL SINTESA KABUPATEN BANGKALAN

##### A. Penyajian Data

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab kajian teoritik bahwa media digital dakwah adalah sebuah konsep yang memberikan nuansa islami diseluruh media digital. Namun pesatnya perkembangan dunia teknologi saat ini, media digital dapat diakses dan diunggah oleh siapa saja dan dimana saja. Sehingga secara terminologi digitalisasi dakwah adalah proses alih media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Definisi digitalisasi dakwah yang dikemukakan oleh Muhammad Rajab Asy-Syatiwi, bahwa dakwah sebagai ilmu yang digunakan agar dapat memahami keberagaman usaha yang ditunjukkan kepada penyebarluasan agama Islam serta termasuk yang ada didalamnya membahas mengenai syariaat, akidah maupun akhlaq.<sup>76</sup>

Media digital dakwah merupakan suatu bentuk modernisasi ataupun pembaharuan dari penggunaan teknologi yang mana sering dihubungkan dengan hadirnya internet dan teknologi komputer, seluruhnya menggunakan aplikasi canggih yang memudahkan urusan manusia, era digital sering dikaitkan kehadirannya dengan revolusi remaja yang lahir di tahun 80 an. Yang bisa disebut dengan generasi milenial.<sup>77</sup>

Generasi milenial adalah generasi yang lahir antara tahun 1980-2000, atau yang saat ini berusia 39-22 tahun. Generasi *millenial* (generasi yang menjadikan teknologi informasi sebagai gaya hidup atau *lifestyle*) sebagai fenomena baru yang dipicu oleh perkembangan teknologi informasi.<sup>78</sup> Generasi Milenial adalah generasi dengan ciri unik teknologi yang melekat pada mereka

---

<sup>76</sup> Ummah, "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial."

<sup>77</sup> Rustandi, "Disrupsi Nilai Keagamaan Dan Komodifikasi Agama Di Era Digital."

<sup>78</sup> Fahrimal, "Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial."

sejak lahir. Ada kecenderungan bahwa mendidik generasi milenial harus dengan pola tertentu, semisal jauh dari kekerasan, sistem belajar longgar, dan dengan metode partisipatoris.<sup>79</sup>

Setidaknya, generasi Milenial adalah generasi terkini, dibarengi dengan kecanggihan teknologi terkini juga. Generasi millennial memiliki ketergantungan sangat tinggi terhadap berbagai perkembangan teknologi digital dan online terkini. Ketergantungan terhadap teknologi ini membuat generasi millennial dapat dikatakan sebagai generasi yang sangat berbeda karakteristik dan memiliki keunikan tersendiri dalam menerima dan mengtransfer segala informasi dan pengetahuan yang diperoleh jika dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya. Setiap orang memiliki gambaran berbeda mengenai realitas digenerasi dan lingkungannya. Hal ini tentu dipengaruhi oleh dinamika faktor seperti perkembangan zaman, latar belakang, budaya, dan kebiasaan yang menjadikan perbedaan tanggapan maupun persepsi terhadap digitalisasi dakwah meski berada pada satu rumpun, khususnya pada generasi muslim milenial terhimpun pada organisasi milenial sintesa yang ada di Kabupaten Bangkalan. Pada bab ini penulis menyajikan berupa motif generasi muslim milenial memilih digitalisasi dakwah serta memilih digitalisasi dakwah dalam memahami nilai agama.

### **1. Preferensi Organisasi Milenial Sintesa Tentang Media Digital Dakwah.**

Literature keislaman semakin berkembang. Literature online yaitu seluruh pengetahuan keagamaan yang disediakan secara online, baik melalui website diakses menggunakan google maupun yang disebar melalui media sosial. Tidak hanya ebook atau buku elektronik. Literature keislaman disebarkan secara online oleh aktivis Islam untuk menyampaikan pencerahan terhadap sebuah permasalahan.<sup>80</sup>

<sup>79</sup> Nugroho and Hidayat, "Generasi Muslim Milenial Sebagai Model Islam Wasatiyah Zaman Now."

<sup>80</sup> Agus Iswanto, "Membaca Kecenderungan Pemikiran Islam Generasi Milenial Indonesia," *Multikultural & Multireligius* 17, no. 01 (2018): Hal. 98.

Gerakan *clicktivism* atau via internet bermakna bahwa ajaran Islam disampaikan melalui teks-teks online yang sudah semakin marak. Internet memiliki peran dalam menyebarkan informasi, baik yang dilanjutkan dengan aksi nyata maupun hanya pada sekedar bahan diskusi di kalangan internal aktivis.<sup>81</sup>

Dunia telah masuk pada abad informasi.<sup>82</sup> Informasi yang beragam diinternet menjadi sumber informasi baru yang menarik khallayak media untuk beralih dari media lama ke media baru. Hadirnya internet memberikan tawaran kebebasan akses informasi bagi para pengguna. Media lama adalah proses produksi dan penyimpanan data atau informasi yang berupa media cetak (majalah, tabloid, koran) dan media elektronik (televisi, radio). Sementara media baru merupakan teknologi komunikasi digital yang terhubung melalui jaringan internet secara online, seperti : koran online, televisi online, radio streaming, dan media sosial.

Berkenaan dengan banyaknya para pendakwah yang menjadikan digital sebagai media untuk berdakwah, karena dipandang pesan-pesan dakwah dapat mudah dijangkau oleh khallayak khususnya muslim milenial sebagai generasi yang hidup di era digital. Ada yang mengatakan bahwa memang benar para kaum muslim milenial lebih memilih digital dakwah untuk memahami nilai agama. Diantara digital dakwah tidak hanya berbentuk arsip literature, akan tetapi juga berbentuk audio maupun audio visual Hal ini disebabkan karena digital yang terhubung dengan akses internet langsung lebih mudah untuk diakses. Ada beberapa faktor penyebab Muslim milenial Khususnya yang tergabung dalam Organisasi Milenial yang ada di Bangkalan. Diantaranya sebagai berikut:

**a. Faktor Perkembangan Zaman.**

Memang sudah tidak bisa dipungkiri lagi, perkembangan zaman dan kemajuan teknologi digital mempengaruhi gaya aktifitas

---

<sup>81</sup> Muzayyin Ahyar, "Islamic Clicktivism: Internet, Democracy and Contemporary Islamic Activism in Surakarta," *Jurnal Studia Islamika* 24, no. 03 (2017): Hal. 435-468.

<sup>82</sup> Haryatmoko, *Etika Komunikasi* (Yogyakarta: Kamisius, 2011), Hal. 23.

muslim milenial. Mereka sudah beralih kepada yang lebih mudah dijangkau, aplikasi streaming, youtube, instagram, tiktok dan beberapa bentuk aplikasi digital lainnya memudahkan mereka menambah wawasan. Memanfaatkan media kepada hal kebaikan patut di apresiasi. Karena mengingat media tidak hanya digunakan kepada hal kebaikan, juga bisa digunakan kepada hal keburukan. Seperti judi online, menebar fitnah dan sebagainya.

*“Saya lebih memilih media digital daripada media cetak, karena yaa kita kembali lagi ke zaman. Yang mana penggunaan gadget di Indonesia berada diposisi ketiga terbesar di dunia, lagipula media juga banyak yang digunakan sebagai dakwah dan mengakses informasi keilmuan”.*<sup>83</sup>

Berbicara dengan perkembangan zaman, pada dasarnya bermula pada saat revolusi transportasi dan elektronika mulai memperluas dan mempercepat laju dalam segala aktivitas terutama yang ada pada kehidupan manusia. Jasa telekomunikasi senantiasa mengikuti arus perkembangan zaman. Maka dakwah juga harus ditingkatkan lagi eksistensinya untuk menggunakan media digital sebagai penyebar pesan dakwah.

Senada dengan yang disampaikan oleh salah satu responden. Ia termasuk salah satu anggota organisasi milenial.

*“Memang sudah zamannya ya di dunia yang digitalisasi ini saya kira adanya digital itu kan mempermudah pekerjaan, memahami nilai agama yang mungkin belum saya ketahui yang selama ini terbatas, kini dipermudah dengan adanya digitalisasi, kalau bertanya ke ustadz atau kyai langsung akan memakan waktu, takut gak hangat lagi kalau masih menunggu”.*<sup>84</sup>

---

<sup>83</sup> Moh. Zaini, Wawancara, 16 Juni 2022

<sup>84</sup> Umarul Faruq, Wawancara, 16 Juni 2022

Begitulah yang disampaikan oleh responden terhadap digital, ia menyatakan bahwa kemajuan digital lebih mudah digunakan dapat membantu situasi yang buntu dalam meningkatkan wawasan dan mencari ilmu pelajaran dibuku yang di PDF kan di digital maupun memahami agama lewat digitalisasi dakwah. Dengan adanya digital dakwah ini semua orang bisa mengaksesnya tanpa mengeluarkan banyak biaya dan menyita waktu.

Setiap khallayak memiliki pendapat masing-masing, termasuk dalam penggunaan media digital dakwah. Milenial memiliki ketergantungan kepada smartpone maupun alat canggih digital lainnya. Era milenial hidup pada arus perkembangan zaman, khususnya teknologi. Memahami agama saja mereka lebih memilih yang instan. Seperti yang disampaikan oleh responden yang berhasil peneliti wawancara.

*“zamannya memang sudah dunia teknologi. kalo searching tentang agama pasti ada apalagi sekarang bisa melalui sosmed dan lain sebagainya disana pasti ada cuplikan” dakwah, ceramah dll, termasuk di tiktok ada, dan ada orang Kyai di Bangkalan yang menggunakan tiktok sebagai media dakwah. Sebut saja KH Kholil Yasin. sering searching di internet tentang hal-hal agama.”<sup>85</sup>*

Kesamaan yang peneliti dapatkan dari beberapa narasumber generasi milenial yang terhimpun pada organisasi milenial sintesa mereka membaca, menonton keagamaan melalui digital dakwah dari beberapa bentuk digital seperti twitter, youtube, facebook dan aplikasi digital lainnya, memanfaatkan dengan tujuan menambah wawasan, memahami agama yang dirasa sulit untuk dimengerti. Tidak hanya itu media digital dakwah menjadi pengingat pada keutamaan-keutamaan ibadah yang diamalkan dalam sehari-hari. Sehingga dapat menjadi

---

<sup>85</sup> Nur Faizah, Wawancara, 14 Juni 2022

penasihat dan penambah ilmu agama, juga merefresh ilmu yang sudah hampir memudar dalam ingatan. Dengan adanya media digital dakwah dapat meningkatkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT.

Pernyataan ini diperkuat oleh salah satu responden, dia berprofesi sebagai pegawai analisis peradilan agama (CPNS Mahkamah Agung RI) di Pengadilan Negeri Bangkalan. kepala yayasan di pondok pesantren Al-Ibrohimi.

*“Yaa kerana saat perkembangan teknologi memasuki era digital, sehingga saya juga harus mengikuti perkembangan itu. Dibalik semua kebutuhan sudah bisa diakses melalui aplikasi digital, maka saya juga memanfaatkan media digital ini sebagai bentuk menamabah wawasan saya seputar keagamaan, juga merefresh ilmu agama yang sudah saya pelajari dulu”.*<sup>86</sup>

Sebagaimana pernyataan ini sudah jelas bahwa adanya digital dakwah sangat menguntungkan bagi para pendakwah maupun khallayak. Para pendakwah juga harus mengikuti arus perkembangan zaman, tidak hanya dalam arus ekonomi saja, tapi dakwah juga terlibat didalamnya. Contoh yang diberikan oleh responden pada proses wawancara bahwa perkembangan teknologi memasuki era digital sehingga menimbulkan pergerakan sosial ekonomi masyarakat melalui digitalisasi untuk menunjang teknologi, sebut saja jasa ojek yang menyediakan layanan digital seperti Go-Jek atau layanan kesehatan yang menyediakan layanan digital seperti Halo Doc. Dengan berlandaskan itu sudah seharusnya media dakwah juga membutuhkan digitalisasi untuk terus mengikuti perkembangan zaman saat ini yang serba digital.

---

<sup>86</sup> Aga Reza Fikri, *Wawancara*, 17 Juni 2022.

*“Saya butuh keadaan digital dakwah untuk menyeimbangi perkembangan zaman kalo kita ikut era 3.0 jadi kita kurang mengakses informasi yang melalui media internet apalagi media dakwah jika tidak mengikuti perkembangan itu otomatis akan ketinggalan informasi jadi harus pintar” menggunakan media apalagi media dakwah agar tidak tertipu oleh orang yang non muslim”<sup>87</sup>*

Apa yang disampaikan oleh informan bahwa media memang benar-benar membantu dirinya dalam menambah wawasan, pengetahuan, juga kegamaan. Ia menjelaskan untuk membeli kitab-kitab kegamaan yang memang tebal-tebal sangat mahal bagi dirinya. Dengan adanya media digital semua buku yang berbentuk PDF mudah didapatkan, pendakwah yang sulit dijangkau untuk hadir langsung, dengan adanya media digital seperti youtube sudah bisa diakses lewat media tersebut.

#### **b. Waktu dan Biaya.**

Kelebihan digital dakwah dengan menggunakan jaringan internet, isi dakwah menjadi lebih variatif. Artinya, hadirnya teknologi digital dakwah memberikan banyak cara untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Selain diksi dan literature, materi dakwah bisa berbentuk gambar, audio, *e-book* dan video, sehingga khalayak dapat memilih sesuai dengan media yang digemari. Dengan menyediakan dakwah dalam bentuk digital diinternet, khalayak tidak perlu datang pada sumber dakwah dan membeli buku untuk menjawab masalah yang dihadapi, dengan demikian, lebih hemat tenaga dan biaya untuk mendapatkan informasi. Seperti yang disampaikan oleh mahasiswa UTM Bangkalan ini, yang aktif pada organisasi milenial sintesa ini yang pada dasarnya hanya mengenyam pendidikan formal saja.

---

<sup>87</sup>Syaiful Bahri, *Wawancara*, 16 Juni 2022

*“karna di internet lebih simple karna waktu tidak memadai dengan aktivitas sehari-hari saya, media digital mudah diakses, kapanpun saya butuh itu tinggal buka di smartphone saya”<sup>88</sup>*

Mendengarkan dakwah dapat dinikmati secara bersamaan meski berada ditengah-tengah kesibukan aktifitas sehari-hari merupakan kelebihan yang dimiliki oleh digitalisasi dakwah. Aplikasi digital seperti youtube dapat diputar dan didengarkan sambil lalu mengerjakan aktifitas lainnya, ini lah yang menjadi alasan mereka memilih media digital. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Bidan yang saat ini masih aktif di Puskesmas Socah Bangkalan.

*”Saya memilih media karena saya sedikit sibuk, disamping saya harus dinas di pukesmas saya bisa mendengarkan dakwah lewat media, karena bisa digunakan secara bersamaan dengan aktifitas saya, selain di Puskesmas saya juga olshop (jualan) di media, facebook, Instagram, tik-tok maupun status whatshap. Waktu senggang saya lihat-lihat youtube untuk lihat pengajian, tapi kalau untuk datang ke pengajian itu ada jadwalnya, takut tidak bisa menyesuaikan waktu dengan waktunya saya. Yaaa karena digital juga lebih praktis”<sup>89</sup>*

Media digital memberikan inovasi baru bagi para pendakwah, dengan adanya media digital dakwah dapat dinikmati oleh khalayak sesuai dengan keinginan media yang khalayak sukai. Selain itu juga pesan-pesan dakwah dapat dinikmati tanpa mengatur waktu, juga tidak perlu berbondong-bondong hadir kepengajian secara langsung, atau menyiapkan serah-serahan agar menerima pesan dakwah dari kyai, ustadz, kapanpun dan dimanapun khalayak inginkan dapat meng aksesnya.

<sup>88</sup> Hamim, *Wawancara*, 14 Juni 2022

<sup>89</sup> Alvy Noer Maulidina Asyari, *Wawancara*, 13 Juni 2022.

*“Secara umum kaum milenial sekarang itu lebih suka yang praktis dan keperaktisan semuanya ingin simpel, gak mau ribet dan kebanyakan juga ketika kita kalau saya pribadi untuk mikir terlalu dalam itupun juga sangat sulit, hadir ke pengajian langsung itu sangat sulit karena terbentur oleh aktifitas dan menyita waktu. Dan itu bukan saya tidak ingin hadir kepengajian langsung, cuman saya dibatasi oleh waktu dan keadaan yang tidak bisa memungkinkan untuk hadir, jadi aya itu hanya mengonsumsi media-media yang mungkin itu sesuai dengan ajaran agama”<sup>90</sup>*

Agama dan perkembangan digital dilihat dari kaca mata dakwah merupakan kegiatan yang dapat dilihat secara praktis dan teoritis, artinya agama dapat dikembangkan dari segi ilmu pengetahuan dan perkembangan digitalisasi dakwah merupakan prakteknya dilapangan. Melihat generasi milenial tidak bisa dilepaskan dari media massa yang mengelilingi mereka.

*“Karena saat ini khususnya millennial dikelilingi oleh kehidupan digital sehingga dengan adanya digitalisasi dakwah justru lebih memudahkan muslim millennial untuk mengakses media dakwah”<sup>91</sup>*

Generasi muslim milenial dilahirkan beriringan dengan perkembangan arus media digital. Seperti media sosial youtube, tiktok, instagram dan beberapa aplikasi media sosial lainnya. Sehingga generasi ini tidak akan pernah lepas dengan kecanggihan teknologi. Lebih-lebih teknologi digital yang tersambung pada koneksi internet yang mudah diakses menggunakan smarphone yang mereka miliki.

*“saya pribadi yang hidup di era sekarang tidak bisa lepas dari digitalisasi, mudah tidak banyak mengeluarkan*

<sup>90</sup> Kholilurrahman, Wawancara, 28 April 2022

<sup>91</sup> Aga Reza Fikri, Wawancara, 17 Juni 2022

*biaya, juga dakwah yang disampaikan dimedia sangat mudah difahami, jika tidak faham bisa diulang-ulang atau mencari penjelasan lain yang lebih mudah dimengerti. tinggal beli paketan sudah bisa menikmati internet karna bagi saya adalah kebutuhan emosional,”*<sup>92</sup>

Senada pernyataan diatas dengan yang disampaikan oleh responden lainnya. Bahwa media digital yang berbentuk media sosial memudahkan mereka dalam segala bentuk urusan, termasuk mencari penjelasan pesan agama yang tidak mereka fahami secara jelas.

*“Saya kira adanya digital itu kan mempermudah pekerjaan, yang selama ini kita terbatas dipermudah dengan adanya digitalisasi”*<sup>93</sup>

*“motif saya untuk mencari ilmu tentang agama melalui digitalisasi karna yang pertama efektivitas waktu dan yg kedua menghemat finansial karna saya dari aktivitas kesibukan saya yang mau hadir ke pengajian itu susah jadi media digital mempermudah saya yang haus ilmu yang tidak langsung datang ke pengajian”*<sup>94</sup>

Tranformasi berita yang biasanya dicetak sekarang sudah dimuat melalui website sesuai dengan plat form masing-masing. Seperti koransindo, Jawa pos, Detik.Com dan beberapa plat-form berita lainnya sudah bisa diakses melalui aplikasi digital, sehingga banyak generasi milenial enggan membaca secara cetak, mereka lebih memilih yang berbentuk media digital online. Dengan beralasan bahwa lebih mudah dijangkau, mudah diakses, murah dan ramah waktu.

<sup>92</sup> Syaiful Bahri, Wawancara, 16 Juni 2022

<sup>93</sup> Umarul Faruq, Wawancara, 16 Juni 2022

<sup>94</sup> Moh. Suhli, Wawancara, 11 Juni 2022

*“Dan untuk media cetak itu sendiri sekarang ini banyak –bukan ditinggalkan ya-, tapi lebih seperti kurang diminati oleh kaum-kaum milenial karena tidak praktis, misalnya masih mau beli ini, beli itu, jadi harus mengeluarkan uanglah untuk membeli media- media cetak tersebut, seperti koran, majalah dan semacamnya”<sup>95</sup>*

Dalam menghadapi perkembangan zaman, pendakwah mempunyai peran besar dengan landasan amaliah keimananya. pendakwah harus mampu memberi benteng pengaruh arus perkembangan digital. Dengan cara menggunakan digital untuk mengimbangi arus perkembangan media digital tersebut, tidak hanya mengimbangi tetapi juga harus lebih menguasai media digital dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah. Seperti yang disampaikan oleh responden bahwa kepraktisan media menjadikan mereka memilih media digital untuk menambah wawasan dan pengetahuan agama lewat digitalisasi dakwah.

*“Memudahkan kita memilih sesuai kebutuhan, dan yang sesuai yang kita ingin konsumsi informasi dakwah tersebut. Bisa mengakses sambil rebahan. Praktis sudah pokoknya”<sup>96</sup>*

Pernyataan diatas didukung oleh responden lain yang menyatakan serupa. Bahwa dengan adanya digitalisasi dakwah yang berbentuk aplikasi media sosial menjadikan mereka dapat mengakses dan menikmati kajian keagamaan diwaktu senggang.

*“Digital dakwah itu lebih mudah didapatkan, media dakwah lebih efisien, lebih mudah diakses dapat meminimalisir waktu yang ada, tidak berbenturan dengan*

---

<sup>95</sup> Moh. Zaini, Wawancara, 16 Juni 2022

<sup>96</sup> Ifa Zakia, Wawancara, 14 Juni 2022

*kegiatan yang lain. Bisa di dengarkan ketika waktu istirahat, senggang*<sup>97</sup>

### c. Mudah Diakses dan Difahami

Kemudahan akses media tergantung pada kemampuan dan kemahiran khalayak menggunakan media digital. Namun pada dasarnya milenial sudah tidak bisa dipungkiri lagi bahwa generasi ini mampu mengoperasikan media digital dengan sangat mudah, apalagi sudah banyak tutorial yang meng edukasi para khalayak dalam memecahkan masalah. Mulai dari cara mengakses media ataupun permasalahan lainnya. Muslim milenial lebih suka menggunakan media online untuk mendapatkan refrensi yang mereka butuhkan.

*“Sebenarnya media lama yang berbentuk cetak, seperti kitab al-hikam karangannya Ibnu Athaillah yang menurut saya kemahalan untuk membeli cetakannya. atau hadir ke pengajian langsung bukan tidak diminati tapi karena harus menyempatkan waktu tenaga dan mengeluarkan uang. Sedangkan kalau di media digital kita kan tinggal mengunjungi lamannya saja. Seumpama tafsir-tafsir Al-misbah dll, kita hanya tinggal meng-klik websitenya saja begitu juga dengan media-media lainnya. Jadi lebih efisien, murah, menyingkat waktu, dan tidak buang-bunag tenaga*<sup>98</sup>

Media digital menjadikan generasi muslim milenial dimanjakan dengan akses media yang semakin mudah, mereka lebih memilih mengakses dan mendownload buku melalui internet dengan beralasan bahwa buku sudah banyak diterbitkan secara PDF. Sehingga mereka tidak lagi harus mengeluarkan uang untuk mencari refrensi. Ditambah lagi media menyediakan bermacam-macam refrensi,

<sup>97</sup> Nur Faizah, Wawancara, 14 Juni 2022

<sup>98</sup> Moh. Zaini, Wawancara, 16 Juni 2022

diantara jurnal penelitian, website keagamaan, buku-buku jarangan ulama terdahulu juga bisa diakses.

*“Tujuannya itu, kalau kita masih mau cari referensi yang memang masih dicari di buku, itu kan kadang- kadang masih lihat daftar isinya, kemudian mencari bab dan halaman yang membahas tentang sub tema tersebut. Sedangkan di media sosial kan ketika kita meng-klik maka akan langsung muncul dengan penjelasannya beserta halamannya yang begitu komplit. Dan di media sosial itu juga kan pilihannya lebih banyak, semisal jurnal atau hasil-hasil penelitian yang lain kan sudah ada. Jadi tidak hanya berpatokan pada satu pedoman atau referensi, apalagi sekarang buku- buku juga banyak yang di-PDF- kan, jadi akan lebih mudah dan lebih irit”<sup>99</sup>*

Dakwah juga dikemas dengan berbagai inovasi media yang menunjang kreatifitas pendakwah dalam menyampaikan pesan dakwah, sehingga pesan-pesan dakwah yang disampaikan tidak bosan ketika dinikmati, tidak hanya itu, pesan dakwah yang dimuat dalam bentuk media digital dapat diputar secara berulang-ulang sampai penggunanya faham dengan apa yang dijelaskan pada media dakwah tersebut. Media dakwah yang secara online dapat di share kesiapa saja untuk disebarluaskan kepada khalayak. Dengan alasan itu generasi milenial memilih media sebagai alat untuk menambah wawasan ilmu ke agamaan.

*“Karena pesan agama yang dimuat pada media dakwah digital dikemas dalam bentuk ringan dan mudah dipahami oleh siapa saja, dapat di tonton berkali-kali dan dapat diakses dimana saja serta dapat di bagikan ke siapa saja”<sup>100</sup>*

---

<sup>99</sup> Umarul Faruq, Wawancara, 16 Juni 2022

<sup>100</sup> Aga Reza Fikri, Wawancara, 17 Juni 2022

Pernyataan ini juga disampaikan oleh responden yang berhasil peneliti temui, bahwa media dapat dengan mudah mengakses ustadz, maupun kyai yang lagi viral dimedia sosial, youtube, instagram, tiktok yang aplikasi lainnya. tinggal menulis nama dan alamat yang ingin dinikmati dimedia sosial akan keluar secara otomatis. Khalayak tinggal melanjutkan pada materi apa yang ingin mereka dengarkan.

*“Kaum milenial sekarang itu lebih suka yang praktis dan keperaktisan, semuanya ingin simpel, dimedia itu mau cari ustadz dan kyai siapa saja tinggal tulis namanya keluar sudah, ingin memahami apa saja keluar. Apalagi tentang ibadah sehari-hari”<sup>101</sup>*

Media tidak hanya bisa dinikmati secara tulisan maupun berbentuk audio atau suaranya saja, akan tetapi juga bisa dinikmati secara visual yang berbentuk video sehingga dapat dengan mudah difahami oleh khalayak. Seperti yang disampaikan oleh responden ini.

*“Orang yang menyampaikan dapat memperagakan serta mencontohkan, jadi lebih lengkap, lebih faham, terus juga refrensinya itu juga banyak begitu, jadi gak hanya ustadz-ustadz itu-itu saja. Misalnya syaihk ali jabir, nanti juga bisa jadi refrensi dari ustadz yang lainnya. Kalau bingung saja saya lihat youtube, tapi kalau tiktok sudah faham semuanya, enggak saya gak ke youtube. Saya pengguna tiktok karena sekarang tiktok tidak hanya sisi negatif tapi banyak para pendakwah yang menggunakan tiktok”<sup>102</sup>*

Alasan lain yang disampaikan oleh responden, bahwa media dapat membantu mengartikan tatacara membaca kita kuning (kitab tanpa harokah) sehingga dengan mudah bagi mereka memahami kitab

---

<sup>101</sup> Kholilurrahman, Wawancara, 28 April 2022

<sup>102</sup> Alvy Noer Maulidina, Wawancara, 13 Juni 2022

tersebut, ditambah lagi dia mengikuti kajian yang dimedia yang menjelaskan kitab tersebut.

*“Saya liat di medianya Gus Baha kalau mencari referensi tafsir ada juga di chrome di google tapi saya ga bisa baca kitab jadi Kembali ke efektifitas dan efisiensi jadi saya mendengarkan salah satu ceramah tapi saya sering dengarkan ceramahnya gus baha”. (Moh. Suhli)*

Teknologi informasi sudah seharusnya para pendakwah menguasainya. Melihat generasi muslim milenial tumbuh paralel dengan perkembangan digital. Pendakwah bisa mengambil peluang strategis dalam melakukan dakwah Islamiyah yang ramah, toleran dan damai. Disamping itu generasi milenial bisa terlibat aktif dalam gerakan keagamaan yang berbasis sosial media. Kegiatan dakwah Islam perlu menyesuaikan dengan konteks kekinian generasi milenial. Karakteristik yang berpikir positif, produktif, kreatif, percaya diri, bersemangat dalam meningkatkan wawasan. Media adalah yang menjadi penyokong utama bagi generasi milenial, dilihat dari kehidupan mereka yang tidak bisa lepas dengan adanya gadget atau smartpone. Seperti yang disampaikan oleh salah satu responden yang berhasil peneliti jumpai. Meski dia sebagai mahasiswa aktif di STKIP Bangkalan, dia juga aktif sebagai karangtaruna di desanya (Desa Amparaan) sekaligus membantu masyarakat dalam membuat Akta maupun KTP.

*“lah bukan ga barokah kalo barokah itu kan tuhan yang menentukan, nanti kalo kurang kan ga efektif untuk perkembangan kita dan perkembangan manusia disekitarnya soalnya kehidupan sekarang itu tidak lepas dari internet atau media, saya pribadi yang hidup di era sekarang tidak bisa lepas dari digitalisasi, karna bagi saya adalah kebutuhan emosional, Ketika saya kurang paham atau mendapat kesulitan akan agama saya tetep browsing karna sekarang*

*itu ada istilah mbah google yang mana 1 dari 100 itu memenuhi kebutuhan kita walaupun dikaitkan dengan agama kurang barokahnya dan seandainya tidak ketemu itu saya tidak masalah yang penting saya ingat apa yang saya butuhkan seperti Al Qur'an hadits dan lain sebagainya, saya browsing hampir setiap hari ya kadang lupa-lupa ingat terkait tentang materi tersebut".<sup>103</sup>*

Dari pernyataan ini internet dan media sosial menjadi refrensi Ilmu keagamaan yang condong lebih mudah difahami bagi generasi milenial. Sifat yang terbuka dan memiliki pemikiran yang luas, juga lugas, barokah dalam menuntut ilmu menjadi prioritas belakang bagi mereka. Karena yang paling utama menambah wawasan adalah hal yang paling utama terkait keagamaan. Tentunya masyarakat *urban middle-class milenials* yang berfikiran terbuka dan rasional menjadikan internet sebagai alternatif sumber ilmu. Namun implikasi hadirnya digital dakwah dapat menggantikan peran ulama/kyai, juga hilangnya nilai jihad mencari ilmu dan pendekatan murid pada kyainya.

## **2. Organisasi Milenial Sintesa Menentukan Preferensi Media Digital Dakwah.**

Digitalisasi dakwah adalah media atau alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah.<sup>104</sup> Jika pesan dan media digunakan secara tepat dan sesuai dengan kaidah-kaidah Islam maka akun media tersebut akan sangat banyak diminati oleh khalayak, begitupun para pendakwah jika yang disampaikan sesuai dengan al-Quran dan Hadits melalui orasinya, maka pendengarnya pun juga semakin bertambah.

Arus perkembangan zaman ditandai dengan banjirnya informasi yang tidak terbendung. Informasi kini menjadi barang yang mudah

---

<sup>103</sup> Syaiful Bahri, Wawancara, 16 Juni 2022

<sup>104</sup> Fitri, "Mencari Tuhan Melalui Digital Narrative Di Era Post-Truth Dan Implikasinya Dalam Studi Islam."

didapat, bisa diakses secara massa. Bahkan apa yang tersedia di internet kadang tidak perlu dicari. Informasi itu kadang datang sendiri melalui notifikasi media yang khalayak miliki.<sup>105</sup> Di Twitter misalnya, saat khalayak mengikuti akun-akun media, secara otomatis akan menerima berita yang dibagikan tanpa mencari ataupun dicari oleh khalayak itu sendiri. Bahkan ketika mengikuti akun pribadi pun, dapat mereka ret-weet dari akun-akun berita yang menurut mereka benar.

Oleh karena itu, khalayak seharusnya lebih selektif dalam mengkonsumsi media digital, khususnya yang berkaitan dengan kajian agama (dakwah), generasi muslim milenial khususnya. Lebih selektif dalam memilih kajian dakwah, meski pada dasarnya informasi tersebut diunggah oleh para pendakwah. Karena belum tentu yang memberikan informasi sesuai dengan kaidah dan unsur-unsur pesan dakwah. Namun muslim milenial yang ada di Bangkalan khususnya yang menjadi anggota organisasi milenial sintesa memiliki cara sendiri dalam menyeleksi pesan dakwah, diantaranya :

**a. Menilai Dari Kredibilitas Pendakwah.**

Kapasitas pendakwah juga perlu diperhatikan ketika ingin mendengarkan kajian yang akan dikonsumsi. Mengingat media dapat digunakan oleh siapa saja, dan semua orang dapat mengunggah apa yang ingin mereka unggah. Oleh karena generasi muslim milenial melihat kapasitas pendakwah yang menyampaikan seperti yang telah disampaikan oleh responden.

*“Dalam mencari media yang berkenaan dengan spiritual atau keagamaan, saya hanya menyortir beberapa media yang direkomendasikan oleh Kyai saya, seperti media-media info online, dan Aswaja online, yang basisnya mungkin tidak jauh berbeda dengan lulusan Kyai saya dulu waktu beliau mondok. Pesan beliau kalau mendengarkan*

---

<sup>105</sup> Wahyu Budiantoro, “Dakwah Di Era Digital,” *Komunika* 11, no. 02 (2017).

*media dakwah tidak boleh di dengarkan semua, melainkan harus ada perbandingan. Ya seumpama si A ceramahnya begini dan si B ceramahnya begini, maka diambil sisi positifnya saja. Kita sebagai masyarakat ataupun yang katanya manusia sebagai makhluk yang bersosial jangan terpaku pada kontekstual”<sup>106</sup>*

Serupa dengan yang disampaikan oleh reponden lainnya bahwa mengkonsumsi media dakwah juga harus melihat kapasitas dan kredibilitas pendakwahnya.

*“Yang menjadi referensi utama dalam kejelasan sesuatu di media adalah sumber atau siapa yang punya media tersebut dan yang menyebarkannya, karena sekarang banyak media- media bodong seperti media- media online kan sekarang banyak sisi lain media online itu sebagai hal positif dan pasti banyak juga hal negatifnya. Jadi untuk terhindar dari hal negative itu saya memastikan media itu asalnya dan yang menyebarkannya, jadi tidak asal percaya begitu saja”<sup>107</sup>*

Banyak informasi yang menyampaikan pesan dengan memanipulasi akun dari salah satu tokoh yang terkenal. Sehingga timbullah informasi yang hoaks, dan bukan sumber asli yang menyampaikan, atau ada sebagian oknum yang memotong pesan dakwah tersebut sehingga timbullah fitnah dan kebencian. Maka dari itu responden lebih memilih mengikuti akun pendakwah yang dimilikinya secara resmi. Seperti responden yang satu ini.

*“Hal yang pertama menurut saya pribadi tentunya adalah melihat akunnya, akun atau media yang mem-posting atau memuat berita tersebut. “media online apa itu?”. Kalau kajian atau ceramah lihat dulu kyainya siapa? Kita lihat*

---

<sup>106</sup> Moh. Zaini, Wawancara, 16 Juni 2022

<sup>107</sup> Umarul Faruq, 16 Juni 2022

*secara legalitasnya. kalau bicara akun maka kita lihat secara akunnya, katakanlah mengaji, saya melihat kepada potensi orangnya, secara objektif saja, kalau bagi saya seumpamanya Gus Kausar seumpama, ada Gus Baha', ada Kyai Holil Yasin, Kyai Musleh, Ust. Abdul Somad. Dari beberapa orang itu memang itu menjadi salah satu referensi saya dalam menambah wawasan saya”<sup>108</sup>*

Banyak usyadz-ustadz kondang yang menggunakan digital sebagai media dakwah, sehingga pesan yang disampaikan juga tersebar luas kepenjuru negeri, sehingga membuat mereka viral dan penyampaian dakwahnyapun dapat diterima dan difahami dengan mudah oleh khalayak. Sehingga menjadi rujukan bagi muslim milenial dalam memahami agama.

*“Saya menyaring pesan dakwah itu sesuai dengan kredibilitas ustadznya. Kalau ustadznya sesuai dengan ajaran saya, khususnya ajaran Islam yang lurus, sesuai dengan yang diajarkan guru saya dulu, yaa saya menonton itu. Jadi dilihat dari pembicaraanya, kalau pembicaraanya menurut saya itu tidak setujuannya yaa saya tidak mengikuti. Contohnya ustadz yang saya lihat kayak Syaikh Ali Jabir, Ustadz Abdul Somad, ustadz Adi Hidayat dan Kyai yang lagi viral di Madura ustadz Khalil Yasin”<sup>109</sup>*

Pernyataan yang disampaikan diatas juga diperkuat oleh responden lainnya bahwa keviralan tokoh dan penilaian masyarakat juga menjadi salah satu nilai kredibilitas bagi pendakwah dan kepercayaan pendengar khususnya.

*“Sering saya jadikan refrensi itu banyak salah satunya Dr zakir naik, syeikh Ali jaber, ustad Abdul Somad dan msih banyak yg lain, karena menurut saya kayak atau*

<sup>108</sup> Kholilurrahman, Wawancara, 28 April 2022

<sup>109</sup> Alvy Noer Maulidina, Wawancara, 13 Juni 2022

*pendakwah yang saya sebutkan itu sesuai dengan ajaran agama Islam yang lurus. Terutama Dr. Zakir Naik sangat ilmiah dan selalu menyertakan dalil-dalil dari al-quran maupun dari kitab-kitab yang diturunkan kepada rasulnya”<sup>110</sup>*

Berbeda dengan salah satu responden yang saya temui. Dia memiliki patokan pendakwah untuk dikonsumsi. Selain menilai dari kapasitas keilmuan, juga melihat ketokohan pendakwah tersebut. Jika termasuk yang golongan sebagai keturunan ulama atau tokoh NU, maka mengikuti dan menerima pesan-pesan dakwah tersebut.

*“Ketika saya sedang searching dan muncul tokoh yang lain tapi penjelasannya beda dengan gus baha jadi saya menyaring atau melihat dulu bagaimana kapasitas ustnya atau tokohnya jadi saya ini tanpa melihat tokoh” lain saya lebih ngikut ke ulama atau tokoh NU”<sup>111</sup>*

#### **b. Mendiskusikan dan Bertanya Pada Yang Lebih Alim (Pintar)**

Feby Indirani mengategorikan bahwa Generasi milenial mengutamakan keberagaman atau keislaman dalam gaya hidup keseharian. Muslim milenial Indonesia lebih suka mengkaji dan berdiskusi mengenai nilai-nilai keislaman dalam gaya hidup sehari-hari dari pada belajar secara tradisional dalam agama. Kegemaran mereka condong pada kajian-kajian dengan tema yang praktis sesuai dengan keseharian, seperti cara berpakaian, berperilaku terhadap tetangga, berbakti kepada orang tua, batasan antara wanita dan peria, menjaga lingkungan dan sebagainya.<sup>112</sup>

Ini sesuai dengan pernyataan responden yang berhasil peneliti wawancarai bahwa mereka condong mendiskusikan pesan dakwah

<sup>110</sup> Hamim, Wawancara, 14 Juni 2022

<sup>111</sup> Moh. Suhli, Wawancara, 11 Juni 2022

<sup>112</sup> Indirani, "Relaksasi Beragama, Sebuah Pendekatan Dari Dan Untuk Muslim Milenial," Dalam *Muslim Milenial: Catatan & Kisah Wow Muslim Zaman Now*, Ed. Subhan Setowara, Hal. 158.

dari hasil media digital yang mereka konsumsi kemudian didiskusikan kepada teman-temannya.

*“Saya kadang nanya ke teman-teman atau seseorang dari hasil video yang saya liat tadi nanya pendapatnya bagaimana konkrit apa tidak Ketika banyak yang sependapat saya bisa mempercayai dari yang dijelaskan di internet tersebut”<sup>113</sup>*

Diskusi jika tidak ada dari salah satu mereka yang memiliki keilmuan mumpuni, atau diatas dari kawan sebayanya. Maka perlu mengambil tindakan untuk berdiskusi dengan ustadz, pendakwah yang faham terakait permasalahan yang mereka diskusikan. Seperti yang dilakukan oleh salah satu responden ini.

*“Kita itu pengennya yang instan ga usah jauh-jauh belajar ke kyai langsung boleh la tapi setidaknya kita minta saran atau belajarlh setidaknya ke temen yang lebih paham, contoh seperti saya seumpama ga tau tentang hal apa gitu tapi saya ingin cepet tau tanpa adanya belajar ke guru saya browsing tapi saya juga minta saran dan berdiskusi, belajar ke temen saya yang lebih paham”<sup>114</sup>*

Senada dengan yang disampaikan oleh rerponden selanjutnya, tidak jauh beda dari cara mereka menyerap pesan-pesan dakwah yang sulit difahami.

*“langsung saja rujuk tokohnya siapa dan yang ceramah siapa karna kalau dari google Ketika baca-baca kitab disana dan ada yang disalahkan akibatnya itu sangat fatal jadi menurut saya lebih baik langsung ngerujuk ke ceramah tokoh-tokoh yang terpercaya nanti disana dijelaskan dalilnya apa dan tafsirnya apa dan kalau masih bingung langsung datang aja ke kyai sekiranya mempunyai*

---

<sup>113</sup> Hamim, Wawancara, 14 Juni 2022

<sup>114</sup> Syaiful Bahri, Wawancara, 16 Juni 2022

*kapasitas ilmu, berdiskusi dengan teman disekitarnya yang keilmuannya mumpuni”<sup>115</sup>*

Mempertimbangkan pesan dakwah yang disampaikan oleh pendakwah yang sulit difahami adalah bentuk kehati-hatian dalam memahami ilmu, khususnya yang berkaitan dengan ibadah sehari-hari, karena jika pesan itu tidak sesuai dengan syariat agama, maka fatal pemahamannya. Menimbang dan membandingkan dengan referensi lain adalah tindakan yang diambil oleh generasi milenial. Seperti yang disampaikan oleh responden yang diwawancarai peneliti.

*“Biasanya saya sama teman-teman kampus maupun di kos kalau ada dakwah dimedia yang benar-benar belum saya fahami dan temui ketika belajar dikelas. Saya mendiskusikan dengan teman saya. Yaa intinya jangan dimakan mentah-mentah istilahnya.”<sup>116</sup>*

Banyak ummat Islam memiliki pedoman masing-masing dalam beribadah, sesuai dengan imam yang mereka ikuti. Maka pendakwahpun tentunya memiliki pemikiran yang berbeda terhadap amaliyah sehari-hari, sehingga dapat membingungkan bagi para pendengarnya. Sehingga salah satu responden ini memilih diskusi dengan teman-teman yang lain agar menemukan titik temu.

*“saya kebingungan disebabkan banyaknya pendapat dari pendakwah bahwa ketika haid tidak boleh keramas, ada juga yang membolehkan. Karena kebingungan dimedia. Karena kebingungan itu saya kadang bertanya ke teman, sekalian berdiskusi, jadi rame itu kadang dikosan”<sup>117</sup>*

---

<sup>115</sup> Moh. Suhli, Wawancara, 11 Juni 2022

<sup>116</sup> Ifa Zakia, Wawancara, 14 Juni 2022

<sup>117</sup> Nur Faizah, Wawancara, 14 Juni 2022

### 3. Intensitas Personal Organisasi Milenial Sintesa Dalam Penggunaan Media Digital Dakwah.

Dakwah tidak hanya dilakukan di dunia nyata, namun juga bisa dikembangkan di dunia virtual. Dahulu, dakwah secara intelektual di seluruh dunia Islam dibatasi oleh kurangnya media komunikasi. Tetapi kini, teknologi, informasi dan komunikasi telah menciptakan lingkungan sumber daya Islam yang dapat diubah menjadi bentuk digital sehingga mudah didistribusikan secara global. Sebab internet sekarang ini menjadi media yang mudah dan praktis untuk mengetahui berbagai persoalan keagamaan, dari masalah ringan seputar ibadah sampai dengan persoalan yang pelik sekalipun, semua sangat mudah untuk diketahui dan didapatkan. Google sebagai bagian dari internet seringkali dijadikan sebagai sumber dan rujukan utama untuk mendapatkan pengetahuan keagamaan.<sup>118</sup>

Namun, disadari atau tidak, digital menguasai aktifitas kehidupan sehari-hari mereka. Sehingga, memiliki rasa ketergantungan terhadapnya. Dari jawaban responden yang berhasil diwawancarai oleh peneliti bahwa mengarah pada kekuasaan teknologi digital, khususnya smartphone.

*“Untuk penggunaan media digital, dalam 24 jam itu sangat mendominasi. Mungkin sekitar 18 jam dan selebihnya, main-main dan ngopi bareng teman-teman. Tapi memang lebih sering memainkan media digital, terlebih yang berbentuk gadget. Karena memang menjadi sarana komunikasi utama untuk zaman-zaman sekarang.”*<sup>119</sup>

Selama 18 jam muslim milenial memiliki keterikatan terhadap teknologi digital, khususnya smartphone yang memang menemani aktifitas kesehariannya. Dalam situasi tertentu teknologi digital memudahkan mereka dalam menghadapi kebuntuan. Makan, berjalan, menemukan arah,

<sup>118</sup> Syaifuddin and Moh Ali Aziz, “Dakwah Moderat Pendakwah Nahdlatul Ulama’ (Analisis Konten Moderasi Beragama Berbasis Sejarah),” *Jurnal Al-Hikmah* 15, no. 01 (2020).

<sup>119</sup> zaini

mengetahui segala hal tentang duniapun bisa diakses hanya dengan waktu beberapa detik saja. Muslim milenial terperdaya oleh kemudahan dan kecanggihan akses digital.

Senada dengan yang disampaikan oleh responden berikutnya, bahwa adanya digital menjadi teman hidupnya sehar-hari, hampir setiap hari dalam aktifitasnya menggunakan gadget yang termasuk salah satu teknologi digital.

*“Saya memang membutuhkan teknologi terutama gadget, bangun tidur sampai mau tidurpun biasanya yang dicari langsung gadget. Hampir 24 jam saya menggunakan digital. Terutama aplikasi-aplikasi instant seperti youtube, intstagram, twitter dan aplikasi lainnya”.*<sup>120</sup>

Ketergantungan terhadap perkembangan dan kecanggihan teknologi digital memang sangat mengubah sosialisasi masyarakat muslim milenial, adanya ketergantungan ini secara tidak langsung, mereka dikuasai oleh teknologi tersebut. Bukti dari penguasaan teknologi digital pada muslim milenial ini bisa dianalisis dari hasil data yang didapatkan oleh peneliti.

*“Biasanya saya menggunakan sesuatu yang berhubungan dengan digitalisasi peling hanya sekedar melihat - lihat media sosial, dan untuk penggunaan smartphone dalam 24 jam saya kira tidak terhitung. Soalnya bisa dikatakan bahwa manusia sekarang ini sangat bergantung pada media sosial dan juga dengan digitalisasi, tapi memang tidak tentu.”*<sup>121</sup>

Pada era agraris ulama dan tokoh agama sangat kuat dalam mempengaruhi kehidupan masyarakat. Sikap dan pendapat mereka menjadi bahan pertimbangan utama untuk dilaksanakan. Mereka rela datang untuk mendengarkan ceramah, pengajian meski tempat dan jarak menjadi penyekat namun itu tidak menjadikan rasa berkecil hati

---

<sup>120</sup> Syaiful Bahri, wawancara, 16 Juni 2022

<sup>121</sup> Umarul Faruq, wawancara, 16 Juni 2022

menghampiri mereka. Namun era *cyber* yang luar biasa tidak bisa dikembalikan seperti era agraris. Modernisasi mejadi bagian perjalanan kehidupan manusia, era *cyber* sudah tidak bisa ditolak kehadirannya dan itu sudah menjadi bagian dari ruang dan waktu yang mesti dilalui oleh manusia, cara konvensional sudah tidak lagi efektif. Kedinamisan yang progresif dan penuh inovatif perlu untuk dakwah, melihat para generasi milenial sudah menjadikan teknologi sebagai bagian dari hidupnya. Kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi digital menjadikan mereka lebih memilih digital dakwah dibandingkan dakwah yang dilakukan secara konvensional. Pernyataan dari responden yang berhasil diwawancarai bahwa bukti dari kemudahan akses dakwah itu 90% apa yang diakses akan muncul dimedia sosial.

*“Penggunaan handphone setiap harinya mungkin sekitar 14-15 jam, Ketika saya lupa ataupun tidak mengetahui saat membutuhkan referensi saya akan mencari atau searching” di internet, media yang saya pakai seperti google crome, uc browser dan juga you tube, kadang pake zoom bareng temen”. Ketika saya searching di internet apa yang kita butuhkan seperti referensi sulit juga karna kadang ga ada tapi 90% itu ada.”<sup>122</sup>*

Oleh karenanya, media informasi dan komunikasi bisa digunakan untuk dijadikan fasilitas menyebarkan dawah kedepan, media akan menjadi fasilitas yang penting untuk mensiasati penyaluran informasi dari waktu ke waktu terus memiliki perubahan. Masyarakat sudah berada pada ruang kehidupan *global village*, bentuk dari itu adanya media penyampaianya adalah bentuk wujud yang relevan dengan tuntunan dan karakteristik ruang tersebut. Ditinjau dari masyarakat Indonesia yang memiliki kecendrungan gaya hidup hedonis dan ketergantungan pada kenyamanan yang bersifat praktis dan pragmatis dan lebih positifistik,

---

<sup>122</sup> Hamim, wawancara, 14 Juni 2022

kerap kali tidak mengutamakan aspek yang substantif. Cenderung dalam term dakwah ini membawa pengaruh unsur-unsur sosial. Begitu juga para da'inya yang mempunyai akses pada saluran-saluran yang disukai dan diminati oleh budaya masyarakat. Tingkat religiusitas manusia tidak stagnan dan terus berkembang lebih-lebih kaum milenial, kapasitas keimanan dan ketakwaan manusia tidak stabil, bisa naik dan turun tergantung pada pengaruh emosional yang mempengaruhi religiusitasnya.

## B. Temuan Penelitian

Penulis menggunakan teori *use and gratification* dalam menganalisis data penelitian ini. Study *use and gratification* merupakan sudut pandang yang fokus terhadap pengalaman-pengalaman maupun motif-motif individu dan interpretasi dunia dalam menggunakan digital. Teori ini juga diartikan sebagai metode dalam mencari makna-makna psikologis dalam mempengaruhi tingkat kepuasan khallayak melalui investigasi dan analisis contoh-contoh gejala yang dialami oleh pasrtisipan, dalam hal ini para muslim milenial khususnya yang tergabung pada organisasi milenial sintesa. Sebagaimana rumusan masalah penelitian ini yakni apa motif muslim milenial memahami nilai agama lewat digitalisasi dakwah serta bagaimana muslim milenial menyaring pesan-pesan agama melalui digitalisasi dakwah, maka analisis dengan teori *use and gratification* ini nantinya dapat memunculkan jawaban yang pas dan sesuai dengan rumusan masalah yang diangkat.

### 1. Preferensi Organisasi Milenial Sintesa Tentang Media Digital Dakwah.

Literature keislaman semakin berkembang. Literature online yaitu seluruh pengetahuan keagamaan yang disediakan secara online, baik melalui website diakses menggunakan google maupun yang disebar melalui media sosial. Tidak hanya ebook atau buku elektronik. Litarature keislaman disebarkan secara online oleh aktivis Islam untuk menyampaikan pencerahan terhadap sebuah permasalahan.

Gerakan *clicktivism* atau via internet bermakna bahwa ajaran Islam disampaikan melalui teks-teks online yang sudah semakin marak. Internet memiliki peran dalam menyebarkan informasi, baik yang dilanjutkan dengan aksi nyata maupun hanya pada sekedar bahan diskusi di kalangan internal aktivis.<sup>123</sup>

Informasi yang beragam diinternet, menjadi sumber informasi baru yang menarik khallayak media untuk beralih dari media lama ke media baru. Hadirnya internet memberikan tawaran kebebasan akses informasi bagi para pengguna. Media lama adalah proses produksi dan penyimpanan data atau informasi yang berupa media cetak (majalah, tabloid, koran) dan media elektronik (televisi, radio). Sementara media baru merupakan teknologi komunikasi digital yang terhubung melalui jaringan internet secara online, seperti, koran online, televisi online, radio streaming, dan media sosial.

Berkenaan dengan banyaknya para pendakwah yang menjadikan digital sebagai media untuk berdakwah, karena dipandang pesan-pesan dakwah dapat mudah dijangkau oleh khalayak khususnya muslim milenial sebagai generasi yang hidup di era digital.<sup>124</sup> Ada yang mengatakan bahwa memang benar para kaum muslim milenial lebih memilih digital dakwah untuk memahami nilai agama. Diantara digital dakwah tidak hanya berbentuk arsip literature, akan tetapi juga berbentuk audio maupun audio visual. Hal ini disebabkan karena digital yang terhubung dengan akses internet langsung lebih mudah untuk diakses.

Memang sudah tidak bisa dipungkiri lagi, bahwa perkembangan zaman dan kemajuan teknologi digital mempengaruhi gaya aktifitas muslim milenial. Mereka sudah beralih kepada yang lebih mudah dijangkau, aplikasi streaming, youtube, instagram, tiktok dan beberapa bentuk aplikasi digital lainnya memudahkan mereka menambah wawasan.

<sup>123</sup> Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*, Hal. 229.

<sup>124</sup> Mila Nabila Zahara, Dadan Wildan, and Siti Komariah, "Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial Di Era Digital," *IJSED Indonesia Journal Of Sociology, Education, and Development* 02, no. 01 (2020): Hal. 112.

Memanfaatkan media kepada hal kebaikan patut di apresiasi. Karena mengingat media tidak hanya digunakan kepada hal kebaikan, juga bisa digunakan kepada hal keburukan. Seperti judi online, menebar fitnah dan sebagainya.

Berbicara dengan perkembangan zaman, pada dasarnya bermula pada saat revolusi transportasi dan elektronika mulai memperluas dan mempercepat laju dalam segala aktivitas terutama yang ada pada kehidupan manusia.<sup>125</sup> Jasa telekomunikasi senantiasa mengikuti arus perkembangan zaman. Maka dakwah juga harus ditingkatkan lagi eksistensinya untuk menggunakan media digital sebagai penyebar pesan dakwah.

Kemajuan digital lebih mudah digunakan dapat membantu situasi yang buntu dalam meningkatkan wawasan dan mencari ilmu pelajaran dibuku yang di PDF kan di digital maupun memahami agama lewat digitalisasi dakwah. Dengan adanya digital dakwah ini semua orang bisa mengaksesnya tanpa mengeluarkan banyak biaya dan menyita waktu.

Setiap khalayak memiliki pendapat masing-masing, termasuk dalam penggunaan media digital dakwah. Milenial memiliki ketergantungan kepada smartphone maupun alat canggih digital lainnya. Era milenial hidup pada arus perkembangan zaman, khususnya teknologi. Memahami agama saja mereka lebih memilih yang instan.

Kesamaan yang peneliti dapatkan dari beberapa narasumber generasi milenial yang terhimpun pada organisasi milenial sintesa mereka membaca, menonton keagamaan melalui digital dakwah dari beberapa bentuk digital seperti twitter, youtube, facebook dan aplikasi digital lainnya, memanfaatkan dengan tujuan menambah wawasan, memahami agama yang dirasa sulit untuk dimengerti. Tidak hanya itu media digital dakwah menjadi pengingat pada keutamaan-keutamaan ibadah yang diamalkan dalam sehari-hari. Sehingga dapat menjadi penasihat dan

---

<sup>125</sup> Sebastian, *Generasi Langgas*, Hal. 71.

penambah Ilmu agama, juga merefresh Ilmu yang sudah hampir memudar dalam ingatan. Dengan adanya media digital dakwah dapat meningkatkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT.

Adanya digital dakwah sangat menguntungkan bagi para pendakwah maupun khalayak.<sup>126</sup> Para pendakwah juga harus mengikuti arus perkembangan zaman, tidak hanya dalam arus ekonomi saja, tapi dakwah juga terlibat didalamnya. Contoh yang diberikan oleh responden pada proses wawancara bahwa perkembangan teknologi memasuki era digital sehingga menimbulkan pergerakan sosial ekonomi masyarakat melalui digitalisasi untuk menunjang teknologi, sebut saja jasa ojek yang menyediakan layanan digital, seperti Go-Jek atau layanan kesehatan yang menyediakan layanan digital seperti Halo Doc. Dengan berlandaskan itu sudah seharusnya media dakwah juga membutuhkan digitalisasi untuk terus mengikuti perkembangan zaman saat ini yang serba digital.

Apa yang disampaikan oleh informan bahwa media memang benar-benar membantu dirinya dalam menambah wawasan, pengetahuan, juga keagamaan. Ia menjelaskan untuk membeli kitab-kitab keagamaan yang memang ukurannya sangat tebal sangat mahal bagi dirinya. Dengan adanya media digital semua buku yang berbentuk PDF mudah didapatkan, pendakwah yang sulit dijangkau untuk hadir langsung, dengan adanya media digital seperti youtube sudah bisa diakses lewat media tersebut.

Kelebihan digital dakwah dengan menggunakan jaringan internet, isi dakwah menjadi lebih variatif. Artinya, hadirnya teknologi digital dakwah memberikan banyak cara untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Selain diksi dan literature, materi dakwah bisa berbentuk gambar, audio, *e-book* dan video, sehingga khalayak dapat memilih sesuai dengan media yang digemari. Dengan menyediakan dakwah dalam bentuk digital diinternet, khalayak tidak perlu datang pada sumber dakwah dan membeli

---

<sup>126</sup> Rahayu Ramadani, "Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z," *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 01, no. 01 (2020): Hal. 78.

buku untuk menjawab masalah yang dihadapi, dengan demikian, lebih hemat tenaga dan biaya untuk mendapatkan informasi.

Mendengarkan dakwah dapat dinikmati secara bersamaan meski berada ditengah-tengah kesibukan aktifitas sehari-hari. Aplikasi digital seperti youtube dapat diputar dan didengarkan sambil lalu mengerjakan aktifitas lainnya.

Agama dan perkembangan digital dilihat dari kaca mata dakwah merupakan kegiatan yang dapat dilihat secara praktis dan teoritis, artinya agama dapat dikembangkan dari segi ilmu pengetahuan dan perkembangan digitalisasi dakwah merupakan prakteknya dilapangan. Melihat generasi milenial tidak bisa dilepaskan dari media massa yang mengelilingi mereka.

Generasi muslim milenial dilahirkan beriringan dengan perkembangan arus media digital. Sehingga generasi ini tidak akan pernah lepas dengan kecanggihan teknologi. Lebih-lebih teknologi digital yang tersambung pada koneksi internet yang mudah diakses menggunakan smarphone yang mereka miliki. Media digital yang berbentuk media sosial memudahkan mereka dalam segala bentuk urusan, termasuk mencari penjelasan pesan agama yang tidak mereka fahami secara jelas.

Tranformasi berita yang biasanya dicetak sekarang sudah dimuat melalui website sesuai dengan plat form masing-masing. Seperti koransindo, Jawa pos, Detik.Com dan beberapa plat-form berita lainnya sudah bisa diakses melalui aplikasi digital, sehingga banyak generasi milenial enggan membaca secara cetak, mereka lebih memilih yang berbentuk media digital online. Dengan beralasan bahwa lebih mudah dijangkau, mudah diakses, murah dan ramah waktu.

Kemudahan akses media tergantung pada kemampuan dan kemahiran khalayak menggunakan media digital. Namun pada dasarnya milenial sudah tidak bisa dipungkiri lagi bahwa generasi ini mampu mengoprasikan media digital dengan sangat mudah, apalagi sudah banyak tutorial yang meng edukasi para khalayak dalam memecahkan masalah.

Mulai dari cara mengakses media ataupun permasalahan lainnya. Muslim milenial lebih suka menggunakan media online untuk mendapatkan referensi yang mereka butuhkan.

Media digital menjadikan generasi muslim milenial dimanjakan dengan akses media yang semakin mudah, mereka lebih memilih mengakses dan mendownload buku melalui internet dengan beralasan bahwa buku sudah banyak diterbitkan secara PDF. Sehingga mereka tidak lagi harus mengeluarkan uang untuk mencari referensi. Ditambah lagi media menyediakan bermacam-macam referensi, diantara jurnal penelitian, website keagamaan, buku-buku karangan ulama terdahulu juga bisa diakses.

Dakwah juga dikemas dengan berbagai inovasi media yang menunjang kreatifitas pendakwah dalam menyampaikan pesan dakwah, sehingga pesan-pesan dakwah yang disampaikan tidak bosan ketika dinikmati, tidak hanya itu, pesan dakwah yang dimuat dalam bentuk media digital dapat diputar secara berulang-ulang sampai penggunanya faham dengan apa yang dijelaskan pada media dakwah tersebut. Media dakwah yang secara online dapat di share kesiapa saja untuk disebarluaskan kepada khalayak.

Media dapat membantu mengartikan tatacara membaca kitab kuning (kitab tanpa harokah) sehingga dengan mudah bagi mereka memahami kitab tersebut, ditambah lagi mengikuti pendakwah yang menjelaskan kajian melalui media yang menjelaskan kitab tersebut.

Kegiatan dakwah Islam perlu menyesuaikan dengan konteks kekinian generasi milenial. Karakteristik yang berpikir positif, produktif, kreatif, percaya diri, bersemangat dalam meningkatkan wawasan. Media adalah yang menjadi penyokong utama bagi generasi milenial.

Dari pernyataan ini internet dan media sosial menjadi referensi ilmu keagamaan yang condong lebih mudah difahami bagi generasi milenial. Sifat yang terbuka dan memiliki pemikiran yang luas, juga lugas, barokah dalam menuntut ilmu menjadi prioritas belakang bagi mereka. Karena

yang paling utama menambah wawasan adalah hal yang paling utama terkait keagamaan. Tentu saja masyarakat *urban middle-class milenials* yang berpikiran terbuka dan rasional menjadikan internet sebagai alternatif sumber ilmu. Namun implikasi hadirnya digital dakwah dapat menggantikan peran ulama/kyai, juga hilangnya nilai jihad mencari ilmu dan pendekatan murid pada kyainya.

## **2. Organisasi Milenial Sintesa Menentukan Preferensi Media Digital Dakwah.**

Digitalisasi dakwah adalah media atau alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Jika pesan dan media digunakan secara tepat dan sesuai dengan kaidah-kaidah Islam maka akun media tersebut akan sangat banyak diminati oleh khalayak, begitupun para pendakwah jika yang disampaikan sesuai dengan al-Quran dan Hadits melalui orasinya, maka pendengarnya pun juga semakin bertambah.

Arus perkembangan zaman ditandai dengan banjirnya informasi yang tidak terbendung.<sup>127</sup> Informasi kini menjadi barang yang mudah didapat, bisa diakses secara massa. Bahkan apa yang tersedia di internet kadang tidak perlu dicari. Informasi itu kadang datang sendiri melalui notifikasi media yang khalayak miliki. Di Twitter misalnya, saat khalayak mengikuti akun-akun media, secara otomatis akan menerima berita yang dibagikan tanpa mencari ataupun dicari oleh khalayak itu sendiri. Bahkan ketika mengikuti akun pribadi pun, dapat mereka ret-weet dari akun-akun berita yang menurut mereka benar.

Oleh karena itu, khalayak seharusnya lebih selektif dalam mengonsumsi media digital, yang berkaitan dengan kajian agama (dakwah), generasi muslim milenial khususnya. lebih selektif dalam memilih kajian dakwah, meski pada dasarnya informasi tersebut diunggah oleh para pendakwah. Karena belum tentu yang memberikan informasi sesuai dengan kaidah dan unsur-unsur pesan dakwah. Namun muslim

---

<sup>127</sup> Saputra and Hendra, "Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial," *Al-Hikmah Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi* 07, no. 01 (2020): Hal. 34.

milenial yang ada di Bangkalan khususnya yang menjadi anggota organisasi milenial sintesa memiliki cara sendiri dalam menyeleksi pesan dakwah.

Menilai dari kredibilitas pendakwah, kapasitas pendakwah juga perlu diperhatikan ketika ingin mendengarkan kajian yang akan dikonsumsi. Mengingat media dapat digunakan oleh siapa saja, dan semua orang dapat mengunggah apa yang ingin mereka unggah. Oleh karena generasi muslim milenial melihat kapasitas pendakwah yang menyampaikan seperti yang telah disampaikan oleh responden.

Banyak informasi yang menyampaikan pesan dengan memanipulasi akun dari salah satu tokoh yang terkenal. Sehingga timbullah informasi yang hoaks, dan bukan sumber asli yang menyampaikan, atau ada sebagian oknum yang memotong pesan dakwah tersebut sehingga timbullah fitnah dan kebencian. Maka dari itu responden lebih memilih mengikuti akun pendakwah yang dimilikinya secara resmi.

Banyak ustadz-ustadz kondang yang menggunakan digital sebagai media dakwah, sehingga pesan yang disampaikan juga tersebar luas kepenjuru negeri, sehingga membuat mereka viral dan penyampaian dakwahnyapun dapat diterima dan difahami dengan mudah oleh khalayak.<sup>128</sup> Sehingga menjadi rujukan bagi muslim milenial dalam memahami agama. Sangat penting memiliki patokan pendakwah untuk dikonsumsi. Selain menilai dari kapasitas keilmuan, juga melihat ketokohan pendakwah tersebut. Jika termasuk dari golongan sebagai keturunan ulama atau tokoh NU, maka mengikuti dan menerima pesan-pesan dakwah tersebut.

Generasi milenial mengutamakan keberagaman atau keislaman dalam gaya hidup keseharian. Muslim milenial Indonesia lebih suka mengkaji dan berdiskusi mengenai nilai-nilai keislaman dalam gaya hidup

---

<sup>128</sup> Agung Tirta Wibawa, "Fenomena Dakwah Di Media Sosial Youtube," *Jurnal Rasi* 01, no. 01 (2019): Hal. 52.

sehari-hari dari pada belajar secara tradisional dalam agama.<sup>129</sup> Kegemaran mereka condong pada kajian-kajian dengan tema yang praktis sesuai dengan keseharian, seperti cara berpakaian, berperilaku terhadap tetangga, berbakti kepada orang tua, batasan antara wanita dan peria, menjaga lingkungan dan sebagainya.

Mempertimbangkan pesan dakwah yang disampaikan oleh pendakwah yang sulit difahami adalah bentuk kehati-hatian dalam memahami Ilmu, khususnya yang berkaitan dengan ibadah sehari-hari, karena jika pesan itu tidak sesuai dengan syariat agama, maka fatal pemahamannya. Menimbang dan membandingkan dengan refrensi lain adalah tindakan yang diambil oleh generasi milenial.

Banyak ummat Islam memiliki pedoman masing-masing dalam beribadah, sesuai dengan imam yang mereka ikuti. Maka pendakwahpun tentunya memiliki pemikiran yang berbeda terhadap amaliyah sehari-hari, sehingga dapat membingungkan bagi para pendengarnya. Sehingga salah satu responden ini memilih diskusi dengan teman-teman yang lain agar menemukan titik temu.

### **3. Intensitas Personal Organisasi Milenial Sintesa Dalam Penggunaan Media Digital Dakwah.**

Informasi menjadi hal yang penting dalam kehidupan sosial. Setiap orang membutuhkan informasi untuk menunjang aktivitas mereka sehingga berupaya untuk mengakses informasi secepat mungkin. Teknologipun mengalami transformasi secara terus menerus. Sehingga agamapun dapat diakses dimedia sosial dan didapatkan dengan mudah.

Namun, disadari atau tidak, digital menguasai aktifitas kehidupan sehari-hari mereka. Sehingga, memiliki rasa ketergantungan terhadapnya. Dari jawaban responden yang berhasil diwawancarai oleh peneliti bahwa mengarah pada kekuasaan teknologi digital, khususnya smartphone.

---

<sup>129</sup> Bkti Taufiq Ari Nugroho Hidayat, Wildan Nur, and Musyafangah, “Generasi Milenial Islam Wasatiyyah: Tinjauan Pendekatan Fenomenologis Dan Sosiologis,” *OSF Preprints* 20, no. 01 (2017): Hal. 21.

Selama 18 jam muslim milenial memiliki keterikatan terhadap teknologi digital, khususnya smarphone yang memang menemani aktifitas kesehariannya. Dalam situasi tertentu teknologi digital memudahkan mereka dalam menghadapi kebuntuan. Makan, berjalan, menemukan arah, mengetahui segala hal tentang duniapun bisa diakses hanya dengan waktu beberapa detik saja. Muslim milenial terperdaya oleh kemudahan dan kecanggihan akses digital.

Digital menjadi teman hidup generasi milenial sehari-hari, hampir setiap hari dalam aktifitasnya menggunakan gadget yang termasuk salah satu teknologi digital. Data survey yang dirilis oleh Hootsuite (*We are Social*) menunjukkan, 88,4% generasi milenial selalu menggunakan internet setiap harinya.<sup>130</sup> Berdasarkan data yang dilansir oleh Hootsuite (*We are Social*) pada tahun 2020 jumlah pengguna internet di Indonesia adalah 150 juta orang atau sekitar 56 % dari jumlah penduduk Indonesia. Jumlah ini juga berbanding lurus dengan jumlah pengguna aktif media sosial yaitu 150 juta dengan presentasi yang sama 56% dari jumlah penduduk Indonesia. Hasil survey ini juga mengemukakan bahwa rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu 8 jam dan 36 menit untuk berselancar di dunia maya. Sedangkan platform media sosial yang paling digemari oleh pengguna internet di Indonesia adalah, *Youtube* (88%), *Whatsapp* (83%), *Facebook* (81%) dan *Instagram* (80%).<sup>131</sup>

Ketergantungan terhadap perkembangan dan kecanggihan teknologi digital memang sangat mengubah sosialisasi masyarakat muslim milenial, adanya ketergantungan ini secara tidak langsung, mereka dikuasai oleh teknologi tersebut. Bukti dari penguasaan teknologi digital pada muslim milenial ini bisa dianalisis dari hasil data yang didapatkan oleh peneliti.

Pada era agraris ulama dan tokoh agama sangat kuat dalam mempengaruhi kehidupan masyarakat. Sikap dan pendapat mereka menjadi bahan pertimbangan utama untuk dilaksanakan. Mereka rela

<sup>130</sup> Hootsuite, “, ‘Indonesian Digital Report 2019.’”

<sup>131</sup> Rahman, “Teknologi Informasi Sebagai Peluang & Tantangan Dakwah.”

datang untuk mendengarkan ceramah, pengajian meski tempat dan jarak menjadi penyekat namun itu tidak menjadikan rasa berkecil hati menghampiri mereka. Namun era *cyber* yang luar biasa tidak bisa dikembalikan seperti era agraris. Modernisasi mejadi bagian perjalanan kehidupan manusia, era *cyber* sudah tidak bisa ditolak kehadirannya dan itu sudah menjadi bagian dari ruang dan waktu yang mesti dilalui oleh manusia, cara konvensional sudah tidak lagi efektif. Kedinamisan yang progresif dan penuh inovatif perlu untuk dakwah, melihat para generasi milenial sudah menjadikan teknologi sebagai bagian dari hidupnya. Kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi digital menjadikan mereka lebih memilih digital dakwah dibandingkan dakwah yang dilakukan secara konvensional. Pernyataan dari responden yang berhasil diwawancarai bahwa bukti dari kemudahan akses dakwah itu 90% apa yang diakses akan muncul dimedia sosial.

Oleh karenanya, media informasi dan komunikasi bisa digunakan untuk dijadikan fasilitas menyebarkan dawah kedepan, media akan menjadi fasilitas yang penting untuk mensiasati penyaluran informasi dari waktu ke waktu terus memiliki perubahan. Masyarakat sudah berada pada ruang kehidupan *global village*, bentuk dari itu adanya media penyampaiannya adalah bentuk wujud yang relevan dengan tuntunan dan karakteristik ruang tersebut. Ditinjau dari masyarakat Indonesia yang memiliki kecenderungan gaya hidup hedonis dan ketergantungan pada kenyamanan yang bersifat praktis dan pragmatis dan lebih positiistik, kerap kali tidak mengutamakan aspek yang substantif. Cendrung dalam term dakwah ini membawa pengaruh unsur-unsur sosial. Begitu juga para da'inya yang mempunyai akses pada saluran-saluran yang disukai dan diminati oleh budaya masyarakat. Tingkat religiusitas manusia tidak stagnan dan terus berkembang lebih-lebih kaum milenial, kapasitas keimanan dan ketakwaan manusia tidak stabil, bisa naik dan turun tergantung pada pengaruh emosional yang mempengaruhi religiusitasnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Preferensi personal milenial sintesa memilih media digital dakwah karena didasari oleh faktor perkembangan zaman. Dakwah di digital lebih murah dan tidak dipungut biaya. Selain itu dakwah juga mudah diakses dan difahami karena ada penjelasan yang diperagakan langsung.

Muslim pada organisasi milenial sintesa di Bangkalan lebih selektif dalam menyaring pesan dakwah yang ada pada media digital. Yaitu dengan mempertimbangkan sekaligus menilai kredibilitas pendakwah dan jika masih belum benar-benar faham maka muslim milenial mengangkat pesan tersebut pada meja diskusi sekaligus bertanya pada yang lebih menguasai pesan-pesan dakwah tersebut.

Intensitas penggunaan media digital dakwah kurang lebih 18 jam mereka tidak pernah lepas dari smartphone. Hampir setiap ada materi agama yang tidak difahami langsung menggunakan media digital untuk menemukan solusi. Mereka lebih memilih media digital untuk menambah pengetahuan agama dibandingkan datang dan belajar secara langsung tanpa melalui media.

#### **B. Saran**

1. Melihat dari hasil penelitian ini, penulis menyarankan bagi generasi muslim milenial untuk selalu menggunakan media digital sesuai dengan kebutuhan. Gunakan media digital sebagai alat untuk mengekspresikan diri dalam mengambil manfaat informasi yang positif. Ikut andil dalam menyebarkan dakwah Islam melalui media digital yang. Mengingat generasi milenial sekaranglah yang mudah menguasai perkembangan teknologi digital. Bermanfaat kepada orang lain, menyebarkan kebaikan

menggunakan media massa yang secara luas dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat.

2. Penelitian hanya fokus pada penggunaan dan preferensi muslim milenial menggunakan media digital dakwah, sementara aspek lain seperti kekuasaan digital terhadap muslim milenial. Inovasi media digital dakwah terhadap mengikuti arus perkembangan zaman belum dilakukan. Untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang belum dilakukan.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Amar. "Dinamika Komunikasi Islam Di Media Online." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 01 (2013).
- Ahyar, Muzayyin. "Islamic Clictivism: Internet, Democarcy and Contemporery Islamic Activism in Surakarta." *Jurnal Studia Islamika* 24, no. 03 (2017).
- Al-Naisaburi, Abu al-Husain Muslim ibn al-Hajjaj ibn Muslim al-Qsyairi. *Shahih Muslim, Juz 2*. Dar al-Kutub Ilmiyyah, 1992.
- "Al-Quran Digital Android." Accessed November 18, 2021. <https://quranforandroid.com>.
- Ali, A. Mukti. *Beberapa Persoalan Agama Dewasa Ini*. Jakarta: Rajawali Press, 1998.
- An-nabity, and Bahri F. *Meneliti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i. Pertama*. Jakarta: Sinar Grafika., 2008.
- Anisa. *Jihad Perempuan Milenial: Makna Jihad Bagi Perempuan*. Tangerang: Yayasan Cinta Indonesia, 2018.
- Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Amico, 1984.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: RINEKA CIPTA, 2006.
- Asep Muhyiddin. *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Azizi, Moh Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Bangkalan, BPS Kabupaten. *Kabupaten Bangkalan Dalam Rangka Regency in Figures 2020*. Bangkalan: BPS Kabupaten Bangkalan, 2020.
- Basit, Abdul. "Dakwah Cerdas Di Era Modern." *Jurnal Komunikasi Islam* 03, no. 01 (2013).
- Bruce R. Hopkins. *The Nonprofits Guide to Internet Communication Law*. United States America: Jhon Wiley dan Son Inc, 2003.
- Budiantoro, Wahyu. "Dakwah Di Era Digital." *Komunika* 11, no. 02 (2017).
- Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia." *Jurnal Publiciana* 09, no. 01 (2016).
- Dillard, JM, and MC. Pfau. *Handbook of Persuasive Communication*. London: Sage Publication, 2002.
- Djalal, Abdul, and M Syamsul Huda. "Islam Moderat Dan Islam Radikal Dalam Perspektif Generasi Milenial Kota Surabaya." *Hayula: Indonesian Journal of*

*Multidisciplinary Islamic Studies* 04, no. 02 (2020).

- Echols, and Hassan. *Kamus Inggris Dan Indonesia*. Jakarta: Gramedia, 2007.
- Effendy, and Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- Fahrimal, Yuhdi. "Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial." *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan* 22, no. 01 (2018).
- Fajrie, Mahfudlah. "Analisis Uses and Gratification Dalam Menentukan Strategi Dakwah." *Jurnal Islamic Review* 04, no. 01 (2018).
- Fitri, Andin Desna. "Mencari Tuhan Melalui Digital Narrative Di Era Post-Truth Dan Implikasinya Dalam Studi Islam." UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020.
- Hardyanti Winda. "Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Onlien Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs Era Muslim.Com Dikalangan Dosen Mahasiswa Dimalang." *Jurnal Sospol* 03, no. 01 (2017).
- Hariyanti, and Wirapraja. "Mendefinisi Influencer Sebagai Sosok Dalam Media Sosial," 2020.
- Haryatmoko. *Etika Komunikasi*. Yogyakarta: Kamisius, 2011.
- Hatta, M. "Media Sosial, Sumber Keberagaman Alternatif Remaja (Fenomena Cyberreligion Siswa SMA Negeri 6 Depok Jawa Barat)." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
- Hidayat, Beki Taufiq Ari Nugroho, Wildan Nur, and Musyafangah. "Generasi Milenial Islam Wasatiyyah: Tinjauan Pendekatan Fenomenologis Dan Sosiologis." *OSF Preprints* 20, no. 01 (2017).
- Hootsuite. "Indonesian Digital Report 2019," 2019.
- Humaizi. *Use and Gratifications Theory*. Medan: USU Press, 2018.
- Ibrahim, and Akhmad. *Komunikasi Dan Komodifikasi: Mengkaji Media Dan Budaya Dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014.
- Ihdal Minan. "Preferensi Masyarakat Terhadap Program Tambenah Ate." IDIA Prenduan, 2014.
- Indirani, Feby. "Relaksasi Beragama, Sebuah Pendekatan Dari Dan Untuk Muslim Milenial," *Dalam Muslim Milenial: Catatan & Kisah Wow Muslim Zaman Now, Ed. Subhan Setowara*. Bandung: Mizan, 2018.
- Iswanto, Agus. "Membaca Kecenderungan Pemikiran Islam Generasi Milenial Indonesia." *Multikultural & Multireligius* 17, no. 01 (2018).

“KBBI Offline,” n.d.

Lexy j. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya, 2007.

Lina Muflihah. “Dakwah Muslim Milenial (Studi Kasus Dalam Akun Instagram @surabayahijrah).” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020.

Mabrur, and Angga Marzuki. “Literasi Digital Sumber Paham Agama Pada Mahasiswa Penghafal Al-Quran Di PTIQ Jakarta.” *Jurnal PENAMAS* 33, no. 01 (2020).

McQuail, and Danies. *McQuail Mass Communication Theory*. Four. London: Sage Publication, 2002.

Meleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya, 2017.

Moefad, Agoes Moh, Syaifuddin, and Iklima Sholichati. “Digitizing Religion: Millennial Generation Da’wah Patterns on Social Media.” *Ilmu Dakwah: Akademica Journal for Homiletic Studies* 15, no. 02 (2021).

Mubarok, Ahmad. *Psikologi Dakwah Membangun Cara Berpikir Dan Merasa*. Malang: Madani Media, n.d.

Muhtadi, Asep S., Ujang Syaifullah, Imron Rosyidi, and Dadan Anugrah. “Digitalisasi Dakwah Di Era Disrupsi Analisis Urgensi Dakwah Islam Melalui New Media Di Tatar Sunda.” *UIN Sunan Gunung Djati* 01, no. 01 (2020).

Mulyono, and Santoso W. Ed. *Ilmu Sosial Dan Tantangan Di Indonesia*. Jakarta: Yaysan Pustaka Obor Indonesia, 2016.

Munim, Muhtadi Abdul. *Metodologi Penelitian Untuk Pemula*. Sumenep: Pusedilam, 2014.

Najmuddin, Eddy. *Hijrah Sehari-Hari Milenial*. Tangerang: Yayasan Islam Cinta, 2018.

Nasrullah, Rully. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.

Nugroho, Bekti Taufiq Ari, and Wildan Nur Hidayat. “Generasi Muslim Milenial Sebagai Model Islam Wasatiyah Zaman Now.” *Jurnal Studi Islam Dan Muamalah* 07, no. 01 (2019).

Nuruddin. *Media Sosial: Agama Baru Masyarakat Milenial*. Malang: Intrans Publishing, 2018.

Patilima, Hamid. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2007.

Piliang, YAsraf Amir. “Masyarakat Informasi Dan Digital : Teknologi Informasi Dan Perubahan Sosial.” *Jurnal Sosio Teknologi* 143, no. 56 (2012).

- Prensky, Marc. "Digital Natives, Digital Imigrants," 2019.
- Rahman, Abdullah. "Teknologi Informasi Sebagai Peluang & Tantangan Dakwah." *Al-Mizan* 06, no. 02 (2013).
- Ramadani, Rahayu. "Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z." *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 01, no. 01 (2020).
- Ratih, Nur, and Meria Octavianti. "Komunikasi Dakwah Pemuda Hijrah." *Jurnal Manajemen Komunikasi* 03, no. 02 (2019).
- Rustandi, L. Rudy. "Disrupsi Nilai Keagamaan Dan Komodifikasi Agama Di Era Digital." *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan* 03, no. 01 (2020).
- Safrawali. "Belajar Agama Islam Di Era Digital: Fenomena Akses Informasi Keagamaan Melalui Media Sosial." *Jurnal Sosio Humaniora* 05, no. 01 (2021).
- Sanusi, Ahmad. "Fenomena Dakwah Di Era Media Baru (Studi Fenomenologi Tentang Literasi Media Materi Ke Islaman Dikalangan Generasi Milenial Dikabupaten Karawang)." UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Saputra, and Hendra. "Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial." *Al-Hikmah Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi* 07, no. 01 (2020).
- Sebastian, Yori. *Generasi Langgas*. Jakarta: Gagas Media, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cetakan ke. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharsimi Arikunto. *Metode Penelitian Kualitatif Lapangan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Sukanto. *Fisiologi*. Jakarta: Integritas Press, 1997.
- Sumardi, Eko. "Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebajikan Tanpa Diskrimasi." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 04, no. 01 (2016).
- Syaifuddin, and Moh Ali Aziz. "Dakwah Moderat Pendakwah Nahdlatul Ulama' (Analisis Konten Moderasi Beragama Berbasis Sejarah)." *Jurnal Al-Hikmah* 15, no. 01 (2020).
- Syaifuddin, Agoes Moh Moefad, and Iklima Solichati. "Digitizing Religion: Milenial Generation Da'wah Patterns on Social Media." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 15, no. 02 (2021).
- Tommy Suprpto. *Berkarier Di Bidang Broadcasting*. Yogyakarta: Media Presindo, 2006.
- Ummah, Faridhatun. "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial."

*Muà Sarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 02, no. 01 (2020).

Wibawa, Agung Tirta. “Fenomena Dakwah Di Media Sosial Youtube.” *Jurnal Rasi* 01, no. 01 (2019).

Zahara, Mila Nabila, Dadan Wildan, and Siti Komariah. “Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial Di Era Digital.” *IJSED Indonesia Journal Of Sociology, Education, and Development* 02, no. 01 (2020).



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A