

DAKWAH BAGI GENERASI MILENIAL MELALUI MEDIA SOSIAL

Zainal Azman

STAI Bumi Silampari Lubuklinggau

zainalazman04@gmail.com

Abstrak

Article History

Received: 20-11-2021

Revised : 12-12-2021

Accepted: 22-12-2021

Keywords:

*Da'wah, Millennial
Generation, Social
Media*

The development of technology gave birth to an interesting phenomenon in people's lives today, namely the rise of global culture and an instant lifestyle. Technological developments have resulted in the da'wah model growing rapidly and dynamically and can affect the morals and morals of the millennial generation, where they are in the process of finding their identity. With the development of technology, it is undeniable that content that smells of radicalism, extremism can quickly spread and is able to enter all lines. So, we need a place that can bring fresh air so that the millennial generation does not easily trust content that is spread liberally. Da'wah for the millennial generation is da'wah whose implementation adapts the material, methods, and media of da'wah to the conditions of the millennial community (as the object of da'wah) which may not be the situation and conditions that occurred in the millennial era in the previous era, especially in the classical era.

Pendahuluan

Dunia saat ini tidak lepas dari pengaruh dan media teknologi digital yang hadir secara masif. Masyarakat di era revolusi 4.0 ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital, sehingga lahirlah komunitas digital atau komunitas virtual. Penggunaan teknologi

komputer, ponsel, jejaring sosial, dan teknologi informasi supercanggih merupakan ciri dari kehidupan masyarakat digital. Yakni suatu komunitas yang memiliki karakter khusus selain hidup memakai dan tidak lepas dari teknologi informasi yang serba digital, hubungan sosial melalui media sosial yang masif, serta mengalami proses digitalisasi yang luar biasa.

Generasi milenial khususnya remaja atau juga disebut dengan generasi Y mempunyai karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya atau generasi X, karakteristik yang dimiliki yaitu menggunakan komunikasi yang terbuka, kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi. Minat membaca secara konvensional kini sudah menurun karena generasi milenial lebih memilih lewat *smartphone*. Dampak dari ketergantungan dengan teknologi menjadikan generasi Y bersifat individualis, kemampuan bersosialisasi dengan masyarakat kurang karena lebih mementingkan sosial media yang bersifat maya atau tidak bertatap muka dengan langsung. Sehingga menimbulkan kurangnya etika sopan santun dalam bermasyarakat. (BPS, 2018:19)

Kemajuan teknologi digital dan penggunaan media sosial yang semakin banyak menimbulkan implikasi sosial di masyarakat. Dampak positifnya di antaranya kemudahan mencari informasi, bergabung dengan komunitas, serta melakukan aktualisasi diri melalui media sosial. Sementara dampak negatifnya seperti merebaknya berita bohong (*hoax*), pornografi, *cyber bullying*, termasuk ujaran kebencian, dan lain sebagainya. Terkait dengan kehidupan keagamaan, dengan munculnya internet dan sosial media, referensi ilmu keagamaan menempatkan internet sebagai rujukan. Dengan internet referensi ilmu keagamaan menjadi lebih terbuka, tentunya masyarakat *urban middle-class millennials* yang memiliki pemikiran terbuka dan rasional menjadikan internet sebagai alternatif sumber ilmu. Sejak dulu kyai adalah rujukan utama dalam kehidupan keagamaan umat Islam. Namun implikasi hadirnya internet dapat menggantikan peran ulama/kyai sebagai referensi utama keagamaan. Menurut survey, Ustadz Yusuf Mansur paling dikenal/populer di kalangan mahasiswa dan pelajar karena sering muncul di media, internet dan media sosial. (Ali dan Lilik, 2016:22)

Perkembangan literatur keislaman online semakin banyak. Literatur online yaitu seluruh pengetahuan keagamaan yang tersedia secara online, baik melalui website yang dicari melalui mesin pencari

google maupun yang tersebar melalui media sosial, jadi tidak hanya sebatas buku elektronik atau *ebook*. Literatur keislaman disebarluaskan secara online oleh sekelompok aktivis Islam untuk menyampaikan sebuah opini terhadap sebuah permasalahan atau untuk menggerakkan massa. (Agus, 2018:77) Gerakan Islam via internet atau disebut *clickitivism* bermakna bahwa wacana Islam disampaikan melalui teks-teks online yang kini semakin marak. Internet, khususnya media sosial, memiliki peran dalam menyebarkan informasi, baik yang berlanjut pada aksi nyata maupun pada sekadar bahan diskusi di kalangan internal aktivis. (Muzayyin, 2017:435)

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka (Mahmud, 2011:31). Dalam teknik pengumpulan datanya adalah mengumpulkan data pustaka atau sumber literatur pokok tentang dakwah melalui media sosial, jurnal-jurnal ilmiah yang relevan. Analisis data berupa analisis isi (*content analysis*). Penelitian ini menganalisis bahan pemikiran tentang dakwah bagi generasi milenial melalui media sosial sehingga dapat diketahui makna, dan pemahaman tentang dakwah generasi milenial.

Pembahasan

Pengertian Dakwah

Secara etimologi dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu menjadi bentuk masdar, *da'a yad'u-da'watan* yang berarti seruan, ajakan atau panggilan. (Samsul, 2009: 107) Sedangkan secara terminologis dakwah adalah menyeru manusia kepada kebajikan dan petunjuk, dan melarang pada kemungkaran menyempurnakan umat manusia agar mereka tetap beriman kepada Allah SWT, dengan menjalankan syari'atnya sehingga mereka dapat hidup bahagia di dunia dan akhirat. (Asmuni, 2001:20) Ditinjau dari segi *terminologi*, banyak sekali definisi tentang dakwah yang dikemukakan oleh para cendekiawan Muslim antara lain Dakwah adalah upaya untuk memotivasi orang agar berbuat baik dan mengikuti jalan petunjuk, dan melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* dengan tujuan mendapatkan kesuksesan dan bahagia dunia dan akhirat. (Samsul, 2009: 109). Ilmu dakwah adalah ilmu yang dipakai untuk

mengetahui berbagai seni menyampaikan isi kandungan ajaran Islam, baik itu akidah, syari'at, maupun akhlak. (Samsul,2009: 107) Dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat. (Toha, 2009: 1)

Berdasarkan pendapat ahli, di atas pengertian dakwah adalah kegiatan atau usaha untuk memanggil, menyeru dan mengajak orang dalam kebaikan dengan cara yang baik dan bijaksana. Dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat manusia konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, dan yang meliputi *al-amar bi al-ma'ruf annahyu an al-munkar* dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara. (Kustandi, 2014:101)

Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah adalah sasaran yang hendak dicapai oleh kegiatan dakwah. Adapun tujuan dakwah itu dibagi menjadi dua, yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. (Asmuni, 2001:49) Tujuan jangka pendek yang dimaksud adalah agar manusia memenuhi aturan Allah SWT dan Rasul-Nya dalam kehidupan kesehariannya, sehingga tercipta manusia yang berakhlak mulia, dan tercapainya individu yang baik, keluarga yang sakinah, komunitas yang tangguh dan pada akhirnya tercipta tujuan dakwah jangka panjang yakni akan membentuk bangsa yang sejahtera dan maju atau dalam istilah Al- qur'an disebut dengan *Baladun thoyyibatun wa rabbun ghofur*. (Wahidin, 2013:9)

Fungsi Dakwah

Nabi Muhammad SAW. Diutus untuk menyempurnakan kehidupan manusia, agama Islam memiliki ide dan misi untuk kesejahteraan umat manusia di dunia dan akhirat. Oleh sebab itu, dakwah merupakan aktivitas yang memiliki peran strategis. Ajaran Islam dapat dipelajari, dihayati dan amalkan oleh manusia, sebaliknya tanpa adanya aktivitas dakwah terputuslah siklus penyebaran nilai-nilai Islam. Ajaran Islam menghendaki terciptanya individu yang mantap dalam aqidah, ibadah, mua'malah, maupun akhlaknya, sehingga dari situ diharapkan lahir masyarakat yang ideal berada di

bawah naungan Allah Swt. Di sinilah fungsi dakwah diperlukan untuk membina mental dan spiritual manusia agar sesuai dengan ajaran Allah Swt. Menurut Azis fungsi dakwah adalah (Muhammad Ali, 2009:60) *pertama*, Dakwah berfungsi untuk menyebarkan Islam kepada manusia sebagaimana individu dan masyarakat sehingga mereka merasakan Islam benarbenar sebagai *rahmatan lil'alamiin* bagi seluruh makhluk Allah. *Kedua*, Dakwah berfungsi untuk melestarikan nilai-nilai Islam dari generasi ke generasi kaum muslimin berikutnya sehingga kelangsungan ajaran Islam beserta pemeluknya dari generasi ke generasi tidak terputus. *Ketiga*, Dakwah berfungsi korektif, artinya meluruskan akhlak yang bengkok, mencegah kemungkaran dan mengeluarkan manusia dari kegelapan rohani.

Materi Dakwah

Materi dakwah yang disampaikan pendakwah kepada mitra dakwah.dalam hal ini sudah jelas maddah dakwah adalah ajaran agama Islam itu sendiri baik bersumber dari al- qur'an, hadits, dan ra'yu ulama. Baik itu terkait masalah akidah (keimanan), syariah(hukum-hukumIslam), muamalah(ibadah),dan akhlak (tingkah laku).(Samsul,2009: 21) Membahas materi dakwah adalah membahas ajaran Islam itu sendiri, dan ajaran Islam yang dijadikan pesan dakwah itu pada garis besarnya dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Akidah (keimanan)

Akidah yang menjadi pesan utama dakwah ini mempunyai ciri-ciri yang membedakan kepercayaan dengan agama lain, yaitu: (1) Keterbukaan melalui persaksian (*syahadat*). Dengan demikian seorang Muslim selalu jelas identitasnya dan bersedia mengakui identitas keagamaan orang lain. (2) Cakrawala pandangan yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah adalah Tuhan seluruh alam, bukan Tuhan kelompok atau bangsa tertentu. Dan soal kemanusiaan juga diperkenalkan kesatuan asal-usul manusia. Hal ini dapat kita lihat dalam QS. An-Nisa' ayat 1 dan QS. Al-Hujarat: 13. (3) Kejelasan dan kesederhanaan diartikan bahwa seluruh ajaran akidah baik soal ketuhanan, kerasulan, ataupun alam gaib sangat mudah untuk dipahami. (4) Ketahanan antara iman dan Islam atau antara iman dan amal perbuatan. Dalam ibadah-ibadah pokok yang merupakan manifestasi dari iman dipadukan dengan

segi-segi pengembangan diri dan kepribadian seseorang dengan kemaslahatan masyarakat yang menuju pada kesejahteraan.

2. Syari'ah

Syari'at dalam Islam erat hubungannya dengan amal lahir (nyata) dalam rangka menta'ati semua peraturan atau hukum Allah SWT guna mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya dan mengatur pergaulan hidup manusia dengan manusia. Syari'ah dibagi menjadi dua bidang, yaitu ibadah dan muamalah. Ibadah adalah cara manusia berhubungan dengan Tuhan, sedangkan mu'amalah adalah ketetapan Allah yang berlangsung dengan kehidupan sosial manusia. Seperti hukum warisan, rumah tangga, jual beli, kepemimpinan dan amal-amal lainnya. Prinsip dasar utama syari'at adalah menyebarkan nilai keadilan di antara manusia, membuat hubungan yang baik antara kepentingan individual dan sosial, dan mendidik hati agar mau menerima sebuah undang-undang untuk menjadi hukum yang ditaati.

3. Materi Akhlak

Akhlak adalah bentuk jamak dari *khuluq* yang secara *etimologi* berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau tabiat. Ajaran tentang nilai etis dalam Islam disebut akhlak. Wilayah akhlak Islam memiliki cakupan luas, sama luasnya dengan perilaku dan sikap manusia. Nabi Muhammad SAW. Bahkan menempatkan akhlak sebagai pokok kerasulannya. Melalui akal dan kalbunya, manusia mampu memainkan perannya dalam menentukan baik dan buruknya tindakan dan sikap yang ditampilkannya. Ajaran Islam secara keseluruhan mengandung nilai akhlak yang luhur, mencakup akhlak terhadap Tuhan, diri sendiri, sesama manusia, dan alam sekitar.

Generasi Milenial

1. Pengertian Generasi Milenial

Teori tentang perbedaan generasi dipopulerkan oleh Neil Howe dan William Strauss dalam bukunya yang berjudul *Millennials Rising: The Next Great Generation* pada tahun 1991. Howe dan Strauss membagi generasi berdasarkan kesamaan rentang waktu kelahiran dan kesamaan kejadian-kejadian historis. Peneliti-peneliti lain juga melakukan pembagian generasi dengan label yang berbeda-beda, namun secara umum memiliki makna yang sama. Selanjutnya menurut menurut peneliti Kupperschmidt

(2000) generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi, dan kejadian-kejadian dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka. (Syamsuriah, 2019:171)

Menurut Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi dalam bukunya *Millennial Nusantara* menyebutkan bahwa Generasi milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1981 sampai dengan tahun 2000. (Hasanuddin, 2017:18) Sementara para peneliti sosial dalam negeri lainnya menggunakan tahun lahir mulai 1980-an sampai dengan tahun 2000-an untuk menentukan generasi milenial. Untuk mengetahui siapakah generasi milenial diperlukan kajian literatur dari berbagai sumber yang merupakan pendapat beberapa peneliti berdasarkan rentang tahun kelahiran. Pendapat lain menurut Elwood Carlson dalam bukunya yang berjudul *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom* (2008), generasi milenial adalah mereka yang lahir dalam rentang tahun 1983 sampai dengan 2001. Jika didasarkan pada *Generation Theory* yang dicetuskan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenial adalah generasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan 2000. Generasi milenial juga disebut sebagai generasi Y. Istilah ini mulai dikenal dan dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. (BPS, 2018: 14)

2. Karakteristik Generasi Milenial

Generasi milenial yang khas dengan semua hal bisa sangat cepat, murah, dan bahkan nyaris gratis. Menjadi pintar bukan lagi sesuatu yang sulit. Menjadi pintar dan berwawasan luas hanya membutuhkan modal keinginan dan kemauan. Informasi sebagian besar gratis untuk dibaca, buku bertebaran, dan tidak perlu susah mendapatkannya. Buku bukan milik penderbit atau toko lagi, semua orang bisa sesegera mungkin menulis dan menerbitkan untuk menyapa pembaca lewat gagasannya. Inilah generasi milenial, generasi yang untuk menjadi cerdas bahkan tidak perlu ke luar rumah. Menjadi cerdas bisa dilakukan sambil bekerja, makan siang, jalan-jalan atau di sela-sela ngobrol dengan kawan. (Gadis, 2018:43)

Generasi ini mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, pengguna media sosial yang fanatik, kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi. Sehingga, mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya. Hasil studi yang dilakukan oleh *Boston Consulting Group (BCG)* bersama University of Berkley tahun 2011 di Amerika Serikat tentang generasi milenial USA adalah *Minat* membaca secara konvensional kini sudah menurun karena Generasi Y lebih memilih membaca lewat *smartphone* mereka. b. *Millennial* wajib memiliki akun sosial media sebagai alat komunikasi dan pusat informasi. *Millennial* pasti lebih memilih ponsel daripada televisi. Menonton sebuah acara televisi kini sudah tidak lagi menjadi sebuah hiburan karena apapun bisa mereka temukan di telepon genggam. *Millennial* menjadikan keluarga sebagai pusat pertimbangan dan pengambil keputusan mereka. (BPS, 2018: 19)

3. Kelompok Generasi Milenial

Generasi milenial dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan *pain point* yaitu:

a. Kelompok *Students Millenials*

Generasi milenial yang dimaksud adalah generasi yang masih usia sekolah atau masih disibukkan dengan kewajiban menuntut ilmu. *Smartphone* sudah masuk pada kelompok ini, media sosial juga sudah mulai digunakan oleh remaja sekolah.

b. Kelompok *Working Millenials*

Kelompok generasi milenial ini merupakan milenial dalam tahap bekerja, usia-usia yang produktif untuk melakukan sesuatu agar dapat bertahan hidup.

c. Kelompok *Family Millenials*

Generasi milenial yang sudah mulai berkeluarga atau mulai memikirkan ke arah tersebut. (BPS, 2018: 21)

Metode Dakwah Era Milenial

Dakwah adalah sebuah proses penyampaian informasi tentang ajaran islam dengan tujuan merubah sikap dan tingkah laku seseorang agar lebih positif. Dimensi perubahan kearah kemajuan atau positif adalah karakteristik dasar yang semestinya menjadi acuan dalam

kajian dakwah. Dahulu dakwah islam dilakukan secara sederhana dengan mendatangi rumah ke rumah untuk memberikan materi pendidikan islam, saat ini aktivitas dakwah dilakukan dengan beragam metode, strategi, dan media. Dengan kemajuan dan kecanggihan alat-alat serta media komunikasi yang ada, sekarang konten dakwah generasi milenial harus banyak unsur virtualnya.

Generasi milenial yang bergantung pada teknologi dan massif menggunakan laptop, iPad, smartphone, TV, dsb tiap harinya menjadikan media sosial sebagai bagian sangat penting dalam koneksi sosial. Mereka lebih banyak menghabiskan waktunya dalam sehari bersama perangkat teknologi digital dan beragam aplikasi daripada dengan teman atau anggota keluarga. Inilah yang dimanfaatkan oleh beberapa komunitas atau grup keagamaan untuk menyebarkan dakwah melalui media sosial seperti facebook, twitter, WhatsApp, Instagram atau telegram.

Kemajuan teknologi diharapkan tidak mengakibatkan masyarakat terpecah belah dan tidak setara karena telah banyak penindasan baik dalam bidang politik, ekonomi, dan sosial keagamaan. Teknologi informasi juga mendorong kelompok garis keras untuk memperluas jaringan untuk memobilisasi individu-individu melakukan kejahatan baik online maupun offline. Selain itu metode penyampaian materi dengan memasuki psikologi seseorang juga diperlukan. Misalnya mereduksi kata-kata dari sebuah film yang sedang viral. Karena dakwah berkembang dengan cepat, yang selama ini dilakukan dengan metode pendekatan ceramah atau tablig atau komunitas satu arah atau pengajian taklim menjadi komunikasi dua arah. Tidak hanya ceramah, konten dakwah generasi milenial harus banyak unsur virtualnya. Misalnya quote, meme, komik, skrip, infografis, dan video seiring dengan trend vlog. Kini media sosial digunakan oleh sebagian besar pengguna muda untuk menonton video dibandingkan untuk bersosialisasi. Dengan begitu, peluang bagi portal media islam harus menyajikan dakwah dalam bentuk yang menarik.

Tantangan Dakwah Era Milenial

Berdakwah di era milenial berhadapan dengan pesatnya perkembangan teknologi. Dakwah harus menyesuaikan diri dengan perkembangan perangkat yang pesat. Juga dituntut dapat diakses

dengan cepat dengan konten menarik dalam bentuk digital. Terlebih pada era milenial yang kecenderungannya bergantung pada internet, aktivitas sehari-hari cenderung menggunakan media modern. Maka kajian tentang era milenial secara khusus penting dikaji untuk mengetahui pendekatan dakwah seperti apa yang bisa digunakan untuk mencapai kesuksesan dalam berdakwah.

Generasi ini dikenal sangat senang menghabiskan hidupnya di jejaring media daring. Generasi ini melihat dunia tidak secara langsung melainkan hidup di dunia maya. Mulai dari berkomunikasi, berbelanja online, mendapatkan informasi, dan kegiatan lainnya. Inilah tantangan sekaligus peluang dakwah yang harus dieksekusi. Untuk itu ada dua hal yang dapat dilakukan. *Pertama*, terkait dengan penggunaan media dakwah. Pada era digital saat ini, gadget dan media sosial tidak lepas dari generasi milenial. Maka, gadget dan media sosial harus dijadikan wasilah dakwah. Pesan dakwah harus dikemas melalui konten-konten yang akrab dengan generasi kekinian. Penggunaan portal dakwah dengan konten tidak selalu berupa tulisan, namun juga dapat dikemas dalam bentuk vlog, soundcloud, infografis, dan juga meme, dimuat di YouTube agar dakwah makin meluas. Dakwah juga dapat dilakukan secara online dengan memanfaatkan YouTube, Instagram, dan sebagainya sebelum akhirnya bisa fenomenal secara offline. *Kedua*, pengemasan pesan-pesan dakwah harus menarik. Sebab, sebaik apapun materi dakwah tanpa didukung dengan kemasan yang menarik terkadang mudah ditinggalkan orang. Dengan dua pendekatan tersebut tantangan dakwah pada generasi milenial dapat dilalui dan diselesaikan dengan baik.

Pesan Dakwah

Pesan adalah seperangkat lambing bermakna yang disampaikan oleh komunikator. (Onong, 2003:5) Pesan adalah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima yang merupakan seperangkat symbol verbal atau non verbal dan mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. (Deddy, 2005: 20) Pesan dalam komunikasi bermedia menjadi faktor penting untuk mencapai tujuan komunikasi. Pesan dakwah harus dikemas semenarik mungkin agar memiliki daya Tarik sehingga dapat diterima dengan baik oleh mad'u. Pesan mempunyai tiga komponen, yaitu makna, symbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk

atau organisasi pesan. Symbol terpenting adalah kata-kata (Bahasa), yang dapat mempresentasikan obyek (benda), gagasan, dan perasaan, baik ucapan (percakapan, wawancara, diskusi, ceramah, dan sebagainya). Pesan juga dapat dirumuskan secara non verbal seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh (acungan jempol, anggukan kepala, senyuman tatap muka, dan sebagainya), juga melalui music, lukisan, tarian, film dan sebagainya. Menyampaikan pesan dapat pula melalui lisan, tatap muka, langsung, atau menggunakan media/saluran. (Widjaja, 2000:14)

Selain komponen, pesan juga memiliki sifat khusus, yaitu bersifat informative, persuasif, dan koersif. Pesan bersifat informatif karena hanya memberikan informasi. Dalam situasi tertentu, pesan informatif lebih berhasil dari pada pesan persuasif. Pesan persuasif lebih berhasil dari pada pesan persuasif. Pesan persuasif berisi bujukan yang membangkitkan pengertian dan kesadaran seseorang. Sedangkan pesan koersif bersifat memaksa. Bentuk yang terkenal dari penyampaian pesan koersif adalah agitasi, yaitu dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan penekanan batin dan ketakutan di antara sesama kalangan publik. pesan komunikasi yang terdiri dari isi pesan dan lambang harus diproduksi dengan sangat hati-hati.

Simpulan

Menyebarkan dakwah melalui media sosial saat ini menjadi solusi yang tepat. Budaya membaca dan mencari referensi di internet semakin marak dan minat umat Islam untuk belajar ajaran Islam melalui internet juga meningkat. Internet menawarkan prinsip praktis dan efisien karena bisa diikuti kapan saja dan di mana saja. Kecanggihan teknologi telah mengubah seseorang untuk mendapatkan wawasan keagamaan. Cukup dengan menggunakan handphone, seseorang akan mendapatkan model pengajian yang diinginkan. Generasi milenial yang akrab dengan teknologi digital telah menjadikan media sosial dan sumber-sumber informasi online sebagai salah satu media pembelajaran, termasuk mempelajari tentang Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, Muzayyin. 2017. *Islamic Clicktivism: Internet, Democarcy and Contemporary Islamic Activism in Surakarta*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Jakarta
- Ali Aziz, Muhammad. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media
- Ali, Hasanuddin dan Lilik Purwandi. 2016. *Indonesia 2020: The Urban Middle-Class Millennials* Jakarta: Alvara Strategi Indonesia
- Ali, Hasanuddin dan Lilik Purwandi. 2017. *Millenial Nusantara: Paham Karaternya, Rebut Simpatinya*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Badan Pusat Statistik, 2018. *Statisti Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*, Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
- Iswanto, Agus. 2018. *Membaca Kecenderungan Pemikiran Islam Generasi Milenial Indonesia*, Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018. Jakarta
- Mahmud,. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Pustaka Setia
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Munir Amin, Samsul. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah
- Neka Osika, Gadis. 2018. *Media Habit Generasi Milenial dalam Membaca Portal Berita NETZ*, Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

- Saputra, Wahidin. 2013. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Subandang, Kustadi. 2014. *Strategi Dakwah*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- Syamsuriah, Tantangan Dakwah di Era Milenial, *Jurnal Ilmiah Islamic Resources* FAI-UMI Makassar, Vol. 16, No. 2, Desember 2019 <https://www.google.com/search>(diakses 3 Januari 2022)
- Syukir, Asmuni. 2001. *Dasar-dasar Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlas
- Uchjana Effendy, Onong. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti
- Widjaja, 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Jakarta: Rineka Cipta
- Wilson, Bangun. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Erlangga
- Yahya Omar, Toha. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Wijaya