

TANTANGAN DAKWAH PADA GENERASI MILENIAL DAN GEN Z: PENDEKATAN BARU DI ERA MODERN

Maulana Wahyu Hidayat¹, Miftachul Aula², Bustanul Arifin³

Universitas Islam Tribakti Lirboyo ^{1,2,3}

Email: maulawahyu21@gmail.com¹, miftachulaula@gmail.com², arifinbustan65@gmail.com³

Keywords

Da'wah Challenges, Millennials and Generation Z, Modern Era, Digital Technology

Tantangan Dakwah, Generasi Milenial dan Gen Z, Era Modern dan Teknologi Digital

Abstract

The advancement of digital technology has brought significant changes to communication patterns and information dissemination, including Islamic da'wah activities. Millennials and Generation Z, who grew up in a fast-paced and digitally driven environment, demonstrate characteristics, learning styles, and media preferences that differ from previous generations. This study aims to examine the challenges of da'wah among these two generations and formulate relevant approaches in the modern era. Using a qualitative, literature-based research method, the data were obtained from various sources such as scholarly books, national and international journals, academic articles, and official documents discussing digital-based da'wah activities and the interaction between preachers and millennial and Gen Z audiences. The findings indicate that the main challenges of da'wah include shifts in religious behavior, the dominance of social media use, the superficialization of religious knowledge, and changes in communication patterns that demand more flexible and persuasive approaches. In addition, the phenomena of da'wah commodification and spiritual identity crises influence how young generations understand Islamic teachings. This study concludes that da'wah must transform through the utilization of digital technology, the strengthening of religious literacy, and more adaptive communicative approaches so that Islamic messages can be effectively delivered to Millennials and Generation Z.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi dan penyebaran informasi, termasuk dalam aktivitas dakwah Islam. Generasi milenial dan Gen Z, yang tumbuh dalam lingkungan digital dan serba cepat, menunjukkan karakteristik, gaya belajar, serta preferensi media yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tantangan dakwah pada dua generasi tersebut serta merumuskan pendekatan yang relevan di era modern. Menggunakan metode pendekatan kualitatif berbasis studi pustaka, Data penelitian diperoleh dari berbagai literatur seperti buku ilmiah, jurnal nasional dan internasional, artikel akademik, serta dokumen resmi lainnya yang membahas tentang aktivitas dakwah berbasis digital serta interaksi pendakwah dengan masyarakat milenial dan Gen Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan utama dakwah mencakup pergeseran perilaku keagamaan, dominasi penggunaan media sosial, pendangkalan informasi keagamaan, serta perubahan pola komunikasi yang menuntut pendekatan lebih fleksibel dan persuasif. Selain itu, fenomena komodifikasi dakwah

dan krisis identitas spiritual turut memengaruhi cara generasi muda memahami ajaran Islam. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dakwah perlu bertransformasi melalui pemanfaatan teknologi digital, penguatan literasi keagamaan, dan pendekatan komunikatif yang lebih adaptif agar pesan Islam dapat diterima secara efektif oleh generasi milenial dan Gen Z.

1. PENDAHULUAN

Dalam dunia dakwah, salah satu aspek penting untuk diperhatikan adalah memahami objek dakwah atau mad'u. Berbagai metode dan pesan dakwah sebaiknya dirumuskan berdasarkan karakteristik mad'u untuk memastikan kesesuaian metodologis dan penyampaian pesan dakwah yang tepat, yang pada akhirnya akan mencapai target dakwah itu sendiri.¹ Dakwah mencakup ikhtiar mulia menyebarkan dan menyebarkan ilmu agama di kalangan masyarakat, dengan maksud untuk membina penerimaan, perolehan ilmu, dan pelaksanaan praktis dari ajaran suci tersebut.²

Pesatnya perkembangan zaman menyebabkan berkembangnya media komunikasi dan strategi dakwah. Kegiatan dakwah merupakan kegiatan yang mulia dimana setiap umat muslim dapat melakukan Amar ma'ruf Nahi munkar sehingga dakwah bertujuan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.³ Pesan dakwah adalah menyampaikan ide, gagasan atau informasi dalam bentuk ajakan atau seruan kepada kebenaran dan untuk menaati perintah Allah Subhanahu wa Ta'ala secara bijaksana untuk mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Generasi milenial, sering juga disebut sebagai Generasi Y atau Generasi Langgas, merupakan kelompok demografis yang lahir antara tahun 1981 sampai 1996. Masa pertumbuhan mereka ditandai dengan lonjakan teknologi dan perkembangan internet yang pesat, sehingga menjadi generasi pertama yang benar-benar terhubung dengan

¹ Erdin Sumardianto, "Dakwah Kepada Gen Z: Tinjauan Komponen Manajemen Dakwah," *Tanzhim: Jurnal Dakwah Terprogram* 3, no. 1 (2025): 67–84, <https://doi.org/10.55372/tanzhim.v3i1.39>.

² Muhammad Alfito Deanoza H dkk., "Peran Dakwah Digital dalam Menanamkan Kesadaran Beragama bagi Remaja Generasi Z," *Jurnal Miftahul Ilmi: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 2, no. 1 (2025): 01–12, <https://doi.org/10.59841/miftahulilmi.v2i1.31>.

³ Endang Nurdianti, "Analisis Isi Pesan Dakwah Webtoon Ngopi Yuk! Di Kalangan Remaja Melalui Komik Digital: Analisis Isi Pesan Dakwah Webtoon Ngopi Yuk! Di Kalangan Remaja Melalui Komik Digital," *AL-IDZAAH: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 4, no. 2 (2022): 121–37, <https://doi.org/10.24127/al-idzaah.v4i2.3083>.

dunia digital.⁴ Sedangkan generasi Z atau Gen Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1996 sampai dengan 2012, sebelum generasi millennial dan juga generasi Y. Generasi Z lahir dan tumbuh bersamaan dengan kemajuan teknologi, sehingga mereka terbiasa memanfaatkan berbagai teknologi tersebut untuk memenuhi dan juga memudahkan kehidupan generasi tersebut.⁵

Perkembangan teknologi yang begitu pesat berdampak pada perubahan gaya hidup dan kebiasaan pada masyarakat. Salah satu kebiasaan baru terutama bagi generasi milenial ialah penggunaan gawai yang semakin intens dan pencairan informasi melalui dunia maya atau digital.⁶ Seiring pesatnya perkembangan teknologi yang dikembangkan oleh manusia, sehingga bisa mengantarkan umat manusia ke zaman atau era yang disebut dengan era modern. Era modern merupakan era pesatnya perkembangan teknologi, yang mana hampir semua kebutuhan umat manusia dipermudah dengan adanya teknologi yang canggih.⁷

Urgensi permasalahan muncul dari kenyataan bahwa generasi milenial dan Gen Z, yang menjadi mayoritas pengguna internet, lebih menyukai konten yang bersifat praktis, naratif, dan dapat dikonsumsi secara multitasking, seperti saat berkendara, berolahraga, atau beristirahat.⁸ Kondisi ini menjadi tantangan bagi aktivitas dakwah konvensional yang cenderung formal dan terikat ruang serta waktu.

Di era sekarang, dakwah menghadapi beberapa tantangan, khususnya dalam menjangkau Gen-Z. Banyak dari mereka belum benar-benar paham apa itu moderasi dalam Islam. Pemahaman mereka sering terbentuk dari media sosial yang lebih menonjolkan simbol daripada makna, sehingga bisa menimbulkan salah paham.⁹ Gen-Z

⁴ Sharine Sondang dkk., "Adaptasi Tren Penikmat Kopi dari Generasi Milenial ke Gen Z," *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia* 9, no. 8 (2024): 4063–72, <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i8.16001>.

⁵ I Putu Dharmawan Pradhana dkk., "'Ada Apa Dengan Gen Z' Studi Fenomenologi Generasi Net Di Tengah Dilematisasi Antara Gaya Hidup Dan Kearifan Lokal," *Jurnal Manajerial* 10, no. 03 (2023): 542–60, <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v10i03.6196>.

⁶ Abrori Abrori dan M. Sofyan Alnashr, "Aktualisasi Metode Dakwah Milenial Menghadapi Tantangan Perubahan Sosial Masyarakat," *Mu'ashir: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 1, no. 1 (2023): 29–40, <https://doi.org/10.35878/muashir.v1i1.768>.

⁷ Andika Andika, "Agama Dan Perkembangan Teknologi Di Era Modern," *Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-Agama* 2, no. 2 (2022): 129, <https://doi.org/10.22373/arj.v2i2.12556>.

⁸ Santi Ratnawati dkk., *Analisis Strategi, Tantangan, dan Peluang Dakwah melalui Podcast di Era Digital*, 3, no. 1 (2025).

⁹ Andik Khoirul Iman dan Abdul Muhid, "Dakwah Berbasis Komunitas: Mengoptimalkan Fungsi Masjid sebagai Pusat Pembinaan Gen-Z: Community-Based Preaching: Optimizing the Function of Mosques as Gen-Z Development Centers," *Qulubana: Jurnal Manajemen Dakwah* 6, no. 1 (2025): 235–52, <https://doi.org/10.54396/qlb.v6i1.1999>.

cenderung lebih terbuka dan menerima keragaman budaya dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka tumbuh di lingkungan yang lebih multikultural dan lebih toleran terhadap perbedaan ras, agama, gender, dan orientasi seksual. Hal ini membuat mereka lebih adaptif dan terbuka dalam menerima berbagai pandangan dan gaya hidup.

Media sosial memberikan tantangan besar dalam bidang dakwah, utamanya bagi para da'i. Para da'i dituntut untuk mampu menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah. Media sosial menawarkan kemudahan dan jangkauan yang luas untuk mentransmisikan pesan-pesan dakwah. Dakwah merupakan proses menyampaikan nilai-nilai agama melalui ucapan dan perbuatan. Dakwah bertujuan agar nilai-nilai dari ajaran Islam dapat diamalkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.¹⁰

2. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian pustaka (*library research*). Penelitian ini dipilih karena fokus kajian diarahkan pada analisis berbagai sumber literatur yang relevan mengenai bagaimana tantangan dakwah yang semakin maju dan berbeda zaman. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara komprehensif pola-pola pendidikan yang berakar pada nilai-nilai budaya setempat, serta bentuk interaksi sosial keagamaan yang tercermin dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

Studi kasus ini difokuskan pada tantangan dan strategi dakwah kepada generasi milenial dan gen-z sebagai unit analisis utama, sehingga hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai pola dakwah, sasaran dan tantangan yang harus dihadapi oleh para pendakwah pada generasi sekarang. Data penelitian diperoleh dari berbagai literatur seperti buku ilmiah, jurnal nasional dan internasional, artikel akademik, serta dokumen resmi lainnya yang membahas tentang tantangan dakwah era modern.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui telaah sistematis terhadap sumber-sumber tertulis, dengan mempertimbangkan kredibilitas, relevansi, dan mutakhirnya referensi yang digunakan. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri yang berperan dalam memilih, mengkaji, dan menganalisis sumber-sumber data. Analisis data dilakukan dengan metode analisis isi (*content analysis*), yaitu dengan mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menginterpretasikan tema-tema utama yang

¹⁰ Faridhatun Nikmah, "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial," *Muḍṣarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 2, no. 1 (2020): 45, <https://doi.org/10.18592/msr.v2i1.3666>.

berkaitan dengan dakwah, pelaku dakwah, dan dampaknya terhadap gen-z dan milenial. Dengan metodologi ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman konseptual yang mendalam dan komprehensif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Dakwah dalam Perspektif Modern

Kehidupan manusia modern ditandai dengan adanya kemajuan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Perkembangan bidang ilmu pengetahuan dan teknologi membuat manusia bisa memenuhi permintaan informasi manusia yang semakin tinggi. Kemajuan manusia bisa teknologi memenuhi membuat kebutuhan berkomunikasi antara manusia lainnya tanpa terhalang jarak dan waktu.¹¹ Keberadaan internet ini merupakan produk kemajuan zaman yang sangat efektif untuk digunakan dalam media berdakwah dan sangat memungkinkan terciptanya komunikasi manusia yang lebih efektif dan efisien.

Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena peningkatan popularitas para Da'i atau pendakwah sebagai figur publik yang memiliki pengaruh signifikan dalam masyarakat menjadi perhatian yang cukup serius. Salah satu aspek yang menarik perhatian adalah praktik menentukan tarif ceramah yang dilakukan oleh Da'i dan hal ini akan mengakibatkan umat merasa kecewa. 1 Walaupun mungkin di beberapa tempat dianggap lumrah dengan dalih itu akad antara mu'jir dan musta'jir. 2 Fenomena ini tidak hanya mencerminkan perubahan dalam dinamika dakwah dan pendakwahan, tetapi juga memunculkan pertanyaan-pertanyaan yang menarik terkait dengan nilai, etika, dan tujuan dari kegiatan dakwah itu sendiri.¹²

Aktifitas dakwah yang merupakan suatu proses komunikasi dalam menyampaikan ajaran Islam selama ini di rasa belum mempunyai kekuatan yang cukup untuk membawa masyarakat pada perubahan yang lebih baik.¹³ Perkembangan teknologi informasi mengalami kemajuan sangat pesat. Kemajuan tersebut telah mengantarkan umat manusia semakin mudah untuk berhubungan satu dengan lainnya.

¹¹ Rivana Alwardah, Hikmah: *Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 2023.

¹² Zulkhaidir dkk., "Dakwah dan Kemandirian Ekonomi: Urgensi Penerapan Model Da'i Preneur di Era Modern: Da'wah and Economic Independence: The Urgency of Applying the Da'i Preneur Model in the Modern Era," *Qulubana: Jurnal Manajemen Dakwah* 6, no. 1 (2025): 1–23, <https://doi.org/10.54396/qlb.v6i1.1913>.

¹³ Jefrizal Rizal dan Zul Fila Ilham, "Dakwah Dalam Seni; Analisis Pesan Dalam Tari Zapin Meskom," *Matlamat Minda* 1, no. 2 (2021), <https://doi.org/10.56633/jdki.v1i2.281>.

Berbagai informasi dan peristiwa yang terjadi di belahan dunia dengan cepat dapat diketahui oleh manusia pada benua yang lain.

Dari berbagai macam metode dakwah yang pernah digunakan oleh Nabi Muhammad SAW salah satu yang sering dan mudah dilaksanakan adalah metode dakwah bil lisan. Cara dakwah bil lisan yaitu menyampaikan dakwah Islam melalui penggunaan kata-kata seperti khitobah, ceramah, nasehat dan diskusi.¹⁴

1. Transformasi dakwah di era digital

Dalam era digital yang berubah cepat dalam dunia kontemporer, komunikasi berperan penting dalam mendefinisikan dan mempertahankan struktur masyarakat. Kemunculan teknologi seperti media sosial, penyaringan algoritma, dan komunikasi *real-time* telah merubah pemrosesan dan penyebaran informasi. Teori autopoiesis Niklas Luhmann memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami seluk-beluk transformasi yang terjadi di luar paradigma komunikasi standar.¹⁵ Era digital membentuk tatanan baru dimana manusia dan teknologi hidup berdampingan dan berkolaborasi.¹⁶

Kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini telah memasuki berbagai bidang kehidupan masyarakat, yang tentu saja membawa dampak bagi kehidupan masyarakat, baik positif maupun negatif. Tak terkecuali dampak yang dirasakan adalah pada bidang dakwah Islamiyah, yang tentu saja eksistensinya tidak menjadi penghalang tetapi harus dapat beradaptasi dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut agar kegiatan dakwah yang berusaha menyampaikan pesan-pesan agama dapat tercapai dengan baik sehingga tatanan kehidupan masyarakat menjadi damai, bahagia dan sejahtera dengan dilandasi pada pelaksanaan ibadah secara benar dan tepat.¹⁷

Generasi milenial sebenarnya mempunyai peluang dan kesempatan berinovasi yang sangat tinggi. Terbukti dengan adanya media digital yang mampu menciptakan usaha baru guna membantu meningkatkan perekonomian, sebagai contoh maraknya jual

¹⁴ Muhammadaziz Musbihin Dan Umi Halwati, *Manajemen Dakwah Bil Lisan Perspektif Hadits*, 05 (2023).

¹⁵ Natasha Constantin dan Fitzgerald Sitorus, "Autopoiesis : Komunikasi dan Implementasi pada Era Modern dalam Perspektif Niklas Luhmann," *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 4, no. 8 (2024): 2609–18, <https://doi.org/10.59141/comserva.v4i8.2742>.

¹⁶ Muhamad Hizbullah, "Adaptasi Dakwah Islam Di Media Online Era 4.0," *Al-Qaul: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 1 (2022): 71–92, <https://doi.org/10.33511/alqaul.v1n1.71-92>.

¹⁷ Abdul Hamid Bashori dan Moh. Jalaluddin, "Dakwah Islamiyah Di Era Milenial," *Syar | Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2021): 89–102, <https://doi.org/10.54150/syiar.v1i2.40>.

beli *online (online shop)* dan transportasi online. Selain itu, dari sisi pendidikan generasi milenial ini memiliki kualitas yang lebih unggul yang mana banyak orang yang memiliki minat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.¹⁸

Era digital sering disebut oleh para pakar sebagai era multi layar. Era di mana seluruh perhatian masyarakat tercurah kepada media semacam *smartphone*, *laptop*, dan televisi. Di era digital yang menawarkan kemudahan dalam mengakses informasi, masyarakat dengan sangat mudah akan menerima dan menjadi bagian integral atas isu-isu strategis yang sedang hangat diperbincangkan akhir-akhir ini, misalkan isu keberagaman, isu multikulturalisme, isu politik, isu ekonomi, isu keadilan hukum, dan isu lainnya.¹⁹

Saat ini, Media Sosial merupakan sebuah pengembangan dari media yang telah dikenal oleh manusia. Dengan karakteristik yang berbentuk digital memudahkan kita untuk dapat mengaksesnya saat dibutuhkan. Dari fenomena inilah maka sangat dibutuhkan penyesuaian dalam konsep penyebaran dakwah menggunakan media sosial ini, mengingat dampaknya pasti adalah segmentasi dakwah menjadi sangat beragam di era saat ini yang semua informasi terbuka bagi siapapun yang mengaksesnya.

Dakwah di media sosial telah digalakan oleh beberapa pondok pesantren seperti pondok pesantren Lirboyo, di Lirboyo memiliki media yang sangat aktif dalam menyebarkan kebaikan dan dakwah keagamaan yang baik dengan dasar kitab-kitab ulama salaf. LIM Production adalah media Lirboyo yang menjadi *icon* bagi pondok-pondok yang lain, selain menampilkan konten yang agamis, LIM juga menampilkan konten-konten edukasi tentang kehidupan dan amaliyah sehari-hari. Lirboyo mengikuti perkembangan zaman serta tidak meninggalkan prinsip salafnya, hal ini di buktikan LIM berhasil menjadi pemicu pondok yang lain untuk menjadikan media sebagai unsur penting dalam berdakwah.

2. Peran teknologi komunikasi dalam dakwah

Dakwah ialah salah satu kegiatan yang memiliki tujuan mengajak manusia kepada jalan yang benar sesuai perintah Tuhan untuk kemaslahatan mereka di dunia dan akhirat. Dakwah merupakan salah satu kewajiban setiap Muslim dalam menyampaikan

¹⁸ Muhamad Hizbullah, "Adaptasi Dakwah Islam Di Media Online Era 4.0."

¹⁹ Muhammad Ridwan dan Andi Edwin Rewira, "Implementasi Dakwah Keluarga di Era Digital," *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Thawalib* 1, no. 2 (2022): 89-102, <https://doi.org/10.54150/thame.v1i2.75>.

ajaran Islam kepada sesama, baik secara individu maupun kelompok. Dalam era modern saat ini, dakwah tidak hanya terbatas pada mimbar-mimbar masjid atau forum keagamaan, melainkan telah merambah ke berbagai lini kehidupan sehari-hari baik di lingkungan keluarga, masyarakat, tempat kerja, hingga media digital.²⁰

Di tengah arus modernisasi dan perkembangan teknologi yang tidak bisa dibendung seperti yang terjadi saat ini, terlebih pada bidang telekomunikasi. Dimana perkembangan teknologi telah memudahkan siapapun untuk mencari informasi dalam waktu yang hampir bersamaan dengan kejadian. Ditambah pula perangkat demokrasi telah memberikan hak kebebasan individu untuk mendapatkan informasi dan kemudian memberikan hak berperilaku secara bebas. Dampaknya adalah pada masa ini institusi apapun tidak memiliki wewenang untuk memaksakan pemikiran atau perilaku tertentu untuk dilakukan oleh individu atau komunitas tertentu kecuali itu mereka inginkan.²¹

Agar pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik dan diterima secara efektif oleh khalayak, maka diperlukan model komunikasi yang tepat, relevan, dan sesuai dengan konteks sosial dan psikologis penerima pesan. Komunikasi dakwah yang efektif tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada metode, media, dan pendekatan yang digunakan oleh pendakwah. Model komunikasi yang baik mampu mengakomodasi kebutuhan emosional, intelektual, dan spiritual audiens, sehingga nilai-nilai Islam tidak hanya dipahami, tetapi juga diamalkan dalam kehidupan nyata.

Perkembangan Islam belakangan ini cukup masif dan menyentuh seluruh lapisan masyarakat, Islam sebagai agama menjadi sesuatu yang seksi untuk dilibatkan, tidak hanya dalam aspek-aspek ritual teologis tetapi juga terlihat pada aspek politik, budaya, termasuk ekonomi. Bisa dikatakan salah satu yang cukup berperan adalah dakwah Islam terutama dengan perangkat media yang tidak terbatas dewasa ini.²²

Teknologi dianggap memiliki power yang sangat dahsyat di era sekarang, mayoritas generasi sekarang lebih mudah mempercayai sesuatu yang mereka lihat di media daripada di dunia nyata. Hal ini menimbulkan keresahan bagi para pendakwah

²⁰ Riska Amelia Putri dkk., "Analisis Model Komunikasi Dakwah yang Efektif dalam Kehidupan Sehari-hari," *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi* 5, no. 1 (2025): 237-44, <https://doi.org/10.55606/juitik.v5i1.1223>.

²¹ Muhammad Mabur dkk., "Aplikasi Konsep Religious Marketing dalam Praktek Komunikasi dan Dakwah Islam," *Al-Hiwar Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah* 12, no. 1 (2024): 45-56, <https://doi.org/10.18592/alhiwar.v12i1.13592>.

²² Muhamad Hizbullah, "Adaptasi Dakwah Islam Di Media Online Era 4.0."

yang hanya mengandalkan ceramah dari podium ke podium, maka munculah inisiatif dari para pendakwah supaya tidak tergerus zaman yaitu dengan cara membuat platform youtube, tiktok, instagram dll. Seperti halnya gus iqdam kholid di platform tiktok yang berseliweran bahkan tidak sedikit kutipan dakwah gus iqdam di jadikan sebagai *background track* dari generasi modern.

Lain halnya dengan gus baha, beliau tidak mengandalkan media teknologi apapun, melainkan beliau berdakwah dari pondok dan mimbar pesantren. Tetapi mutiara tetaplah mutiara, beliau menjadi sangat familiar berkat pembawaan ilmu yang sangat nyaman, ringan dan memudahkan bagi siapa saja. Beberapa muhibbin beliau mengambil strategi dengan menggunakan youtube sebagai alat dakwah di era moderen. Akun youtube di *handle* oleh muhibbin namun atas izin gus baha. Artinya sekaliber gus baha tidak menutup mata adanya generasi modern yang serba teknologi ini.

B. Karakteristik Generasi Milenial dan Gen Z

Generasi milenial, sering juga disebut sebagai Generasi Y atau Generasi Langgas, merupakan kelompok demografis yang lahir antara tahun 1981 sampai 1996. Masa pertumbuhan mereka ditandai dengan lonjakan teknologi dan perkembangan internet yang pesat, sehingga menjadi generasi pertama yang benar-benar terhubung dengan dunia digital.²³ Tumbuh dan dibesarkan oleh perkembangan teknologi, internet dan media sosial adalah makanan sehari-hari mereka. Generasi Z mulai mengenal internet seiring dengan usia mereka. Media sosial telah dikenalkan sejak mereka masih kecil. Oleh karena itu, mereka juga dijuluki sebagai generasi internet atau disebut juga *iGeneration*.²⁴

Selepas era generasi milenial berakhir, generasi baru mulai bersiap untuk berperan penuh dalam berbagai urusan dalam kehidupan masa depan. Mereka adalah Generasi Z dan Alpha atau Generasi Pasca-Milenial. Generasi ini mulai menyerbu dunia kerja, tetapi tidak banyak pihak yang paham secara utuh bagaimana memperlakukan

²³ Sharine Sondang dkk., "Adaptasi Tren Penikmat Kopi dari Generasi Milenial ke Gen Z," *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia* 9, no. 8 (2024): 4063–72, <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i8.16001>.

²⁴ Lingga Sekar Arum dkk., "Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030," *Accounting Student Research Journal* 2, no. 1 (2023): 59–72, <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>.

mereka nantinya dengan didasarkan pada bagaimana mereka nanti bekerja, berinteraksi, dan membangun komunikasi dalam dunianya.²⁵

Segala hal yang dilakukan oleh generasi Z biasanya berhubungan dengan dunia maya. Dengan dibantu oleh perkembangan teknologi, mereka lebih mampu untuk melakukan semua kegiatan dalam satu waktu (*multitasking*) dibandingkan generasi-generasi terdahulunya. Secara tidak langsung, hal ini berpengaruh terhadap kepribadian dan karakteristik mereka. Terkadang, generasi Z mendapatkan stereotip sebagai pecandu teknologi, anti-sosial, atau “pejuang keadilan sosial” Kelemahan dari generasi Z ialah plin-plan karena menyukai sesuatu yang cepat atau instan, mudah bosan, dan biasanya cenderung bertindak semaunya sendiri tanpa melihat situasi dan kondisi yang terjadi disekitarnya.

Kehidupan ala Industri 4.0, suka atau tidak suka telah mengubah konektivitas sosial. Produk-produk komunikasi berbasis teknologi Artificial intelligence digital dan jejaring siber telah mengubah konektivitas sosial, ekonomi politik, budaya dari berhadapan (*face-to-face*) dan membentuk pola tatap kata-kata dan gambar. Akibat pada aspek sosial pun terjadi, perspektif tentang interaksi manusia dianggapnya sebenar-benarnya ada bila langsung secara maya (*virtual*) dan nirkabel (*wireless connectivity*).

Peran generasi milenial dan Gen Z dalam dunia keislaman saat ini menjadi sorotan. Mereka sering menjadi bahan perbincangan, baik dari segi sosial, pendidikan, maupun religiusitas. Di satu sisi, generasi ini dikenal adaptif terhadap teknologi dan memiliki semangat yang tinggi dalam mencari jati diri. Namun di sisi lain, mereka juga kerap terpapar budaya barat yang tidak sejalan dengan nilai-nilai Islam. Hal ini menyebabkan sebagian dari mereka mengabaikan ajaran agama dan mengalami krisis identitas spiritual.²⁶

Hal tersebut yang menjadikan antar generasi sangat berpengaruh dalam hal berdakwah. Beda generasi beda gaya juga, maka solusinya adalah da'i harus memposisikan diri sebagai orang tua, teman dan *bestie* dalam berdakwah. Sehingga para generasi akan merasa nyaman dan menerima apapun yang di berikan oleh da'i.

²⁵ Gusti Ayu Ketut Surtiari dkk., “Memahami Kualitas Sumber Daya Manusia Orang Asli Papua (Oap) Berdasarkan Pendekatan People-Centered,” *Masyarakat Indonesia* 46 (2020).

²⁶ Ghina Zahidatushalihah Firdausi dkk., “Dakwah di Kalangan Gen Z: Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Muda terhadap Kajian,” *Al-I'timad: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Islam* 3, no. 2 (2025): 163–78, <https://doi.org/10.35878/alitimad.v3i2.1693>.

Sesuatu tersebut sangat menjamin bagi keberlangsungan dakwah yang terus berkembang dan bertransformasi.

Sudah banyak dibuktikan di sekitar kita para jamaah akan menerima ilmu agama dengan gaya tongkrongan daripada yang terlalu formal, seperti halnya Gus Iqdam, Hannan Ataki dll. Pemuda akan lebih menerima ketika kajian itu dibawa dengan santai dan rileks tidak kaku dan tidak bersifat formal. Tidak sedikit dari pemuda yang tidak mau menerima ajaran agama karena terlalu kuno dan dianggap sebagai sia-sia karena tidak mengikuti *trend* yang ada. Maka solusi tersebut harus bersifat *fleksibel* dan lentur tidak memukul tetapi harus tetap merangkul.

C. Tantangan Dakwah pada Generasi Milenial dan Gen Z

Islam adalah agama yang “rahmatan lil alamin”. Rahmatanlil alamin sebagai bentuk rahmat dan rasa kasih sayang. Allah SWT, karunia dan nikmat yang diberikan kepada makhluknya di seluruh alam semesta. Di dalamnya menjunjung tinggi hak-hak asasi manusia, menjaga hak binatang dan tumbuh-tumbuhan. Dakwah Islam memiliki dua tantangan sekaligus. Pertama adalah tantangan keilmuan dakwah yang hingga sekarang belum tampak perkembangannya yang menggembirakan. Ilmu dakwah tampak stagnan dalam tataran pengembangan keilmuannya. Jika mengacu pada dimensi pengembangan keilmuan tersebut pada tulisan-tulisan ilmu dakwah yang sangat menonjol, maka rasanya tidak kita jumpai karya akademis outstanding tentang dakwah tersebut. Kedua, problem atau tantangan praksis dakwah. Harus kita akui bahwa dakwah bil lisan memang mendominasi terhadap percaturan dakwah di Indonesia. Ada banyak tokoh yang mengembangkan dakwah bil lisan ini. Baik dakwah bil lisan yang dilakukan melalui aktivitas bertajuk dakwah atau yang berupa sisipan dakwah dalam acara-acara yang khusus, misalnya peristiwa pernikahan, khitanan, jumatun, atau lainnya.²⁷

Kalau dilihat kebelakang, sejak zaman nabi hingga saat ini dakwah bil lisan termasuk kedalam kategori dakwah yang banyak dilakukan. Akan tetapi seiring berjalannya waktu terdapat perbedaan dari segi cara penyampaianya apalagi untuk zaman sekarang yang dalam segala hal bisa dilakukan melalui media sosial, termasuk berdakwah. Pada hakikatnya dakwah merupakan suatu kegiatan yang bersifat basic fundamental dalam membentuk masyarakat yang berkarakter berbudi pekerti, berbudi luhur dan berakhlakul karimah terutama terhadap objek dakwah nya (mad'u). Bukan

²⁷ Puput Puji Lestari, “Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial,” *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2020): 41–58, <https://doi.org/10.14421/JD.2112020.1>.

hanya itu, dakwah juga menjadi subjek terpenting dalam memberikan power terhadap keteguhan baik secara kuantitas maupun kualitas keimanan bagi umat Islam, dengan pesan-pesan ajaran Islam yang disampaikan melalui beberapa metode atau strategi dakwah yang bersifat persuasif dan komunikatif serta responsif terhadap fenomena masyarakat.²⁸

Abad modern saat ini budaya literasi sangat berpengaruh besar dalam perkembangan duniadakwah. Teknologi, informasi, dan komunikasi memberikan performa meningkatkan kualitasinformasi yang mudah diakses dari seluruh penjurulapisan terkhusus masyarakat yang ingin memperdalam ajaran agama Islam. Seiring berjalannya waktu proses berdakwah mengalami perubahan yang sangat signifikan, Dakwah lebih efektif dan efisien dengan dinamisasi media sebagai sarana penunjang. Dalam penyebarannya dakwah Islam memiliki peran penting di Negara Indonesia dimanapenduduknya mayoritas memeluk ajaran agama Islam.²⁹ Dakwah dalam ajaran agama Islam memiliki arti seruan kebaikan yang dilakukan secara terus menerus dengan cara dan tujuan tertentu. Dakwah juga bisa disebut sebagai sarana komunikasi yangmemiliki unsur, materi,sasaran, dan tujuan dalam berdakwah. Dari definisi tersebut dakwah sangatlahberperan penting dalam mengedukasi umat Islam.

Tantangan dakwah dari satu zaman ke zaman yang lain semakin bertambah. Umat terbawa arus perubahan sosial yang dipicu perkembangan ilmu dan teknologi yang tanpa kontrol. Hilangnya rasa hormat anak kepada yang lebih tua, rasa kasih sayang kepada yang lebih muda, rasa malu berbuat kejahatan dan kaburnya batasan kebaikan dan kejelekan sehingga banyak orang yang melihat suatu kejahatan sebagai kebaikan dan kebaikan sebagai kejahatan. Tantangan yang paling berat dalam jalan dakwah adalah hilangnya jati diri seorang da'i.

Salah satu tantangan yang disebutkan adalah pendangkalan dan penyepelan pesan-pesan Islam di internet. Ada kekhawatiran bahwa penggunaan internet dapat mengarah pada penyebaran informasi Islam yang profan, banal, dan bias. Hal ini menyoroti perlunya kualifikasi nilai dan verifikasi informasi Islam dari sumber-sumber yang dapat dipercaya.Tantangan lainnya adalah hilangnya identitas simbolik ajaran

²⁸ Nur Arief Ibnu Hasan dkk., "Peranan Tokoh Adat Dalam Pelestarian Dan Pemanfaatan Potensi Budaya Pada Masyarakat Kampung Adat Kuta Tambaksari Kabupaten Ciamis," *J-KIP (Jurnal Keguruan dan Ilmu Pendidikan)* 4, no. 2 (2023): 463, <https://doi.org/10.25157/j-kip.v4i2.8998>.

²⁹ Siti Mahmudah Yanti, "Dakwah Media Sosial dalam Literasi Pesantren," *An-Nashiha: Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies* 1, no. 2 (2022): 62-68, <https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v1i2.338>.

Islam. Artikel tersebut menyebutkan bahwa internet dapat mengarah pada popularisasi dan komodifikasi ritual keagamaan, serta penekanan pada simbol-simbol prestisius. Hal ini dapat mengakibatkan fokus pada kesenangan sesaat tanpa pemahaman yang mendalam tentang ajaran agama.³⁰

Maka dari penjelasan diatas sudah jelas bahwa tantanga kita sebagai pendakwah adalah mengikuti era digital bukan malah melawan atau menyalahkan. Hal ini dapat memicu perkembangan dakwah yang naik secara signifikan, karena kita mampu menjadikan tantangan sebagai peluang. Tidak ada salahnya tentang digital kecuali jika kita menggunakan untuk hal yang negatif.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa dakwah pada generasi milenial dan Gen Z berada pada persimpangan penting antara tradisi dan modernitas. Kemajuan teknologi digital tidak hanya memengaruhi cara mereka berinteraksi, tetapi juga membentuk cara berpikir, gaya hidup, dan pemahaman keagamaan. Generasi ini memiliki akses tak terbatas terhadap informasi, termasuk informasi keagamaan, yang sering kali tidak tervalidasi sehingga menimbulkan pendangkalan makna, bias penafsiran, dan kesenjangan antara simbol keagamaan dengan substansi ajaran Islam. Tantangan berat muncul ketika media sosial menjadi ruang utama bertemunya berbagai narasi keagamaan, baik yang bersifat mendidik maupun menyesatkan. Fenomena komodifikasi dakwah, konten keagamaan instan, hingga popularitas figur pendakwah digital turut memengaruhi persepsi generasi muda terhadap otoritas dan kualitas dakwah itu sendiri.

Meskipun demikian, era digital juga membuka peluang besar bagi perkembangan dakwah. Teknologi memungkinkan penyebaran dakwah lebih luas, cepat, dan tidak terbatas ruang dan waktu. Pondok pesantren serta lembaga keagamaan yang mampu memanfaatkan media digital terbukti dapat menjangkau audiens lintas daerah bahkan lintas negara. Dengan demikian, tantangan dakwah seharusnya tidak dilihat sebagai hambatan, tetapi sebagai momentum untuk melakukan inovasi strategi dakwah yang lebih adaptif.

³⁰ Alfi *Mardhiyatus* Staniyah dkk., "Digitalisasi Dakwah: Tantangan dan Strategi Menginspirasi di Era Teknologi," *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 4 (2024), <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i4.2202>.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abrori, Abrori, dan M. Sofyan Alnashr. "Aktualisasi Metode Dakwah Milenial Menghadapi Tantangan Perubahan Sosial Masyarakat." *Mu'ashir: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 1, no. 1 (2023): 29–40. <https://doi.org/10.35878/muashir.v1i1.768>.
- Andik Khoirul Iman dan Abdul Muhid. "Dakwah Berbasis Komunitas: Mengoptimalkan Fungsi Masjid sebagai Pusat Pembinaan Gen-Z: Community-Based Preaching: Optimizing the Function of Mosques as Gen-Z Development Centers." *Qulubana: Jurnal Manajemen Dakwah* 6, no. 1 (2025): 235–52. <https://doi.org/10.54396/qlb.v6i1.1999>.
- Andika, Andika. "Agama Dan Perkembangan Teknologi Di Era Modern." *Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-Agama* 2, no. 2 (2022): 129. <https://doi.org/10.22373/arj.v2i2.12556>.
- Bashori, Abdul Hamid, dan Moh. Jalaluddin. "Dakwah Islamiyah Di Era Milenial." *Syar | Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2021): 89–102. <https://doi.org/10.54150/syar.v1i2.40>.
- Constantin, Natasha, dan Fitzgerald Sitorus. "Autopoiesis : Komunikasi dan Implementasi pada Era Modern dalam Perspektif Niklas Luhmann." *Comserva : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 4, no. 8 (2024): 2609–18. <https://doi.org/10.59141/comserva.v4i8.2742>.
- Firdausi, Ghina Zahidatushalihah, Azizah Fadilah, Lakeisha Indradi, dan Haura Adzra. "Dakwah di Kalangan Gen Z: Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Muda terhadap Kajian." *Al-I'timad: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Islam* 3, no. 2 (2025): 163–78. <https://doi.org/10.35878/alitimad.v3i2.1693>.
- Ibnu Hasan, Nur Arief, Yeni Wijayanti, dan Dewi Ratih. "Peranan Tokoh Adat Dalam Pelestarian Dan Pemanfaatan Potensi Budaya Pada Masyarakat Kampung Adat Kuta Tambaksari Kabupaten Ciamis." *J-KIP (Jurnal Keguruan dan Ilmu Pendidikan)* 4, no. 2 (2023): 463. <https://doi.org/10.25157/j-kip.v4i2.8998>.
- Lestari, Puput Puji. "Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial." *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2020): 41–58. <https://doi.org/10.14421/JD.2112020.1>.
- Mabrur, Muhammad, Lalu Agus Satriawan, dan Udi Yuliarto. "Aplikasi Konsep Religious Marketing dalam Praktek Komunikasi dan Dakwah Islam." *Al-Hiwar Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah* 12, no. 1 (2024): 45–56.

<https://doi.org/10.18592/alhiwar.v12i1.13592>.

Muhamad Hizbullah. "Adaptasi Dakwah Islam Di Media Online Era 4.0." *Al-Qaul: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 1 (2022): 71–92. <https://doi.org/10.33511/alqaul.v1n1.71-92>.

Muhammad Alfito Deanoza H, Nindya Alya Ramiza U, Nasywa Annisi Lillah, dan Abdul Fadhil. "Peran Dakwah Digital dalam Menanamkan Kesadaran Beragama bagi Remaja Generasi Z." *Jurnal Miftahul Ilmi: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 2, no. 1 (2025): 01–12. <https://doi.org/10.59841/miftahulilmi.v2i1.31>.

Musbihin, MuhammadAziz, dan Umi Halwati. *Manajemen Dakwah Bil Lisan Perspektif Hadits*. 05 (2023).

Nikmah, Faridhatun. "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial." *Muāṣarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 2, no. 1 (2020): 45. <https://doi.org/10.18592/msr.v2i1.3666>.

Nurdianti, Endang. "Analisis Isi Pesan Dakwah Webtoon Ngopi Yuk! Di Kalangan Remaja Melalui Komik Digital: Analisis Isi Pesan Dakwah Webtoon Ngopi Yuk! Di Kalangan Remaja Melalui Komik Digital." *Al-Idzaah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 4, no. 2 (2022): 121–37. <https://doi.org/10.24127/al-idzaah.v4i2.3083>.

Pradhana, I Putu Dharmawan, Ni Made Prihanadi Dwi Surya Putri, dan Ketut Elly Sutrisni. "'Ada Apa Dengan Gen Z' Studi Fenomenologi Generasi Net Di Tengah Dilematisasi Antara Gaya Hidup Dan Kearifan Lokal." *Jurnal Manajerial* 10, no. 03 (2023): 542–60. <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v10i03.6196>.

Ratnawati, Santi, Mohammad Afif Syaifudin, dan Abdul Hakim. *Analisis Strategi, Tantangan, dan Peluang Dakwah melalui Podcast di Era Digital*. 3, no. 1 (2025).

Ridwan, Muhammad, dan Andi Edwin Rewira. "Implementasi Dakwah Keluarga di Era Digital." *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Thawalib* 1, no. 2 (2022): 89–102. <https://doi.org/10.54150/thame.v1i2.75>.

Riska Amelia Putri, Mutifatul Hamdiah, dan Adhi Kusuma. "Analisis Model Komunikasi Dakwah yang Efektif dalam Kehidupan Sehari-hari." *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi* 5, no. 1 (2025): 237–44. <https://doi.org/10.55606/juitik.v5i1.1223>.

Rizal, Jefrizal, dan Zul Fila Ilham. "Dakwah Dalam Seni; Analisis Pesan Dalam Tari Zapin Meskom." *Matlamat Minda* 1, no. 2 (2021). <https://doi.org/10.56633/jdki.v1i2.281>.

- Sekar Arum, Lingga, Amira Zahrani, dan Nickyta Arcindy Duha. "Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030." *Accounting Student Research Journal* 2, no. 1 (2023): 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>.
- Sondang, Sharine, Nindyo Andayaning Pandusaputri, dan R. Bintang R. Mokodompit. "Adaptasi Tren Penikmat Kopi dari Generasi Milenial ke Gen Z." *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 9, no. 8 (2024): 4063–72. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i8.16001>.
- Sondang, Sharine, Nindyo Andayaning Pandusaputri, dan R. Bintang R. Mokodompit. "Adaptasi Tren Penikmat Kopi dari Generasi Milenial ke Gen Z." *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 9, no. 8 (2024): 4063–72. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i8.16001>.
- Stanayah, Alfi Mardhiyatus, Nur Efendi, dan Kojin Mashudi. "Digitalisasi Dakwah: Tantangan dan Strategi Menginspirasi di Era Teknologi." *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 4 (2024). <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i4.2202>.
- Sumardianto, Erdin. "Dakwah Kepada Gen Z: Tinjauan Komponen Manajemen Dakwah." *Tanzhim: Jurnal Dakwah Terprogram* 3, no. 1 (2025): 67–84. <https://doi.org/10.55372/tanzhim.v3i1.39>.
- Surtiari, Gusti Ayu Ketut, Haning Romdiati, Luh Kitty Katherina, dkk. "Memahami Kualitas Sumber Daya Manusia Orang Asli Papua (Oap) Berdasarkan Pendekatan People-Centered." *Masyarakat Indonesia* 46 (2020).
- Yanti, Siti Mahmudah. "Dakwah Media Sosial dalam Literasi Pesantren." *An-Nashiha: Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies* 1, no. 2 (2022): 62–68. <https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v1i2.338>.
- Zulkhair, Nuradi, Husnul Khatimah, dan Irfan Syauqi Beik. "Dakwah dan Kemandirian Ekonomi: Urgensi Penerapan Model Da'i Preneur di Era Modern: Da'wah and Economic Independence: The Urgency of Applying the Da'i Preneur Model in the Modern Era." *Qulubana: Jurnal Manajemen Dakwah* 6, no. 1 (2025): 1–23. <https://doi.org/10.54396/qlb.v6i1.1913>.