

Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Gen Z dan Milenial (Generasi Muda)

Weny Maulida Nabila¹, Silmi Fadhilatunnisa², Muhammad Irgi Alamsyah³,
Meity Suryandari⁴

Institut Agama Islam Az Zaytun Indonesia

E-mail: Wenymaulidanabila@gmail.com¹, Silmi55@gmail.com², Irgialamsyah0@gmail.com³,
meyti@iai-alzaytun.ac.id⁴

Abstract

This research is a type of qualitative research that uses a questionnaire method aimed at knowing; (1) How much influence proselytizing content has on millennials. (2) what factors influence millennials to spread proselytizing content. (3) How millennials prepare for better proselytizing content. The data collection technique is to first share a questionnaire in the form of a g-form containing questions about content that is much loved by millennials and the reasons for liking the content, researchers conducted a questionnaire method that was shared with respondents to find out the influence of proselytizing content on the millennial generation, The data analysis technique used is descriptive qualitative, descriptive analysis qualitative through data analysis linked to proselytizing material preferred by the millennial generation. Based on the results of data analysis and discussion, the results of this study can show the following: The influence of proselytizing content on the interests and motivations of the millennial generation is that they can know the teachings of Islam which are packaged with an attractive and unique appearance that is judged in terms of delivery that can entertain and educate well, that way the millennial generation can open their minds so that they can prepare what things to do in building better proselytizing content in the future.

Keywords: Millennial Generation, Da'wah, Islamic.

Abstrak

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif yang menggunakan menggunakan metode kuesioner yang bertujuan mengetahui; (1) Seberapa besar pengaruh konten dakwah terhadap generasi milenial. (2) faktor-faktor apakah yang mempengaruhi generasi milenial untuk menyebarkan konten dakwah. (3) Bagaimana generasi milenial mempersiapkan konten dakwah yang lebih baik. Teknik pengumpulan data adalah pertama-tama membagikan kuesioner berupa g-form yang berisi pertanyaan tentang konten yang banyak digemari oleh generasi milenial dan alasan menyukai konten tersebut, peneliti melakukan metode kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk mengetahui pengaruh konten dakwah terhadap generasi milenial, Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, analisis deskriptif kualitatif melalui analisa data yang dihubungkan dengan materi dakwah yang disukai oleh generasi milenial. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka hasil penelitian ini dapat menunjukkan sebagai berikut: Pengaruh konten dakwah terhadap minat dan motivasi generasi milenial adalah mereka bisa mengetahui ajaran Islam yang dikemas dengan tampilan menarik dan unik yang dinilai dari segi penyampaian yang bisa menghibur dan mengedukasi dengan baik, dengan begitu generasi milenial dapat membuka pikiran

Received November 30, 2022; Revised Desember 02, 2022; Januari 01, 2023

* Weny Maulida Nabila, Wenymaulidanabila@gmail.com

sehingga bisa mempersiapkan hal apa saja yang harus dilakukan dalam membangun konten dakwah yang lebih baik kedepannya.

Kata kunci: Generasi Milenial. Dakwah, Islam.

I. PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, konten dakwah menjadi hal yang sangat dibutuhkan masyarakat. terutama bagi generasi muda atau yang dikenal generasi Milenial yang saat ini sedang berkecimpung dalam kehidupan sosial masyarakat. Munculnya generasi milenial ini perlu mendapatkan dukungan, motivasi dan arahan sesuai ajaran dan syariat Islam berupa dakwah agar mereka dapat menjadi generasi yang bisa diandalkan dan berpegang teguh dengan ajaran Islam.

Dalam hal ini, konten dakwah menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan para Da'i dalam menarik perhatian generasi muda karena melihat generasi muda Islam yang banyak mengabaikan pesan atau nasihat Islami bahkan kurang berminat untuk menonton aktivitas dakwah yang disebabkan konten dakwah yang tidak dikemas dengan baik. Hal tersebut mengakibatkan turunnya minat generasi muda dalam menonton konten dakwah. Maka dari itu, Perlunya peran seorang Da'i yang bisa mendidik serta mengajarkan mereka tentang ajaran Islam dengan cara yang baik, menarik, dan benar agar mereka dapat menyukai konten dakwah serta menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Untuk itu penulis melakukan metode penelitian kuesioner melalui g-form yang berisi respon terhadap konten dakwah yang banyak digemari generasi milenial dan pengaruhnya dimana menjadi acuan generasi muda milenial dalam melaksanakan kegiatan dakwah Islam. Bagaimana pendapat generasi milenial dan bagaimana mereka mempersiapkan diri dalam menyampaikan dan menyebarluaskan dakwah Islam, merupakan beberapa hal yang diuraikan dalam jurnal ini.

Pengertian Dakwah

Kata dakwah berasal dari bahasa 'Arab yakni da'a yad'u, yang berarti ajakan, seruan atau panggilan. Sedangkan menurut istilah, dakwah mengandung upaya menyebarluaskan kebenaran dan mengajak orang lain untuk mempercayainya. Menurut Kustadi Suhandang, dalam dakwah manusia diseru untuk mendakwahi orang lain untuk berbuat kebajikan yakni melakukan amar makruf nahi munkar berupa kontrol sosial yakni pengendalian sosial dilakukan untuk mengatasi atau mencegah terjadinya perilaku

menyimpang di masyarakat. Jika diartikan secara umum dakwah berarti mengajak atau menyeru kepada hal yang lebih baik (Naufel, 2021, 98-99).

Ada pula pengertian dakwah menurut Sayyid Qutb, adalah mengajak, / menyeru kepada orang lain untuk masuk kedalam sabil (jalan) Allah swt. (Wahyu, 2010: 14) Bukan untuk mengikuti da'i atau orang lain atau sekelompok orang. Tentu pengertian tentang dakwah masih banyak lagi, dan banyak kita temukan di beberapa buku yang menulis tentang dakwah, sebagaimana hal tersebut di bawah ini, Islam adalah agama dakwah yakni agama yang mengandung upaya menyebarluaskan kebenaran dan mengajak orang lain untuk mempercayainya, sehingga semangat memperjuangkan kebenaran itu, tidak pernah padam dalam jiwa umat manusia yang beriman kepada Allah Swt. Didalam al-Qur'an Allah swt. Perintahkan untuk berdakwah yaitu

هُمُ الْمُفْلِحُونَ لَقَدْ وَأُولُو الْأَمْرِ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُكَلِّمُكُمْ أُمَّةً يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ

Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.45 (QS. Ali Imran:104)

Dakwah sebagai Objek Kajian Ilmu

Kegiatan dakwah merupakan hal yang tidak dapat dipungkiri lagi karena sebagian besar kegiatan umat Islam dihiasi dengan kegiatan-kegiatan dakwah. Seperti yang biasa disuguhkan di layar televisi melalui program kegiatan dakwah atau pengajian yang sering ditayangkan di televisi baik secara langsung maupun tidak langsung Bagi masyarakat yang tidak memiliki waktu untuk menonton televisi, mereka pun dapat menikmati kegiatan dakwah melalui bacaan-bacaan yang ada di surat kabar, majalah, buku atau internet. Terutama melalui media sosial yang kini dengan mudah diakses kapanpun dan dimanapun. Dalam dakwah adapun 3 kajian yang harus diperhatikan yaitu:

- 1) Kajian masalah yang berkaitan dengan kegiatan tabligh (komunikasi) Islam yaitu Komunikasi dan Penyiaran Islam serta Bimbingan Penyuluhan Islam.
- 2) Kajian masalah yang berkaitan dengan Pengembangan Masyarakat Islam.
- 3) Kajian masalah yang berkaitan dengan Manajemen Dakwah Islam.

Dalam kajian ilmu dakwah dapat dilakukan berdasar bidang kajiannya. Adapun ketiga bidang kajian tersebut dalam pelaksanaan dakwah Islam terbagi atas beberapa tahapan, yaitu: Pertama, membangkitkan kesadaran keimanan dan pengakuan kebenaran Islam sebagai petunjuk bagi manusia (transformasi nilai imani). Hal tersebut dapat

dilakukan melalui upaya untuk mengkomunikasikan Islam. Kedua, membumikan Islam dalam perilaku individual, sosial, dan kultural (transformasi nilai amali). Bentuk usaha kedua ini merupakan perwujudan dari tanggung jawab manusia sebagai khalifah di muka bumi. Untuk itu sebagai generasi muda penerus bangsa pentingnya mempelajari ilmu ajaran Islam melalui konten dakwah yang banyak disediakan agar generasi milenial dapat mengaplikasikan dan menjadi model yang diharapkan agama Islam.

Metode Dakwah Menurut Islam

Menurut istilah metode berasal dari bahasa inggris, yaitu method, yang berarti systemic arrangement (penataan yang sistematis), ordely procedure (prosedur yang rapi), mode of handling intelletual problema (cara penanganan masalah yang cerdas) Jadi kalau disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan metode itu adalah cara menyusun tatanan kerja yang rapih, guna menangani suatu masalah. Apabila dihubungkan dengan metode dakwah adalah cara melakukan kegiatan dakwah, guna menghasilkan manusia yang Islami, kalau dihubungkan dengan ilmu komunikasi adalah cara berkomunikasi guna menyusun kegiatan dakwah yang berhasil dan efektif. Kemudian strategi dakwah atau metode dakwah adalah merupakan cara untuk menyesuaikan kondisi atau keadaan serta tema yang relevan, dimana dia berdakwah, di dalam Al-Qur'an Allah swt berfirman :

نَّوَجَادِلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

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 mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (An-Nahl : 125)

Dalam ayat al-Qur'an tersebut terkandung 3 (tiga) hal dalam melakukan strategi dakwah agama Islam pada masyarakat (Mad'u) yaitu : 1. Hikmah, 2. Mau'idhah hasanah (Pengajaran yang baik) 3. Mujadalah (berdebat atau diskusi) Kata hikmah adalah perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dan batil (Wahidin, 2012: 19-22). Sedangkan menurut Syeikh bin 'Asyur dalam tafsirnya Attahrir wa-Atanwir menjelaskan, Maksud 'hikmah' adalah pengetahuan yang sudah paten, (baku), yakni jauh dari kesalahan. Jika seorang Ustadz / Ustadzah mampu menjalankan strategi dakwah dengan hikmah maka baginya tidak terlalu sulit untuk mencapai keberhasilan dalam berdakwah. Begitu pula Utusan Allah SWT,yaitu Nabi Muhammad

Saw melakukan strategi dakwah secara arif dan bijaksana, sehingga melalui beliau, Allah memberi rahmat kepada hamba utusanNya dan meyelamatkan umatnya dari perbuatan yang tidak baik menuju keesaan Allah SWT semata.

Strategi Nabi Muhammad Saw. Sangat berguna sekali dalam menyukseskan dakwahnya, yaitu untuk membangun akhlaq manusia yang menghamba hanya kepada Allah SWT semata. membangun dan menguatkan sekaligus mengembangkan agama Islam di negara beliau. Sedangkan yang dimaksud ‘mau’idzhah’ adalah tutur kata yang dirasakan lembut oleh lawan bicara (Pendengar).⁵⁸ Yang artinya menggunakan bahasa yang santun sesuai dengan bahasa yang dikuasai masyarakat setempat,. Ini juga digunakan oleh Nabi Muhammad Saw.ketika berdakwah bahkan Nabi Muhammad Saw.menggunakan perumpamaan-perumpamaan ketika beliau bertutur kata seperti salah satu contoh didalam HadithNya, yang artinya : “ Mukmin yang satu dengan Mukmin yang lain bagaikan satu bangunan, yang satu sama lain saling menguatkan” (HR. Bukhari dan Muslim). Maksud sabda Nabi Muhammad saw, nilai persatuan dan kesatuan antara umat Islam satu dengan umat Islam yang lain adalah sangat penting. Didalam al-Qur’an. Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliyah) bermusuhmusuhan, maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu karena nikmat Allah, orang-orang yang bersaudara; dan kamu telah berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu dari padanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu mendapat petunjuk. Makna Berdebat (Mujadalah), yaitu memberikan argumentasi yang benar dan memberikan koreksi atas hal – hal yang salah.

Dan diantara yang lebih baik adalah membantah dengan indirect speech, yaitu redaksi tidak langsung dan tidak mengarah (secara personal, sehingga menyakiti perasaan lawan). Didalam al-Qur’an Allah Swt. Berfirman:

رُّهُمْ حُمَةً مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّهُمْ ؕ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَعْتُوهُم مِّنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
تَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُؤْمِنِينَ ۝ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai

orang-orang yang bertawakkal kepadaNya. (QS. Ali – Imran : 159) Bermusyawarah adalah untuk tidak melakukan debat yang menjurus kurang baik bagi kedua belah pihak, kita sebagai sesama Muslim tidak boleh saling menjatuhkan satu sama lain. Berdebatlah tetapi dengan cara yang baik dan bijaksana, dan tetap dalam bingkai Islam yang Rahmatan Lilalamin (Rahmat bagi Alam semesta). Ketiga hal tersebut dapat dijadikan cara berdakwah dengan lisan maupun tulisan perbuatan nyata kepada masyarakat. Seperti membangun Masjid, membangun Mushallah, membangun, sekolah madrasah, serta membangun sarana pendidikan-pendidikan yang lainnya.

Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Gen Z dan Milenial

Generasi millennials: generasi yang lahir antara tahun 1981- 2000 (saat ini berusia 20 hingga 39). Generasi Milenial (Generasi Y) adalah kelompok demografis setelah Generasi X, generasi ini banyak dipengaruhi oleh munculnya smartphone, meluasnya internet dan munculnya jejaring sosial media. Generasi Millennial adalah generasi yang “melek teknologi”. Hasil riset yang dirilis oleh Pew Research Center menjelaskan keunikan generasi milenial dibanding generasi sebelumnya yaitu kehidupan mereka tidak bisa dilepaskan dari teknologi terutama internet, dan entertainment atau hiburan sudah menjadi kebutuhan pokok. Keempat, generasi Z: generasi yang lahir setelah tahun 2000 hingga saat ini. Pendapat lain menyebutkan bahwa generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 2000-2010, dan setelahnya disebut generasi Alpha. Generasi Z ini merupakan peralihan dari Generasi Y pada saat teknologi sedang berkembang pesat. Pola pikir Generasi Z cenderung serba instan. Mereka sudah mengenal dan sudah berpengalaman dengan gadget, smartphone dan kecanggihan teknologi lainnya ketika usia mereka yang masih dini. Hasil penelitian Alvara Research Center terkait survey penggunaan Internet di Indonesia pada tahun 2015 menunjukkan bahwa konsumsi internet (addicted user) generasi milenial jauh lebih tinggi dibanding dengan genXer, terutama di younger millennial generation (15-24 tahun).

Kegiatan dakwah tidak cukup dilaksanakan dalam pertemuan-pertemuan saja seperti kegiatan pengajian, majelis ta’lim, dan berbagai kegiatan lainnya. Akan tetapi kegiatan dakwah juga harus masuk ke dalam dunia sosial media (digital), karena pada era ini masyarakat lebih memilih mencari dan memberikan berbagai informasi melalui media sosial. Para da’i harus memiliki kreativitas dan inovasi yang bagus dalam mengemas konten-konten dakwah yang hendak disampaikan, karena para generasi Z lebih tertarik

pada konten-konten inovatif. Pendekatan dakwah dengan digitalisasi ini berhasil merangkul Generasi Z dengan hidupnya yang tidak bisa lepas dari dunia digital. Dilihat dari trend penggunaan internet menurut usia, maka makin muda usia makin tinggi. Studi yang dilakukan oleh Pusat Kajian Agama dan Budaya (CSRC) Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta menunjukkan bahwa muslim milenial menganggap dakwah atau kajian di masjid tidak lagi relevan dengan persoalan mereka. Dakwah di masjid dianggap tidak menarik minat muslim milenial, karena cenderung konvensional, topik yang diangkat dan cara mem bahas nya membosankan, dan tidak menyentuh kebutuhan milenial. Kini, makin banyak muslim milenial menyukai kajian agama online, karena tema ceramah yang diangkat tidak terlalu berat dan mudah dipahami, serta 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 yang diperoleh dari sumber-sumber digital seperti blog, terutama youtube. Ketokohan seorang pemuka agama bagi generasi milenial ditentukan oleh popularitas dan frekuensi kemunculannya di media massa, media elektronik, televisi dan internet menjadi rujukan bagi banyak kalangan muda untuk mendapatkan informasi yang mereka idolakan. Tokoh agama yang digital friendly lebih mudah untuk diterima karena mereka dapat mengakses secara mudah dimanapun dan kapanpun mereka inginkan. Kehadiran media sosial telah mereduksi peran pendidikan agama dalam keluarga, bahkan di lembaga pendidikan dan organisasi. Berdasarkan paparan di atas, dengan penguasaan teknologi informasi santri yang merupakan generasi milenial bisa mengambil peluang strategis dalam melakukan dakwah Islamiyah yang ramah, toleran dan damai. Generasi milenial dapat terlibat aktif dalam gerakan keagamaan yang berbasis sosial media. Kegiatan dakwah Islam perlu menyesuaikan dengan konteks kekinian generasi milenial. Karakteristik generasi milenial yang berfikir positif, produktif, kreatif, percaya diri, bersemangat, siap dengan perubahan.

II. METODE

Pengumpulan data penelitian ini bersumber dari kuesioner melalui google form dan studi pustaka, maka pola kerjanya bersifat kualitatif yang dianalisis mendalam dari jawaban para responden dan rujukan pustaka. Analisis ini digunakan untuk menganalisis seberapa besar minat generasi milenial terhadap konten dakwah di media sosial. Tinjauan

pendekatan survei yang berisi pertanyaan yang berkaitan dengan konten dakwah di media sosial. Semua data dikumpulkan atau telah terhimpun dan dianalisis secara cermat, maka ada Dua kemungkinan tehnik yang telah dipakai dalam pengambilan suatu kesimpulan, yaitu:

- 1) Teknik pengolahan data dengan cara menganalisis data dan informasi yang telah diperoleh, namun masih berserakan lalu dikumpul dan dianalisis sehingga menjadi data dan informasi yang utuh dan dapat memberi gambaran sebenarnya tentang objek yang diteliti. Teknik analisis data seperti ini dilakukan dengan berangkat dari data yang bersifat umum, kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat khusus atau yang diistilahkan dengan teknik analisis deduktif;
- 2) Teknik analisis data secara induktif yaitu data yang telah dikumpulkan dan telah diramu sedemikian rupa, ditelaah kembali dan dianalisis dengan berangkat dari fakta-fakta yang khusus lalu ditarik kesimpulan yang bersifat umum, sehingga dapat memberikan pengertian sekaligus kegunaan data tersebut Suatu analisis yang ditarik dengan membandingkan antara persoalan dengan persoalan lainnya. Memperhatikan hubungan, persamaan dan perbedaan lalu menarik suatu kesimpulan. Teknik analisis seperti ini dikenal dengan istilah komparatif.

Ada pula Metode dakwah untuk Milenial Dari Muhammadiyah Hingga dikenal Internasional ada empat Metode :

1. Dakwah Bil lisan melalui ceramah-ceramah, Khutbah, diskusi, seminar dan nasihat-nasihat.
2. Dakwah bil-hal yaitu metode dakwah melalui perbuatan langsung, sehingga sebagaimana dicontohkan kiai tauladan seperti mendirikan penolong kesengsaraan oemon atau pko (kini,rumah,sakit) pembagian zakat shodaqoh dan qurban melalui panitia. Melalui surat al-maun, memaknainya tetap mempraktikan menjadi dakwah bil-hal seperti memberi anak yatim, fakir miskin, dan pelayanan sosial berupa panti asuhan.
3. Dakwah bi-tadwin adalah Metode dakwah yang di lakukan melalui tulisan. Para tokoh awal Muhammadiyah hingga saat ini menggunakan metode tulisan untuk menyampaikan penjelasan mengenai seruan yang hendak di sampaikan seluas-luasnya kepada warga, anggota, pimpinan dan masyarakat. Karena sampai saat ini

tulisan menjadi tradisi yang di gunakan seperti Majalah, koran, buku seperti di perpustakaan yang sangat sering di baca oleh banyak orang.

4. Dakwah bil-hikmah yaitu menyampaikan seruan secara arif dan bijaksana. Jadi jikalau kita ingin mengingatkan Muhammadiyah cenderung menyampaikan dengan arif dan bijaksana bahkan, menghingatkan dengan cara ini telah menjadi tradisi di Muhammadiyah bagaimana menggunakan surat keorganisasiannya sebagai sebuah saran, kritik, dan mengingatkan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai catatan akhir, penulis ingin menegaskan kembali bahwa dakwah yang cerdas di era modern ini dapat dilakukan dengan memosisikan dakwah sebagai ilmu yang dapat dikembangkan dan dievaluasi keberadaannya. Lantas, keilmuan dakwah yang ada sekarang ini sudah saatnya dikembangkan menjadi ilmu komunikasi Islam yang lebih compatible dengan perkembangan masyarakat dan ilmu pengetahuan di era modern ini. Selain itu, pengaruh konten dakwah dalam menciptakan dan memanfaatkan teknologi informasi sebagai media dakwah perlu terus menerus diupayakan agar dakwah betul-betul dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Prinsip “khair al-nas anfa’uhum li al-nas” dapat dijadikan landasan oleh para da’i dalam menggerakkan.

Setelah menjabarkan hal-hal yang melatarbelakangi penelitian, teori-teori yang telah mengukuhkan penelitian, dan metode penelitian yang digunakan, maka pada bagian ini dipaparkan mengenai hasil dari penelitian. Hasil penelitian akan dijabarkan berdasarkan hasil kuesioner G Form dan studi pustaka. Dalam pembahasan ini didapat melalui hasil pengumpulan data melalui survey G form terhadap informan yang dibutuhkan dalam penelitian, serta diskusi yang terfokuskan terhadap masalah yang diteliti. Hasil penelitian dan pembahasan ini, akan menguraikan berbagai hal mengenai Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Gen Z dan Milenial (Generasi Muda). Data yang kami terima berjumlah 56 orang dengan memberikan beberapa pertanyaan yang disusun.

1. Konten dakwah siapa yang lebih sering kamu tonton
2. Media sosial apa yang sering anda lihat kontennya?
3. Apa yang membuat anda menyukai konten tersebut?
4. Hal apa yang anda inginkan dari sebuah konten dakwah tersebut?

5. Apa yang ingin anda lakukan setelah mendengarkan konten itu?
6. Di saat kapan saja anda melihat konten tersebut?
7. Apakah anda suka membagikan setelah anda mendengarkan konten tersebut?
8. Menurut anda apa manfaat dari menonton konten dakwah?
9. Menurut anda konten dakwah islami yang yang baik itu seperti apa?
10. Mengapa kita perlu menonton konten dakwah?
11. Jikalau anda menjadi da'i, hal apakah yang perlu anda Persiapkan agar konten anda di sukai banyak orang?

Dari beberapa pertanyaan yang diatas hampir setiap generasi z dan milenial gemar menonton konten dakwah serta menonton konten dakwah yang dibawakan oleh para da'i terkenal yang berbeda-beda seperti : Ustd Fakhruddin Faiz, Habib Ja'far Hussien, Ustd Hanan Attaki, Ustaz Abdul Somad, Ustad Khalid Basalamah, Ustdzh Halimah alaydruz, Ustad Handy bonny, Ustazah Oki dan Quraish Shihabi. Dan ada juga yang menjawab tidak pernah melihat konten dakwah dan jarang sekali melihat konten dakwah. Dari beberapa dai tersebut yang paling banyak dipilih adalah ustd hanan attaki oleh dari beberapa dai yang dipilih oleh informan. Dan yang paling sedikit memilih adalah yang tidak pernah melihat dan jarang melihat konten dakwah.

Media sosial yang biasa dipakai dalam melihat konten dakwah seperti You Tube, instagram, Tik Tok, Facebook. dari 56 yang menjawab You Tube dan Tik tok merupakan aplikasi yang banyak digunakan dalam mengakses konten dakwah dan aplikasi yang ke dua ada instagram dan yang sedikit Facebook, Konten tersebut dapat disukai disebabkan konten itu menyesuaikan apa yang diinginkan oleh mad'u dan memiliki karakteristik yang menarik dengan menyampaikan sebuah materi dengan baik, menarik dan dapat memotivasi mengajak kedalam kebaikan. Keinginan dari konten dakwah bisa memberikan edukasi, merubah diri, menambah wawasan keilmuan dan musahabah diri.

Setelah melihat konten dakwah biasanya hal yang dilakukan: menerapkan/mengamalkan, membagikan, intropeksi diri dan memiliki wawasan baru.

Dari 56 orang Konten dakwah biasa dilihat, banyak yang memilih kapan saja atau hanya lewat di aplikasi media sosial danyang sedikit memilih ketika memiliki permasalahan. Dari 56 orang terkadang mereka membagikan konten dakwah yang biasa ia lihat dan ada yang langsung membagikan konten dakwah biasa ia lihat dan ada yang

tidak membagikan konten dakwah. Mengapa kita perlu menonton konten dakwah. Konten dakwah dapat menambah wawasan keilmuan agama, mengevaluasi kesalahan dimasa lalu untuk menjadikan pribadi yang lebih baik dan memperkuat keimanan kita dalam menghadapi segala larangan yang diperintahkan Allah swt.

Persiapan dalam konten dakwah agar disukai banyak orang dengan meningkatkan kualitas diri sehingga tidak mendapati masalah saat berdakwah dan memiliki konten yang sesuai dengan target yang kita tuju dengan beberapa karakteristik dakwah yang mungkin disenangi oleh mad'u atau pendengar kreatif, inovatif dan menyesuaikan permasalahan dan zaman saat ini dengan materi yang bagus dan baik.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Pengaruh konten dakwah terhadap minat dan motivasi generasi milenial adalah mereka bisa mengetahui ajaran Islam yang dikemas dengan tampilan menarik dan unik yang dinilai dari segi penyampaian yang bisa menghibur dan mengedukasi dengan baik, dengan begitu generasi milenial dapat membuka pikiran sehingga bisa mempersiapkan hal apa saja yang harus dilakukan dalam membangun konten dakwah yang lebih baik kedepannya.

Konten dakwah yang menarik juga dapat membangun spirit dalam beraktivitas setiap harinya bagi generasi milineal bahkan dapat pula saling mengajak kepada teman-teman melalui konten yang diberikan dengan menarik dan kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya konten dakwah juga membantu generasi milenial mempelajari hal baru yang sebelumnya belum diketahui mereka yang menjadikan wawasan ilmu keislaman semakin berkembang secara pelan-pelan dan menarik. Adanya konten dakwah telah merubah kebiasaan yang buruk menjadi lebih baik dengan cara menasihati, mengajak, ataupun mencuri perhatian dengan konten yang menarik. Berbagai hal yang telah dilakukan beberapa da'i terkenal perlu diapresiasi karena bisa menjangkau begitu banyak audiens dalam kurun waktu singkat. Jerih upaya itulah yang seharusnya banyak dicontoh oleh generasi muda agar bisa membawa nama baik Islam.

Agar Konten dakwah di era milenial dan generasi z bisa diterima audiens, harus lah meyesuaikan dengan gaya penyampaian yang sesuai dengan target audien yang mendengarkan sebab di era digital ini anak muda zaman sekarang biasanya menginginkan

sesuatu yang serba instan dan mudah diakses dan audien juga bisa memilih apa yang ia inginkan di media sosial dan selalu update dengan tren yang ada saat ini. Dengan adanya konten yang memiliki penyampaian sesuai tren, baru dan menarik dapat membuat audiens tertarik dengan apa yang disampaikan oleh da'i. Oleh sebab itu kita juga perlu meningkatkan kualitas para dai dari segi materi yang akan disampaikan, cara penyampaian materi agar dakwah yang disampaikan dapat diterima secara baik oleh audiens.

Saran

Dalam suguhan konten yang diberikan harus bisa memahami kondisi generasi milenial sehingga menjadikan kesan bagi diri sendiri dalam mengambil ibrah pelajaran untuk memperbaiki hidup dan memecahkan masalah yang terjadi atau dialami. Selain itu juga, pembuat konten harus lebih kreatif dalam memberikan pesan baik bagi generasi milenial. Saran berisi rekomendasi akademik, tindak lanjut nyata, atau implikasi kebijakan atas simpulan yang diperoleh.

Sudah harus menjadi upaya masyarakat Islam agar lebih baik lagi dalam memaksimalkan dan megefektifkan penyampaian dan penyebaran agama Islam melalui konten dakwah dengan melakukan kegiatan dakwah yang variatif dan kreatif serta survei berdasarkan kondisi masyarakat di lingkungan sekitar. Dengan begitu diharapkan kepada generasi milenial bisa menjadi peneru perjuangan tokoh Islam yang bisa membawa masyarakat ke arah yang lebih baik lagi.

PUSTAKA ACUAN

- Agama, K. (2013). *Al-Qur'an Tafsir Per Kata Al Ahkam*. Jakarta: PT Suara Agung Jakarta.
- Azis, M. A. (2017). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: KENCANA.
- Hani Subakti, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ismail, A. I. (2018). *The True Da'wa: Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*. Jakarta: KENCANA.
- Lestari, P. P. (2020). *DAKWAH DIGITAL UNTUK GENERASI MILENIAL*. *Jurnal Dakwah*.
- Muhammad Parhan, D. (2022). Analisis Metode dan Konten Dakwah yang diminati pada Remaja. *Jurnal Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* Vol. 22 No. 1, 65-75.
- Naufel, A. (2021). *The Miracle of Sabar*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- RI, D. A. (2008). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Penerbit Diponigoro.
- Sutrisno, E. (2021). *Dakwah Digital di Era Milenial*. Malang: Guepedia.
- Umrati, H. W. (2020). *Analisis Data Kualitatif: Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*. Sulawesi: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wahidin, S. (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Widiawati, N. (2020). *Metodologi Penelitian Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Tasikmalaya: EDU Publisher.