

Available online at Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan
<http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/dakwah>

Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan, 25 (1), 2021,48-64

Dakwah Muhammadiyah Di-Era Digital Bagi Kalangan Milenial

Alinda Syarofah, Yazida Ichsan, Pathur Rahman,
Hening Kusumaningrum, Siti Nafiah

alinda1900331007@webmail.uad.ac.id

yazida.ichsan@pai.uad.ac.id

pathur1900331008@webmail.uad.ac.id

hening1900331009@webmail.uad.ac.id

siti1900331010@webmail.uad.ac.id

Abstract

Da'wah in the digital era has an impact on the world of da'wah today, namely providing convenience, which will make the boundaries of time and distance between individuals almost non-existent. This study aims to find out how da'wah exists in the current millennial era from the perspective of Muhammadiyah, and what challenges it faces. The development of this technology is also in line with the goals of Muhammadiyah which emphasizes progressive Islam in its da'wah. What Muhammadiyah can do so that it can exist in the millennial era is to strengthen business charities in the field of education or school or university institutions; then strengthen the congregational movement starting from the family environment that provides direction to face the current era; then use IT developments in presenting da'wah in the millennial era; and synergize with each other, both Muhammadiyah leaders and cadres, in utilizing social media to spread ideas about Islam and Muhammadiyah. So that the millennial generation is interested and can easily access da'wah.

Keywords: Da'wah, Muhammadiyah, Millennials

Abstrak

Dakwah di era digital memberikan dampak pada dunia dakwah saat ini, yakni memberikan kemudahan, yang akan membuat batasan-batasan waktu dan jarak antar individu menjadi hampir tidak ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dakwah eksis di era milenial saat ini dengan perspektif Muhammadiyah, dan apa tantangan yang dihadapi. Perkembangan teknologi ini juga selaras dengan tujuan muhammadiyah yang menekankan Islam berkemajuan dalam dakwahnya. Hal yang dapat dilakukan Muhammadiyah sehingga dapat eksis di era milenial adalah melakukan penguatan amal usaha di bidang pendidikan atau lembaga sekolah maupun universitas; lalu memperkuat gerakan jamaah yang dimulai dari lingkungan keluarga yang memberikan arahan untuk menghadapi era saat ini; kemudian menggunakan perkembangan IT dalam menyajikan dakwah di era milenial; dan saling bersinergi baik pimpinan maupun kader Muhammadiyah dalam memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan gagasan tentang Islam dan kemuhammadiyah. Sehingga para generasi milenial tertarik dan dapat dengan mudah mengakses dakwah.

Kata kunci: dakwah, muhammadiyah, milenial

Permalink/DOI: <http://doi.org/10.15408/dakwah.v25i1.21774>

Pendahuluan:

Era digital merupakan era yang memungkinkan segala sesuatu dengan cepat terjangkau oleh para pengguna media social. Karena saat ini internet merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat di era milenial. Internet akan membuat batasan-batas waktu dan jarak antar penggunaannya hampir tidak ada. (Pamungkas, 2015). Hal inilah yang mengakibatkan manusia atau pengguna media social (internet) dapat berinteraksi hingga keseluruhan belahan dunia, bahkan dapat diakses atau digunakan secara gratis. Dapat dilihat bahwasanya pengguna internet di Indonesia sangatlah besar, menurut laporan terbaru dari We Are Social yang

merupakan sebuah lembaga yang melakukan sensus penggunaan internet dan media social, menyebutkan bahwa pada tahun 2020 terdapat 175, 4 juta pengguna internet di Indonesia. Dan sebagian besar penggunaannya merupakan net generation atau generasi yang dilahirkan dan tumbuh pada perkembangan teknologi. Namun perlu diperhatikan bahwa dengan fakta ini kemajuan teknologi juga akan menimbulkan berbagai implikasi social didalam masyarakat. (Ummah, 2020, p. 56).

Perkembangan era digital ini juga dapat berpengaruh pada media dakwah atau cara dalam penyampaian suatu pesan keagamaan. Pada umumnya

dakwah disampaikan secara langsung melalui suatu majelis taklim, namun dengan perkembangan era digital ini dakwah tidak hanya dapat kita dapatkan saat berada di majelis taklim saja. Dengan adanya platform-platform media social ini, dakwah akan mudah untuk dijangkau bahkan dapat diputar kembali dilain waktu atau disaat waktu yang diinginkan.

Sehingga pada dasarnya, kemajuan teknologi ini sangatlah membantu dalam mengoptimalkan kegiatan dakwah. Dakwah dan teknologi saat ini merupakan suatu hal tidak dapat dipisahkan. Termasuk bagaimana pemanfaatan social media yang sesuai sehingga dapat diterima lebih cepat dan lebih luas secara optimal dan dapat ditingkatkan baik sisi waktu, biaya dan prosesnya. (Habibi, 2018, p. 105).

Dakwah ini merupakan suatu kegiatan komunikasi keagamaan yang saat ini dihadapkan pada perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang semakin canggih sehingga diperlukan adaptasi terhadap kemajuan tersebut . Ini berarti bahwa dakwah harus dapat menyesuaikan dengan berbagai mad'u (audien) yang dihadapi (Wahyu, 2010). Sebab, untuk dapat mencapai tujuan dakwah di era milenial seorang da'I atau juru dakwah haruslah orang yang memiliki pengetahuan serta wawasan yang luas, menyampaikan materi dakwah secara actual dan menggunakan metode dan media komunikasi yang sesuai dengan kondisi kemajuan teknologi masyarakat. (Puji, 2020, p. 45).

Generasi milenial merupakan generasi yang lahir anatar tahun 1980-2000. Generasi milenial ini identik dengan generasi yang memiliki kecenderungan menggunakan teknologi dan media modern. Karena bagi generasi milenial teknologi modern merupakan suatu kebutuhan yang harus terdapat dalam kehidupannya.

Muhammadiyah merupakan organisasi yang menekankan pada pengamalan Al-Quran dan Hadist, sebagai sumber beramal makruf nahi munkar. Pada awal pendiriannya pun Muhammadiyah juga memelopori gerakan islam berkemajuan. Muhammadiyah merupakan salah satu organisasi yang berdiri atas peran K.H.Ahmad Dahlan yang akan menjawab tantangan pada zamannya.

Hal ini diwujudkan sebagai harakah Muhammadiyah dalam berdakwah yang terdiri atas gerakan pemurnian, gerakan amar ma'ruf nahi munkar, gerakan tajdid, dan gerakan budaya yang diwujudkan dengan menggunakan amal usaha Muhammadiyah yang dijadikan sebagai sarana dalam berdakwah. Dengan kata lain, sebagai jalan kaderisasi di dalam organisasi Muhammadiyah.

Metode Penelitian

Pada penelitian kali ini metode yang kami gunakan adalah metode studi pustaka atau literature. Pendekatan studi Pustaka merupakan suatu pendekatan dimana data analisis dikumpulkan dengan bantuan berbagai material yang terdapat dalam perpustakaan seperti dokumen, buku, jurnal-jurnal, dll.

Metode studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah buku literatur, catatan dan berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang sedang dibahas. (Nazir, 1988, p. 111). Sedangkan menurut Sarwono studi pustaka juga mempelajari berbagi macam buku referensi dan hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang dapat digunakan untuk mendapatkan landasn teori dan masalah yang akan diteliti. (Jonathan, 2006, p. 26). Berikut urutan metode yang kami gunakan:

Dakwah Perspektif Muhammadiyah

Dakwah secara bahasa berasal dari kata *daa'a yad'u* dari bahasa arab yang memiliki arti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong dan memohon. (Muriah., 2000., p. 1). Sedangkan secara terminology menurut Asep Muhiddin bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan yang menyeru kepada umat manusia untuk mengikuti jalan Allah yang serasi dengan pembawaannya secara integral, baik melalui lisan maupun tulis. (Muhidin, 2002, p. 19). Kemudian dakwah merupakan kegiatan menyampaikan petunjuk yang mengarah kepada perubahan yang bertujuan untuk menumbuhkan derajat masyarakat sampai pada puncak kemanusiaan. (Ahmad, 1983, p. 17). Hamzah Ya'qub juga berpendapatnya bahwa dakwah merupakan kegiatan membujuk manusia dengan hikmah yang bijaksana dalam memepelajari petunjuk dari Allah SWT dan Rasul-Nya (Yaqub, 1981, p. 13). Dakwah merupakan memberikan

panggilan ajaran Islam, mendorong dan menganjurkan kepada umat manusia untuk memperoleh dan berkeyakinan pada pandangan hidup secara Islam. (Ansyari, 1979, p. 17) Kemudian menurut Arifin, dakwah merupakan ajakan, yang berbentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dll yang dilakukan dengan sadar dan terencana untuk mempengaruhi orang lain baik individu maupun kelompok sehingga timbul kesadaran sikap penghayatan dalam dirinya serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai pesan dapat tersampaikan tanpa terdapat unsur paksaan didalamnya. (Arifin, 1997, p. 6).

Muhammadiyah mengartikan dakwah sebagai proses islamisasi dalam berbagai aspek didalam kehidupan yang dilakukan melalui kegiatan mengajak umat islam menuju jalan Allah SWT atau jalan menuju Islam. Seperti tujuan dari pada Muhammadiyah yakni mewujudkan masyarakat islam yang sebenar-benarnya. (Tampubolon, 2017)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan kegiatan mengajak kepada hal kebaikan baik kelompok maupun individu sehingga timbul kesadaran sikap penghayatan dalam dirinya menuju jalan Allah SWT. Didalam dakwah terdapat beberapa unsur atau komponen, yakni;

- a. Pertama, *da'i* merupakan subjek dari dakwah, *dai* mejadi seseorang pelaksana suatu kegiatan dakwah, baik secara individual maupun kelompok yang terorganisir.
- b. Kedua, *mad'u* merupakan objek sasaran berdakwah. *Mad'u* ini merupakan penerima dakwah baik

secara individual maupun kelompok dan baik itu muslim maupun non muslim.

- c. Ketiga, metode dakwah merupakan sebuah cara tertentu yang dipergunakan oleh da'I untuk menyampaikan pesan dari sebuah dakwah. Pemilihan metode yang tepat dengan menyesuaikan karakteristik mad'u akan membuat pesan dakwah yang disampaikan akan diterima dengan baik. (Ali Aziz, 2004, p. 87). Terdapat beberapa metode yang dapat dipergunakan dalam berdakwah diantaranya yaitu dengan menyampaikan secara lisan (secara langsung), tulis (bi al-qalam), perbuatan (haal), dll.
- d. Keempat, materi dakwah (maddah) merupakan isi pesan ajaran islam yang disampaikan kepada objek dakwah yakni mad'u sehingga dapat diketahui, dipahami dan diamalkan sebagai pedoman didalam kehidupan. Secara umum materi dakwah memuat tiga topik, yakni akidah, syari'ah, dan akhlak yang ketiganya bersumber pada Al-Quran dan hadits. . (Sanwar, 1985, p. 74).
- e. Kelima, media dakwah (Wasilah), media merupakan alat yang dipergunakan sebagai perantara dalam menyampikan materi dakwah. Terdapat berbagai bentuk media yang biasa digunakan, diantaranya; Media lisan (langsung), tulisan (cetak), elektronik (audio,visual) dan internet (media sosial).

Dalam hal ini, tujuan dakwah dibagi menjadi 2 bagian. Yaitu tujuan

dakwah secara umum dan tujuan dakwah secara khusus.

Tujuan Dakwah Umum dan Khusus

Didalam buku yang berjudul "Metodologi Dakwah" oleh Awaludin Pimay mengemukakan tujuan dakwah secara umum yaitu suatu upaya dalam penyelamatan umat manusia dari kegelapan dan membawanya menuju tempat yang terang. Dengan kata lain, memberikan dorongan kepada umat manusia untuk menuju ke jalan yang lurus yaitu jalan yang di ridhai Allah SWT dan mengajak umat manusia untuk menuju kepada Tauhid yang telah memberikan jaminan kebahagiaan. (Syamsuriah, 2019, p. 166). Seperti Firman Allah dalam Q.S. Al-Thalaq ayat 11 :

رَسُولًا يَتْلُوا عَلَيْكُمْ آيَاتِ اللَّهِ مُمِيزَاتٍ لِيُخْرِجَ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا
الصَّالِحَاتِ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ وَمَنْ يُؤْمِنْ بِاللَّهِ وَعَمِلْ صَالِحًا
يُدْخِلْهُ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا قَدْ أَحْسَنَ اللَّهُ لَهُ
رِزْقًا ﴿١١﴾

Artinya :

“(dengan mengutus) seorang Rasul yang membacakan ayat-ayat Allah kepadamu yang menerangkan (bermacam-macam hukum), agar Dia mengeluarkan orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan, dari kegelapan kepada cahaya. Dan barangsiapa beriman kepada Allah dan mengerjakan kebajikan, niscaya Dia akan memasukkannya ke dalam surga-surga yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; mereka kekal di dalamnya selama-lamanya. Sungguh, Allah memberikan rezeki yang baik kepadanya.”

Tujuan Dakwah Secara Khusus

Secara khusus tujuan dakwah merupakan uraian dari tujuan dakwah secara umum. Yang dimaksud adalah supaya dalam perwujudan segala kegiatannya dapat diketahui dengan jelas menuju ke arah mana kegiatan yang akan dilakukan. Tujuan dakwah secara khusus ini dibagi lagi menjadi beberapa tujuan yang lebih khusus secara operasional, yaitu:

Umat manusia yang telah memeluk Islam diminta untuk selalu menumbuhkan ketaqwaannya kepada Allah SWT. Membimbing kaum yang masih muallaf. Dan bagi umat manusia yang belum beriman akan dipengaruhi untuk beriman kepada Allah. Membimbing dan menuntun anak-anak supaya tidak melakukan penyimpangan (Syukir, 1983, p. 26)

Dakwah dalam perwujudannya tidak hanya sekedar upaya dalam mengembangkan pengetahuan tentang keagamaan saja, tetapi dalam budi pekerti, sikap hidup dan juga mengarah pada tujuan yang lebih luas. Terlebih seperti dalam masa saat ini, dimana peran dakwah harus lebih mengarah pada perwujudan ajaran agama Islam yang lebih lengkap dalam berbagai pandangan kehidupan.

Syeikh Ali Makhuz dalam kitabnya yang berjudul *Hidayat Al Mursyidin*, berdakwah dapat memberikan dorongan kepada manusia untuk berbuat kebaikan dan menurut petunjuk, menyeru mereka untuk berbuat kebajikan dan tentunya melarang mereka untuk berbuat munkar, agar mereka bias mendapatkan kebahagiaan baik di dunia maupun

diakhirat. (Syekh Ali Makhuz, 1970, p. 26)

Muhammad Nasir juga berpendapat bahwa berdakwah merupakan suatu usaha untuk menyerukan dan menyampaikan kepada seluruh umat manusia tentang pandangan dan tujuan dalam hidup didunia, yang meliputi amar ma'ruf nahi munkar, tentunya dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam kehidupan. (Muhammad Nasir, 1971:25)

Dalam melaksanakan kegiatan dakwah ini, tentu perlu adanya cara yang sesuai dengan para audien sehingga dakwah dapat berjalan secara efektif dan efisien dalam menyampaikan ajaran-ajaran Islam. Karena dakwah merupakan kegiatan yang universal sehingga dapat mencapai kehidupan manusia secara keseluruhan, maka kita dapat meninjau dari segi sarana dan prasarana dengan melalui salah satu sudut pandang. Sehingga ketika dakwah disampaikan, harus mampu menyentuh seluruh tahapan baik dari segi budaya, sosial, ekonomi, pendidikan dan teknologi lainnya. Dan saat ini pun cara berdakwah telah mengalami perkembangan sesuai dengan kemajuan dari teknologi. Maka dari itu, dakwah mulai dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan dari teknologi tersebut. Hal ini dimaksudkan agar dakwah yang disampaikan dapat semakin meluas dan dapat dilakukan secara efektif.

Dalam berbagai permasalahan kehidupan, dakwah sering dijadikan sebagai solusi untuk memecahkannya. Maka dari itu, dakwah harus

disampaikan secara menarik, aktual (dapat me-nylesaikan masalah-masalah yang sedang dihadapi oleh kalangan masyarakat), faktual (fakta atau nyata), dan kontekstual (signifikan dan ada kaitannya dengan permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat).

Pengertian Generasi Milenial

Dalam bahasa arab Era Milenial disebut sebagai عصر نالافي . Milenial juga sering disebut sebagai generasi Y atau generasi langgas yang merupakan generasi demografi setelah generasi X. Batas waktu awal dan akhir kelahiran generasi ini tidak terbatas. Namun para ahli biasanya menggunakan awal tahun 1980-an sebagai awal batas kelahiran generasi ini dan pertengahan 1990an sampai dengan awal 2000 sebagai akhir kelahiran. (Akhsan dan Muhammadiyah, 2020, p. 105). Generasi ini disebut generasi milenial karena mereka dilahirkan di peralihan teknologi modern yang semakin canggih dan berkembang pesat. (Irawan & Suriadi, 2019, p. 94)

Generasi milenial ini memiliki kecenderungan aktif didalam berbagai media social seperti; instagram, telegram , twitter, whatsapp, youtube, dan media-media social lainnya. Dengan media-media tersebut, mereka akan menggunggah foto, video, tulisan dan sebagainya, yang kemudian akan terjadi sebuah interaksi antar pengguna media social tersebut baik itu sebuah like komentar dan share, sehingga hal tersebut dapat eksis dan menjadi sebuah tren. (Pramiyati, Perdini, & Reni Nureni, 2014, p. 101).

Strategi Dakwah Muhammadiyah Terhadap Generasi Milenial

Muhammadiyah merupakan gerakan islam dan dakwah amar ma'ruf nahi munkar, berkaidah islam dan bersumber pada Al- Quran dan Hadist. Organisasi yang didirikan oleh KH. Ahmad Dahlan yang pada zamannya diguna untuk menjawab tantangan-tantangan. Muhammadiyah didirikan di Yogyakarta pada tanggal 8 Dzulhijah tahun 1330 H yang bertepatan pada tanggal 18 November tahun 1912 Masehi. (Khamal & Adaby, 2000, pp. 70-71).

Karena K. H. Ahmad Dahlan memiliki pengalaman yang matang dalam berorganisasi sosial maupun pendidikan, maka beliau akhirnya memiliki ke-sadaran, bahwa usaha dalam perbaikan masyarakat tidak mudah ketika dilaksanakan sendirian. Maka dari itu, K. H. Ahmad Dahlan menganggap perlu untuk berorganisasi dan bekerja sama dengan orang banyak.

Ketika Muhammadiyah mulai berdiri, K. H. Ahmad Dahlan mendapatkan delapan orang murid yang setiap bulannya bertabah tiga orang. Sehingga ketika memasuki awal bulan keenam, jumlah muridnya pun sudah menjadi dua puluh orang. Dan beliau sendiri pun yang menjadi guru agama dan mengajar ketika waktu pagi.

Dengan dibantu oleh pengurus Budi Utomo, K. H. Ahmad Dahlan dalam mendirikan lembaga pendidikan Islam dalam bentuk sekolah tersebut. Ketika semua telah teratur dengan benar mengenai pelaksanaannya yang dilengkapi dengan peralatan serta kerapian dalam administrasinya, maka organisasi

ini pun dimintakan izin kepada pemerintah Hindia-Belanda. Namun, terkait pendirian organisasi, Budi Utomo menyarankan agar semua pengurusnya memenuhi beberapa persyaratan, seperti nama organisasi, maksud dan tujuan organisasi, dan nama-nama calon pengurus organisasi. Saran tersebut harus mendapat dukungan setidaknya tujuh orang dari anggota Budi Utomo. Persyaratan yang terakhir ini dengan segera dimusyawarahkan dengan para murid beliau yang telah dewasa.

Dan nama organisasi yang dipilih adalah “Muhammadiyah” yang diharapkan para anggotanya dapat hidup dengan beragama dan bermasyarakat yang sesuai dengan kepribadian Nabi Muhammadiyah SAW. Dan terdapat faktor utama yang menjadi latar belakang berdirinya Muhammadiyah yaitu faktor subyektif, dimana Muhammadiyah merupakan suatu hasil dari pendalaman K. H. Ahmad Dahlan terhadap Al-Qur’an. Dimana K. H. Ahmad Dahlan telah mengkaji isi kandungan yang terdapat dalam Al-

Tujuan dari persyarikatan Muhammadiyah pada anggaran dasarnya yang pertama, adalah menyebarkan ajaran agama Nabi Muhammad SAW kepada peribumi di dalam Residensi Yogyakarta dan meningkatkan hal agama kepada anggota-anggotanya. Namun pada tahun 1920, tujuan Muhammadiyah memiliki perubahan sehingga menjadi memajukan dan menggembirakan pelajaran dan pengajaran agama Islam di Hindia Belanda, serta memajukan dan

Qur’an. (Yusra, 2018, pp. 105-111). Seperti yang difirmankan dalam Q.S. Ali Imran ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya

“Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang-orang yang menyeru kepada kebajikan, yang menyuruh berbuat yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar. Dan merekalah orang-orang yang beruntung.”.

Adapula maksud dan tujuan berdirinya Muhammadiyah adalah tentunya untuk menjunjung tinggi ajaran agama Islam sehingga akan terwujud Islam yang sebenar-benarnya. Sedangkan itu, Muhammadiyah merupakan gerakan dakwah Islam dengan amar ma’ruf nahi munkar dan tajdid (pembaruan mengenai pokok ajaran agama Islam) yang tentunya bersumber dari Al-Qur’an dan As-Sunnah.

menggembirakan cara hidup sepanjang kemauan agama Islam kepada para anggota persyarikatan.

Dakwah pada awal berdirinya Muhammadiyah masih terpacu pada dakwah mimbar. Dakwah mimbar ini merupakan suatu gerakan pencerahan yang dilakukan K.H.Ahmad Dahlan yang kemudian melahirkan kader-kader baru Muhammadiyah (mubaligh-mubaligh) yang pada akhirnya menyebarluaskan pemikiran- pemikiran Muhammadiyah keseluruh penjuru tanah air. Amal usaha Muhammadiyah merupakan salah satu

dari pemikiran- pemikiran Muhammadiyah. Pada masa kepemimpinan K.H.Ahmad Dahlan sampai dengan kepemimpinan K.H. A Azhar Basyir dakwah masih dipertahankan, namun pada kepemimpinan Amin Rais , Syafi'I Ma'arif dan Syamsuddin sedikit beralih dengan *dakwah bil hal*.

Dakwah *bil hal* ini berbentuk lembaga-lembaga yang dinaungi secara langsung oleh Muhammadiyah seperti dalam pendidikan yang terdiri dari tingkatan dasar hingga perguruan tinggi, kemudian adanya lembaga social seperti rumah sakit, panti asuhan, masjid-masjid, baitul qirat, radio, TV MU dan sebagainya. Lembaga-lembaga amal usaha Muhammadiyah tersebut menjadi tempat pengkaderan bagi Muhammadiyah baik secara langsung dan tidak langsung. (Zain, Maimun, & Faudi, 2017, pp. 38-39).

Dalam artikel *Millennial Trends* (2016) Yuswohady berpendapat bahwa generasi milenial merupakan generasi yang lahir dalam rentang waktu pada awal tahun 1980 hingga tahun 2000. Generasi ini sering disebut juga sebagai *Gen-Y, Net Generation, Generation WE, Boomerang Generation, Peter Pan Generation*, dan lain-lain. Mereka disebut sebagai generasi milenial karena mereka generasi yang hidup di pergantian milenium. Yang secara bersamaan di era ini, teknologi digital mulai masuk ke dalam segala sendi kehidupan. (Prakoso & Teguh, 2020, p. 14).

Dalam ranah sosial keagamaan, Muhammadiyah memiliki tantangan lain selain melawan konflik ideologi-ideologi

besar dan kemajunya teknologi informasi dan komunikasi, yaitu mengenai arus globalisasi yang memunculkan berbagai perubahan pada pola keseluruhan aspek kehidupan. Penggunaan internet yang semakin menjadi tren dikalangan anak muda milenial yang berpengaruh pada perubahan pola generasi milenial dalam mendapatkan informasi agama. Sehingga, dalam mendapatkan ilmu agama atau mempelajari agama dengan menggunakan buku-buku atau kitab-kitab dan kajian dari ustadz-ustadz atau da'i secara langsung sudah mulai ditinggalkan dan mulai beralih kepada media-media yang berbasis online yang biasanya informasi agama disampaikan dalam bentuk instan dan parsial.

Disini, peran Muhammadiyah tentu tidak bisa jika hanya dengan menggunakan cara-cara lama dalam berdakwah. Sehingga, media dakwah berbasis teknologi sangat diperlukan. Sebab realitanya, masyarakat milenial akan lebih memilih ketika ceramah, tausiyah dan materi dakwah dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Maka dari itu, pengaruh dari media sosial terhadap pemahaman agama ini sangat besar.

Sehingga pada tahun 2013 lalu, Muhammadiyah mulai melakukan gerakan modern dengan membuat saluran televisi yaitu tvMu. Tidak hanya itu, Muhammadiyah juga mulai menggelar pengajian-pengajian melalui channel YouTube seperti tvMu Channel dan Muhammadiyah Channel. Seiring berjalannya waktu, kini kaum muda juga mulai mengikuti cuplikan-cuplikan tausiyah singkat melalui media

instagram. Muhammadiyah juga telah memiliki akun yang berisikan tausiyah singkat. Hal ini menandakan bahwa Muhammadiyah telah ikut serta dalam perkembangan teknologi yang semakin berkembang dengan pesat. Muhammadiyah juga memiliki situs web yang dapat diakses untuk mendapatkan berita seputar Muhammadiyah dan ceramah-ceramah yang berbasis artikel atau tulisan.

Hal-hal semacam ini yang seharusnya kita dukung keberadaannya. Yaitu dengan mengakses dan membagikan konten berita dan ilmu-ilmu yang terdapat di dalamnya dengan seluas-luasnya. Dengan begitu, maka akan berpengaruh terhadap rating halaman web tersebut dan memungkinkan untuk dapat berada pada rating tertinggi pada mesin pencarian. Karena sejauh ini situs-situs keislaman yang mampu berada pada tingkat teratas pada mesin pencarian masih di dominasi oleh situs yang cenderung puritan (menganggap kesenangan dan kemewahan adalah dosa) dan kaku. Maka hal ini sangat penting untuk diketahui. Sebab jika tidak, akan merugikan masa depan terkait moderasi Islam di Indonesia.

Namun zaman yang memasuki era 4.0 ini, publik menjadi musykil mengenai mana kabar yang valid ataupun hoaks. Bahkan, konten yang mengatasnamakan Islam yang seharusnya memberikan kesejukan hati, justru berisi tentang permusuhan dan ajakan dalam pemberontakan. Dan tidak sedikit pula konten-konten yang tersebar justru berita yang tidak benar adanya.

Maka, perjuangan Muhammadiyah terus dinanti agar dapat mencerahkan nalar keberagamaan dan keberagaman kita. Dan sudah sepatutnya kita mengapresiasi sikap Muhammadiyah ini yang telah mengikuti perkembangan zaman dan senantiasa memperbarui pendekatan dakwahnya. (Ummul & Muhammad, 2018)

Tantangan dalam Dakwah Di-Era Milenial

Dakwah yang dilakukan dengan menggunakan media massa atau media social di era sekarang ini akan dapat dengan mudah diterima oleh khalayak umum. Sebab sifatnya yang massal, maka orang yang menerima pesan dari dakwah tersebut tidak ditentukan dari segi kalangannya. Namun adanya hal tersebut akan menimbulkan dampak, karena kalangan yang dicapai luas. Oleh karena itu dakwah islam yang sesuai dengan kenyataannya, tentu tidak akan terbebas dari berbagai tantangan-tantangan.

Dakwah islam pada realitanya, menjadi suatu permasalahan yang penting. Terlebih di era teknologi dan informasi seperti sekarang ini. Ketika diamati, dakwah Islam di era ini tantangan bahkan kendala yang dirasakan akan semakin banyak. Sebab, di era ini media berkembang dengan sangat signifikan. Sehingga anak muda sekarang menganggap bahwa internet dan media sosial merupakan suatu perangkat yang penting. Dengan adanya hal tersebut, dalam beraktivitas di media sosial Muhammadiyah telah merilis panduan akhlak. Sehingga diharapkan,

warga Muhammadiyah dapat melaksanakan dan menyerukan panduan tersebut.

Pada era milenial seperti saat ini desakan atau tuntutan kecepatan dan kemudahan dalam memperoleh berbagai informasi sangat terlihat. Padahal, dalam penyampaian dakwah belum sepenuhnya dapat memanfaatkan media yang berkembang saat ini. Oleh karena itu peningkatan penggunaan komunikasi dakwah dengan platform media digital atau media sosial perlu di optimalkan.

Sebab telah banyak hal-hal yang melenceng dari ajaran islam, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada era milenial ini dakwah menjadi sebuah kebutuhan. Untuk itu, sebagai generasi muda yang akan menjadi penerus bangsa haruslah menjadi generasi muda yang berintelektual yang dapat menyentuh hal-hal tersebut. Karena saat ini pesan dakwah yang diperoleh dari media social tidak sepenuhnya benar, bahkan masih perlu untuk dikaji ulang kebenarannya sebab tidak sesuainya dengan Al-Quran dan Hadist.

Hal ini dapat dihindari dengan memilih dengan cermat akun-akun dakwah yang memang sudah bermahzab dengan benar. Contohnya dengan memilih akun-akun dakwah dari Muhammadiyah yang memang sudah berdasarkan atas Al-Quran dan Hadist yang konten-kontennya pun dikemas dengan menarik dan mudah untuk dipahami.

Metode Dakwah Muhammadiyah di Era Milenial

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi. Metode dakwah kini mulai bertransformasi menjadi lebih fleksibel, yang mulanya dilakukan dengan sederhana hanya melalui lisan dan tulisan saja, saat ini kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan berbagai metode, strategi dan media. Strategi dalam mengemas dakwah di era saat ini sangatlah penting. Dakwah tidak hanya disampaikan dengan cara ceramah yang monoton namun menggunakan teknologi komunikasi yang saat ini menjadi sebuah tren dikalangan milenial saat ini.

Karena kemajuan teknologi ini membuat suatu kebiasaan yang membentuk generasi milenial saat ini sangat bergantung pada teknologi, yang membuat milenial saat ini lebih banyak menghabiskan waktu mereka untuk berinteraksi menggunakan media social, seperti; instagram, whatsapp, telegram dan sebagainya. Hal ini sebenarnya merupakan sebuah peluang yang patut dipergunakan dengan baik, dengan memanfaatkan kebiasaan-kebiasaan tersebut seperti membuat konten keagamaan yang dikemas semenarik mungkin, serta sesuai dengan kondisi dan hal yang kekinian yang akan membuat milenial saat ini tertarik untuk mengetahuinya. Konten dalam dakwah tidak hanya ceramah yang monoton, akan tetapi konten harus memasukan unsur virtualnya, seperti quote, meme, komik, skrip, video vlog dan sebagainya. (Puji, 2020, p. 53).

Beberapa hal yang dapat dilakukan Muhammadiyah sehingga dapat eksis di era milenial saat ini, yakni ; pertama,

melakukan penguatan amal usaha dibidang pendidikan atau lembaga sekolah maupun universitas; kedua memperkuat gerakan jamaah yang dimulai dari lingkungan keluarga yang memberikan arahan dalam berhadapan dengan era saat ini; ketiga menggunakan perkembangan IT dalam menyajikan dakwah di era milenial saat ini; dan keempat baik pimpinan dan kader Muhammadiyah bersinergi dalam memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan gagasan tentang al islam dan kemuhammadiyah. Sehingga para generasi milenial dapat mengakses dengan mudah dan juga paling pentingnya tertarik dengan hal tersebut.

2

KESIMPULAN

Dari uraian tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan kegiatan mengajak kepada hal kebaikan, baik kelompok maupun individu, sehingga timbul kesadaran sikap penghayatan dalam dirinya menuju jalan Allah SWT. Muhammadiyah merupakan organisasi yang menekankan pada pengamaln Al-Quran dan Sunnah sebagai sumber beramal makruf nahi munkar. Pada awal pendiriannya pun Muhammadiyah juga mempelopori gerakan islam berkemajuan. Gerakan ini selaras dengan dakwah di era milenial ini yang mengusung dakwah yang menggunakan teknologi informasi yang tentunya canggih sesuai dengan perkembangan zaman.

Era milenial mendorong majunya metode dakwah, pemanfaatan dan pengelolaan yang baik dan benar dalam menyikapi kemajuan teknologi akan

berdampak positif dalam berdakwah. Beberapa hal yang dapat dilakukan Muhammadiyah sehingga dapat eksis di era milenial saat ini, dengan melakukan penguatan amal usaha dibidang pendidikan atau lembaga sekolah maupun universitas; memperkuat gerakan jamaah yang dimulai dari lingkungan keluarga yang memberikan arahan dalam berhadapan dengan era saat ini; menggunakan perkembangan IT dalam menyajikan dakwah di era milenial saat ini; dan pimpinan maupun kader Muhammadiyah bersinergi dalam memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan gagasan tentang al islam dan kemuhammadiyah. Sehingga para generasi milenial dapat mengakses dengan mudah dan juga yang paling penting generasi milenial tertarik untuk mengetahui dakwah Muhammadiyah dengan hal tersebut.

Catatan kaki:

¹ <https://uad.ac.id/id/muhammadiyah-membangun-masyarakat-islam-yang-sebenarnya/> diakses pada 14 Juni 2021 pada pukul 19.00 WIB.

² <https://lazismubatang.org/tausiyah/muhammadiyah-di-era-milenial/>.

Diakses pada 07 Juli 2021 pukul 21.16 WIB.

Daftar Pustaka

Buku

- Ahmad, A. (1983). *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta : Primaduta.
- Akhsan dan Muhammadiyah, A. (2020). Model Belajar Dan Pembelajaran Bahasa Arab Generasi Milenial. . *Lahjah Arabiyah: Jurnal Bahasa Arab dan Pendidikan Bahasa Arab*. Vol. 1, No. 2 , 105.
- Ali Aziz, M. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Ansyari, I. (1979). *Mujahid Dakwah ; Pembimbing Mubaliq Islam*. Bandung: CV. Dipenogoro.
- Arifin, M. (1997). *Psikologi Dakwah Islam*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Habibi, M. (2018). "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial", . *dalam Jurnal Alhikmah*, Vol. 12 No. 1.
- Irawan, D., & Suriadi. (2019). Komunikasi Dakwah Kultural di Era Milenial. *Aldharah: Jurnal Dakwah*. Vol. 18, No. 1.
- Jonathan, S. (2006). *Metode Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Khamal, M., & Adaby, A. (2000). *Muhammadiyah sebagai Gerakan Islam*,. Yogyakarta: LPPI.
- Muhidin, A. (2002). *Dakwah Dalam Prespektif Al-Quran: Studi Kritis Atas Visi, Misi Dan Wawasan*. Bandung: Pustaka Setiahal.
- Muriah., S. (2000.). *Metodelogi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Nazir. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pamungkas, C. (2015). "Global Village dan Globalisasi dalam konteks ke-Indonesiaan" *dalam Jurnal Global Strategi*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Prakoso, S. P., & Teguh, E. (2020). Karakter Dan Perilaku Milineal Peluang Atau Ancaman Bonus Demografi. *Consilia : Jurnal Ilmiah BK*. Vol. 3, No. 1., Hlm. 14.
- Pramiyati, A., Perdini, I., & Reni Nureni, 2. (2014). Motif Remaja dalam Menggunakan Media Baru. *Jurnal Komuniti*, vol. 6, No. 2.
- Puji, P. (2020). Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial . *dalam Jurnal Dakwah, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Klijaga*, Vol. 21, No. 1. .
- Sanwar, M. A. (1985). *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo. Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo.
- Syamsuriah. (2019). Tantangan Dakwah di Era Milenial, . *FAI-UMI Makassar*, Vol. 16 No. 2.

- Syekh Ali Makhuz. (1970). *Kitab Hidayatul Mursyidin. Terj. Hadijah Nasution*. . Yogyakarta.
- Syukir, A. (1983). *Dasar- Dasar Strategi Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Tampubolon, I. (2017). Struktur Ilmu Dakwah Dalam Diskrus Suatu Tujuan Filsafat Ilmu. *Hikmah, Vol. 11 No. 1*.
- Ummah, A. H. (2020). Dakwah Digital Dan Generasi Milenial. *Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram. Vol. 8 , No. 1*, 56.
- Ummul, M., & M. S. (2018). . Quo Vadis Ormas Islam Moderat Indonesia? Meneropong Peran Nu-Muhammadiyah Di Era Revolusi Industri 4.0. *POLITEA : Jurnal Pemikiran Politik Islam. Vol. 1, No.1*.
- Wahyu, I. (2010). *.Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Yaqub, H. (1981). *Publistik Islam ; Teknik Dakwah dan Leadership*. Bandung. : CV. Dipenogoro.
- Yusra, N. (2018). Muhammadiyah: Gerakan Pembaharuan Pendidikan Islam. *POTENSIA: Jurnal Kependidikan Islam. Vol. 4, No. 1,* 105-111.
- Zain, A., Maimun, & Faudi, M. (2017). Internalisasi Nilai-Nilai Modernitas Dalam Gerakan Dakwah Organisasi Muhammadiyah Di Aceh. *Jurnal Al-Idarah, Vol.1 No. 1,* 39-39.
- Jurnal**
- Akhsan dan Muhammadiyah, A. (2020). Model Belajar Dan Pembelajaran Bahasa Arab Generasi Milenial. *Lahjah Arabiyah: Jurnal Bahasa Arab dan Pendidikan Bahasa Arab. Vol. 1, No. 2*, 105.
- Habibi, M. (2018). “Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial”, . *dalam Jurnal Alhikmah, Vol. 12 No. 1*.
- Irawan, D., & Suriadi. (2019). Komunikasi Dakwah Kultural diEra Milenial. *Aldharah: Jurnal Dakwah. Vol. 18, No. 1*.
- Prakoso, S. P., & Teguh, E. (2020). Karakter Dan Perilaku Milineal Peluang Atau Ancaman Bonus Demografi. *Consilia : Jurnal Ilmiah BK. Vol. 3, No. 1,* Hlm. 14.
- Pramiyati, A., Perdini, I., & Reni Nureni, 2. (2014). Motif Remaja dalam Menggunakan Media Baru. *Jurnal Komuniti, vol. 6, No. 2*.
- Puji, P. (2020). Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial . *dalam Jurnal Dakwah, Yogyakarta:Universitas Islam Negeri Sunan Klijaga, Vol. 21, No. 1. .*
- Syamsuriah. (2019). Tantangan Dakwah di Era Milenial, . *FAI-UMI Makassar, Vol. 16 No. 2*.
- Tampubolon, I. (2017). Struktur Ilmu Dakwah Dalam Diskrus Suatu Tujuan Filsafat Ilmu. *Hikmah, Vol. 11 No. 1*.
- Ummah, A. H. (2020). Dakwah Digital Dan Generasi Milenial. *Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram. Vol. 8 , No. 1*, 56.
- Ummul, M., & M. S. (2018). . Quo Vadis Ormas Islam Moderat Indonesia? Meneropong Peran Nu-Muhammadiyah Di Era Revolusi

- Industri 4.0. *POLITEA : Jurnal Pemikiran Politik Islam*. Vol. 1, No.1.
- Yusra, N. (2018). Muhammadiyah: Gerakan Pembaharuan Pendidikan Islam. *POTENSIA: Jurnal Kependidikan Islam*. Vol. 4, No. 1., 105-111.
- Zain, A., Maimun, & Faudi, M. (2017). Internalisasi Nilai-Nilai Modernitas Dalam Gerakan Dakwah Organisasi Muhammadiyah Di Aceh. *Jurnal Al-Idarah*, Vol.1 No. 1., 39-39.