

STRATEGI DAKWAH GENERASI MILENIAL: Studi Kasus Rutinan Minggu Legi (Ngaji dan Maulid Diba') STAIMU Mukomuko

Ahmad Atho'ul Karim¹, Fauzia Nuraziza²

^{1,2} Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul 'Ulum Mukomuko

Abstract: *An effective da'wah strategy for millennials must be tailored to their unique characteristics, interests and habits. Millennials spend a lot of time on social media such as Instagram, Twitter, YouTube and TikTok. Therefore, using these platforms to deliver da'wah messages is very effective. This research activity is intended to find out how the da'wah strategy activities used in the Sunday Legi Routine (Ngaji and Maulid Diba') at STAIMU Mukomuko. This research uses a descriptive qualitative approach. The results of this study are; da'wah strategies that utilise digital technology, present relevant content relevant content, and using musical approaches such as hadroh Sapu Jagat is very effective for the millennial generation. Routine Sunday Legi activities at STAIMU Mukomuko has succeeded in increasing participation, satisfaction, and understanding of religious teachings. participants' understanding of religious teachings. The use of social media and digital platforms allows da'wah messages to reach a wider and more diverse audience, especially millennials who are active in the diverse audience, especially millennials who are active in cyberspace. Content relevant to contemporary issues such as mental health, social relationships, and careers, makes religious teachings easier to understand and apply in daily life. makes religious teachings easier to understand and apply in daily life. In addition, interactive approaches, such as group discussions and Q&A sessions, provide opportunities for participants to participate in the programme. Q&A sessions, provide opportunities for participants to actively participate, ask questions, and share their views, which enriches their learning experience.*

Keywords: Strategy, Da'wah, Millennial

Abstrak: *Strategi dakwah yang efektif untuk generasi milenial harus disesuaikan dengan karakteristik, minat, dan kebiasaan unik mereka. Generasi milenial menghabiskan banyak waktu di media sosial seperti Instagram, Twitter, YouTube, dan TikTok. Oleh karena itu, menggunakan platform ini untuk menyampaikan pesan dakwah sangat efektif. Kegiatan penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana kegiatan strategi dakwah yang digunakan pada Rutinan Minggu Legi (Ngaji dan Maulid Diba') di STAIMU Mukomuko. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu; strategi dakwah yang memanfaatkan teknologi digital, menyajikan konten yang relevan, dan menggunakan pendekatan musik seperti hadroh Sapu Jagat sangat efektif untuk generasi milenial. Kegiatan Rutinan Minggu Legi di STAIMU Mukomuko telah berhasil meningkatkan partisipasi, kepuasan, dan pemahaman peserta terhadap ajaran agama. Penggunaan media sosial dan platform digital memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, terutama milenial yang aktif di dunia*

¹ athoul.karim@gmail.com

² fauzianuraziza7@gmail.com

maya. Konten yang relevan dengan isu-isu kontemporer seperti kesehatan mental, hubungan sosial, dan karier membuat ajaran agama lebih mudah dipahami dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, pendekatan interaktif, seperti diskusi kelompok dan sesi tanya jawab, memberi kesempatan bagi peserta untuk berpartisipasi aktif, mengajukan pertanyaan, dan berbagi pandangan, yang memperkaya pengalaman belajar mereka.

Kata Kunci: Strategi, Dakwah, Milenial

PENDAHULUAN

Milenial adalah kelompok demografis yang mencakup orang-orang yang lahir pada awal tahun 1980-an, pertengahan tahun 1990-an, dan awal tahun 2000-an. Mereka dianggap sebagai generasi pertama yang tumbuh di era digital dan telah memiliki akses luas terhadap internet, komputer, dan teknologi seluler sejak usia dini. Milenial melek teknologi dan digital serta mengandalkan ponsel pintar, media sosial, dan internet dalam berbagai bidang kehidupan mereka, termasuk komunikasi, hiburan, pendidikan, dan pekerjaan. Mereka memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya, banyak yang memperoleh gelar sarjana dan terus melanjutkan pendidikan ke tingkat yang lebih tinggi.

“La generación Y, también conocida como generación del milenio o milénica del inglés millennial generation, es la cohorte demográfica que sigue a la generación X y precede a la generación Z. No hay precisión o consenso respecto a las fechas de inicio y fin de esta generación; los demógrafos e investigadores suelen situar en esta cohorte a los nacidos entre principios de la década de 1980 y mediados de la década de 1990. A los milénicos se les llama a veces eco boomers debido a un aumento importante de las tasas de natalidad en las décadas de 1980 y 1990, y porque los milénicos son, a menudo, los hijos de los baby boomers. Aunque las características milénicas varían de una región a otra, dependiendo de las condiciones sociales, económicas y culturales (puede haber jóvenes que, sin posibilidad de acceso a

las tecnologías digitales, presenten unas competencias muy limitadas o nulas), la generación ha estado generalmente marcada por un mayor uso y familiaridad con las comunicaciones, los medios de comunicación y las tecnologías digitales. Se estima que la generación Y corresponde al 22,4 % de la población mundial” (Wikipedia La Enciclopedia Libre, 2018).

Generasi ini menghargai keseimbangan kehidupan kerja dan mencari fleksibilitas seperti bekerja dari rumah dan jam kerja yang fleksibel. Mereka sangat sadar akan isu-isu sosial dan lingkungan dan cenderung mendukung keberagaman, inklusi, dan keberlanjutan. Generasi milenial lebih menghargai pengalaman dibandingkan harta benda dan lebih cenderung menghabiskan uang untuk perjalanan, konser, dan acara sosial dibandingkan barang mewah. Banyak diantara mereka yang tertarik untuk berwirausaha dan memulai usaha sendiri, menunjukkan sifat inovatif dan terbuka terhadap ide-ide baru.

Generasi milenial juga memiliki kesadaran yang lebih tinggi akan pentingnya kesehatan mental, karena mereka lebih terbuka untuk mendiskusikan masalah kesehatan mental dan mencari bantuan dibandingkan generasi sebelumnya. Hubungan sosial mereka dipelihara melalui berbagai platform digital dan media sosial memainkan peran utama dalam kehidupan pribadi dan profesional mereka. Secara keseluruhan, generasi Milenial adalah kelompok dinamis dan mudah beradaptasi yang tumbuh di tengah perubahan teknologi

yang pesat dan memiliki pandangan progresif dalam berbagai aspek kehidupan.

Strategi dakwah generasi milenial yang efektif harus disesuaikan dengan karakteristik, minat, dan kebiasaan unik mereka. Generasi milenial banyak menghabiskan waktunya di media sosial seperti Instagram, Twitter, YouTube, dan TikTok. Oleh karena itu, penggunaan platform ini untuk menyampaikan pesan dakwah sangatlah efektif. Konten yang dibuat dapat berupa video pendek inspiratif, infografis informatif, podcast mendalam, atau live streaming interaktif. Misalnya video ceramah pendek dan menarik di YouTube atau kutipan inspiratif yang diposting di Instagram atau TikTok. Penting juga untuk menggunakan aplikasi dan website khusus yang menyediakan konten Islami. Aplikasi yang menawarkan fitur-fitur seperti pengingat sholat, doa sehari-hari, dan artikel tentang ajaran Islam cenderung menarik generasi milenial yang selalu terhubung dengan perangkat digitalnya.

Menghubungkan dakwah dengan isu-isu terkini yang relevan dengan generasi milenial, seperti keadilan sosial, lingkungan hidup, dan hak asasi manusia, membuat pesan yang disampaikan menjadi lebih menarik dan bermakna. Misalnya ceramah yang membahas bagaimana ajaran Islam terkait kehidupan sehari-hari, perilaku, dan fiqh mendukung perlindungan lingkungan atau menekankan pentingnya keadilan sosial. Penting juga untuk mengkomunikasikan dakwah dalam konteks kehidupan sehari-hari generasi milenial. Kami mengajari Anda cara menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam situasi sehari-hari, seperti etika kerja, interaksi sosial, dan penggunaan media sosial. Generasi milenial menghargai dialog dua arah dan partisipasi aktif dalam diskusi. Anda dapat meningkatkan keterlibatan dengan membuat forum diskusi online, sesi tanya jawab di media sosial, atau webinar tempat orang dapat bertanya dan berdiskusi. Misalnya, adakan sesi tanya jawab langsung di Instagram atau YouTube. Menciptakan komunitas virtual di mana generasi milenial dapat berdiskusi dan berbagi pengalaman, seperti grup WhatsApp atau

Telegram yang berfokus pada diskusi Islam, juga dapat menjadi tempat yang baik untuk bersosialisasi dan belajar.

Dakwah menunjukkan perhatian dan pemahaman terhadap setiap situasi individu. Pendekatan ini memungkinkan generasi Milenial merasa didengarkan dan dihargai. Misalnya saja seorang pendakwah yang memberikan nasehat pribadi melalui DM Instagram atau memberikan dukungan spiritual melalui pesan langsung. Hindari pendekatan yang menghakimi atau otoriter dan fokuslah pada pendekatan yang menarik dan dapat diterima. Generasi milenial lebih cenderung menerima pesan dakwah yang penuh cinta dan pengertian. Menggunakan bahasa yang santai, modern dan informal bisa sangat efektif. Generasi milenial lebih cenderung merespons komunikasi yang terasa intim dan relevan. Misalnya, gunakan meme atau humor yang sesuai untuk menyampaikan pesan Anda. Memanfaatkan humor dan kreativitas dalam menyampaikan pesan dakwah, seperti video lucu dan konten kreatif dengan pesan Islami, dapat lebih menarik perhatian kaum milenial.

Generasi milenial, yang diperkirakan berjumlah sekitar 1,8 miliar orang di seluruh dunia (Neufeld, 2021), memiliki karakteristik unik yang tercermin dalam berbagai statistik. Lebih dari 90% milenial menggunakan media sosial, dengan Instagram (64%), Facebook (61%), dan Twitter (42%) sebagai platform populer (Mosby, 2023). Pendidikan tinggi juga menjadi ciri khas generasi ini, dengan sekitar 39% milenial memiliki gelar sarjana atau lebih tinggi, dibandingkan dengan 29% dari generasi sebelumnya pada usia yang sama (Sulley, 2022). Namun, mereka menghadapi tantangan keuangan, termasuk utang pinjaman mahasiswa rata-rata sebesar \$30.000 di Amerika Serikat, dan hanya 30% milenial yang memiliki rumah, lebih rendah dibandingkan dengan 50% dari generasi *baby boomer* pada usia yang sama (Cramer, 2023).

Keseimbangan kerja dan kehidupan pribadi sangat penting bagi milenial, dengan sekitar 75% menginginkan jam kerja fleksibel dan kesempatan untuk bekerja dari jarak jauh (Mahardika, Ingarianti dan Zulfiana, 2022).

Kesehatan mental juga menjadi perhatian utama, dengan sekitar 70% melaporkan mengalami stres tinggi dan 25% telah mencari bantuan profesional (Halat *dkk.*, 2023). Dalam bidang kewirausahaan, 54% milenial memulai atau bercita-cita untuk memulai bisnis mereka sendiri (Maulana, 2021). Kesadaran lingkungan juga tinggi, dengan 73% bersedia membayar lebih untuk produk dari perusahaan yang berkomitmen terhadap keberlanjutan (Shaw, 2022).

Dalam hal konsumerisme, 78% milenial lebih memilih menghabiskan uang pada pengalaman seperti perjalanan dan acara dibandingkan barang-barang materi (Lauth, 2021). Mereka sangat tergantung pada teknologi, memeriksa ponsel rata-rata 150 kali per hari dan 88% menggunakan *smartphone* untuk mengakses internet (Cha dan Seo, 2018). Ekonomi mereka menunjukkan kekuatan yang signifikan dengan perkiraan pengeluaran mencapai \$1,4 triliun di Amerika Serikat pada tahun 2023 (Swagel, 2023). Selain itu, milenial diperkirakan akan mengganti pekerjaan sebanyak 12 kali sepanjang karier mereka. Fakta-fakta ini memberikan gambaran kuantitatif tentang berbagai aspek kehidupan milenial, mulai dari pendidikan dan keuangan hingga penggunaan teknologi dan pandangan terhadap kesehatan mental serta lingkungan.

Banyak generasi Milenial merasakan kesenjangan dalam pemahaman keagamaan karena terbatasnya akses dan minat terhadap sumber daya keagamaan tradisional. Selain itu, mengingat tingginya tingkat stres dan masalah kesehatan mental di kalangan generasi Milenial, teknik manajemen stres spiritual seperti pesan yang menenangkan, memberikan dukungan emosional, dan program diskusi kesehatan mental online dari perspektif agama Kita memerlukan khotbah yang berfokus pada pengajaran.

Meski terhubung secara digital, banyak generasi Milenial yang merasa terisolasi secara sosial. Generasi ini juga sering mengalami krisis identitas dan kesulitan menemukan nilai-nilai moral yang jelas. Ketidakstabilan keuangan dan kesulitan mendapatkan pekerjaan yang stabil juga

menjadi tantangan yang dapat diatasi melalui dakwah yang memberikan panduan praktis tentang keuangan dari sudut pandang agama, antara lain: nilai-nilai pengelolaan keuangan yang bijaksana, etika kerja, serta kejujuran dan integritas dalam kehidupan profesional.

Minimnya partisipasi generasi milenial dalam kegiatan keagamaan tradisional dapat diatasi dengan menerapkan kegiatan keagamaan yang inovatif dan menarik seperti diskusi interaktif, proyek sosial, dan acara yang memadukan hiburan dan pendidikan agama. Selain itu, kaum Milenial mempunyai kepedulian yang mendalam terhadap lingkungan dan lebih cenderung menghubungkan ajaran agama mereka dengan isu-isu lingkungan hidup dan keberlanjutan serta melaksanakan program dan kampanye yang mengambil tindakan nyata untuk melindungi lingkungan. Mereka frustrasi karena kurangnya tindakan nyata untuk mengikuti prinsip-prinsip dan mempromosikan lingkungan agama. Dengan mengidentifikasi isu-isu tersebut dan menerapkan strategi dakwah terkait, pesan-pesan keagamaan dapat disampaikan kepada kaum Milenial dengan cara yang lebih efektif dan bermakna, membantu mereka menemukan solusi dan dukungan dalam kehidupan sehari-hari.

Untuk menjelaskan strategi dakwah milenial, terdapat beberapa teori besar yang dapat digunakan untuk mendukung analisis dan interpretasi data, antara lain teori media dan teknologi, teori kebutuhan manusia, dan teori pembelajaran manusia.

Teori media dan teknologi, seperti Teori Difusi Inovasi Everett M. Rogers, menjelaskan bagaimana inovasi dan teknologi baru disebarkan dan diadopsi oleh masyarakat, dan ini merupakan pertimbangan penting ketika berdakwah kepada generasi milenial (Nurudin, 2007). Teori Kegunaan dan Gratifikasi membantu kita memahami bagaimana individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya (West dan Tunner, 2008). Hal ini dapat diterapkan untuk memahami mengapa generasi milenial memilih media tertentu untuk mencari informasi keagamaan.

Teori Kebutuhan Manusia (Hierarki Kebutuhan) A. Maslow menyatakan bahwa manusia mempunyai lima tingkat kebutuhan yang harus dipenuhi secara berurutan, mulai dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan ego, dan yang paling tinggi kebutuhan akan aktualisasi diri (Bari dan Hidayat, 2022). Dalam konteks dakwah, penting untuk mempertimbangkan pemenuhan kebutuhan dasar generasi milenial, seperti dukungan emosional dan kesehatan mental, hingga aktualisasi diri. Teori motivasi dan syukur menekankan pentingnya kebutuhan psikologis dasar seperti otonomi, kompetensi, dan keterhubungan, dan bahwa kebutuhan ini terkait dengan keterlibatan aktif dan membangun hubungan yang bermakna dalam komunitas keagamaan (Ryan dan Deci, 2000).

Teori pembelajaran sosial Albert Bandura menyatakan bahwa orang belajar melalui pengamatan, peniruan, dan keteladanan, sehingga menggunakan teladan dan tokoh inspiratif dalam berdakwah dapat menyampaikan nilai-nilai agama secara efektif (Ozer, 2022). Teori pembelajaran eksperiensial David Kolb menyatakan bahwa pembelajaran adalah suatu proses dimana pengetahuan diciptakan melalui transformasi pengalaman (Kolb, 1984). Artinya, kegiatan dakwah yang melibatkan pengalaman langsung, seperti proyek sosial dan lokakarya, dapat membantu generasi milenial mempelajari dan menginternalisasi ajaran agama. Dengan menerapkan teori-teori tersebut, penelitian memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana merancang dan menerapkan strategi dakwah secara efektif untuk mempengaruhi dan mempengaruhi generasi milenial.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menjelaskan strategi dakwah yang efektif bagi generasi milenial. Tujuan spesifiknya adalah untuk menganalisis efektivitas strategi dakwah yang diterapkan dalam kegiatan Rutinan Minggu Legi (Ngaji dan Maulid Diba') di Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul Ulum (STAIMU) Mukomuko dalam menarik dan melibatkan generasi milenial. Peserta kegiatan ini adalah

mahasiswa STAIMU Mukomuko dan masyarakat yang berusia antara 18-25 tahun. Mereka adalah generasi milenial yang aktif menggunakan teknologi dan media sosial, serta menunjukkan minat tinggi terhadap kegiatan keagamaan dengan pendekatan modern dan interaktif.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang bertujuan menjelaskan fenomena dengan mendeskripsikan data yang dikumpulkan tanpa modifikasi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap umat beragama, pegiat dakwah, dan generasi milenial, observasi partisipan, serta dokumentasi dari literatur dan konten digital terkait dakwah milenial.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* untuk memilih responden yang memenuhi kriteria penelitian seperti usia, aktivitas media sosial, dan keterlibatan dalam kegiatan dakwah. Alat penelitian meliputi pedoman wawancara, formulir observasi, dan dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta diuji validitas dan reliabilitasnya melalui triangulasi dan *member check*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode dakwah yang menggunakan media sosial dan teknologi digital melibatkan beberapa pendekatan untuk menyebarkan pesan keagamaan secara lebih luas dan efisien, terutama kepada generasi milenial yang aktif di platform digital. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp memungkinkan dakwah dilakukan melalui berbagai konten visual dan komunikasi yang lebih personal. Instagram digunakan untuk membagikan konten visual seperti poster acara, kutipan inspiratif, dan video pendek yang menarik perhatian, sementara fitur Instagram *Stories* dan IGTV dimanfaatkan untuk memberikan *update* langsung dan konten yang lebih mendalam. Facebook, selain untuk berbagi informasi acara,

digunakan untuk membuat grup atau halaman komunitas yang memudahkan interaksi antar anggota, dengan live streaming di Facebook sering digunakan untuk menyiarkan acara secara langsung. WhatsApp digunakan untuk komunikasi yang lebih personal melalui grup atau pesan *broadcast*, memastikan informasi acara dan konten dakwah sampai langsung ke ponsel pengguna. Kegiatan seperti *Ngaji* (mengaji) dan Maulid Diba' dipromosikan secara intensif melalui media sosial dengan poster digital, video *teaser*, dan undangan virtual disebarluaskan untuk menarik perhatian dan minat para milenial, serta interaksi langsung dengan *followers* dan anggota grup di media sosial membantu menciptakan komunitas yang aktif dan terlibat. Penggunaan aplikasi streaming untuk menyiarkan acara secara langsung memungkinkan orang yang tidak dapat hadir secara fisik untuk tetap berpartisipasi, memperluas jangkauan dakwah karena tidak terbatas oleh lokasi geografis.

Materi yang disampaikan dalam *Ngaji* sering kali dihubungkan dengan isu-isu kontemporer yang relevan bagi milenial, seperti kesehatan mental, hubungan sosial, dan karier. Pendekatan ini membuat ajaran agama lebih mudah dipahami dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga generasi muda merasa bahwa nilai-nilai keagamaan tetap relevan dan dapat memberikan solusi atas tantangan yang mereka hadapi. Misalnya, dalam membahas kesehatan mental, pengajian bisa mengaitkan konsep-konsep seperti kesabaran, ikhlas, dan tawakal dengan strategi untuk mengatasi stres dan kecemasan yang sering dihadapi oleh milenial dalam kehidupan modern. Demikian pula, isu hubungan sosial dan karier dibahas dengan perspektif agama, memberikan panduan tentang etika kerja, interaksi sosial yang baik, serta pentingnya menjaga hubungan yang harmonis berdasarkan ajaran agama.

Interaktivitas dalam kegiatan pengajian juga ditingkatkan melalui sesi tanya jawab dan diskusi di akhir pengajian, yang memungkinkan peserta berinteraksi langsung dengan pemateri. Ini memberikan kesempatan

bagi milenial untuk mengajukan pertanyaan dan mendiskusikan masalah yang mereka hadapi secara lebih mendalam. Selain itu, metode diskusi kelompok kecil digunakan untuk meningkatkan partisipasi aktif dan keterlibatan peserta. Dalam diskusi kelompok kecil, peserta dapat berbagi pengalaman dan pandangan mereka, serta mendapatkan wawasan baru dari sesama peserta. Ini tidak hanya membantu memperdalam pemahaman mereka tentang materi yang dibahas, tetapi juga membangun rasa kebersamaan dan solidaritas di antara mereka.

Pendekatan musik *hadroh Sapu Jagat* dan seni dalam Maulid Diba' juga menjadi daya tarik tersendiri bagi generasi milenial yang menyukai elemen budaya dan hiburan dalam kegiatan keagamaan. Musik *hadroh*, dengan ritme yang dinamis dan lirik yang penuh makna, mampu menarik perhatian dan menciptakan suasana yang *khusyuk* namun tetap menyenangkan. Sementara itu, seni dalam Maulid Diba' yang menggabungkan bacaan syair dan pujian kepada Nabi Muhammad SAW. dengan elemen teatral, memberikan pengalaman yang mendalam dan emosional bagi para peserta. Penggunaan elemen budaya dan seni ini tidak hanya membuat kegiatan keagamaan menjadi lebih menarik dan menyenangkan, tetapi juga memperkuat ikatan emosional dan spiritual peserta dengan nilai-nilai agama yang disampaikan.

Efektivitas kegiatan ini ditunjukkan oleh peningkatan partisipasi milenial dalam kegiatan Rutinan Minggu Legi setelah penerapan strategi dakwah yang memanfaatkan teknologi dan pendekatan musik klasik. Penggunaan teknologi, seperti media sosial dan aplikasi streaming, telah berhasil menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif di platform digital. Melalui promosi di Instagram, Facebook, dan WhatsApp, informasi tentang kegiatan Rutinan Minggu Legi menjadi lebih mudah diakses, sehingga menarik minat lebih banyak milenial untuk bergabung.

Survei kepuasan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa puas dengan format dan penyampaian kegiatan. Mereka

merasa lebih terhubung dengan materi yang disampaikan, berkat relevansi isu-isu yang dibahas dengan kehidupan sehari-hari mereka. Pembahasan topik-topik kontemporer seperti kesehatan mental, hubungan sosial, dan karier dalam konteks ajaran agama membuat peserta merasa bahwa nilai-nilai keagamaan yang disampaikan dapat memberikan solusi praktis atas tantangan yang mereka hadapi.

Selain itu, diskusi interaktif yang diadakan di akhir pengajian memungkinkan peserta untuk berinteraksi langsung dengan pemateri, mengajukan pertanyaan, dan mendiskusikan masalah yang mereka hadapi. Metode diskusi kelompok kecil juga membantu meningkatkan partisipasi aktif dan keterlibatan peserta, karena mereka dapat berbagi pengalaman dan pandangan mereka serta mendapatkan wawasan baru dari sesama peserta. Ini tidak hanya memperdalam pemahaman mereka tentang materi yang dibahas, tetapi juga membangun rasa kebersamaan dan solidaritas di antara mereka.

Peserta juga menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap ajaran agama dan bagaimana mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Relevansi materi dan interaktivitas dalam penyampaian menjadi faktor penting dalam peningkatan ini, karena memungkinkan peserta untuk lebih aktif terlibat dan merasakan manfaat langsung dari ajaran yang disampaikan. Dengan demikian, strategi dakwah yang memanfaatkan teknologi dan pendekatan musik klasik terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi dan kepuasan milenial dalam kegiatan keagamaan, serta membantu mereka memahami dan mengaplikasikan ajaran agama dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan teknologi digital sebagai alat dakwah sangat efektif dalam menarik generasi milenial. Kegiatan Rutinan Minggu Legi yang memanfaatkan pendekatan musik klasik, seperti musik hadroh Sapu Jagat, serta meningkatkan interaktivitas melalui diskusi kelompok dan sesi tanya jawab, mampu meningkatkan partisipasi dan kepuasan peserta. Hal ini sejalan dengan teori Penggunaan dan Kepuasan yang menyatakan

bahwa media yang memenuhi kebutuhan audiens akan lebih efektif. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp menyediakan platform yang sesuai dengan preferensi komunikasi milenial, memungkinkan mereka untuk terhubung dengan konten dakwah secara lebih personal dan mendalam.

Pendekatan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari milenial, seperti pembahasan isu kesehatan mental, hubungan sosial, dan karier dalam konteks ajaran agama, menunjukkan bahwa pesan dakwah dapat disampaikan dengan cara yang mudah dipahami dan diaplikasikan oleh audiens muda. Ini sesuai dengan Teori Pembelajaran Sosial yang menekankan pentingnya model peran atau tokoh inspiratif dalam proses pembelajaran. Dengan melibatkan tokoh-tokoh yang inspiratif dan relevan, dakwah dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat antara pesan agama dan kehidupan nyata para milenial.

Selain itu, kegiatan yang melibatkan pengalaman langsung, seperti diskusi kelompok kecil dan sesi tanya jawab, mendukung teori Pembelajaran Experiential. Teori ini menyatakan bahwa pembelajaran yang efektif terjadi melalui pengalaman langsung dan refleksi. Dalam konteks kegiatan Rutinan Minggu Legi, metode ini memungkinkan peserta untuk berinteraksi secara aktif, mengajukan pertanyaan, berbagi pengalaman, dan berdiskusi tentang masalah yang mereka hadapi. Proses ini tidak hanya memperdalam pemahaman mereka tentang ajaran agama tetapi juga membantu mereka melihat bagaimana ajaran tersebut dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, kombinasi penggunaan media sosial dan teknologi digital, pendekatan musik klasik yang menarik, relevansi materi yang disampaikan, serta metode pembelajaran yang interaktif, semuanya berkontribusi pada efektivitas dakwah dalam menarik dan mempertahankan partisipasi milenial. Strategi ini terbukti tidak hanya meningkatkan partisipasi dan kepuasan peserta, tetapi juga memperkuat pemahaman mereka tentang ajaran agama dan kemampuan

mereka untuk mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks Teori Hierarki Kebutuhan Maslow, dakwah yang memperhatikan kebutuhan dasar hingga aktualisasi diri milenial dapat menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan spiritual dan kesejahteraan emosional mereka. Menurut teori ini, kebutuhan manusia berjenjang dari kebutuhan fisiologis dasar, keamanan, cinta dan rasa memiliki, penghargaan, hingga aktualisasi diri. Dakwah yang menyentuh semua level kebutuhan ini mampu memberikan pengalaman yang holistik bagi milenial. Misalnya, kegiatan Rutinan Minggu Legi tidak hanya menyediakan ruang aman dan nyaman (kebutuhan keamanan), tetapi juga membangun komunitas yang penuh kasih dan mendukung (kebutuhan cinta dan rasa memiliki). Kegiatan ini juga memberi pengakuan atas partisipasi dan kontribusi peserta (kebutuhan penghargaan), serta membantu mereka mencapai potensi tertinggi dalam pengembangan spiritual dan pemahaman agama (aktualisasi diri).

Pemenuhan kebutuhan otonomi, kompetensi, dan keterhubungan dalam dakwah juga selaras dengan Teori Motivasi dan Kebersyukuran. Otonomi diberikan melalui kesempatan bagi peserta untuk mengajukan pertanyaan dan berbagi pandangan mereka dalam sesi diskusi dan tanya jawab. Ini memberi mereka rasa kendali dan kepemilikan atas proses belajar mereka sendiri. Kompetensi ditingkatkan dengan menyediakan materi yang relevan dan praktis yang membantu mereka memahami dan menerapkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari, sehingga mereka merasa lebih mampu dan percaya diri dalam menjalani kehidupan yang selaras dengan nilai-nilai agama. Keterhubungan dibangun melalui interaksi sosial yang positif dan dukungan dari komunitas, yang memperkuat rasa kebersamaan dan saling mendukung.

Teori Motivasi dan Kebersyukuran juga menunjukkan bahwa ketika kebutuhan dasar seperti otonomi, kompetensi, dan keterhubungan terpenuhi, individu akan lebih

termotivasi dan terlibat dalam kegiatan tersebut. Dalam konteks dakwah, ketika peserta merasa dihargai, didengar, dan dilibatkan secara aktif, mereka akan lebih bersemangat untuk berpartisipasi dan terus terlibat dalam kegiatan keagamaan. Selain itu, perasaan syukur yang tumbuh dari pengakuan dan pemenuhan kebutuhan ini dapat memperkuat hubungan mereka dengan Tuhan dan komunitas, serta meningkatkan kesejahteraan emosional dan spiritual mereka.

Dengan demikian, pendekatan dakwah yang memperhatikan kebutuhan dasar hingga aktualisasi diri menurut Teori Maslow, serta memenuhi kebutuhan otonomi, kompetensi, dan keterhubungan sesuai Teori Motivasi dan Kebersyukuran, dapat menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan spiritual dan kesejahteraan emosional milenial. Ini tidak hanya meningkatkan partisipasi dan keterlibatan mereka dalam kegiatan keagamaan, tetapi juga membantu mereka mencapai kesejahteraan yang lebih holistik dan mendalam.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi dakwah yang memanfaatkan teknologi digital, menyajikan konten yang relevan, dan menggunakan pendekatan musik seperti *hadroh Sapu Jagat* sangat efektif untuk generasi milenial. Kegiatan Rutinan Minggu Legi di STAIMU Mukomuko telah berhasil meningkatkan partisipasi, kepuasan, dan pemahaman peserta terhadap ajaran agama. Penggunaan media sosial dan platform digital memungkinkan pesan dakwah menjangkau *audiens* yang lebih luas dan beragam, terutama milenial yang aktif di dunia maya. Konten yang relevan dengan isu-isu kontemporer seperti kesehatan mental, hubungan sosial, dan karier membuat ajaran agama lebih mudah dipahami dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, pendekatan interaktif, seperti diskusi kelompok dan sesi tanya jawab, memberi kesempatan bagi peserta untuk berpartisipasi aktif, mengajukan pertanyaan, dan berbagi pandangan, yang memperkaya pengalaman belajar mereka.

Rekomendasi untuk penggiat dakwah adalah terus mengembangkan metode yang inovatif dan relevan, serta memanfaatkan teknologi untuk menjangkau generasi milenial secara lebih efektif. Penggunaan aplikasi streaming, video pendek, dan media sosial dapat terus dieksplorasi untuk menyajikan konten dakwah yang menarik dan mudah diakses. Selain itu, penting untuk melakukan evaluasi berkala terhadap metode dan pendekatan yang digunakan untuk memastikan strategi dakwah tetap relevan dan efektif seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan kebutuhan generasi milenial. Evaluasi ini bisa melibatkan survei kepuasan peserta, analisis partisipasi, dan umpan balik dari komunitas.

Keterlibatan aktif milenial dalam merancang dan melaksanakan kegiatan dakwah juga sangat penting. Dengan melibatkan mereka dalam proses ini, rasa memiliki dan keterlibatan mereka dalam komunitas agama akan meningkat. Milenial yang merasa bahwa suara dan kontribusinya dihargai akan lebih termotivasi untuk berpartisipasi secara aktif dan berkelanjutan. Selain itu, pendekatan ini dapat menghasilkan ide-ide baru dan segar yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi generasi milenial.

DAFTAR PUSTAKA

- Bari, A. dan Hidayat, R. (2022) "TEORI HIRARKI KEBUTUHAN MASLOW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK GADGET," *MOTIVASI Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 07(01).
- Cha, S.-S. dan Seo, B.-K. (2018) "Smartphone use and smartphone addiction in middle school students in Korea: Prevalence, social networking service, and game use," *National Library of Medicine*, 05(01). Tersedia pada: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5802650/>.
- Cramer, R. (2023) *Framing the Millennial Wealth Gap: Demographic Realities and Divergent Trajectories, New America*. Tersedia pada: <https://www.newamerica.org/millennials/reports/emerging-millennial-wealth-gap/framing-the-millennial-wealth-gap-demographic-realities-and-divergent-trajectories/> (Diakses: 25 Juni 2024).
- Halat, D.H. dkk. (2023) "Understanding and Fostering Mental Health and Well-Being among University Faculty: A Narrative Review," *Journal of Clinical Medicine*, 12(13). Tersedia pada: <https://www.mdpi.com/2077-0383/12/13/4425>.
- Kolb, D. (1984) *Experiential Learning: Experience As The Source Of Learning And Development, Journal of Business Ethics*.
- Lauth, I. (2021) *Survey Finds Millennials Prefer Spending Money on Experiences Over 'Things,' Winspire*. Tersedia pada: <https://www.winspireme.com/survey-finds-millennials-prefer-spending-money-on-experiences-over-things/> (Diakses: 25 Juni 2024).
- Mahardika, A.A., Ingrianti, T.M. dan Zulfiana, U. (2022) "Work-life balance pada karyawan generasi Z," *Collabryzk Journal for Scientific Studies*, 01(01). Tersedia pada: <https://journal.collabryzk.com/index.php/cjss/article/view/8>.
- Maulana (2021) *Dukung Generasi Z dan Millenial Menjadi Pengusaha, Media Indonesia*. Tersedia pada: <https://mediaindonesia.com/ekonomi/428239/dukung-generasi-z-dan-millennial-menjadi-pengusaha> (Diakses: 25 Juni 2024).
- Mosby, A. (2023) *120 Social Media Marketing Statistics For 2024, Yaguara*. Tersedia pada: <https://www.yaguara.co/social-media-marketing-statistics/> (Diakses: 25 Juni 2024).
- Neufeld, D. (2021) *A Regional Breakdown of Millennials Around the World, Visual Capitalist*. Tersedia pada: <https://www.visualcapitalist.com/sp/a-regional-breakdown-of-millennials-around-the-world/> (Diakses: 25 Juni 2024).
- Nurudin (2007) *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ozer, E.M. (2022) "Albert Bandura (1925–2021).," *American Psychologist*, 77(3). Tersedia pada: <https://doi.org/10.1037/amp0000981>.
- Ryan, R.M. dan Deci, E.L. (2000) "Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being.," *American Psychologist*, 55(1). Tersedia pada: <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>.
- Shaw, J. (2022) *Why Gen Z Values Sustainability: Tips for Marketing to the Eco-Conscious Generation, Kadence International*. Tersedia pada:

<https://kadence.com/why-gen-z-values-sustainability-tips-for-marketing-to-the-eco-conscious-generation/> (Diakses: 25 Juni 2024).

Sulley, S. (2022) *How Millennials Are Challenging And Changing The Art Market*, *Forbes*. Tersedia pada: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/04/13/how-millennials-are-challenging-and-changing-the-art-market/> (Diakses: 25 Juni 2024).

Swagel, P.L. (2023) *The Budget and Economic Outlook: 2023 to 2033*, *Congressional Budget Office*. Tersedia pada: <https://www.cbo.gov/publication/58946> (Diakses: 25 Juni 2023).

West, R. dan Tunner, L.H. (2008) *Pengantar Teori Komunikasi (Analisis Dan Aplikasi)*. Jakarta: Selemba Humanika.

Wikipedia La Enciclopedia Libre (2018) *Milenial*, *Wikipedia La Enciclopedia Libre*. Tersedia pada: <https://es.wikipedia.org/wiki/Milenial> (Diakses: 26 Juni 2024).