

Kontribusi Sosiologi Dakwah dalam Menghadapi Generasi Milenial

*Contribution of the Sociology of Da'wah in Facing the Millennial
Generation*

Ridwan

Sekolah Tinggi Ilmu Islam dan Bahasa Arab (STIBA) Makassar, Indonesia
Email: ridwanibnhambali@stiba.ac.id

Mahmuddin

Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin, Makassar, Indonesia
Email: mahmuddin.dakwah@uin-alauddin.ac.id

Article Info

Received : 2 January 2025
Revised : 4 January 2025
Accepted : 5 January 2025
Published : 7 January 2025

Keywords: Millennials, digital era,
sociology of dakwah,
Islamic preaching

Kata kunci: generasi milenial, era
digital, sosiologi dakwah,
dakwah Islam

Abstract

The rapid development of the digital era has significantly influenced the mindset, behavior, and daily lives of the millennial generation, who are often referred to as "digital natives." This phenomenon presents both challenges and opportunities for Islamic preaching (dakwah). Traditional methods, such as lectures or conventional study circles, often fail to resonate with millennials. They demand interactive, technology-based approaches that align with their lifestyles and values, including inclusivity, freedom of expression, and concern for global issues. Sociology of dakwah plays a strategic role in addressing these challenges by analyzing the social dynamics and unique characteristics of millennials. It provides insights into their dependence on technology, digital communication patterns, and values, enabling the formulation of effective preaching methods. Leveraging social media and digital technology, preachers can creatively and contextually deliver Islamic messages while addressing contemporary issues such as environmental sustainability, social justice, and inclusivity. This study employs a qualitative descriptive-analytical approach to explore the contribution of the sociology of dakwah in applying relevant methods for preaching to millennials. Additionally, it identifies challenges such as hedonism, instant gratification, and individualism, and proposes strategies to overcome these obstacles. By integrating innovative and interactive approaches, dakwah can effectively address the spiritual and intellectual needs of millennials, ensuring the message of Islam remains relevant in the modern era.

Abstrak

Perkembangan era digital membawa perubahan signifikan pada pola pikir, perilaku, dan nilai-nilai generasi milenial, menciptakan tantangan baru dalam penyampaian dakwah.

Sosiologi dakwah berperan penting dalam memahami dinamika sosial generasi ini, termasuk karakteristik mereka yang terhubung erat dengan teknologi digital, media sosial, serta isu-isu global seperti keadilan sosial dan keberlanjutan lingkungan. Penelitian ini bertujuan menganalisis kontribusi sosiologi dakwah dalam merancang metode dakwah yang relevan dan efektif untuk generasi milenial, sekaligus mengidentifikasi tantangan yang dihadapi para aktivis dakwah serta strategi untuk mengatasinya. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis, penelitian ini menemukan bahwa pendekatan berbasis media digital dan interaksi dialogis dapat menjembatani nilai-nilai Islam dengan realitas modern yang dihadapi generasi milenial. Meski demikian, tantangan seperti hedonisme, budaya instan, dan individualisme membutuhkan inovasi dakwah yang tidak hanya kreatif tetapi juga mendalam, dengan memperkuat kompetensi dai dalam teknologi, komunikasi, dan psikologi generasi milenial. Penelitian ini memberikan landasan strategis untuk meningkatkan efektivitas dakwah di era modern.

How to cite: Ridwan, Mahmuddin. "Kontribusi Sosiologi Dakwah dalam Menghadapi Generasi Milenial", *DIRASAH: Jurnal Kajian Islam*, Vol. 2, No. 1 (2025): 177-191. <https://litera-academica.com/ojs/dirasah/index>.

Copyright: ©2025, Ridwan, Mahmuddin



This work is licensed under a Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang pesat di era digital telah menciptakan lanskap sosial yang berbeda dari era sebelumnya, dengan dampak signifikan pada cara generasi milenial berpikir, berperilaku, dan menjalani kehidupan sehari-hari¹. Teknologi digital tidak hanya menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari, tetapi juga membentuk cara pandang dan interaksi mereka terhadap dunia. Generasi milenial, yang sering disebut sebagai "digital natives," hidup di tengah kemajuan teknologi yang memungkinkan akses informasi secara instan, komunikasi tanpa batas, dan keterhubungan global².

Salah satu karakteristik utama generasi milenial adalah ketergantungan mereka pada teknologi, khususnya perangkat pintar dan internet. Media sosial menjadi pusat interaksi sosial mereka, menggantikan banyak bentuk komunikasi tradisional. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya digunakan untuk hiburan tetapi juga untuk belajar, bekerja, dan bahkan membangun identitas sosial³. Dalam konteks ini, generasi milenial cenderung lebih terbuka terhadap ide-ide baru, lebih kritis dalam menyikapi informasi, tetapi juga rentan terhadap disinformasi dan pengaruh negatif dari konten digital.

Selain itu, perhatian generasi milenial terhadap isu-isu global, seperti keadilan sosial, perubahan iklim, dan kesetaraan gender, mencerminkan

¹ Faridhatun Nikmah, "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial," *Muāṣarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 2, no. 1 (2020): 45–52.

² Yakobus Suharyono, "Bridging Digital Communication Amongst Digital Natives," *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2022): 21–30.

³ Andi Muh Akbar Saputra et al., *Pendidikan Karakter Di Era Milenial: Membangun Generasi Unggul Dengan Nilai-Nilai Positif* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

kesadaran mereka yang tinggi terhadap dinamika dunia⁴. Hal ini menunjukkan bahwa mereka lebih peduli pada nilai-nilai universal dan sering kali mendekati isu-isu agama melalui perspektif yang lebih rasional dan kontekstual.

Namun, transformasi ini juga membawa tantangan besar bagi dakwah sebagai aktivitas menyampaikan ajaran Islam. Pendekatan tradisional yang mengandalkan metode ceramah atau pengajian konvensional sering kali tidak lagi relevan bagi generasi ini. Mereka lebih tertarik pada pendekatan yang interaktif, berbasis teknologi, dan dapat diakses kapan saja melalui platform digital. Tantangan ini semakin kompleks dengan adanya gaya hidup milenial yang cenderung sibuk, pragmatis, dan sering kali menuntut pendekatan yang lebih personal dan fleksibel⁵.

Oleh karena itu, dakwah kepada generasi milenial tidak hanya membutuhkan pemahaman mendalam tentang ajaran Islam tetapi juga penguasaan atas teknologi, media digital, dan strategi komunikasi yang sesuai. Para dai atau aktivis dakwah harus mampu menyampaikan pesan-pesan Islam dengan cara yang relevan, menarik, dan kontekstual agar mampu menjawab kebutuhan spiritual dan intelektual generasi ini. Selain itu, diperlukan pendekatan yang dapat menjembatani nilai-nilai tradisional Islam dengan realitas modern yang dihadapi generasi milenial⁶. Dengan demikian, perkembangan era digital bukan hanya menjadi tantangan tetapi juga peluang besar bagi dakwah. Apabila dimanfaatkan dengan bijak, media digital dapat menjadi sarana yang sangat efektif untuk menjangkau generasi milenial, memberikan pemahaman yang mendalam tentang Islam, serta membimbing mereka menuju kehidupan yang lebih bermakna sesuai dengan ajaran agama.

Sosiologi dakwah merupakan cabang ilmu yang mempelajari hubungan antara fenomena sosial dengan aktivitas dakwah. Ilmu ini berfokus pada bagaimana pesan-pesan agama disampaikan, diterima, dan diimplementasikan dalam konteks sosial tertentu⁷. Dalam era digital yang ditandai dengan perubahan sosial yang cepat, sosiologi dakwah memiliki peran strategis dalam menjawab tantangan dakwah, terutama kepada generasi milenial. Generasi ini memiliki pola pikir, nilai, dan kebiasaan yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan budaya digital, sehingga membutuhkan pendekatan dakwah yang spesifik dan adaptif.

Salah satu kontribusi utama sosiologi dakwah adalah kemampuannya untuk memahami dinamika sosial yang melingkupi generasi milenial. Pemahaman ini meliputi analisis terhadap pola komunikasi mereka, seperti penggunaan media sosial sebagai platform utama untuk berinteraksi dan mencari informasi. Selain itu, sosiologi dakwah juga mempelajari nilai-nilai yang dipegang oleh generasi milenial, seperti inklusivitas, kebebasan berekspresi, dan perhatian terhadap isu-

⁴ Ghofir Jamal and Amalina Salma Nur, "Globalisasi Dan Dakwah Di Era Milenial," *Journal Of Dakwah Management* 1, no. 1 (2022): 41–56.

⁵ Nikmah, "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial."

⁶ Faridah Faridah et al., "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Kaum Milenial," *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2022): 138–50.

⁷ M S Mawardi, *SOSIOLOGI DAKWAH: Kajian Teori Sosiologi, Al-Qur? An Dan Al-Hadits* (Uwais Inspirasi Indonesia, 2018).

isu sosial⁸. Dengan wawasan ini, metode dakwah dapat dirancang agar relevan dengan gaya hidup mereka tanpa mengabaikan substansi ajaran Islam.

Untuk memastikan bahwa pesan Islam tetap diterima dengan baik oleh generasi milenial, sosiologi dakwah mendorong penggunaan pendekatan yang bersifat kontekstual, interaktif, dan berbasis dialog⁹. Hal ini penting karena generasi milenial cenderung lebih kritis terhadap informasi dan lebih menghargai komunikasi dua arah dibandingkan pendekatan ceramah satu arah. Dengan memanfaatkan teknologi dan media digital, para dai dapat menciptakan konten dakwah yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga menyentuh aspek intelektual dan emosional mereka.

Namun, dalam pelaksanaannya, para aktivis dakwah menghadapi berbagai tantangan yang signifikan. Salah satunya adalah fenomena hedonisme, di mana generasi milenial sering kali terjebak dalam pencarian kesenangan sesaat yang didorong oleh gaya hidup konsumtif¹⁰. Selain itu, budaya instan yang berkembang di era digital membuat mereka cenderung menginginkan hasil cepat dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam memahami agama. Fenomena ini sering kali bertentangan dengan ajaran Islam yang mengajarkan kesabaran dan proses bertahap dalam mencapai pemahaman yang mendalam.

Tantangan lain adalah meningkatnya individualisme dalam masyarakat, yang dapat mengurangi rasa kebersamaan dan kepedulian terhadap komunitas¹¹. Padahal, dakwah sangat menekankan pentingnya ukhuwah Islamiyah dan tanggung jawab kolektif dalam menjalankan ajaran agama. Akibatnya, para dai harus menghadapi situasi di mana generasi milenial lebih memilih pendekatan yang bersifat personal daripada komunitarian.

Oleh karena itu, dengan memahami karakteristik, dinamika sosial, serta tantangan yang dihadapi generasi milenial, pembahasan mengenai kontribusi sosiologi dakwah menjadi sangat penting sebagai landasan dalam merancang metode dakwah yang relevan dan efektif. Di sisi lain, para aktivis dakwah juga memerlukan strategi yang mampu menjawab tantangan era digital, seperti hedonisme, budaya instan, dan individualisme, agar pesan Islam dapat tersampaikan dengan baik tanpa kehilangan esensinya. Oleh karena itu, kajian ini bertujuan untuk mengupas peran sosiologi dakwah dalam menghadapi generasi milenial serta menyusun strategi inovatif yang dapat digunakan oleh para dai untuk menjalankan dakwah secara lebih efektif dan kontekstual di tengah realitas sosial modern.

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, makalah ini akan membahas beberapa pertanyaan pokok sebagai rumusan masalah:

⁸ Welhendri Azwar, *Sosiologi Dakwah* (Prenada Media, 2020).

⁹ A B Syamsuddin, S Ag, and M Pd, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Kencana, 2016).

¹⁰ Priscilla Irene Sudiro and Nadia Asandimitra, "Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Surabaya," *Jurnal Ilmu Manajemen* 10, no. 1 (2022): 160–72.

¹¹ Gina Rahmawati and Elly Mirati, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millennial," in *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, vol. 3, 2022.

1. Bagaimana kontribusi sosiologi dakwah dalam penerapan metode dakwah bagi generasi milenial?
2. Bagaimana tantangan dan strategi bagi seorang aktivis dakwah dalam menghadapi generasi milenial?

Dalam rumusan masalah pertama, makalah ini membahas permasalahan tentang mengenai kontribusi sosiologi dakwah dalam penerapan metode dakwah bagi generasi milenial akan difokuskan pada bagaimana ilmu ini membantu memahami konteks sosial generasi tersebut serta menyusun pendekatan dakwah yang relevan dan efektif. Sosiologi dakwah memberikan analisis mendalam tentang dinamika sosial generasi milenial, termasuk karakteristik unik mereka seperti ketergantungan pada teknologi, pola komunikasi digital, serta nilai-nilai yang mereka pegang seperti inklusivitas dan perhatian terhadap isu-isu global. Dalam penerapannya, teori sosiologi dakwah menjadi alat untuk memahami interaksi sosial dan pengaruh budaya dalam membentuk metode dakwah yang mampu menjangkau generasi ini secara kontekstual. Kajian ini juga akan mengeksplorasi penggunaan media sosial dan teknologi digital sebagai sarana utama dalam menyampaikan pesan-pesan Islam secara kreatif dan menarik, sekaligus mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan isu-isu kontemporer yang menjadi perhatian generasi milenial, seperti lingkungan hidup, keadilan sosial, dan inklusivitas.

Sedangkan dalam rumusan masalah kedua, penulis berfokus pada penjelasan tentang tantangan dan strategi yang dihadapi oleh aktivis dakwah dalam menghadapi generasi milenial. Tantangan yang muncul tidak hanya bersifat sosial-budaya, seperti hedonisme, budaya instan, dan individualisme, tetapi juga mencakup aspek intelektual, di mana generasi milenial sering kali bersikap kritis terhadap ajaran agama yang disampaikan secara dogmatis tanpa penjelasan logis atau kontekstual. Dalam menghadapi tantangan ini, diperlukan strategi yang tidak hanya kreatif tetapi juga mendalam, seperti memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau audiens dengan cara yang lebih personal, interaktif, dan menarik. Pendekatan dialogis juga menjadi penting untuk membangun hubungan yang lebih erat antara para dai dan generasi milenial, sehingga kepercayaan terhadap nilai-nilai Islam dapat diperkuat.

Tidak hanya itu, strategi dakwah juga harus mencakup penguatan spiritual dan intelektual, sehingga pesan-pesan Islam mampu memberikan solusi atas kebutuhan dan tantangan yang dihadapi generasi milenial. Dalam konteks ini, peningkatan kompetensi para dai menjadi sangat penting, terutama dalam memahami teknologi, psikologi generasi milenial, dan teknik komunikasi yang efektif. Dengan strategi-strategi ini, diharapkan para aktivis dakwah mampu menjembatani nilai-nilai Islam dengan kebutuhan dan dinamika sosial generasi milenial, sehingga dakwah dapat berjalan lebih efektif di era modern.

Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kontribusi sosiologi dakwah dalam penerapan metode dakwah yang relevan dan efektif bagi generasi milenial. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh para aktivis dakwah dalam berinteraksi dengan generasi milenial serta merumuskan strategi yang dapat digunakan untuk mengatasi tantangan

tersebut, sehingga dakwah dapat dilakukan secara optimal dan sesuai dengan karakteristik serta kebutuhan generasi ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis untuk mengeksplorasi penerapan jurnalistik profetik dalam media massa. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai prinsip-prinsip, tantangan, dan strategi implementasi jurnalistik profetik di tengah dinamika industri media modern.

2. PEMBAHASAN

2.1. Kontribusi Sosiologi Dakwah dalam Penerapan Metode Dakwah bagi Generasi Milenial

2.1.1. Pengertian Sosiologi Dakwah

Sosiologi dakwah adalah cabang ilmu sosial yang mempelajari proses interaksi sosial dalam kegiatan dakwah, serta bagaimana pesan-pesan agama disampaikan dan diterima oleh masyarakat. Ilmu ini memfokuskan pada analisis hubungan antara agama, dakwah, dan masyarakat serta pengaruhnya terhadap perilaku sosial¹². Dalam konteks dakwah Islam, sosiologi dakwah tidak hanya berkaitan dengan penyampaian ajaran agama, tetapi juga dengan bagaimana proses ini berjalan dalam struktur sosial yang ada. Sosiologi dakwah memiliki peran penting dalam menganalisis interaksi sosial yang terjadi dalam masyarakat, untuk memahami persepsi, respons, serta cara masyarakat menerima dan mengimplementasikan ajaran Islam¹³. Oleh karena itu, sosiologi dakwah sangat relevan dalam merancang metode dakwah yang efektif, khususnya dalam menghadapi generasi milenial yang memiliki karakteristik sosial yang berbeda dengan generasi sebelumnya.

Sosiologi dakwah sebagai cabang ilmu sosial memiliki peran strategis dalam memahami bagaimana proses dakwah dapat diselaraskan dengan dinamika sosial generasi milenial. Generasi ini, yang lahir dalam era perkembangan teknologi digital, menunjukkan pola pikir yang lebih terbuka, perilaku yang dipengaruhi oleh koneksi global, dan gaya hidup yang cenderung fleksibel serta adaptif terhadap perubahan. Karakteristik unik generasi milenial, seperti ketergantungan pada teknologi, dominasi media sosial dalam kehidupan sehari-hari, dan kecenderungan terhadap komunikasi yang interaktif serta visual, menjadikan pendekatan dakwah tradisional kurang efektif tanpa adanya inovasi¹⁴.

Selain itu, sosiologi dakwah menyoroti pentingnya memahami pengaruh budaya terhadap penerimaan pesan dakwah. Generasi milenial tidak hanya hidup dalam budaya lokal, tetapi juga dalam budaya global yang memengaruhi pandangan mereka tentang kehidupan dan agama¹⁵. Dalam situasi ini, pendekatan dakwah yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan isu-isu kontemporer seperti keberlanjutan lingkungan, keadilan sosial, dan inklusivitas memiliki daya tarik yang lebih besar. Misalnya, dakwah yang mengajarkan pentingnya menjaga

¹² Syamsuddin, Ag, and Pd, *Pengantar Sosiologi Dakwah*.

¹³ Azwar, *Sosiologi Dakwah*.

¹⁴ Nikmah, "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial."

¹⁵ Mawardi, *SOSIOLOGI DAKWAH: Kajian Teori Sosiologi, Al-Qur? An Dan Al-Hadits*.

lingkungan melalui prinsip Islam tentang khalifah fil ardh (pemeliharaan bumi) dapat memberikan solusi nyata atas masalah lingkungan yang menjadi perhatian global.

Lebih jauh, sosiologi dakwah juga berperan dalam membangun narasi Islam yang inklusif dan relevan dengan konteks zaman. Generasi milenial, yang cenderung kritis terhadap segala bentuk otoritarianisme, lebih menerima pesan agama yang disampaikan dengan pendekatan dialogis dan persuasif. Oleh karena itu, dakwah harus menekankan pada proses mendengarkan, memahami, dan merespons kebutuhan audiens, bukan sekadar menyampaikan dogma atau instruksi. Pendekatan ini menciptakan hubungan yang lebih erat antara dai dan generasi milenial, sehingga mereka merasa dihargai dan didengar.

2.1.2. Karakteristik Generasi Milenial

Generasi milenial, yang terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, memiliki karakteristik yang sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, terutama teknologi digital dan media sosial¹⁶. Generasi ini tumbuh di tengah revolusi informasi yang memungkinkan mereka mengakses berbagai informasi dengan cepat dan mudah. Salah satu ciri khas milenial adalah ketergantungan mereka pada teknologi digital, seperti smartphone, media sosial, dan internet. Kehidupan mereka seringkali terhubung dengan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, yang menjadi sarana utama dalam berkomunikasi dan mencari informasi.

Selain itu, milenial juga memiliki kecenderungan untuk lebih terbuka terhadap isu-isu global yang lebih luas, seperti perubahan iklim, keadilan sosial, dan hak asasi manusia. Mereka juga lebih peduli terhadap isu-isu keberagaman dan inklusivitas. Perubahan ini berpengaruh besar terhadap pola pikir, perilaku, dan gaya hidup mereka, yang cenderung lebih kritis, dinamis, dan cepat berubah. Oleh karena itu, memahami karakteristik ini menjadi penting untuk merancang metode dakwah yang dapat menarik perhatian dan menjawab kebutuhan serta keinginan mereka¹⁷.

2.1.3. Penerapan Metode Dakwah yang Relevan bagi Generasi Milenial

Sosiologi dakwah berperan penting dalam merumuskan metode dakwah yang sesuai dengan perkembangan zaman dan karakteristik generasi milenial. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an, dakwah merupakan tugas yang diemban oleh umat Islam untuk menyampaikan pesan kebenaran dengan cara yang baik dan menarik. Dalam surat al-Nahl ayat 125, Allah Swt. berfirman,

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Terjemahannya:

¹⁶ Jamal and Nur, "Globalisasi Dan Dakwah Di Era Milenial."

¹⁷ Anca Serbanescu, "Millennials and the Gen Z in the Era of Social Media," *Social Media, Technology, and New Generations: Digital Millennial Generation and Generation Z* 61 (2022).

“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.”

Ayat ini menunjukkan pentingnya pendekatan yang bijak dan menyentuh hati dalam dakwah, yang tentunya juga relevan dalam konteks dakwah kepada generasi milenial melalui media sosial.

Salah satu pendekatan yang sangat relevan dalam era digital adalah penggunaan media sosial. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube adalah platform yang sangat populer di kalangan milenial untuk berinteraksi dan mendapatkan informasi¹⁸. Oleh karena itu, metode dakwah yang menggunakan media sosial ini sangat efektif dalam menjangkau audiens milenial, karena sesuai dengan kebiasaan mereka dalam mengakses informasi. Dalam hal ini, dakwah berbasis media sosial memungkinkan pesan-pesan Islam dapat disampaikan dengan cara yang mudah diakses, cepat, dan sesuai dengan minat generasi milenial yang lebih cenderung mengonsumsi informasi secara visual dan interaktif.

Konten dakwah yang disajikan haruslah menarik, informatif, dan relevan dengan isu-isu yang sedang tren di kalangan milenial. Sebagaimana diterangkan dalam surat al-Ahzab ayat 21,

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ۖ

Terjemahannya:

“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.”

Hal ini menunjukkan bahwa dakwah seharusnya menyentuh berbagai dimensi kehidupan, tidak hanya aspek ibadah, tetapi juga sosial dan lingkungan sekitar. Misalnya, video pendek yang membahas topik-topik sosial yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, seperti pentingnya keadilan sosial, keberagaman, atau keberlanjutan lingkungan, dapat lebih mudah diterima oleh mereka. Tema-tema ini sangat relevan dengan kesadaran milenial yang lebih peduli terhadap isu-isu global, seperti kesetaraan hak, perubahan iklim, dan tanggung jawab sosial¹⁹.

Selain itu, pesan dakwah yang disampaikan juga harus mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan isu-isu kontemporer yang menjadi perhatian milenial. Misalnya, mengaitkan nilai keadilan dalam Islam dengan praktik ekonomi yang adil dan berkelanjutan, atau menghubungkan prinsip-prinsip keberagaman dalam Islam dengan isu-isu keberagaman budaya dan sosial di masyarakat. Dalam hal ini, sosiologi dakwah membantu para aktivis dakwah untuk merumuskan narasi yang mampu menjembatani nilai-nilai Islam dengan kebutuhan dan kepedulian generasi milenial.

Sosiologi dakwah juga membantu dalam menciptakan narasi yang tepat dan strategi komunikasi yang sesuai dengan platform media sosial. Di sini, kreativitas

¹⁸ Faridah et al., “Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Kaum Milenial.”

¹⁹ Jamal and Nur, “Globalisasi Dan Dakwah Di Era Milenial.”

dalam menyampaikan pesan sangat diperlukan, seperti penggunaan desain grafis, infografis, podcast, atau webinar yang menggabungkan dakwah dengan cara-cara yang interaktif dan menarik bagi milenial. Kreativitas ini bukan hanya untuk menarik perhatian audiens, tetapi juga untuk memudahkan pemahaman mereka terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Seperti yang ditegaskan dalam hadis Rasulullah SAW, "Sesungguhnya setiap amalan itu tergantung niatnya," yang mengingatkan bahwa niat dakwah yang tulus harus selalu diiringi dengan metode yang baik dan tepat agar dapat diterima dengan baik oleh audiens.

Dengan pendekatan yang tepat, dakwah kepada generasi milenial akan lebih efektif dan berdampak, karena sesuai dengan kebutuhan, gaya hidup, dan cara berpikir mereka. Dalam dunia yang serba cepat dan terhubung secara digital, sosiologi dakwah dapat menjadi alat yang efektif untuk menjembatani pesan Islam dengan audiens yang lebih luas dan lebih terbuka terhadap berbagai perubahan sosial.

2.1.4. Analisis Sosial dalam Penyusunan Metode Dakwah

Sosiologi dakwah memberikan kontribusi besar dalam analisis sosial yang mendalam untuk memahami pola komunikasi dan interaksi sosial yang berkembang di kalangan milenial. Dalam menyusun metode dakwah yang efektif, penting untuk menganalisis bagaimana milenial berkomunikasi, apa yang mereka anggap penting, dan media apa yang mereka gunakan untuk berinteraksi. Melalui analisis ini, metode dakwah dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kebiasaan mereka.

Pendekatan berbasis digital, seperti penggunaan media sosial, memberikan dampak yang besar terhadap efektivitas dakwah. Dengan memanfaatkan platform yang sudah populer di kalangan milenial, dakwah dapat mencapai audiens yang lebih luas dan lebih tersegmentasi. Selain itu, melalui pendekatan ini, dakwah dapat dilakukan secara terus-menerus dan fleksibel, memungkinkan pesan Islam sampai kepada generasi milenial dengan cara yang lebih langsung, personal, dan sesuai dengan perkembangan teknologi yang ada²⁰.

2.2. Tantangan dan Strategi bagi Seorang Aktivis Dakwah dalam Menghadapi Generasi Milenial

2.2.1. Tantangan dalam Dakwah kepada Generasi Milenial

Generasi milenial menghadapi berbagai tantangan dalam proses dakwah, yang sebagian besar dipengaruhi oleh perkembangan zaman dan pergeseran nilai sosial yang ada. Salah satu tantangan utama adalah fenomena hedonisme, budaya instan, dan individualisme yang semakin berkembang di kalangan milenial. Hedonisme, yang mendorong pencarian kenikmatan duniawi tanpa mempertimbangkan nilai-nilai spiritual, serta budaya instan yang mengutamakan hasil cepat, seringkali membuat milenial lebih tertarik pada hal-hal yang

²⁰ Hasyim Iskandar, "Dakwah Digital Dari Gen Z Untuk Gen Z (Gerakan Dakwah Media Pesantren)," *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3, no. 1 (2023).

memberikan kepuasan segera dan mudah, daripada nilai-nilai yang lebih mendalam yang diajarkan dalam dakwah Islam²¹. Budaya individualisme yang kuat juga menambah tantangan, karena milenial cenderung lebih fokus pada kepentingan pribadi daripada kepentingan bersama dalam masyarakat.

Selain itu, generasi milenial juga dikenal dengan sikap kritis mereka terhadap pesan dakwah. Banyak milenial yang merasa bahwa pesan dakwah yang disampaikan tidak relevan dengan kehidupan mereka atau bahkan dianggap tidak logis. Mereka seringkali menginginkan argumen yang rasional, berbasis bukti, dan relevan dengan isu-isu yang mereka hadapi, seperti ketidakadilan sosial, perubahan iklim, atau masalah-masalah yang berkaitan dengan hak asasi manusia.

Ketergantungan milenial pada teknologi dan media sosial juga menjadi tantangan tersendiri. Seringkali, teknologi dan media sosial mengalihkan perhatian mereka, membuat audiens sulit untuk tetap fokus dalam mendengarkan pesan dakwah dalam durasi panjang. Media sosial yang penuh dengan konten yang menghibur dan cepat menarik perhatian menambah tantangan bagi para dai dalam menjaga minat audiens dan memastikan bahwa pesan dakwah sampai dengan efektif²².

2.2.2. Strategi Dakwah yang Efektif untuk Generasi Milenial

Untuk menghadapi tantangan tersebut, para aktivis dakwah perlu merancang strategi yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan generasi milenial. Pendekatan dakwah yang inovatif dan interaktif sangat diperlukan, dengan memanfaatkan platform digital dan media sosial yang sudah menjadi bagian integral dari kehidupan mereka. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memungkinkan dakwah disampaikan dalam bentuk yang lebih kreatif dan menyenangkan, misalnya dengan menggunakan video pendek yang menginspirasi, infografis yang mudah dipahami, atau podcast yang bisa didengarkan kapan saja²³.

Konten visual yang menarik juga sangat penting untuk menjangkau audiens milenial. Video, infografis, dan podcast bukan hanya cara yang efektif untuk menyampaikan pesan, tetapi juga lebih sesuai dengan cara milenial mengonsumsi informasi. Format ini membuat dakwah terasa lebih modern dan tidak membosankan, sehingga lebih mudah diterima.

Pendekatan dakwah yang berbasis pada kebutuhan dan minat pribadi milenial juga perlu dipertimbangkan. Hal ini mencakup penyesuaian pesan dakwah dengan tema-tema yang relevan dengan kehidupan mereka, seperti keberlanjutan lingkungan, ekonomi berbasis keadilan, solidaritas sosial, atau hak asasi manusia. Dakwah yang menghubungkan nilai-nilai Islam dengan isu-isu yang sedang tren di

²¹ Muthiatu Thoyibah, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto, "Pola Konsumsi Hedonisme Generasi Millennial Muslim Terhadap Teori Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Keislaman* 1, no. 3 (2021): 139–48.

²² Jamal and Nur, "Globalisasi Dan Dakwah Di Era Milenial."

²³ Azwar Azwar and Iskandar Iskandar, "Dakwah Islam Bagi Gen-Z: Peluang, Tantangan, Dan Strategi: Islamic Preaching for Gen-Z: Opportunities, Challenges, and Strategies," *DIRASAH: Jurnal Kajian Islam* 1, no. 1 (2024): 17–38.

kalangan milenial akan lebih mudah diterima dan memberikan dampak yang lebih besar dalam membentuk kesadaran keagamaan mereka.

Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan strategi dakwah yang inovatif, mendalam, dan berbasis pada pemahaman sosiologis. Strategi tersebut mencakup:

1. Pendekatan teknologi: Menggunakan media sosial, podcast, video pendek, dan aplikasi untuk menyampaikan pesan-pesan Islam secara kreatif dan mudah diakses.
2. Konten yang relevan: Mengintegrasikan ajaran Islam dengan isu-isu kontemporer yang relevan bagi generasi milenial, seperti lingkungan hidup, kesetaraan, dan keadilan sosial.
3. Keterlibatan emosional dan intelektual: Menghadirkan dakwah dalam bentuk dialog yang menghargai pandangan dan pengalaman generasi milenial.
4. Penguatan nilai-nilai spiritual: Menanamkan pemahaman mendalam tentang Islam yang mampu memberikan makna dan tujuan hidup, melampaui sekadar gaya hidup digital yang dangkal.

Dengan strategi ini, sosiologi dakwah tidak hanya berfungsi sebagai alat analisis, tetapi juga sebagai panduan praktis dalam menciptakan metode dakwah yang efektif. Hal ini memastikan bahwa pesan Islam dapat menjawab kebutuhan spiritual, intelektual, dan sosial generasi milenial tanpa kehilangan esensinya sebagai pedoman hidup yang universal.

2.2.3. Pendekatan Spiritual dan Intelektual dalam Dakwah

Untuk menjangkau generasi milenial secara efektif, dakwah tidak hanya harus mengedepankan dimensi spiritual saja, tetapi juga memberikan solusi praktis bagi permasalahan yang mereka hadapi. Dalam Al-Qur'an, Allah SWT mengingatkan umatnya bahwa Islam adalah agama yang memberikan petunjuk hidup yang lengkap, tidak hanya terkait dengan ibadah tetapi juga kehidupan sosial dan ekonomi²⁴. Sebagaimana dalam surat al-Baqarah ayat 2,

ذَٰلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ ﴿٢﴾

Terjemahannya:

“Kitab (Al Quran) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertakwa.”

Ayat ini menunjukkan bahwa Al-Qur'an adalah sumber petunjuk yang dapat menjawab berbagai tantangan hidup umat manusia, termasuk generasi milenial, yang menghadapi berbagai masalah sosial, ekonomi, dan lingkungan.

Milenial membutuhkan dakwah yang tidak hanya bersifat normatif dan mengajak mereka untuk menjadi lebih baik secara spiritual, tetapi juga dakwah yang dapat memberikan pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana ajaran Islam dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan hidup mereka. Ini termasuk memberikan jawaban atas isu-isu sosial, ekonomi, dan lingkungan yang mereka anggap penting. Dalam Al-Qur'an, Allah Swt. mengajarkan umat Islam untuk

²⁴ Bobby Rachman Santoso, “Revitalisasi Metode Dakwah Anakronistis Dai Generasi Milenial,” *Tasâmuḥ* 17, no. 1 (2019): 133–54.

memanfaatkan akal dan rasio dalam memahami dan mengatasi masalah kehidupan.

Selain itu, dakwah kepada generasi milenial harus mengedepankan aspek rasional dan kontekstual. Generasi ini cenderung memiliki cara berpikir yang lebih kritis, mencari bukti dan logika dalam setiap argumen yang disampaikan. Oleh karena itu, dakwah yang rasional dan berbasis pada konteks sosial yang mereka alami akan lebih mudah diterima²⁵. Sebagaimana dalam surat al-'Alaq ayat 1-5, Allah Swt. menegaskan pentingnya membaca dan mencari ilmu,

أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ۝ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ۝ أَقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ۝ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ۝ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ۝

Terjemahannya:

"Bacalah dengan nama Tuhanmu yang menciptakan, yang menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmu Yang Maha Pemurah, yang mengajarkan dengan pena, mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya."

Ayat ini menegaskan bahwa Islam mendukung pencarian ilmu dan pemahaman yang mendalam tentang dunia dan kehidupan, yang tentu saja juga berlaku dalam dakwah kepada generasi milenial yang sangat memperhatikan bukti dan logika dalam setiap pesan yang disampaikan.

Dalam hal ini, para aktivis dakwah harus mampu menjelaskan prinsip-prinsip Islam dengan cara yang relevan dan mudah dipahami, serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana nilai-nilai Islam dapat membawa perubahan positif dalam kehidupan mereka. Sebagaimana Rasulullah saw. bersabda,

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ

"Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia." (H.R. al-Bukhari)

Hadis ini menunjukkan bahwa dakwah Islam harus mengedepankan nilai-nilai akhlak yang baik dan memberikan solusi yang bermanfaat bagi kehidupan umat manusia. Oleh karena itu, dakwah yang rasional, kontekstual, dan relevan dengan kebutuhan milenial akan lebih mudah diterima dan diimplementasikan dalam kehidupan mereka.

Dengan pendekatan yang menggabungkan dimensi spiritual dan intelektual, dakwah kepada generasi milenial dapat lebih efektif dan memberikan solusi konkret untuk mengatasi masalah yang mereka hadapi.

4. Membangun Relasi Personal dan Dialogis

Dalam menghadapi generasi milenial, dakwah harus dilakukan dengan pendekatan yang lebih personal dan dialogis. Dakwah yang bersifat dialogis memungkinkan adanya komunikasi dua arah, di mana para dai dapat mendengarkan kebutuhan dan aspirasi generasi milenial, serta memberikan ruang

²⁵ Ridaul Maghfiroh, "Inovasi Manajemen Dakwah Sebagai Pendekatan Dakwah Islam Pada Generasi Milenial Di Desa Trahan Kabupaten Rembang," *Jurnal Exact: Journal of Excellent Academic Community* 1, no. 1 (n.d.): 53–67.

bagi mereka untuk bertanya, berdiskusi, dan berbagi pendapat²⁶. Pendekatan ini juga dapat membantu para aktivis dakwah memahami lebih dalam tantangan, masalah, dan kecenderungan yang ada di kalangan milenial, sehingga pesan dakwah dapat lebih sesuai dengan apa yang mereka butuhkan.

Membangun relasi personal dan mendekatkan diri dengan audiens juga menjadi hal yang penting. Milenial cenderung lebih menghargai komunikasi yang bersifat pribadi dan langsung, dibandingkan dengan pendekatan yang lebih formal dan jarang melibatkan interaksi²⁷. Dalam konteks ini, dakwah yang dilakukan dengan cara yang lebih santai, akrab, dan berbasis pada kebutuhan individu akan lebih mudah diterima. Dakwah yang bersifat dua arah, di mana generasi milenial merasa dihargai dan terlibat aktif dalam prosesnya, dapat menciptakan hubungan yang lebih erat antara dai dan audiens, serta memastikan bahwa pesan dakwah dapat diterima dengan baik.

3. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan dalam bab ini, dapat disimpulkan bahwa sosiologi dakwah memiliki kontribusi yang sangat signifikan dalam penerapan metode dakwah yang relevan bagi generasi milenial. Sosiologi dakwah, sebagai cabang ilmu sosial yang mempelajari interaksi sosial dalam konteks agama, membantu memahami karakteristik generasi milenial yang tumbuh dalam era digital. Dengan pendekatan berbasis media sosial, dakwah dapat lebih mudah diakses oleh generasi ini, yang memiliki keterikatan kuat dengan teknologi dan media sosial. Selain itu, sosiologi dakwah juga memperhatikan pentingnya pengintegrasian nilai-nilai Islam dengan isu-isu kontemporer yang menjadi perhatian generasi milenial, seperti keadilan sosial, keberlanjutan lingkungan, dan solidaritas sosial.

Namun, dakwah kepada generasi milenial juga menghadapi berbagai tantangan, seperti fenomena hedonisme, budaya instan, individualisme, dan ketergantungan yang tinggi pada media sosial. Oleh karena itu, strategi dakwah yang efektif harus mengutamakan inovasi, interaktivitas, dan relevansi dengan kehidupan sehari-hari milenial. Dakwah yang berbasis pada teknologi digital dan menyajikan konten yang menarik serta sesuai dengan minat milenial akan lebih mudah diterima. Pendekatan dakwah yang tidak hanya bersifat spiritual, tetapi juga intelektual dan kontekstual, sangat penting dalam memenuhi kebutuhan generasi ini yang cenderung lebih kritis dan rasional.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, beberapa rekomendasi dapat disampaikan untuk meningkatkan efektivitas dakwah kepada generasi milenial. Pertama, penting bagi para aktivis dakwah untuk memanfaatkan platform digital dan media sosial secara maksimal. Penggunaan Instagram, TikTok, YouTube, dan platform lainnya dapat mempermudah penyampaian pesan dakwah dengan cara yang lebih menarik, kreatif, dan sesuai dengan kecenderungan komunikasi generasi

²⁶ Taufiq Taufiq and Nur Allan Lasido, "Misi Dakwah Profetik Dalam Pendidikan Islam Di Era Milenial," *Ahsan: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 1, no. 2 (2022): 158–71.

²⁷ Faisal Muzzammil, "MODERASI DAKWAH DI ERA DISRUPSI (Studi Tentang Dakwah Moderat Di Youtube)," *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan* 15, no. 2 (2021): 109–29.

milenial. Konten dakwah dalam bentuk video, podcast, atau infografis harus disesuaikan dengan perkembangan tren dan minat yang ada di kalangan milenial.

Kedua, dakwah harus berbasis pada isu-isu yang relevan dengan kehidupan milenial, seperti ekonomi berbasis keadilan, keberlanjutan, dan solidaritas sosial. Dengan menghubungkan pesan dakwah dengan permasalahan sosial yang dihadapi oleh generasi milenial, dakwah akan lebih mudah diterima dan memberikan dampak yang lebih besar.

Ketiga, para aktivis dakwah perlu mengembangkan pendekatan yang lebih personal dan dialogis. Dakwah yang dilakukan dengan cara mendengarkan audiens dan membangun relasi yang lebih dekat akan menciptakan suasana yang lebih terbuka, di mana generasi milenial merasa dihargai dan terlibat dalam proses dakwah. Pendekatan ini dapat memperkuat hubungan antara dai dan audiens, serta memastikan bahwa pesan dakwah dapat diterima dengan baik.

Keempat, penting bagi para dai untuk terus meningkatkan kualitas intelektual dan pemahaman mereka mengenai karakteristik dan dinamika sosial generasi milenial. Dengan pemahaman yang lebih mendalam, metode dakwah yang diterapkan akan lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Azwar, and Iskandar Iskandar. "Dakwah Islam Bagi Gen-Z: Peluang, Tantangan, Dan Strategi: Islamic Preaching for Gen-Z: Opportunities, Challenges, and Strategies." *DIRASAH: Jurnal Kajian Islam* 1, no. 1 (2024): 17–38.
- Azwar, Welhendri. *Sosiologi Dakwah*. Prenada Media, 2020.
- Faridah, Faridah, Zulkarnain Zulkarnain, Muhammad Yusuf, and Asriadi Asriadi. "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Kaum Milenial." *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2022): 138–50.
- Iskandar, Hasyim. "Dakwah Digital Dari Gen Z Untuk Gen Z (Gerakan Dakwah Media Pesantren)." *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3, no. 1 (2023).
- Jamal, Ghofir, and Amalina Salma Nur. "Globalisasi Dan Dakwah Di Era Milenial." *Journal Of Dakwah Management* 1, no. 1 (2022): 41–56.
- Maghfiroh, Ridaul. "Inovasi Manajemen Dakwah Sebagai Pendekatan Dakwah Islam Pada Generasi Milenial Di Desa Trahan Kabupaten Rembang." *Jurnal Exact: Journal of Excellent Academic Community* 1, no. 1 (n.d.): 53–67.
- Mawardi, M S. *SOSIOLOGI DAKWAH: Kajian Teori Sosiologi, Al-Qur? An Dan Al-Hadits*. Uwais Inspirasi Indonesia, 2018.
- Muzzammil, Faisal. "MODERASI DAKWAH DI ERA DISRUPSI (Studi Tentang Dakwah Moderat Di Youtube)." *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan* 15, no. 2 (2021): 109–29.
- Nikmah, Faridhatun. "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial." *Muḍṣarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 2, no. 1 (2020): 45–52.
- Rahmawati, Gina, and Elly Mirati. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi

- Millenial.” In *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, Vol. 3, 2022.
- Santoso, Bobby Rachman. “Revitalisasi Metode Dakwah Anakronistis Dai Generasi Milenial.” *Tasâmuḥ* 17, no. 1 (2019): 133–54.
- Saputra, Andi Muh Akbar, Muh Risal Tawil, Hartutik Hartutik, Ranti Nazmi, Erniwati La Abute, Liza Husnita, Nurbayani Nurbayani, Sarbaitinil Sarbaitinil, and Farid Haluti. *Pendidikan Karakter Di Era Milenial: Membangun Generasai Unggul Dengan Nilai-Nilai Positif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Serbanescu, Anca. “Millennials and the Gen Z in the Era of Social Media.” *Social Media, Technology, and New Generations: Digital Millennial Generation and Generation Z* 61 (2022).
- Sudiro, Priscilla Irene, and Nadia Asandimitra. “Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Surabaya.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 10, no. 1 (2022): 160–72.
- Suharyono, Yakobus. “Bridging Digital Communication Amongst Digital Natives.” *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2022): 21–30.
- Syamsuddin, A B, S Ag, and M Pd. *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Kencana, 2016.
- Taufiq, Taufiq, and Nur Allan Lasido. “Misi Dakwah Profetik Dalam Pendidikan Islam Di Era Milenial.” *Ahsan: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 1, no. 2 (2022): 158–71.
- Thoyibah, Muthiatu, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto. “Pola Konsumsi Hedonisme Generasi Millenial Muslim Terhadap Teori Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Keislaman* 1, no. 3 (2021): 139–48.