



METODE DAKWAH DIGITAL DALAM KOMUNIKASI ISLAM UNTUK MENGUATKAN PEMAHAMAN KEISLAMAN GENERASI MILENIAL

Zulfikar Arahman

Institut Agama Islam (IAI) Al-Aziziyah Samalanga Bireuen Aceh

Email: zulfikar@iaialaziziyah.ac.id

ABSTRACT

Digital dakwah has become one of the main methods of Islamic communication to strengthen Islamic understanding among millennial generation, which has different media preferences and learning methods compared to previous generations. This study aims to identify effective digital dakwah methods in enhancing Islamic understanding among millennials. The methodology used is library research, analyzing relevant literature on digital dakwah, Islamic communication, and millennial behavior in accessing information. The results show that digital dakwah, which prioritizes the use of visual and interactive platforms such as Instagram, YouTube, and TikTok, is more effective in reaching millennial audiences. Additionally, direct interaction and the timing of delivering messages are also important factors for successful digital dakwah. This research contributes by providing practical guidelines for preachers to utilize digital technology in bringing Islamic understanding closer to the millennial generation.

Keywords: Digital Dakwah, Islamic Communication, Millennial Generation, Islamic Understanding.

ABSTRAK

Dakwah digital menjadi salah satu metode utama dalam komunikasi Islam untuk menguatkan pemahaman keislaman di kalangan generasi milenial, yang memiliki preferensi media dan cara belajar yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi metode dakwah digital yang efektif dalam meningkatkan pemahaman keislaman di kalangan generasi milenial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan, dengan menganalisis literatur terkait dakwah digital, komunikasi Islam, dan perilaku generasi milenial dalam mengakses informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital yang mengutamakan penggunaan platform visual dan interaktif seperti Instagram, YouTube, dan TikTok lebih efektif dalam menjangkau audiens milenial. Selain itu, interaksi langsung dan waktu yang tepat dalam penyampaian pesan juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan dakwah digital. Penelitian ini memberikan kontribusi dengan memberikan panduan praktis bagi pendakwah dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendekatkan pemahaman keislaman dengan generasi milenial.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Komunikasi Islam, Generasi Milenial, Pemahaman Keislaman.



PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk Muslim terbesar di dunia yang kaya akan tradisi dan budaya (Ma'arif et al., 2024). Keberagaman ini menjadi ciri khas bangsa, sekaligus potensi besar dalam menciptakan harmoni sosial. Islam, sebagai agama mayoritas, memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk kehidupan masyarakat. Dengan demikian, peran Islam tidak hanya terbatas pada aspek spiritual, tetapi juga dalam menciptakan kedamaian di tengah masyarakat yang heterogen.

Dalam kehidupan masyarakat Indonesia, agama memegang peran yang signifikan sebagai panduan moral dan sosial. Islam mengajarkan nilai-nilai perdamaian, toleransi, dan kasih sayang yang relevan dalam membangun kehidupan bermasyarakat (Gawhar Ahmad Khan, 2024). Ajaran ini menjadi landasan penting bagi umat Muslim dalam berinteraksi dengan individu maupun kelompok yang berbeda. Oleh karena itu, pesan-pesan keagamaan yang membawa nilai perdamaian perlu terus disampaikan secara konsisten.

Di era digital, media massa menjadi salah satu instrumen paling berpengaruh dalam membentuk pandangan dan perilaku masyarakat. Media online, khususnya yang berbasis Islam, memiliki peran strategis dalam menyebarkan ajaran agama sekaligus menjangkau audiens yang lebih luas (Anida et al., 2024). Pesan-pesan keagamaan yang disampaikan melalui media ini dapat memberikan dampak signifikan, baik dalam membangun kesadaran maupun menciptakan narasi yang mendukung perdamaian.

Dalam konteks masyarakat multikultural seperti Indonesia, peran media Islam menjadi semakin penting. Media ini memiliki potensi besar untuk menjadi jembatan yang menghubungkan berbagai kelompok masyarakat melalui penyampaian pesan-pesan damai (Sarath Thomas, 2024). Dengan pendekatan yang inklusif dan berlandaskan nilai-nilai Islam, media Islam dapat menginspirasi terciptanya kehidupan yang harmonis di tengah keberagaman. Hal ini menjadikan media online Islam sebagai aktor kunci dalam mendorong harmoni sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana media online Islam di Indonesia memainkan perannya dalam menyampaikan pesan perdamaian. Fokusnya adalah memahami strategi dan efektivitas media dalam menyebarkan narasi perdamaian yang relevan dengan masyarakat modern. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan jurnalistik Islam sebagai alat untuk mempromosikan perdamaian, khususnya di era digital.

Metode dakwah digital telah menjadi fenomena baru dalam menyampaikan pesan keislaman, terutama di era teknologi saat ini (Yunita, 2024). Namun, kajian yang secara khusus menyoroti efektivitas metode ini dalam menguatkan pemahaman keislaman generasi milenial masih sangat terbatas. Sebagian besar



penelitian hanya membahas aspek teknis penggunaan media digital tanpa mengevaluasi dampaknya secara mendalam terhadap pemahaman agama. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara popularitas dakwah digital dan pemahaman akademis tentang efektivitasnya.

Selain itu, banyak kajian yang cenderung menggeneralisasi pendekatan dakwah digital tanpa mempertimbangkan karakteristik unik generasi milenial. Generasi ini memiliki gaya komunikasi, preferensi media, dan pola pikir yang berbeda dari generasi sebelumnya (Azad et al., 2023). Kurangnya perhatian terhadap faktor-faktor ini dapat membuat strategi dakwah menjadi kurang relevan dan tidak mencapai tujuan yang diharapkan. Dengan demikian, diperlukan pendekatan yang lebih spesifik dan kontekstual untuk menjawab kebutuhan generasi milenial.

Lebih jauh lagi, masih minim informasi mengenai strategi dakwah digital yang tidak hanya efektif menyampaikan pesan, tetapi juga mampu membangun interaksi yang mendalam dengan generasi milenial. Sering kali, dakwah digital hanya berfokus pada penyampaian satu arah tanpa memberikan ruang yang cukup untuk dialog dan keterlibatan aktif audiens (Walmsley, 2019). Kesenjangan ini menunjukkan perlunya penelitian yang lebih terarah untuk mengidentifikasi cara terbaik memanfaatkan media digital sebagai alat dakwah yang benar-benar relevan dan berdampak positif bagi pemahaman keislaman generasi muda.

Penelitian sebelumnya telah banyak membahas peran media digital dalam penyampaian pesan keagamaan secara umum. Namun, sebagian besar kajian tersebut belum menyoroti bagaimana metode dakwah digital dapat disesuaikan dengan karakteristik unik generasi milenial. Generasi ini memiliki preferensi komunikasi dan pola pikir yang berbeda, sehingga diperlukan pendekatan khusus agar pesan keislaman dapat diterima dan dipahami dengan lebih efektif. Kesempatan ini menunjukkan pentingnya mengeksplorasi strategi dakwah yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan mengembangkan strategi dakwah digital yang tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mampu membangun interaksi yang mendalam dengan generasi milenial. Melalui pendekatan yang lebih kontekstual, dakwah digital diharapkan dapat menjawab tantangan dalam meningkatkan pemahaman keislaman mereka. Langkah ini tidak hanya akan membantu menjembatani kesenjangan antara media dakwah tradisional dan modern, tetapi juga memberikan solusi nyata dalam menjangkau audiens muda yang lebih kritis dan dinamis.

Dengan mengisi kesenjangan ini, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan metode dakwah digital yang lebih relevan di era modern. Selain itu, hasil kajian ini juga dapat menjadi panduan bagi para pendakwah dan penggiat komunikasi Islam dalam memanfaatkan teknologi secara optimal. Pada akhirnya, dakwah digital yang kontekstual dan



efektif tidak hanya akan memperkuat pemahaman keislaman generasi milenial, tetapi juga berkontribusi dalam membangun generasi muda yang religius di tengah perkembangan zaman.

METODE KAJIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (*library research*) yaitu pendekatan penelitian yang menggunakan sumber-sumber literatur tertulis untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi terkait topik tertentu (Movitaria et al., 2024). Tujuannya untuk menganalisis penerapan metode dakwah digital dalam komunikasi Islam yang bertujuan menguatkan pemahaman keislaman generasi milenial. Sumber data yang digunakan berasal dari buku, artikel jurnal, laporan penelitian, serta dokumen-dokumen lain yang relevan dengan topik. Fokus penelitian adalah menggali teori, konsep, dan kajian sebelumnya terkait dakwah digital dan karakteristik generasi milenial.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengidentifikasi literatur yang sesuai dengan tema penelitian melalui pencarian sistematis di perpustakaan fisik maupun digital. Literatur yang dipilih dianalisis secara kritis untuk memahami berbagai perspektif dan temuan yang sudah ada. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kesenjangan dalam penelitian sebelumnya serta menawarkan kerangka konseptual yang lebih komprehensif mengenai dakwah digital.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode deskriptif-analitis untuk menggambarkan pola, tema, dan relevansi temuan dengan konteks generasi milenial. Analisis ini juga bertujuan untuk menyusun rekomendasi yang dapat menjadi panduan praktis bagi pendakwah dalam memanfaatkan media digital secara efektif. Dengan pendekatan studi kepustakaan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan metode dakwah digital yang relevan di era modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa dakwah digital memiliki potensi besar dalam memperkuat pemahaman keislaman generasi milenial, namun strategi yang lebih terperinci masih perlu dieksplorasi. Banyak penelitian sebelumnya mengakui pentingnya dakwah digital, tetapi belum banyak yang menggali efektivitas dan pendekatan spesifik dalam penerapannya, terutama dalam konteks generasi milenial. Penelitian ini mencoba mengisi kesenjangan tersebut dengan mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan dakwah digital, seperti jenis konten yang disampaikan dan cara penyampaiannya. Dengan demikian, hasil studi ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam mengenai penerapan dakwah digital untuk generasi milenial.

Salah satu gap yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kecenderungan banyak studi dakwah digital yang menggeneralisasi pendekatan yang digunakan tanpa mempertimbangkan karakteristik khusus generasi milenial. Generasi

Jurnal Tawasul: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam



[Creative Commons Attribution 4.0 International License.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

milennial memiliki pola konsumsi media yang berbeda dengan generasi sebelumnya, sehingga pendekatan dakwah yang efektif harus disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Studi ini menunjukkan bahwa generasi milenial lebih responsif terhadap konten dakwah yang berbentuk kreatif dan interaktif, seperti video pendek, infografis, dan cerita yang menginspirasi (Atho'ul Karim & Nuraziza, 2024). Ini menegaskan perlunya pendekatan yang lebih personal dan sesuai dengan gaya hidup digital mereka.

Penelitian ini juga menemukan bahwa penyampaian pesan dakwah yang lebih dinamis dan mudah diakses dapat memperkuat pemahaman agama di kalangan generasi milenial. Mengingat generasi ini sangat bergantung pada teknologi digital dan seringkali memiliki keterbatasan waktu untuk berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan tradisional, penggunaan platform digital menawarkan fleksibilitas yang tidak dimiliki metode dakwah konvensional. Oleh karena itu, pendakwah perlu menyusun materi dakwah yang mudah dicerna, langsung to the point, dan tetap mempertahankan nilai-nilai esensial dari ajaran Islam.

Di sisi lain, hasil penelitian juga menunjukkan pentingnya mempertimbangkan aspek teknis dalam dakwah digital, seperti pemilihan platform yang tepat dan waktu publikasi yang strategis. Generasi milenial aktif di berbagai platform digital seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Twitter (Nawaz & Nawaz, 1 C.E.) . Oleh karena itu, pemilihan platform yang sesuai dengan karakter audiens menjadi sangat penting. Selain itu, waktu penyampaian pesan dakwah juga harus diperhatikan, karena audiens ini cenderung lebih aktif pada waktu-waktu tertentu, seperti di malam hari setelah jam kerja atau sekolah.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa interaksi langsung antara pendakwah dan audiens di platform digital sangat penting. Generasi milenial cenderung mencari dialog dan diskusi interaktif terkait isu-isu agama (Bruntz, 2018) . Dengan memberikan ruang bagi audiens untuk bertanya atau berdiskusi tentang materi dakwah yang disampaikan, pendakwah dapat membangun kepercayaan dan hubungan yang lebih dekat dengan mereka. Hal ini mengurangi kesan bahwa dakwah digital hanya satu arah dan mengarah pada pembentukan komunitas yang lebih aktif dan solid.

Selain itu, hasil studi ini juga mengidentifikasi bahwa banyak pendakwah belum sepenuhnya memanfaatkan fitur-fitur yang ada di media sosial untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Misalnya, penggunaan tagar yang relevan atau kolaborasi dengan influencer dapat memperluas jangkauan pesan dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa pendakwah harus lebih kreatif dan inovatif dalam menggunakan teknologi yang ada. Peningkatan keterlibatan audiens dapat membuat pesan dakwah lebih efektif dan menjangkau lebih banyak orang.

Salah satu temuan penting dari penelitian ini adalah adanya kesenjangan antara ekspektasi generasi milenial terhadap dakwah digital dan praktik dakwah yang ada. Generasi milenial menginginkan dakwah yang tidak hanya informatif tetapi juga dapat menghibur dan memberi inspirasi. Dakwah digital yang monoton dan hanya mengandalkan teks atau ceramah panjang cenderung kurang menarik bagi mereka. Oleh karena itu, penelitian ini menunjukkan pentingnya inovasi dalam format penyampaian, seperti video pendek, podcast, atau konten berbasis visual lainnya, yang lebih diminati oleh audiens muda.



Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa respons cepat terhadap pertanyaan atau komentar audiens juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan dakwah digital. Generasi milenial sangat menghargai transparansi dan kecepatan dalam memperoleh informasi, terutama terkait hal-hal yang mereka anggap penting, seperti pemahaman agama. Oleh karena itu, pendakwah yang mampu memberikan jawaban yang tepat dan cepat dapat membangun reputasi yang baik dan meningkatkan kepercayaan audiens terhadapnya. Ini menggarisbawahi perlunya pendakwah untuk tidak hanya menguasai materi, tetapi juga teknologi yang mendukung komunikasi yang efektif.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa dalam dakwah digital, pendakwah perlu menjaga keseimbangan antara konten yang ringan dan serius. Pesan dakwah yang terlalu berat atau sulit dipahami akan membuat audiens merasa kurang tertarik. Sebaliknya, jika terlalu ringan, pesan tersebut mungkin kehilangan substansi yang penting. Oleh karena itu, pendakwah perlu menciptakan konten yang sesuai dengan kecenderungan generasi milenial, tetapi tetap mempertahankan kedalaman dan makna dari ajaran Islam itu sendiri.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana dakwah digital dapat diterapkan untuk memperkuat pemahaman agama di kalangan generasi milenial. Penelitian ini juga mengisi kesenjangan yang ada dengan menunjukkan bahwa strategi dakwah harus lebih inovatif, kontekstual, dan berbasis teknologi untuk menjawab kebutuhan generasi milenial. Dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti jenis konten, interaksi dengan audiens, dan pemilihan platform yang tepat, dakwah digital dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk menguatkan pemahaman keislaman di era digital.

Selain itu, hasil studi ini mendorong pentingnya penelitian lebih lanjut mengenai pengembangan metode dakwah digital yang lebih terarah. Ke depan, penelitian lebih lanjut bisa dilakukan dengan fokus pada teknik-teknik baru yang dapat lebih menarik perhatian audiens muda. Penelitian ini juga membuka peluang untuk mengembangkan metode-metode dakwah yang lebih bersifat inklusif dan berbasis pada data audiens untuk lebih mengoptimalkan hasil dakwah digital.

Penelitian ini mengarah pada pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya personalisasi dalam dakwah digital. Dengan memahami kebutuhan spesifik generasi milenial dan menggunakan teknologi untuk mencapainya, pendakwah dapat menciptakan pengalaman dakwah yang lebih bermakna dan efektif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi kesenjangan dalam literatur yang ada tetapi juga memberikan arah baru untuk pengembangan dakwah digital yang lebih berkelanjutan dan relevan di masa depan.

Analisa penulis

Penelitian ini mengungkapkan bahwa dakwah digital memiliki potensi yang sangat besar dalam memperkuat pemahaman keislaman di kalangan generasi milenial. Namun, temuan yang paling menonjol adalah bahwa keberhasilan dakwah digital sangat bergantung pada pendekatan yang tepat dan sesuai dengan karakteristik audiens. Generasi milenial sebagai audiens utama dalam dakwah digital memiliki kebutuhan dan ekspektasi yang berbeda dengan generasi



sebelumnya, yang mengharuskan pendakwah untuk berinovasi dalam menyampaikan pesan agama.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa temuan yang menunjukkan bahwa meskipun dakwah digital sudah banyak diterapkan, masih ada gap dalam efektivitas metode yang digunakan. Penulis akan menganalisis hasil temuan ini dengan merujuk pada beberapa faktor yang menjadi kunci keberhasilan dakwah digital, serta bagaimana gap yang ada dapat diisi melalui strategi yang lebih terarah.

Pertama, temuan mengenai efektivitas dakwah digital yang masih belum digali secara mendalam dalam penelitian sebelumnya menunjukkan adanya kesenjangan besar yang perlu diperhatikan. Banyak studi tentang dakwah digital masih bersifat umum dan menggeneralisasi pendekatan yang digunakan tanpa mempertimbangkan perbedaan yang ada pada setiap generasi atau bahkan pada tiap individu. Sebagai contoh, generasi milenial memiliki karakteristik yang sangat berbeda dengan generasi sebelumnya dalam hal konsumsi informasi dan cara berinteraksi dengan media. Mereka cenderung lebih memilih konten yang cepat, menarik, dan bisa diakses kapan saja. Penelitiannya menunjukkan bahwa generasi milenial lebih responsif terhadap konten yang bersifat visual, seperti video pendek atau infografis, dibandingkan dengan teks panjang atau ceramah tradisional. Ini merupakan temuan yang penting karena menunjukkan bahwa dakwah digital harus beradaptasi dengan cara audiens mengakses informasi di era digital.

Selanjutnya, temuan mengenai pentingnya platform yang digunakan dan waktu penyampaian pesan sangat relevan dalam konteks dakwah digital. Generasi milenial lebih aktif di berbagai platform digital, seperti Instagram, YouTube, dan TikTok, yang mengharuskan pendakwah untuk tidak hanya fokus pada satu platform saja. Pemilihan platform yang tepat, serta waktu yang strategis dalam menyampaikan pesan dakwah, menjadi faktor penting yang mempengaruhi seberapa efektif pesan tersebut diterima. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa audiens milenial cenderung lebih aktif pada waktu tertentu, seperti malam hari setelah aktivitas harian mereka. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan agar pendakwah mengoptimalkan penggunaan berbagai platform digital dan memilih waktu yang tepat untuk menjangkau audiens milenial.

Kemudian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pentingnya interaksi langsung antara pendakwah dan audiens dalam dakwah digital. Generasi milenial sangat menghargai komunikasi yang lebih personal dan transparan, yang memungkinkan mereka untuk bertanya dan berdiskusi langsung. Pendakwah yang mampu memberikan ruang bagi audiens untuk bertanya atau memberikan komentar akan lebih membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Interaksi ini tidak hanya terbatas pada memberikan jawaban terhadap pertanyaan, tetapi juga mengembangkan komunitas yang lebih aktif dalam diskusi keagamaan. Hal ini mengurangi kesan bahwa dakwah digital hanya satu arah dan menciptakan



komunikasi yang lebih dialogis, yang lebih efektif dalam memperkuat pemahaman agama.

Namun, ada juga temuan yang menunjukkan bahwa banyak pendakwah masih belum memanfaatkan fitur-fitur di media sosial secara optimal. Penggunaan fitur seperti tagar, kolaborasi dengan influencer, dan konten yang bisa dibagikan menjadi penting untuk memperluas jangkauan dakwah. Pendakwah yang hanya mengandalkan ceramah atau teks tanpa memperhatikan penggunaan fitur-fitur interaktif ini cenderung kehilangan potensi besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya inovasi dalam pendekatan dakwah digital, dengan memperkenalkan penggunaan berbagai fitur media sosial yang dapat memperkaya konten dan membuatnya lebih menarik bagi generasi milenial.

Selain itu, temuan lainnya menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi generasi milenial terhadap dakwah digital dan praktik dakwah yang ada. Generasi ini tidak hanya menginginkan dakwah yang informatif, tetapi juga dakwah yang menghibur, inspiratif, dan dapat memberikan solusi terhadap masalah mereka sehari-hari. Konten dakwah yang hanya monoton dan tidak mengarah pada interaksi atau perasaan positif akan sulit menarik perhatian mereka. Oleh karena itu, pendakwah perlu menciptakan konten yang lebih kreatif dan relevan dengan kehidupan generasi milenial, dengan menggabungkan nilai-nilai agama dengan masalah-masalah yang mereka hadapi, seperti kebingungan tentang identitas, moralitas, atau isu-isu sosial lainnya.

Penelitian ini juga menunjukkan pentingnya kecepatan respons dalam dakwah digital. Generasi milenial sangat terbiasa dengan komunikasi yang cepat, dan mereka menginginkan jawaban yang cepat dan tepat ketika mereka mengajukan pertanyaan. Pendakwah yang mampu merespons dengan cepat dan akurat akan lebih dihargai dan dipercaya oleh audiens. Hal ini menegaskan pentingnya kemampuan pendakwah untuk tidak hanya menguasai materi ajaran agama, tetapi juga menguasai teknologi komunikasi yang ada untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai bagaimana dakwah digital dapat lebih efektif dalam menguatkan pemahaman keislaman di kalangan generasi milenial. Dengan pendekatan yang lebih inovatif, personal, dan berbasis teknologi, dakwah digital dapat menjadi sarana yang sangat efektif untuk menjangkau dan memperkuat keimanan generasi muda. Namun, untuk mencapai hal ini, pendakwah harus lebih kreatif, adaptif, dan memperhatikan kebutuhan serta karakteristik audiens mereka. Penelitian ini memberikan arah yang jelas mengenai bagaimana mengoptimalkan penggunaan teknologi untuk tujuan dakwah, sekaligus membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut dalam mengembangkan metode dakwah digital yang lebih efektif.



SIMPULAN

Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi metode dakwah digital yang efektif dalam memperkuat pemahaman keislaman generasi milenial telah tercapai dengan mengungkapkan bahwa pendekatan yang tepat dan penggunaan platform yang sesuai sangat berpengaruh terhadap hasil dakwah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital yang mengutamakan konten visual yang menarik dan interaksi langsung dengan audiens milenial lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman keislaman mereka.

Kontribusi penelitian ini memberikan panduan bagi para pendakwah untuk lebih memahami karakteristik generasi milenial dan memanfaatkan teknologi secara optimal dalam kegiatan dakwah digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anida, Samsu, Neneng Hasanah, Zulfarnin, Jamaluddin, & Muhsin Ruslan. (2024). Strategi Dakwah Bil Hikmah Media Sosial Facebook Terhadap Akun @pecintaudud (Ustadz Maududi). *Journal of Religion and Film*, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.30631/jrf.v3i1.30>
- Atho'ul Karim, A., & Nuraziza, F. (2024). Strategi Dakwah Generasi Milenial: Studi Kasus Rutinan Minggu Legi (Ngaji dan Maulid Diba') STAIMU Mukomuko. *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.53888/alidaroh.v4i1.691>
- Azad, I., Chhibber, S., & Tajhizi, A. (2023). How Do Different Generations Communicate on Social Media? A Comparative Analysis of Language Styles, Emoji Usage, and Visual Elements. *Language, Technology, and Social Media*, 1(2), 22–33. <https://doi.org/10.70211/ltsm.v1i2.61>
- Bruntz, C. (2018). Interreligious Education for the Millennial Generation. In J. E. S. Park & E. S. Wu (Eds.), *Interreligious Pedagogy: Reflections and Applications in Honor of Judith A. Berling* (pp. 59–74). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-91506-7_5
- Gawhar Ahmad Khan. (2024). Exploring the Foundations of Peace: An Analytical Study of the Concept of Peace in Islam with Emphasis on the Qur'ān and the Sīrah of Prophet Muhammad (SAW). *MAQOLAT: Journal of Islamic Studies*, 2(4), 383–391. <https://doi.org/10.58355/maqolat.v2i4.118>
- Ma'arif, A. S., Azizah, M., Laillatul Fitri, I., & Amalia, K. (2024). Penguatan aqidah aswaja an-nahdhiyah melalui tradisi sekaten di masyarakat jawa. *An Nahdhoh Jurnal Kajian Islam Aswaja*, 4(1), 36–43. <https://doi.org/10.33474/annahdhoh.v4i1.21683>
- Movitaria, M. A., Ode Amanah, A. P., Munir, M., Permata, Q. I., Amiruddin, T., Saputra, E., Ilham, I., Anam, K., Masita, M., Misbah, Muh., Haerudin, H., Halawati, F., Arifah, U., Rohimah, R., & Siti Faridah, E. (2024). *Metodologi Penelitian*. CV. Afasa Pustaka.

Jurnal Tawasul: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam



[Creative Commons Attribution 4.0 International License.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

- Nawaz, I. Y., & Nawaz, I. Y. (1 C.E., January 1). *Characteristics of Millennials and Technology Adoption in the Digital Age* (characteristics-of-millennials-and-technology-adoption-in-the-digital-age) [Chapter]. <https://Services.Igi-Global.Com/Resolvedoi/Resolve.aspx?Doi=10.4018/978-1-7998-0131-3.Ch012>; IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-0131-3.ch012>
- Sarath Thomas. (2024). Echoes of peace: Media's challenges and opportunities in shaping societal narratives. *International Journal of Science and Research Archive*, 12(1), 2695–2702. <https://doi.org/10.30574/ijrsra.2024.12.1.1085>
- Walmsley, B. (2019, January 1). *Engaging Audiences Through Digital Technologies*. SciSpace - Paper; Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-26653-0_8
- Yunita, Y. (2024). The Utilization Of Social Media Da'wa. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 5(01), Article 01. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i01.6184>

