

STRATEGI DAKWAH KOMUNITAS TERHADAP GENERASI MILENIAL

(PENELITIAN PADA KOMUNITAS YUK NGAJI JOGJA)

Muzayana dan Dr. Mahli Zainudin, M.Si.

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Kasihan, Bantul, D.I
Yogyakarta, 55184.*

*Email : moezayana39@gmail.com
maztago@yahoo.com*

Abstrak

Perkembangan teknologi dan perubahan sosial masyarakat perlu menjadi perhatian tersendiri bagi pendakwah. Dakwah harus tetap berjalan bersama dengan kemajuan teknologi yang ada. Sebuah komunitas dakwah bernama Yuk Ngaji Jogja dengan tagline “hijrah tak pernah semenarik ini sebelumnya” menjadi salah satu sorotan anak muda (generasi milenial), ditambah dengan adanya fenomena hijrah yang terjadi di kalangan anak muda sekarang. Kajian pekanan yang dilaksanakan secara tatap muka semestinya sudah tidak relevan dengan generasi milenial yang dekat dengan dunia cyber, namun justru diminati dan dihadiri oleh anak muda. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi dakwah yang dilakukan komunitas Yuk Ngaji Jogja dalam pelaksanaan kajian pekanan yang masih dilakukan secara tatap muka di era milenial. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi dakwah kajian pekanan Yuk Ngaji tersebut. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah bahwa strategi dakwah komunitas Yuk Ngaji di era milenial melalui kajian pekanan yaitu penyesuaian materi dengan tema dan peserta kajian, menentukan tema kajian yang menarik, menyesuaikan media dengan segmentasi kajian, menggunakan metode yang tepat dan mengadakan rapat evaluasi rutin. Adapun faktor pendukungnya adalah kedekatan generasi milenial dengan media sosial, tema kajian yang menarik dan lokasi yang strategis. Sedangkan faktor penghambatnya adalah jadwal perkuliahan dan kesibukan internal tim media.

Kata Kunci : Strategi dakwah, Yuk Ngaji Jogja, Kajian Pekan, Generasi Milenial

Abstract

The development of technology and social change in society needs to be a particular concern for preachers. Da'wa must continue to run along with existing technological advancements. A da'wa community named Yuk Ngaji Jogja (Let's Recite Jogja) with the tagline "hijrah tak pernah semenarik ini sebelumnya" (Hijrah has never been this interesting) has become one of the spotlights of young people (millennial generation), coupled with the phenomenon of hijrah that is happening among young people now. Weekly recitation conducted face-to-face should have been irrelevant to millennials who are close to the cyber world, but instead are in demand and are attended by young people. Therefore, this study aims to describe the strategies of da'wa carried out by Yuk Ngaji Jogja community in implementing weekly recitation that is still conducted face-to-face in the millennial era. This study also aims to determine the supporting and inhibiting factors of the strategies of Yuk Ngaji's weekly recitation. This type of research is field research using a qualitative approach. The data collection technique was done through observation, interviews, and documentation. The results of this study are that the strategies of Yuk Ngaji da'wa community in the millennial era through weekly recitation are adjustment of presenters to the themes and recitation participants, determining interesting recitation themes, adjusting the media for recitation segmentation, using appropriate methods and holding routine evaluation meetings. The supporting factors are the closeness of millennial generation with social media, interesting recitation themes and strategic locations. Meanwhile the inhibiting factors are the lecture schedule and the internal bustle of the media team.

Keywords: *Da'wa strategy, Yuk Ngaji Jogja, Weekly Recitation, Millennial Generation*

PENDAHULUAN

Salah satu kewajiban seorang muslim adalah berdakwah. Dakwah adalah upaya menyiarkan agama Islam baik dengan mengajak kepada yang ma'ruf maupun mencegah dari yang munkar. Dakwah tak hanya sebatas berbicara di depan mimbar ataupun berbicara kepada khalayak untuk mengajarkan agama Islam, namun dakwah juga dilakukan dari hal yang terkecil. Menjadi contoh yang baik bagi orang lain dengan melakukan perbuatan yang terpuji sesuai dengan yang diperintahkan oleh Allah juga termasuk dalam dakwah. Jadi, dakwah memiliki makna yang luas dimulai dari hal yang kecil hingga yang besar. Hal tersebut sesuai dengan yang sudah Allah firmankan dalam Al- Qur'an, bahwasannya umat Islam adalah umat terbaik yang diciptakan untuk menyeru kepada yang baik dan mencegah dari yang munkar.¹

Dakwah di Indonesia penting untuk terus dilaksanakan. Masuknya nilai-nilai barat di Indonesia yang bertolak belakang dengan nilai-nilai Islam menjadi salah satu

¹ QS Ali Imran (3) 110.

alasan tersendiri agar dakwah terus dilaksanakan dan menjadi tantangan tersendiri bagi umat Islam agar bisa terhindar dan tidak terjebak dalam westernisasi yang terus digencarkan. Pelaksanaan dakwah harus terus masuk pada elemen-elemen terdalam dari perubahan sosial masyarakat yang sangat pesat. Oleh karena itu, untuk menunjang keberlangsungan pelaksanaan dakwah perlu adanya strategi-strategi yang tepat untuk menyampaikan pesan dakwah agar dapat diterima dan tersampaikan kepada sasaran dengan tepat.

Salah satu faktor penunjang keberhasilan dakwah adalah strategi dakwah. Jika strategi yang digunakan tepat, maka peluang dakwah untuk mencapai keberhasilan juga semakin besar. Salah satu yang harus diperhatikan dalam menentukan strategi dakwah adalah dengan melihat kondisi objek dakwah. Strategi dakwah harus disesuaikan dengan perubahan sosial masyarakat agar sampai pada tujuan. Pemilihan strategi yang kurang tepat akan berpengaruh pada tingkat keberhasilan dakwah itu sendiri.

Salah satu tantangan dakwah adalah hadirnya era milenial. Era milenial dapat disebut juga dengan era post-modern, dimana pemuda dan remajanya adalah mereka yang lahir pada kisaran tahun 1981 hingga tahun 2000, yaitu yang sekarang berusia kisaran 19 tahun hingga 38 tahun.² Karakteristik masyarakat era milenial yang dekat dengan kemajuan teknologi dan banyak menghabiskan waktunya di dunia maya, memberikan tantangan tersendiri untuk dakwah. Bagaimana nantinya dakwah dapat tetap berlangsung dengan perubahan karakteristik masyarakatnya, khususnya pada era milenial.

Eratnya generasi milenial dengan dunia siber atau internet, membuat banyak pengaruh pada kondisi sosial masyarakat, salah satunya ketertarikan dengan kajian. Tak sedikit orang berfikir bahwa kajian itu membosankan, membuat ngantuk atau identik dengan dihadiri oleh orang tua, apalagi generasi milenial lebih banyak memanfaatkan kemudahan media sosial sebagai alat untuk beraktifitas, semua bisa dijangkau dengan genggaman gadgetnya.

Berdasarkan grafik konsumsi internet generasi milenial yang diketahui dari survei dari tim *Alvara Research Center* yang melibatkan 1.200 responden yang tersebar di seluruh Indonesia, dapat diketahui bahwa pengguna internet paling banyak adalah

² Cristiany Judhita dan Josep J. Darmawan (2018). Penggunaan Media Digital dan Partisipasi Politik Generasi Milenial "Use of Digital Media and Political Participation Milenial Generation". Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol 22(2), hlm 95.

mereka yang berumur 15 sampai 34 tahun dan berada pada kategori *medium user*, *heavy user* dan *addicted user*, bahkan kebanyakan adalah *heavy user* dan *addicted user*.³

Kedekatan anak muda dengan internet dan media sosial dimanfaatkan oleh komunitas Yuk Ngaji. Komunitas ini dibentuk untuk membangkitkan minat maupun semangat anak muda untuk kembali mengaji atau mengkaji Islam. Para pendiri komunitas Yuk Ngaji, Ustadz Felix Siauw dan kawan-kawannya seperti Cahyo, Ihsanul Muttaqin, Husain Assadi dan Abietyasakti membentuk komunitas ini karena melihat fenomena anak muda yang jauh dari agamanya.⁴

Komunitas ini tersebar di berbagai kota besar di Indonesia, salah satunya adalah di Yogyakarta. Komunitas Yuk Ngaji Jogja menyelenggarakan berbagai macam kajian dengan segmentasi generasi muda. Salah satu kajian rutin yang diselenggarakan Yuk Ngaji Jogja adalah ‘Kapan Ngaji’ atau Kajian Pekan Yuk Ngaji.

Salah satu terobosan media yang digunakan komunitas Yuk Ngaji Jogja adalah media sosial. Salah satu media sosial yang banyak diikuti oleh warga net adalah instagram. Akun instagram @yukngajijogja memiliki sekitar 28,6 ribu *follower*. Dengan akun instagram tersebut, warga net dapat mencari informasi seputar kajian dan semua hal yang berkaitan dengan kegiatan komunitas Yuk Ngaji Jogja. Hal ini tentu memudahkan para milenial untuk mencari informasi terkait kegiatan mereka.

Peneliti tertarik meneliti strategi dakwah komunitas Yuk Ngaji, karena di era milenial ini kajian pekan Yuk Ngaji menarik perhatian banyak kaum muda yaitu generasi milenial untuk hadir dan mengikuti kajian secara langsung. Komunitas Yuk Ngaji Jogja juga menjadi salah satu komunitas pelopor acara ‘Muslim United’ yang sudah dua kali dilaksanakan di Yogyakarta dengan mengundang banyak da’i-da’i terkenal di Indonesia. Oleh karena itu, Komunitas Yuk Ngaji ini menarik untuk diteliti dari segi strategi dakwahnya di era milenial, khususnya pada program ‘Kapan Ngaji’.

Adapun penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi dakwah terhadap generasi milenial yang diterapkan Komunitas Yuk Ngaji dan mengetahui faktor pendukung dan penghambatnya dalam program Kapan Ngaji (Kajian Pekan Yuk Ngaji). Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan

³ Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi (2017), *Milenial Nusantara: Pahami Karakternya Rebut Simpatinya*, Jakarta: Gramedia Pustaka, hlm 56-58.

⁴ Rosyidah Arsyad (2016), *Bersama Komunitas Yuk Ngaji: Mengaji Bukan Lagi Hal Membosankan*, <https://muslimahdaily.com/muslimah-zone/community/item/655-bersama-komunitas-yuk-ngaji-mengaji-bukan-lagi-hal-membosankan.html>, diakses pada 15 Oktober 2019, pukul 12.27 WIB.

pengetahuan serta teori-teori di bidang ilmu dakwah khususnya pada bagian strategi dakwah serta pada teori perubahan sosial. Sedangkan secara praktis, diharapkan pembaca dapat mengaplikasikan strategi dakwah yang tepat dan sesuai dengan perubahan sosial masyarakat serta dapat menjadi acuan dan atau masukan bagi komunitas Yuk Ngaji sendiri atau komunitas lainnya yang bergerak di bidang dakwah.

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori-teori terkait strategi dakwah dan generasi milenial. Sedangkan penelitian sejenis yang telah dilakukan diantaranya adalah penelitian Abdzar yang berjudul Strategi Dakwah Masa Kini: Beberapa Langkah Strategis Pemecahan Problematika Dakwah, penelitian Habibi yang berjudul Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial, penelitian Ritonga yang berjudul Penerapan Metode Dakwah Mau'idzah Hasanah di Era Hoax Milenial, dan tujuh penelitian lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hal ini karena tema penelitian membutuhkan interaksi yang intensif dengan setting dan subyek penelitian agar penelitian ini bisa mendapatkan data yang akurat dan natural.

Penelitian ini mengambil dua konsep yaitu strategi dakwah dan generasi milenial, Operasionalisasi konsep pada strategi dakwah meliputi tahapan-tahapan strategi, unsur-unsur dakwah, dasar-dasar strategi dakwah, bentuk strategi dakwah dan faktor pendukung serta pengambat strategi dakwah. Sedangkan terkait generasi milenial meliputi karakteristik dan gaya hidup generasi milenial.

Penelitian ini dilaksanakan di pendopo pesantren At-Tasnim, Rumah Warna, jl. Ringroad Utara, Condong Catur, Yogyakarta, karena di lokasi inilah kajian pekanan Yuk Ngaji dilaksanakan. Obyek penelitian ini adalah strategi dakwah kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja. Sedangkan subyek penelitian ini adalah Rizal selaku koordinator Yuk Ngaji Jogja, Roni selaku koordinator tim kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja, Faisal selaku koordinator tim media Yuk Ngaji Jogja, pematery kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja dan peserta kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan memberikan kemungkinan bagi

informan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pokok secara terinci, yang kemudian peneliti akan menanyakan lebih rinci lagi atas jawaban dari informan.⁵

Sedangkan kredibilitas penelitian diuji dengan pengoptimalan waktu penelitian yang berguna untuk meminimalkan jarak dengan subyek dan setting penelitiannya dalam waktu yang singkat serta ketepatan dalam operasionalisasi konsep.

Peneliti melakukan penelitian dengan fokus pada strategi dakwah komunitas Yuk Ngaji Jogja terhadap generasi milenial, yaitu pada program kajian pekanan. Peneliti mengadakan observasi, wawancara mendalam kepada penanggung jawab Yuk Ngaji Jogja, penanggung jawab kajian pekanan Yuk Ngaji, serta salah satu da'i pada kajian pekanan tersebut tentang bagaimana strategi dakwah mereka terhadap generasi milenial dan apa faktor penghambat dan pendukungnya serta dokumentasi. Hasil wawancara kemudian dianalisa (secara induktif) sehingga dari temuan tersebut dapat diambil kesimpulan mengenai bagaimana strategi dakwah yang dirancang dan disusun dalam program Kapan Ngaji terhadap generasi milenial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Dakwah Komunitas Yuk Ngaji Jogja dalam Program Kajian Pekan

Dalam perumusan strategi terdapat landasan atau dasar yang diperhatikan seperti dasar filosofis, dasar kemampuan dan keahlian da'i, dasar sosiologis, dasar psikologis dan dasar efektifitas dan efisiensi.⁶

Berdasarkan pengamatan serta wawancara peneliti dengan koordinator kajian pekanan, dasar strategi dakwah kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja adalah: pertama, dasar filosofis. Kajian pekanan memiliki tujuan untuk mengajak anak muda untuk senang mengkaji Islam terlebih dahulu, menanamkan nilai bahwa mengkaji Islam itu asyik. Oleh karenanya topik-topik yang diangkat adalah topik yang sedang trend di kalangan anak muda dan merupakan topik yang ringan untuk mereka.

Kedua, dasar kemampuan dan keahlian *da'i*. Dalam menentukan narasumber, tidak ada klasifikasi khusus dan mendetail yang ditentukan oleh tim kajian pekanan.

⁵ Nawari Ismail, Metodologi Penelitian Untuk Studi Islam, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2015), hlm 89.

⁶ Asmuni Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hlm.32-33.

Kajian pekanan Yuk Ngaji terbuka untuk penentuan narasumber, selama narasumber memumpuni di bidangnya dan nilai-nilai ajaran Islam yang ditanamkan itu benar maka ia bisa menjadi narasumber di kajian pekanan.

Ketiga, dasar sosiologis. Dasar sosiologis menjadi penentuan segmentasi sasaran dakwah kajian pekanan, yaitu generasi milenial, generasi yang secara sosial dekat dengan internet dan media sosial. Selain itu, generasi milenial memiliki gaya hidup yang kekinian atau ingin selalu mengikuti trend. Oleh karenanya, tim kajian pekanan dalam menentukan pemateri, tema kajian, metode dan medianya menyesuaikan dengan kondisi sosial mereka.

Keempat, dasar psikologis. Dalam menentukan pemateri, materi, metode maupun media untuk kajian pekanan, tim kajian pekanan Yuk Ngaji menyesuaikan keempat unsur tersebut dengan karakter generasi milenial yang merupakan sasaran dakwah mereka. Karakter generasi milenial yang kreatif, *open minded* atau berfikir terbuka dan percaya diri menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan dalam menentukan jalannya kajian pekanan.

Kelima, dasar efektifitas dan efisiensi. Dasar yang terakhir ini berkaitan dengan keseimbangan biaya, waktu ataupun tenaga yang dikeluarkan dengan hasil yang dicapai. Untuk pembiayaan kajian pekanan adalah murni dari infaq peserta kajian. Infaq tersebut digunakan untuk kepentingan jamaah kajian, mereka menyebutnya “dari jamaah untuk jamaah”. Tim kajian pekanan merasa bahwa infaq dari kajian cukup untuk berjalannya kajian pekanan.

Selain dasar pembiayaan, yang perlu diperhatikan adalah waktu. Kajian pekanan diadakan satu kali dalam seminggu dengan tujuan menjadi titik hijrah yang mudah dicapai seseorang. Tim kajian pekanan memulai dakwahnya dengan membiasakan kajian sekali dalam satu pekan dan akhirnya mengikuti kajian dapat menjadi sebuah kebiasaan. Selain itu, jadwal yang diadakan sekali dalam seminggu bertujuan agar ilmu yang didapatkan ketika kajian dapat diresapi oleh para peserta dan diamalkan sebelum akhirnya ditambah dengan ilmu baru lagi di minggu selanjutnya.⁷

Untuk mencapai target dan tujuan yang maksimal dari kajian pekanan Yuk Ngaji, diperlukan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

⁷ Wawancara dengan koordinator kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja, 12 November 2019 pukul 17.02 WIB.

Perumusan strategi dakwah Yuk Ngaji pada kajian pekanan tidak bisa lepas dari kelima unsur dakwahnya yaitu subyek dakwah, obyek dakwah, pesan dakwah, metode dakwah dan media dakwah. Seperti yang dikemukakan oleh Ali Aziz bahwa penunjang keberhasilan dakwah terletak pada dua pendekatan, yaitu pendekatan pada subyek dakwah dan pendekatan pada obyek dakwah, maka berikut ini adalah strategi dakwah kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja terhadap generasi milenial:

1. Penyesuaian Pemateri dengan Tema dan Peserta Kajian

Dalam dakwah, unsur utama yang harus ada adalah subyek dakwah. Di kajian pekanan Yuk Ngaji, salah satu subyek dakwahnya adalah pemateri atau narasumber kajian. Dalam menentukan pemateri untuk mengisi kajian pekanan, tim kajian pekanan tak menentukan kualifikasi secara khusus bagi pemateri. Namun, lebih menyesuaikan pemateri kepada tema yang diangkat serta kondisi peserta kajian.

Pemilihan pemateri disesuaikan dengan tema yang akan diangkat. Pemateri harus memumpuni di bidang ilmu yang akan diangkat pada kajian pekanan. Jika tema yang diangkat terkait dengan sejarah, maka pemateri harus memumpuni ilmunya di bidang sejarah. Jika tema yang diangkat terkait dengan hijrah, maka pemateri yang diundang untuk mengisi kajian adalah mereka yang condong pada tema-tema hijrah. Begitu seterusnya dalam penentuan pemateri untuk kajian pekanan. Namun, ada kalanya tema yang diangkat menyesuaikan dengan pemateri yang akan diundang. Contohnya pada saat ada *roadshow* dakwah yang dilakukan *da'i* tertentu di Jogja, kemudian *da'i* tersebut memiliki jadwal *roadshow* di Yuk Ngaji, maka tema kajian yang akan diangkat menyesuaikan dengan kemampuan *da'i* tersebut.

Pemateri juga disesuaikan dengan peserta kajian. pemateri yang dipilih adalah mereka yang dekat dengan milenial, mampu menyampaikan materi dengan bahasa yang dipakai anak milenial sehingga materi nantinya akan mudah diterima oleh peserta kajian yang mayoritas adalah para milenial. Seperti kata *follower* untuk pengganti kata pengikut, *mention* untuk pengganti kata menyebut. *Follower* dan *mention* merupakan bahasa yang sering digunakan anak milenial karena kedekatan mereka dengan media sosial khususnya instagram. Pemilihan pemateri yang mampu menyesuaikan gaya bahasa generasi milenial, sesuai dengan salah satu karakter generasi milenial yaitu percaya diri. Percaya diri inilah yang membuat mereka suka

menerobos aturan salah satunya pada penggunaan bahasa baru yang tidak pernah ada pada generasi sebelumnya, atau menggunakan bahasa-bahasa yang sama sekali tidak baku.⁸

Pada dasarnya, kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja jarang sekali mengangkat tema terkait dengan fiqh. Namun dalam menanggapi hal-hal kontroversial dalam masyarakat, tim kajian pekanan berupaya untuk memilih pemateri yang ahli dan menguasai di bidang tersebut untuk membahas dari kacamata Islam dan menjelaskan secara menengah dan menyeluruh serta memahamkan peserta kajian agar tidak terpengaruh oleh media atau pendapat kebanyakan orang. Sehingga, diharapkan peserta kajian mampu memahami hukum sebuah perkara dengan baik dan menyikapinya dengan bijak.⁹

2. Menentukan Tema Kajian yang Menarik

Dalam menentukan tema, tim kajian pekanan Yuk Ngaji menyesuaikan dengan kebutuhan peserta kajian karena prioritas mereka adalah peserta kajian. Beberapa cara dilakukan tim kajian pekanan untuk merumuskan tema yang akan diangkat dalam kajian pekanan, yaitu mengangkat tema dari isu yang sedang *trending* atau kasus-kasus yang terjadi di kalangan anak muda. Penentuan tema dari isu yang sedang *trending* sesuai dengan salah satu jenis gaya hidup generasi milenial yang kekinian, bahwa generasi milenial cenderung menyukai dan ingin mengikuti sesuatu yang menjadi tren di masyarakat.¹⁰

Berdasarkan pengamatan peneliti, contoh dari penyesuaian tema dengan isu yang sedang *trending* adalah ketika lagu karya Stephanie Poetri berjudul “I Love You 3000” terkenal dan kalimat “i love you 3000” akhirnya menjadi tren di kalangan anak muda, kajian pekanan Yuk Ngaji mengangkat tema “mom, i love you 3000” pada 26 September 2019 yang materinya adalah terkait bentuk berbakti kepada kedua orang tua dalam Islam.

Selain isu yang sedang *trending*, penentuan tema juga dapat berasal dari kasus atau permasalahan yang sedang banyak terjadi di kalangan anak muda. Analisis dan survei kasus atau permasalahan yang terjadi pada peserta kajian, dilakukan dengan diskusi. Diskusi dilakukan pada kegiatan *hangout*. Dalam diskusi tersebut, tim kajian

⁸ Hasanudin Ali dan Lilik Purwandi, hlm 83-84.

⁹ Wawancara dengan koordinator Yuk Ngaji Jogja, pada 26 Desember 2019, pukul 15.00 WIB.

¹⁰ Hasanudin Ali dan Lilik Purwandi, hlm 83-84.

pekanan berupaya mencari tahu pokok permasalahan yang ada pada sasaran dakwah mereka. Dari curahan hati mereka, keluh kesah mereka yang disampaikan saat diskusi kemudian diangkat menjadi tema kajian pekanan supaya ada jalan keluar untuk mereka.¹¹

Jika kasus yang sedang banyak terjadi adalah kasus *bullying* atau bunuh diri, maka tim kajian pekanan berdasarkan survei dan analisis mereka perlu mengangkat tema dari kasus *bullying* dan bunuh diri tersebut. Pada akhirnya, tema yang diangkat adalah terkait *qadha* dan *qadar* yang membahas mengenai takdir Allah. Jadi, tema diangkat sesuai dengan kebutuhan peserta kajian.

3. Memilih Media yang Sesuai dengan Segmentasi Kajian

Dalam pemilihan media, tim kajian pekanan Yuk Ngaji memperhatikan kepada kebutuhan segmentasi mereka yaitu generasi milenial. Oleh karena itu, berdasarkan pengamatan dan wawancara peneliti dengan koordinator dan salah satu pemateri kajian pekanan, media yang digunakan dalam kajian pekanan adalah power point, video dan media sosial instagram (poster jadwal kajian, *teaser*, *live story* dan *quotes* atau kutipan pesan kajian). Pemilihan media tersebut, sesuai dengan salah satu karakteristik generasi milenial yaitu dekat dengan teknologi digital dan media.

Tim media terbagi lagi menjadi tiga tim yaitu tim *caption*, tim desain dan tim foto video. Tim *caption* dipegang oleh perempuan seluruhnya, mereka bertugas membuat *caption* untuk setiap hal yang dipublikasikan di instagram @yukngajijogja, baik pada *timeline* maupun *story*, khususnya dalam penelitian ini adalah terkait kajian pekanan. Tim desain bertugas membuat desain untuk poster kajian pekanan. Sedangkan tim foto video bertugas mengambil gambar atau video saat kajian berlangsung.¹²

Penggunaan media sosial instagram sebagai sarana publikasi kajian pekanan juga terbagi lagi menjadi beberapa jenis, mengingat bahwa fitur yang disajikan oleh instagram juga beragam. Beberapa hal yang dilakukan tim media untuk membuat konten terkait kajian pekanan agar diminati oleh generasi milenial diantaranya ialah

¹¹ Wawancara dengan koordinator kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja, 4 November 2019, pukul 10.00 WIB.

¹² Wawancara dengan koordinator tim media Yuk Ngaji Jogja, 3 November 2019, pukul 10.30 WIB.

membuat poster yang menarik, membuat *teaser* (video pengantar), *live story* kajian di instagram dan membuat *quotes* (kutipan pesan) dari materi kajian pekanan.

4. Menentukan Metode yang Tepat

Salah satu karakteristik generasi milenial adalah *connected* atau mudah bersosialisasi dan membangun relasi. Oleh karenanya, dalam menentukan metode yang akan digunakan dalam penyampaian pesan dakwah harus memperhatikan karakteristik tersebut. Dalam hal ini, tim kajian pekanan Yuk Ngaji membawa budaya *hangout* yang ada pada Kelas Eksekutif Yuk Ngaji (KEY) ke dalam kajian pekanan.

Hangout adalah kegiatan diskusi dengan membentuk kelompok dan dilakukan dengan suasana yang lebih santai. *Hangout* pada kajian pekanan ini bertujuan untuk membiasakan peserta kajian mendiskusikan tentang Islam dalam kehidupan sehari-hari, yaitu mengkorelasikan antara pesan yang disampaikan oleh pemateri dengan peristiwa yang ada pada kehidupan sehari-hari. Selain itu, dengan mengadakan *hangout*, tim kajian pekanan dan pemateri dapat mengetahui seberapa jauh pemahaman peserta kajian terhadap materi yang disampaikan.¹³

Selain berdiskusi mengenai materi kajian, dalam *hangout* ini peserta kajian juga diajak untuk membangun pertemanan dan persaudaraan antar sesama. Mengingat bahwa salah satu gaya hidup anak milenial adalah menyukai *selfie* atau *wefie* dan juga eksis, maka metode diskusi dalam budaya *hangout* ini cukup efektif bagi generasi milenial, karena dalam *hangout* ini mereka membangun relasi. Salah satu cara untuk membangun relasi dan kedekatan tersebut adalah dengan mengajak *wefie* teman-teman kelompoknya.

5. Mengadakan Rapat dan Evaluasi Rutin

Tim kajian pekanan Yuk Ngaji memiliki jadwal untuk rapat persiapan sekaligus evaluasi. Jadwal rapat evaluasi mereka adakan sekali dalam seminggu, yaitu pada hari Senin malam. Selain itu, pada hari Kamis sebelum kajian dimulai, tim kajian pekanan juga melakukan *briefing* terlebih dahulu sebelum kajian dimulai. Rapat

¹³ Wawancara dengan koordinator kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja, 4 November 2019, pukul 10.00 WIB.

evaluasi bertujuan untuk mengukur sejauh mana keberhasilan kajian sebelumnya dan mendiskusikan persiapan-persiapan untuk kajian berikutnya.¹⁴

Strategi dakwah kajian pekanan Yuk Ngaji termasuk ke dalam jenis *al-manhaj al-lathifi* (strategi sentimentil), yaitu pemberian nasehat dengan metode ceramah oleh pemateri kepada peserta kajian dan unggahan kutipan-kutipan pesan dan nasehat dari materi kajian pada *feed* maupun *story* instagram. Strategi dalam kajian pekanan juga masuk pada *al-manhaj al-aqli* (strategi rasional), yaitu adanya metode diskusi yang mereka sebut dengan istilah *hangout*. Dalam *hangout*, peserta kajian diajak untuk berfikir kemudian berdiskusi dengan teman-teman kelompoknya terkait pesan dan materi yang sudah mereka dapatkan dari pemateri saat kajian.

Hal tersebut berdasarkan teori yang dikemukakan Ali Aziz bahwa strategi dakwah terbagi ke dalam tiga jenis, yaitu *al-manhaj al-lathifi* (strategi sentimentil), *al-manhaj al-aqli* (strategi rasional) dan *al-manhaj al-hissi* (strategi indrawi).¹⁵

Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Dakwah Kajian Pekan Yuk Ngaji Jogja

Dalam merumuskan strategi guna mencapai tujuan dakwah, pasti terdapat faktor yang menjadi pendukung maupun penghambat. Oleh karenanya, dalam perumusan strategi dakwah kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja juga terdapat faktor pendukung serta penghambat.

Faktor pendukung yang pertama ialah kedekatan generasi milenial dengan media sosial. Mengingat bahwa segmentasi Yuk Ngaji khususnya kajian pekanan adalah generasi milenial, maka kemudahan dalam mengakses media sosial menjadi salah satu faktor pendukung strategi dakwah mereka. Kedekatan generasi milenial dengan media sosial memberi kemudahan bagi Yuk Ngaji untuk masuk di media sosial. Tim dakwah Yuk Ngaji memanfaatkan media sosial sebagai salah satu media dakwah mereka untuk menyebarkan informasi-informasi kajian kepada khalayak yang lebih luas khususnya melalui akun instagram @yukngajijogja. Sehingga tanpa harus mengeluarkan energi dan biaya yang besar, informasi bahkan pesan dan materi dakwah mereka dapat tersampaikan kepada khalayak secara cepat.

¹⁴ Wawancara dengan koordinator kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja, 3 November 2019, pukul 10.30 WIB.

¹⁵ M Ali Aziz, Ilmu Dakwah (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2009), hlm 351-353.

Kedua adalah tema yang menarik. Tema yang menarik merupakan salah satu faktor pendukung strategi dakwah kajian pekanan Yuk Ngaji. Pemilihan tema yang diambil dari isu-isu yang sedang trending di kalangan anak muda menjadi salah satu faktor tersendiri untuk menarik sasaran dakwah. Hal tersebut, dapat disebabkan karena generasi milenial memiliki gaya hidup kekinian yang menyukai hal-hal yang sedang menjadi tren.

Ketiga adalah lokasi yang strategis. Kajian pekanan Yuk Ngaji berada di Yogyakarta bagian utara yang mana belum banyak titik dakwah yang membahas tema-tema kekinian di daerah utara tersebut. Banyak titik dakwah, namun pusat dakwah di daerah utara kebanyakan berbasis masjid.¹⁶

Tema-tema yang diangkat di masjid rata-rata adalah tema yang levelnya tinggi, seperti pembahasan tafsir Al-Qur'an, pendalaman fiqh, *shirah nabawiyah* dan lain-lainnya yang menurut tim kajian pekanan Yuk Ngaji, tema-tema tersebut terlalu berat untuk dibahas di kalangan anak muda. Kondisi tersebut menjadi faktor pendukung untuk kajian pekanan Yuk Ngaji dalam mengajak anak muda untuk mau mengkaji Islam di Yuk Ngaji.

Selain faktor pendukung, pasti ada faktor penghambat. Faktor penghambat strategi Yuk Ngaji Jogja dalam kajian pekanan yaitu, pertama adalah jadwal perkuliahan. Mengingat bahwa segmentasi peserta kajian pekanan Yuk Ngaji adalah generasi milenial yang didominasi oleh para mahasiswa, maka jadwal perkuliahan para mahasiswa menjadi salah satu kendala. Tim kajian pekanan harus memperhatikan jadwal perkuliahan mahasiswa sebelum menentukan jadwal kajian, khususnya adalah pada universitas-universitas yang ada di Yogyakarta bagian utara.

Contohnya adalah ketika bulan Ramadhan hingga Syawal. Mahasiswa pada umumnya sedang tidak melaksanakan perkuliahan di bulan-bulan tersebut dan kembali ke kampung halaman dan fokus melaksanakan ibadah di masjid masing-masing, sehingga dengan mempertimbangkan kondisi peserta kajian tersebut, tim kajian pekanan memutuskan untuk meliburkan kajian di bulan-bulan tersebut. Sehingga, tim kajian pekanan harus memperhitungkan jadwal perkuliahan mereka.¹⁷

¹⁶ Wawancara dengan koordinator kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja, 4 November 2019, pukul 10.00 WIB.

¹⁷ Wawancara dengan koordinator kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja, 4 November 2019, pukul 10.00 WIB.

Faktor kedua adalah kesibukan internal tim media. Mengaktifkan publikasi di media sosial YouTube merupakan target pencapaian tim media Yuk Ngaji untuk menyebar luaskan dakwah. Namun, kesibukan internal tim media terkadang menjadi kendala tersendiri. Ada yang sibuk di perkuliahan, pekerjaan bahkan mengurus keluarga. Tim media dituntut untuk dapat membagi waktunya khususnya untuk mengerjakan desain dan lain sebagainya.

YouTube merupakan media sosial yang paling banyak diakses di tahun 2019, yang kemudian disusul oleh WhatsApp, Facebook dan baru setelah itu Instagram. Maka, sebenarnya tim media Yuk Ngaji Jogja perlu mengaktifkan kembali channel YouTube mereka untuk menyebar luaskan dakwahnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis melalui pengamatan, wawancara dan dokumentasi yang peneliti lakukan di lapangan mengenai strategi dakwah kajian pekanan Yuk Ngaji di era milenial, maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi dakwah kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja meliputi beberapa hal. Pertama adalah penyesuaian pemateri dengan tema dan peserta kajian, pemateri yang dipilih adalah yang menguasai tema yang diangkat dan dapat menyampaikan materi dengan gaya anak milenial, santai dan tidak kaku. Kedua adalah menentukan tema kajian yang menarik, yaitu diambil dari isu-isu yang sedang *trending* atau kasus-kasus yang terjadi di kalangan anak muda. Ketiga adalah menggunakan media yang sesuai dengan segmentasi kajian, yaitu generasi milenial. Media yang digunakan terbagi menjadi dua yaitu *offline* dan *online*. Media *offline* diantaranya yaitu menggunakan *power point* dan video yang ditayangkan menggunakan layar LCD. Sedangkan media *online* menggunakan media sosial instagram, yaitu akun @yukngajijogja.

Strategi keempat adalah menentukan metode yang tepat. Metode yang digunakan dalam kajian pekanan Yuk Ngaji adalah metode *dakwah bi al-lisan* (dakwah dengan perkataan), yaitu metode ceramah dan metode diskusi. Metode ceramah digunakan saat penyampaian materi, sedangkan metode diskusi diterapkan pada sesi *hangout*, yaitu dengan membagi peserta kajian ke dalam kelompok-kelompok kecil

guna mendiskusikan materi yang telah mereka dapatkan saat kajian. Kelima adalah mengadakan rapat dan evaluasi rutin. Guna mengukur keberhasilan dakwahnya, tim kajian pekanan Yuk Ngaji mengadakan rapat evaluasi sekali dalam satu minggu yaitu pada hari Senin malam. Rapat bertujuan untuk mengevaluasi kegiatan pekan lalu dan mempersiapkan kajian selanjutnya.

Strategi dakwah kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja masuk pada jenis strategi sentimental (*al-manhaj al-hissi*) pada penyampaian materi kajian dan strategi rasional (*al-manhaj al-aqli*) pada sesi *hangout*.

Faktor pendukung strategi dakwah Yuk Ngaji Jogja dalam kajian pekanan yaitu kedekatan generasi milenial dengan media sosial, tema yang menarik dan lokasi yang strategis. Sedangkan faktor penghambatnya adalah jadwal perkuliahan mahasiswa dan kesibukan internal tim media.

Untuk meningkatkan kualitas dakwah, perlu adanya masukan dan evaluasi. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran dan masukan sebagai bahan pertimbangan untuk kajian pekanan Yuk Ngaji ke depannya. Pertama adalah mengaktifkan YouTube sebagai media dakwah Yuk Ngaji khususnya pada kajian pekanan, mengingat bahwa YouTube merupakan media yang paling banyak diakses di Indonesia pada tahun 2019. *Full video* kajian pekanan dapat diunggah di *channel* YouTube Yuk Ngaji Jogja, sehingga bagi yang ingin melihat dan menyimak ulang materi kajian di lain waktu dapat dengan mudah mencarinya di YouTube.

Kedua, membuat website Yuk Ngaji Jogja guna memaksimalkan dakwah di dunia cyber. Sehingga dakwah Yuk Ngaji Jogja dapat diketahui dari jenis media baru mana saja, baik website maupun media sosial. Ketiga, peneliti menyarankan agar waktu untuk sesi tanya jawab dapat diperpanjang. Sehingga pertanyaan-pertanyaan dapat terjawab saat itu juga dan dapat didengarkan dan diketahui jawabannya oleh seluruh peserta kajian secara langsung. Keempat, peneliti menyarankan agar tim dakwah Yuk Ngaji lebih memperkenalkan dan memahamkan kembali kepada peserta terkait diskusi pada edisi *hangout* dan merangkul para peserta agar mau mengikuti diskusi. Kelima, peneliti memberi saran agar melaksanakan kajian pekana edisi *hangout* sesekali diadakan di luar pendopo pesantren At-Tasnim, seperti menyewa cafe atau lokasi lain yang tepat

untuk hangout. Sehingga, suasana hangout pada kajian pekanan lebih terasa dan tidak sekedar berdiskusi biasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Aziz M (2009), *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Ali Hasanuddin., dan Purwandi Lilik (2017), *Milenial Nusantara: Pahami Karakternya Rebut Simpatinya*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ismail Nawari (2015), *Metodologi Penelitian Untuk Studi Islam*, Yogyakarta: Samudra Biru
- Juditha, Christiany., dan Darmawan, Josep J. (2018). Penggunaan Media Digital Dan Partisipasi Politik Generasi Milenial Use Of Digital Media And Political Participation Milenial Generation. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* Vol, 22(2), 94-109.
- Rosyidah Arsyad (2016), *Bersama Komunitas Yuk Ngaji: Mengaji Bukan Lagi Hal Membosankan* <https://muslimahdaily.com/muslimah-zone/community/item/655-bersama-komunitas-yuk-ngaji-mengaji-bukan-lagi-hal-membosankan.html>, diakses 15 Oktober 2019, pukul 12:27 WIB.
- Syukir Asmuni (1983), *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlash
- Wawancara dengan Roni Iskandar koordinator kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja, 4 November 2019 pukul 10.00 WIB.
- Wawancara dengan Roni Iskandar koordinator kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja, 12 November 2019 pukul 17.02 WIB.
- Wawancara dengan Roni Iskandar koordinator kajian pekanan Yuk Ngaji Jogja, 26 Desember 2019 pukul 15.00 WIB.
- Wawancara dengan Faisal koordinator tim media Yuk Ngaji Jogja, 4 November 2019, pukul 10.30 WIB
- .

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

FORMULIR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Mahli Zainudin Tago, M.Si
NIK : 1966071799203113014

adalah Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa :

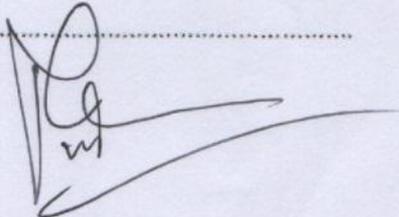
Nama : Muzayana
NPM : 20160710129
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Komunikasi dan Penjiaran Islam
Judul Naskah Ringkas : Strategi Dakwah komunitas Terhadap
Generasi Milenial (Penelitian Pada Komunitas
Yuk Ngaji Jogja)

Hasil Tes Turnitin* : 3%

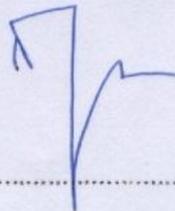
Menyatakan bahwa naskah publikasi ini telah diperiksa dan dapat digunakan untuk memenuhi syarat tugas akhir.

Yogyakarta, 10 Januari 2020

Mengetahui,
Ketua Program Studi


(.....)

Dosen Pembimbing Skripsi,


(.....)

*Wajib menyertakan hasil tes Turnitin atas naskah publikasi.

Naskah Publikasi Muzayana

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

jurnal.kominfo.go.id

Internet Source

1%

2

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

1%

3

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

1%

4

Muslimin Ritonga. "Penerapan Metode Dakwah
Mau'idzah Hasanah di Era Hoax Milenial

(Pemuda Warga Puri Domas

Sleman Yogyakarta)", AI-MUNZIR, 2019

Publication

1%

Exclude quotes

Off

Exclude matches

< 1%

Exclude bibliography

On