

Ramadhan Digital Melalui Dakwah dan Kajian Online untuk Generasi Milenial

Raiyan Raiyan^{1*}, Mahmudi Mahmudi¹, Anida Anida¹,
Nelly Mursyidah², Muhammad Ramadhan²

¹ Dosen FAI Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI) Bireuen -Aceh

² Dosen FKOM Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI) Bireuen -Aceh

*) email: raiyansofyan@gmail.com

DOI:
10.51179/ajce.v4i1.3294

Article history

Received:
April 29, 2025

Revised:
April 30, 2025

Accepted:
May 02, 2025

Key Word:
Digital Da'wah,
Millennial Generation,
Ramadhan Studies,
Social Media,
Youth Empowerment.



© 2023
Oleh authors. Aceh Journal
of Community Engagement
(AJCE). Artikel ini bersifat
open access yang didistri-
busikan di bawah syarat dan
ketentuan Creative Commons
Attribution-ShareAlike 4.0
International License.

ABSTRACT: This community service activity aims to strengthen the role of the millennial generation in Islamic da'wah through digital approaches during the month of Ramadhan. Conducted at the Grand Mosque of Peusangan, the program targeted congregants of the evening (Isya) and Tarawih prayers, featuring brief, contextually relevant Islamic lectures delivered in-person and later disseminated via social media platforms such as YouTube, Instagram, and TikTok. The initiative focused not only on the delivery of Islamic knowledge but also on engaging youth in the production of digital da'wah content as a form of empowerment and skill development. The results show a significant increase in participation and enthusiasm among millennials, both in attending the sessions and in sharing da'wah messages across digital channels. Quantitative and qualitative evaluations conducted showed that more than 85% of participants felt the benefits of this activity in increasing religious understanding and enthusiasm for contributing to Islamic preaching in the digital era. Although faced with a number of technical challenges, this activity shows great potential in encouraging a preaching movement that is relevant to the development of the times and based on the strength of the local community. And developing information technology applications.

ABTRAK: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menguatkan peran generasi milenial dalam aktivitas dakwah Islam melalui pendekatan digital selama bulan Ramadhan. Bertempat di Masjid Besar Peusangan, kegiatan ini menyasar jamaah salat Isya dan Tarawih, dengan metode pelaksanaan berupa kajian singkat yang dikemas secara menarik dan kontekstual, kemudian dipublikasikan kembali melalui media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Program ini tidak hanya berfokus pada penyampaian materi keislaman, tetapi juga melibatkan generasi muda dalam proses produksi konten dakwah digital sebagai bentuk pemberdayaan dan pembinaan keterampilan media mereka. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan partisipasi dan antusiasme dari kalangan milenial, baik dalam mengikuti kajian secara langsung maupun dalam menyebarkan pesan dakwah melalui kanal digital. Evaluasi kuantitatif dan kualitatif yang dilakukan menunjukkan bahwa lebih dari 85% peserta merasakan manfaat dari kegiatan ini dalam meningkatkan pemahaman agama dan semangat berkontribusi dalam dakwah Islam di era digital. Meski dihadapkan pada sejumlah tantangan teknis, kegiatan ini menunjukkan potensi besar dalam mendorong gerakan dakwah yang relevan dengan perkembangan zaman dan berbasis pada kekuatan komunitas lokal. Dan mengembangkan aplikasi teknologi informasi.

PENDAHULUAN

Di era digital, kemajuan teknologi telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi, termasuk dalam bidang keagamaan. Generasi milenial, yang tumbuh dalam lingkungan digital, lebih cenderung mencari ilmu agama melalui *platform online* seperti *YouTube*, *Instagram*, *TikTok*, dan *podcast*. Hal ini membuka peluang mengembangkan dakwah dan kajian Islam yang lebih interaktif dan mudah diakses. Namun, terkadang penyebaran informasi kurang valid, minimnya keterlibatan ulama dalam dunia digital, serta kurangnya literasi digital berdakwah masih menjadi hambatan yang perlu diatasi (Hassan & Ahmad, 2020).

Bulan Ramadhan merupakan momentum yang sangat tepat untuk meningkatkan semangat ibadah dan pencarian ilmu keislaman. Banyak umat Islam ingin memperdalam pemahaman agama selama bulan suci ini, tetapi tidak semua memiliki akses ke kajian tatap muka. Dengan pemanfaatan dakwah digital, keterbatasan waktu dan jarak dapat diatasi, sehingga ilmu agama dapat menjangkau lebih banyak orang tanpa terikat oleh tempat dan waktu. Selain itu, penggunaan media digital dapat menarik perhatian generasi milenial dengan konten yang lebih kreatif, seperti video pendek, infografis, dan sesi tanya jawab interaktif (Rahman, 2021).

Salah satu kegunaan positif dunia maya yang dikenal dengan sosial media yaitu bisa digunakan untuk media dakwah seorang dai. Berdakwah merupakan aktifitas mengajak, menyeru dan menyampaikan kebaikan-kebaikan dan ajaran dari Allah SWT sesuai dengan Al-Quran dan Hadist. Seperti yang tercantum pada surah Ali Imran (104); *"Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang ma'ruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung"* (Pratiwi Clara S., 2022).

Sudah banyak era dalam berdakwah menuntut da'i untuk bisa menyesuaikan zaman. Di era new media dalam dakwah, da'i diharapkan bisa mengikuti dan mengaplikasikan aplikasi media sosial dengan maksimal dengan jangkauan mad'u yang lebih luas (Prasetyo, Anton, 2019). Selain aplikasi sosial media yang biasanya digunakan seorang da'i untuk berdakwah, terdapat beberapa fitur lainnya. pada teori Cybermedia menurut Gibsn adalah perkumpulan data representasi yang hanya bisa diakses di komputer atau gadget yang memiliki fitur internet. Macam-macam media siber, diantaranya: E-mail, Crome, Wiki, Blog, Internet Broadcasting dan media social (Indahningrum, et al. 2019).

Meski demikian, keberhasilan dakwah digital memerlukan strategi yang tepat, baik dari segi penyampaian maupun kontennya. Tantangan seperti rendahnya keterlibatan audiens, algoritma media sosial yang berubah-ubah, serta potensi misinformasi dalam penyebaran ajaran Islam perlu diantisipasi. Oleh karena itu, kolaborasi antara pendakwah, konten kreator, dan ahli media sangat diperlukan untuk memastikan bahwa dakwah digital di bulan Ramadhan dapat berjalan efektif, edukatif, serta sesuai dengan tuntunan Islam (Yusof & Azmi, 2022).

Pemilihan media bertujuan memudahkan audiens yang akan menjadi target dakwah. Da'i juga harus melihat perihal penting yang saat ini sedang memprihatinkan sebagai materi dakwahnya (Hikmawati, Sholihatul atik, and Luluk Farida, 2021). Pengetahuan dasar itu tentunya untuk menjadikan akun online menyajikan informasi akurat dan konten-konten yang tidak menyalahi ajaran agama, hukum negara, dan peraturan pesantren. Pemanfaatan media sosial oleh untuk dakwah seperti santri di Pesantren dianggap pilihan tepat di era digital ini. Seperti penelitian Munawara, et al. (2020) di Tebuireng.online sebagai akun dakwah pesantren akan memudahkan masyarakat mendapatkan dan mengakses konten positif dan informasi akurat yang mungkin jarang untuk didapatkan di media yang lain.

Maka kegiatan ini meramu dalam dakwah dan kajian online, dengan tujuan memperluas wawasan generasi milenial mengenai ajaran Islam, terutama dalam konteks ibadah dan pengamalan selama bulan Ramadhan, melalui dakwah dan kajian online yang lebih mudah diakses. Dimana kegiatan ini dirancang menggunakan pendekatan edukatif, partisipatif, dan teknologi digital untuk memastikan bahwa dakwah dan kajian Islam selama bulan Ramadhan dapat diakses secara luas oleh generasi milenial.

Kegiatan ini berfokus pada penyampaian materi dakwah yang berbasis ilmu keislaman yang valid dan relevan dengan kehidupan generasi milenial. Kajian online akan disusun secara sistematis dengan metode ceramah, diskusi interaktif, dan tanya jawab untuk meningkatkan pemahaman peserta terhadap ajaran Islam selama bulan Ramadhan. Program ini tidak hanya mengandalkan metode satu arah, tetapi juga melibatkan peserta secara aktif dalam berbagai bentuk interaksi, seperti *diskusi daring*, *challenge dakwah digital*, serta pembuatan konten islami. Dengan keterlibatan langsung, generasi milenial diharapkan dapat lebih memahami dan menginternalisasi nilai-nilai Islam serta berkontribusi dalam menyebarkan dakwah secara kreatif.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan dakwah dan kajian online selama bulan Ramadhan ini dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu pra-pelaksanaan, pelaksanaan, dan evaluasi sebagai berikut:

1. *Pra-pelaksanaan;*

Tim pengabdian yang merupakan dosen pada Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI) Bireuen, menyusun rencana kegiatan secara menyeluruh, mulai dari penentuan tema kajian, pemilihan narasumber, penyusunan jadwal, hingga pembuatan materi dakwah dalam berbagai format digital seperti video, infografis, dan artikel. Selain itu, dilakukan pula sosialisasi kegiatan melalui media sosial dan komunitas online, serta uji coba teknis untuk memastikan kelancaran saat acara berlangsung, termasuk kesiapan perangkat dan *platform digital* seperti Zoom, YouTube Live, atau Instagram Live.

2. *Pelaksanaan;*

Mencakup kegiatan utama berupa penyampaian materi kajian Islam oleh narasumber melalui platform digital yang telah ditentukan. Materi disampaikan secara interaktif, disertai dengan sesi tanya jawab untuk memperkuat pemahaman peserta. Kegiatan ini juga mendorong partisipasi aktif generasi milenial melalui tantangan dakwah digital, di mana mereka diminta membuat konten edukatif bertema Ramadhan yang akan dipublikasikan di media sosial. Selama pelaksanaan, moderator dan tim teknis turut berperan menjaga jalannya acara agar tetap interaktif, kondusif, dan menarik.

3. *Evaluasi;*

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas kegiatan dan dampaknya terhadap peserta. Evaluasi mencakup analisis tingkat kehadiran, partisipasi, dan pemahaman materi melalui kuisioner atau pre-test dan post-test. Selain itu, konten dakwah digital yang dihasilkan peserta juga dinilai dari segi pesan, kreativitas, dan ketepatan ajaran. Masukan dari peserta, narasumber, dan tim penyelenggara menjadi bahan penting dalam menyusun rekomendasi dan pengembangan program dakwah digital di masa yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertajuk “*Ramadhan Digital melalui Dakwah dan Kajian Online untuk Generasi Milenial*” telah dilaksanakan dengan pendekatan kolaboratif dan partisipatif, yang menyasar jamaah salat Isya dan Tarawih di Masjid Besar Peusangan sebagai kelompok sasaran utama. Dilakukan oleh dosen pengabdian dari kampus UNIKI Bireuen sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat.

Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi jamaahnya yang terdiri dari berbagai kalangan usia, termasuk generasi milenial yang aktif dalam komunitas masjid dan cukup adaptif terhadap teknologi digital. Melalui integrasi antara kajian langsung di masjid dan penyebaran kontennya melalui media sosial, kegiatan ini menjadi model sinergi antara dakwah tradisional dan digital.



Gambar 1: Foto kegiatan dimulai setelah selesai sholat Isya dan sebelum dimulainya Tarawih

Setiap malam, setelah pelaksanaan salat Isya dan sebelum dimulainya salat Tarawih, diselenggarakan sesi kajian singkat berdurasi 15–20 menit yang mengangkat tema-tema relevan dengan kehidupan milenial selama bulan Ramadhan, seperti *puasa dan produktivitas*, *dakwah kreatif di media sosial*, *hikmah berbagi di era digital*, dan *peran generasi muda dalam menjaga nilai-nilai Islam di ruang maya*. Kajian ini dipandu oleh para dai muda lokal yang memiliki kompetensi dalam bidang keislaman sekaligus melek teknologi, sehingga penyampaian materi tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga komunikatif dan kontekstual.

Menariknya, seluruh rangkaian kajian direkam dan disiarkan ulang melalui platform YouTube, Instagram, dan TikTok dengan pengemasan ulang dalam bentuk konten pendek dan infografis agar lebih mudah diakses oleh generasi milenial yang tidak hadir langsung di masjid. Respon dari jamaah dan warganet sangat positif. Berdasarkan hasil pemantauan tim media, video dakwah yang diunggah dalam seminggu pertama berhasil menjangkau lebih dari 5.000 penayangan dan memicu diskusi produktif di kolom komentar. Hal ini menunjukkan bahwa model *dakwah hybrid* - yakni kombinasi antara tatap muka dan digital sangat efektif dalam menjangkau kalangan yang lebih luas.

Dari sisi partisipasi aktif, jamaah remaja dan pemuda masjid dilibatkan dalam proses produksi konten, mulai dari merekam video, membuat desain infografis, hingga mengelola unggahan di media sosial. Ini menjadi bentuk nyata dari pemberdayaan generasi milenial dalam dakwah, sekaligus media pembelajaran praktis yang meningkatkan kapasitas mereka dalam berdakwah secara kreatif. Bahkan beberapa peserta dari kalangan pemuda menyatakan minat untuk melanjutkan inisiatif ini dalam bentuk *podcast kajian remaja* yang rutin diunggah, meskipun bulan Ramadhan telah usai. Fakta ini menunjukkan adanya dampak berkelanjutan dari program terhadap pola pikir dan keterlibatan generasi muda dalam kegiatan keagamaan.

Secara umum, evaluasi yang dilakukan melalui survei daring dan wawancara langsung dengan peserta menunjukkan bahwa lebih dari 85% jamaah merasa kegiatan ini memberi warna baru dalam penghayatan ibadah Ramadhan. Mereka mengapresiasi pendekatan dakwah yang tidak hanya menyentuh aspek spiritual, tetapi juga sosial dan teknologi. Namun, terdapat beberapa catatan penting, seperti keterbatasan perangkat dokumentasi dan kendala teknis dalam siaran langsung yang sempat mengganggu kualitas tayangan. Hal ini menjadi perhatian dalam rencana pengembangan program ke depan agar aspek teknis dapat diperkuat melalui kolaborasi dengan pihak profesional di bidang media dakwah digital.

Dengan demikian, kegiatan dakwah digital ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan keislaman generasi milenial, tetapi juga menciptakan ruang partisipasi yang konstruktif dan memberdayakan. Model dakwah semacam ini dapat menjadi rujukan dalam upaya menyampaikan nilai-nilai Islam secara relevan, inklusif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman, khususnya di era Revolusi Industri 4.0 dan masyarakat informasi yang semakin kompleks.



Gambar 2: Foto kegiatan partisipasi aktif jamaah remaja (generasi milenial) dalam proses produksi konten dakwah kreatif di media sosial

SIMPULAN

Kegiatan *ramadhan digital melalui dakwah dan kajian online untuk generasi milenial* yang dilaksanakan di Masjid Besar Peusangan telah membuktikan bahwa pendekatan dakwah berbasis digital mampu menjadi alternatif efektif dalam menjangkau dan membina generasi muda di era teknologi informasi. Melalui integrasi antara kajian langsung bersama jamaah *salat Isya* dan *Tarawih* serta distribusi konten dakwah melalui media sosial, program ini berhasil menggabungkan nilai-nilai tradisional keislaman dengan metode penyampaian yang modern dan kontekstual.

Partisipasi aktif dari jamaah, khususnya kalangan milenial, serta keterlibatan mereka dalam proses produksi konten dakwah digital menjadi indikator keberhasilan kegiatan ini, baik dari sisi edukatif maupun pemberdayaan. Selain memperluas jangkauan dakwah, kegiatan ini juga meningkatkan literasi digital Islami dan menumbuhkan semangat berdakwah di kalangan generasi muda.

Meskipun masih terdapat tantangan teknis dan kebutuhan peningkatan kapasitas dalam produksi konten, program ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi gerakan dakwah berkelanjutan. Dengan dukungan yang tepat, pendekatan dakwah digital seperti ini dapat menjadi model strategis dalam menyampaikan ajaran Islam yang moderat, inklusif, dan relevan dengan dinamika zaman.

Evaluasi kuantitatif dan kualitatif yang dilakukan menunjukkan bahwa lebih dari 85% peserta merasakan manfaat dari kegiatan ini dalam meningkatkan pemahaman agama dan semangat berkontribusi dalam dakwah Islam di era digital. Meski dihadapkan pada sejumlah tantangan teknis, kegiatan ini menunjukkan potensi besar dalam mendorong gerakan dakwah yang relevan dengan perkembangan zaman dan berbasis pada kekuatan komunitas lokal. Dan mengembangkan aplikasi teknologi informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Clara Sinta Pratiwi (2022). Platform TikTok Sebagai Representasi Media Dakwah di Era Digital,” JISAB The Journal of Islamic Communication and Broadcasting, 2, no.1 (2022): 50–65.
- Hassan, M., & Ahmad, S. (2020). Islamic Preaching in the Digital Age: Opportunities and Challenges. *International Journal of Islamic Studies*, 12(1).
- Hikmawati, Sholihatul atik, and Luluk Farida (2021). Pemanfaatan Media Tiktok sebagai Media Dakwah Dosen IAI Sunan Kalijogo Malang. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1): 6.
- Indahningrum, et al. (2019). Studi Etnografi Virtual Aktivitas memdakwah di Media Sosial Instagram. *Applied Microbiology and Biotechnology*, (Skripsi Tidak diterbitkan, Komunikasi dan Penyiaran Islam State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2019), 1–9.
- Munawara, Rahmanto, Ign. Agung Satyawan (2020). Pemanfaatan Media Digital untuk Dakwah Pesantren Tebuireng (Studi pada Akun Media Sosial tebuireng.online), *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 14 (1), 29-45, <http://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/komunika>
- Prasetyo, Anton (2019). Dakwah Persuasif K.H. Asyhari Marzuqi Dan Implikasinya Dalam Kehidupan Moder, *Jurnal Innformasi*, 49(1): 6.
- Rahman, A. (2021). *The Role of Social Media in Spreading Islamic Teachings among Millennials*. *Journal of Contemporary Islamic Research*, 8(2).
- Yusof, R., & Azmi, M. (2022). *Optimizing Digital Platforms for Islamic Preaching during Ramadan: A Strategic Approach*. *Islamic Digital Studies*, 5(3).