

ABSTRAK

Syahrani Khasyifa : Persepsi Dai Milenial Terhadap Media Sosial Sebagai Media Dakwah

Perkembangan teknologi digital telah mendorong media sosial menjadi salah satu sarana dakwah yang efektif dalam menjangkau masyarakat secara luas tanpa batas ruang dan waktu. Namun, pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah di kalangan dai milenial masih bersifat variatif, mulai kurang aktif, semi aktif, hingga aktif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi dai milenial terhadap media sosial sebagai media dakwah, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi terbentuknya persepsi tersebut dalam konteks perkembangan komunikasi digital.

Penelitian ini menggunakan Teori Persepsi Stephen P. Robbins karena teori tersebut mampu menjelaskan proses terbentuknya persepsi individu melalui faktor pelaku persepsi (factors in the perceiver), faktor objek yang dipersepsikan (factors in the target), dan faktor situasi (factors in the situation). Teori ini dipilih karena sesuai untuk mengkaji bagaimana dai milenial memaknai media sosial sebagai media dakwah berdasarkan pengalaman, karakteristik media sosial, dan kondisi lingkungan yang melingkupinya.

Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dalam paradigma interpretif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap tiga dai milenial finalis alumni Akademi Sahur Indonesia (AKSI) Indosiar tahun 2022, 2023, 2025 Informan dipilih secara sengaja (purposive) karena meskipun memiliki reputasi di media penyiaran nasional, mereka tidak terlihat intens atau kurang aktif menggunakan media sosial sebagai media dakwah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik dai milenial berupa pengalaman, motivasi, dan tingkat keterlibatan dalam media digital memengaruhi cara mereka memandang dakwah digital (factors in the perceiver). Dari aspek factors in the target, seluruh informan menilai media sosial sebagai sarana dakwah yang efektif karena mampu memperluas jangkauan penyebaran pesan keagamaan melalui berbagai fitur yang tersedia, meskipun tingkat pemanfaatannya berbeda-beda. Sementara itu, dari aspek factors in the situation, perkembangan teknologi informasi dan perubahan perilaku masyarakat mendorong dai milenial untuk beradaptasi dengan media sosial sebagai ruang dakwah kontemporer. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial di kalangan dai milenial bersifat variatif, yaitu aktif, semi aktif, dan kurang aktif, yang dipengaruhi oleh perbedaan persepsi terhadap media sosial sebagai media dakwah. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengungkapan hubungan antara persepsi dai milenial dan tingkat aktivitas dakwah digital dalam memanfaatkan media sosial.

Kata Kunci: Persepsi, Dai Milevarnial, Media Sosial, Dakwah Digital, Teori Persepsi Stephen P. Robbins.