

**INTERAKSI KOMUNIKASI GENERASI MILENIAL, Y, DAN Z
TERHADAP ORANG TUA MENURUT PERSPEKTIF ISLAM**

Suryati, Muzaiyanah, Nazarmanto

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

(suryati_uin@radenfatah.ac.id)

Abstract: The interaction of Islamic communication was that its prevalence always adjusted to the era of the scene. Millennials, Y generations, and Z generations are the ones whose birth and growth go hand in hand with the growth of technology. This makes it impossible for those born in this generation to avoid using the Internet in everyday life. The multigenerational communication interactions of generations through the Z generation of parents have also undergone changes as compared with previous generations. In this generation, humans are progressing in their ability to use the Internet rapidly and to have an impact on daily qualities and behavior. The hallmark of this generation is innovative and creative thinking, the ability to collaborate, to create a healthy work environment to have confidence in social skills. Hence, parents must also follow and adapt to the patterns of communication interactions made by current generations. There are at least two possible communication interactions with both motivational and digital approaches.

Keywords: The Preacing, Inovative, Motivational Approach, Digital Approach

Abstrak: Interaksi komunikasi Islam salah satunya yaitu komunikasi penyebarannya selalu menyesuaikan pada era tempat kejadian. Generasi milenial, Generasi Y, dan Generasi Z merupakan generasi yang ke-lahiran dan pertumbuhannya beriringan dengan pertumbuhan teknologi. Hal ini menjadikan mereka yang lahir pada generasi ini tidak bisa terhindar dari penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari. Pola interaksi komunikasi generasi milenial hingga generasi Z terhadap orang tua juga mengalami perubahan apabila dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya. Pada generasi ini, manusia mengalami kemajuan kemampuan penggunaan internet secara pesat yang berpengaruh juga pada sifat dan kelakuan sehari-hari. Ciri dari generasi ini yaitu mempunyai berpikir secara inovatif dan kreatif, kemampuan berkolaborasi, menciptakan lingkungan kerja yang sehat hingga memiliki sifat pandai berkomunikasi secara percaya diri. Oleh karena itu, orang tua juga harus mengikuti dan beradaptasi terhadap pola-pola interaksi komunikasi yang dilakukan oleh generasi terkini. Setidaknya terdapat dua interaksi komunikasi yang dapat dilakukan yaitu dengan pendekatan cara motivasi dan pendekatan digital.

Kata Kunci: Dakwah, Inovatif, Pendekatan Motivasi, Pendekatan Digital

PENDAHULUAN

Interaksi komunikasi yang terjadi antara orang tua dan anak dapat terjadi kapan saja dan dimana saja. Salah satu interaksi komunikasi yang dapat dilakukan kepada anak yaitu berdakwah. Dakwah adalah sebuah bentuk penyerahan diri (ikhtiar) hamba kepada Allah SWT. pada kehidupan yang dijalani. Tujuan berdakwah tidak lain yaitu agar menjadikan kehidupan lebih baik dan tenang. Bersama dakwah ajaran Islam yang diterapkan di kehidupan sehari-hari yang berlandaskan aqidah diharapkan hal ini dapat mendasari, mewarnai, hingga masuk kedalam rohani yang mengubah setiap sifat dan tingkah laku manusia selama menjalani kehidupannya di dunia.

Pada zaman dahulu penyampaian ajaran agama Islam masih dilakukan secara tersembunyi atau Daur Al Istikhfa' oleh Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam yaitu pada saat di Mekkah yang merupakan tahap awal berkisar selama 3 tahun. Pada saat itu cara dakwah nabi yaitu dengan mengunjungi para kerabat dan sahabat terdekat guna diajak memeluk agama Islam. Dakwah tersebut disambut oleh para kerabat dan sahabat terdekat sehingga mereka tergolong orang-orang pertama yang memeluk agama Islam. Sesudah masa tersebut, penyebaran agama Islam dilakukan secara terbuka dan terang-terangan atau Daur Al I'lan ketika mulai turun ayat-ayat Alquran dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang memerintahkan guna memulai dakwah cara lebih terbuka. Adapun beberapa ayat di bawah ini yang bermaksud memberikan perintah dakwah secara terbuka yaitu:

QS Surat Al-Hijr: 94,

فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ

94. Maka sampaikanlah (Muhammad) secara terang-terangan segala apa yang diperintahkan (kepadamu) dan berpalinglah dari orang yang musyrik.

QS Asy-Syu'ara: 214-215,

وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ ۝

214. Dan berilah peringatan kepada kerabat-kerabatmu (Muhammad) yang terdekat,

وَإخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ ۝

215. dan rendahkanlah dirimu terhadap orang-orang yang beriman yang mengikutimu.

Saat ini dakwah di Indonesia juga masih berhadapan dengan berbagai kesulitan-kesulitan sebagaimana perjuangan dakwah Rasulullah pada zaman tersebut. Achmad¹ mengemukakan bahwa setidaknya terdapat dua kemungkinan klasifikasi dakwah dari sudut pandang historis yaitu; Pertama, dakwah dianggap mampu untuk merangkul masyarakat ke jalan pembaharuan secara sosial. Kedua, dapat diketahui bahwa perubahan pada masyarakat juga sangat berpengaruh terhadap berjalannya dakwah. Oleh karena itu, maka dapat kita simpulkan bahwa perjalanan dakwah juga dipengaruhi oleh budaya dan sosial masyarakat setempat.

Perlu diketahui juga yang merupakan salah satu bentuk perubahan pada masyarakat yang mampu mempengaruhi dakwah adalah mulai lahirnya generasi Z sebagai mayoritas dalam figuritas masyarakat Indonesia. Berdasarkan statistik generasi Z di Indonesia pada tahun 2020 cukup mendominasi yaitu pada jumlah 75,49 juta orang. Jika diamati dari total keseluruhan masyarakat Indonesia yang bereputasi 270,2 juta orang², dapat disimpulkan bahwa generasi Z cukup mendominasi di tengah masyarakat saat ini. Dapat kita ketahui bahwa generasi Z merupakan orang-orang yang lahir dalam kurun waktu tahun 1998 hingga tahun

¹ Zaini, A. (2016, Juni). Peranan Dakwah dalam Pengembangan Masyarakat Islam. *Community Development*, 1(1), 137-150

² Badan Pusat Statistik. (2021). Hasil Sensus Penduduk 2020. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

2010. Karena saat ini sebagian besar dari mereka merupakan menginjak usia produktif maka mereka dianggap sebagai tolak ukur bangsa kita pada masa depan. Bersamaan dengan kehadiran mereka teknologi maju pesat, sehingga kemampuan teknologi informasi dan sosialnya seyogyanya telah melekat secara natural dimulai sejak kelahirannya. Hal ini juga akan membawa hal-hal baru dan strategi-strategi baru dalam penyampaian dakwah. Peran dakwah yang merupakan salah satu bentuk interaksi dari orang tua kepada anak diharapkan mampu melahirkan pola pikir yang lebih baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Generasi merupakan kumpulan manusia pada era tertentu yang yang dipengaruhi oleh keberlangsungan sejarah dan budaya pada fase kehidupannya, secara natural hal ini akan membentuk pola pikir maupun ingatan yang bersifat kolektif kemudian akan berdampak dalam pola pikir dan cara menjalani kehidupan sehari-hari.³ Terdapat beberapa faktor yang akan mempengaruhi pola pikir dan perilaku seseorang yaitu sosial budaya kejadian historis, dan efek kebersamaan yang berlangsung. Hal tersebut akan mempengaruhi individu mulai dari perilaku nilai dan kepribadiannya.⁴ Generasi milenial merupakan generasi yang lahir dalam kurun waktu 1800 sampai dengan 1900-an. Pola pikir generasi milenial yaitu sangat mendekati kreatif, inovatif, memiliki karakter berani dan mulai berpikir secara modern. Generasi milenial juga merupakan sebuah generasi yang bersifat modern yang mulai aktif bekerja dan mampu memecahkan masalah secara lebih modern baik dalam masalah lingkungan masalah ekonomi hingga masalah sosial politik.

Generasi milenial adalah generasi yang memiliki ciri khas dan mudah dikenali jika dibandingkan dengan generasi pada tahun-tahun sebelumnya yaitu

³ Brent W. Roberts, Avshalom Caspi, and Terrie E. Moffitt, —The Kids Are Alright: Growth and Stability in Personality Development from Adolescence to Adulthood.,|| *Journal of personality and social psychology* 81, no. 4 (2001): 670

⁴ Andrew Perrin, —Social Media Usage,|| *Pew research center* (2015): 52–68

cara penggunaan teknologi atau biasa disebut sebagai teknologi dan riset budaya. 04 Mulai pada generasi milenial, manusia sudah mulai tergantung kepada kemajuan teknologi terutama internet dan internet yang telah menjadi kebutuhan pokok pada masa tersebut. Shiffman dan Kanuk⁵ berpendapat jika generasi milenial adalah generasi yang lahir pada kurun waktu 1977 hingga 1994, mereka mengemukakan bahwa ini merupakan fase penting terjadinya kemajuan teknologi pengetahuan dan pendidikan secara pesat dibandingkan generasi generasi pada kurun waktu sebelumnya.

Tidak berlebihan jika dikatakan teknologi sudah menjadi kebutuhan pokok pada generasi ini, pada generasi ini manusia sudah mulai berinteraksi jarak jauh dengan lebih mudah melalui dunia maya atau bermedia sosial.

Generasi Y

Generasi Y memiliki persamaan dengan generasi milenial karena pada generasi ini berlangsung bersamaan dengan pesatnya pertumbuhan internet dan media komunikasi sehingga pada generasi ini banyak manusia telah memanfaatkan teknologi komunikasi secara lebih baik dan lebih cepat atau instan seperti terhubung melalui pesan dan email dan bermedia komunikasi jarak jauh baik dari dalam negeri hingga keluar negeri melalui media komunikasi seperti Twitter dan Facebook.

Generasi Z

Generasi Z adalah mereka yang lahir pada kurun waktu tahun 1995 hingga tahun 2010. Dapat diketahui juga, generasi Z juga disebut sebagai I-Generation atau generasinya para pengguna internet. Generasi Z tidak memiliki terlalu banyak perbedaan dengan generasi Y namun mereka setelah mengalami pembaharuan seiring berjalannya waktu sehingga mampu mengaplikasikan program internet secara multitasking atau bersamaan dalam kurun waktu yang singkat. Kebanyakan dari aktivitas yang dilakukan pada kehidupan sehari-hari selalu berhubungan dan membutuhkan internet. Pada generasi ini manusia dimungkinkan untuk memiliki

⁵ Leon Shiffman, Leslie Kanuk, and Havard Hansen, *Consumer Behavior: A European Outlook* (Prentice Hall, 2008)

hubungan pertemanan yang erat walaupun tidak bertemu secara langsung atau dapat menggunakan fasilitas-fasilitas yang tersedia untuk membantu pekerjaan, contohnya yaitu dosen yang memudahkan mahasiswa untuk mengumpulkan tugas melalui pos elektronik saja karena hal tersebut dianggap lebih hemat waktu dan menjaga bumi (dikarenakan pengurangan penggunaan kertas untuk mencetak tugas tersebut).

Karakteristik yang dimiliki oleh generasi milenial yaitu berhubungan langsung dengan kebebasan, senang bersosialisasi, mendapatkan kecepatan informasi, lebih suka meng-eksplorasi, berusaha untuk bekerja pada lingkungan yang sehat,⁶ dan inovatif, dan selalu berusaha untuk menciptakan kolaborasi, dan pada generasi ini juga manusia sudah mulai mampu berpikir secara lebih luas dengan menciptakan gagasan-gagasan dan ide-ide secara lebih percaya diri dan mampu mengemukakan pendapat tanpa ragu. Mereka yang lahir pada generasi ini juga memiliki kemampuan konektif atau memiliki kemampuan bersosialisasi yang baik terutama melalui internet.⁷

Namun sejak hadirnya internet dan kemudahan mengakses informasi secara cepat, Path terhadap ketersediaan internet cukup tinggi, dikarenakan memiliki sifat yang lebih bebas dan kemampuan berpendapat yang lebih percaya diri biasanya manusia yang lahir pada generasi ini sudah mulai melupakan identitas identitas negara yaitu berupa adat-istiadat kemudian aturan dan etika sebagai warga negara yang baik sehingga tidak jarang cukup lalai dalam menjaga tata karma.⁸

⁶ Farhan. (2014, Juli-Desember). Bahasa Dakwah Struktural dan Kultural Dai dalam Perspektif Dramaturgi. *At Turas*, 1(2), 268-288

⁷ Kamaluddin. (2020). Bentuk-bentuk Komunikasi dalam Perspektif Dakwah Islam. *Tadbir*, 2(2), 255-268

⁸ Abuddin Nata, —Pendidikan Islam Di Era Milenial,|| *Conciencia* 18, no. 1 (July 1, 2018):

Pendekatan Motivasi

Berikut beberapa pola interaksi komunikasi dakwah yang dapat dilakukan oleh orang tua kepada anak, antara lain:

Orang tua bisa melakukan pendekatan motivasi kepada anak yang merupakan generasi Z yang dinilai mampu mengatasi permasalahan-permasalahan yang bersifat kultural. Indonesia gen Z dan milenial report pada tahun 2020; *Re Battle of Our Generation*⁹ mengemukakan bahwa generasi Z saat ini dalam aktivitas penggunaan internet intensitasnya lebih banyak apabila dibandingkan dengan generasi terdahulu. Menurut data yang dikemukakan setidaknya 93,9% Generasi Z selalu terkoneksi atau terhubung dengan internet pada kehidupan sehari-hari. Dari data yang didapatkan maka dapat kita ketahui bahwa saat ini generasi terbaru sangat bergantung pada ada internet dan telah menciptakan sebuah habit baru yang dapat menjadi sebuah inovasi terbaru dalam hal dakwah antar orang tua dan anak. Orang tua yang berperan sebagai pendakwah dapat lebih kreatif dan fleksibel dalam menjalankan kewajibannya.

Didasarkan kajian secara psikologi, apabila orang tua memiliki prinsip atau optimis keberhasilan yang tinggi dan memiliki rasa sabar maka hal tersebut akan sangat mempengaruhi proses interaksi ataupun dakwah kepada anak. Enjang¹⁰ mengatakan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi agar interaksi orang tua dan anak yang terjadi secara intern dapat berlangsung secara baik. Pertama, faktor kredibilitas yang dimiliki oleh orang tua. Kedua yaitu faktor daya tarik anak terhadap orang tua atau disebut juga faktor atraksi. Faktor ketiga yaitu dengan kemampuan orang tua dalam mempersuasi sasaran pada anaknya atau disebut faktor kekuasaan.

⁹ Alvara Research Center. (2020). *Indonesia Gen Z and Millennial Report 2020: e Battle of Our Generation*. Jakarta: Alvara Research Center

¹⁰ Enjang. (2008, Juli). *Dakwah Smart: Proses Dakwah Sesuai dengan Apek Psikologis Madu*. Ilmu Dakwah, 4(12), 259-289

Pendekatan Digital

Dalam perspektif komunikasi dakwah merupakan kategori komunikasi yang bersifat persuasif yaitu komunikasi yang bersifat mengajak atau membujuk, hal ini sejalan dengan makna dakwah yaitu untuk menyerukan. Orang tua dalam hal ini ini bisa mulai mengajak anak untuk mulai memahami ajaran-ajaran Islam dalam berinteraksi komunikasi dengan mengungkapkan fakta dan data hingga mengemukakan kebenaran-kebenaran. Menurut Sakdiyah¹¹ dengan mengemukakan kebenaran dan fakta-fakta yang ada, Ada hal ini akan memudahkan generasi milenial hingga generasi Z untuk lebih mudah menerima ajakan karena pola pikir mereka yang lebih Rasional dan berpikir cepat dalam mengambil keputusan. di era tersebarnya hoax dengan cepat maka generasi milenial hingga generasi Z dituntut untuk selalu menyaring pengetahuan dan ilmu yang mereka terima terlebih dahulu. Dengan mengemukakan kebenaran data yang akurat hal ini akan menjadi landasan bagi generasi Z untuk lebih mudah memahami apa yang disampaikan oleh orang tua sehingga hal ini akan berdampak pada tingkah laku sikap dan cara mereka untuk melaksanakan Ajaran dan kewajiban sebagai makhluk hidup yang beragama.¹²

Orang tua juga bisa menerapkan konsep Al Islamu Sholih Likulli Zaman Wa Makan yaitu Islam pada konsepnya selalu menyesuaikan dengan waktu dan tempat yang terjadi, Konsep ini juga yang banyak dipegang oleh para pemuka agama dalam mengemban tugas menyiarkan Kewajiban dan hal-hal yang dilarang yang menjauhkan manusia beragama dari hal-hal yang buruk. Pada saat ini pendekatan digital menjadi hal yang sangat mudah bagi orang tua dan pemuka agama untuk menyebarkan pengetahuan baik secara umum ataupun secara keagamaan khususnya kepada generasi Z. Saat ini telah mulai bermunculan berbagai macam aplikasi yang menyediakan informasi secara cepat dan akurat yang dapat diakses secara mudah.

¹¹ Sakdiyah, H. (2015). Urgensi Interpersonal Skill dalam Dakwah Persuasif. Ilmu Dakwah, 35(1), 1-14

¹² Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital. Islam Nusantara, 3(2), 339-356

SIMPULAN

Mulai dari generasi milenial hingga generasi Z merupakan generasi yang sudah mulai kehidupannya diiringi dengan pertumbuhan teknologi dari masa ke masa, hal ini juga menjadi tantangan bagi orang tua untuk menyesuaikan cara berkomunikasi atau berinteraksi komunikasi kepada anak mereka. Menurut perspektif Islam, Islam Selalu menyesuaikan cara berkomunikasi dan berinteraksi mengikuti perkembangan zaman sehingga lebih mudah diakses dan dipahami sehingga tidak terkesan kuno dan mulai ditinggalkan. Hal ini juga yang dapat ditiru oleh orang tua untuk memudahkan mereka berkomunikasi dengan anak, pendekatan yang dapat dilakukan oleh orang tua yaitu dengan cara pendekatan motivasi dan digital. Hal ini dinilai mampu mempermudah orang tua dalam meningkatkan dan menjaga kualitas interaksi komunikasi bersamaan

REFERENSI

- Zaini, A. (2016). *Peranan Dakwah dalam Pengembangan Masyarakat Islam*. Community Development, 1(1), 137-150
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Brent W. Roberts, Avshalom Caspi, and Terrie E. Moffitt, —The Kids Are Alright: Growth and Stability in Personality Development from Adolescence to Adulthood., *Journal of personality and social psychology* 81, no. 4 (2001): 670.
- Andrew Perrin, —Social Media Usage,| *Pew research center (2015)*: 52–68
- Leon Shiffman, Leslie Kanuk, and Havard Hansen, *Consumer Behavior: A European Outlook* (Prentice Hall, 2008).
- Farhan. (2014). *Bahasa Dakwah Struktural dan Kultural Dai dalam Perspektif Dramaturgi*. At Turas, 1(2), 268-288.

Kamaluddin. (2020). *Bentuk-bentuk Komunikasi dalam Perspektif Dakwah Islam*. Tadbir, 2(2), 255-268

Abuddin Nata, —*Pendidikan Islam Di Era Milenial*,| Conciencia 18, no. 1 (July 1, 2018): 15.

Alvara Research Center. (2020). *Indonesia Gen Z and Millenial Report 2020: Re Battle of Our Generation*. Jakarta: Alvara Research Center.

Enjang. (2008). Dakwah Smart: Proses Dakwah Sesuai dengan Apek Psikologis Madu. *Ilmu Dakwah*, 4(12), 259-289.

Sakdiyah, H. (2015). Urgensi Interpersonal Skill dalam Dakwah Persuasif. *Ilmu Dakwah*, 35(1), 1-14.

Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital. *Islam Nusantara*, 3(2), 339-356.